

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA
DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS**

PUCESE



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UNA EMPRESA DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS
INFANTILES EN EL CANTÓN ESMERALDAS, PROVINCIA
ESMERALDAS”**

PROYECTO DE TESIS

Previa al grado académico de:

INGENIERA COMERCIAL MENCION PRODUCTIVIDAD

AUTORA:

GLORIA JOCABED PLATA ALARCÓN

ASESORA:

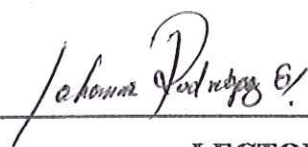
DRA. TAHIMI ACHILIE

ESMERALDAS, MAYO DEL 2010

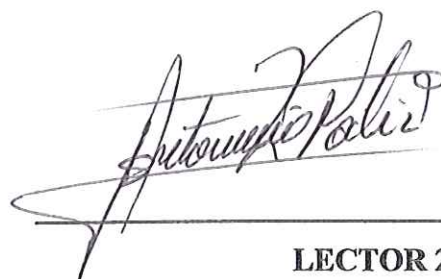
Disertación aprobada luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el Reglamento de Grado de la PUCESE, previo a la obtención del Título de Ingeniera Comercial Mención Productividad.



DIRECTOR DE TESIS



LECTOR 1



LECTOR 2



DIRECTOR DE LA ESCUELA

Esmeraldas, Mayo del 2010

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **GLORIA JOCABED PLATA ALARCÓN**, con cédula de ciudadanía N° 080293336-6, declaro bajo juramento que la presente investigación es de mi autoría única y de mi total responsabilidad, respetando las diferentes fuentes de información y las citas bibliográficas respectivas.

Los conceptos, criterios, ideas, cuadros, gráficos, conclusiones, recomendaciones y opiniones registradas en el presente Proyecto son de absoluta responsabilidad de la autora, para optar por el título de Ingeniera Comercial Mención Productividad.

GLORIA JOCABED PLATA ALARCÓN

DEDICATORIA

Con mucho amor a mi madre Rosita, mi fortaleza y ejemplo a seguir en la tierra.

A mi mami Goyita, soporte y aliento durante mi carrera.

A mi esposo Hernán López, mi apoyo incondicional.

A mi hijo amado Jorge Andrés, inspiración de mi vida.

A mis hermanos, Wendy, Jorge y John Jairo, por motivarme cada día a no rendirme.

A todas aquellas personas que harán uso del mismo, en posteriores investigaciones, en bien de la Universidad, de la Sociedad y del país.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por las fuerzas que me dio durante todo este tiempo de dedicación en el presente trabajo de investigación y por la satisfacción que me da de culminar mis estudios.

A mi esposo Hernán López e hijo Jorge Andrés, quienes sacrificaron horas que les pertenecían y que les fueron restadas en la absorbente tarea de elaboración de este proyecto.

A mis padres Teófilo y Gloria, a mi madre Rosita y a mis hermanos Wendy, Jorge y John Jairo, por sus oraciones y apoyo incondicional lo cual me impulsó a seguir adelante sin claudicar, hasta culminar esta etapa de mi vida.

De manera especial a los docentes de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede en Esmeraldas, por haberme instruido profesionalmente.

Finalmente a todas las personas que amablemente orientaron y colaboraron al desarrollo del presente Proyecto de Grado.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
TRIBUNAL DE GRADUACIÓN	ii
DECLARACIÓN DE AUTORIA	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE GENERAL	vi
ABREVIATURAS	xiii
LISTA DE FIGURAS	xiv
LISTA DE TABLAS	xv
RESUMEN EJECUTIVO	xviii
ABSTRACT	xx
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	5
ASPECTOS GENERALES	5
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	5
1.2. JUSTIFICACIÓN	6
1.3. OBJETIVOS	7
1.3.1. General	7
1.3.2. Específicos	7
1.4. METODOLOGICA DE LA INVESTIGACIÓN	8
1.4.1. Tipo de Investigación	8
1.4.2. Método a utilizarse en la investifgación	8
1.4.3. Técnicas de Investigación	9
1.4.4. Recolección de la información empírica	10
1.4.5. Identificación de la Población y Muestra	10
CAPÍTULO II	110
MARCO TEÓRICO	10
2.1. MARCO CONTEXTUAL DE LA PROVINCIA DE ESMERALDAS	10

2.1.1.	Aspectos Generales de la ciudad de Esmeraldas	13
2.2.	GENERALIDADES DE LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS	12
2.2.1.	Definición de Organización de Eventos	13
2.2.2.	Organización formal e informal	13
2.2.2.1.	Organización formal	13
2.2.2.2.	Organización informal:	13
2.2.3.	Elementos que intervienen en la gestión del mercado de reuniones	14
2.2.3.1.	Generadores de eventos	14
2.2.3.2.	Operadores profesionales	15
2.2.4.	Clasificación de Eventos	168
2.2.4.1.	Asambleas	17
2.2.4.2.	Conferencias	17
2.2.4.3.	Congresos	17
2.2.4.4.	Convenciones	20
2.2.4.5.	Cursos, seminarios, simposios	20
2.2.4.6.	Ferias y exposiciones	20
2.2.4.7.	Viajes de Incentivo	219
2.2.4.8.	Otros Eventos	21
2.2.5.	Etapas de organización del trabajo	22
2.2.5.1.	Organización	20
2.2.5.2.	División del trabajo	20
2.2.5.3.	Coordinación	20
2.2.5.4.	Jerarquización	213
2.2.5.5.	Departamentalización	21
2.3.	EVENTO INFANTIL	23
2.3.1.	Componentes de un evento infantil	23
2.3.1.1.	Infraestructura	23
2.3.1.2.	Dinámica del Agasajo-Timing del evento	24
2.3.1.3.	Decoración	24
2.3.1.4.	Mobiliario	24
2.3.1.5.	Animación infantil	27
2.3.1.6.	Espectáculos	25
2.3.1.7.	Catering	25
2.3.1.8.	Meseros	25
2.3.2.	Entretencimientos del evento infantil	29
2.3.2.1.	Animador	25
2.3.2.2.	Payaso	25
2.3.2.3.	Hora Loca	25
2.3.2.4.	Grupos Show	30
2.3.2.5.	Representación de personajes de moda	30
2.4.	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	30
2.4.1.	Recursos del Estudio de Factibilidad.	30

2.4.1.1.	Factibilidad operacional	31
2.4.1.2.	Factibilidad técnica	301
2.4.1.3.	Factibilidad económica	30
2.4.2.	Evaluación económica final	30
2.5.	ESTUDIO DE MERCADO	32
2.5.1.	Concepto	32
2.5.2.	Segmentación de mercado	33
2.5.3.	Clientes.	33
2.5.4.	Análisis de la demanda	33
2.5.5.	Plan de Marketing	33
2.5.5.1.	Producto/servicio	34
2.5.5.2.	El precio	34
2.5.5.3.	Promoción o Comunicación	34
2.5.5.4.	Distribución	34
2.5.5.5.	Comercialización	35
2.5.5.6.	Competencia	33
2.6.	ESTUDIO TECNICO	33
2.6.1.	Partes que conforman el estudio técnico	34
2.7.	ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO	34
2.7.1.	Flujo de Caja	357
2.7.2.	Punto de equilibrio.	357
2.7.3.	Tasa interna de retorno (TIR).	367
2.7.4.	Valor actual neto (VAN.)	36
2.8.	ANALISIS DE IMPACTOS	368
2.8.1.	Impacto Social-cultural	36
2.8.2.	Impacto Económico	37
2.8.3.	Impacto Ambiental	379
2.9.	LA EMPRESA	39
2.9.1.	Clasificación de Empresas	40
2.9.1.1.	Según la Actividad Económica que Desarrolla	40
2.9.1.1.1.	Sector Primario	40
2.9.1.1.2.	Sector Secundario	40
2.9.1.1.3.	Sector Terciario	41
2.9.1.2.	Según su Dimensión.	41
2.9.1.2.1.	Pequeña empresa	42
2.9.1.2.2.	Mediana Empresa	40
2.9.1.2.3.	Gran Empresa	40
2.9.1.3.	Según su Ámbito de Actuación.	40
2.9.1.3.1.	Locales	41
2.9.1.3.2.	Regionales	41
2.9.1.3.3.	Nacionales	41

2.9.1.3.4. Multinacionales	41
2.9.1.4. Por la Función Social	41
2.9.1.4.1. Con Ánimo de Lucro	41
2.9.1.4.2. Trabajo Asociado	41
2.9.1.4.3. Sin Ánimo de Lucro	42
2.9.1.4.4. Economía Solidaria	42
2.9.1.5. Por la Constitución Legal	42
2.9.1.5.1. Sociedad Anónima	424
2.9.1.5.2. Sociedad Colectiva	43
2.9.1.6. Por el Grado de Responsabilidad de los Socios	43
2.9.1.6.1. En Comandita	43
2.9.1.6.2. Limitada	44
2.9.1.7. Según la titularidad del Capital,	44
2.9.1.7.1. Empresa Privada	44
2.9.1.7.2. Empresa Pública	44
2.9.1.7.3. Empresa Mixta	44
2.9.1.7.4. Empresa de Autogestión	457
2.9.1.8. Por el Número de Propietarios	457
2.9.1.8.1. Individuales	45
2.9.1.8.2. Unipersonales	457
2.9.1.8.3. Sociedades	45
2.9.1.9. Por el Pago de Impuestos	46
2.9.1.9.1. Personas Naturales	46
2.9.1.9.2. Personas Naturales obligadas a llevar contabilidad	468
2.9.1.9.3. Personas Jurídicas	48
2.9.1.9.4. Gran Contribuyente	46
2.10. ESTUDIO ORGANIZACIONAL – ADMINISTRACIÓN - LEGAL	47
CAPÍTULO III	50
ESTUDIO DEL MERCADO	50
3.1. EL PRODUCTO / SERVICIO	50
3.1.1. Generalidades del servicio	50
3.1.2. Necesidades que cubre el servicio	51
3.1.3. Características del servicio	51
3.2. ANALISIS DE LA DEMANDA	53
3.2.1. Segmentación del mercado	51
3.2.2. Conducta de compra de los clientes.	51
3.2.3. Análisis de fuentes secundarias.	52
3.2.4. Análisis de fuentes primarias.	52
3.2.4.1. Resultados de Encuestas	55
3.2.4.2. Análisis de las Encuestas	67

3.2.5.	Proyección de la Demanda _____	68
3.3.	ANALISIS DE LA OFERTA _____	72
3.3.1.	Aspectos cualitativos y cuantitativos de la Oferta _____	73
3.3.2.	Proyección de la Oferta _____	80
3.4.	ANALISIS COMPARATIVO ENTRE OFERTA Y DEMANDA _____	82
3.5.	DETERMINACION DE LA DEMANDA DEL PROYECTO _____	81
3.5.1.	Demanda del Proyecto _____	81
3.5.2.	Tipos de Mercado _____	82
3.5.3.	Análisis de Precios _____	82
3.5.4.	Ventajas Competitivas _____	90
3.5.5.	Estrategias genéricas para competir _____	90
3.5.6.	Canales de Comercialización _____	91
3.5.6.1.	Publicidad _____	91
3.5.6.2.	Promoción de Venta _____	91
3.5.6.3.	Relaciones públicas _____	92
CAPÍTULO IV _____		93
ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO _____		93
4.1.	ESTUDIO TECNICO _____	93
4.1.1.	Determinación del Tamaño Óptimo del Proyecto _____	93
4.1.2.	Localización Óptima del Proyecto _____	90
4.1.2.1.	Macrolocalización _____	94
4.1.2.2.	Microlocalización _____	94
4.1.2.3.	Métodos de localización por puntos ponderados _____	94
4.1.2.4.	Particularidades de la Localización del Proyecto _____	94
4.2.	INGENIERIA DEL PROYECTO _____	94
4.2.1.	Diseño del Servicio _____	94
4.2.1.1.	Detalle de Servicios _____	94
4.2.1.1.1.	Animación _____	94
4.2.1.1.2.	Maquillaje Artístico _____	95
4.2.1.1.3.	Mobiliario _____	100
4.2.1.1.4.	Diseño y Decoración _____	100
4.2.1.1.5.	Servicio de Catering _____	100
4.2.1.1.6.	Música _____	103
4.2.1.1.7.	Grupos Show _____	100
4.2.1.1.8.	Juegos Infantiles _____	104
4.2.1.1.9.	Servicios Adicionales _____	101
4.2.1.1.10.	Programación _____	101
4.2.2.	Diseño de los Procesos _____	102
4.2.2.1.	Contratación del servicio por el cliente _____	102
4.2.2.1.1.	Propuesta del servicio _____	102

4.2.2.1.2. Selección del paquete de servicios _____	102
4.2.2.1.3. Solicitud del servicio _____	1048
4.2.2.1.4. Pago del Servicio por el Cliente _____	104
4.2.2.1.5. Recorrido por las instalaciones _____	104
4.2.2.1.6. Salida del Cliente _____	104
4.2.2.1.7. Cuadro de contratación del servicio _____	105
4.2.3. Requerimientos del Proyecto _____	106
4.2.4. Distribución de las Instalaciones _____	113
4.2.5. Estructura Organizacional y Legal _____	116
4.2.5.1. Organización de la Empresa _____	116
4.2.5.1.1. Tipo de Empresa Constitución de la Empresa _____	127
4.2.5.1.2. Naturaleza Jurídica _____	129
4.2.5.1.3. Nombre de la Empresa _____	120
4.2.5.1.4. Slogan _____	129
4.2.5.2. Propuesta de nómina del personal _____	120
4.2.5.3. Organización Estructural _____	116
4.2.5.4. Organización Funcional _____	116
4.2.5.5. Propuesta de la Filosofía Empresarial _____	117
4.2.5.5.1. Misión Aspectos Legales _____	127
4.2.5.5.2. Visión Aspectos Legales _____	127
4.2.5.5.3. Objetivo General _____	127
4.2.5.5.4. Objetivos Específicos _____	127
4.2.5.5.5. Políticas _____	127
4.2.5.6. Aspectos Legales _____	117
4.2.5.6.1. Constitución de la Empresa _____	127
4.2.5.6.2. Permisos de Funcionamiento _____	127
CAPITULO V _____	132
ESTUDIO ECONÓMICO _____	132
5.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO ECONÓMICO _____	132
5.2. INDICADORES DE LA REALIDAD ECONÓMICA DEL ECUADOR _____	133
5.3. DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS TOTALES DEL PROYECTO _____	134
5.4. DETERMINACIÓN DE LA INVERSION TOTAL INICIAL _____	149
5.4.1. Inversión Fija _____	149
5.4.2. Inversión Diferida _____	157
5.4.3. Capital de Trabajo _____	158
5.4.4. Decisión de Financiamiento _____	160
5.5. DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES _____	166
5.5.1. Depreciación de Activos Fijos _____	166

5.5.2.	Amortización de Menajes _____	171
5.6.	RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS _____	166
5.7.	PROYECCIONES DE VENTAS _____	175
5.8.	PUNTO DE EQUILIBRIO _____	175
5.9.	ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO _____	177
5.10.	PRESUPUESTO DE CAJA _____	178
5.11.	BALANCE GENERAL PROYECTADO _____	179
5.12.	ANÁLISIS MEDIANTE INDICADORES FINANCIEROS _____	179
5.12.1.	Indicadores de Liquidez _____	188
5.12.2.	Indicadores de Endeudamiento _____	189
5.12.3.	Indicadores de Rentabilidad _____	190
CAPITULO VI _____		180
EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO _____		180
6.1.	CRITERIOS DE EVALUACIÓN _____	192
6.1.1.	Criterio del Valor Actual Neto _____	192
6.1.2.	Criterio de la Tasa Interna de Retorno _____	193
6.1.3.	Otros Criterios de Evaluación _____	193
CAPITULO VII _____		183
ANÁLISIS DE IMPACTOS _____		183
7.1.	IMPACTO ECONÓMICO _____	197
7.2.	IMPACTO SOCIO-CULTURAL _____	198
7.3.	IMPACTO AMBIENTAL _____	199
7.4.	RESUMEN DE IMPACTOS _____	200
CONCLUSIONES _____		201
RECOMENDACIONES _____		202
GLOSARIO _____		203
BIBLIOGRAFÍAS _____		207
ANEXOS _____		209

ABREVIATURAS

LTDA	Limitada
PE	Punto de Equilibrio
PEA	Población Económicamente Activa
PRC	Período Recuperación de Capital
RCB	Recuperación Costo Beneficio
SRI	Servicio de Rentas Internas
TIR	Tasa Interna de Retorno
VAN	Valor Actual Neto

LISTA DE FIGURAS

Figura 3.1. Pirámide de Población. Censo 2001	66
Figura 4.1. Mapa de la ciudad de Esmeraldas	90
Figura 4.2. Localización del Proyecto	92
Figura 4.3. Foto Terreno	93
Figura 4.4. Foto Terreno Dirección a Atacames	93
Figura 4.5. Animaciones	95
Figura 4.6. Carita Pintada	95
Figura 4.7. Buffet	101
Figura 4.8. Comida Rápida	101
Figura 4.9. Bocaditos	101
Figura 4.10. Plato de Entrada	101
Figura 4.11. Platos Fuertes	102
Figura 4.12. Postres	102
Figura 4.13. Golosinas	102
Figura 4.14. Tortas Infantiles	102
Figura 4.15. Bebidas	103
Figura 4.16. Juegos Recreativos	104
Figura 4.17. Juegos de Jardín	100
Figura 4.18. Juegos Inflables	100
Figura 4.19. Flujograma del servicio	105
Figura 4.20. Organigrama	126

