



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Especialidades Empresariales

Carrera de Turismo y Hotelería



PROYECTO DE TITULACION

EMPRESA ORGANIZADORA DE EVENTOS INFANTILES



Los expertos en diseñar Tú fiesta

NOMBRES:

**RAQUEL COELLO RADA.
KAREN GALLEGOS SAFADI.
NATALIA MONTERO CASTILLO.**

DIRECTOR: MBA. ÁNGEL CASTRO

Guayaquil, 26 de Septiembre de 2011

AGRADECIMIENTOS

Nuestros sinceros agradecimientos están dirigidos hacia Dios y todas aquellas personas que nos han apoyado para poder culminar nuestra carrera universitaria. Entre ellos están todos nuestros profesores que gracias a su sabiduría y empeño diario nos enseñaron que la perseverancia y la dedicación es el principal camino que nos llevará al éxito. También un agradecimiento especial a nuestra Universidad Católica Santiago de Guayaquil, la cual nos acogió durante esta etapa y nos ha brindado la oportunidad de convertirnos en los profesionales que ahora somos.

DEDICATORIA

A nuestros padres, les dedicamos todo el trabajo y esfuerzo que hemos puesto para la realización del proyecto de titulación porque con mucho amor y cariño nos han guiado en cada etapa de nuestras vidas.

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

ChiquiFiesteros se proyecta como una empresa especializada en diseñar eventos infantiles, la cual se encargará de brindar servicios y productos para el montaje de este tipo de eventos, los mismos que contarán con el servicio de puerta a puerta que es uno de los principales requerimientos de los clientes en la actualidad. Se proyectará especialmente para la población de clase media-baja del centro-sur de la ciudad de Guayaquil, provincia Guayas.

El proyecto a mencionar aparece especialmente por la problemática actual de padres que cumplen jornadas laborales largas y por lo tanto no cuentan con el tiempo suficiente para llevar a cabo la organización de una fiesta para sus hijos. Este es un problema que se proyecta en toda clase social actual y que va aumentando a medida que pasa el tiempo.

Es por esta razón que ChiquiFiesteros se encarga de la organización completa del evento infantil, mostrando al cliente varias opciones para llevarlo a cabo y así ellos puedan escoger entre la variedad de productos que se les presentarán, por ende realizar combinaciones divertidas, las cuales los alejarán de preocupación alguna, gracias al equipo de trabajo especializado con el que cuentan, llevarán a cabo una planeación profesional y altamente moderna, logrando brindar un trabajo original e inigualable, lo cual cumpla con la expectativa del cliente y sobretodo sea de gran agrado para los niños.

Considerando las innovadoras herramientas de trabajo que se utilizarán, los precios siempre serán razonables y económicos para el adquirente, ya que esa se convertirá en la principal estrategia de mercado y además los colaboradores se pueden acercar más al cliente directo y motivarlo a trabajar conjuntamente con la empresa emprendedora.

No hay duda alguna que la organización de eventos infantiles personalizada, será una de las principales peticiones en todo el país, y es esta proyección lo que hace que ChiquiFiesteros se interese en posicionarse de una manera precisa en el sector mencionado anteriormente y así ir creciendo poco a poco llegar a cada uno de los sectores de la provincia y luego del País.

ChiquiFiesteros además de todos los beneficios y comodidades que pudiese brindar al consumidor, ofrece a su cliente directo, es decir, los niños, la satisfacción de disfrutar una fiesta de cumpleaños sin igual, que tal vez no la haya podido tener a causa de la situación económica por la que pasa hace mucho tiempo el país.

JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Crear una empresa de Eventos Infantiles surge de la idea emprendedora de Natalia Montero, quien disfruta de compartir tiempo con los niños, y del apoyo para el desarrollo de esta idea de Raquel Coello y Karen Gallegos, en el año 2010, estudiantes de la Carrera de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras. Quienes juntas decidimos comenzar este proyecto desde el campo universitario para luego introducirlo en el mercado laboral, siendo creadoras y administradoras de nuestra propia empresa; brindado un servicio a la comunidad y siendo una fuente de empleo para la sociedad.

Es por esta razón que la idea de introducir a ChiquiFiesteros en el mercado, parte del problema económico por el cual actualmente atraviesa el país y que incita de manera obligatoria a que los padres de familia laboren largas jornadas de trabajo y no cuenten con el tiempo necesario para poder llevar a cabo la realización de un evento infantil para sus hijos. Por tal motivo la empresa ofrece al cliente un servicio de puerta a puerta, el cual hace a un lado la preocupación de los padres al no verse ellos obligados a encargarse de la decoración, búsqueda y selección de todo lo que se necesita para una celebración y según los gustos de los niños.

La empresa ofrece un sin número de combos con variedades de precios, los cuales se acomodan a la economía de todos y así puedan ser partícipes de este servicio tan importante. Otro punto por el cual aparece en el sector sur de la ciudad de Guayaquil, es que generalmente los lugares que ofrecen servicios de este tipo se encuentran ubicados en el norte de la ciudad, y por este motivo son a veces difíciles de costear para una población de clase media-baja. O de lo contrario solo ofrecen sus locales comerciales como medio de elaboración del evento y no un servicio de decoración moderna, bocaditos, juegos etc. necesario para todo evento infantil.

ChiquiFiesteros lleva a cabo la organización de eventos de manera rápida, creativa pensando siempre en la diversión de los niños y la satisfacción de quien contrate el servicio, así mismo de quienes consuman los productos y materiales de fiesta de actualidad que ofrece la empresa dentro de su local.

El amor y alegría al ver sonreír a un niño es también uno de los factores que nos impulsa a la creación de la empresa y a la vez a ofrecer un sin número de alternativas que van a permitir que cualquier evento infantil se lleve a cabo. No solo brindar servicios a familias, sino también a colegios, entre ellos los de escasos recursos para que de este modo ellos puedan costear un gasto mínimo y así se pueda dar la oportunidad a los más necesitados de disfrutar de una niñez divertida y llena de emociones.

Las principales razones para la popularización de ChiquiFiesteros, es que cuenta con reducción de precios y la estandarización de productos y servicios. Así, observar grandes ventajas como el ahorro de dinero, tiempo, la satisfacción de hacer negocios con estas herramientas y finalmente la integración de estos servicios.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivo General:

Diseñar una empresa innovadora de organización de eventos infantiles, diversión y esparcimiento de niñas y niños para el mejor desarrollo de esta actividad en el sector sur de la ciudad de Guayaquil. Cumpliendo con los requerimientos y necesidades del mercado, que se encuentra en continuo avance.

Objetivos Específicos:

- Identificar la oportunidad.
- Establecer a que parte del mercado se enfoca la Empresa.
- Conocer las necesidades de los futuros clientes.
- Conocer los competidores directos e indirectos.
- Investigar las tendencias mercado.
- Determinar los productos y servicios que ofrecerá la empresa.
- Trabajar en base a precios y costo actuales con los que se maneja la Industria de Organización de eventos.

METODOLOGÍA

Para el desarrollo de este Proyecto se utilizó dos tipos de investigación la cuantitativa y cualitativa. La metodología cuantitativa es aquella que permite la obtención de información a partir de la cuantificación de los datos sobre variables, mientras que la metodología cualitativa, evitando la cuantificación de los datos, produce registros narrativos de los fenómenos investigados. En este tipo de metodología los datos se obtienen por medio de la observación y las entrevistas, entre otros. (Hernández R., Fernández C. y Baptista, 2006)

La investigación cuantitativa se realizará a través de la técnica de encuestas que están dirigidas al mercado objetivo:

- **Encuestas:**

Esta técnica se usa para referir a sondeos masivos o medición de la opinión pública mediante un cuestionario; de este modo los datos se obtienen mediante entrevistas estandarizadas a una muestra de personas estadísticamente representativa de la población a estudio que para este caso fue de 250 personas. Se realizaron los siguientes tipos de encuestas:

- *Personales o cara a cara:* se caracterizan por reunir al encuestador y encuestado en una misma dimensión espacio – tiempo. Los datos obtenidos de este tipo de encuestas bien construidas y administradas permiten obtener información estandarizada, lo que facilita su posterior análisis estadístico. Además es la más fiable al tenerse certeza de quién es el individuo que responde y la que brinda mayor # de respuestas efectivas.
- *Internet:* se formulan una o más preguntas que figuran en determinados sitios Web; en este caso se envió la encuesta por mail a un grupo de personas ya conocidas del personal que trabajarán en la empresa. Esta modalidad tiene como ventaja el

costo, que es mínimo ya que no hay que gastar en impresión ni pago a entrevistadores.

La investigación cualitativa es la investigación de carácter exploratorio que pretende determinar aspectos diversos del comportamiento humano, como: motivaciones, actitudes, intenciones, creencias, gustos y preferencias. La técnica usada es:

- **Observación:**

Consiste en el proceso de reconocimiento y registro de personas, objetos y sucesos de interés para la investigación. Este registro se puede llevar a cabo por medio de notas, grabaciones o por filmaciones. Para este proyecto se asistió a cuatro eventos infantiles con un promedio de 30 personas incluidos adultos y niños, para analizar el comportamiento de los consumidores y las diferentes situaciones que se presentan al momento de su ejecución.

En algunas ocasiones la observación es la única alternativa de investigación para acceder a cierto tipo de información. También esta técnica es útil cuando el individuo o grupo objeto de estudio se resiste a ser entrevistado.

Como vemos, la diferencia más importante entre la metodología cuantitativa y la cualitativa radica en que la primera logra sus conclusiones a través de la correlación entre variables cuantificadas, y así poder realizar generalizaciones y producir datos objetivos, mientras que la segunda estudia la relación entre las variables obtenidas a partir de la observación en contextos estructurales y situacionales.

INDICE

1.	Resumen Ejecutivo.....	14
2.	La Oportunidad.....	17
3.	Análisis de la Industria.....	19
3.1	Análisis del mercado, competidores y clientes.....	19
3.2	Análisis PEST (Político, Económico, Socio Cultural, Tecnológico).....	24
3.3	Análisis Porter (cinco fuerzas).....	26
4.	La Empresa.....	31
4.1	Razón social.....	31
4.2	Nombre comercial.....	31
4.3	Lugar y fecha de constitución.....	31
4.4	Fecha de inicio de la operaciones.....	31
4.5	Slogan.....	31
4.6	Misión.....	31
4.7	Visión.....	32
4.8	Valores.....	32
4.9	Objetivos de la empresa.....	33
4.9.1	Objetivo General.....	33
4.9.2	Objetivos Específicos.....	33
4.10	Productos y/o servicios.....	34
4.11	Estructura Organizacional.....	35
4.12	Equipo Gerencial.....	35
4.13	Cuadro de accionistas.....	37
5.	Plan de Marketing.....	38
5.1	Análisis Situacional.....	38
5.1.1	Análisis de mercado.....	38
5.1.2	Análisis FODA.....	39
5.1.3	Análisis de Competencia.....	40
5.1.4	Productos y servicios.....	40
5.1.5	Factores críticos del éxito.....	47
5.2	Estrategia de marketing.....	48

5.2.1	Objetivos de marketing.....	48
5.2.2	Objetivos financieros.....	48
5.2.3	Segmentación.....	49
5.2.4	Mercado meta.....	49
5.2.5	Posicionamiento.....	50
5.2.6	Estrategias de marketing.....	50
5.2.6.1	Producto.....	50
5.2.6.2	Precio.....	53
5.2.6.3	Plaza.....	54
5.2.6.4	Promoción.....	54
5.3	Investigación de mercado.....	56
5.3.1	Detalles de la investigación.....	56
5.3.2	Cálculo de la muestra.....	57
5.3.3	Formato de la encuesta.....	59
5.3.4	Presentación y análisis de los resultados de la encuesta.....	60
5.4	Presupuesto de Marketing.....	63
5.5	Auditoría y control de resultados.....	65
5.5.1	Implementación.....	65
5.5.2	Plan de Contingencia.....	65
6.	Plan Operativo.....	68
6.1	Objetivos de las operaciones.....	68
6.2	Días y horarios de funcionamiento.....	68
6.3	Alcance de la operaciones.....	69
6.3.1	Asociaciones.....	71
6.4	Infraestructura.....	71
6.4.1	Diseño del Local.....	71
6.4.2	Equipos, maquinaria y su presupuesto.....	72
6.5	Proceso productivo o de entrega del servicio.....	73
6.6	Perfiles y manual de funciones de empleados.....	73
6.7	Política de calidad.....	75
6.8	Proceso de control de calidad.....	76
7.	Plan de Desarrollo.....	78
7.1	Aspectos Legales.....	85

7.1.1	Tramites de Constitución.....	85
7.1.2	Permisos y licencias locales.....	86
8.	Plan Financiero.....	89
8.1	Inversión requerida y detalle de utilización de la inversión.....	89
8.1.1	Fuentes de Financiamiento.....	90
8.1.2	Detalle de costos.....	91
8.1.3	Costo de evento.....	91
8.1.4	Costo de servicio de alquiler.....	92
8.1.5	Detalle de ventas.....	93
8.1.6	Servicio de alquiler.....	94
8.2	Estados financieros proyectados.....	95
8.2.1	Estado de resultados mensuales	96
8.2.2	Estado de resultado anual.....	98
8.2.3	Balance Inicial.....	99
8.2.4	Flujo de Caja mensual.....	100
8.2.5	Flujo de Caja anual.....	101
8.3	Cálculo de puntos de equilibrio, VAN, IR, PAYBACK, TIR.....	102
8.4	Rateos Financieros.....	105
8.5	Análisis de Sensibilidad.....	107
9.	Conclusiones y recomendaciones.....	109
10.	Bibliografía.....	111
11.	Anexos.....	112
11.1	Cotizaciones de la competencia	
11.2	Solicitudes para Permisos Respectivos	
11.3	Currículos del Equipo	
11.4	Material publicitario de ChiquiFiesteros	

1. RESUMEN EJECUTIVO

ChiquiFiesteros se encuentra ubicado en el sector sur de la ciudad de Guayaquil en la avenida Ernesto Albán frente a De Prati Sur, su razón social es Dreams RNK S.A. siendo así una sociedad anónima. Es una empresa de organización de eventos enfocada en niños de uno a ocho años de edad es decir de etapa infantil.

En esta organización de eventos infantiles se ofrecen varios productos y servicios tales como la promoción y venta de recursos o materiales para cualquier evento infantil sean estas fiestas grandes, matinés o cualquier evento de niños, además se tiene disponible varios servicios de puerta a puerta tales como: Show o espectáculos en vivo dinamizado, alquiler de equipos para comida rápida y dulces, decoración entre otros; para que así todo niño pueda disfrutar de su fiesta o evento infantil junto con su familia y amigos.

Se cuenta con recursos únicos e innovadores para productos como son los diseños dinámicos de la actualidad para materiales como las sorpresas, decoración de mesas o espacio designado; así como también nuevas ideas de dinámicas, juegos para niños y padres o jóvenes que se utilizan en el show animado para la realización del evento. Para que el cliente se sienta a gusto con todo lo brindado en cuanto a productos y servicios se ofrecen precios económicos de esta manera puedan comprar los materiales necesarios para el evento sean estos por separado o adquirir algún paquete promocional el cual contiene productos o materiales y servicios ya sea este de alquiler o animación.

La gama de productos tiene precios razonables al alcance de la economía de estos tiempos; es así como se brinda una experiencia inolvidable, llena de diversión y alegría a los niños ofreciendo los mejores recursos para que la celebración quede en la memoria de todos los

asistentes incluida la del niño. Siendo así una de las mejores empresas en organización de eventos infantiles en un lapso de un año dentro de la ciudad de Guayaquil.

Una de las razones por las que se ha encontrado atractiva la idea de este negocio, es que no se cuenta con ningún competidor directo y así se puede abarcar todo el mercado posible; de esta manera y con una buena promoción se puede obtener una gran oportunidad en este nuevo mercado para este sector y a futuro considerar la expectativas de los clientes y así poder llegar a todos los consumidores necesarios.

Dentro de los objetivos y estrategias está el ser una de las mejores empresas en organización de eventos infantiles en la ciudad de Guayaquil; para esto tiene que ser reconocida en la ciudad de Guayaquil en un tiempo estimado de un año, el encargado de las ventas realizará las cotizaciones necesarias dentro de la primera semana de realización del negocio y en la semana siguiente el mismo encargado contratará al mejor proveedor para elaborar los materiales publicitarios, una vez que esté listo el material publicitario, se encargará de repartirlo en los respectivos sitios estratégicos dentro del sector sur y ya en el segundo trimestre contar con todo el material publicitario respectivo para la repartición del mismo y así darlo dar a conocer a nuevos sectores de la ciudad de Guayaquil y recordar en los anteriores.

El equipo de trabajo consta con personas altamente capacitadas todas profesionales y dispuestas a trabajar en el área que le corresponda o llevar cargos multifuncionales ya que es una empresa pequeña que recién comienza se debe aminorar gastos sin embargo cuenta con una Gerente General que a la vez es accionista de la empresa Dra. Manuela Gina Castillo Chica quien trabaja con sus colaboradoras quienes son Raquel Coello Rada encargada del área de compras y supervisión de eventos, Karen Gallegos Safadi encargada del área de administración y pastelería además de Natalia Montero Castillo quien a la vez labora en el área de Publicidad y Ventas.

En la inversión inicial se necesita el monto de \$28.498 para cubrir este valor y empezar el negocio se cuenta con el financiamiento externo de accionistas y nuestra principal accionista es Dra. Manuela Castillo chica quien poseerá el 75% de las acciones en la empresa y las accionistas secundarias quienes son Raquel Coello con un porcentaje del 8% de las acciones seguida de Karen Gallegos con el 8% y Natalia Montero quien posee el 9% de las acciones de la empresa.

ChiquiFiesteros es una oportunidad única ya que cuenta con una buena rentabilidad teniendo en cuenta un VAN de \$73.148,46 y un TIR del 19,85% esto muestra que es un negocio rentable considerando los aspectos económicos del mercado y del país. Una de las pocas empresas que se compromete con el impacto ambiental y de esta manera se promueve el cuidado al medio ambiente utilizando materiales reciclables para la realización de ciertos materiales; además usaremos iluminaciones que nos ayuden ahorrar energía.

Existe un proyecto factible a desarrollar de esta manera se puede contribuir contra el desempleo del país ya que este nuevo proyecto que impacta puede ser un modelo a seguir. De esta manera con un buen proyecto realizado y pronto a ejecutarse se logra tener experiencia y ocupar un puesto importante en el mercado laboral.

2. LA OPORTUNIDAD

El proyecto se llama ChiquiFiesteros, es una organización de eventos enfocada en la realización de fiestas infantiles, la cual es capaz de realizar el mejor cumpleaños que un niño siempre ha deseado, adecuando su hogar o el lugar que tenga designado para la fiesta. Pensando en la situación económica del país, se brinda productos variados que se adapten a la necesidad económica y deseo de la Fiesta o matiné.

Con el método de pre organización del evento y tecnología adecuada para mostrar como seria la decoración el día de la fiesta, se ayuda a los padres a no preocuparse de estar pendientes del progreso de la organización del evento ya que los colaboradores son responsables de eso y además de que se realice una fiesta de ensueños con los mejores costos que pudiese presentar el mercado.

Oportunidad del mercado:

- Mercado en crecimiento ya que los padres de familia buscan con más frecuencia este tipo de servicios, debido al poco tiempo disponible con el que cuentan actualmente porque se encuentran laborando y también porque los niños desean que sus cumpleaños sean divertidos y animados.
- Existe escasa competencia en el sector del Sur de La ciudad entre la Cdla. 9 de Octubre, Saiba, Barrio Centenario; entre otros.
- Cubrir las necesidades de este sector al momento de implementar el negocio en el mismo, ayudando así a los habitantes de esté a tener un lugar de organización de eventos más cercano. Además con la economía de precios ayudamos a que ningún niño pierda la oportunidad de disfrutar de una fiesta de cumpleaños.
- Posibilidad de mejorar costos a medida de que abarquemos eventos más grandes.

- Alianza con proveedores como por ejemplo: payasos, hora loca, entre otros.

Necesidades a cubrir:

La necesidad parte de los padres de familia, tíos, o personas que deseen realizar la fiesta soñada de sus hijos, sobrinos, niños en general y niños que quieran la mejor fiesta; para esto los padres buscan módicos precios y personal necesario para cumplir con esta labor que es el de planificar, organizar y coordinar el evento o "matiné", ya que ellos no cuentan con el tiempo necesario debido a sus ocupaciones y responsabilidades. La empresa brinda un servicio de calidad ya que cuenta con un recurso humano idóneo, especializado y profesional para realizar las distintas funciones que se repartirán entre los fundadores de este proyecto.

3. ANALISIS DE LA INDUSTRIA

3.1 Análisis del mercado, competidores y clientes:

Mercado.-

En la Industria de Organización de Eventos podemos señalar como mercado a todos los consumidores de Eventos Infantiles, este mercado ha sido mejor atendido durante los últimos años ya que antes eran muy pocas las empresas que se dedicaban especialmente a estos eventos y que contarán con equipo material y humano especializado. Todo esto ha incrementado ya que cada vez es menos el tiempo con el que cuentan las personas, por sus múltiples ocupaciones, para organizar sin una asesoría todo lo referente al festejo de un niño o niña. Dentro de Guayaquil existen sectores de la ciudad totalmente llenos de estas empresas, mientras en otros aun no está necesidad no cubierta. Siendo ese segmento al que las nuevas empresas pueden dirigirse y cubrir las necesidades o presentarles nuevas ideas.

Competidores.-

Se ha analizado algunos de los competidores directos, indirectos y competidor por producto sustituto; a su vez se conoce de ellos su posicionamiento en el segmento del mercado en el que enfocan su oferta y como comenzaron sus dueños, como funcionan y porque los prefieren; los presentamos a continuación:

- ***Happy Party.-***

En las siguientes fotos son dos locales diferentes quedan diagonal el uno del otro sobre la Av. Víctor Emilio Estrada, son del mismo dueño.