LISTA DE TABLAS

Tabla y Gráfico 3.1. Pregunta N° 1 Conocimiento del Servicio _____	53
Tabla y Gráfico 3.2. Pregunta N° 2 Frecuencia Celebración de Cumpleaños _____	54
Tabla y Gráfico 3.3 Pregunta N° 3 Presupuesto para el evento infantil _____	55
Tabla y Gráfico 3.4 Pregunta N° 4 Aceptación del Proyecto _____	55
Tabla y Gráfico 3.5 Pregunta N° 5 Lugar de Preferencia para e evento _____	55
Tabla y Gráfico 3.6 Pregunta N° 6 Preferencia de los servicios _____	60
Tabla y Gráfico 3.7 Pregunta N° 7 Show de Preferencia _____	61
Tabla y Gráfico 3.8 Pregunta N° 8 Formas de Pago _____	62
Tabla y Gráfico 3.9. Pregunta N° 8.1. Distribución de pago a contado _____	63
Tabla y Gráfico 3.10 Pregunta N° 8.2. Distribución de pago a crédito _____	64
Tabla y Gráfico 3.11 Pregunta N° 9 Preferencia de la Localización de la empresa ____	65
Tabla y Gráfico 3.12 Pregunta N° 10 Preferencia de la Publicidad _____	66
Tabla 3.13. Poblacion infantil cantón esmeraldas _____	67
Tabla 3.14. Proyección de poblacional infantil _____	67
Tabla 3.15. Proyeccion de la demanda futura _____	70
Tabla 3.16 Cálculo de proyección _____	71
Tabla 3.17. Proyección de la demanda _____	71
Tabla 3.18. Cuadro de oferta _____	72
Tabla 3.19. Organizadores de eventos _____	74
Tabla 3.20. Alquiler de local para eventos _____	76
Tabla 3.21. Decoración _____	78
Tabla 3. 22. Resumen de capacidad de la oferta _____	80
Tabla 3.23. Proyección de Oferta _____	81
Tabla 3.24. Determinación de la Demanda Insatisfecha Servicios adicionales _____	85
Tabla 3.25. Servicios adicionales _____	85
Tabla 4.1. Análisis puntos ponderados _____	91

Tabla 4.2. Requerimientos del proyecto _____	106
Tabla 4.3. Gastos Servicios básicos _____	112
Tabla 4.4. Requerimiento humano fijo y eventual _____	112
Tabla 5.1. Indicadores económicos _____	133
Tabla 5.2. Presupuesto de terreno _____	134
Tabla 5.3. Presupuesto de edificio _____	134
Tabla 5.4. Equipos y accesorios _____	137
Tabla 5.5. Equipos de computo _____	138
Tabla 5.6. Muebles y enseres _____	138
Tabla 5.7. Equipos de cocina _____	139
Tabla 5.8. Menaje _____	139
Tabla 5.9. Equipo de juegos _____	147
Tabla 5.10. Indumentaria _____	141
Tabla 5.11. Suministro de oficina _____	142
Tabla 5.12. Suministros de limpieza _____	143
Tabla 5.13. Gasto de publicidad _____	144
Tabla 5.14. Gastos de mantenimiento _____	144
Tabla 5.15. Gastos de primeros auxilios _____	144
Tabla 5.16. Movilizacion _____	144
Tabla 5.17. Personal fijo _____	145
Tabla 5.18. Personal eventual _____	146
Tabla 5.19. Rol de pagos proyectado _____	147
Tabla 5.20. Servicios basicos _____	148
Tabla 5.21. Resumen de requerimientos _____	148
Tabla 5.22. Inversión fija _____	149
Tabla 5.23. Gasto de constitucion _____	150
Tabla 5.24. Cuadro de capital de trabajo _____	151
Tabla 5.25. Inversión total inicial _____	152
Tabla 5.26. Financiamiento _____	153
Tabla 5. 27. Tabla de amortización _____	154
Tabla 5.28. Depreciacion de edificio _____	159

Tabla 5.29. Depreciacion equipos y accesorios _____	167
Tabla 5.30 depreciacion de equipos de computacion _____	160
Tabla 5.31. Depreciación de muebles y enseres _____	161
Tabla 5.32 depreciacion de equipos de cocina _____	161
Tabla 5.33. Depreciación de equipos de juegos _____	162
Tabla 5.34. Resumen de depreciaciones _____	163
Tabla 5.35. Amortización del menaje _____	164
Tabla 5.36. Resumen de costos y gastos _____	166
Tabla 5.37. Pronóstico de ventas _____	175
Tabla 5.38. Proyección de ventas por paquetes _____	178
Tabla 5.39. Proyección de ventas de servicios opcionales _____	172
Tabla 5.40. Proyección de otros ingresos _____	174
Tabla 5.41. Resumen de Ingresos _____	174
Tabla 5.42. Punto de equilibrio _____	175
Tabla 5.43. Cálculo del margen de contribución unitario _____	176
Tabla 5.44. Estado de resultados proyectado _____	177
Tabla 5.45. Flujo de efectivo proyectado _____	178
Tabla 5.46. Balance general proyectado _____	179
Tabla 6.1. Analisis de sensibilidad _____	182
Tabla 7.1. Indicadores de impacto económico _____	184
Tabla 7.2. Indicadores de impacto social-cultural _____	185
Tabla 7.3. Indicadores de impacto ambiental _____	186
Tabla 7.4. Resumen de impactos _____	200

RESUMEN EJECUTIVO

El presente Proyecto de Tesis, con el tema “Estudio de Factibilidad para la creación de una Empresa de Organización de Eventos Infantiles en el Cantón Esmeraldas, Provincia Esmeraldas”, está enfocado a satisfacer las necesidades de los padres de familia al momento de contratar servicios para realizar fiestas infantiles, con asesoramiento personalizado, calidad, excelente atención, precios justos y diversidad de servicios.

Los objetivos específicos que persigue este estudio son evaluar la factibilidad de mercado, técnica, económica, financiera e impactos, herramientas que nos servirán en la toma de decisiones para la implementación del proyecto.

La metodología que se utilizó en la presente investigación fue el estudio de tipo descriptivo, en donde se aplicaron los métodos inductivo, deductivo, matemático-estadístico, explicativo y bibliográfico y las técnicas de encuestas, entrevistas y observación, instrumentos que ayudaron a la ejecución de la presente investigación.

Se contempla el funcionamiento de una empresa, constituida como Compañía Limitada, con el nombre “Recepciones y Atracciones Infantiles Herniparty” Cía. Ltda., destinada a la organización integral de eventos infantiles, cuyo compromiso es ofrecer diversión y recreación totalmente diferente y única en la ciudad de Esmeraldas. Se propone la edificación de instalaciones propias que estén constituidas por un salón de recepciones, cocina equipada, piscinas, áreas verdes, chozones, juegos recreativos, parqueadero, baños, duchas, vestidores y bodega; la empresa ofrece los siguientes servicios: catering,

decoración, animación, función de payasos, hora loca, grupo show, caritas pintadas, disco móvil, fotografía, filmación y repartición de invitaciones. Dichos servicios están clasificados en cuatro tipos de paquetes: Sencillo, Mix, Súper y Mega), los cuales varían dependiendo el número de servicios que incluya cada paquete. El precio está directamente relacionado con el paquete contratado y el número de personas que asisten al evento.

Las posibilidades de implementar la empresa son positivas ya que existe aceptación por parte de los esmeraldeños de contratar los servicios de la empresa, de acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta realizada a 400 personas quienes constituyen la muestra de este estudio, tenemos que el 95% de los entrevistados contestó favorablemente a la pregunta ¿Contrataría los servicios de una empresa que se dedica a la organización de eventos infantiles?, por lo tanto, existe evidencia estadística para inferir que el presente proyecto tiene una considerable aceptación por parte del mercado objetivo.

El proyecto es rentable, de acuerdo a los resultados del estudio financiero, la inversión es de \$ 175.974,71 y se recupera a partir de los 5 años 3 meses, con una TIR del 19% y un VAN de \$ 134.383,89. En base a estas evidencias estadísticas y financieras, se concluye que la ejecución del proyecto de creación de una Empresa de Organización de Eventos Infantiles en el Cantón Esmeraldas, Provincia Esmeraldas, es viable.

ABSTRACT

This thesis project, with the theme "Feasibility Study for the creation of an enterprise of Events Children's Organization in Esmeraldas, Esmeraldas Province, is aimed at meeting the needs of parents at the time of contracting services make children's parties, with personal advice, quality, excellent service, fair prices and service diversity.

The specific objectives of this study are to assess the market feasibility, technical, economic, financial and impacts that will be useful tools in making decisions for the project implementation.

The methodology used in this research was the descriptive study, where methods were applied inductive, deductive, mathematical-statistical explanatory literature and survey techniques, interviews and observation instruments that helped the implementation of this investigation.

It covers the operation of a company, incorporated as a limited company under the name "Children's Entertainment and Attractions Herniparty" Cia. Ltd., for the organization of events for children, whose commitment is to provide fun and recreation totally different and unique in the city of Esmeraldas. We propose building their own facilities which are constituted by a reception hall, kitchen, swimming pools, landscaping, chozones, games,

parking, restrooms, showers, dressing rooms and warehouse, the company offers the following services: catering, decoration, animation feature clowns, crazy hours, group show, face painting, mobile disco, photography, filming and distribution of invitations. These services are classified in four types of packages: Easy, Mix, Super and Mega), which vary depending on the number of services, including each package. The price is directly related to the contract package and the number of people attending the event.

The possibilities of implementing the company are positive as there is acceptance of the Esmeralda to engage the services of the company, according to the results of the survey of 400 people who constitute the sample of this study, we have 95 % of respondents answered positively to the question "would hire the services of a company dedicated to organizing events for kids?", therefore, there is statistical evidence to infer that this project has considerable acceptance by the target market.

The project is profitable, according to the results of financial, investment is \$ 175,974.71 and recover from 3 months to 5 years with the TIR of 19% and a VAN of \$ 134,383.89. Based on this evidence and financial statistics, it is concluded that the implementation of the proposed establishment of an enterprise of Events Children's Organization in Esmeraldas, Esmeraldas Province, is feasible

INTRODUCCIÓN

El mercado de reuniones abarca la parcela del mercado turístico que se ocupa de la organización de actos públicos o privados a los que asisten determinados grupos de personas guiados por una motivación común, ya sea de carácter político, comercial, empresarial, científico, deportivo, académico o social. La distinta finalidad del evento marcará el carácter del acto y las particularidades que su organización encierra.

Este mercado surge como consecuencia de la necesidad de intercambio y comunicación de logros y experiencias a través de la comunicación personal y el trabajo en equipo; las nuevas fórmulas de gestión en las que la identificación de los empleados con la empresa y su producto juega un papel primordial en la rentabilidad de la misma; la necesidad de relación entre distintos pueblos y culturas para abordar problemas que afectan de forma común a distintos países y áreas de la sociedad; la necesidad de reactivar el comercio para crear puestos de trabajo y riqueza, y todo ello, con apoyo de los avances tecnológicos que permiten transferir situaciones y estudios de manera virtual facilitando su estudio y desarrollo en aras de una mejor calidad de vida.

En la actualidad el mercado de reuniones ha ido incrementándose a través del tiempo y la razón es que sus efectos son notablemente positivos. Cada día más países se involucran en el desarrollo de congresos, convenciones, jornadas, eventos, viajes de incentivos, etc., e incluso se invierte en infraestructuras sin escatimar esfuerzos para mantenerse a la altura. La tendencia al alza e imparable del mercado de reuniones, eventos y viajes de incentivo está cada día más consolidada en países como España, Estados Unidos, México y Venezuela y seguirán aumentando.¹

¹ "Organización de Congreso y eventos", Guerrero Blanco.

Estas actividades contribuyen también a reforzar la imagen corporativa y a consolidar marcas y productos, además de ser importante a la hora de conseguir los objetivos empresariales establecidos. A pesar de lo difícil que resulta la captación de clientes en este campo, es “muy fácil mantener su fidelidad”. El éxito se debe a la confianza, credibilidad y calidad de servicio que las empresas dan a sus clientes, los empresarios están conscientes de la necesidad de utilizar técnicas para conseguir el entorno adecuado donde desarrollar los diferentes eventos, los medios más novedosos y adecuados, así como los alicientes perfectos para mantener las expectativas antes, durante y después del evento. En este sentido, las empresas han dado un paso muy grande al conformar paquetes con servicios totales para satisfacer plenamente a los usuarios.

Ecuador no está muy aislado de esta realidad, es que ya en ciudades grandes como Quito, Guayaquil y Cuenca se desarrollan diferentes eventos que han generado un cambio de mentalidad en sus habitantes, es así que hoy en día muchas personas se dedican a la organización de eventos ofreciendo diversos servicios y existe una notoria demanda de los mismos.

Los esmeraldeños llevan en su sangre la alegría, el espíritu del festejo y la celebración, por eso sin duda la ciudad de Esmeraldas es un gran escenario para el desarrollo de eventos, ya sea por su colorido, el entusiasmo de su gente, por sus lugares encantadores o por su diversidad cultural, es así que es considerada como un excelente mercado para las empresas dedicadas a la organización de eventos.

En la actualidad no existe en nuestra ciudad una empresa destinada a la organización de eventos que brinde todos los servicios en un solo paquete, sino que varios locales comercializan artículos u ofrecen servicios para fiestas de manera dispersa, estos en su mayoría carecen de variedad en cuanto a motivos, colores, formas, limitando a los clientes a escoger de acuerdo a sus gustos, exigencias, edades y preferencias, que son los principales factores que diferencian a una fiesta de otra.

Estando consciente de que para los seres humanos una de las fechas más significativas del año son la fiesta de cumpleaños, bautizos o terminaciones de primaria, las mismas que recuerdan aspectos importantes de una persona, ya que representan ciertas épocas u ocasiones que en su momento fueron trascendentales y que se quieren perennizar en el tiempo y en las mentes de quienes las celebran para nunca olvidarlas, tomando en cuenta que el mayor anhelo de los padres es complacer a sus hijos, sin escatimar esfuerzos y aún más cuando se trata de una celebración especial.

De ahí que considerando la necesidad de los padres de familias surge la idea de crear una microempresa especializada en Organización y Animación de Eventos Infantiles, donde el anfitrión se sentirá como un invitado más, promocionando diversas alternativas para tener la “Fiesta de sus sueños”, en un ambiente armonioso y agradable, aportando al bienestar emocional de los niños esmeraldeños, esto implica agregar atributos y características propias a cada fiesta en particular, con la debida atención personalizada que favorezca la relación positiva con nuestros clientes, asegurándoles el servicio total e integral que esperan, comunicándonos en forma atenta y eficiente, en la que cada familia elija el tipo de fiesta que desea organizar para su hijo, pudiendo ser de tipo familiar, hasta una gran fiesta que parecerá un verdadero sueño, así el homenajeado pasará un día inolvidable y sus padres se despreocuparán de la organización, dedicándose por entero a divertirse.

El presente estudio se compone de siete capítulos como se detalla a continuación:

Capítulo Uno: denominado “Aspectos Generales”, se plantean el problema, la justificación, el objetivo general, los objetivos específicos y la metodología de la investigación del Proyecto.

Capítulo Dos: se refiere al “Marco Teórico”, donde se definen todos los conceptos relacionados con el proyecto.

Capítulo Tres: se presenta el análisis del estudio de mercado, en el cual se detallan las generalidades y características del servicio, el análisis cualitativo y cuantitativo de la demanda y de la oferta del mercado de eventos infantiles.

Capítulo Cuatro: se muestra el estudio técnico y la ingeniería del proyecto, en el cual se presentan los procedimientos para hacer realidad lo planteado, es la etapa del análisis de la determinación del tamaño y localización óptimo del proyecto, el diseño de los procesos, requerimientos y organización de la empresa.

Capítulo Cinco: se realiza el estudio económico, determinando los costos, inversión, presupuesto, capital de trabajo, punto de equilibrio y los estados financieros proyectados.

Capítulo Seis: se efectúa la evaluación financiera, utilizando distintos criterios de evaluación e indicadores financieros que ayuden a determinar la factibilidad del proyecto.

Capítulo Siete: se analizará a través de las matrices como afectan o favorecen los impactos, económico, socio-cultural y ambiental en la implementación del proyecto, factores que fueron ubicados en una tabla de ponderación.

Finalmente, se presentan conclusiones, recomendaciones y una recapitulación de anexos que apoyan al estudio de este proyecto.

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Uno de los objetivos de la vida de una persona es contribuir eficazmente con la sociedad a la que pertenecemos y que esa contribución determine mejores condiciones de existencia a nuestra sociedad. Es por esto que actualmente día a día personas emprendedoras deciden crear nuevas empresas sean estas pequeñas, medianas o grandes, con la finalidad de generar fuentes de empleo en el cantón de Esmeraldas y así mejorar la calidad de vida de los esmeraldeños.

Después de hacer un sondeo del mercado de negocios en el cantón Esmeraldas se pudo constatar que existe una carencia de empresas que se dediquen específicamente a la organización de eventos infantiles, habiendo un mercado por satisfacer. Ante esta problemática surge la idea de crear e implementar una empresa organizadora de eventos infantiles.

¿Cuál es la necesidad de crear una empresa organizadora de eventos infantiles en el cantón Esmeraldas?

Aprovechando esta problemática se propone la creación de una empresa organizadora de eventos infantiles en el cantón Esmeraldas, que podrá satisfacer la necesidad de aquellos padres de familia que anhelan realizar una gran fiesta a sus hijos pero que se ven limitados en tiempo por todas sus ocupaciones, lo cual les impide organizar personalmente cada detalle del evento.

1.2. JUSTIFICACIÓN

Como candidata al título de Ingeniería Comercial Mención Productividad de la PUCESE, es requisito indispensable presentar un proyecto de inversión, por lo cual es necesario realizar una investigación socio-económica del sector de interés, como es la empresa de organización de eventos infantiles en la ciudad de Esmeraldas.

Actualmente la mentalidad de los ecuatorianos ha cambiado, pues se podría decir que hasta hace poco la dinámica de las celebraciones de cumpleaños en Ecuador eran muy tradicionales y comunes, pero eso ya no es así, ahora un cumpleaños se puede convertir en un gran acontecimiento con la ayuda de una buena organización. Pero es precisamente gracias a la dedicación, buen gusto y excelente organización, que se debe el éxito de un evento.

En las grandes ciudades del Ecuador como Quito, Guayaquil y Cuenca, ya han sido implementadas las empresas que organizan eventos. Por esta razón la finalidad es que los esmeraldeños se incentiven a realizar una fiesta inolvidable, a través de los servicios que ofrecerá nuestra empresa, basada en el uso de innovadoras técnicas de animación, a través de una variedad de servicios para su entretenimiento, con los personajes de moda, música original, juegos inflables, show de payasos, hora loca, catering y decoración, para que la celebración infantil sea la más entretenida y alucinante para niños y adultos.

Este proyecto satisface las necesidades de la ciudadanía esmeraldeña de acceder a un servicio personalizado y completo en lo referente a organización de eventos infantiles y a la vez aporta a la sociedad contrarrestando en un porcentaje al desempleo. Por tanto se realiza este estudio para conocer la factibilidad del proyecto.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de organización de eventos infantiles en el cantón Esmeraldas, provincia de Esmeraldas.

1.3.2. Específicos

- ✓ Realizar una investigación de mercado que permita conocer la oferta y la demanda del servicio en el cantón de Esmeraldas.