Es uno de los competidores directos, ubicado en la ciudadela Urdesa, Víctor Emilio Estrada # 911-B entre Llanes e Higueras. Ésta organización de eventos cuenta con toda la materia prima para montar el evento en el domicilio o local que sea dado por el cliente, ya que no cuenta con local propio, o simplemente adquirir los materiales que gusten para su fiesta. Cuenta con una encargada de las ventas y la administradora - dueña, Patricia Villegas; según la magnitud del evento a realizar, contratan por horas al personal para la animación y extras con los que previamente tiene convenios.

- *Chikuelos Express.*-

Ubicado en la Av. Guillermo Pareja y Hermano Miguel y la Coordinadora de Eventos es Priscila Quimí.



Este es un competidor directo ya que al igual que ChiquiFiesteros, lleva la fiesta al hogar o local que se disponga por parte del cliente, para la celebración de evento, esta ubicado en la Alborada en la avenida principal arriba de Mueblería Villegas contando con su respaldo y publicidad ya que es un negocio de los hijos de los dueños de la mueblería. Una de las cosas positivas en su operación como organización de eventos es la amabilidad e interés que demuestran hacia su posible cliente, rápida atención a las solicitudes de los clientes como en cotizaciones. Una de sus desventajas sería que no tiene una buena promoción aparte de estar ubicado en un sector comercial el mismo donde encuentra la mayor parte de la competencia.

- *Angel's Party:*

Foto de la entrada principal:



Verónica Aragundi es la dueña de esta empresa graduada en Ingeniería en Sistemas de la Universidad Estatal de Guayaquil; lo cual nos da entender que no cuenta con los conocimientos profesionales y técnicos para manejar una empresa de organización de eventos sino que ha ido adquiriendo este conocimiento poco a poco, con la práctica. Es un negocio familiar, que está ubicado en Francisco de Marcos, entre Abel Castillo y Guerrero Valenzuela, este local lleva atendiendo alrededor de un

año y medio, en el cual casi todos los fines de semana cuentan con matinés. Cuenta con 3 personas para realizar todas las funciones requeridas y contratan personal adicional para animación. Su ubicación es estratégica aunque es un sector de clase media baja, no hay muchos de estos locales que se dediquen a organizar fiestas infantiles.

Foto del interior del local Angel's Party:



Producto Sustituto:



Canchas sintéticas de fútbol que deseen, pueden incursionar en este tipo de eventos alquilando su local para fiestas infantiles ya que cuentan con el espacio suficiente como para montar juegos, maquinas, mesas, etc. Sobre todo para las fiestas infantiles de varones serían una buena

competencia como producto sustituto ya que se pueden armar con los niños invitados un campeonato de fútbol.

- *Proveedores de la competencia*

Distribuidores del Centro

Imprentas

Confitería "La Universal"

Publicidad

Pastelería "Dolupa"

- *¿Porque eligen a la competencia para realizar eventos?*

Tienen precios accesibles, variedad de productos y diferentes opciones en el servicio.

- *¿Qué tan fácil o difícil es que entre un nuevo competidor al mercado?*

Es fácil que los competidores entren a este mercado siempre y cuando identifiquen un sector específico para laborar ya que el mercado permite el acceso a nuevos competidores por ser un área inexplorada del comercio y esta a la vez no está muy explotada.

Clientes.-

En el caso de las fiestas infantiles los clientes serían los padres, tíos o abuelos que desean festejar a un niño por el motivo que ellos tengan ya sea bautizo, primera comunión, cumpleaños, navidad, día del niño, etc., y el consumidor final los niños. Toda empresa que se dedique a la organización y venta de productos para eventos infantiles tiene la tarea de agradar a estos clientes ya que los niños pedirán de nuevo una fiesta igual si les gustó y los padres aceptarán si les pareció bueno el servicio que se les brindó y si los precios estuvieron adecuados para ellos.

3.2 Análisis PEST

El Análisis PEST (Político, Económico, Social y Tecnológico) es un estudio de los Factores Externos a cualquier empresa que tiene el fin de mostrar los factores que pueden ser positivos y de ventaja como los que representarían una desventaja para una empresa en el mercado. A continuación presentamos cada factor analizado:

Factor Político.-

En Ecuador el último presidente que terminó el período para el que fue elegido fue Sixto Durán-Ballén (1992-1996), tras lo cual han pasado varios jefes de Estado que han sido destituidos por el Parlamento; Según el Índice de Inestabilidad Política elaborado por el Economist Intelligence Unit, unidad de análisis económicos del grupo británico The Economist, entre los más expuestos en esa región figuran Haití, Bolivia, Ecuador (con un índice 7,7) y la República Dominicana. Esto refleja la inestabilidad política en nuestro país., (Ecuador entre los países con más riesgo de inestabilidad política, 2009)

Aunque en la actualidad Rafael Correa lleva 4 años en el poder, los dos primeros fueron de muchos cambios; se constituyó una Asamblea la cuál elaboró la nueva Constitución 2008, es decir nuevas leyes, decretos, derechos y obligaciones para los ciudadanos. Al ser una nueva constitución se tuvo que hacer nuevas elecciones en la que volvió a ganar Rafael Correa como Presidente Constitucional del Ecuador en el 2009 comenzando su nuevo periodo y el cuál se espera que termine para cambiar un poco la imagen del país internacionalmente.

Factor Económico.-

Ecuador al 31 de Diciembre del 2010 cerró con una Tasa de Desempleo del 6,10% según el B.C.E., mientras que el Instituto de Estadísticas y Censos (INEC) indicó que el Ecuador finalizó el 2010 con 5%, la más baja tasa respecto a otros países de la región. (INEC. (2011). INFLACION 2011. GUAYAQUIL: INEC)

Comparando estos porcentajes con los del 2009, año en que se presento un ascenso, el 2010 presento un descenso favorable en la Tasa de Desocupación para el país en general. En lo referente a la evolución del PIB el Ecuador registró un crecimiento interanual del 4,26% en el tercer trimestre del 2010; por lo que se espera un aumento del 5% para el 2011 según el Ministro de Finanzas, Patricio Rivera. (Ecuador prevé crecimiento de 5% del PIB en 2011)

Dentro de los factores económicos también están las altas tasas de interés que aplican las instituciones financieras al otorgar préstamos, que según el Banco Central del Ecuador(B.C.E.) la Tasa Activa mínima del 8,25%, máxima es 9,25%, múltiples requisitos a los que nos vemos sometidos, tales como: tener un sueldo mayor a \$800 según la cantidad del préstamo, copias de cédula de identidad, certificados de votación, los 3 últimos estados de cuenta corriente y de tarjetas de crédito del deudor, Certificado de trabajo indicando antigüedad, cargo e ingresos, copia de los 2 últimos roles de pago. También solicitan copia de los activos que posea, tales como: matrícula de vehículos, copia de escrituras e impuestos prediales de bienes inmuebles (actualizados), de planilla de luz, agua o teléfono (lugar de residencia). Todos estos requisitos se convierten en un obstáculo al momento de acceder a un préstamo para cubrir el monto de inversión inicial, ya que el País aún no se estabiliza económicamente, ya que si hay una mala administración por parte del gobierno los indicadores positivos podrían variar. (Banco Central del Ecuador, 2011)

Factor Socio – Cultural.-

La situación delictiva en nuestro país es una desventaja para todo negocio, ya que los delitos contra la propiedad representan un 24,20% del gran total de delitos que ocurren en Guayaquil, teniendo una disminución los Robos a Local Comercial en un 26,56% y Robos a Domicilios un 4,85% de 2009 al 2010, según el Centro de Estudios e Investigaciones Estadísticas ICM - ESPOL (Instituto de Ciencias

Matemáticas) basados en los datos que recoge el Ministerio Público. (Centro de Estudios e Investigaciones Estadísticas, 2011)

Por otro lado dentro de lo socio - cultural existen costumbres tales como: el dedicarle tiempo a la familia es algo muy importante para los ecuatorianos, el mantenerse juntos, tanto en los problemas como en las celebraciones; los primeros años de vida de los hijos no pueden dejar de ser un motivo alegría y orgullo para los padres, tíos y abuelos, ellos les demuestran con fiestas y agasajos cuan importante son para la familia. Convirtiéndose en un factor muy positivo para las empresas que se dedican a este tipo de eventos ya que por bajos que sean los recursos económicos de una familia celebrar un año más de vida es algo especial para nuestra sociedad.

Factor Tecnológico.-

Debido al atraso tecnológico de nuestro país, un inconveniente para las pequeñas empresas que trabajan con maquinarias es el la dificultad al momento de adquirir repuestos o mantenimiento de estas. También se refleja en las dificultades de adquirir tecnología ya sea por no existir en el mercado o por los altos precios. Si la tecnología que una empresa necesitara no existe en el país la adquisición de los mismos en el exterior es un poco difícil debido a los altos aranceles que tienen las importaciones.

3.3 Análisis de Porter:

El Análisis de las cinco fuerzas de Porter es un modelo estratégico elaborado por el economista y profesor Michael Porter de la Harvard Business School en 1979. Este modelo permite analizar cualquier industria en términos de rentabilidad, según Michael Porter, la rivalidad entre los competidores es el resultado de la combinación de cinco fuerzas o elementos. (Porter, 1980)

A continuación un esquema ilustrativo de las 5 fuerzas de Porter:



- ***Poder de negociación de los consumidores***

El análisis de la primera fuerza según Michael Porter hace referencia a la capacidad de negociación de consumidores o compradores, y a la sensibilidad ante el precio permitiendo diseñar estrategias destinadas a captar un mayor número de clientes u obtener una mayor fidelidad o lealtad de éstos.

En general la industria de Organización de Eventos es muy diversa tanto en sus servicio y productos como en sus respectivos precios, pero lo que respecta a los Eventos Infantiles se encuentra en mayor forma dentro del sector Norte de la ciudad de Guayaquil; por lo cual los consumidores de este servicio tienen bastantes opciones al momento de elegir con que empresa realizaran su evento. Mientras tanto el sector sur de la ciudad no cuenta con espacios, ni muchos locales donde se ofrezcan estos servicios, lo que baja su capacidad de negociación ya que hay una demanda del mercado que no es atendida.

Esto nos muestra que sería una buena idea cubrir la necesidad de estos consumidores no atendidos y a su vez tener más estrategias que ayuden a diferenciarse de posibles o nuevos competidores. Por tal razón que el poder de negociación de los clientes es alto.

- ***Poder de negociación de los proveedores***

La segunda fuerza Porter hace referencia a la capacidad de negociación de los proveedores que nos permite conocer como actuar frente a ellos y diseñar estrategias destinadas a lograr mejores acuerdos o, en todo caso, estrategias que nos permitan adquirirlos o tener un mayor control sobre ellos.

Dentro de la industria que analizamos existen una cantidad muy grande de proveedores y ofertas, teniendo la empresa la ventaja sobre ellos, además posibles proveedores que no solo se dediquen a esta industria sino de consumo masivo que hace a las empresas conseguir precios mejores y la capacidad de elegir, con quien trabajar y cuando, de acuerdo a la necesidad de la empresa sin que esto signifique perder al proveedor o sus beneficios. Es por estas razones que el poder de negociación de los proveedores es bajo.

- ***Amenaza de nuevos competidores***

Michael Porter se refiere en su tercera fuerza al análisis de la entrada de empresas que vendan el mismo tipo de producto, permitiéndonos establecer barreras de entrada que impidan el ingreso de estos competidores y diseñar estrategias que hagan frente a las de dichos competidores.

Para ingresar a esta Industria en general habría muchas barreras sobretodo si se quisiera entrar al segmento Norte donde ya están posicionadas muchas empresas y tienen su respectivo reconocimiento dentro del mercado. En tanto al Sur de la ciudad, siendo un segmento de este mercado no ocupado, la falta de experiencia para una empresa nueva sería su principal desventaja o el desconocimiento de los consumidores de la capacidad para realizar eventos infantiles.

Para evitar que ello afecte a la empresa será necesario ganar la fidelidad de nuestros clientes, y a la vez el reconocimiento del segmento al que se enfoque dentro de este mercado por productos y

servicios innovadores, especializados y precios acorde al servicio que se ofrece y nivel socioeconómico al que se dirige una empresa.

- ***Amenaza de productos sustitutos***

La cuarta fuerza de Porter hace referencia a la existencia de empresas que vendan productos sustitutos o alternativos a los de la industria, el analizarlo permite diseñar estrategias destinadas a impedir la penetración de las empresas que vendan estos productos o, en todo caso, estrategias que permitan competir con ellas. Dentro de la Industria de Organización de Eventos y en lo que se refiere al mercado a enfocarnos que utiliza las empresas de Eventos Infantiles se halla una variedad de productos sustitutos como canchas deportivas, lugares de comidas rápidas, entre otros; la ventaja que se tiene ante estos es que en su mayoría muestran precios muy elevados. Esta oferta de productos o servicios sustitutos traería una desventaja al ser totalmente diferentes a lo que se ofrece pero igual cumpla con el mismo fin, el cual es festejar a los niños.

- ***Rivalidad entre competidores***

Hace referencia a las empresas que compiten directamente en una misma industria, ofreciendo el mismo tipo de producto; Porter con esto permite comparar estrategias o ventajas competitivas que posee la empresa con las de otras rivales. Dentro de sector Sur de la ciudad e Guayaquil son muy pocas las empresas que se dedican a Eventos Infantiles y de ellos ofrecen productos en general para fiestas y o solo a las infantiles, lo que hace un mercado atractivo para posibles competidores.

Esto hace que la rivalidad no sea muy fuerte dentro del sector, no obstante se debe estar atento a las ya existen dentro de sector Norte que puedan crear ofertas que hagan que las distancias no sean importante para los consumidores. Con esto saber cuando diseñar nuevas estrategias o que debemos mejorar para no perder la preferencia de nuestros consumidores.

Se puede concluir diciendo que el mercado analizado es muy atractivo debido a que dentro del sector los habitantes no disponen de negocios dedicados a la organización de eventos cercanos a sus hogares, lo cual da una ventaja para posicionar la empresa sin ningún problema; ya que también ofrece productos de calidad y con precios accesibles para las familias de este sector. Gracias a estas herramientas y con el trabajo conjunto del personal logrará una fidelidad máxima, y así no temiendo a ningún tipo de competidor o producto sustituto.

4. LA EMPRESA

Introducción:

El proyecto se llama ChiquiFiesteros, es una organización de eventos infantiles y venta de accesorios para fiestas, capaz de realizar el mejor cumpleaños que un niño siempre ha deseado adecuando su hogar o el lugar que tenga designado para la fiesta.

4.1 Razón social: DREAMS RNK S.A.

4.2 Nombre comercial: ChiquiFiesteros

4.3 Lugar y Fecha de constitución: Guayaquil, 2 Enero 2012



4.4 Fecha de inicio de operaciones: Enero 2012 (Variable)

4.5 Slogan: Los expertos en diseñar Tú fiesta.

4.6 Misión.

Brindar una experiencia inolvidable, llena de diversión y alegría a los niños ofreciendo nuestros mejores recursos para que cada celebración quede en la memoria de todos los asistentes y la diversión en la de los niños.

4.7 Visión.

Ser una de las mejores empresas en organización de eventos infantiles en la ciudad de Guayaquil.

4.8 Valores de la empresa.

- *Responsabilidad y honestidad con el servicio brindado.*

La responsabilidad se practicará al momento de la planeación de cada evento y la puntualidad con que se entregue al cliente la pre-organización del mismo y el día en que sea el evento este esté acompañado con todos los recursos ofrecidos, con el personal completo y sin faltante alguno. La honestidad va ligada de esto y al momento de entregar un producto de calidad y lo que con anterioridad se ofreció al cliente.

- *No abarcar más eventos de los que podemos cubrir.*

Con esto demostramos nuestro cumplimiento y entrega en cada trabajo a realizar, ya que para poder ofrecer un servicio de excelencia nos tomaremos el tiempo que se necesite para la planeación del evento y respetaremos el horario establecido para de este modo podamos entregar nuestro trabajo al tiempo indicado y con la calidad requerida por el cliente.

- *Compromiso en cumplir con las expectativas de nuestros clientes.*

No tan solo nos encargamos de entregar los productos que nos han solicitado sino que hasta el final del evento verificamos y controlamos que el mismo se vaya realizando de la debida manera para que de este modo el cliente quede satisfecho de principio a fin; para esto contamos con una pequeña encuesta a realizar al final del evento por los padres de familia o cualquier invitado al evento.

- *Excelencia en el Servicio al Cliente.*

Un cliente feliz es la clave del crecimiento continuo de una empresa, es por esto que gracias al personal especializado además de entregar

calidad se entrega la satisfacción de la buena atención y ayuda en lo que necesite ya sea un cliente inconcuso o tan solo una persona que necesita información

- *Mejora continúa en la calidad de nuestro servicio y producto.*

Para realizar una mejora continua en el servicio o producto brindado, se cuenta con una simple herramienta la cual es una pequeña encuesta con preguntas sencillas y fáciles para realizar a los padres o invitados el día del evento en la finalización del mismo.

- *Trabajo en equipo y eficiencia.*

La empresa es una sola familia que trabaja junta lo cual beneficia en cualquier aspecto a toda la organización ya que al momento de ser unida se trabaja de forma eficiente y mejorando cada día.

4.9 Objetivos de la Empresa:

4.9.1 Objetivo General.

Obtener un rentabilidad anual del 10% sobre las ventas.

4.9.2 Objetivos Específicos.

- Dentro del primer mes de funcionamiento el encargado de la publicidad deberá tener listo el material indicado en el Presupuesto del Plan de Marketing.
- Una vez que esté listo el material publicitario, se encargará de repartirlo en los respectivos sitios estratégicos dentro del sector sur.
- Capacitar al personal con los cursos respectivos para lograr un trabajo eficiente en sus cargos.
- Mensualmente el Administrador realizará una reunión con nuestros colaboradores para capacitarlos.

- Mantener los presupuestos mensuales establecidos para los gastos.
- Buscar la mejora de costos, actualizarlos semanalmente para cada evento a realizar, analizando los precios de cada proveedor e investigando nuevos proveedores.
- Actualizar los productos y servicios que ofrece la empresa, al menos dos veces al año.
- Trabajar en base a las proyecciones financieras mensuales.
- Trabajar en equipo con nuestros contratistas, asesorarlos en las mejores opciones para conseguir beneficios mutuos.

4.10 Productos y Servicios.

Los Productos y Servicios que se ofrecen están enfocados en la realización de Eventos Infantiles sean estos cumpleaños, fiestas para el Día del Niño, de Navidad, Fin Año o cualquier motivo que se tenga para celebrar. No obstante que si necesitan de nuestros servicios, compra o alquiler de productos o máquinas para otros eventos en los que no estén involucrados los niños se atienden a estos clientes de igual manera. Productos y servicios se describen brevemente a continuación, se explicarán más detalles dentro del Plan de Marketing:

- Paquete de Fiestas Infantiles.
- Show de la Tía Lulú & Tío Paco y Caritas Pintadas
- Alquiler de sillas y mesas para fiestas.
- Alquiler de equipos y máquinas como: Canguileras, juegos, etc.
- Materiales para fiestas infantiles: Globos, servilletas, serpentinas, manteles, piñatas, adornos, etc. Todo esto en diferentes diseños; como por ejemplo.- Hi5, Toy Story, Niña Fresita, Tinkerbell etc.

4.11 Estructura Organizacional.



4.12 Equipo Gerencial.

Raquel María Coello Rada.-

Nace el 23 de noviembre de 1988 en la ciudad de Guayaquil, Ecuador; soltera, reside en Guayaquil. Sus estudios los realizó desde la primaria hasta la secundaria en el Colegio Santo Domingo de Guzmán siendo bachiller en Ciencias de Comercio y Administración - Especialización Informática, actualmente Egresada en Ingeniería de Administración de Empresas Turística y Hoteleras de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Su experiencia laboral comienza con prácticas universitarias en hoteles como el Sun Beach de Salinas y participaciones en organización de eventos universitarios como desfiles, ferias turísticas, etc. En el 2008 trabaja 3 meses en la agencia de viajes YesTravel como asistente y durante el segundo semestre del año como ayudante en el Departamento de Marketing de la Subsecretaría de Turismo del Guayas, en el 2009 como Ejecutiva del Soat en Latina Seguros y Reaseguros S.A. y en Mayo del 2010 hasta la actualidad labora como recepcionista en MEDIKEN (empresa de medicina prepagada).

Natalia Estefanía Montero Castillo.-

Nace el 15 de mayo de 1988 en la ciudad de Guayaquil, Ecuador; soltera, reside en Guayaquil. Sus estudios primarios los realizó en la Escuela Dr. Francisco Falqu ez Ampuero N. 93 destacándose como abanderada del porta - estandarte de la Escuela. Su secundaria fue realizada en el Colegio Técnico experimental de Comercio y Administración "Veintiocho de Mayo" siendo bachiller en Secretariado Administrativo Bilingüe, actualmente Egresada en Ingeniería de Administración de Empresas Turística y Hoteleras de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Su experiencia laboral comienza con prácticas universitarias en El Museo Nah m Isaías, sirviendo a los turistas como guía. Participe en organización de eventos universitarios como FITE, Desfiles y ferias turísticas. Además de pasantitas en la Hostería Punta Blanca llevando a cabo el cargo de recepción. En el año 2010, labore en Assist Card, empresa de asistencia para el viajero durante un mes como reemplazo.

Karen Gallegos Safadi.-

Nacida en la ciudad de Guayaquil el 7 de mayo de 1988, de estado civil soltera y con cedula de identidad 0913942025.

Sus estudios primarios los realizo en el Colegio Nuestra Madre de la Merced y los secundarios en la misma institución. Los estudios universitarios los realizo en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil egresando de este modo en la carrera de Ingeniería en Administración de Empresas. Son varios los cursos realizados a lo largo de su vida universitaria, destacándose entre ellos los siguientes:

- Museo Presley Norton
- Plan Maestro de Turismo de la Provincia del Guayas
- FITE – Feria Internacional del Turismo en Ecuador
- Fundación para el desarrollo del Turismo Social "FUPTURS"
- Asociación de Bartenders del Ecuador
- Asociación de Scouts del Ecuador. Distrito Guayas.
- Euroamericano

- Segunda Feria Internacional de Turismo, "Principales destinos turísticos de América"

Luego de su experiencia con el desarrollo en las pasantías mencionadas, su experiencia se vio desenvuelta a un alto nivel al trabajar en el establecimiento Maderas y carpinterías, durante un año consecutivo, aprendiendo de este modo varias actividades que en la actualidad le dieron la oportunidad de encontrarse laborando en Assist Card como Coordinadora de Operaciones Regional

Currículos completos se exponen en el Anexo.

4.13 Cuadro de Accionistas

Accionista	Capital Aportado	% Participación
Manuela Castillo	\$21.374	75%
Raquel Coello	2.280	8%
Karen Gallegos	2.280	8%
Natalia Montero	2.564	9%
TOTAL DE LA INVERSIÓN	\$ 28.498	100%

Principal accionista.-

Dra. Manuela Castillo chica; poseerá el 75% de las acciones en la empresa.

Accionistas Secundarias.-

1. Raquel Coello.- poseerá el 8% de las acciones de la empresa.
2. Karen Gallegos.- poseerá el 8% de las acciones de la empresa.
3. Natalia Montero.- poseerá el 9% de las acciones de la empresa.

5. PLAN DE MARKETING

Este plan de marketing fue creado para la introducción de la empresa al mercado de Eventos infantiles y venta de accesorios para los mismos. El proyecto surge como respuesta a la necesidad de los padres de familia que por el trabajo y responsabilidades de la sociedad actual no tienen el tiempo suficiente para organizar una fiesta para celebrar cada año de vida que cumplen sus hijos; con este plan se llega a un sector de la ciudad que no ha sido aun explotado aún. ChiquiFiesteros surge de la idea emprendedora de Natalia Montero y del desarrollo del proyecto de Raquel Coello y Karen Gallegos, en el año 2011, estudiantes de la Carrera de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

La estrategia de marketing consiste en hacer conocido el proyecto comenzando por los sectores cercanos a la empresa, para esto la comunicación se hará a través de volantes, el uso de Internet, la información boca a boca por parte de los usuarios, entre otros medios. La idea es posicionarse como líder del mercado del sector sur de la ciudad para luego ir ampliando la empresa por sectores que necesiten cubrir esta necesidad. La información necesaria contenida en este plan de marketing se encuentra detallada a continuación.

5.1 Análisis Situacional.

5.1.1 Análisis del Mercado

El mercado de la realización de eventos es un mercado creciente y en desarrollo, los consumidores de Eventos Infantiles, mercado al cual la empresa se dirige dentro del Sector Sur- Centro de la ciudad de Guayaquil no ha sido cubierto. Los padres, tíos, abuelos o personas interesadas en festejar a niños y niñas. Estas personas que por diversos motivos no cuentan con el tiempo para organizar sin una asesoría todo lo referente al evento necesitan que se les ofrezca

precios acorde a sus requerimientos y situación económica sin que esto les impida de alguna forma poder hacer una fiesta diferente, con un toque especial a las que comúnmente se realizan pro ejemplo en cada cumpleaños dentro de los hogares guayaquileños.

5.1.2 Análisis FODA:

FORTALEZAS

- Personal propio y capacitado para las diferentes áreas de animación y decoración, lo cual nos permitirá acortar los costos.
- Personal propio con conocimientos en pastelería y bocaditos para fiestas.

OPORTUNIDADES

- Mercado en crecimiento
- Existe escasa competencia en el sector del Sur de La ciudad entre la Cdma. 9 de Octubre, Saiba, Barrio Centenario; entre otros.
- Dentro de 5 años tener la posibilidad de abrir una sucursal dentro o fuera de la provincia del Guayas según la situación del mercado.
- Muchos segmentos del mercado que se puede atender fuera del inicial
- Posibilidad de mejorar costos a medida de que abarquemos eventos más grandes.
- Alianza con otros proveedores como por ejemplo: payasos, hora loca, entre otros.

DEBILIDADES

- Instalaciones alquiladas, no se tiene un local propio.
- Incursionar en un nuevo mercado laboral.
- Capital a invertir alto.

AMENAZAS

- Inestabilidad económico-política del país.
- El mercado inicial establecido es pequeño.
- Otras empresas cuentan con sus propios locales (Competencia).
- El factor climático.

5.1.3 Análisis de Competencia.

Véase en el Análisis de la Industria Pág. 19 Competidores

5.1.4 Productos y Servicios:

Eventos Infantiles:

- Paquete de Fiestas Infantiles:

Paquete Best Party de "Tinkerbell" ★★★

(30niños; 60 personas).....\$ 405,35

Paquete Fantastic Party de "Las Princesas" ★★

(25 niños; 50 personas).....\$ 324,28

Implementos y accesorios que contienen los Paquetes.-

- Paquete Best Party de "Tinkerbell" ★★★

(30niños; 60 personas)

Descripción: (Diseño a elección):

ARTICULOS PARA LA FIESTA	CANTIDAD
Invitaciones (Paquetes12)	3
Globos (Paquetes10)	6
Serpentinas	2
Sorpresas Manuales	30
Vasos (Paquete50)	4
Cucharitas para la torta (Paquete50)	2
Platos medianos (Paquete50)	2
Servilletas con Diseño (Paquete100)	2
platos diseño torta (12u)	3
Piñata	1
Guindola de Feliz Cumpleaños	1
Vela con edad	1
Sillas para adultos	30
Sillas para niños	30
mesas	3
mesa para torta y bocaditos	1
Mantel grande de diseño	4
regalos para los concursos	6
Regalos para sorpresas	30
Salta salta- Laberinto	1
Relleno de piñata	1

Decoración de Mesas	4
Decoración de globos	1
Paletas con logo (paquete de 12)	2
Caramelos Surtidos (fundas)	3
Bocaditos variados100	2
Carreta Mini Hot dog100	1
Torta 2 libras	1
Show de la Tía Lulú & Tío Paco 2hora	1

- Paquete Fantastic Party de “Las Princesas” ★★

(25 niños; 50 personas)

Descripción: (Diseño animado a variar)

ARTICULOS PARA LA FIESTA	CANTIDAD
Invitaciones (Paquetes12)	2, mas 1 adicional
Globos (Paquetes10)	3
Serpentinas	2
Sorpresas Manuales	25
Vasos (Paquete50)	2
Cucharitas para la torta (Paquete50)	1, mas 10 adicionales
Platos medianos (Paquete50)	1, mas 10 adicionales
Servilletas con Diseño (Paquete100)	1
platos diseño torta (12u)	2, mas 1adicional
Piñata	1
Guindola de Feliz Cumpleaños	1
Vela con edad	1
Sillas para adultos	25
Sillas para niños	25
mesas	3
mesa para torta y bocaditos	1
Mantel grande de diseño	4
regalos para los concursos	4
Regalos para sorpresas	25
Relleno de piñata	1
Show de la Tía Lulú & Tío Paco 2hora	1
Decoración de Mesas	4
Decoración de globos	1
Paletas con logo (paquete de 12)	2, mas 1 adicional
Caramelos Surtidos (fundas)	2
Bocaditos variados100	2
Carreta de Canguil (50funditas)	1
Torta 2 libras	1
Salta salta- Laberinto	1

Show de la Tía Lulú & Tío Paco y Caritas Pintadas:



Aquí se puede observar a los animadores, y una invitada recibiendo su regalo, al participar del respectivo concurso. Dentro del Show de animación y caritas pintadas, se brinda la música para el evento con los niños así como también diversas actividades a realizar con ellos. Además se incluye dinámicas a realizar con los padres y así se cuenta con animación para grandes y chicos en la que todos se divertirán. Dinámicas y juegos que se pueden realizar en la animación:

- Competencia con Sata salta
- Juego de mar y tierra
- Encontrar los huevitos de pascua
- Bailar alrededor de la silla
- Cumpleañera dice.
- Globo en el tobillo.

- Juego de pinzas.
- Pasar bajo la cuerda.
- Bailar sobre el periódico
- Animación con títeres; entre otros

Estos son una variedad de juegos que se podrán utilizar el día del show

Descripción de algunos juegos a realizar.-

- Competencia con Sata salta.-

Aquí se utilizará las pelotas Salta salta para hacer una competencia entre niños o niñas y el ganador será el niño que llegue a la meta con rapidez, sin caerse y pasando pequeños obstáculos como conitos y cuerdas las cuales estarán ubicadas en el suelo.

- Juego del Globo en el tobillo.-

Este juego consta de un globo inflado que se colocará en el tobillo de los niños participantes en cual deberá llegar al otro niño y este tendrá que reventar el globo del compañerito con su pie sin reventar el suyo.

- Bailar sobre el periódico.-

El baile del periódico es una opción divertida para grandes y chicos ya que se elige a padres con su respectivo hijo para que participe. Estos se encuentran de pie sobre un periódico y bailan dentro del mismo, luego el periódico se lo va doblando y la pareja de padre e hijo sigue bailando, pierden lo participantes que salen del periódico mientras este cada vez se dobla para hacerse más pequeño. El ganador es el que con astucia logra bailar dentro del periódico pequeñito y vence a las demás parejas.

Diseños a realizar en Caritas Pintadas.-

Se realizará varios diseños en el momento del show de Caritas pintadas los cuales los padres y niños podrán elegir el día que

hagan la contratación del evento o show. A continuación se muestra una breve lista de diseños a realizar:

- Doki
- Spiderman
- Princesas
- Niñas hawaianas.
- Antifaz de Batman; entre otros diseños de animación actuales.

Diseños de animalitos como:

- Gatito
- Conejitos
- Pajaritos
- Mariposas
- Abejitas; entre otros

Alquiler de sillas y mesas para fiestas. Incluye decoración.



Materiales para fiestas infantiles.-

- Globos
- Servilletas
- Serpentinatas

- Platos, vasos, cucharas, etc. Con su respectivo diseño; como por ejemplo.- Hi5, Toy Story, Niña Fresita, etc.



Elaboración de Bocaditos

Bocaditos de Dulce	Bocaditos de Sal
<ul style="list-style-type: none"> • Huevitos faldiqueros • Frutitas de mazapán • Alfajores • Trufas de chocolate, coco. • Caracolitos de manjar • Mini Cake cumpleaños 	<ul style="list-style-type: none"> • Sanduchitos de atún de colores • Empanaditas variadas (queso, carne, pollo) • Bocaditos de Jamón y queso. • Tartaletas • Coctel de salchichitas.



Alquiler de equipos y máquinas:

- Canguileras.- con su material, es decir el maíz.
- Maquinas de algodón de azúcar.- y su material.
- Carritos para Hot dogs.- y su material.



Además de los siguientes juegos infantiles:

- Salta Salta en forma de castillo.
- Columpio resbaladera de Jardín.
- Pelotitas saltarinas.



5.1.5 Factores Críticos de Éxito.

A continuación factores críticos de éxito:

1. Orientación a satisfacer al cliente.-

Los colaboradores tienen el deber de orientar debidamente al cliente, ser atentos y amables con ellos en todo momento; observar su necesidad y brindándole lo que este requiera, ser una guía en el momento de la elección de su producto o servicio.

2. Organización flexible y profesional.-

La empresa tiene una variedad de productos y servicios que se ofrecen de manera unitaria o conjunta, para que el cliente pueda elegir a su gusto y conveniencia económica y no se ve obligado a seleccionar un paquete que tal vez no cumpla con sus requerimientos.

3. Mejoramiento continuo e innovación.-

La empresa estará evaluando los servicios y productos que ofrece para detectar errores y de esta manera evitar que se vuelvan a repetir; así mismo el personal será capacitado para actualizar sus conocimientos para mantenerse vigente en el mercado, además se estará atento a las modas infantiles para actualizar los productos y captar la atención los clientes.

4. Servicios y productos de calidad asequible.-

ChiquiFiesteros ofrece calidad en el servicio y producto con una gran ventaja a comparación de la competencia, sus precios están acorde a la situación económica del país; adicional que contarán con una empresa especializada en la organización de eventos infantiles dentro del sector.

5. Asociaciones estratégicas:

ChiquiFiesteros mantendrá buenas relaciones con sus proveedores para obtener beneficios mutuos, también se asociará con profesionales que puedan brindar algún servicio adicional con el que

no cuente la empresa y que el cliente requiera para la realización de su evento. Esta alianza mantendrá equiparados a la empresa con la competencia directa e indirecta.

Con estos factores logramos la diferenciación en los productos y servicios que ofrecemos es una de nuestras principales metas ya que esto nos llevara ganar la fidelidad y preferencia de los clientes. Para ello la empresa debe comenzar con responsabilidad al momento de tratar al cliente, escuchar atentamente cuáles son sus necesidades y guiarlo de la mejor manera mostrarle las mejores opciones de lo que cada uno busca para su entera satisfacción. Además la mejora continua del producto y servicio hará que la empresa siga vigente en el mercado y logre reconocimiento que le abrirá nuevas oportunidades.

5.2 Estrategias de Marketing.

5.2.2 *Objetivos de Marketing.-*

- Lograr una recordación de marca del 50% de clientes después del primer año.
- En un año alcanzar el posicionamiento correcto en un 70%.
- Cumplir con el presupuesto establecido para la publicidad y promoción.
- Ofrecer productos-servicios variados y de actualidad.

5.2.3 *Objetivos Financieros.-*

Dentro del plan de marketing nuestros objetivos financieros son los siguientes:

- Lograr las ventas de acuerdo al promedio mensual propuesto que es de \$6.819,00.
- Cumplir con el presupuesto anual de \$1.466,00 para la promoción y publicidad

- Lograr llegar a nuestro mercado con la publicidad establecida para aumentar las ventas.

5.2.4 Segmentación

La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de una Industria en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores. Uno de los elementos decisivos del éxito de una empresa es su capacidad de segmentar adecuadamente su mercado.

Para la segmentación se necesita la ubicación dentro de una industria y establecer a quien se quiere llegar y ofrecer los productos y servicios, identificar si los consumidores serán todo el mercado o si se dirige solo un segmento de el. Si de este segmento se toman más divisiones, se llaman a estas Nicho. La Industria a la que pertenece nuestra empresa es Organización de Eventos, se dirige al segmento de padres, tíos, abuelos que necesiten de una organizadora de Eventos Infantiles para festejar a los niños por diferentes motivos, que vivan en el sector Sur de la ciudad de Guayaquil.

Industria: Empresas de Organización de Eventos.

Segmento: Consumidores de Eventos Infantiles, estatus social medio.

Nicho: Consumidores de Eventos Infantiles que vivan en el Sur de la ciudad de Guayaquil.

5.2.5 Mercado Meta.-

ChiquiFiesteros está dirigido a todas las personas interesadas en celebrar fiestas infantiles a niños y niñas de 1 a 10 años, que pertenezcan a la clases social media del sector Sur de la ciudad de Guayaquil comprendidos entre Centenario, Acacias, Los Almendros, Saiba, Ciudadela 9 de Octubre; que cuenta con una población de

menores entre niñas y niños de 3500 aproximadamente y que por falta de tiempo y dinero necesiten de asesoría para organizar una matinee que se adapte a sus necesidades económicas y de espacio.

5.2.6 Posicionamiento.-

La empresa se define como la mejor alternativa en precios económicos para hacer una celebración diferente a un precio justo con productos y servicios variados de los cuales el cliente puede escoger a su gusto y conveniencia, haciendo que la situación económica del país no impida que los niños sean celebrados. Esto lo transmitiremos por medio de las volantes a todo el sector al que nos enfocamos primordialmente y por folletos para los que se acercan a nuestro local por curiosidad o interés en ese tipo de eventos.

La misma que espera lograr este posicionamiento por medio de nuestras estrategias detalladas en el Plan de Marketing, desde el comienzo el trato directo con los clientes se convierte en nuestra prioridad, que el cliente se sienta en confianza al entrar a nuestro local y pueda observar ejemplos de los productos y servicios que brindamos tales como decoraciones, bocaditos y una guía de cómo convertir una fiesta de casa normal en algo diferente desde unos simples detalles hasta una gran fiesta sin que esto signifique que será excesivo el precio por el servicio brindado.

5.2.7 Estrategias de Marketing Mix:

5.2.6.1 Producto.

Paquete de Fiestas Infantiles.

- Estos paquetes serán dados a conocer por medio de volantes tanto físicas como virtuales en lugares estratégicos como centros comerciales, Mall del Sur y Riocentro Sur y alrededores del local y sector al que se dirige, en cuanto a las volantes virtuales; se enviará mails ofreciendo descuentos y promociones a la respectiva base de datos con la que se cuenta.

- En el local se tiene fotos de cómo pueden ser las fiestas escogiendo cualquier paquete que desee el cliente.
- Además se harán sorteos en diferentes escuelas con los padres de familia para así darles promociones y que obtengan los productos y servicios por medio de nuestros paquetes.
- Los paquetes de Fiestas Infantiles cuentan con los más actuales personajes animados como por ejemplo: Ben diez, Pucca, Doki, Hi5, entre otros.



Alquiler de sillas y mesas para fiestas.

- Se cuenta con la disposición con aproximadamente 250 sillas y 25 mesas para alquiler, las cuales se dará a conocer en el local de venta de productos.
- Se alquilarán las sillas y mesas de manera individual o dentro de los paquetes.
- Se brindará la respectiva ubicación y decoración de las diferentes clases de sillas y mesas.



Alquiler de equipos y máquinas como:

- Canguileras
- Máquinas de algodón de azúcar.
- Carritos para Hot dogs.



Además de los siguientes juegos los cuales animan la respectiva fiesta o evento infantiles que son:

- Salta Salta en forma de castillo
- Columpio resbaladera de Jardín
- Pelotitas Saltarinas

Materiales para fiestas:

Variedad de materiales para eventos infantiles como los que se observa a continuación:

- Globos
- Antifaz
- Servilletas
- Serpentinatas
- Manteles
- Piñatas
- Adornos, entre otros.



Todo esto en diferentes diseños; como por ejemplo.- Hi5, Toy Story, Niña Fresita, Tinkerbell etc.

Los materiales se los pueden vender tanto como en el paquete de eventos como fuera de él y siempre tendrá la posibilidad de

obtener un descuento si es cliente frecuente o si lleva una cierta cantidad numerosa de materiales variados.

Elaboración de Bocaditos y decoración:

Bocaditos de Dulce	Bocaditos de Sal
<ul style="list-style-type: none"> • Huevitos faldiqueros • Frutitas de mazapán • Alfajores • Trufas de chocolate, coco. • Caracolitos de manjar • Mini Cake cumpleaños 	<ul style="list-style-type: none"> • Sanduchitos de atún de colores • Empanaditas variadas (queso, carne, pollo) • Bocaditos de Jamón y queso. • Tartaletas • Coctel de salchichitas.

- Recurso de pastelería el cual brinda al cliente la facilidad de elegir si desea obtener este servicio con su respectivo producto.
- Servicio a Domicilio con previa petición.

5.2.6.2 Precio.

- Precios accesibles en relación a la competencia
- Combos a la medida del poder adquisitivo del cliente.
- Precios acorde a los productos de calidad que se comercializa en los almacenes

Estrategia de Precios:

Precios complementarios, obligatorios y opcionales.-

Los precios en los eventos a realizar; varía dependiendo al paquete.

- Paquete Best Party de "Tinkerbell" ★★★
(30 niños; 60 personas).....\$ 405,35
- Paquete Fantastic Party de "Las Princesas" ★★
(25 niños; 50 personas).....\$ 255,43

*no incluye fotógrafo ni carreta de snaks

- Paquete Funny Party de "Doki" ★
(20 niños; 40 Personas).....\$ 154,30
*no incluye Bocaditos ni bebidas

Precios psicológicos

Se utilizará precios psicológicos en el Show de Caritas pintada.

Show de la Tía Lulú y Sr. Paco \$ 59,99

*estos precios se aplicarán de acuerdo a la temporada y lo decidirá el gerente.

5.2.6.3 Plaza.

Se cuenta con un target medio alto, ubicado en el Sur de la ciudad en la Ciudadela 9 de Octubre, esta ubicación cubriría el sector de:

- Barrio Centenario
- Saiba
- Cdla. 9 de Octubre
- Cdla. Del Maestro, entre otros.

5.2.6.4 Promoción.

Publicidad

Para promocionar los eventos, se dará la siguiente publicidad por medio de:

- Volantes.- se repartirá volantes por el sector donde está ubicado el local y en la plaza a la nos dirigimos.
- Vallas Publicitarias.- en los puentes de las calles altamente transitadas como por ejemplo: Avda. 25 de Julio, Machala, Domingo Comín, entre otros.
- Cuñas radiales.- en las siguientes radios: Disney, Canela, Alfa. A partir del séptimo mes de labor.
- Anuncios en el Periódico.- Publicaciones dos veces al año a partir del tercer año de labor realizaremos en "La Revista" del Universo

Marketing Directo

Se implementará el marketing creando una base de datos que permita conocer las características comunes de los clientes, para conservar y satisfacer sus necesidades; así como también captar clientes potenciales. Estos datos se los consigue por medio Cupones de Promoción que se dará a los clientes que elijan eventos de entre \$200 o más; Los cupones serán sorteados para ganar descuentos en los eventos más caros que elijan.

- Folletos
- Mostrando nuestros paquetes y a la vez promocionando los mismos
- Así se dará a conocer los varios y diversos eventos infantiles que ofrecemos a nuestros clientes

Marketing Personalizado

Por medio de la Publicidad de Boca en Boca, una vez que se conozca el producto, mediante el servicio atento y personalizado, se puede tener una publicidad excelente que se trasmite mediante las personas en el momento en que conozcan y disfruten del servicio. Esto se logrará brindando un buen servicio a nuestros clientes, ofreciéndole los eventos de calidad y dando a conocer las promociones de momento, en caso de no saber que elegir para su niño.

Una base de datos donde se puede ofrecer promociones a los clientes, por medio de llamadas o mensajes de texto en el caso de que nos faciliten estos datos.