- ✓ Determinar los requerimientos técnicos, administrativos y legales para la implementación del proyecto.

- ✓ Realizar un estudio económico y financiero para determinar la viabilidad del proyecto.

- ✓ Hacer un análisis en el área socio-cultural, económica y ambiental, para determinar los impactos de cada uno de estos factores y así desarrollar planes de contingencia en caso de necesitarlos.

1.4. METODOLOGICA DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. Tipo de investigación

Para la presente investigación se utilizó el estudio de tipo descriptivo, en donde se describe el estado actual de la realidad de la organización de eventos infantiles en la ciudad de Esmeraldas, para lo cual se recopilan datos del mercado que posteriormente serán organizados y analizados a fin de compararlos con los escenarios planteados y por lo tanto permitirá determinar la factibilidad del estudio.

1.4.2. Método a utilizarse en la investigación

Los métodos aplicados fueron los siguientes:

Método Inductivo: que permite enunciar aspectos de carácter general, de tal forma que se puedan llegar a conceptos e interpretaciones que sean válidas para toda la población y universos investigados, permite recolectar de manera objetiva la información sobre el ámbito de la organización de eventos, relacionados con la demanda, oferta, precios y comportamiento de los clientes, para luego analizar las causas y efectos generales que lo rige.

Método Deductivo: porque es preciso regirse a teorías, leyes y concepciones científicas y técnicas de carácter general establecidas en textos especializados en organización de eventos y los escenarios reales de la ciudad de Esmeraldas, para llegar a la aplicación práctica del proyecto.

Método Matemático-Estadístico: que permite analizar, cuantificar y cualificar los datos o resultados que se obtengan a través de la representación de cuadros o gráficos, con su debida interpretación.

Método Explicativo: para exponer la necesidad de implementar el servicio en el cantón Esmeraldas.

Método Bibliográfico: que permitirá sustentar la investigación, tomando en cuenta la importancia de basarse en leyes y datos bibliográficos, referentes a la organización de eventos, mediante un proceso sistemático de acuerdo a un esquema teórico.

1.4.3. Técnicas de Investigación.

Se emplearon dos formas generales: técnica documental y técnica de campo. La técnica documental permite la recopilación de información para enunciar las teorías que sustentan el estudio de los fenómenos y procesos. La técnica de campo permite la observación en contacto directo con el objeto de estudio, y el acopio de testimonios que permitan confrontar la teoría con la práctica en la búsqueda de la verdad objetiva, las técnicas aplicadas fueron:

Entrevista: técnica de recopilación de información destinada a adquirirse información mediante una conversación con la ayuda de un test, dirigida a la competencia, a través de visitas efectuadas a varios locales de la ciudad que ya han empezado a ofrecer el servicio de organización de fiestas infantiles u ofrecen servicios relacionados con la misma.

Encuesta: mediante el diseño de un cuestionario de diez preguntas, dirigidos a los jefes de familias de 400 hogares esmeraldeños, efectuado durante los días sábado, domingo y lunes 15, 16 y 17 de Noviembre del 2008; preguntando exclusivamente si conocían de la existencia de alguna empresa que brinde el servicio, si contratarían el servicio y cuáles son sus preferencias respecto a lugar, actividades y presupuestos.

Observación: se realizaron frecuentes visitas de reconocimiento de los locales de la competencia para observar la regularidad y asistencia de las personas a los mismos, así como para conocer cuáles son los productos y servicios que ofrecen y cuál es el comportamiento de estos establecimientos en el mercado.

1.4.4. Recolección de la información empírica

Información Primaria: Obtención de información primaria por medio de contacto directo con los clientes potenciales y competencia, mediante la aplicación de las técnicas de la encuesta, entrevista de profundidad y observación.

Información Secundaria: La recolección de datos necesarios para este estudio se realizó visitando diferentes fuentes de información y estadísticas oficiales emitidas por el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) y el Municipio de Esmeraldas, a la vez, consulta de textos, folletos, revistas e Internet, en los cuales se pudo consultar principalmente el índice de crecimiento anual de la población de Esmeraldas, de igual forma datos de factores micro y macroeconómicos de la provincia de Esmeraldas, que permitieron analizar comportamientos de la demanda y oferta.

1.4.5. Identificación de la Población y Muestra

Población

Para la presente investigación se enfoca la muestra en la población económicamente activa (53.826) del cantón Esmeraldas.

Muestra

La muestra abarcó a los habitantes de todos los sectores del cantón, para seleccionar la muestra de nuestro universo (cantón Esmeraldas), utilizamos la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{N}{E^2(N-1) + 1}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra

N = población

E = error de muestra

$$n = \frac{53.826}{(0.05)^2 (53.826 - 1) + 1}$$

$$n = 400$$

Número de personas que serán encuestadas 400

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. MARCO CONTEXTUAL DE LA PROVINCIA DE ESMERALDAS.

La provincia de Esmeraldas, está localizada en el noreste del Ecuador, es una de las cinco principales provincias que integran la región de la Costa y posee importantes atractivos turísticos que traen sin número de visitantes. Tiene una superficie de 15.954 Km², su población es de 430.000 habitantes, 210.000 urbanos y 220.000 rurales. Limita al norte con Colombia; sur con Manabí y Pichincha; este con Santo Domingo de los Tsáchilas y al oeste con el Océano Pacífico.²

En la provincia existen apenas cuatro empresas grandes que son la Refinería Estatal Esmeraldas, CODESA, Autoridad Portuaria y Termo-esmeraldas. La falta de inversión en la localidad ha provocado un alto grado de desempleo e incremento de problemas sociales. Situación que ha conllevado a la población ha dedicarse a la microempresa (65% de la población económicamente activa), la misma que para subsistir, desarrolla espontáneamente diversas actividades productivas, comerciales y de servicio, con escaso capital de trabajo, baja tecnología, sin apoyo institucional ni protección legal del sector moderno de la economía.

² www.municipioesmeraldas.gov.ec

Las actividades importantes que dinamizan la economía y generan fuentes de trabajo en el cantón Esmeraldas son: empleo público, agricultura, ganadería, pesca, producción y comercialización de la madera, turismo, comercio formal e informal.

2.1.1. Aspectos generales de la ciudad de Esmeraldas.

Esmeraldas verde como la vegetación que la rodea, es la ciudad capital de la provincia homónima, tiene una población de 130.000 Habitantes, existen dos climas definidos "tropical monzón", con un porcentaje de humedad seca del 35% que va de los meses de junio a noviembre con una temperatura promedio de 21 °C. y "tropical húmedo", con un porcentaje de humedad del casi del 100% que va de noviembre a mayo en las cuencas centrales y costa externa septentrional, cuya temperatura promedio es de 30°C. El promedio de crecimiento es del 1,4% promedio anual. El promedio de años aprobados por la población de 10 años y más (escolaridad media) para el Cantón Esmeraldas es de 7,2 años, para la población del área urbana es de 7,8 años y para el área rural 6,3 años. Para hombres 7,0 y para mujeres 7,5 años.

Esmeraldas es una ciudad que ofrece posibilidades para innumerables actividades como los negocios, cultura, religión, recreación, diversión nocturna, gastronomía, que además se integra a la oferta turística de la región. La parte central de la ciudad en el transcurrir del tiempo ha ido abandonando uno de sus usos fundamentales, el residencial, cuenta en la actualidad con diversas actividades entre las que se destacan: comercio, gestión y administración pública y bancaria. La zona central corresponde a la parte más antigua de la ciudad, tiene una extensión de 250 hectáreas aproximadamente, que concentra al 20% de la población, el 12.6% del total del área urbana, y es la zona más consolidada, pues cuenta con la dotación de servicios básicos, infraestructura, vías, edificaciones de mayor altura, equipamiento comunitario y actividades complementarias.³

³ www.municipioesmeraldas.gov.ec

2.2. GENERALIDADES DE LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

En los eventos se desarrollan actividades extraordinarias de interés para su entorno por tratarse de excelentes ocasiones ya sea por la celebración de un cumpleaños, para difundir un mensaje, identificar un universo y crear o potenciar nuevos y mejores vínculos.

Estas actuaciones se llevan a cabo mediante técnicas avanzadas de gestión de públicos, en donde la correcta aplicación de los sistemas ceremoniales, normas de protocolo y etiqueta, son los responsables de que la imagen del evento percibida por los ciudadanos, sea idéntica en cualquier coyuntura temporal o lugar geográfico.

En ambos casos, ceremonial y protocolo indican a los distintos tipos de públicos cómo han de presentarse y cuál es su ubicación espacio-temporal en el imaginario relacional del evento, un posicionamiento dado por las tipologías de relación que han establecido previamente las relaciones públicas y que se pone de manifiesto en función del sistema de vínculos de ese universo organizacional.

Si existe algún aspecto de las relaciones especialmente relacionado con el ceremonial y el protocolo, es la consideración y el tratamiento de los públicos implicados en los eventos. Las personas no solo son el componente básico o la materia prima de un evento, sino son el objetivo primordial de un evento y todo lo que conforma el propio proceso relacional.⁴

⁴ "Organización de Congreso y eventos", Guerrero Blanco.

2.2.1. Definición de Organización de Eventos

La **organización** es el acto de coordinar, disponer y ordenar los recursos disponibles (humanos, financieros y físicos.) y las actividades necesarias, de tal manera, que se logren los fines propuestos.

2.2.2. Organización formal e informal

2.2.2.1. Organización formal

Es la organización basada en una división del trabajo racional, en la diferenciación e integración de los participantes de acuerdo con algún criterio establecido por aquellos que manejan el proceso decisorio. Es la organización planeada; la que está en el papel. Es generalmente aprobada por la dirección y comunicada a todos a través de manuales de organización, de descripción de cargos, de organigramas, de reglas y procedimientos, etc. En otros términos, es la organización formalmente oficializada.

2.2.2.2. Organización informal:

Es la organización que emerge espontánea y naturalmente entre las personas que ocupan posiciones en la organización formal y a partir de las relaciones que establecen entre sí como ocupantes de cargos. Se forma a partir de las relaciones de amistad o de antagonismo o del surgimiento de grupos informales que no aparecen en el organigrama, o en cualquier otro documento formal.⁵

⁵ "Organización de Congreso y eventos", Guerrero Blanco.

La organización informal se constituye de interacciones y relaciones sociales entre las personas situadas en ciertas posiciones de la organización formal. Surge a partir de las relaciones e interacciones impuestas por la organización formal para el desempeño de los cargos.

La organización informal comprende todos aquellos aspectos del sistema que no han sido planeados, pero que surgen espontáneamente en las actividades de los participantes, por tanto, para funciones innovadoras no previstas por la organización formal.

2.2.3. Elementos que intervienen en la gestión del mercado de reuniones

En la organización de cualquiera de los eventos de este mercado intervienen una serie de elementos que es preciso identificar debidamente, con el fin de conocer el papel que cada uno de ellos juega y cómo funcionan y se complementan entre sí.

2.2.3.1. Generadores de eventos

La variedad de los eventos que tienen lugar dentro de este mercado viene dada por la diversidad de organismos, instituciones y empresas tanto de carácter público como privado, que han visto en la organización de estas reuniones la vía más adecuada para el logro de sus objetivos a corto y medio plazo. Asociaciones, fundaciones, colegios profesionales, universidades y entidades públicas y privadas de distintos sectores de la industria y servicios se sirven de este mercado para consolidar las alianzas relacionales que les han permitido el enorme desarrollo al que han llegado en la actualidad, desarrollo que no ha sido uniforme en todos los sectores. Se pueden

establecer unos índices globales que sitúan al sector sanitario en primer lugar, seguido a distancia y por este orden, por los sectores económicos, educación y tecnológico.

Según la envergadura y contenido de cada evento, los productores y convocantes del mismo deciden organizar el evento directamente o encomendarlo a un operador profesional. Esta última situación es definitiva cuando se trata de eventos de carácter nacional o internacional, en los que se precisa una gestión estratégica y operativa.

2.2.3.2. Operadores profesionales

Para competir en este mercado es preciso establecerse en una de las dos fórmulas empresariales bajo las cuales se puede llevar a cabo la organización operativa de estos eventos:

a). **Agencia de viajes especializada.** Se trata de una agencia de viajes con un departamento dedicado en exclusiva a la organización de eventos especiales, que puede abarcar tanto la faceta emisora como receptora. La agencia así conceptuada dispone de un director del departamento que coordina con un equipo dedicado exclusivamente a la organización de eventos. Ofrece las mismas garantías empresariales que una agencia de viajes, puede facilitar todos los servicios turísticos y títulos de transporte que el evento precise, pero da al cliente un servicio especializado que solamente las agencias de viajes con departamento especial pueden ofrecer.

b). **OPC (Operador Profesional de Congresos).** Empresa especializada en la operación de eventos en general y congresos, convenciones e incentivos en particular. Muchos de los profesionales que trabajan en estas empresas proceden del sector de viajes y, por tanto, no están autorizados para la venta de títulos de transporte, para lo cual tienen que apoyarse en una agencia de viajes.⁶

⁶ "Organización de Congreso y eventos", Guerrero Blanco.

La interpretación rigurosa de las leyes que regulan el funcionamiento de los OPC, en ocasiones crea situaciones confusas respecto a la parcela que corresponde a unos y otros, agencias de viajes y OPC. En teoría, ambos conceptos empresariales tienen capacidad y recursos suficientes para desarrollar todos los servicios inherentes a cada una de las etapas de organización de un evento, a excepción, como ya se ha dicho, de los títulos de transporte, cuya venta está reservada a las agencias de viajes.

Tanto agencias de viajes especializadas como OPC, organizan su plantilla de forma que cada responsable gestione y opere aquellos eventos con características comunes en cuanto a tipo de cliente y objetivos:

- Convenciones de empresas
- Viajes de incentivo
- Congresos, work-shops, seminarios y cursos de formación
- Ferias y exposiciones

2.2.4. Clasificación de Eventos

Establecer una clasificación de eventos supone agrupar intereses similares en cuanto a objetivos y roles de cada uno de los elementos básicos de una reunión: convocantes y asistentes, su capacidad de decisión y elección de los servicios.

Existen muchas maneras de clasificar los eventos, por su tamaño (micro, medio, grande o mega evento); por su lugar de desarrollo (al aire libre, en espacios cerrados, en la ciudad, en el campo) o por su área de competencia o temática.⁷

⁷ "Organización de Congreso y eventos", Guerrero Blanco.

2.2.4.1. Asambleas

Se trata de una reunión periódica en la que el Consejo de Administración convoca a sus accionistas o socios con el fin de informar, analizar resultados, repartir dividendos o resolver problemas. Su organización suele llevarse a cabo en los locales de la propia entidad, es sencilla y se centra en la convocatoria, recepción y asistencia de los participantes.

2.2.4.2. Conferencias

Se trata en la mayor parte de los casos de debates sobre temas políticos al más alto nivel y su organización corre a cargo del gobierno anfitrión. La organización de este tipo de eventos requiere alto dominio de las normas protocolarias nacionales e internacionales, así como un exhaustivo control de los sistemas y equipos de seguridad.

2.2.4.3. Congresos

Consiste en reuniones a gran escala, normalmente abiertas y dirigidas a un sector determinado para divulgar ideas y diseñar objetivos. La organización y responsabilidad está adjudicada a un Comité Organizador, que se constituye en órgano de decisión. Durante todo el proceso de planificación y preparación del congreso, el operador deberá estar en continuo contacto con este grupo de personas para coordinar el ritmo y desarrollo de la convocatoria, lo que implica el establecimiento de reuniones periódicas, cuya agenda de seguimiento marcarán los planes y calendarios de actuación en cada momento.⁸

⁸ "Organización de Congreso y eventos", Guerrero Blanco.

2.2.4.4. Convenciones

Son reuniones convocadas de forma cerrada con participación restringida a los miembros de una empresa u organización. Su operación es menos compleja que la de los congresos, no solamente por el hecho de que la participación no conlleva cuotas, sino porque el responsable de la convocatoria realizada es, en este caso, una sola persona. Él es quien decide el hotel donde alojarse, el medio de transporte a utilizar, los días de duración, etc., es por tanto un evento muy correcto donde hay un diálogo individualizado.

2.2.4.5. Cursos, seminarios, simposios

Su organización se suele llevar a cabo por la organización convocantes, universidades, asociaciones, etc., en colaboración con la sede u hotel donde se desarrolla el evento y la agencia de viajes encargada del transporte y alojamiento de los asistentes, cuando éstos residen fuera del lugar de celebración de la reunión. Se trata de reuniones de carácter formativo, cuyo contenido se centra en la exposición de temas, organización de grupos de trabajo, debates, contraste de opiniones y conclusiones.

2.2.4.6. Ferias y exposiciones

Se trata de mercados de productos mayoristas y minoristas de determinados productos y servicios para facilitar el intercambio de negocios. Su organización difiere enormemente de la organización de congresos y convenciones ya que incluye otros componentes como personal técnico de montaje, iluminación, sonido y azafatas, así como conocimiento del sector en determinadas fechas para situar la feria en el momento idóneo y sin que concurra con otras paralelas.⁹

⁹“Organización de Congreso y eventos”, Guerrero Blanco.

2.2.4.7. Viajes de Incentivo

El viaje de incentivo es una estrategia comercial que utilizan las empresas para motivar a sus equipos comerciales para vender más o hacer mejor su trabajo. La operación de estos viajes incluye dos fases, la primera, la fase de motivación, dirigida a crear un ambiente que haga que las personas que forman la red comercial de la empresa reciban una serie de mensajes que los motiven a esforzarse para conseguir el premio del viaje. La segunda, es la fase de preparación del viaje, esta se inicia con una prospección del destino y un estudio de los servicios a incluir en el viaje.

2.2.4.8. Otros

Existen otras manifestaciones que, por su carácter de participación masiva, pueden precisar para su organización de los servicios de una empresa especializada. Su organización requiere un tratamiento específico para cada sector, y un profundo conocimiento de las peculiaridades que cada evento lleva consigo, como, por ejemplo, Eventos Deportivos (Torneos, Competencias, Olimpíadas), Eventos Religiosos (bautismo, comunión, casamiento, Navidad), Festejos Populares, (festivales, fiestas, ferias, concursos, desfiles), Eventos Culturales (Conmemoraciones, espectáculos artísticos, muestras de arte), Eventos Sociales (nacimientos, cumpleaños, aniversarios, fiestas infantiles), Eventos Escolares, (inicio del ciclo lectivo, cierre del ciclo lectivo, certámenes) ¹⁰

¹⁰ "Organización de Congreso y eventos", Guerrero Blanco.