Se usará la tecnología a nuestro favor para dar a conocer las promociones e innovaciones de nuestros productos por medio de:

- Facebook.- creando una cuenta en el mismo e invitando a todas las personas de nuestro sector e incluso otras personas, empezando con nuestros propios amigos

- Página web.- diseñaremos a futuro nuestra página web para que la visiten y conozcan todo lo relacionado con nuestra empresa y los diferentes eventos que se ofrecen junto con sus promociones

5.3 Investigación de Mercado

Introducción

En este capítulo se efectuará el estudio del mercado en el cual se pretende llevar a cabo los servicios. En éste se podrá analizar, como punto importante, si el sector donde se realizará la penetración, cuenta con una demanda satisfecha o insatisfecha y su vez determinar e indagar si existe una oferta, competencia y/o precios previamente establecidos.

Además, se determinará si al momento de llevar a cabo la implantación de una empresa organizadora de eventos infantiles, ésta cubrirá la necesidad latente en dicho sector de la ciudad de Guayaquil, en este caso, por la baja oferta en este mercado y los altos precios o baja calidad que pudiesen ofertar empresas instaladas en otros sectores.

Para poder realizar y a la vez conseguir que este estudio sea una investigación profundizada del mercado, se utilizará técnicas de investigación eficaz, acompañada a su vez de un análisis de datos, el cual se obtendrán por medio de una muestra del mercado al que se quiere llegar.

5.3.1 Detalles de la Investigación.

El tipo de investigación utilizado para obtener los resultados que a continuación se presentará, fue la investigación cuantitativa y cualitativa con los métodos de encuesta y observación respectivamente.

El método de observación, se pudo llevar a cabo estando presentes en eventos infantiles que realizaron familiares y amistades con diferentes empresas del sector norte de la ciudad de Guayaquil, lo cual permitió observar los métodos utilizados por la competencia al momento de organizar un evento infantil, incluyendo el tiempo que requerido desde el momento de armar el evento hasta la finalización del mismo, pudiendo observar si la calidad de productos era la deseada por el cliente y si la atención fue la correcta permitiendo así poder obtener resultados favorables.

La encuesta que también fue utilizada como método de investigación de campo, se llevo a cabo tomando una muestra de 250 personas, empleando cinco preguntas las cuales se dividieron en cuatro preguntas cerradas y una pregunta de opción múltiple.

5.3.2 Calculo de la muestra

Las encuestas fueron realizadas a personas, en especial madres de familia, que se encontraban en los alrededores del sur de la ciudad, las cuales nos pudieron ayudar para la obtención de resultados.

El tiempo que llevó realizar esta investigación fue de dos semanas, ya que esta no se concentró en un lugar específico, sino que se visitó los dos centros comerciales que se encuentran ubicados en el sur de Guayaquil (Riocentro Sur y Mall del Sur) y además se realizaron visitas a sectores en los cuales frecuentaban mujeres con niños.

Los encuestados fueron mujeres entre 20 y 45 años aproximadamente y las cuales, según indagación de datos, tenían hijos menores de 6 años o nietos menores de 2 años.

Como se comentó en párrafos anteriores, la principal preocupación en la elaboración de una fiesta de cumpleaños, es el costo que ésta genera al momento de organizarla, el tiempo y el lugar donde se encontrará ubicado. A continuación se presentará el análisis de la

muestra y de cada una de las preguntas realizadas a los encuestados, con resultados que servirán para la implementación de la empresa en el mercado.

· Cálculo de la muestra

n = muestra

M = universo = Padres o Adultos que organicen fiestas: 705.274

E = Error de muestra

Margen de Error: 5%

$$\begin{array}{r}
 M \\
 \hline
 E^2 (M-1)+1 \\
 \\
 705.274 \\
 \hline
 (0.05)^2 (705274-1)+1 \\
 \\
 705.274 \\
 \hline
 0.0025 (705273)+1 \\
 \\
 705.274 \\
 \hline
 1763.18 + 1 \\
 \\
 705.274 \\
 \hline
 1764.18 \qquad = \qquad 399.77 \\
 \qquad \qquad \qquad \qquad \qquad \qquad R/= 400
 \end{array}$$

5.3.3 Formato de la encuesta

ENCUESTA

Nombre:

Correo electrónico:

1. ¿Qué Día de la semana le gustaría realizar la matiné?

Viernes Sábado Domingo Otros

Otros: _____

2. ¿Qué incluye ud cuando organiza las fiestas de cumpleaños de sus hijos?.

Juegos, concursos

Disfraces

Sorpresas

Arcos de globos

Arreglos de mesa

Otros

Otros _____

3. Cuánto ud invierte en los cumpleaños de sus hijos?

Hasta \$80

Hasta \$150

Más de

\$150

4. Qué promoción le gusta más?

Descuentos en el monto de tu compra

Obsequio de un artículo decorativo para tu fiesta

Un regalo sorpresa para el cumpleañero

5. Dónde le gustaría que esté ubicado un local para la elaboración de eventos infantiles?

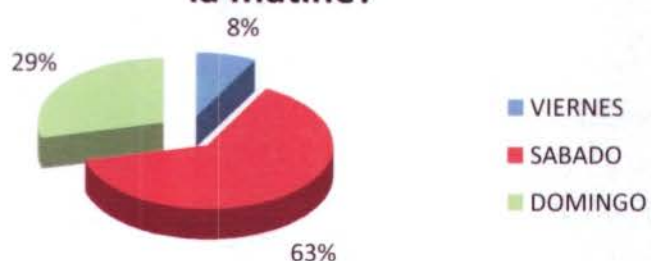
Norte

Centro

Sur

5.3.4 Presentación y Análisis de los resultados.

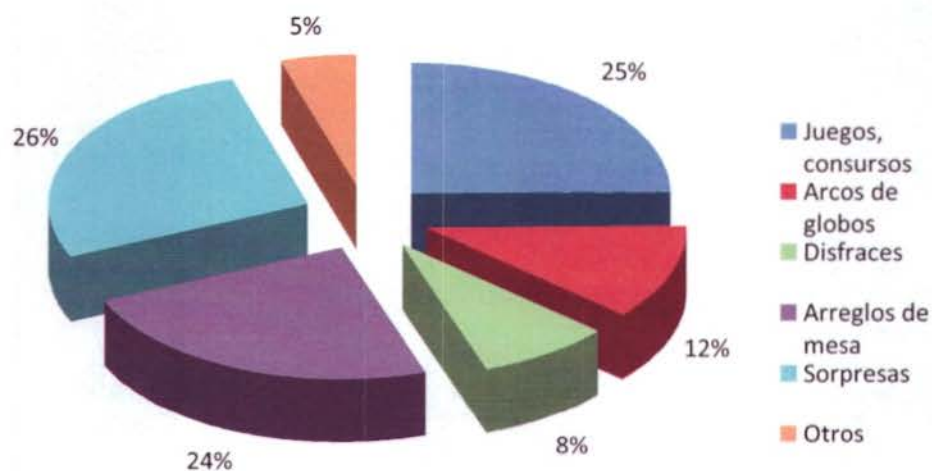
¿Qué día de la semana le gustaría realizar la matiné?



Días	%	Cantidad
Viernes	8%	20
Sábado	63%	165
Domingo	29%	75
Total	100%	250

Con un 63% los encuestados decidieron que al momento de escoger el día para organizar una matiné prefieren el día sábado.

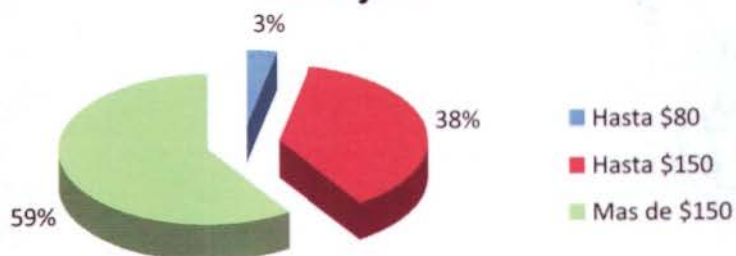
¿Qué incluye ud. cuando organiza las fiestas de cumpleaños de sus hijos?



	%	Cantidad
Juegos, concursos	24%	183
Arcos de Globos	12%	87
Disfraces	8%	62
Arreglos de mesa	24%	176
Sorpresas	27%	199
Otros	5%	36
Total	100%	743

De los 250 encuestados según la pregunta de múltiple opción determinó que es necesaria en una fiesta de cumpleaños infantil Juegos, concursos con un 24%, arreglos de mesa con un 24% y sorpresas con un 27%

¿Cuánto ud. Invierte en los cumpleaños de sus hijos?



	%	Cantidad
Hasta \$80	3%	8
Hasta \$150	38%	94
Mas de \$150	59%	148
Total	100%	250

Con un 59% de efectividad se detectó que los encuestados gastarían más de \$150 en el cumpleaños de sus hijos



	%	Cantidad
Descuento en monto de compra	53%	131
Obsequio de un artículo decorativo para su fiesta	21%	53
Regalo sorpresa para cumpleaños	26%	66
Total	100%	250

El 53% de los encuestados, aseguró que la promoción más preferida sería descuentos en el monto de la compra



	%	Cantidad
Norte	21%	52
Centro	22%	56
Sur	57%	142
Total	100%	250

El 57% de las personas encuestadas les gustaría que la ubicación de la empresa sea en el sur de la ciudad de Guayaquil

5.4 Presupuesto de Marketing.

Actividad	Responsable	Presupuesto		Tiempo	Presupuesto anual
Creación de Volantes 400u	Karen Gallegos	\$100 + \$10 viáticos	\$ 110,00	4 veces al año	\$ 440,00
Carpetas 100u	Karen Gallegos	\$40	\$ 40,00	c/2 meses (según stock)	\$ 240,00
Tarjetas de Presentación 300u		\$20	\$ 20,00		\$ 120,00
Plumas 100u	Raquel Coello	\$ 50	\$ 50,00	C/6 meses	\$ 100,00
Camisetas con logos 6u	Raquel Coello	\$48	\$ 48,00		\$ 96,00
Trípticos 200u	Raquel Coello	\$50 x 100u	\$ 100,00	3 veces al año	\$ 300,00
Repartición de Volantes * 4días	Luis Robinson	\$15 diario	\$ 60,00	1 vez al año	\$ 60,00
Supervisión recorridos de volantes.	Natalia Montero	\$10 viáticos	\$ 10,00	1 vez al año	\$ 10,00
Cuñas Radiales	Natalia Montero		\$100	1 vez al año	\$ 100,00
Total anual					\$ 1.466,00

Presupuesto Mensual 2012:

MES	ACTIVIDAD	PRESUP.
Enero	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de Volantes. • Supervisión recorridos de volantes. • Creación de carpetas, tarjetas de presentación, camisetas y plumas con el logo. • Elaboración de trípticos de información. 	\$ 438,00
Febrero		
Marzo	<ul style="list-style-type: none"> • Pedido de carpetas, tarjetas de presentación. • Diseño de Volantes. 	\$ 170,00
Abril	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de trípticos de información. 	\$ 100,00
Mayo	<ul style="list-style-type: none"> • Pedido de carpetas, tarjetas de presentación. 	60
Junio	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de Volantes. 	110
Julio	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevo pedido de plumas y camisetas con el logo. • Pedido de carpetas, tarjetas de presentación. • Cuña Radial. 	258
Agosto	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de trípticos de información. 	100
Septiembre	<ul style="list-style-type: none"> • Pedido de carpetas, tarjetas de presentación. 	60
Octubre	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de Volantes. 	110
Noviembre	<ul style="list-style-type: none"> • Pedido de carpetas, tarjetas de presentación. 	60
Diciembre		
PUBLICIDAD ANUAL		\$ 1.466,00

5.5 Auditoría y control de resultados.

5.5.1 Implementación:

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA TOPE	Tiempo
Creación de Volantes 400u	Karen Gallegos	20 de Enero 2012 15 de Marzo 2012 10 de Junio 2012 15 de Oct. 2012	4 veces al año
Carpetas 100u	Karen Gallegos	20 de Enero 2012 15 de Marzo 2012 15 de Mayo 2012 20 de Julio 2012 15 de Sep. 2012 15 de Nov. 2012	c/2 meses (según stock)
Tarjetas de Presentación 300u	Karen Gallegos	20 de Enero 2012 15 de Marzo 2012 15 de Mayo 2012 20 de Julio 2012 15 de Sep. 2012 15 de Nov. 2012	
Plumas 100u	Raquel Coello	20 de Enero 2012 20 de Julio 2012	C/6 meses
Camisetas con logos 6u	Raquel Coello	20 de Enero 2012 20 de Julio 2012	
Trípticos 200u	Raquel Coello	20 de Enero 2012 15 de Abril 2012 15 de Agust. 2012	3veces al año
Repartición de Volantes * 4días	Luis Robinson	Enero 30-Febrero 2 del 2012	1 vez al año
Supervisión recorridos de volantes.	Natalia Montero	Enero 30 - Febrero 2 del 2012	1 vez al año
Cuña Radial.	Natalia Montero	30 de Julio 2012	1 vez al año

5.5.2 Plan de Contingencia.

El objetivo primordial a través de este plan de contingencia, es certificar la seguridad de la empresa ante eventos que pudiesen ponerla en riesgo de cualquier tipo, ya sean éstos provocados por desastres naturales, actos malintencionados o despreocupación del mantenimiento de datos de parte del personal encargado.

De este modo se asegura que no existan fallas en los equipos que se van a utilizar y que las herramientas de trabajo al momento de realizar un evento, sean de la calidad esperada y se encuentren en un estado que sea el más favorable para el cliente; está sujeto a cambios de cualquier tipo, el cual puede ser informativo tecnológico o de equipamiento.

En el caso de seguridad, ya sea en el local comercial o en el lugar que se lleve a cabo el evento se debe estar prevenido por cualquier tipo de eventualidad que pudiese suceder, por ejemplo si se presenta un incendio en cualquiera de estos lugares, se debe de disponer de extintores de incendio y a la vez el personal debe estar capacitado para poder utilizar el mismo y así evitar cualquier desgracia. También se debe realizar un chequeo mensual de todo el sistema eléctrico de la empresa para así evitar daños en los equipos eléctricos causados por apagones o corto circuitos

En el caso de problemas climáticos, se debe ubicar a la empresa en un lugar que geográficamente no sea afectada, en este caso, por inundaciones en los tiempos de invierno. Si llegase a presentarse apagones inesperados y estos pudiesen afectar los equipos de computo de la empresa poniendo en riesgo datos importantes, se debe tener realizada una copia de seguridad de estos datos, el cual se llevará a diario en un disco extraíble, para de este modo evitar pérdidas de información valiosa.

Para el control de este Plan tendremos que informar mes a mes a la gerencia de las actividades que realicen los encargados debidamente asignados en el programa de acciones creado en este Plan de Marketing. Así mismo entregar un reporte de los gastos que se hayan tenido en el mes y posibles gastos por emergencias como en temporadas bajas que son los meses de invierno, esto deberá ser

analizado por la gerencia para su respectiva aprobación o negación del mismo.

- Las personas que estarán a cargo de que este plan de contingencia se lleve a cabo serán:
 - Gerente General: quien se será el responsable de la empresa y su buen funcionamiento
 - Mantenimiento: que será la persona encargada de realizar las revisiones mensuales respectivas de las instalaciones en la empresa

- Así como se lleva a cabo el plan de contingencia, el mismo debe tener su respectivo mantenimiento.
 - Gastos de mantenimiento: Costo: \$500.
 - Extintores \$80
 - Backup: se encarga la persona que esté al frente de recibir diariamente la información de los clientes Costo de disco extraíble: \$150.
 - Costo total por mes del Plan de Contingencia: Costo: \$663.00.

6. PLAN OPERATIVO

El Plan operativo es un apoyo para la organización, en el se encuentra todas las estrategias de las operaciones, así como las actividades que se realizan a diario, los alcances respectivos, el personal necesario para la organización entre otros aspectos, que permite llevar a cabo la realización completa de la organización.

6.1 Objetivos de las Operaciones.

- Identificar las políticas de calidad de la empresa.
- Conocer las funciones de cada puesto de trabajo.
- Establecer los procesos en la operación.
- Designar responsabilidades.

6.2 Días y Horarios de Funcionamientos.

Horario del Local: (Se turna el personal día libre)

Martes - viernes de 9am a 6pm.

Sábados y Domingos: 10am a 3pm.

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Día libre para todo el personal.	9am a 6pm	9am a 6pm	9am a 6pm	9am a 6pm	10am a 3pm	10am a 3pm
	Venta de accesorios para fiestas y del servicio de organización de eventos infantiles.					

El horario puede ser modificado o reajustado para la realización de un evento, si el caso lo amerita.

Horario para Eventos:

Viernes.- 4 a 7pm; alquiler de máquinas y juegos, Evento por medio de paquetes contratados, animación y caritas pintadas.

Sábados.- 11 a 7pm; alquiler de máquinas y juegos, Eventos por medio de paquetes, animación y caritas pintadas.

Domingos.- 11 a 6pm; alquiler de máquinas y juegos, Eventos por medio de paquetes, animación y caritas pintadas.

* Bocaditos y pasteles se realizan bajo pedido, la persona encargada tiene la facilidad de realizarlo en su horario de trabajo.

6.3 Alcance de las Operaciones.

La empresa es autosuficiente y eficaz, es por eso que las colaboradoras realizarán las sorpresas con los respectivos diseños, así es más factible atraer a clientes el cual se muestren interesados por las innovaciones que se realizan para que así las ventas se incrementen gracias al buen trabajo en equipo y las diferentes tareas que realizamos.

6.3.1 Proveedores.

A continuación se muestra los proveedores con los que se trabaja para la compra venta y promoción de los materiales a usar en cada evento infantil que mantendremos a disposición en nuestro local.

- **COMERCIAL CHILE 2**

Distribución caramelos, galletas, confites, dulces

Guayas- Guayaquil

Eloy Alfaro 900 y cuenca

Telf.- 2400545, 2419626

cchile@easynet.net.ec



El comercial Chile 2 proveerá de toda clase de golosinas, así como también materiales plásticos, materiales para decoración, entre otros.

- ESTUARDO SÁNCHEZ.-



Matriz: Sucre 828 y Lorenzo de
Garaicoa

Telf.: 593.4.2322090 - 2320248

Fax: 593.4.2327608

E-mail: info@alesa.com.ec



Sucursal Bahía de Guayaquil:

Eloy Alfaro 324 – 326

Telefax: 593.4.2328188



Misión: Servir a nuestros clientes mediante la importación y venta de la mayor gama de productos con niveles de calidad y precios adecuados, apoyando de esta manera el Desarrollo Económico y Social del Ecuador, y brindando a la vez puestos de trabajo con remuneraciones justas para nuestros colaboradores y la máxima rentabilidad en beneficio de nuestros accionistas.

- GUIMSA



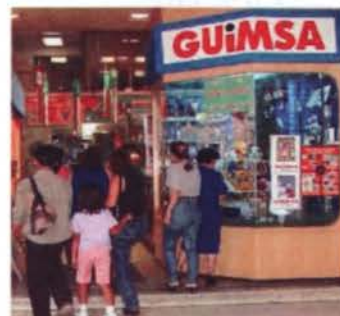
DISTRIBUIDORA GUINSA

Av. 10 de Agosto 215, entre
Pedro Carbo y Pichincha.

TELF.: (593 4) 320601

FAX. (593 4) 325 838

E-MAIL: info@guinsa.com



Misión: Guinsa tiene el compromiso con la comunidad de proporcionarles los artículos y servicios que comercializa, con una excelente atención y a precios competitivos, filosofía que fue implantada y practicada desde los inicios de la Empresa por su fundador.

- HORA LOCA

Show de Hora Loca

Enjoy and live our madness!

Disfruta de la mejor hora local Sus 5



integrantes desatarán tu fiesta!!! No dudes en llamarnos. Informes y contratos al Móvil: 084889417 / 084785001 Claro: 086862039.

6.3.2 Asociaciones.-

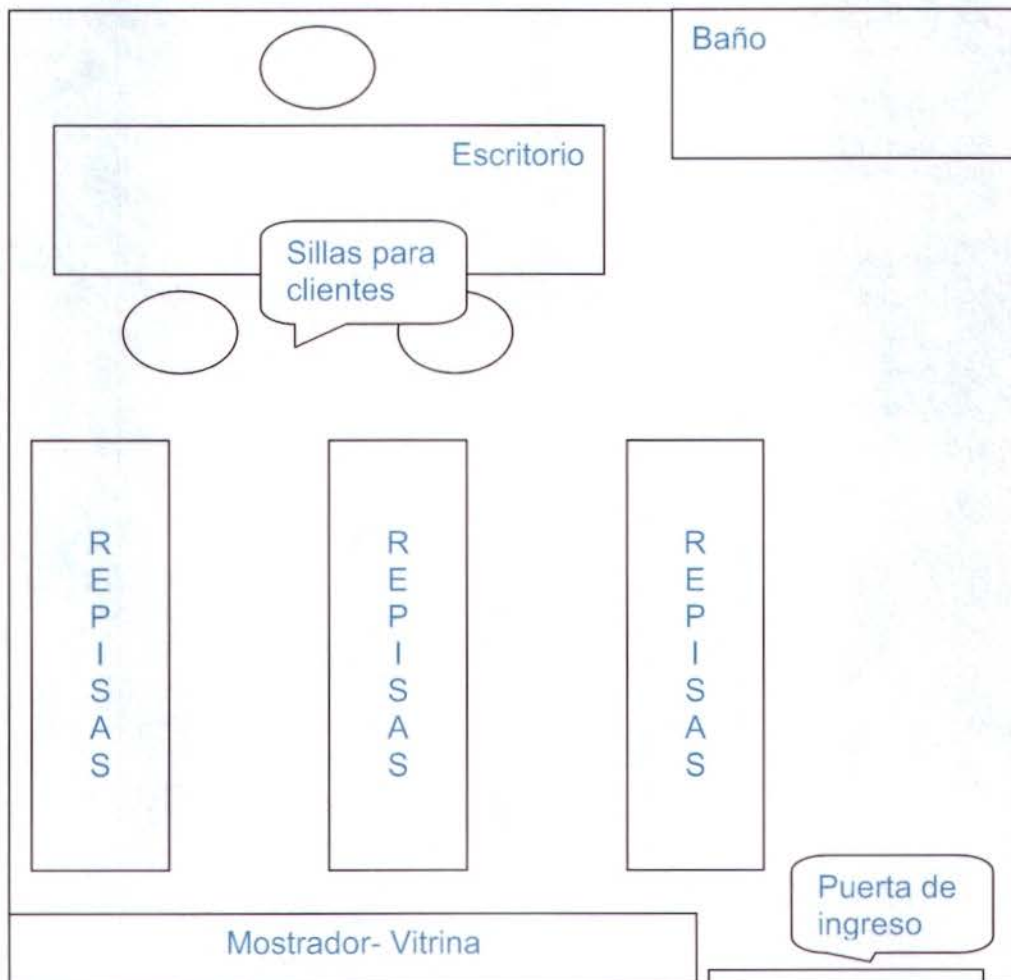
Relación con los proveedores y asociados; la empresa mantendrá buena relación profesional, ya que ellos nuestros mejores aliados en los que podemos confiar y por lo tanto deben estar bien informados de cada programa, evento o cambio que suceda en nuestra empresa.

6.4 Infraestructura.

6.4.1 Diseño del Local.

Instalaciones.- necesitamos un área aproximada de 4 m. x 4 m.

Plano del Local



6.4.2 Equipos, maquinaria y su presupuesto.

Nombre	#	P. unitario	Total	Ubicación	Tipo
Laberinto	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	Bodega	Juegos
Casita Disney inflable	2	\$ 400,00	\$ 800,00	Bodega	Juegos
Castillo salta salta	1	\$ 455,00	\$ 455,00	Bodega	Juegos
Baúl de regalos	1	\$ 30,00	\$ 30,00	Bodega	Juegos
Pelotas saltarinas	8	\$ 18,00	\$ 144,00	Local	Juegos
Máquina de canguil	1	\$ 380,00	\$ 380,00	Local	Enseres
Máq. Algodón / Azúcar	1	\$ 500,00	\$ 500,00	Local	Enseres
Máq. Hot dog grande	1	\$ 300,00	\$ 300,00	Bodega	Enseres
Máq. Hot dog pequeña	2	\$ 75,00	\$ 150,00	Local	Enseres
Tanque de gas	1	\$ 65,00	\$ 65,00	Bodega	Enseres
Máq. de Granizados	2	\$ 90,00	\$ 180,00	Bodega	Enseres
Camioneta D/C	1	\$ 16.000,00	\$ 16.000,00	Transporte	Vehículo
Mesas	10	\$ 25,00	\$ 250,00	Bodega	Eq. de Alquiler
Sillas de adultos	100	\$ 12,50	\$ 1.250,00	Bodega	Eq. de Alquiler
Sillas de niños	100	\$ 6,00	\$ 600,00	Bodega	Eq. de Alquiler
Mesas para la torta	2	\$ 35,00	\$ 70,00	Bodega	Eq. de Alquiler
Carpas	2	\$ 38,00	\$ 76,00	Local	Eq. de Alquiler
Parlantes	2	\$ 250,00	\$ 500,00	Local	Eq. Computación
Computadora	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00	Local	Eq. Computación
Escritorio	1	\$ 150,00	\$ 150,00	Local	M. de Oficina
Silla	3	\$ 12,50	\$ 37,50	Local	M. de Oficina
Anaqueles	2	\$ 200,00	\$ 400,00	Local	M. de Oficina
Monto de Inversión inicial			\$24.837,50		

6.5 Proceso productivo y de entrega de servicio:

ChiquiFiesteros se dedica a la venta de accesorios para fiestas, de los cuales elabora ciertos productos a parte del servicio que brinda a sus clientes de organización de eventos.

Productos: los accesorios para fiestas serán expuestos en las vitrinas al igual que ciertos bocaditos, lo que no se encuentre expuesto se presentará en álbumes con imágenes que muestren la variedad en temas para las fiestas. Las decoraciones, sorpresas son elaborados por nuestro personal ya sea bajo pedido de un modelo y tema en específico o de lo que se va vendiendo más seguido, reponiendo el inventario de lo que se muestra en el local.

Servicios: comprenden en la realización del evento para lo cual todo lo que se acuerda con el cliente es llevado directo el día y una hora antes dependiendo de lo requerido al lugar indicado previamente. Otros servicios son las animaciones para niños, caritas pintadas, una persona que cuide de los equipos o maquinaria que se utilice para la fiesta, etc.

6.6 Perfiles y manual de funciones de empleados.

Gerente General.- se encarga tomar las decisiones junto con su equipo de trabajo y así obtener los resultados propuestos por la organización de eventos infantiles. Además de supervisar eventos cuando estos se estén realizando. Adicional a sus funciones administrativas será el accionista mayoritario quien aportará con el 75% del Capital.

Perfil.-

Edad: 30 años en adelante.

Sexo: femenino

Actitudes:

Acostumbrado a trabajar en equipo

Ser objetivo

Actitud de líder

Tener don de mando

Iniciativa propia

(Las actitudes serán revisadas mediante test psicológicos)

Administrador y Pastelería.- se encargará de las siguientes funciones:

- Jefe del personal.
- Encargado de nómina.
- Manejar procesos contables y legales.
- Realizar los diversos bocaditos que solicite el cliente para el evento.

Perfil.-

Edad: 25 a 35 años

Sexo: femenino

Estudios profesionales en administración o carreras afines.

Actitudes:

Disposición para el uso y manejo de equipo y tecnología

Alto grado de autoestima y responsabilidad

Motivación para la búsqueda y el logro de metas

Integridad y honestidad

Normas de conducta, principios y Ética en la práctica profesional

(Las actitudes serán revisadas mediante test psicológicos)

Compras y Supervisión de eventos.- será responsable de:

- Compras de suministros generales.
- Búsqueda de proveedores y costeo.
- Elaboración de productos finales como: tarjetas de invitación, sorpresas; entre otros
- Supervisión de los respectivos eventos a realizarse el día que se requiera.

Perfil.-

Edad: de 25 a 35 años

Sexo: femenino

Estudios profesionales en administración.

(Las actitudes serán revisadas mediante test psicológicos)

Marketing, Ventas, Animación.- se encargará del marketing de la empresa, además de la animación, supervisión y realización de “caritas pintadas”

- La Promoción de los servicios
- Establecer costos de publicidad
- Elaboración de materiales publicitarios
- Planificación estratégica de la Organización de Eventos.
- Animar, supervisar y hacer disfrutar de la fiesta o evento a realizar.

Perfil.-

Edad: de 25 a 35 años

Sexo: Femenino

Estudios profesionales en administración o carreras afines.

Actitudes

Alto sentido de responsabilidad y honorabilidad.

Capacidad de respuesta a la demanda del cliente.

Actitudes positivas en las relaciones entre clientes

Acostumbrado a trabajar bajo presión y por objetivos.

Capacidad de toma de decisiones

Liderazgo

(Las actitudes serán revisadas mediante test psicológicos)

6.7 Políticas de calidad:

- Realizar todo trabajo con excelencia.
- Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes, en sus solicitudes y reclamos considerando que el fin de la empresa es el servicio a la comunidad.
- Atender al cliente es responsabilidad de todos los integrantes de la empresa, para lo cual deberán conocer los procedimientos a fin de orientarlos.

- Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.
- Impulsar el desarrollo de la capacidad y personalidad de los recursos humanos mediante acciones sistemáticas de formación.
- Los puestos de trabajo en la empresa son de carácter polifuncional; ningún trabajador podrá negarse a cumplir una actividad para la que esté debidamente capacitado.
- Todas las actividades son susceptibles de delegación, tanto en la acción como en su responsabilidad implícita.
- Realizar evaluaciones periódicas, permanentes a todos los procesos de la organización.
- Mantener una sesión mensual documentada de trabajo de cada unidad, a fin de coordinar y evaluar planes y programas, definir prioridades y plantear soluciones.
- Preservar el entorno ambiental y la seguridad de la comunidad en todo trabajo.
- Mantener en la empresa un sistema de información sobre los trabajos realizados en cumplimiento de sus funciones, proyectos y planes operativos.
- Difundir permanentemente la gestión de la empresa en forma interna y externa.
- Nuestros Clientes deben de cancelar el 50% del evento a realizar mínimo con una semana de anticipación, salvo el caso de alquiler de maquinarias.

6.8 Proceso de control de calidad.

Este proceso ayuda a controlar y asegurar que los clientes queden satisfechos y contentos con los productos y servicios brindados. La persona encargada de supervisar los eventos deberá vigilar el proceso desde el principio, comenzando por las cotizaciones, que el vendedor asesore adecuadamente a los posibles clientes, una vez llegado a un

acuerdo la puntualidad, buen estado y calidad de los accesorios y bocaditos es un factor muy importante.

Una de las formas de evaluar la calidad y satisfacción es hacer un trabajo post evento, ya sea una llamada o visita al cliente para que exprese como se sintió con la fiesta y si cumplió con todos sus requisitos. En caso de haber algún problema se hablará con todo el personal involucrado en el evento para solucionarlo o buscar la forma recompensar al cliente; una vez solucionado analizar cuál fue el motivo y exponer las correcciones para que no se cometan posteriormente.

7. PLAN DE DESARROLLO

ChiquiFiesteros es una empresa que nace con la finalidad de crear el mejor evento infantil que cualquier niño podría desear, teniendo como objetivo principal la aceptación del mercado a nivel nacional. Para alcanzar este objetivo, se contará con un personal operativo capacitado para las diferentes funciones que se llevarán a cabo en toda la empresa. Para que este alcance el mejor resultado se desarrollará estudios de mercado que ayudarán a saber cuáles son las preferencias de los clientes

La elaboración de este proyecto empezó el 23 de Agosto del 2010 y finalizó el 7 de Noviembre del 2010. A partir de esta fecha se empezó a realizar el proyecto de titulación para así obtener la aceptación del mismo y poder emprender el negocio. En este lapso de tiempo se realizaron reuniones entre las integrantes para modificar, aumentar y corregir cada detalle, para que de este modo resulte favorecedor.

Generalmente las reuniones realizadas se las llevó a cabo a partir de las seis de la tarde o sábados o domingos durante el día. En este tipo de reuniones se debatieron diferentes puntos de vista, los cuales sirvieron para poder plantearlos y obtener las ideas más innovadoras. Estos puntos de vistas nacen de la investigación diaria de los competidores principales, los cuales van a servir para saber qué se puede y se debe hacer para evitar equivocaciones o simplemente tomarlo como ejemplo.

Adicional a esto se cuenta con un plan de actividades y responsabilidades que deberán ser cumplidas y analizadas al final de cada semana, en el cual constará la responsabilidad que se tiene a cargo y cuál es la actividad y resultado que se obtiene al momento de cumplirla correctamente. Como parte primordial se tendrá en cuenta la actualización diaria sobre el tema, para así tener ideas de cómo mejorar o aumentar contenido al proyecto.

Actividades que ser realizaron antes de la apertura del Negocio:

AGOSTO 23	NOVIEMBRE 10
------------------	---------------------

El trabajo de Titulación o graduación para ingenieros en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras consistió en la orientación para la realización de nuestro proyecto en el cual nos dieron a conocer las herramientas necesarias para el buen rumbo de un negocio de cualquier tipo.

Durante este periodo llevamos a cabo el aprendizaje de las siguientes materias:

- Cocina Internacional
- Programación Neuro Lingüística
- Sistemas de calidad y Normas ISO
- Desarrollo de proyectos I
- Marketing Estratégico y Branding
- Proyecto de Vida
- Liderazgo y Formación de Equipos
- Desarrollo de proyectos II
- Destrezas para el mercado Laboral

SEGUNDA SEMANA DE OCTUBRE

- Análisis de mercado mediante encuestas.
- Avance de proyecto y entrega de borrador para corregirlo.
- Designación de tareas a integrantes del grupo para elaborar cada una respectivas funciones.

DICIEMBRE 2010

		1	2	3	4 Diseño del Proyecto en base a correcciones	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16 Elaboración de la planeación de actividades y designación de las mismas.	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

ENERO 2011

					1	2
3	4	5	6	7	8 Desarrollo de las actividades designadas.	9
10	11	12	13	14	15 Entrega de Avance de Temas designados	16 Encuestas realizadas a transeúntes (30%)
17	18	19	20	21	22 Encuestas realizadas a transeúntes (40%)	23 Revisión de temas y actividades asignadas.
24	25	26	27	28	29 Coordinación y avances	30
31						

FEBRERO 2011

	1 Revisión proyecto con el tutor de la universidad.	2	3	4	5 Coordinación y avances	6
7	8	9	10	11 Revisión y mejoramiento del logo de la empresa.	12 Elaboración de informe y observaciones para cita con el tutor.	13 Entrega de Avance de Plan de Marketing y otros temas.
14	15 Reunión de alumnos con tutor.	16	17	18	19 Cotizaciones para la elaboración de bocaditos degustación.	20 Encuestas realizadas a transeúntes (30%)
21	22	23	24	25	26 Revisión y corrección de avances entregados.	27/28

MARZO 2011

	1	2 Investigación en el Municipio de los Permisos de Funcionamiento.	3 Investigación de Permisos del Cuerpo de Bomberos entre otros.	4	5 Coordinación y avances	6
7	8 Creación de Plan Operativo	9	10	11 Finalización de creación de Nombre de la empresa	12 Entrega de y Coordinación de Avances y temas designados.	13
14	15	16	17	18	19 Análisis de organización de un piloto del proyecto	20

21	22	23	24	25 Creación de Plan de Desarrollo	26 Entrega y coordinación de Avances designados.	27
28	29	30	31			

Permisos legales y obligatorios de funcionamientos tales como:

- 1.- Patente.
- 2.- Requisito para obtener el Certificado de uso de suelo.
- 3.- Certificación de bombero.
- 4.- Copia de nombramiento y C.I. del Gerente de la Compañía.
- 5.- Ruc respectivo para la constitución de la misma.

Los mismos que se pidió a las diferentes entidades como:

- Municipio de Guayaquil.
- Cuerpo de Bomberos, entre otros.

Abril 2011

	1	2	3	4	5	6
7 Reunión con el Tutor para entrega y corrección del Proyecto	8	9 Creación de Plan Financiero.	10	11	12	13
14	15	16 Corrección de Plan Financiero y Corrección de Avances.	17 Corrección de temas, segunda revisión.	18	19 Corrección de temas, segunda revisión.	20
21 Modificación del Plan Financiero.	22	23	24 Corrección de temas, segunda revisión.	25	26 Corrección de temas, segunda revisión.	27
28	29	30 Revisión de correcciones				

		y Reformar de Plan Financiero.				
--	--	--------------------------------------	--	--	--	--

Mayo 2011

1	2	3	4	5	6 Modificación de proyecto con correcciones	7
8	9	10 Entrega de nombre de proyecto e integrantes	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20 Modificación de proyecto con correcciones	21 Revisión de correccion es
22	23	24	25	26	27	28
29 Revisión de Correcciones previa entrega.	30					

Junio 2011

1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11 Ultima revisión previa a entrega de borrador	12	13 Entrega del Borrador Corregido	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24 Planeación de video	25	26	27	28
29	30					

Julio 2011

1	2 Coordinación para realizar de video	3	4	5	6	7
8	9 Creación de video	10	11	12	13 Editar Video	14
15	16	17 Revisión de Video para Proyecto de Titulación	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

Agosto 2011

1	2 Recibimos corrección de 3era revisión	3	4	5	6 Revisión de correcciones de la 3era revisión	7 Corrección de temas de la 3ra revisión
8	9	10	11	12 Creación de temas de Plan Financiero	13 Corrección de temas de la 3ra revisión	14 Corrección de temas de la 3ra revisión
15 Entrega de Borrador Corregido	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

7.1 Aspectos Legales

El tipo de empresa que se manejará será de servicio, ya que el producto que ofrecemos es intangible; el local para instalar la oficina estará ubicado en el Sur de la ciudad de Guayaquil en la Cdla. 9 de Octubre frente a De Prati Sur, la constitución de la empresa será para el mes de Abril del 2012.

7.1.1 Tramites de constitución

- *La compañía anónima (art. 155)*

"La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas, lo que diferencia la una de la otra es que en la de responsabilidad limitada hay participaciones y en las anónimas hay acciones.

¿Qué es una acción? Es un título – valor, que se lo puede negociar, las participaciones en cambio puede ser transferidas por escritura pública y con el consentimiento unánime de todos los socios que participan en la compañía de Responsabilidad limitada. Las acciones se pueden vender, se anota en el libro talonario, se recoge la firma del cedente y del cesionario y se informa a la Intendencia de Compañías.

La Sociedad Anónimas constituye un novísimo tipo de empresa, muy difundidas en estos últimos tiempos. En este tipo de sociedad su razón social no se designa por el nombre de ninguno de los socios, sino por el objeto para el cual se forman, y se administran por mandatarios, amovibles socios o no socios por estipendio o gratuitamente.

El Capital de la compañía anónima se divide en acciones que arrojan un volumen de aportación. Se distinguen mercantilmente por las iniciales C.A., por no tener la designación del nombre de ninguno de los socios, S.A" Compañía Anónima (C.A.) o Sociedad Anónima (S.A.) indistintamente empleado.

- *Inscripción de la compañía en el registro mercantil*

La inscripción cumple dos funciones: confiere a la compañía personalidad jurídica, y da a conocer a terceros su existencia y situación jurídica. Este trámite se realizaría en el Registro Provincial Mercantil.

7.1.2 Permisos y licencias locales

- *Permiso de funcionamiento para locales nuevos.-*

ChiquiFiesteros, necesita el permiso de funcionamiento que otorga el Municipio, el cual acredita la adecuación de las instalaciones proyectadas a la normativa urbanística vigente y a reglamentación técnica que pueda ser de aplicación.

Los pasos a seguir y requisitos son los siguientes:

Comprar en ventanilla:

- Especie valorada para redactar la solicitud \$ 3.00
- Carpeta membretada \$3.00
- Tasa por servicios administrativos \$10.00 (al ingresar documentación)
- Formulario (sin costo)

Adjuntar:

- Copia del R.U.C
- Cédula A COLOR del propietario o del representante legal con carta de nombramiento
- Contrato de arrendamiento
- Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

Nota:

Para poder ingresar este trámite debe haber obtenido previamente el permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos. Si aún no lo tiene puede solicitarlo para lo cual debe adjuntar una solicitud en hoja sencilla y copias de: ruc, cédula de identidad y factura del extintor actualizada y con la dirección del local.

Pago del 1.5 por mil a los activos totales. Adicionalmente, ChiquiFiesteros debe cancelar los impuestos 1 x 100 en las ventanillas de la Tesorería del Municipio. Este tributo lo deben cancelar todos los contribuyentes, personas naturales o jurídicas que llevan contabilidad. Los requisitos son:

Comprar en ventanilla:

- Especie valorada para redactar la solicitud \$ 3.00
- Carpeta membretada \$3.00
- Tasa por servicios administrativos \$5.00 (al ingresar documentación)

Adjuntar:

- Copia del RUC.
- Balance anual (Superintendencia de Compañías)
- Copia de cédula del propietario o representante legal con carta de nombramiento.
- Formulario de declaración del impuesto del 1.5 x mil sobre los activos totales.
- Recibo de pago del último año.

• *La Licencia Única Anual de Funcionamiento de Turismo.-*

A los establecimientos con giro turístico es otorgada por el Municipio de Guayaquil a través del departamento de turismo. Los requisitos solicitados fueron los siguientes:

Comprar en ventanilla:

- Especie valorada \$ 3.00
- Carpeta membretada \$3.00
- Tasa por servicios administrativos \$ 10.0 (al ingresar documentación)

Adjuntar:

- Solicitud en especie valorada, dirigida al Sr. Alcalde.
- Copia de cédula y papeleta de votación.
- Copia del certificado de registro del Ministerio de Turismo.
- Copia de la patente municipal (permisos de funcionamiento).
- Copia del Ruc actualizado.

- Lista de precios.
- Formulario de planta (inventario del local).
- Licencia del año anterior (si lo requiere).
- Certificado actualizado de la afiliación a la Cámara de Turismo.
- Certificado actualizado de la Dirección Provincial de Salud del Guayas.
- Nombramiento del representante legal (empresas jurídicas).
- Contrato anual de arrendamiento. Cuando el patrimonio es propio el título de propiedad o escrituras.
- Pago del 1 x mil sobre los activos fijos del local al ministerio de turismo.
- *Afiliación a la cámara provincial de turismo del Guayas.-*
 Por formar parte del grupo de actividades turísticas, la afiliación a la Cámara de Turismo es un requisito ChiquiFiesteros ha obtenido el Certificado de Afiliación. Los documentos a presentar fueron:
 - Solicitud debidamente llena
 - Copias de la Escritura de Constitución, aprobada por la Superintendencia de Compañías e inscrita en el Registro Mercantil.
 - Copia de los Nombramientos de los Representantes Legales, inscrito en el Registro Mercantil.
 - Copia del Registro Único de Contribuyentes del establecimiento.
 - Copia de la Cédula de Identidad de los Representantes Legales.

8. PLAN FINANCIERO

8.1 Inversión requerida y detalle de utilización de la inversión.

Inversión inicial

Nombre	#	P. unitario	Total	Ubicación	Tipo
Laberinto	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	Bodega	Juegos
Casita Disney inflable	2	\$ 400,00	\$ 800,00	Bodega	Juegos
Castillo salta salta	1	\$ 455,00	\$ 455,00	Bodega	Juegos
Baúl de regalos	1	\$ 30,00	\$ 30,00	Bodega	Juegos
Pelotas saltarinas	8	\$ 18,00	\$ 144,00	Local	Juegos
Máquina de canguil	1	\$ 380,00	\$ 380,00	Local	Enseres
M. Algodón / Azúcar	1	\$ 500,00	\$ 500,00	Local	Enseres
Máq. Hot dog grande	1	\$ 300,00	\$ 300,00	Bodega	Enseres
Máq. Hot dog pequeña	2	\$ 75,00	\$ 150,00	Local	Enseres
Tanque de gas	1	\$ 65,00	\$ 65,00	Bodega	Enseres
Máq. de Granizados	2	\$ 90,00	\$ 180,00	Bodega	Enseres
Camioneta D/C	1	\$ 16.000,00	\$ 16.000,00	Transporte	Vehículo
Mesas	10	\$ 25,00	\$ 250,00	Bodega	Eq. de Alquiler
Sillas de adultos	100	\$ 12,50	\$ 1.250,00	Bodega	Eq. de Alquiler
Sillas de niños	100	\$ 6,00	\$ 600,00	Bodega	Eq. de Alquiler
Mesas para la torta	2	\$ 35,00	\$ 70,00	Bodega	Eq. de Alquiler
Carpas	2	\$ 38,00	\$ 76,00	Local	Eq. de Alquiler
Parlantes	2	\$ 250,00	\$ 500,00	Local	Eq. Computación
Computadora	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00	Local	Eq. Computación
Escritorio	1	\$ 150,00	\$ 150,00	Local	M. de Oficina
Silla	3	\$ 12,50	\$ 37,50	Local	M. de Oficina
Anaqueles	2	\$ 200,00	\$ 400,00	Local	M. de Oficina
Gasto de Constitución y de los 2 primeros meses			\$ 3.660,50		
Monto de Inversión Inicial			\$ 28.498,00		

Para iniciar operaciones la empresa necesita \$28.498 que se los utilizará para implementar el local comercial y su oficina, cubriendo los valores de depósito de local comercial, muebles de oficina, equipos de oficina y computación, enseres y obtener los respectivos permisos de funcionamiento.