2.2.5. Etapas de organización en una empresa de eventos

2.2.5.1. Organización

Es un sistema diseñado para alcanzar ciertas metas y objetivos. Estos sistemas pueden, a su vez, estar conformados por otros subsistemas relacionados que cumplen funciones específicas, con la participación de grupos sociales formados por personas, tareas y administración, que interactúan en el marco de una estructura sistemática para cumplir con sus objetivos.

2.2.5.2. División del trabajo

Es la separación y delimitación de las actividades, con el fin de realizar una función con la mayor precisión, eficiencia y el mínimo de esfuerzo, dando lugar a la especialización y perfeccionamiento en el trabajo.

2.2.5.3. Coordinación

Es la sincronización de los recursos y de los esfuerzos de un grupo social, con el fin de lograr oportunidad, unidad, armonía y rapidez, en el desarrollo y la consecución de los objetivos.¹¹

¹¹ "Organización de Congreso y eventos", Guerrero Blanco.

2.2.5.4. Jerarquización

Es la disposición de las funciones de una organización por orden de rango, grado o importancia, agrupados de acuerdo con el grado de autoridad y responsabilidad que posean, independientemente de la función que realicen.

La jerarquización implica la definición de la estructura de la empresa por medio del establecimiento de centros de autoridad que se relacionen entre si con precisión.

Reglas.

Su observancia es indispensable cuando se jerarquiza.

- Los niveles jerárquicos establecidos dentro de cualquier grupo social, deben ser los mínimos e indispensables.
- Se debe definir claramente el tipo de autoridad de cada nivel (lineal, funcional y/o staff).

2.2.5.5. Departamentalización

Es la división y el agrupamiento de las funciones y actividades en unidades específicas, con base en su similitud.¹²

¹² "Organización de Congreso y eventos", Guerrero Blanco.

Al departamentalizar, es conveniente observar la siguiente secuencia:

- Listar todas las funciones de la empresa.
- Clasificarlas.
- Agruparlas según un orden jerárquico.
- Asignar actividades a cada una de las áreas agrupadas.
- Especificar las relaciones de autoridad, responsabilidad, y obligación entre las funciones y los puestos.
- Establecer líneas de comunicación e interrelación entre los departamentos.
- El tamaño, la existencia y el tipo de organización de un departamento deberán relacionarse con el tamaño y las necesidades específicas de la empresa y las funciones involucradas.

De acuerdo con la situación específica de cada empresa, los tipos de departamentalización más usuales son:

Funcional: Consiste en agrupar las actividades análogas según su función principal.

Por producto: Es característica de las empresas fabricantes de diversas líneas de productos, la departamentalización se hace en base a un producto o grupo de productos relacionados entre sí.

Por clientes: Por lo general se aplica en empresas comerciales, principalmente almacenes, y su función consiste en crear unidades cuyo interés primordial es servir a los distintos compradores o clientes.

Por Proceso o Equipo: En la industria, el agrupamiento de equipos en distintos departamentos reportará eficiencia y ahorro de tiempo; así como también en una planta automotriz, la agrupación por proceso.

Por Secuencia: Es utilizada en empresas productoras que trabajan sin interrupción los tres turnos, para controlar cada uno de los turnos; o cuando se trate de labores que manejen una gran cantidad de números o letras.¹³

2.3. EVENTO INFANTIL

Día que se celebra para conmemorar un acontecimiento extraordinario, como un cumpleaños, graduación, pase de grado, etc., es un día de fiesta que se caracteriza por una interrupción total o parcial de la actividad cotidiana, y puede estar acompañado de ceremonias públicas y privadas, como banquetes, desfiles, o bailes.

2.3.1. Componentes de un evento infantil

La Planificación integral del evento infantil, con el desarrollo de acuerdo a lo establecido por las normas protocolares vigentes, tomando en cuenta los siguientes aspectos:

¹³“ Organización de Congresos y Eventos”, Guerrero Blanco

2.3.1.1. Infraestructura:

Lugar del evento, acto, reunión o ceremonia. Determinación de elementos necesarios como accesos, estacionamientos, seguridad, sanitarios, acondicionamiento de la infraestructura, ambientación, decoración, señalización, logotipos, sonido, micrófonos, iluminación, equipos técnicos, vestuarios, servicio de catering y bebidas.

2.3.1.2. Dinámica del agasajo - Timing del evento.

Puntualidad, tiempos de tolerancia, orden de ingreso, líneas de recibo, quien comienza y da por terminada una celebración, rol del anfitrión, orden de servicio, discursos, intercambios de obsequios, comidas con exhibición de números artísticos.

2.3.1.3. Decoración

Proceso y resultado de adornar un lugar, a través de la combinación de un conjunto de elementos que armonicen, creando un ambiente determinado.

2.3.1.4. Mobiliario

Mobiliario es el conjunto de muebles u objetos que sirven para facilitar los usos y actividades humanas habituales mediante mesas, sillas, camas, estanterías, muebles de cocina, etc.

2.3.1.5. Animación

El espectáculo ideal para todos los públicos, es un complemento para los cumpleaños, fiestas de escuelas, o barrios, donde nunca puede faltar, ya que se trata de un espectáculo divertido y lúdico donde la principal participación son los niños y padres o profesores y alumnos. Los animadores infantiles se encargan de enseñar las canciones y bailes más divertidos, siempre con una gran dosis de humor.

2.3.1.6. Espectáculos

Función o actuación que se realiza por divertimento del público, ya sea teatral o musical, con la finalidad de atraer la atención o impresionar.

2.3.1.7. Catering

Es el servicio profesional que se dedica principalmente a la prestación del servicio de comida preparada, abasteciendo de todo lo necesario para la organización de un evento. Ofrecidos de las siguientes maneras:

➤ Banquetes

En los banquetes se ofrece, entrada, plato principal, postre, brindis y mesa dulce, con un especial énfasis en lograr una óptima calidad e higiene.

➤ Buffet

Mesa situada en la zona central o visible del salón en la que están expuestos los alimentos y manjares en bandejas y cestas sobre varios tableros, dispuestos en gradas, con elementos decorativos. Se ofrecen variedades de platos fríos y calientes o mixtos.

➤ **Comida Rápida**

Conocido también en inglés como fast food, es un estilo de alimentación donde el alimento se prepara y sirve para consumir rápidamente, tales como sandwich, tacos, hot dogs, hamburguesas, salchipapas, salchipollos, choripollos, arepas, pizzas, snacks, entre otros.

➤ **Bocaditos**

Porción de comida pequeña, pueden ser fríos y calientes.

➤ **Postres**

Plato de sabor dulce que se toma al final de la comida, ejemplo mousse de chocolate o dulce de tres leches.

➤ **Golosinas**

Una golosina, es un manjar generalmente dulce, cuyo único valor nutritivo es el azúcar o grasa, escaso o nulo en proteínas, vitaminas y minerales y está destinado a satisfacer un gusto o antojo, ejemplo caramelos, chupetes.

➤ **Tortas**

Pastel dulce que se cocina en el horno y que suele ser relleno con capas de algún tipo de dulce cremoso

➤ **Bebidas**

Tales como gaseosas, jugos y aguas.

2.3.1.8. Meseros

Es la persona que tiene como oficio atender a los clientes proporcionándoles alimentos y bebidas.

2.3.2. Entretenimientos del evento infantil

2.3.2.1. Animador

Persona especialista en animación, Su función es presentar y amenizar el espectáculo e invitar a la gente a participar en él, siempre con una gran dosis de humor.

2.3.2.2. Payaso

Personaje estereotípico representado comúnmente con vestimentas extravagantes, maquillaje excesivo, pelucas llamativas, zapatos gigantes, y nariz de pelota roja, cuya función es hacer reír a la gente, gastar bromas, hacer piruetas y en ocasiones trucos divertidos.

2.3.2.3. Hora Loca

Es un divertido momento, de sesenta minutos, que logra sacar a los asistentes del evento del formalismo para llevarlos al punto máximo de alegría espontánea y frenética, mediante coreografías y caracterización de personajes, mimos, zanqueros, percusionistas, entre otros son los ejecutantes de esta experiencia.

2.3.2.4. Grupo Show

Grupo de personas destinadas a realizar un espectáculo de baile, canto o actuación.

2.3.2.5. Representación de personajes de moda

Representación de personajes tales como: Barney, Batman, Spiderman, Peter Pan y Campanita, Blancanieves con sus enanitos, La Bella y la Bestia, La Sirenita, Cenicienta, Los Power Rangers, Winie Pooh, Tigger y Abejita, Muñequitas, Hadas, Zanqueros, Malabaristas, Monociclos y Mimos.

2.4. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

El estudio de factibilidad en un proyecto consiste en descubrir cuáles son los objetivos de la organización, luego determinar si el proyecto es útil para que la empresa logre sus objetivos.¹⁴

Sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación.

2.4.1. Recursos del Estudio de Factibilidad

La determinación de los recursos para un estudio de factibilidad se apoya en tres aspectos básicos que son: operativo, técnico y económico.

¹⁴ "Evaluación de Proyectos", Baca Urbina Gabriel.

2.4.1.1. Factibilidad Operacional

Se refiere a todos aquellos recursos donde interviene algún tipo de actividad (Procesos), depende de los recursos humanos que participen durante la operación del proyecto. Durante esta etapa se identifican todas aquellas actividades que son necesarias para lograr el objetivo y se evalúa y determina todo lo necesario para llevarla a cabo

2.4.1.2. Factibilidad Técnica

Se refiere a los recursos necesarios como herramientas, conocimientos, habilidades, experiencia, etc., que son necesarios para efectuar las actividades o procesos que requiere el proyecto. Generalmente nos referimos a elementos tangibles (medibles). El proyecto debe considerar si los recursos técnicos actuales son suficientes o deben complementarse

2.4.1.3. Factibilidad Económica

Se refiere a los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar o llevar a cabo las actividades o procesos y/o para obtener los recursos básicos que deben considerarse son el costo del tiempo, el costo de la realización y el costo de adquirir nuevos recursos.

Generalmente la factibilidad económica es el elemento mas importante ya que a través de el se solventan las demás carencias de otros recursos, es lo mas difícil de conseguir y requiere de actividades adicionales cuando no se posee.¹⁵

¹⁵ "Evaluación de Proyectos", Baca Urbina Gabriel.

2.4.2. Evaluación Económica Final

Al terminar el análisis de factibilidad de la introducción y generalización, se incluye la evaluación económica final de todo el proceso de investigación, para evaluar los indicadores específicos de los resultados y de los efectos económicos esperados.

La evaluación económica se define como la cuantificación y valoración de los cambios que los objetivos científicos técnicos y las hipótesis de trabajo pretenden introducir, lo que no es más que definir el efecto, beneficio neto o conveniencia económica de su realización.¹⁶

2.5. ESTUDIO DE MERCADO

2.5.1. Concepto

Conjunto de operaciones destinadas a conocer hechos, circunstancias de interés particular que afectan a un mercado, en cuanto a la composición del mismo. Consiste en el análisis de productos, usuarios y competencia; estimación de la cantidad posible que se va a vender y el precio que los consumidores potenciales están dispuestos a pagar, mediante la recolección y análisis sistemático de información con relación a las características de un mercado específico.¹⁷

¹⁶ “Evaluación de Proyectos”, Baca Urbina Gabriel.

¹⁷ Preparación y Evaluación de Proyectos, Sapag Chain Nassir y Reynaldo.

Un estudio de mercado conlleva la necesidad de estudiar detalladamente seis componentes:

- Producto
- Demanda
- Oferta
- Precio
- Provisión de recursos
- Comercialización.

2.5.2. Segmentación de mercado

Es el proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos.

2.5.3. Clientes.

Conjunto de consumidores capaces de comprar un producto o servicio, que buscan la satisfacción por medio del mismo.

2.5.4. Análisis de la demanda

Cuantía global de las compras de bienes y servicios realizados o provistos por una colectividad en la cual influyen tanto los precios en el mercado que estimulan la venta denominada demanda efectiva o rápida.

2.5.5. Plan de Marketing

A continuación detallamos los componentes del plan de marketing.

2.5.5.1. Producto/servicio

El producto puede ser un objeto físico o un servicio por el cual el consumidor está dispuesto a pagar, este puede ser tangible en caso de producto o intangible si es servicio. Dentro del análisis del producto es importante resaltar su ciclo de vida, introducción, crecimiento, madurez y declinación.

2.5.5.2. El precio

El proyecto debe fijar un precio al cual está dispuesto a vender y al cual los consumidores son libres de comprar. El precio es una expresión monetaria del valor. El valor es la cantidad de satisfacción que nos puede proveer un producto. Puede ser fijado de acuerdo al costo, a la demanda, la competencia, por el Gobierno o en base a la percepción del valor del cliente.

2.5.5.3. Promoción o Comunicación

Todas las funciones de venta y ayudas a la venta, sea ésta la gestión de los vendedores, la venta por teléfono, Internet, anuncios publicitarios u otros medios similares. También estas actividades deben diseñarse y desarrollarse de forma que ofrezca al consumidor el producto o servicio en cuestión de una forma óptimamente adaptada a sus preferencias.

2.5.5.4. Distribución

En este caso se define dónde encontrará el consumidor el producto o el servicio que se ofrece, de forma que resulte lo más cómodo posible y se ajuste a sus conveniencias. El producto o el servicio pueden estar disponibles en un punto de ventas o puede enviarse a la dirección indicada por el consumidor.

2.5.5.5. Comercialización

La comercialización es el conjunto de técnicas y actividades del proyecto en el mercado dirigido a lograr la transferencia de los bienes y/o servicios desde el productor hasta el consumidor. La comercialización es el proceso que descubre lo que los consumidores necesitan y los provee de forma eficiente.

2.5.5.6. Competencia

El análisis de la oferta se realizará con el uso de fuentes secundarias, pero principalmente de fuentes primarias de información, procurando establecer la cantidad y calidad del producto disponible en el mercado.

El análisis de la oferta en la formulación de proyectos debe considerar aspectos tanto cuantitativos como cualitativos.

2.6. ESTUDIO TECNICO

El objetivo del Estudio Técnico es proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área. Una de las conclusiones de este estudio es que deberá definir la función de producción que optimice el empleo de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto.

El estudio técnico comprende la determinación de los requerimientos de planta, equipos, tamaño, localización, recursos humanos, técnicos y el monto de la inversión correspondiente. En resumen, se pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto.

2.6.1. Partes que conforman el estudio técnico

- Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto
- Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto
- Análisis de la disponibilidad y el costo de los suministros e insumos
- Identificación y descripción del proceso
- Determinación de la organización humana y jurídica que se requiere para la correcta operación del proyecto.

2.7. ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO

Es el estudio que refleja la estimación del resultado de explotación de la empresa, así como el origen de sus recursos (propios y ajenos).

Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad.

Se trata de estudiar a priori por un lado, la rentabilidad económica del proyecto (si genera por sí mismo los recursos necesarios que le permitan desarrollar su actividad en el futuro); por otro lado, la rentabilidad financiera (si la plusvalía que genera la inversión compensa el esfuerzo realizado).

La evaluación del proyecto se realiza sobre la estimación del flujo de caja de los costos y beneficios. El resultado de la evaluación se mide por medio de distintos criterios que, más que optativos son complementarios entre sí.¹⁸

2.7.1. Flujo de Caja

Es un resumen de las entradas y salidas en efectivo esperadas por la ejecución de las actividades de la empresa. El flujo de caja esperado como resultado de la ejecución de un plan de actividades de la empresa es un presupuesto, (presupuesto de caja o presupuesto financiero) que muestra los movimientos de efectivo dentro de un periodo de tiempo establecido, no el ingreso neto o rentabilidad de la empresa.

2.7.2. Punto de equilibrio.

Es el volumen mínimo de unidades vendidas que se requiere lograr para que los ingresos por ventas sean iguales a sus costos para producir esas ventas. Cabe resaltar que si se logra ese nivel de ventas, no se pierde ni se gana dinero. De esta forma, el punto de equilibrio, para un período determinado, puede ser calculado a partir del flujo de caja del negocio para ese período.

2.7.3. Tasa interna de retorno (TIR).

Este índice se lo define como la tasa de descuento que iguala el valor presente de los flujos de futuros de efectivo con la inversión inicial. El proyecto es aceptable si el TIR es mayor o igual al costo de capital.

¹⁸ Preparación y Evaluación de Proyectos, Sapag Chain Nassir y Reynaldo.

2.7.4. Valor actual neto (VAN.)

El cálculo de Valor Actual Neto del proyecto es una de las técnicas de presupuesto más utilizadas:

V.A.N. = Valor presente de las entradas de efectivos

Efectivo - Inversión inicial

Dicho valor se obtiene al restar la inversión inicial en un proyecto del valor presente de los flujos de efectos descontados a una tasa igual al costo de capital de la empresa. El proyecto es aceptado si el V. A. N. es mayor o igual a cero (0).

2.8. ANALISIS DE IMPACTOS

2.8.1. Impacto Social-cultural

Establece en qué manera el proyecto incidirá en el desarrollo de la sociedad y en qué sentido influirán los resultados del trabajo en determinados sectores sociales, con cambios de valores culturales.

2.8.2. Impacto Económico

Indica las repercusiones (beneficio y/o problemas) de carácter económico que tendrá el proyecto en el ámbito local, regional o nacional; se pueden también señalar los aspectos económicos positivos que provocará el proyecto en los individuos, grupos o sociedad.

2.8.3. Impacto Ambiental

Indica si el proyecto tiene riesgos ambientales y cómo se pretende evitarlo; o en caso contrario, si la investigación está orientada a atenuar un riesgo ambiental o a mejorar y controlar aspectos ambientales negativos.

2.9. LA EMPRESA

Una empresa es el ejercicio profesional de una actividad económica planificada, con la finalidad o el objetivo de obtener beneficios (ánimo de lucro) intermediando en el mercado de bienes o servicios mediante la utilización de factores productivos (trabajo, tierra y capital) y con una unidad económica organizada en la cual ejerce su actividad profesional el empresario por sí mismo o por medio de sus representantes.

La empresa es la unidad económico-social en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para realizar una producción socialmente útil, de acuerdo con las exigencias del bien común. Los elementos necesarios para formar una empresa son: capital, trabajo y recursos materiales.

En economía, la empresa es la unidad económica básica encargada de satisfacer las necesidades del mercado mediante la utilización de recursos materiales y humanos. Se encarga, por tanto, de la organización de los factores de producción, capital y trabajo.

Se entiende por empresa al organismo social integrado por elementos humanos, técnicos y materiales cuyo objetivo natural y principal es la obtención de utilidades, o bien, la prestación de servicios a la comunidad, coordinados por un administrador que toma decisiones en forma oportuna para la consecución de los objetivos para los que fueron creadas. Para cumplir con este objetivo la empresa combina naturaleza y capital.