8.1.1 Fuentes de Financiamiento

El financiamiento que se van a utilizar para conseguir los recursos que permitan financiar el proyecto, estas consistirán en una fuente de financiación INTERNA.

Fuentes Internas

Consiste en el uso de los recursos propios, como el aporte de de cuatro socios inversionistas que se detalla a continuación:

Cuadro de inversionistas

Accionista	Capital Aportado	% Participación
Manuela Castillo	\$ 19.085,63	75%
Raquel Coello	2.035,80	8%
Karen Gallegos	2.035,80	8%
Natalia Montero	2.290,28	9%
TOTAL DE LA INVERSIÓN	\$ 25.447,50	100%

8.1.2 Detalle de costos.

Productos y Servicios	Ventas Mensuales	P. Venta por unidad	TOTAL DE VENTAS	Costo de Venta
Paquetes de Fiestas infantiles	9	405,35	3648,15	192,25
Shows y Caritas pintadas	8	65,99	527,92	30
Alquiler de equipos y Menaje	25	35,71	892,75	19
Articulos para fiesta	500	3,5	1750	1,28

D	Totales	6.818,82	
e			

talle de costo de venta mensual.

8.1.3 Costo de evento.

EVENTO BEST PARTY (60 personas)

Artículos para la fiesta	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Invitaciones (Paquetes12)	3	1,00	3,00
Globos (Paquetes10)	6	0,40	2,40
Serpentinas	2	1,00	2,00
Sorpresas Manuales	30	1,00	30,00
Vasos (Paquete50)	4	0,75	3,00
Cucharitas para la torta (Paquete50)	2	0,20	0,40
Platos medianos (Paquete50)	2	0,50	1,00
Servilletas con Diseño (Paquete100)	2	0,70	1,40
platos diseño torta (12u)	3	0,70	2,10
Piñata	1	2,00	2,00
Guindola de Feliz Cumpleaños	1	1,00	1,00
Vela con edad	1	0,75	0,75
Mantel grande de diseño	4	1,80	7,20
regalos para los concursos	6	1,75	10,50
Regalos para sorpresas	30	1,00	30,00
Show de la Tía Lulú & Tío Paco 2hora	1	20,00	20,00
Paletas con logo (paquete de 12)	2	1,00	2,00
Caramelos Surtidos (fundas)	3	7,00	21,00
Bocaditos varidados100	2	15,00	30,00
Torta 2 libras	1	22,00	22,00
Relleno de piñata	1	0,50	0,50
	COSTO TOTAL		192,25

8.1.4 Costo de servicios de alquiler.

Carretas de Snacks	Cantidad	Precio Unitario	
Máquina de canguil	1	\$ 18,00	\$ 18,00
Máquina de Algodón / Azúcar	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Máquina de Hot dog grande	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Máquina de Hot dog pequeña	2	\$ 18,00	\$ 36,00
Máquina de Granizados	2	\$ 18,00	\$ 36,00
Menaje			
Mesa principal	1		\$ 3,00
Mesas Redondas 6 personas	1		\$ 1,00
Sillas de Adultos	30		\$ 4,00
Sillas de Niños	30		\$ 3,00
Mantelería			
Mantel para la mesa principal	1		2.50
Manteles Redondos	1		1.80
Sobremanteles	1		1.00
Carpas			
3*3	1		\$ 8,00
4*4	1		\$ 8,00
Entretenimiento			
Laberinto	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Casita Disney inflable	2	\$ 18,00	\$ 36,00
Castillo salta salta	1	\$ 18,00	\$ 18,00
Baúl de regalos	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Pelotas saltarinas	8	\$ 6,00	\$ 48,00
Show de animación y Caritas			
Pintadas 2 horas			\$ 30,00

8.1.5 Detalle de venta.

Precio de venta del evento

Evento Best Party (60 personas)

Artículos para la fiesta	Cantidad	Precios unitario	Total
Invitaciones (Paquetes12)	3	2,00	6,00
Globos (Paquetes10)	6	1,00	6,00
Serpentinas	2	2,00	4,00
Sorpresas Manuales	30	1,25	37,50
Vasos (Paquete50)	4	1,25	5,00
Cucharitas para la torta (Paquete50)	2	0,30	0,60
Platos medianos (Paquete50)	2	0,60	1,20
Servilletas con Diseño (Paquete100)	2	1,00	2,00
platos diseño torta (12u)	3	1,00	3,00
Piñata	1	5,00	5,00
Guindola de Feliz Cumpleaños	1	1,50	1,50
Vela con edad	1	1,25	1,25
Sillas para adultos	30	0,20	6,00
Sillas para niños	30	0,15	4,50
Mesas	3	3,00	9,00
Mesa para torta y bocaditos	1	5,00	5,00
Mantel grande de diseño	3	2,60	7,80
Regalos para los concursos	6	2,25	13,50
Regalos para sorpresas	30	1,75	52,50
Salta salta Castillo	1	30,00	30,00
Show de la Tía Lulú & Tío Paco	1	35,00	35,00
Decoración de Mesas	4	5,00	20,00
Decoración de globos	1	5,00	5,00
Paletas con logo (paquete de 12)	2	1,50	3,00
Caramelos Surtidos (fundas)	3	10,00	30,00
Bocaditos varidados100	2	20,00	40,00
Carreta Mini Hot dog100	1	35,00	35,00
Torta 2 libras	1	35,00	35,00
Relleno de piñata	1	1,00	1,00
Precio Total Venta			405,35

8.1.6 Servicios de Alquiler.

Carretas de Snacks	Cantidad	Precio Unitario	
Máquina de canguil	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Máquina de Algodón / Azúcar	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Máquina de Hot dog grande	1	\$ 55,00	\$ 55,00
Máquina de Hot dog pequeña	2	\$ 35,00	\$ 70,00
Máquina de Granizados	2	\$ 35,00	\$ 70,00
Menaje			
Mesa principal	1		5
Mesas Redondas 6 personas	1		2
Sillas de Adultos	1		0,2
Sillas de Niños	1		0,15
Mantelería			
Mantel para la mesa principal	1		2.50
Manteles Redondos	1		1.80
Sobremanteles	1		1.00
Carpas			
3*3	1		25
4*4	1		30
Entretenimiento			
Laberinto	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Casita Disney inflable	2	\$ 35,00	\$ 70,00
Castillo salta salta	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Baúl de regalos	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Pelotas saltarinas	8	\$ 4,00	\$ 32,00
Show de animación y Caritas			
Pintadas 2 horas			\$ 65,99

8.2 Estados financieros proyectados.

8.2.1 Estados de Resultados Mensuales

8.2.2 Estado de Resultado Anual

8.2.3 Balance Inicial

8.2.4 Flujo de Caja Mensual

8.2.4 Flujo de Caja Anual

Resumen EXPLOTACIÓN		Plan de negocio - 1er.AÑO												SIMPLIFICADA	
		← Opción que está activada en el INDICE													
Resumen	Total	%	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
INGRESOS VENTAS (Neto)	83.462		6.819	6.819	6.819	6.887	6.955	6.955	6.887	7.023	7.092	7.160	7.023	7.023	
COSTE de las VENTAS	36.384	43,6%	2.973	2.973	2.973	3.002	3.032	3.032	3.002	3.062	3.091	3.121	3.062	3.062	
consumo															
costes produc./servicio	36.384	43,6%	2.973	2.973	2.973	3.002	3.032	3.032	3.002	3.062	3.091	3.121	3.062	3.062	
personal produc./servicio															
MARGEN BRUTO	47.078	56,4%	3.846	3.846	3.846	3.885	3.923	3.923	3.885	3.962	4.000	4.039	3.962	3.962	
MARKETING y VENTAS	1.466	1,8%	438		170	100	60	110	258	100	60	110	60	60	
personal salarios/comisiones															
publicidad y promoción	1.466	1,8%	438		170	100	60	110	258	100	60	110	60	60	
otros ventas y marketing															
GENERALES y ADMINIST	22.667	27,2%	1.921	1.881	1.881	1.881	1.911	1.881	1.881	1.881	1.911	1.881	1.881	1.881	
personal generales/admin	16.907	22,7%	1.576	1.576	1.576	1.576	1.576	1.576	1.576	1.576	1.576	1.576	1.576	1.576	
gastos generales	3.760	4,5%	345	305	305	305	335	305	305	305	335	305	305	305	
EBITDA	22.945	27,5%	1.488	1.966	1.786	1.904	1.963	1.833	1.746	1.981	2.029	2.048	2.021	2.081	

ChiquiFiesteros		Plan de Negocio - Previsión de Resultados												2012	
INGRESOS		Total	%	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
ventas															
menos venta															
venta neta total		83.462		6.819	6.819	6.819	6.887	6.955	6.955	6.887	7.023	7.092	7.160	7.023	7.023
insolvencias															
Ingresos netos por ventas		83.462		6.819	6.819	6.819	6.887	6.955	6.955	6.887	7.023	7.092	7.160	7.023	7.023
GASTOS		Total	%	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
existencias - consumo		36.384	43,6%	2.973	2.973	2.973	3.002	3.032	3.032	3.002	3.062	3.081	3.121	3.062	3.062
iniciales		890		890	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
compras		36.998	43,1%	2.823	2.973	2.973	3.002	3.032	3.032	3.002	3.062	3.081	3.121	3.062	3.062
finales		200		200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
producción/servicio															
variables															
fijos															
personal		18.907	22,7%	1.576	1.576	1.576	1.576	1.576	1.576	1.576	1.576	1.576	1.576	1.576	1.576
comisiones															
producción/servicio															
marketing/ventas															
administración/DG		18.907	22,7%	1.576	1.576	1.576	1.576	1.576	1.576	1.576	1.576	1.576	1.576	1.576	1.576
marketing y vta		1.466	1,8%	438		170	100	60	110	258	100	60	110	60	
Publicidad y promoción		1.466	1,8%	438		170	100	60	110	258	100	60	110	60	
Otros marketing															
Gastos de ventas variables															
generales y administración		3.760	4,5%	345	305	305	305	335	305	305	305	335	305	305	305
Alquileres		2.840	3,2%	220	220	220	220	220	220	220	220	220	220	220	220
Suministros		850	0,8%	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Mantenimiento		120	0,1%	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Material Oficina		340	0,4%	60	20	20	20	60	20	20	20	60	20	20	20
Tributos															
Transportes															
Viajes y varios															
Asesorías															
Otro (uno)															
Otro (dos)															
Otro (tres)															
total gastos		60.518	72,5%	5.331	4.853	5.023	4.983	5.003	5.023	5.141	5.042	5.062	5.112	5.002	4.942
ebidta		22.945	27,5%	1.488	1.966	1.796	1.904	1.953	1.933	1.746	1.961	2.029	2.048	2.021	2.081
amortizaciones		4.757	5,7%	396	396	396	396	396	396	396	396	396	396	396	396
resultado operativo		18.188	21,8%	1.091	1.569	1.399	1.508	1.556	1.536	1.350	1.565	1.633	1.652	1.625	1.685
Financieros															
Ingresos															
gastos															
Excepcionales															
Ingresos															
gastos															
RESULTADO		Total	%	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
antes impuestos		18.188	21,8%	1.091	1.569	1.399	1.508	1.556	1.536	1.350	1.565	1.633	1.652	1.625	1.685
impuestos		-2.893	-39,3%	-396	-396	-396	-396	-396	-396	-396	-396	-396	-396	-396	-396
beneficio neto		11.595	13,9%	696	1.000	882	961	992	979	860	1.010	1.041	1.053	1.036	1.074
				696	1.000	882	961	992	979	860	1.010	1.041	1.053	1.036	1.074

	2012	2013	2014	2015	2016	% Var.	% Var.
Ingresos							
ventas							
menos ventas							
ventas netas totales	60.488	60.147	60.430	64.780	140.410	14.0%	14.0%
menos impuestos							
Ingresos netos por ventas	60.482	60.147	60.428	64.778	140.418	14.0%	14.0%
Gastos							
existencias - consumo	38.284	41.478	47.286	64.278	82.658	43.0%	43.0%
iniciales	320						
semana	26.226	41.473	47.282	64.273	82.652	14.0%	14.0%
finales	300	300	300	300	300		
producción/servicio							
variables							
no							
gastos totales	18.807	18.486	18.871	20.084	20.888	10.1%	10.1%
comisiones							
marketing/ventas	16.207	16.255	16.211	20.054	20.558	14.1%	14.1%
administración/DS	1.488	1.610	1.666	1.802	1.888	1.2%	1.2%
marketing y vbas	1.488	1.610	1.666	1.802	1.888	1.2%	1.2%
publicidad y promoción							
otros marketing							
gastos de ventas							
variables							
no							
operarios y administración	2.780	2.972	2.888	4.108	4.272	3.0%	3.0%
alquileres	2.640	2.718	2.801	2.886	3.000	2.1%	2.1%
suministros	880	880	880	880	880	3.0%	3.0%
mantenimiento	170	174	177	181	184	0.1%	0.1%
Materia prima	340	350	361	372	388	0.3%	0.3%
Tributos							
transportes							
viajes y viajes							
Asesorías							
Otros (unos)							
Utro (dos)							
Otros (tres)							
total gastos	60.519	60.148	60.500	60.182	60.140	10.1%	10.1%
Resultado operativo							
efectivo	22.946	28.001	26.887	44.686	64.808	37.9%	37.9%
amortizaciones	4.767	4.767	4.767	4.767	4.767	3.6%	3.6%
resultado operativo	92.459	94.944	91.914	102.344	109.650	23.2%	23.2%
Financieros							
Ingresos							
gastos							
Excepcionales							
Ingresos							
gastos							
RESULTADO							
antes impuestos	15.182	24.244	22.146	40.228	60.052	34.0%	34.0%
impuestos	-1.552	-2.722	-1.214	-1.428	-1.264	-12.0%	-12.0%
beneficio neto	13.630	21.522	20.932	38.800	58.788	22.0%	22.0%

ACTIVO	2012	2013	2014	2015	2016
No corriente	20.691	15.934	11.178	6.921	2.664
Inmovilizado intangible	3.079	3.079	3.079	3.079	3.079
Inmovilizado material	21.909	21.909	21.909	21.909	21.909
- Amortizaciones	-4.757	-9.513	-14.270	-18.527	-22.783
Depósitos y fianzas	460	460	460	460	460
Corriente	26.922	48.877	76.065	109.346	149.050
Existencias	200	200	200	200	200
Realizable					
Disponibles	26.722	48.677	75.865	109.146	148.850
Total ACTIVO	47.613	64.811	87.243	116.267	151.715
Patrimonio Neto y PASIVO	2012	2013	2014	2015	2016
Patrimonio Neto	40.093	55.548	75.445	101.154	133.062
Fondos propios	40.093	55.548	75.445	101.154	133.062
Capital	28.498	28.498	28.498	28.498	28.498
Reservas					
Resultados	11.595	27.051	46.947	72.657	104.565
Subvenciones					
PASIVO	7.520	9.263	11.798	15.113	18.652
No corriente					
Préstamos largo plazo					
Leasings					
Corriente	7.520	9.263	11.798	15.113	18.652
Préstamos a corto plazo					
Proveedores					
Otras cuentas a pagar	7.520	9.263	11.798	15.113	18.652
Total Patrimonio Neto y Pasivo	47.613	64.811	87.243	116.267	151.715

ChiquiFiesteros	Plan de Negocio - Presupuesto de Tesorería a 5 años				
CASH FLOW previsual	2012	2013	2014	2015	2016
Saldo acumulado al inicio		28.722	48.677	75.865	109.146
Ingresos operativos	33.478	106.565	121.484	133.706	160.552
otros ingresos	20.400				
emisión de capital	28.498				
préstamos					
Ingresos financieros					
Ingresos extraordinarios					
subvenciones					
otros e iva					
TOTAL CORKUS	121.376	106.565	121.484	133.706	160.552
pagos operativos	63.353	70.386	77.403	85.898	95.543
Salarios e incentivos	13.054	13.592	13.864	14.141	14.565
Comisiones					
Compras (material venta)	40.314	46.456	52.959	60.903	70.039
Gastos producción/servicio					
Variables de producción/servicio					
Publicidad y promoción	1.642	1.691	1.742	1.794	1.866
Otros gastos de marketing					
Gastos de Ventas					
Variables de Ventas					
Alquileres	2.907	3.046	3.137	3.231	3.300
Suministros	739	761	784	808	840
Mantenimiento	134	138	143	147	153
Material Oficina	381	302	404	416	433
Tributos					
Transportes					
Viajes y varios					
Asesorías					
Otro (uno)					
Otro (dos)					
Otro (tres)					
Liquidación costos salariales	4.132	4.310	4.370	4.458	4.588
otros pagos	30.613	14.224	16.893	20.528	25.115
Amortización préstamos (principal)					
Gastos financieros					
Leasing (principal)					
Compra activos	27.818				
Gastos Establecimiento (A)					
Gastos extraordinarios					
Liquidación I.V.A.	1.561	6.233	6.677	7.758	8.997
Liquidación retenciones salariales	1.204	1.397	1.420	1.400	1.495
Impuesto sociedades		6.593	8.788	11.314	14.515
Dividendos					
pagos anteriores (preparación)	1.288				
TOTAL PAGOS	93.966	84.610	94.296	106.426	120.658
Saldo neto ejercicio	26.722	21.955	27.188	33.281	39.704
Saldo acumulado	26.722	48.677	75.865	109.146	148.850
Saldo acumulado con pólizas	26.722	48.677	75.865	109.146	148.850

8.3 Cálculo de puntos de equilibrio, VAN, IR, PAYBACK, TIR.

Puntos De Equilibrio

El punto de equilibrio es aquel punto donde los Ingresos totales se igualan a los Costes totales.

Vendiendo por encima de dicho punto se obtienen beneficios y vendiendo por debajo se obtienen pérdidas.

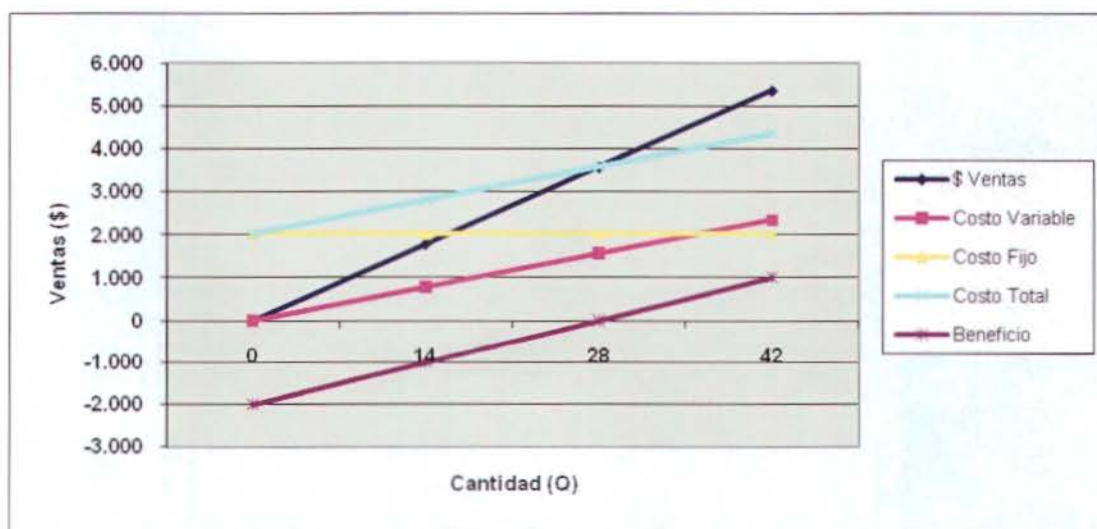
Datos iniciales

Precio Venta	128	
Coste Unitario	56	
Gastos Fijos Mes	2.011	
Pto. Equilibrio	28	Q de Equilibrio
\$ Ventas Equilibrio	3.575	\$ de Equilibrio

Datos para el gráfico

Q Ventas	0	14	28	42
\$ Ventas	0	1.788	3.575	5.363
Costo Variable	0	782	1.564	2.346
Costo Fijo	2.011	2.011	2.011	2.011
Costo Total	2.011	2.793	3.575	4.357
Beneficio	-2.011	-1.006	0	1.006

Para alcanzar el punto de equilibrio debes vender 28 unidades mes



El Punto de Equilibrio nos indica que si vendemos 28 unidades al mes y obtenemos un ingreso de \$3575 en las ventas, no ganaríamos ni perderíamos, debemos vender más de 28 unidades al mes para obtener ganancias.

VAN Y TIR

1 Datos para el análisis						
Inversión	importe	28.498				
		AÑOS				
	inversión	1	2	3	4	5
Flujo de caja (neto anual)	-28.498	26.722	21.955	27.188	33.281	39.704
2 Cálculo del V.A.N. y la T.I.R.						
Tasa de descuento	%	13,00%				
V.A.N a cinco años		73.148,46 Valor positivo, inversión (en principio) factible				
T.I.R a cinco años		19,85% Valor superior a la tasa, inversión (en principio) factible				

El VAN (Valor Actual Neto) es de \$73.148,46 lo que determina que la inversión del proyecto en principio es factible.

La TIR (Tasa Interna de Retorno), es de 19,85%, que es mayor a la tasa que un principio se esperaba, lo que refleja que la inversión en principio es factible.

IR

Este ratio indica el número de veces que la inversión es recuperada en un plazo determinado.

1		Datos				
		AÑOS O PERÍODOS				
		1	2	3	4	5
Flujo Neto de Caja (FNC anual previsto)		26.721,68	21.955,45	27.188,23	33.280,71	39.704,33
Inversión	28.498,00	◀ Importe de la inversión				

2		Cálculo del Índice de Rentabilidad	
I.R. 1 año		0,94	
I.R. 2 años		1,71	
I.R. 3 años		2,66	
I.R. 4 años		3,83	
I.R. 5 años		5,22	

PayBack

1		Datos				
		AÑOS O PERÍODOS				
		1	2	3	4	5
Flujo Neto (FNC anual previsto)		26.721,68	21.955,45	27.188,23	33.280,71	39.704,33
Inversión	28.498,00	◀ Importe de la inversión				

2		Payback o P.R.I.	
La inversión se "recuperará en su totalidad en el período:			
Payback o período de retorno		2	

La inversión se recupera en el periodo de dos años y medio como se puede reflejar en los flujos de caja acumulados.

8.4 Ratios Financieros.

Ratios de liquidez

Liquidez General

	2012	2013	2014	2015	2016
Activo Corriente	\$ 26.921,68	\$ 48.877,14	\$ 76.065,36	\$ 109.346,07	\$ 149.050,41
Pasivo Corriente	\$ 7.519,79	\$ 9.262,97	\$ 11.797,80	\$ 15.112,62	\$ 18.652,24
	3,58	5,28	6,45	7,24	7,99
	Veces	Veces	Veces	Veces	Veces

Prueba Acida

	2012	2013	2014	2015	2016
Activo Corriente	\$ 26.921,68	\$ 48.877,14	\$ 76.065,36	\$ 109.346,07	\$ 149.050,41
Inventario	200	200	200	200	200
Pasivo Corriente	\$ 7.519,79	\$ 9.262,97	\$ 11.797,80	\$ 15.112,62	\$ 18.652,24
	3,55	5,26	6,43	7,22	7,98
	Veces	Veces	Veces	Veces	Veces

Capital De Trabajo

	2012	2013	2014	2015	2016
Activo Corriente	\$ 26.921,68	\$ 48.877,14	\$ 76.065,36	\$ 109.346,07	\$ 149.050,41
Pasivo Corriente	\$ 7.519,79	\$ 9.262,97	\$ 11.797,80	\$ 15.112,62	\$ 18.652,24
	19.401,89	39.614,17	64.267,57	94.233,46	130.398,16
	UM	UM	UM	UM	UM

Ratios de la Gestión

Rotación de Inventarios

	2012	2013	2014	2015	2016
Inventario prom.	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Costo de ventas	\$ 36.384,37	\$ 41.478,18	\$ 47.285,13	\$ 54.377,90	\$ 62.534,58
	1,98	1,74	1,52	1,32	1,15
	Días	Días	Días	Días	Días

Ratios de endeudamiento, solvencia o apalancamiento

Este rateo no es utilizado en el proyecto ya que el financiamiento se hace con recursos propios, más no de endeudamiento.

Ratios de Rentabilidad

Rendimiento Sobre el Patrimonio

	2012	2013	2014	2015	2016
Utilidad Neta	\$ 11.594,94	\$ 15.455,63	\$ 19.896,75	\$ 25.709,24	\$ 31.908,06
Patrimonio	\$ 40.092,74	\$ 55.548,37	\$ 75.445,12	\$ 101.154,36	\$ 133.062,41
	28,92%	27,82%	26,37%	25,42%	23,98%

Rendimiento Sobre la Inversión

	2012	2013	2014	2015	2016
Utilidad Neta	\$ 11.594,94	\$ 15.455,63	\$ 19.896,75	\$ 25.709,24	\$ 31.908,06
Activo total	\$ 47.612,53	\$ 64.811,34	\$ 87.242,91	\$ 116.266,97	\$ 151.714,66
	24,35%	23,85%	22,81%	22,11%	21,03%

Utilidad del Activo

	2012	2013	2014	2015	2016
Utilidad antes imp.	\$ 18.188,14	\$ 24.244,13	\$ 31.210,59	\$ 40.328,22	\$ 50.051,85
Activo	\$ 47.612,53	\$ 64.811,34	\$ 87.242,91	\$ 116.266,97	\$ 151.714,66
	38,20%	37,41%	35,77%	34,69%	32,99%

Utilidad de las Ventas

	2012	2013	2014	2015	2016
Utilidad antes imp.	\$ 18.188,14	\$ 24.244,13	\$ 31.210,59	\$ 40.328,22	\$ 50.051,85
Ventas	\$ 83.462,36	\$ 95.147,09	\$ 108.467,68	\$ 124.737,83	\$ 143.448,51
	21,79%	25,48%	28,77%	32,33%	34,89%

Margen de Utilidad Bruta

	2012	2013	2014	2015	2016
Ventas	\$ 83.462,36	\$ 95.147,09	\$ 108.467,68	\$ 124.737,83	\$ 143.448,51
Costo de ventas	\$ 36.384,37	\$ 41.478,18	\$ 47.285,13	\$ 54.377,90	\$ 62.534,58
	56,41%	56,41%	56,41%	56,41%	56,41%

Margen Neto de Utilidad

Utilidad neta
Ventas netas

	2012	2013	2014	2015	2016
	\$ 11.594,94	\$ 15.455,63	\$ 19.896,75	\$ 25.709,24	\$ 31.908,06
	\$ 83.462,36	\$ 95.147,09	\$ 108.467,68	\$ 124.737,83	\$ 143.448,51
	13,89%	16,24%	18,34%	20,61%	22,24%

8.5 Análisis de Sensibilidad

La base para aplicar este método es identificar los posibles escenarios del proyecto de inversión, en la cual se exponen tres escenarios basados en la variación de costos, si disminuyen 10% (optimista), si se mantiene (Normal) y si suben el 10% (Pesimista).

Optimista:

Existe la posibilidad de lograr más de lo que proyectamos, el escenario optimista normalmente es superior al que normalmente se espera.

Escenario Optimista Costos bajan 10%	Uop	Ventas	P	Q	Cuv	CF
Paquetes de Fiestas infantiles	26.242,41	43777,8	405,35	108	\$ 159,04	359
Shows y Caritas pintadas	4.449,29	7984,79	65,99	121	\$ 25,89	403
Alquiler de equipos y Menaje	5.511,36	10713	35,71	300	\$ 14,01	998
Articulos para fiesta	(7.204,86)	20989,5	3,5	5.997	\$ 1,37	19.959
Total	28.998,20	83465,09				

Escenario Normal	Uop	Ventas	P	Q	Cuv	CF
Paquetes de Fiestas infantiles	24.294,03	43.777,80	405,35	108	\$ 176,71	399
Shows y Caritas pintadas	4.056,46	7.984,79	65,99	121	\$ 28,77	447
Alquiler de equipos y Menaje	4.933,40	10.713,00	35,71	300	\$ 15,57	1.109
Articulos para fiesta	(10.337,56)	20.989,50	3,5	5.997	\$ 1,53	22.177
Total	22.946,33	83.465,09				

Pesimista:

Es el peor panorama de la inversión, es decir, el escenario pesimista es inferior al normalmente esperado.

Escenario Pesimista						
Costos aumentan 10%	Uop	Ventas	P	Q	Cuv	CF
Paquetes de Fiestas infantiles	22.345,65	43777,8	405,35	108	\$ 194,38	439
Shows y Caritas pintadas	3.663,63	7984,79	65,99	121	\$ 31,64	492
Alquiler de equipos y Menaje	4.355,44	10713	35,71	300	\$ 17,12	1.220
Articulos para fiesta	(13.470,27)	20989,5	3,5	5.997	\$ 1,68	24.395
Total	16.894,45	83465,09				

A continuación se presentan tres escenarios en referencia a la variación del volumen de las ventas, si aumentan 10% (optimista), si se mantienen (Normal) y si disminuyen el 10% (Pesimista).

Escenario Optimista						
Ventas aumentan 10%	Uop	Ventas	P	Q	Cuv	CF
Paquetes de Fiestas infantiles	26.763,37	48155,58	405,35	119	176,70727	399
Shows y Caritas pintadas	4.506,85	8783,269	65,99	133	28,767516	447
Alquiler de equipos y Menaje	5.537,68	11784,3	35,71	330	15,567328	1.109
Articulos para fiesta	(9.153,62)	23088,45	3,5	6.597	1,5257813	22.177
Total	27.654,28	\$91.811,60				

Escenario Normal						
	Uop	Ventas	P	Q	Cuv	CF
Paquetes de Fiestas infantiles	24.294,03	43777,8	405,35	108	\$ 176,71	399
Shows y Caritas pintadas	4.056,46	7984,79	65,99	121	\$ 28,77	447
Alquiler de equipos y Menaje	4.933,40	10713	35,71	300	\$ 15,57	1.109
Articulos para fiesta	(10.337,56)	20989,5	3,5	5.997	\$ 1,53	22.177
Total	22.946,33	\$ 83.465,09				

Escenario Pesimista						
Ventas bajan 10%	Uop	Ventas	P	Q	Cuv	CF
Paquetes de Fiestas infantiles	21.824,69	39400,02	405,35	97	176,70727	399
Shows y Caritas pintadas	3.606,07	7186,311	65,99	109	28,767516	447
Alquiler de equipos y Menaje	4.329,12	9641,7	35,71	270	15,567328	1.109
Articulos para fiesta	(11.521,50)	18890,55	3,5	5.397	1,5257813	22.177
Total	18.238,37	\$ 75.118,58				

CONCLUSIONES

Como se ha podido observar la organización de eventos infantiles es y será, la primera necesidad de los padres modernos al momento de realizar el cumpleaños de sus niños. Al conocer muy bien el sector en el cual se desarrollará la empresa y sobretodo las necesidades a causa de la escasa atención prestada al sector sur de la ciudad de Guayaquil, lo cual convierte a este momento el más propicio para invertir y tomar posiciones de liderazgo en el desarrollo del respectivo proyecto.

Se conoce que todo negocio nuevo tiene muchos riesgos al inicio, pero en este caso sería un riesgo controlado ya que contamos con una oferta y una demanda muy buena gracias a las modas que rigen en la actualidad, contará con un personal muy bien capacitado y con experiencia en este tipo de trabajos, y lo mas importantes existe un nicho de consumidores esperando por una alternativa diferente e innovadora en servicios y productos como se presenta.

La tecnología es una de nuestras principales herramientas y mantenernos actualizados con lo último que rige en el mundo de los niños nos suma un punto más a favor en la penetración de la nueva empresa

En el plan Financiero se detallo que la inversión inicial es de \$ 28.498,00 con un capital de trabajo de \$130.398,16 en cinco años. Dentro del plan, se han estipulado, ingresos, gastos administrativos, renta; obteniendo un VAN de \$73.148,46, un TIR de 19,85%, y un período de retorno de 2 años.

Apoyados en el resultado de este trabajo de investigación, se recomienda que se lleve a cabo este proyecto.

RECOMENDACIONES

Es importante cada año realizar una inspección minuciosa de cada uno de los departamentos con los que cuenta la empresa para de este modo poder tomar acciones preventivas y poder estar al tanto de las nuevas tendencias que pudiesen presentarse en el medio. Es recomendable una revisión rápida y eficaz de toda estructura para de este modo aprovechar la oportunidad de un mercado que aun no tiene una competencia directa.

Si la decisión es aliarnos a proveedores, estos deben ser confiables y con trayectoria ya que una mala información o actos de su parte se podría convertir en una excusa para perder nuestros futuros clientes

El método con el que se realizará los eventos nunca debe dejar a un lado la creatividad, originalidad, motivación y calidad de servicio ya que estas serán las características principales para ser los elegidos y preferidos ante la competencia.

BIBLIOGRAFÍA

Hernández R., Fernández C. y Baptista. (2006). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.

INEC. (2011). INFLACION 2011. GUAYAQUIL: INEC.

Ecuador prevé crecimiento de 5% del PIB en 2011. (4 de Noviembre de 2010). *El Universo* .

Ecuador entre los países con más riesgo de inestabilidad política. (20 de Marzo de 2009). *Diario Hoy* .

Banco Central del Ecuador. (2011). Obtenido de <http://www.bce.fin.ec>

Centro de Estudios e Investigaciones Estadísticas. (2011). Recuperado el 2011, de <http://www.icfm.espol.edu.ec>

Ecuador prevé crecimiento de 5% del PIB en 2011. (4 de Noviembre de 2010). *El Universo* .

Poter, M. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*.

ANEXOS

- 1. Cotizaciones de la competencia.**
- 2. Solicitudes para Permisos Respectivos.**
- 3. Currículos del Equipo.**
- 4. Material publicitario de ChiquiFiesteros.**
- 5. Encuesta Satisfacción al cliente**

1. Cotizaciones de la competencia.

CHIKUELOS EXPRESS

042235310/092711609/097456048

SERVICIOS DE ALQUILER

EVENTOS	
Carretas de Snaks	
Carreta de Hot dog (100)	75
Carreta de Canguil (100)	35
Carreta de Algodón de azúcar (100)	38
Carreta de Churros (100)	45
Timbo de Helados Pingüino (100)	70
Menaje	
Tableros mesa principal (2*0.9)	6
Mesas Redondas 6 personas	1
Sillas de Adultos	0.2
Sillas de Niños	0.18
Mantelería	
Faldones mesa principal (2*0.9)	6
Faldones redondos m. principal	4
Manteles Redondos	1.8
Sobremanteles	1.6
Carpas	
3*3	45
4*4	50
6*6	55
Entretenimiento	
Salta-Salta Conejo 7*4	55
Salta-Salta Casita 5*4	55
Salta-Salta tobogán	35
Salta-Salta Castillo	45

Decoración

Arco de globos	\$ 18
Pilares de 1.50	\$ 13
Gajos de globos simples	\$ 1
Gajos de globos dobles	\$ 2



Alquiler de Máquinas:

Hot dogs,
Algodón de azúcar,
Canguil, granizados,
churritos, sillas, mesas,
salta salta, decoraciones
en globos, piñatas sorpresas,
filmaciones, fotografías, discjockey.

De todo para tus fiestas

Av. Vicente Trujillo y José de Antepara Telfs.: 2 345921 - 2446387
Cda. Las Acacias Mz. A1 Sl. 3 093411268 - 085138443



DE TODO
Para Tu Fiesta

**EVENTOS
DE AMOR S.A.**

NOTA DE VENTA

No.

Fantastic Party.

Cliente: Sr. Nocolio Montero.

Fecha: Juevi 9/2011 Tlf 096050009 P.
080440269 P

Cant.	DESCRIPCIÓN	Precio Unitario	Precio Total
2	Dca Pastas de Dofy		
1	Guirnalda Leprele		
3	Pag Sopros x 10 Dofy		
2	Dca platos. Dican.		
2	Dca Vaso.		
1	Pag Bando x 4.		
1	Piñata Coja.		
1	Guirnalda litro Ben Veni.		
1	Bela. Diseñada.		
3	Pag Bando, Torta x 10.		
2	Pag Sordita Dofy.		
1	Monte Dofy Nacional		
1	Coro uelen plum for.		
2	Dca Congu. lino.		
2	Dca Glibos Dofy		
1	Arco de Glibos		\$3500
Salida la mercaderia no aceptamos devoluciones		TOTAL US	\$ 72.25'

HORA LOCA N.- 4

Animación para la hora loca \$349

8 personajes a elección:

* Duración: 45 minutos

*OBSEQUIO:

159 PIEZAS

- 48 Collares
- 36 Pitos
- 36 Antifaces
- 30 Diademas bótense
- 6 Gorritos plásticos o (diademas de cartón)
- 2 PARTIPOP grande
- 1 Regalo para la persona homenajeada

*Incluye: CD mezclado en la hora del show
Personaje adicional a este paquete \$30.00

HORA LOCA N.- 5

Animación para la hora loca \$419.

10 Personajes a elección:

* Duración: 45 minutos

* OBSEQUIO

199 PIEZAS

- 48 Collares
- 48 Pitos
- 48 Antifaces
- 12 gorritos plásticos
- 30 Diademas bótense
- 10 coronitas de cartón
- 2 PARTIPOP grande
- 1 Regalo para la persona homenajeada

*Incluye: CD mezclado durante la hora del show
Personaje adicional a este paquete



SOLICITUD PARA REGISTRO DE PATENTE PERSONAS JURÍDICAS

PRIMERA VEZ RENOVACIÓN

ESPACIO DE USO EXCLUSIVO DE LA MUNICIPALIDAD

SOLICITUD No.		
DÍA	MES	AÑO

DATOS DEL CONTRIBUYENTE

RAZON SOCIAL			
REPRESENTANTE LEGAL			
APELLIDOS		NOMBRES	
PATERNAL	MATERNAL	1ER. NOMBRE	2DO. NOMBRE
R.U.C.	DIRECCION DEL ESTABLECIMIENTO		TELEFONOS
FAX	CASILLA	FECHA DE INICIO DE LA ACTIVIDAD ECONOMICA EN GUAYAQUIL MES DÍA AÑO	CAPITAL PROPIO (TOTAL PATRIMONIO NETO) \$/.

CLASIFICACIÓN DOMICILIARIA PARA PERSONAS JURÍDICAS QUE EJERCEN ACTIVIDADES COMERCIALES, INDUSTRIALES O FINANCIERAS EN EL CANTÓN GUAYAQUIL

CLASE A. DOMICILIO LEGAL EN EL CANTÓN SIN INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTÓN	<input type="checkbox"/>
CLASE B. DOMICILIO LEGAL EN EL CANTÓN CON UNA O MÁS INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTÓN	No. _____ <input type="checkbox"/>
CLASE C. NO DOMICILIADAS LEGALMENTE EN EL CANTÓN Y CON UNA O MÁS INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTÓN	No. _____ <input type="checkbox"/>

ACTIVIDAD

COMERCIAL <input type="checkbox"/> INDUSTRIAL <input type="checkbox"/> PERSONA JURIDICA SIN FINES DE LUCRO <input type="checkbox"/> FINANCIERA <input type="checkbox"/> EMPRESA MULTINACIONAL <input type="checkbox"/> EMPRESA DE ECONOMIA MIXTA <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/> ESPECIFIQUE: _____ ESPECIFICAR ACTIVIDAD PRINCIPAL	PARA EL CASO DE PERSONA EXONERADA No. DE RESOLUCIÓN DE EXONERACIÓN FECHA DE EMISIÓN DE RESOLUCIÓN
--	--

INFORMACIÓN ESTADÍSTICA

¿ESTÁ AFILIADO A ALGUNA CÁMARA DE PRODUCCIÓN ?	CANTIDAD DE TRABAJADORES
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	1 - 20 <input type="checkbox"/> 201 - 501 <input type="checkbox"/>
AGRICULTURA <input type="checkbox"/> CONSTRUCCIÓN <input type="checkbox"/> INDUSTRIA <input type="checkbox"/>	21 - 50 <input type="checkbox"/> MAS DE 501 <input type="checkbox"/>
COMERCIO <input type="checkbox"/> PEQUEÑA INDUSTRIA <input type="checkbox"/> ARTESANÍA <input type="checkbox"/>	51 - 200 <input type="checkbox"/>

NO USAR (USO EXCLUSIVO DE LA INSTITUCIÓN)

DECLARAMOS DE MANERA LIBRE, VOLUNTARIA Y BAJO JURAMENTO, QUE LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA SE SUJETA ESTRICTAMENTE A LA VERDAD, DEJANDO CONSTANCIA QUE NOS SOMETEMOS A LAS SANCIONES PENALES Y TRIBUTARIAS, PARA EL CASO DE INCURRIR EN FALSEDADES		LIQUIDADO POR	RELIQUIDADO POR
SOLICITANTE / REPRESENTANTE LEGAL	CONTADOR (EN CASO DE ESTAR OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD).		

OBSERVACIÓN.- ESTE FORMULARIO SE UTILIZARÁ EN LOS SIGUIENTES CASOS.
 1.- CUANDO EL PAGO DE LA PATENTE MUNICIPAL SE REALICE POR PRIMERA VEZ.
 3.- CUANDO SE HA EFECTUADO EL PAGO DEL IMPUESTO DEL 1.5 POR MIL (EN ESTA MUNICIPALIDAD O EN EL LUGAR DEL DOMICILIO PRINCIPAL). PREVIO REGISTRO DE LA PATENTE MUNICIPAL CORRESPONDIENTE.