2.9.1. Clasificación de Empresas

Existen numerosas diferencias entre unas empresas y otras. Sin embargo, según en qué aspecto nos fijemos, podemos clasificarlas de varias formas.¹⁹

2.9.1.1. Según la Actividad Económica que Desarrolla:

2.9.1.1.1. Sector Primario

Es decir, que crea la utilidad de los bienes al obtener los recursos de la naturaleza (agrícolas, ganaderas, pesqueras, mineras, etc.).

2.9.1.1.2. Sector Secundario

Que centra su actividad productiva al transformar físicamente unos bienes en otros más útiles para su uso. En este grupo se encuentran las empresas industriales y de construcción.

¹⁹ Administración Estratégica, Thomoson.

2.9.1.1.3. Sector Terciario

Presentan actividades de diversa naturaleza, como:

- ✓ **Comerciales:** Desarrolla la venta de los productos terminados en la fábrica.
Ejemplo: Cadenas de almacenes
- ✓ **Empresas Turísticas:** Son aquellas relacionadas básicamente con el turismo.
- ✓ **Empresas de Restauración.-** Son establecimientos de restauración aquellas cuya actividad principal es la suministrar habitualmente y mediante precio, comidas y bebidas para su consumición dentro o fuera del local. Aunque estos establecimientos son considerados de utilización pública podrán sus propietarios establecer normas o consideraciones sobre el curso de sus servicios e instalaciones.
- ✓ **Empresas de Transporte.-** Son todas las que destinan su función principal a la transportación de pasajeros de un punto de origen a otro de destino. Se clasifican en: Transporte terrestre (vehículos, trenes, etc.). Transporte aéreo (líneas regulares o chárter) y Transporte marítimo (línea regular y cruceros).
- ✓ **Otras Empresas Relacionadas con el Turismo.-** Las que indirectamente están relacionadas con el turismo, tales como: cines, discotecas, espectáculos empresas de equipamiento de hostelería lavanderías entre otras.
- ✓ **Asesorías.-** Son aquellas que mediante un grupo de asesores colaboran con sus conocimientos en la administración de una empresa (total o parcialmente). El asesor solo da consejos, ideas pero nunca órdenes, además no tiene relación de dependencia con la empresa.

2.9.1.2. Según su Dimensión.

No hay unanimidad entre los economistas a la hora de establecer qué es una empresa grande o pequeña, puesto que no existe un criterio único para medir el tamaño de la empresa. Los principales indicadores son: el volumen de ventas, el capital propio, número de trabajadores, beneficios, etc. El más utilizado suele ser según el número de trabajadores. Este criterio delimita la magnitud de las empresas de esta forma:

2.9.1.2.1. Pequeña empresa

Si tiene menos de 50 trabajadores. Se dividen a su vez en:

- **Pequeña:** Su capital, número de trabajadores y sus ingresos son muy reducidos, el número de trabajadores no excede de 20 personas.
- **Micro:** Su capital, número de trabajadores y sus ingresos solo se establecen en cuantías muy personales, el número de trabajadores no excede de 10 (trabajadores y empleados).
- **Famiempresa:** Es un nuevo tipo de explotación en donde la familia es el motor del negocio convirtiéndose en una unidad productiva.

2.9.1.2.2. Mediana Empresa

Si tiene un número entre 50 y 250 trabajadores, su capital, el número de trabajadores y el volumen de ingresos son limitados y muy regulares.

2.9.1.2.3. Gran Empresa

Si posee más de 250 trabajadores. Su constitución se soporta en grandes cantidades de capital, un gran número de trabajadores y el volumen de ingresos al año.

2.9.1.3. Según su Ámbito de Actuación.

En función del ámbito geográfico en el que las empresas realizan su actividad, se pueden distinguir:

2.9.1.3.1. Locales

Son aquellas en que su radio de atención es dentro de la misma localidad.

2.9.1.3.2. Regionales

Estas empresas explotan uno o varios sectores pero pertenecen al mismo grupo de personas o dueños de la región.

2.9.1.3.3. Nacionales

El radio de atención es dentro del país normalmente tienen su principal en una ciudad y sucursales en otras.

2.9.1.3.4. Multinacionales

En su gran mayoría el capital es extranjero y explotan la actividad en diferentes países del mundo (globalización).

2.9.1.4. Por la Función Social

2.9.1.4.1. Con Ánimo de Lucro

Se constituye la empresa con el propósito de explotar y ganar más dinero.

2.9.1.4.2. Trabajo Asociado

La empresa de trabajo asociado, también empresa asociativa o empresa autogestionada, es un modelo de empresa privada que tiene como función satisfacer las aspiraciones comunes establecidas por sus socios, donde estos son quienes a su vez deben colaborar en su realización. Las aportaciones de estos socios van desde capital hasta organizar y trabajar en la empresa. La empresa asociativa normalmente se identifica como una empresa donde los trabajadores son los mismos socios, sin embargo, no se limita exclusivamente a esta modalidad. Los modelos de empresa asociativa son promovidos por algunos movimientos, teorías e ideologías.

2.9.1.4.3. Sin Ánimo de Lucro

Aparentemente son empresas que lo más importante para ellas es el factor social de ayuda y apoyo a la comunidad.

2.9.1.4.4. Economía Solidaria

En este grupo pertenecen todas las cooperativas sin importar a que actividad se dedican lo más importante es el bienestar de los asociados y su familia.

2.9.1.5. Por la Constitución Legal

2.9.1.5.1. Sociedad Anónima

Es aquella que está constituida de un capital social en un fondo común dividido en acciones y la administración está a cargo de un directorio compuesto por miembros elegidos y renovados en las juntas generales ordinarias de accionistas.

La ley introduce dos formas especiales de sociedades anónimas:

- **Sociedad Anónima Abierta:** Es aquella que hace oferta pública de sus acciones según la Ley de Mercado de Valores, que tienen 500 o más accionistas o al menos el 10% de su capital suscrito a un mínimo de 100 personas. Estas son fiscalizadas por la Superintendencia de Valores y Seguros y distribuyen dividendos en efectivo equivalentes al menos al 30% de sus utilidades netas en cada periodo, a menos que se acuerde lo contrario en la junta ordinaria de accionistas.

- **Sociedad Anónima Cerrada:** Son aquellas que no cumplen con ninguno de los requisitos anteriores. Las sociedades anónimas cerradas tienen la libertad para definir en sus estatutos la forma que estimen conveniente la distribución de sus utilidades.

2.9.1.5.2. Sociedad Colectiva

También se conoce como sociedad limitada, ya que su principal característica radica en que en un caso de dificultad comercial los socios que la conforman deben responder no tan solo con su aporte capital, sino que también con sus bienes personales.

Dentro de este tipo de sociedades también tenemos dos tipos:

- **Comerciales:** su principal característica es que los socios son responsables ilimitados y solidarios de todas las obligaciones sociales legalmente contraídas.

- **Civiles:** Es cuando los socios son responsables ilimitados, pero a prorrata de los aportes.

2.9.1.6. Por el Grado de Responsabilidad de los Socios

2.9.1.6.1. En Comandita

Es aquella en que existen por una parte los socios capitalistas llamados también comanditarios y por otra parte están los socios gestores que son los que se obligan a administrar el aporte hecho por los socios capitalistas a la caja social. Y sus socios capitalistas desean tener injerencia en su administración.

2.9.1.6.2. Limitada

Es aquella en que todos los socios administran por derecho propio por todos los socios, aunque generalmente se opta por delegar la administración a uno de los socios o a terceros. Los socios son responsables solo hasta el monto de sus aportes o la suma mayor que se indique en los estatutos sociales, esto es que en caso que esta presente problemas económicos los socios no corren el riesgo de perder todos sus bienes, sino que responderán solo con el monto que hayan aportado al capital de la empresa.

2.9.1.7. Según la titularidad del Capital,

Según la titularidad del capital pueden ser:

2.9.1.7.1. Empresa Privada

Si el capital está en manos de particulares, ejemplo Sociedades comerciales.

2.9.1.7.2. Empresa Pública

Si el capital y el control están en manos del Estado o Gobierno.

2.9.1.7.3. Empresa Mixta

Si la propiedad es compartida, es decir una parte del estado y la otra de particulares.

2.9.1.7.4. Empresa de Autogestión

Si el capital está en manos de los trabajadores.

2.9.1.8. Por el Número de Propietarios

2.9.1.8.1. Individuales

Su dueño es la empresa, por lo general es él solo quien tiene el peso del negocio.

2.9.1.8.2. Unipersonales

Se conforma con la presencia de una sola Persona Natural o Jurídica, que destina parte de sus activos para la realización de una o varias actividades mercantiles. Su nombre debe ser una denominación o razón social, seguida de la expresión "Empresa

Unipersonal" o de la sigla "E.U", si no se usa la expresión o su sigla, el contribuyente responde con todos sus bienes aunque no estén vinculados a la citada empresa.

2.9.1.8.3. Sociedades

Todas para su constitución exigen la participación como dueño de más de una persona lo que indica que mínimo son dos (2) por lo general corresponden al régimen común.

2.9.1.9. Por el Pago de Impuestos

2.9.1.9.1. Personas Naturales

Son todos los individuos nacionales y extranjeros que realizan actividades económicas en nuestro país y cuyos ingresos o capital son mayores a los establecidos por el Servicio de Rentas Internas.

2.9.1.9.2. Personas Naturales obligadas a llevar contabilidad

Son todos los individuos nacionales y extranjeros que realizan actividades económicas en nuestro país y cuyos ingresos son mayores o iguales que \$40.000 al año y su capital de trabajo es mayor o igual que \$24.000.

2.9.1.9.3. Personas Jurídicas

Son las sociedades; este grupo comprende todas las Instituciones del sector público, a las personas jurídicas bajo control de las Superintendencia de Bancos, las

organizaciones sin fines de lucro, los fideicomisos mercantiles, las sociedades de hecho y cualquier patrimonio independiente del de sus miembros.

2.9.1.9.4. Gran Contribuyente

Agrupar el mayor número de empresas con capitales e ingresos compuestos en cuantías superiores a los miles de millones de dólares; son las más grandes del país.

2.10. ESTUDIO ORGANIZACIONAL – ADMINISTRACIÓN - LEGAL

Este estudio se refiere a los factores propios de la actividad ejecutiva de su administración: organización, procedimientos administrativos y aspectos legales. Para cada proyecto se debe definir la estructura organizativa que más se adapte a sus características operativas. El diseño y análisis de esta estructura permitirá determinar las necesidades de personal de acuerdo con los sistemas y procedimientos administrativos ya fijados con anterioridad.²⁰

Con respecto a lo legal, el objetivo es analizar los aspectos legales que son importantes al inicio de un proyecto, debido a que las leyes laborales, tributarias, económicas, comerciales y demás, deben cumplirse a cabalidad, de lo contrario se incurrirá en costos elevados de multas, y tributos excesivos que harán que el proyecto fracase, dentro de estos se consideran constitución de la empresa, aspectos comerciales y aspectos tributarios.

²⁰ "Proyectos Formulación y Criterios de Evaluación Díaz Nancy.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DEL MERCADO

El presente estudio de mercado se enfoca en conocer las características generales del mercado de la organización de eventos infantiles, considerando aspectos fundamentales como: servicio, demanda, oferta, precios y comercialización; para determinar si existe un mercado viable para la creación de la empresa organizadora de eventos infantiles de nombre “Recepciones y Atracciones Infantiles Herniparty”.

3.1. EL PRODUCTO / SERVICIO

3.1.1. Generalidades del servicio

Recepciones y Atracciones Infantiles Herniparty, será una empresa dedicada a la organización integral de eventos infantiles, el compromiso es ofrecer diversión y recreación totalmente diferente y única en la ciudad de Esmeraldas, caracterizados por la más alta calidad y servicio, con la creatividad y el profesionalismo que garantizarán un evento de excelencia.

El objetivo es asumir la organización de la fiesta infantil, de modo que los clientes, desempeñando el rol de anfitriones, puedan disfrutar de la celebración como si fueran los invitados.

3.1.2. Necesidades que cubre el servicio

“Herniparty” ayudará a padres de familia que no disponen del tiempo necesario para organizar un evento infantil, o no tienen la facilidad de acceder a ciertos servicios como animadores, juegos inflables, etc.

Con el debido asesoramiento a los clientes y la supervisión de cada uno de los detalles para el desarrollo del evento desde la planeación hasta la ejecución del mismo, como si ellos lo hicieran personalmente, logrando así, que su evento sea inolvidable.

3.1.3. Características del servicio

Recepciones y Atracciones Infantiles Herniparty, se caracterizará básicamente por su prestigio y eficiente desempeño en organización de eventos infantiles, satisfaciendo los más variados gustos y requerimientos de nuestros clientes al hacer realidad sus sueños e ideas, con todo, en cuanto a celebraciones infantiles se trata.

De acuerdo a las normas protocolares vigentes se establecerán las actividades a desarrollarse en el evento infantil y se ofrecerá una gama de servicios tratando de adaptar el precio de acuerdo al presupuesto de los clientes.

La empresa está dirigida a satisfacer las necesidades de la comunidad en general de la zona urbana del cantón Esmeraldas, específicamente en los sectores de nivel socio económico medio-alto, siendo el servicio de consumo final.

“Herniparty” contará con personal profesional en organización de fiestas infantiles; shows musicales dinámicos e interactivos junto a los personajes favoritos de los niños y decoraciones infantiles únicas para cada evento. Y para brindar una adecuada comodidad y óptimo confort a todos sus visitantes dispondrá de instalaciones propias con un salón de recepciones, áreas verdes, chozones, juegos recreativos, piscinas, cocina equipada, parqueadero, baños, duchas, vestidor, bodega y seguridad privada, con la oferta de los siguientes servicios:

- Animación
- Payaso
- Hora Loca
- Grupo Show
- Caritas Pintadas
- Personajes Artísticos
- Diseño y Decoración
- Catering
- Mobiliario
- Música
- Niñeras
- Meseros
- Fotografía y Filmación
- Repartición de Invitaciones
- Pozo de regalos
- Fuente de chocolate

Adicionalmente Herniparty alquilará sus instalaciones, para cualquier tipo de eventos en fechas disponibles que no hayan eventos infantiles.

3.2. ANALISIS DE LA DEMANDA

3.2.1. Segmentación del mercado

El proyecto se enfoca a la zona urbana del cantón Esmeraldas, en los sectores de nivel económico medio-alto, considerando a los hogares esmeraldeños que tienen hijos menores de 12 años, con el objetivo de conocer el comportamiento de la demanda, se ha diseñado un cuestionario que fue administrados a los jefes de familia de 400 hogares, para saber sus preferencias con relación al servicio y la capacidad adquisitiva que poseen para contratar los servicios que ofrecerá la empresa.

3.2.2. Conducta de compra de los clientes.

Esmeraldas es una ciudad que ofrece posibilidades para los negocios, la recreación y la diversión. Los jefes de familia que fueron entrevistados confirman que al momento de celebrar una fecha especial como lo es un cumpleaños, su mayor anhelo es complacer a sus hijos, sin escatimar esfuerzo, estando dispuestos de contratar a una empresa dedicada a la organización de eventos infantiles, con el fin de que su celebración sea todo un éxito.

3.2.3. Análisis de fuentes secundarias.

Para este análisis se utilizaron informes de internet, datos estadísticos registrados en el INEC e información obtenida de libros, folletos y proyectos integradores realizados por estudiantes de la PUCESE.

Sin embargo, de las fuentes secundarias no se logró obtener toda la información necesaria para cuantificar la demanda, por lo que fue necesario reunir las fuentes primarias para analizarla correctamente.

3.2.4. Análisis de fuentes primarias.

Este análisis consiste en investigación de campo por medio de encuestas, las cuales fueron diseñadas para ser aplicadas a 400 jefes de familias, en la zona urbana del cantón Esmeraldas, cuyas familias tienen niños menores de 12 años, con el propósito de obtener información útil que sirva como base para determinar la demanda existente del servicio.

3.2.4.1. Resultados de Encuesta

PREGUNTA N° 1.

¿Conoce de la existencia de una empresa dedicada a la organización de eventos infantiles en la ciudad de Esmeraldas?

TABLA Y GRÁFICO 3.1 Conocimiento del Servicio

Distribución de Frecuencias CONOCIMIENTO DEL SERVICIO		
Opción	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
SÍ	65	16%
NO	335	84%
Total	400	100%



Fuente: Encuestas

Elaborado: Autora del Proyecto

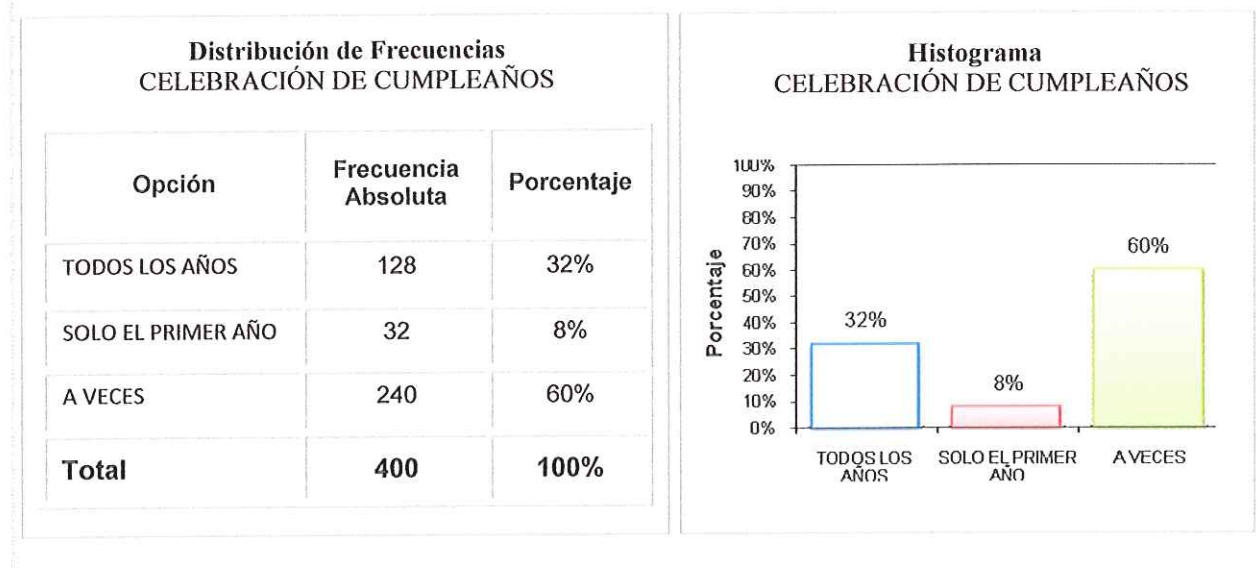
De las 400 personas entrevistadas, el 84% desconocen de la existencia de una empresa dedicada a la organización de eventos infantiles en la ciudad de Esmeraldas, mientras que, solo el 16% manifiesta conocer de este servicio, por lo tanto existe una notable cantidad de personas que desconocen de esta información.

Las empresas mencionadas fueron: Manualidades Zulema, Caudilus, Happy Party, Soffis y Chiqui Poom.

PREGUNTA N° 2.

¿Acostumbra a celebrar el cumpleaños de sus hijos?

TABLA Y GRÁFICO 3.2. Frecuencia de la celebración de cumpleaños



Fuente: Encuestas

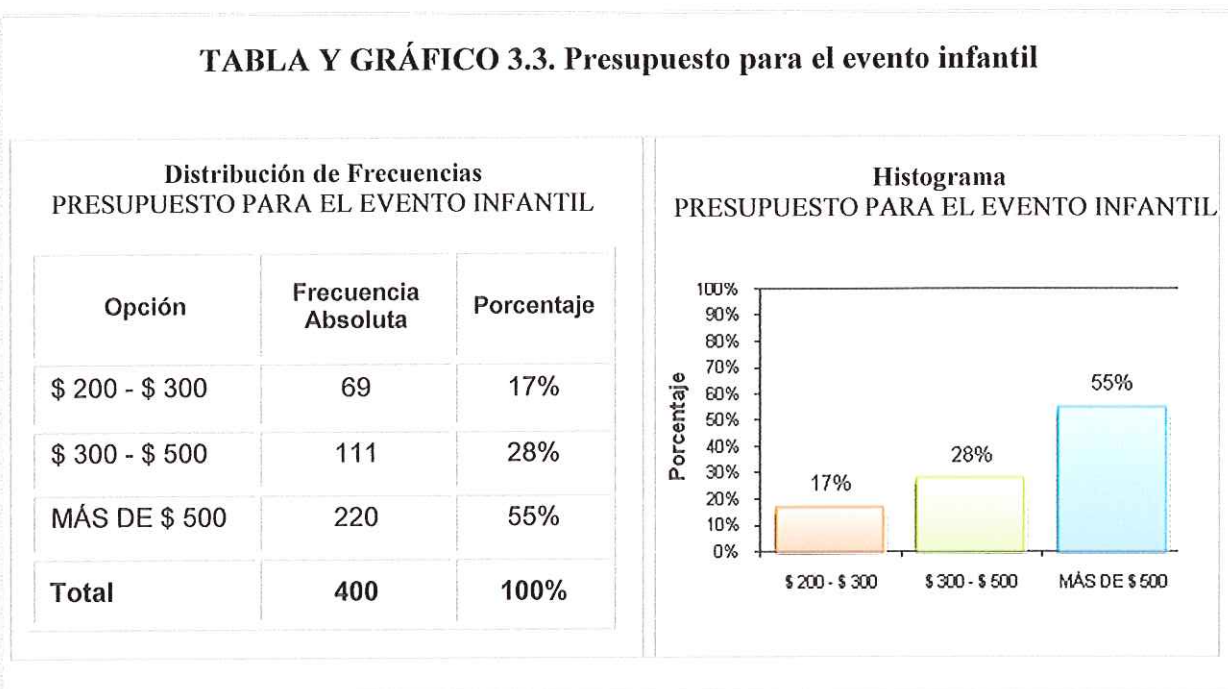
Elaborado: Autora del Proyecto

La presente variable trata de esculcar la frecuencia con la que los informantes acostumbran a celebrar los cumpleaños de sus hijos, encontrándose que el 60% lo hace “a veces”, un 32% lo hace “todos los años” y el 8% lo hace sólo el primer año. Por lo tanto podemos inferir que todos los entrevistados efectúan por lo menos una celebración de cumpleaños a sus hijos.

PREGUNTA N°3.

De su presupuesto familiar, ¿cuánto asignaría para la organización de una fiesta infantil para su hijo?

TABLA Y GRÁFICO 3.3. Presupuesto para el evento infantil



Fuente: Encuestas

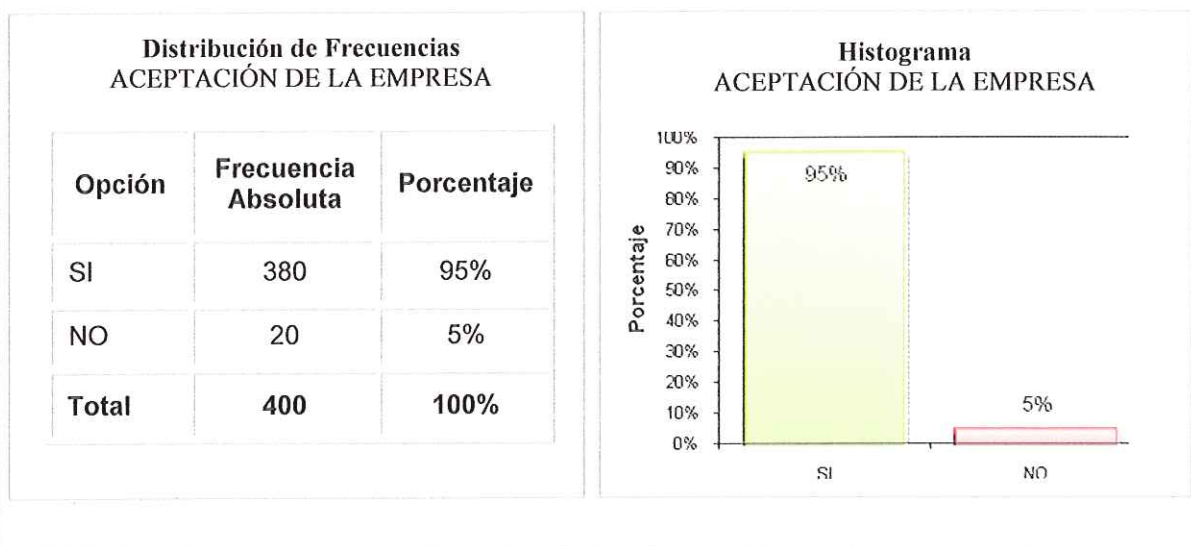
Elaborado: Autora del Proyecto

De los 400 entrevistados, el 28% asigna de su presupuesto familiar para la organización de una fiesta infantil de \$ 300 a \$500; el 17% lo hace de \$200 a \$300 y el 55% está dispuesto a asignar más de \$ 500,00; lo cual indica que más del 50% de la población está dispuesto a incurrir en gastos mayores a \$ 500 en la realización de un eventos, por tanto de acuerdo a este resultado, si se podría ofrecer un servicio de calidad.

PREGUNTA N° 4.

¿Contrataría los servicios de una empresa que se dedique a la organización de eventos infantiles?

TABLA Y GRÁFICO 3.4. Aceptación del Proyecto



Fuente: Encuestas

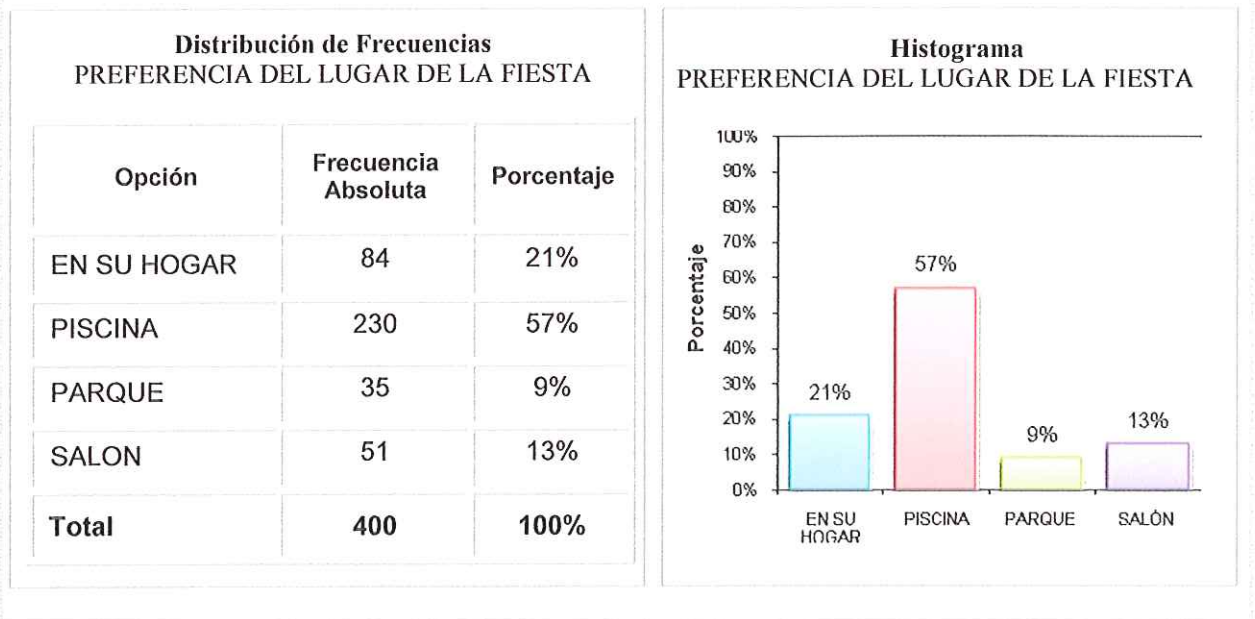
Elaborado: Autora del Proyecto

Del total de los entrevistados el 95% dice que SI estaría dispuesto a contratar los servicios de una empresa que se dedique a la organización de eventos infantiles, mientras que el 5% muestra no estar interesado en este tipo de servicio. Es decir que la aceptación de los potenciales clientes al presente proyecto es favorable.

PREGUNTA N° 5.

¿Cuál es el lugar que prefiere para el para la celebración de una fiesta?

TABLA Y GRÁFICO 3.5. Lugar de preferencia para el evento



Fuente: Encuestas

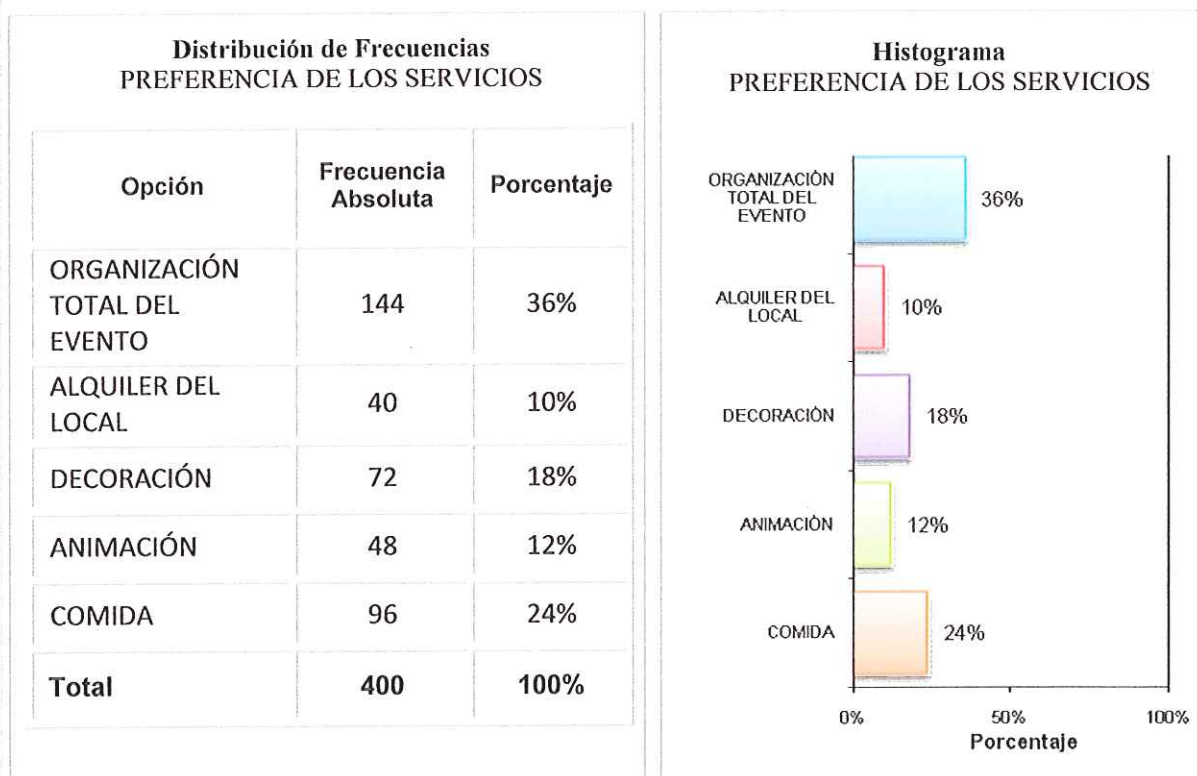
Elaborado: Autora del Proyecto

Del total de los encuestados el 57% prefiere realizar la fiesta en una piscina, el 21% en su hogar, el 13% en un salón y el 9% en un parque. Contrario a lo que se pensaría convencionalmente de que las personas prefieren su hogar para la celebración de un evento, las respuestas obtenidas revelan una importante acogida a las instalaciones que cuentan con piscinas, mientras que los salones y los parques podrían ser complemento, mas no lo principal que buscan los clientes.

PREGUNTA N° 6.

De los siguientes servicios, ¿cuál contrataría?

TABLA Y GRÁFICO 3.6. Preferencia de los servicios



Fuente: Encuestas

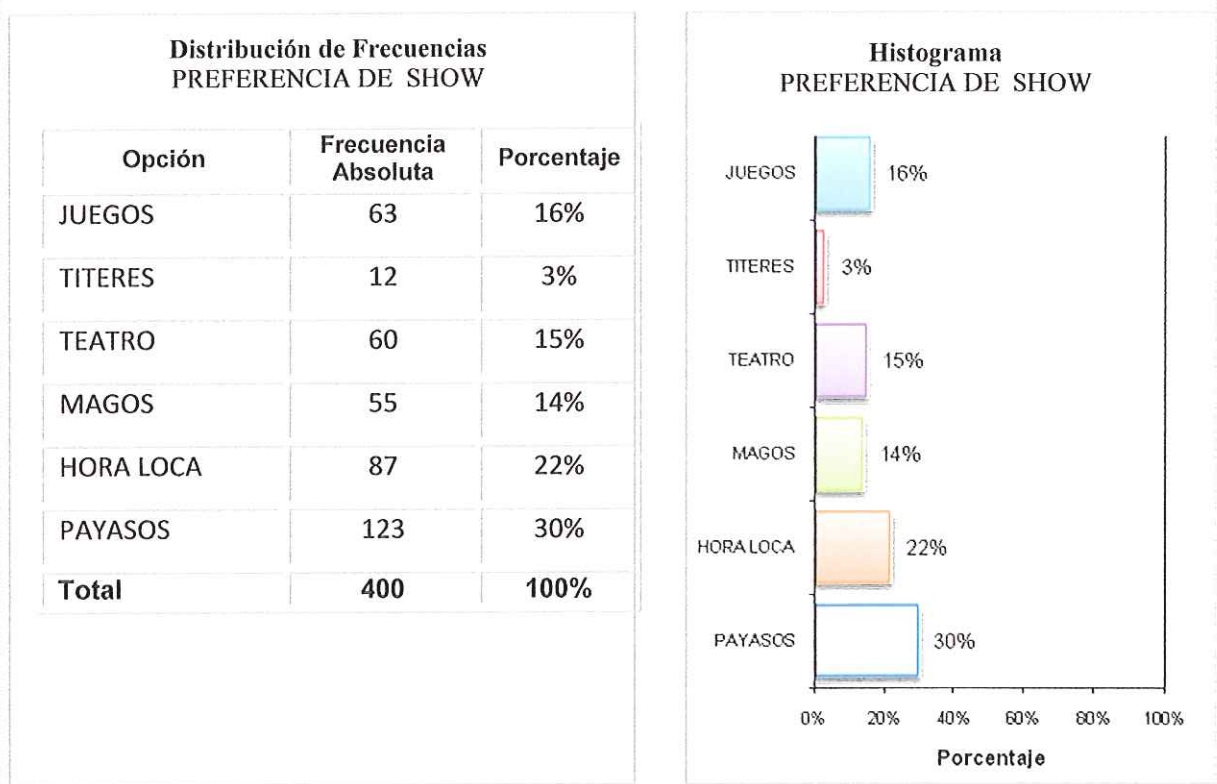
Elaborado: Autora del Proyecto

En este apartado tenemos que el 36% de los informantes prefieren contratar el servicio de la organización total del evento, pues esto representaría a los clientes el dejar de preocuparse por la contratación de cada servicio por separado, logrando satisfacer sus requerimientos haciendo que disfruten del evento al igual que los invitados, en tanto que el 10% solo alquilaría un local, el 18% la decoración, 12% animación y el 24% comida, siendo estos cuatro últimos servicios parte del paquete que se pretende ofrecer en el presente proyecto.

PREGUNTA N° 7.

¿Qué show le gustaría para la animación de la fiesta?