LA PATENTE MUNICIPAL NO AUTORIZA EL FUNCIONAMIENTO DE LOCAL ALGUNO, POR LO TANTO, TRAMITE LA TASA DE HABILITACIÓN

INSTRUCTIVO PARA LLENAR FORMULARIO

FECHA:	DÍA, MES Y AÑO EN QUE SE PRESENTA EL FORMULARIO "SOLICITUD PARA REGISTRO DE PATENTE PERSONAS JURÍDICAS"
RAZON SOCIAL:	NOMBRE DE LA EMPRESA O INSTITUCIÓN QUE EJERCERÁ LOS ACTOS DE COMERCIO DENTRO DEL CANTÓN.
REPRESENTANTE LEGAL	
PATERNO:	INDIQUE EL APELLIDO PATERNO DEL REPRESENTANTE LEGAL
MATERNO:	INDIQUE EL APELLIDO MATERNO DEL REPRESENTANTE LEGAL
1ER.NOMBRE:	INDIQUE SU PRIMER NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL
2DO.NOMBRE:	INDIQUE SU SEGUNDO NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL
R. U. C.:	SE HARÁ CONSTAR EL No. DEL R.U.C.
DIRECCIÓN LEGAL DEL CONTRIBUYENTE:	SE ESPECIFICARÁ LA DIRECCIÓN, EN GUAYAQUIL, DEL ESTABLECIMIENTO O LOCAL COMERCIAL.
TELÉFONO(S), FAX, CASILLA:	SE DETALLARÁ NÚMEROS DE TELÉFONO, FAX Y CASILLA DEL CONTRIBUYENTE
FECHA DE INICIO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA:	DÍA, MES Y AÑO DE CONSTITUCIÓN (PARA PERSONAS JURÍDICAS DOMICILIADAS EN GUAYAQUIL) O INSCRIPCIÓN DEL LOCAL EN EL R.U.C. (PARA PERSONAS JURÍDICAS NO DOMICILIADAS EN EL CANTÓN GUAYAQUIL)
CAPITAL PROPIO:	SE DETALLARÁ EN NÚMEROS EL VALOR DEL TOTAL DEL PATRIMONIO NETO.
CLASIFICACIÓN DOMICILIARIA:	SE DETERMINARÁ CON UNA X EL TIPO DE DOMICILIO DEL QUE SE TRATE.
ACTIVIDAD:	SE ESPECIFICARÁ CON UNA X EL TIPO DE ACTIVIDAD DE LOCAL O ESTABLECIMIENTO
PARA EL CASO DE PERSONA EXONERADA:	SE INDICARÁ EL NÚMERO DE LA RESOLUCIÓN DE EXONERACIÓN Y SU FECHA DE EMISIÓN DE SER EL CASO
ESTÁ AFILIADO A ALGUNA CÁMARA DE LA PRODUCCIÓN?	SE INDICARÁ CON UNA X SI TIENE AFILIACIÓN CON ALGUNA CÁMARA DE LA PRODUCCIÓN SI LA RESPUESTA ES "SI" ESPECIFICAR EL GRUPO.
CANTIDAD DE TRABAJADORES:	SE DETERMINARÁ LA CANTIDAD DE TRABAJADORES QUE EMPLEA SU LOCAL O ESTABLECIMIENTO
SOLICITANTE/ REPRESENTANTE LEGAL:	ESPACIO EN EL QUE SE CONSIGNA LA FIRMA DE RESPONSABILIDADES DE DECLARACIÓN POR LA INFORMACIÓN DETALLADA EN ESTE FORMULARIO ÚNICAMENTE DEBE FIRMAR EL CONTRIBUYENTE REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO
CONTADOR:	ESPACIO EN EL QUE SE CONSIGNA LA FIRMA DEL CONTADOR O PROFESIONAL DEBIDAMENTE AUTORIZADO POR EL RESPECTIVO COLEGIO.

➤ PERSONA JURÍDICA DEBE PRESENTAR LOS SIGUIENTES REQUISITOS:

1. Formulario "Solicitud para Registro de Patente Personas Jurídicas".
2. Copia legible de los Estados Financieros del periodo contable a declarar, con la fe de presentación de la Superintendencia de Compañías o de Bancos, según el caso.
3. Copia legible de la cédula de identidad y del nombramiento actualizado del Representante Legal.
4. Copia legible del R.U.C. Actualizado,
5. Original y copia legible del Certificado de Seguridad (otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos). Las personas que tienen más de un establecimiento, deben presentar el Certificado de Seguridad de cada uno de los locales.
6. Copia de la Escritura de Constitución (cuando es por ira. vez).
7. Copia del comprobante de pago de la Tasa Anual de Turismo, para los establecimientos que desarrollan actividades turísticas.

➤ PASOS DEL TRÁMITE:

1. Solicitar el formulario "Solicitud para Registro de Patente Personas Jurídicas" en la Ventanilla Única Municipal (Cámara de Comercio) o en las Ventanillas de Patente de la Dirección Financiera de la Municipalidad (Bloque Noroeste 2). El valor de la Tasa de Trámite para el pago de Patente se incluirá en el Comprobante de Pago de la liquidación de dicho impuesto.
2. Llenar la solicitud con letra imprenta o a máquina.
3. Adjuntar los requisitos indicados a la solicitud y entregar en la Ventanilla Única Municipal (Cámara de Comercio), o en las Ventanillas de Patente o 1.5 por mil de la Dirección Financiera de la Municipalidad (Bloque Noroeste 2) donde se le indicará el monto de la liquidación correspondiente. (No se aceptará documentación incompleta o ilegible, ni declaraciones enmendadas).
4. Cancelar en la Ventanilla Única Municipal (Cámara de Comercio) o en las Ventanillas de Recaudaciones de la Municipalidad (Bloque Noreste 1) el valor de la liquidación.



SI AL RELIQUIDARSE EL TRIBUTO SE DESPRENDE UN VALOR A FAVOR DE LA MUNICIPALIDAD DE GUAYAQUIL, EL MISMO SERÁ CARGADO COMO DEUDA Y SE COBRARÁ AL MOMENTO DE RENOVAR LA PATENTE ANUAL

Documentos Adicionales exigidos de acuerdo a la Actividad Comercial de su Negocio

Certificado de Trampa de Grasa de Interagua

Para todos los locales como restaurantes, talleres mecánicos, lubricadoras y a fines a cualquiera de estas actividades necesitarán específicamente el certificado de Interagua.

Se obtiene en Interagua (sucursal norte: Calle Justino Cornejo y Av. Fco de Orellana, Edificio Atlas; sucursal sur: Coronel y Calicuchima, Polideportivo Huancavilca).

Certificado Municipal de Turismo

Para todos los locales en los que se realicen actividades turísticas. Por ejemplo: hoteles, restaurantes, transporte turístico, etc.

Se obtiene en la Dirección de Turismo, en el primer piso del Edificio Ex-Crillón al frente del Palacio Municipal.

Previo a la obtención de este documento debe tener el Certificado del Ministerio de Turismo (Av. Fco de Orellana, Edificio Gobierno del Litoral, 8vo Piso).

Certificado de Medio Ambiente

Para todos los locales en los que se realicen actividades que puedan tener impactos ambientales. Por ejemplo: talleres, fábricas, industrias y afines.

Los locales destinados para discotecas, peñas, barras, billares, cabarets y casas de citas también deberán presentar el certificado de medio ambiente.

Se obtiene en la Dirección de Medio Ambiente, en el tercer piso del Edificio Ex-Crillón.

Nota: Si una vez obtenido el Certificado de Medio Ambiente, este posee alguna observación, deberá acercarse a la comisaria correspondiente para la firma del acta de compromiso, la misma que deberá adjuntar a la carpeta del trámite para la Tasa de Habilitación.

Certificado del Ministerio de Educación

Para todos los centros educativos.

Se obtiene en la Dirección Provincial de Educación del Guayas ubicada en Domingo Comín y Chambers.



Muy Ilustre
Municipalidad de Guayaquil
Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública
Jefatura de Tasa de Habilitación

INSTRUCTIVO DE LOS REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DE LA TASA DE HABILITACIÓN

Elaborado:

Por la Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública (Jefatura de Tasa de Habilitación)

Guayaquil, 23 de Agosto del 2010

PARA OBTENER LA TASA DE HABILITACIÓN

1er Paso Obtener el Certificado de Uso de Suelo

¿Qué es el Certificado de Uso de Suelo?

Es el documento que indicará inicialmente si la actividad solicitada es permisible y las condiciones adicionales con las cuales deberá cumplir el local.

¿Cómo se obtiene el Certificado de Uso de Suelo?

1. Tasa de Trámite por Servicios Técnicos Administrativos (valor \$2, comprar en la ventanilla de Ballén y Pichincha)
2. Formulario de Solicitud de Consulta de Uso de Suelo (se lo recibe al comprar la Tasa de Trámite)
3. Cumplir con demás requisitos que se indiquen en la Ventanilla Municipal #54 (ubicada en 10 de Agosto y Malecón)

Completada la documentación deberá ingresarla en la Ventanilla Municipal #54 (ubicada en 10 Agosto y Malecón).

Locales ubicados en Centros Comerciales

Deben presentar el Certificado de Uso de Suelo del Centro Comercial, que para la obtención del mismo deben solicitarlo a la Administración del Centro Comercial.

IMPORTANTE

Al recibir el Certificado de Uso de Suelo el Usuario debe verificar que:

- El **código catastral** en el que se otorga la factibilidad corresponda al código catastral del predio en el que funciona el local comercial.
- La **actividad comercial** otorgada como factible corresponda exactamente a la actividad desempeñada en el local, la cual deberá coincidir con la registrada en el RUC y la Tasa por Servicio Contra Incendios.
- La **dirección** en la que se otorga la factibilidad sea la misma que consta como dirección del establecimiento en el RUC de la compañía.

Previa a la obtención de la Tasa de Habilitación es imprescindible leer las **OBSERVACIONES** del Certificado del Uso de Suelo, ya que en estas constan los **requisitos adicionales** para la obtención de la Tasa de Habilitación.

2do Paso De ser Factible el Certificado de Uso de Suelo ingresar en la Ventanilla Municipal #41 (10 de Agosto y Pichincha) la carpeta con la siguiente documentación

Documentación General exigida a TODOS los locales

1. Certificado de Uso de Suelo (Incluidos aquellos locales ubicados en Centros Comerciales)
2. Tasa de trámite de Tasa de Habilitación (valor \$2, comprar en las ventanillas municipales ubicadas en 10 de Agosto y Pichincha)
3. Formulario de Tasa de habilitación (se lo recibe al comprar la Tasa de Trámite de Tasa de Habilitación)
4. Copia de Patente Municipal del año en curso
5. Copia de última actualización del RUC
6. Copia del Nombramiento, Cédula y Certificado de Votación del representante legal (si el solicitante es una persona jurídica)
7. Copia de Cédula y Certificado de Votación del dueño del negocio (si el solicitante es una persona natural)
8. Tasa por Servicio Contra Incendios (Certificado del Cuerpo de Bomberos) del año en curso
9. Carta de Concesión o Contratos de Arrendamientos extendidos de manera legal y con copia de cédula del arrendador (adicionalmente los documentos deben ser notariados con reconocimiento de firmas)
10. Copia del pago de los Impuestos Prediales vigentes (de Enero a Junio el del año anterior, de Julio a Diciembre se recibe el del año en curso)
11. Certificado de Desechos Sólidos (se obtiene en la Dirección de Aseo Cantonal, en el 3er piso del lado de 10 de Agosto)
12. Si la persona que realiza el trámite no es el titular del negocio deberá presentar su copia de cédula y certificado de votación junto con una carta de autorización del titular del negocio notariada

Importante: Todos los Documentos deben ser vigentes, y deben contener siempre la dirección exacta del local y el nombre del solicitante ya sea persona natural o jurídica.

Encuesta Satisfacción Cliente

Nombre:
Dirección:

Teléfono:
E-mail:

1. ¿Cómo fue la atención recibida en nuestro local?

Muy amable Amable Poco amable

2. El producto que usted recibió está conforme con lo solicitado al vendedor.

Si No

3. ¿Cómo califica usted el evento?

Excelente Muy Bueno Bueno Regular

4. ¿Fue de su agrado la animación del evento? ¿Por qué?

Si No

5. ¿Fueron los precios adecuados a al servicio recibido?

Si No

REQUISITOS PARA OBTENER EL CERTIFICADO DE USO DE SUELO

- 1.- Comprar una tasa para unos de suelo en Ballén y Malecón, pedir solicitud.*
- 2.- Solicitud (llenar datos como Código catastral, medidas del local es decir cuanto tiene de frente y cuanto de fondo; si es una empresa poner nombres de la empresa y numero de Ruc.*
- 3.- Copia de cedula de identidad.*
- 4.- Papeleta de votación*
- 5.- Fotos del interior, exterior y fachada del Local. Si es restaurant agregar foto del área de cocina.*
- 6.- Copia de RUC.*



**REQUISITOS PARA USUARIOS: POR 1ERA. VEZ Y
POR ACTUALIZACIONES EN S.R.I.**

1. Declaración juramentada celebrada ante un Notario Público, en la cual consten los datos exactos del Propietario o Representante legal de la compañía, dirección exacta del establecimiento comercial, Oficina, Industria, etc. y la actividad económica que realizan.
2. Copia de una planilla de servicio básico (agua, luz, teléfono, cable o Internet) a nombre del Propietario o de la Compañía, con la dirección del establecimiento.
3. En caso de ser arrendatario, también deberá presentar copia del contrato de arrendamiento debidamente inscrito en el Juzgado de inquilinato.
4. En caso de ser compañía, deberá presentar copia del nombramiento vigente.
5. Si el trámite lo realiza personalmente, adjuntar copia de la cédula de ciudadanía del propietario o representante legal, o autorización por escrito para la persona que realizará el trámite adjuntando fotocopia de las cédulas de ciudadanía de quién autoriza y del autorizado.
6. Original y Copia de la Factura de compra o recarga del extintor, con los datos del establecimiento, la capacidad del extintor va en relación con la actividad y área del establecimiento (mínimo 5 libras), excepto para la venta de gas (mínimo 10 libras PQS).
7. Original y copia de la Calificación Artesanal en caso de ser artesano.
8. Para venta de Gas (traer autorización de Hidrocarburo actualizada).
9. Para venta o reparación de armas (traer autorización del Comando Conjunto).

RAQUEL MARÍA COELLO RADA
SAUCES 3 MANZANA 164 VILLA 22
Teléfonos: 2279570 – 092128684
EMAIL: rachel15_way@hotmail.com
Guayaquil - Ecuador



DATOS PERSONALES.

Fecha de Nacimiento: **Noviembre 23 de 1988.**
Lugar de Nacimiento: **Guayaquil.**
Estado Civil: **Soltera.**
Cédula de Identidad: **0926268418.**
Nacionalidad: **Ecuatoriana**

EXPERIENCIA LABORAL.

Agosto 2011- Actualidad
Ecuasanitas S.A.
Auxiliar de servicios médicos.

Mayo 2010 – Julio 2011
MEDIKEN
Recepcionista

Febrero – Agosto 2009
Latina Seguros y Reaseguros S.A.
Ejecutiva del Soat

Octubre – Diciembre 2008
Subsecretaría de Turismo del Guayas
Pasante del Departamento de Marketing.

YesTravel Agencia de Viajes
Asistente.-

Febrero al 11 de Abril del 2008

Green Horizons Tours S.A.
Pasantías Universitarias
Desde el 4 al 21 de Septiembre 2007

Hotel Sun Beach - Salinas
240 horas de Pasantías Universitarias
Desde el 12 de Marzo al 14 de Abril del 2007

ESTUDIOS REALIZADOS.

SUPERIOR: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil
Egresada en Ingeniería de Administración de
Empresas Turísticas Y Hoteleras

PRIMARIA Y Colegio Santo Domingo de Guzmán
SECUNDARIA: Bachiller en Ciencias de Comercio y Administración.
Especialización Informática.

COMPETENCIAS Y HABILIDADES

- Manejo de Utilitarios de Microsoft, Word, Excel, PowerPoint.
- Buena Comunicación.
- Buenas Relaciones Interpersonales.
- Actitud de Servicio al Cliente.

REFERENCIAS PERSONALES.

Srta. Karola Solís.
Subgerente de Exportaciones
Transavisa Cía. Ltda.
Guayaquil. Telef. 2598350

Sra. Mirna Zamora
Asistente-Departamento de Documentación
Transoceánica Cía. Ltda.
Guayaquil. Telef. 2598060.

NATALIA ESTEFANÍA MONTERO CASTILLO
Dirección: CDLA. DEL MAESTRO MZ. 5 V.4
Teléfono: 2-430-718 092448823

DATOS PERSONALES

Nacionalidad: Ecuatoriana
Fecha de Nacimiento: Mayo, 15 de 1988
Lugar de Nacimiento: Guayaquil, Guayas
Estado Civil : Soltera
Cédula de Ciudadanía: 092414871-1
Correo Electrónico: natymontero@live.com



FORMACIÓN

Instrucción Superior: Universidad Católica Santiago de Guayaquil
Facultad de Especialidades Empresariales
Egresada en Hotelería y Turismo

Instrucción Secundaria: Colegio Técnico Experimental de Comercio y
Administración "Veintiocho de Mayo"
Bachiller en Secretariado Administrativo
Bilingüe

Instrucción Primaria: Escuela Fiscal "Dr. Francisco Falquéz
Ampuero N° 93"

EXPERIENCIA LABORAL

Assist-Card

Labore de Octubre a Diciembre 2010.

Coordinadora-Operaciones. Reemplazo

Hostería Punta Blanca

Pasantías de la Universidad, Abril a Mayo 2010.

Recepción; Supervisora del personal.

ExpoLibro

Pasantías de la Universidad; Julio 2009.

Digitadora.

EI UNIVERSO

De Mayo a Diciembre 2008.

Digitadora. Dpto. Internet

II Feria Internacional de Turismo

"Principales destinos Turísticos de América"

Pasantías de la Universidad; del 5 al 9 de Septiembre del 2007.

Protocolo.

Museo Nahím Isaías

Pasantías de la Universidad; de Marzo hasta Mayo del 2007

Guía.

CURSOS REALIZADOS

Curso de Ingles
COPEI
Décimo Nivel (adultos)

Contabilidad Básica
SECAP

FUPTURS
Fundación para el Desarrollo del Turismo Social
Guayaquil 16 de Mayo del 2007

REFERENCIAS PERSONALES

Lcda. Marjorie Castillo Chica
Oficial de Inversiones
Unibanco
Telefono: 2-886614. ext:215

Ing. Lenín Yagual Soriano
Administrador
CARVI
Telefono: 2-532292.

Eva Gonzalez
Abogada
Celular: 093330409

HOJA DE VIDA

Nombre: Karen Yanina Gallegos Safadi
Dirección: Sauces 4 Manzana 366 villa 12
Teléfono: 042-824800
Celular: 092553513-093755756
E-mail: karen_gallegos_safadi@hotmail.es
Lugar de nacimiento: Guayas, Guayaquil
Nacionalidad: ecuatoriana
Fecha de nacimiento: 07 de Mayo de 1988
Edad: 22 años
Estado civil: Soltera
Cédula de identidad: # 0913942025



EDUCACIÓN

Superior:

- Universidad Católica Santiago de Guayaquil
Carrera Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras
Egresada

IDIOMAS

- Inglés (Nivel Intermedio)

EXPERIENCIA LABORAL

- Maderas y Carpintería

Recepcionista
Sr. Galo Salinas
Teléfono: 2243467
Febrero 2009-Febrero 2010

- Café Olalla

Cajera-Mesera
Teléfono: 6043449
Abril 23/2010-Mayo 14/2010

- Assist- Card Ecuador

Agente de Operaciones Regionales
Teléfono: 2693904
Julio/27-Actualmente laborando

CERTIFICADOS

- Museo Presley Norton

I Feria Gastronómica de la Costa ecuatoriana
31 de Agosto del 2008

- Plan Maestro de Turismo de la Provincia del Guayas

Enero 2008

- FITE – Feria Internacional del Turismo en Ecuador

9 de Septiembre del 2007

- Universidad Católica Santiago de Guayaquil

Segunda Feria Internacional de Turismo, "Principales destinos turísticos de América"

24 de Agosto del 2007

- Universidad Católica Santiago de Guayaquil

Proyecto Educativo Casa Abierta 2007

17 de Agosto del 2007

- Fundación para el desarrollo del Turismo Social "FUPTURS"

La juventud y el turismo

06 de Julio del 2007

- Asociación de Bartenders del Ecuador

"Workshop interactivo teórico práctico de técnicas profesionales de Servicio de Coctelería para Restaurantes y Bares"

29 y 30 de Enero del 2007

- Asociación de Scouts del Ecuador. Distrito Guayas.

Programa Básico Campismo, Escultismo y Primeros Auxilios.

7 y 8 de Agosto del 2006

REFERENCIAS PERSONALES

- Ab. Claudia Herrera

Estudio Jurídico Franco

Teléfono: 04-2533-288/86

- Arq. Elvia López

Teléfono: 094251870

- Pts. Gabriela Bolaños

Centro de Salud "Sauces 3" Área 8

Teléfono: 082636413

ChiquiFiesteros

► Brindamos una experiencia inolvidable en la que el niño experimenta una gran diversión y alegría siendo estas manifestaciones la recompensa al esfuerzo de sus padres.

Mi Fiesta

Paquete Best Party de "Las Princesas" ★★
(30 niños, 50 personas).....\$405,35

Paquete Fantastic Party de "Backyardigans" ★★
(25 niños, 50 personas).....\$265,43
no incluye carreta de snacks

Paquete Funny Party de "Doki" ★
(20 niños, 40 personas).....\$164,30
no incluye Bocadoitos ni bebidas

Implementamos todos los recursos materiales y humanos necesarios!!



Dream's Party Express

Avda. Ernesto Albán mz p villa 5. Cdla.
Los Almendros, frente a De Prati Sur.

Teléfonos: 092448823 - 080890542

Correo: dreamspartyxpress@live.com

organización DE EVENTOS INFANTILES



Los expertos en diseñar Tu fiesta

Disfruta de la Fiesta de tus sueños dejando todo en nuestras manos



RAQUEL COELLO

*Gerente de Compras y Supervisión
de Eventos*

Avda. Ernesto Albán mz p villa S.
Cda. Los Almendros, frente a De
Prati Sur.

Teléfono: 080890542
Correo: dreamsrnksa@live.com



RAQUEL COELLO

*Gerente de Compras y Supervisión
de Eventos*

Avda. Ernesto Albán mz p villa S.
Cda. Los Almendros, frente a De
Prati Sur.

Teléfono: 080890542
Correo: dreamsrnksa@live.com



Los expertos en diseñar Tú fiesta.

Avda. Ernesto Albán mz p villa 5. Cdla. Los
Almendros, frente a De Prati Sur

Teléfonos: 092448823 - 080890542

Encuesta Satisfacción Cliente

Nombre:
Dirección:

Teléfono:
E-mail:

1. ¿Cómo fue la atención recibida en nuestro local?

Muy amable Amable Poco amable

2. El producto que usted recibió está conforme con lo solicitado al vendedor.

Si No

3. ¿Cómo califica usted el evento?

Excelente Muy Bueno Bueno Regular

4. ¿Fue de su agrado la animación del evento? ¿Por qué?

Si No

5. ¿Fueron los precios adecuados a al servicio recibido?

Si No