TABLA Y GRÁFICO 3.7. Show de Preferencias



Fuente: Encuestas

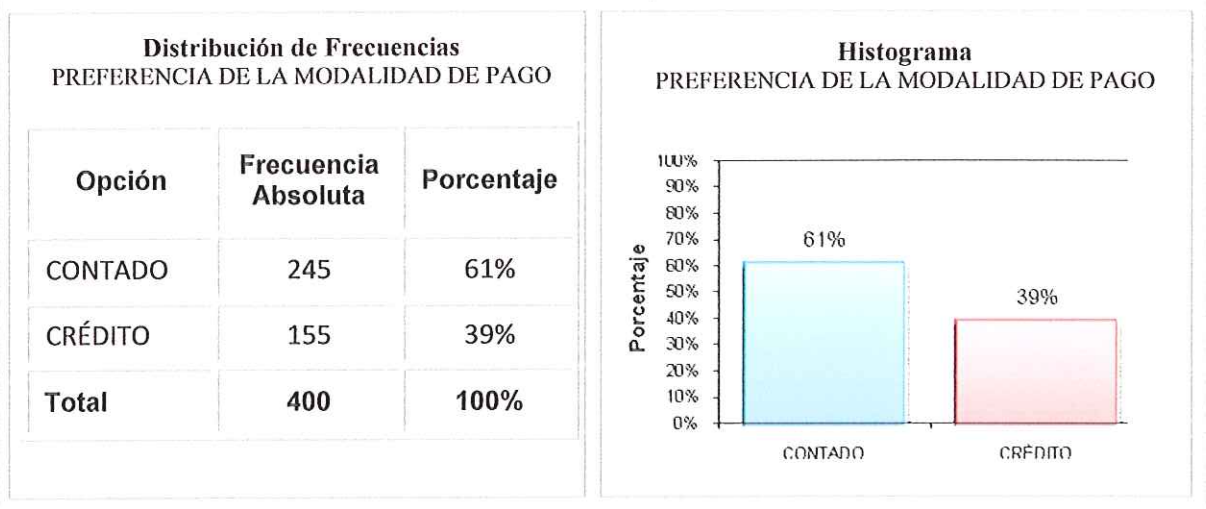
Elaborado: Autora del Proyecto

En lo que respecta al tipo de shows para la animación de la fiesta hallamos que el 30% de los entrevistados siguen prefiriendo los payasos como primera opción de entretenimiento, lo cual nos da la pauta para incluir este tipo de espectáculos entre los servicios que ofrecemos, como segunda opción tenemos la hora loca que se está haciendo muy popular en nuestro medio, a la que se le ha asignado un 22%, los juegos, magos y teatro tienen porcentajes cercanos al 15%, aun cuando no tan representativo individualmente, en conjunto representan casi el 45%, lo cual nos da una pauta para seguir incluyéndolos en los espectáculos pero en menor proporción, en tanto que los títeres definitivamente no son una alternativa a considerar, pues de acuerdo a los resultados sólo representan un escaso 3%.

PREGUNTA N° 8.

¿Qué modalidad de pago prefiere si usted contratara a una empresa para la organización de su fiesta infantil?

TABLA Y GRÁFICO 3.8. Formas de Pago



Fuente: Encuestas

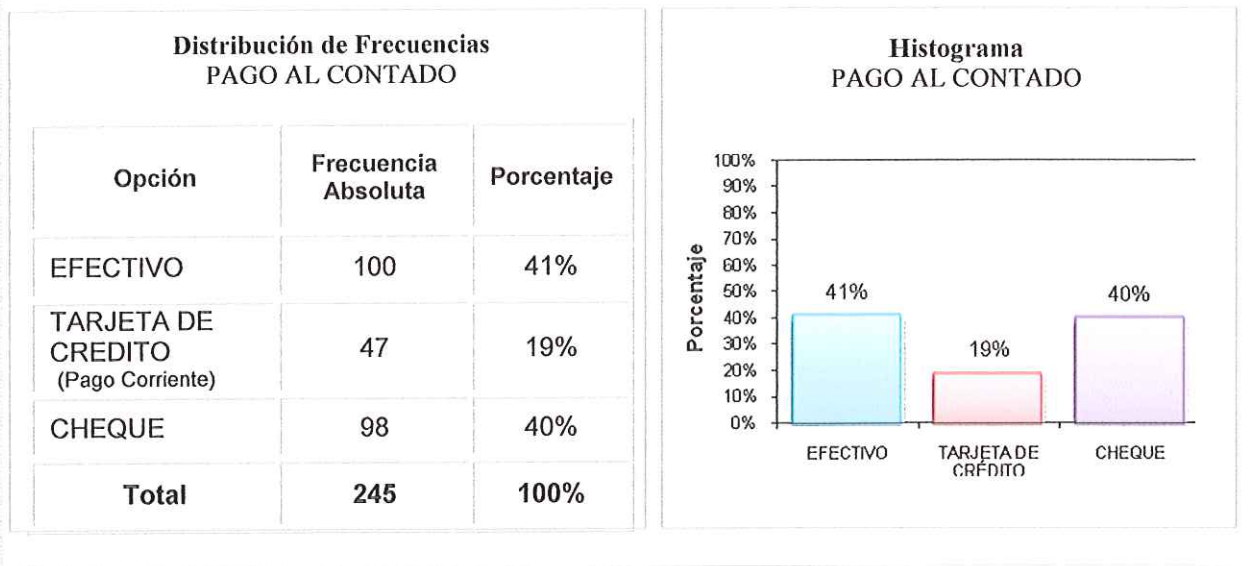
Elaborado: Autora del Proyecto

Es importante considerar la modalidad de pago a la que mejor se ajustan nuestros clientes, es así que la presente variable plantea dos opciones, “Contado” que obtuvo un 61%, mientras que, “Crédito” 39%, estos resultados revelan que no existe una diferencia significativa entre los dos tipos de pago, sin embargo, nos posibilita conocer que se mantiene abierta la posibilidad del crédito en nuestro medio, en la siguiente sección analizaremos en detalle la distribución de cada forma de pago

PREGUNTA N° 8.1.

Opciones de Pago al Contado.

TABLA Y GRÁFICO 3.9. Distribución de pago al contado



Fuente: Encuestas

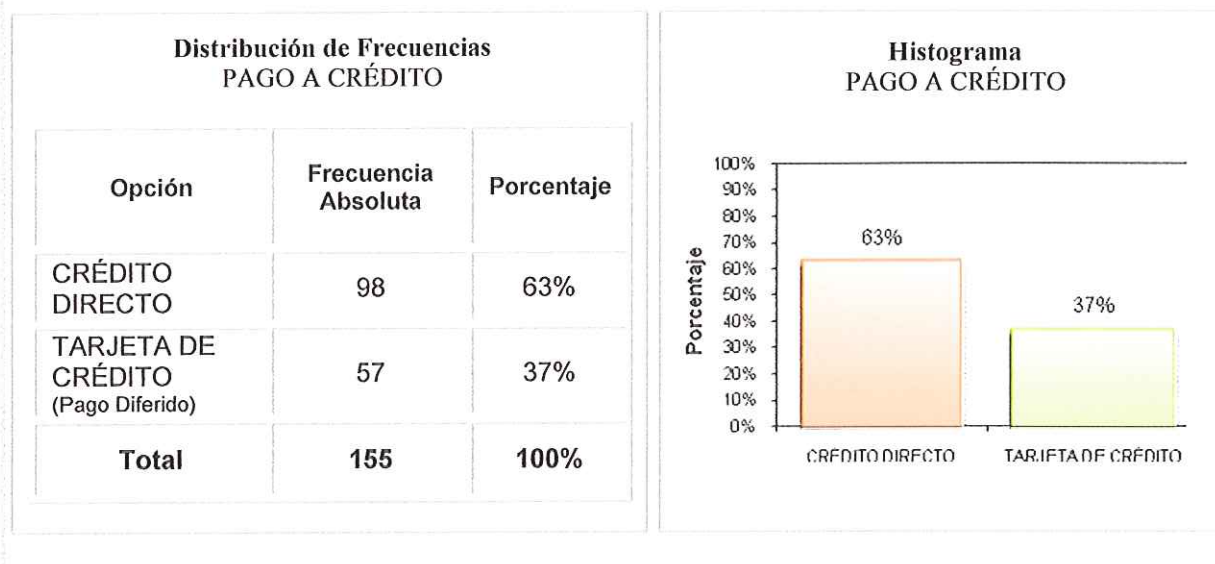
Elaborado: Autora del Proyecto

Aquí encontramos que de los entrevistados quienes prefieren cancelar el servicio de organización de eventos infantiles al contado únicamente un 19% optó por pagar con tarjeta de crédito, mientras que, el pago en efectivo y cheque alcanzan un 81%; al observar estos resultados pensaríamos que lo convencional sería no pensar en ofrecer pagos a través de tarjetas, al contrario nos indica la presencia de esta opción que aunque no está siendo muy explotada, la tendencia de las tecnologías de información está haciendo que tenga una presencia relevante en el sector comercial de nuestro país.

PREGUNTA N° 8.2.

Opciones de Pago a Crédito.

TABLA Y GRÁFICO 3.10. Distribución de pago a crédito



Fuente: Encuestas

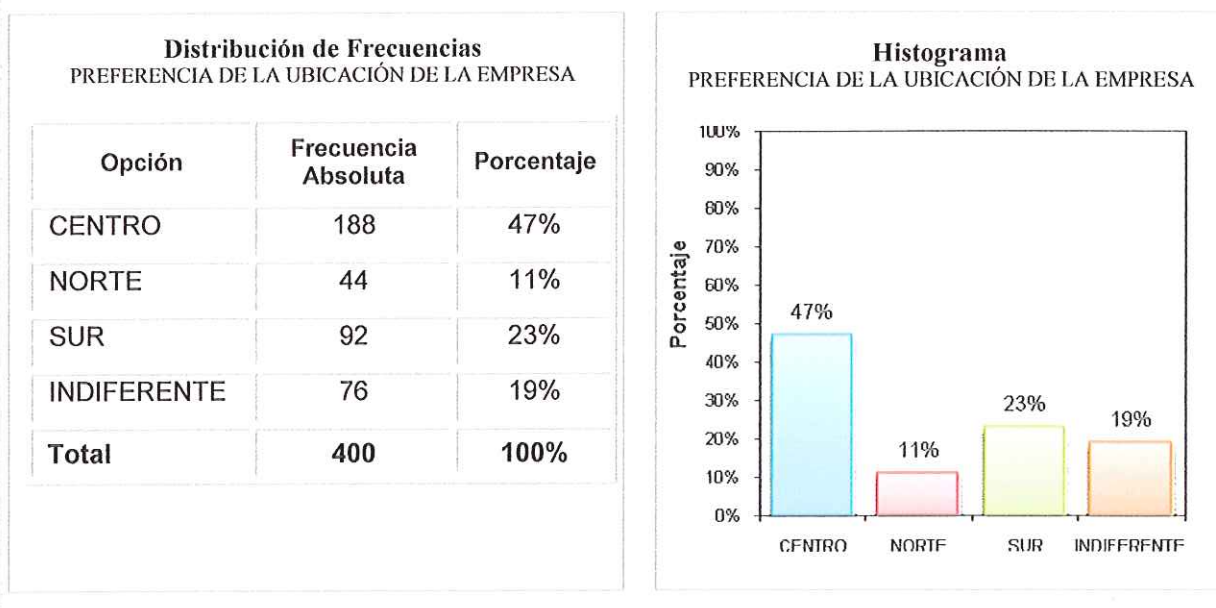
Elaborado: Autora del Proyecto

De las 155 personas que prefieren cancelar a crédito que representan el 39% de los encuestados, el 63% elije hacerlo mediante crédito directo, y el 37% con tarjeta de crédito.

PREGUNTA N° 9.

Según su criterio, en qué sector de la ciudad debería estar ubicada las instalaciones de la empresa.

TABLA Y GRÁFICO 3.11. Preferencia de la Localización de la Empresa



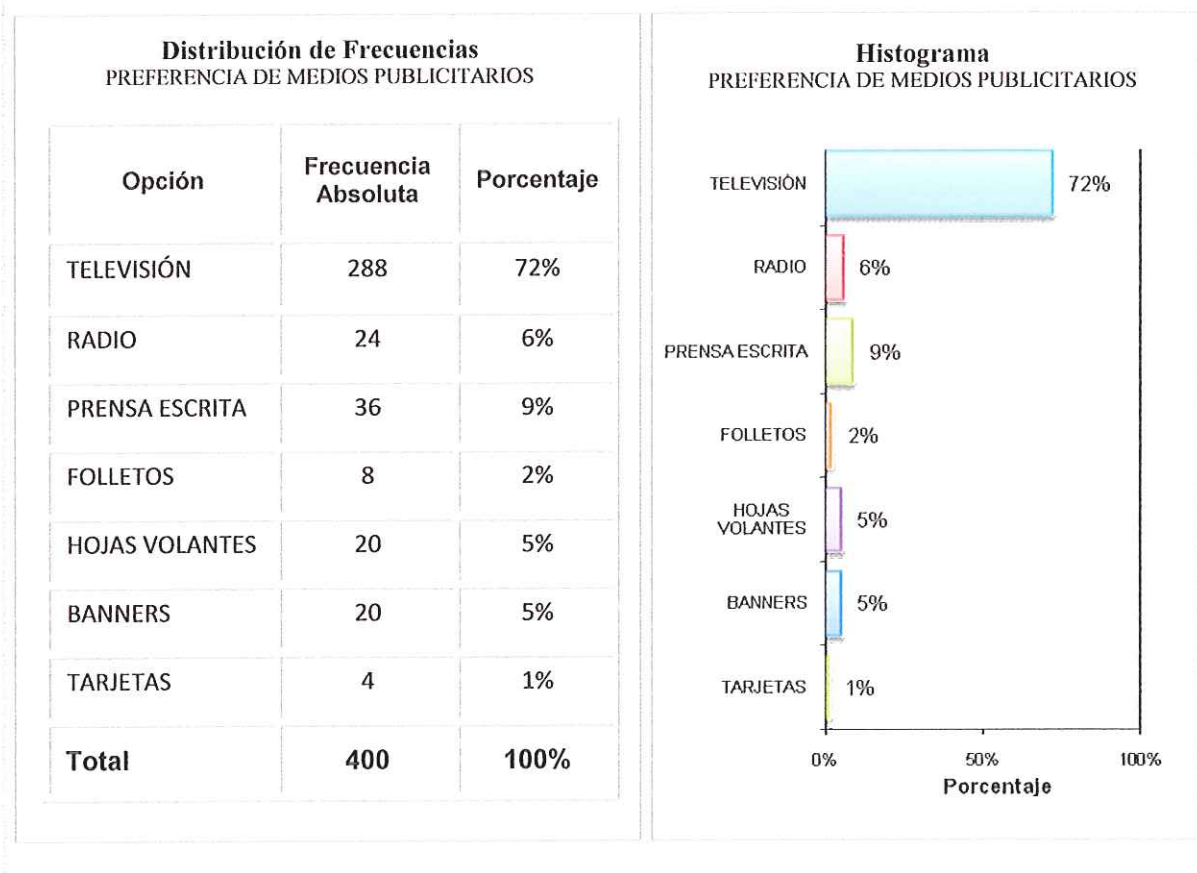
Fuente: Encuestas Elaborado: Autora del Proyecto

En cuanto al sector en el que deberían estar ubicadas las instalaciones de la empresa obtuvimos que el 47% de los entrevistados manifestó que deberían estar en el “*Centro de la ciudad*” debido a la facilidad de acceso y la relativa cercanía con respecto a los demás puntos de la ciudad, el sector “norte” tuvo un porcentaje del 11%, en tanto que el “sur” 23%, de lo cual se supone que las personas prefieren el último sector debido a su área geográfica que supone un ambiente despejado y amplio un tanto alejado de las zonas densamente pobladas, por último a un 19% de los informantes le resulta indiferente la ubicación de las instalaciones de la empresa, lo que sugiere que dependiendo de la calidad del servicio ofrecido ellos acudirán sin detenerse a pensar en la ubicación.

PREGUNTA N° 10.

¿Cuál de los siguientes medios de publicidad capta mayormente su atención?

TABLA Y GRÁFICO 3.12. Preferencia de la Publicidad



Fuente: Encuestas

Elaborado: Autora del Proyecto

El medio de publicidad que capta mayor atención a los encuestados es el televisivo ocupando el 72%, le sigue la prensa escrita con el 9%, la radio el 6%, con un 5% empatados las hojas volantes y los banners, con el 2% los folletos y con el 1% las tarjetas.

3.2.4.2. Análisis de Encuestas

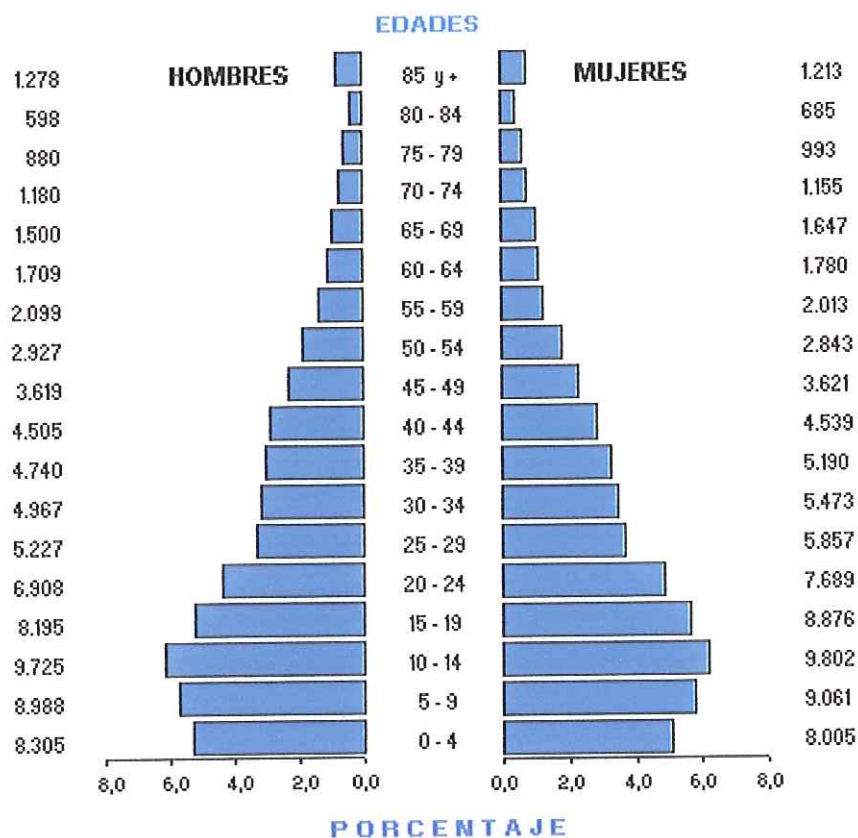
Los resultados de la encuesta revelaron lo siguiente: Existe un posicionamiento bajo de las empresas dedicadas a ofrecer servicios para eventos infantiles ya que tan sólo el 16% de los entrevistados conocen de la existencia de alguna empresa, mientras que el 84% aseguran no conocer, incluso han tenido que contratar varios servicios desde otras ciudades. Las familias esmeraldeñas sí acostumbran a celebrar los cumpleaños a pesar de no realizarlo todos los años, del 100% de los encuestados el 60% acostumbra a celebrar el cumpleaños de sus hijos a veces, el 32% lo celebra todos los años, mientras que tan sólo el 8% lo celebra el primer año. El valor que asignan para el presupuesto de eventos infantiles es de 200 a 300 dólares el 17%, de 300 a 500 dólares el 28% y más de 500 dólares asigna el 55%, mediante la modalidad de pago de contado en efectivo el 61% de los encuestados, mientras que el 39% lo prefiere hacer a crédito. Al preguntarles si estarían dispuestos a contratar los servicios de una empresa que se dedique a la organización de eventos infantiles el 95% de los entrevistados contestaron afirmativamente, mientras que el 5% muestra no estar interesado en dicho servicio, quienes contratarían los servicios los eligen así, el 48% prefiere contratar la organización de todo el evento, el 18% prefiere alquilar el local, el 14% selecciona el servicio de la comida, el 12% opta por la decoración y el 8% elige la animación, con relación al lugar del evento el 57% preferentemente les gusta realizar el evento en establecimientos que tienen piscinas, un 21% lo hace en su propio hogar, el 13% opta por un salón y el 9% prefiere en un parque, para el entretenimiento los show de mayor preferencia son payasos, hora loca y juegos concurso en un 30%, 22% y 16% respectivamente, siendo los de menor interés los actos de magia con el 14% y los títeres con tan sólo un 3% de preferencia, de las respuestas a la pregunta relacionada con la ubicación de la empresa se tiene que el sector de mayor preferencia es el centro de la ciudad con una votación mayoritaria del 47%, le sigue el sur con el 23%, el sector norte lo escoge el 11%, mientras que para el 19% de los entrevistados le es indiferente, sobre el medio de publicidad que capta mayormente su atención respondieron que es la televisión ocupando el 72%, le sigue la prensa escrita con el 9%, la radio el 6%, con un 5% empatados las hojas volantes y los banners, con el 2% los folletos y con el 1% las tarjetas de presentación.

3.2.5. Proyección de la Demanda

Para proyectar la demanda potencial futura es necesario determinar la demanda actual, para esto se considerarán valores históricos del crecimiento de la población, utilizando la tasa de crecimiento suministrada por el INEC.

La población del cantón Esmeraldas, según el Censo del 2001, representa el 41,0% del total de la Provincia de Esmeraldas; ha crecido en el último período intercensal 1990-2001, a un ritmo del 1,4% promedio anual, según se puede observar en la Pirámide de Población por edades y sexo.

Figura 3.1. Pirámide de Población. Censo 2001



Se ha considerado que la demanda potencial de este proyecto está en el segmento de población comprendido entre 1-14 años, lo cual se detalla en el cuadro siguiente:

TABLA 3.13. POBLACION INFANTIL CANTÓN ESMERALDAS (2001)

EDAD	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
0-4 años	16.310	8.305	8.005
5-9 años	18.049	8.988	9.061
10-14 años	19.527	9.725	9.802
TOTAL	53.886	27.018	26.868
Fuente: INEC			
Elaborado: Autora del Proyecto			

Tomando como punto de partida los datos del año 2001 y que la tasa de crecimiento de la población es el 1,4% promedio anual, se elabora un cuadro de proyección desde el año 2005 al 2009 que serán considerados como datos históricos, para luego realizar la proyección de la demanda futura de los años 2010 al 2014, de la siguiente manera:

TABLA 3.14 PROYECCIÓN DE POBLACIÓN INFANTIL CANTON ESMERALDAS 2005-2009

EDADES	2005	2006	2007	2008	2009
0-4 años	17.243	17.484	17.729	17.977	18.229
5-9 años	19.081	19.348	19.619	19.894	20.172
10-14 años	20.644	20.933	21.226	21.523	21.824
TOTAL	56.968	57.765	58.574	59.394	60.225

Para determinar la demanda potencial futura se empleará el modelo de regresión lineal, matemáticamente la forma de su ecuación es: $Y(x)=a+bX$.

Donde:

$Y(x)$ = es el valor estimado de la variable dependiente para un valor específico de la variable independiente (x).

a = es el punto de intersección de la línea de regresión con el eje y. (en este punto la variable independiente x tiene un valor de cero.)

b = es la pendiente de la línea de regresión

N = Número de años

X = es el valor específico de la variable independiente. (Indicadores)

Y = Consumo aparente

TABLA 3.15. PROYECCION DE LA DEMANDA FUTURA

AÑOS	X	DEMANDA (Y)	XY	X ²	N
2005	-2	56.968	-113.936	4	1
2006	-1	57.765	-57.765	1	2
2007	0	58.574	0	0	3
2008	1	59.394	59.394	1	4
2009	2	60.225	120.450	4	5
TOTAL	0	292.926	8.143	10	5

Se asumió el año 2007 = 0 para que la suma de los valores de x sea cero

Reemplazando en las ecuaciones de a y b , se tiene que:

$$a = \frac{\sum Y}{N} = \frac{292.926}{5} = 58.585$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{8.143}{10} = 814$$

$$Y(x) = a + bX$$

De esta forma la ecuación final de regresión sería:

$$Y(x) = 58.585 + 814x$$

Para estimar la demanda esperada en el 2010 ($x = 3$), se reemplaza y entonces queda:

$$Y_{(2010)} = 58.585 + 814(3)$$

$$Y_{(2010)} = 61.027$$

TABLA 3.16. CÁLCULO DE PROYECCIÓN

AÑOS	CALCULO	TOTAL
Y(2010)	= 58.585 + 814 (3) =	61.027
Y(2011)	= 58.585 + 814 (4) =	61.841
Y(2012)	= 58.585 + 814 (5) =	62.655
Y(2013)	= 58.585 + 814 (6) =	63.469
Y(2014)	= 58.585 + 814 (7) =	64.283

TABLA 3.17. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

AÑOS	DEMANDA FUTURA
2010	61.027
2011	61.841
2012	62.655
2013	63.469
2014	64.283

Fuente: Cálculo en base a la fórmula de regresión lineal

Elaborado: Autora del Proyecto

De acuerdo al resultado de las encuestas el 95% de los encuestados contratarían el servicio de organización de eventos infantiles y utilizando la herramienta de la fórmula de regresión lineal ($Y=A+BX$), para el cálculo de la proyección de la demanda se obtienen los siguientes resultados:

3.3. ANALISIS DE LA OFERTA

Para el análisis de la oferta competitiva en el mercado de organización de eventos infantiles, es imperioso determinar el número de oferentes que intervienen en dicha área de influencia y clasificarlas según su actividad principal, tomando en cuenta a las empresas que organizan eventos, alquilan salones de fiestas y decoran.

TABLA 3.18. CUADRO DE OFERTA

N°	COMPETENCIA	SERVICIOS		
		ORGANIZACIÓN DE EVENTOS	ALQUILER DEL LOCAL	DECORACION
1	CASINO DE TRIPULANTES		X	
2	CENTRO DE EVENTOS MI FIESTA		X	
3	CHIQI POOM	X		
4	CHIQIS FIESTA			X
5	CLUB CAMPESTRE LA FINCA		X	
6	CLUB ALDEA CUBANA		X	
7	CLUB NAVAL DE OFICIALES		X	
8	SALÓN DE ACTOS ING. JORGE MONTAÑO		X	
9	DMR EVENTOS			X
10	FLORESTERIA LAS MELLIZAS			X
11	ÑATOS POOL		X	
12	HUGOS CLUB	X		
13	MANUALIDADES ZULEMA	X		
14	MUNDO MAGICO		X	
15	MUNDO PEQUEÑO			X
16	PATIO DE ANTONELLA		X	
17	PISCINAS CHUMBLUN		X	
18	PLAZA CLUB		X	
19	RECEPCIONES MÓNICA	X		
20	SALA DE EVENTOS Y RECEPCIONES CAUDILUS		X	
21	SÓFYS			X
22	PITUFIESTA			X
23	RESTAURANT OCEAN		X	
	TOTAL	4	13	6
Fuente: Entrevistas				
Elaborado: Autora del Proyecto				

3.3.1. Aspectos cualitativos y cuantitativos de la Oferta

El análisis de la oferta se realizó mediante fuentes primarias, logrando un contacto directo con la competencia, utilizando las técnicas de entrevistas y observación, donde se pudo identificar quiénes son la competencia directa e indirecta del servicio. Para un mejor análisis se utilizará el método del análisis de grupos, agrupando en cuadros a las empresas que se asemejan entre sí, exponiendo las características de cada una con respecto al nombre, localización, servicios, capacidad utilizada y posicionamiento.

El criterio para determinar el posicionamiento de la competencia utilizando las variables, “alto”, “medio” y “bajo”, fue considerado en relación a al conocimiento de su existencia, de acuerdo a la pregunta número uno de la encuesta que decía, ¿conoce de la existencia de una empresa dedicada a la organización de eventos infantiles en la ciudad de Esmeraldas? y en relación a la frecuencia con que brindan el servicio, de acuerdo a la pregunta número 5 de la entrevista que pregunta a la competencia ¿cuántos eventos realizan mensualmente).

A continuación se muestran los cuadros de los tres grupos de empresas entrevistados:

TABLA 3.19. ORGANIZADORES DE EVENTOS

N°	EMPRESA	UBICACIÓN	SERVICIOS	CAPACIDAD	
				SERVICIO	POSICIONAMIENTO
1	MANUALIDADES ZULEMA	10 de Agosto entre Colón y Olmedo	<ul style="list-style-type: none"> - Animación - Mesas y sillas - Catering - Invitaciones - Música - Hora Loca 	200	Alto
2	RECEPCIONES MONICA	LOS ALMENDROS	<ul style="list-style-type: none"> - Catering - Animación - Mesas y sillas - Invitaciones - Música - Hora Loca 	200	Bajo
3	HUGOS CLUB	Av. Libertad y 24 de Mayo	<ul style="list-style-type: none"> - Salón - Catering - Animación - Payaso - Hora Loca - Mesas y sillas - Asesoramiento - Música 	300	Medio
4	CHIQUI POOM	JR Coronel y Gran Colombia	<ul style="list-style-type: none"> - Local - Juegos recreativos - Catering - Mesas y sillas - Música - Decoración - Parqueadero 	150	Alto
Fuente: Entrevistas					
Elaborado: Autora del Proyecto					

Se entrevistaron a cuatro empresas dedicadas a la organización de eventos, no obstante, no son empresas exclusivas para fiestas infantiles a excepción de Chiqui Poom y tampoco brindan todos los servicios propuestos en este proyecto.

Los entrevistados manifestaron varias razones por las que no se especializan en eventos infantiles las cuales son:

Los eventos infantiles no generan tanto ingreso como los eventos para adultos, ya que en estos últimos se consume bebidas alcohólicas, el plato de comida es más sofisticado y caro, no hay tanto desperdicio al finalizar el evento, la decoración es menos compleja y no exigen de muchos detalles.

Con relación a la empresa Chiqui Poom, se presentan algunas debilidades ya que a pesar de tener espacios destinados para juegos infantiles como distracción para los niños, no tiene mucha aceptación debido a que la zona es considerada por los clientes como insegura, por la carencia de control policial y la presencia de una gasolinera en el mismo lugar.

TABLA 3.20. ALQUILER DE LOCAL PARA EVENTOS

N°	EMPRESA	UBICACIÓN	SERVICIOS	CAPACIDAD FISICA	POSICIONAMIENTO
1	CASINO DE TRIPULANTES	Av. Kennedy	- Salón de eventos - 13 Mesas - 50 sillas - Música	75	Bajo
2	CHUMBLUN	Vuelta Larga	- Piscina con tobogán - Juegos recreativos - Hamacas - Área de adultos - Baños - Parqueadero - Música	250	Bajo
3	SALÓN DE ACTOS ING. JORGE MONTAÑO	Av. Kennedy frente al Hospital Naval.	- Salón de eventos - Mesas y sillas	180	Bajo
4	CLUB NAVAL DE OFICIALES	Las Palmas	- Salón de eventos - Piscina - Mesas y sillas - Parqueadero - Música	300	Alto
5	MUNDO MAGICO	1-10 y Av. Libertad	- Local - Juegos infantiles - Mesas y sillas - Música	100	Bajo
6	ÑATOS POOL	Calle N° 11 frente al CNE	- Salón de eventos - Piscina - 26 sillas - 5 bancos - 9 mesas	150	Medio
7	PATIO DE ANTONELLA	9 de Octubre entre Colón y Olmedo	- Salón de eventos - Piscina - Bar - Mesas y sillas - Música	120	Alto
8	PLAZA CLUB	Ricaurte entre Colón y Olmedo	- Salón de eventos - Piscina - Mesas y sillas - Música	250	Bajo

9	SALA DE EVENTOS CANDILUZ	Av. Olmedo 506 y Salinas	- Salón de eventos - Mesas y sillas	200	Medio
10	CENTRO DE EVENTOS MI FIESTA	Nuevos Horizontes	- Salón de eventos Mesas y sillas	150	Bajo
11	CLUB ALDEA CUBANA	Vuelta Larga	- Piscinas para adultos y niños - Canchas deportivas - Chozones - Baños - Parqueadero - Música - Saltarín	600	Medio
12	CLUB CAMPESTRE LA FINCA	Vía a Atacames Km 7 1/2	- Piscina de adultos y niños - Juegos recreativos infantiles - Hamacas - Chozones - Baños - Parqueadero	120	Bajo
13	RESTAURANT OCEAN	Av. Kennedy y Simón Plata Torres	- Salón de eventos - Mesas y sillas - Música - Comida (obligatorio)	250	Medio
Elaborado: Autora del Proyecto					
Fuente: Entrevistas					

De los trece establecimientos visitados la mayoría no están adecuados para eventos infantiles, a excepción de Chiqui Poom, Mundo Mágico y Club Campestre “La Finca”, en los locales cerrados son reservados en el momento de la decoración ya que no se permiten pegar adornos en las paredes, las piscinas son de adultos y las de niños son pequeñas y carecen de mobiliario para niños.

TABLA 3.21. DECORACIÓN

N°	EMPRESA	UBICACIÓN	SERVICIOS	CAPACIDAD SERVICIO	POSICIONAMIENTO
1	CHIQUIS FIESTA	Olmedo entre Espejo y Juan Montalvo	- Decoración en globos - Venta de artículos para fiestas	150	Bajo
2	DMR EVENTOS	6 de Diciembre entre Salinas y Mejía	- Decoración en globos - Alquiler de sillas, mesas y manteles	120	Bajo
3	FLORISTERÍA LAS MELLIZAS	Olmedo y Juan Montalvo	- Decoración en globos - Alquiler de sillas, mesas y manteles - Disco móvil	150	Alto
4	MUNDO PEQUEÑO	Colón 19-31 y Rocafuerte	- Decoración en globos - Alquiler de sillas, mesas y manteles - Hora Loca - Caritas pintadas	100	Medio
5	SOFYS	Rocafuerte y Olmedo	- Manualidades y decoración de fiestas infantiles	150	Medio
6	PITUFIESTA	10 de Agosto entre Olmedo y Colón	- Decoración en globos y fomix	100	Medio
<p>Fuente: Entrevistas</p> <p>Elaborado: Autora del Proyecto</p>					

La mayoría de las empresas realizan decoración solo en globoflexia y a demás tienen cierta distinción entre los locales de espacios cerrados y abiertos ya que en este último dicen tener mayor dificultad al realizar el trabajo de la decoración.

3.3.2. Proyección de la Oferta

No existe una información estadística que muestre la evolución de la oferta de eventos infantiles en la ciudad de Esmeraldas, no obstante, se realizara la proyección de la oferta futura probable, usando información de las entrevistas y fuentes secundarias.

A continuación se presenta un resumen de la oferta del servicio, en relación a la frecuencia y cantidad ofertada, información que se obtuvo resultado de las preguntas N° 5 y 6 de la entrevista efectuada a la competencia, en base a las variables ¿cuántos eventos infantiles realiza mensualmente?, y ¿cuál es el promedio de asistentes en cada evento?

TABLA 3. 22. RESUMEN DE CAPACIDAD DE LA OFERTA

N°	EMPRESA	N° DE EVENTOS INFANTILES AL MES	N° DE PERSONAS	OFERTA MENSUAL
1	CASINO DE TRIPULANTES	1	75	75
2	CHIQUIS FIESTA	1	150	150
3	CENTRO DE EVENTOS MI FIESTA	1	150	150
4	CHIQUI POOM	4	150	600
5	CLUB CAMPESTRE LA FINCA	2	120	240
6	CLUB ALDEA CUBANA	2	200	400
7	CLUB NAVAL DE OFICIALES	2	300	600
8	SALÓN DE ACTOS ING. JORGE MONTAÑO	1	180	180
9	DMR EVENTOS	1	120	120
10	FLORESTERIA LAS MELLIZAS	2	150	300
11	ÑATOS POOL	1	150	150
12	HUGOS CLUB	3	300	900

13	MANUALIDADES ZULEMA	3	200	600
14	MUNDO MAGICO	1	100	100
15	MUNDO PEQUEÑO	2	100	200
16	PATIO DE ANTONELLA	2	120	240
17	PISCINAS CHUMBLUN	1	250	250
18	PLAZA CLUB	2	250	500
19	RECEPCIONES MÓNICA	1	200	200
20	SALA DE EVENTOS Y RECEPCIONES CAUDILUS	2	200	400
21	SOFYS	2	150	300
22	PITUFIESTA	2	100	200
23	RESTAURANT OCEAN	1	250	250
	TOTAL	35	3828	5360
Fuente: Entrevistas				
Elaborado: Autora del Proyecto				

Para determinar un aproximado del consumo actual del servicio, se utilizó la siguiente información:

- ✓ Datos de la proyección de la demanda del año 2010, que resultó 61.027 personas (población infantil).
- ✓ Datos de la encuesta realizada, con relación a la pregunta N° 6 en la que se pregunta a los entrevistados cuáles son los servicios que prefieren contratar al realizar un evento infantil; el resultado reflejó que 29.293 personas, que representan el 48% de los entrevistados, prefieren contratar el servicio completo de la organización del evento.
- ✓ Incremento del 1,40% de acuerdo al crecimiento poblacional.
- ✓ De acuerdo a las entrevistas la oferta sólo cubre aproximadamente 35 eventos mensuales, que multiplicados por doce meses de un año, se tiene que la oferta satisface 420 eventos al año.

Siguiendo estos cuatro criterios, se obtiene un estimado de la oferta y su proyección hasta el año 2014, de la siguiente manera:

TABLA 3. 23. PROYECCIÓN DE OFERTA

AÑOS	OFERTA FUTURA
2010	420
2011	426
2012	432
2013	438
2014	444

Fuente: Cuadro de resumen de capacidad de la oferta e índice de crecimiento poblacional

Elaborado: Autora del Proyecto

De esta manera se obtiene los valores proyectados, lo cuales indican que existe incremento de oferentes para este tipo de servicio y se puede confirmar que dicha oferta está en crecimiento.

3.4. ANALISIS COMPARATIVO ENTRE OFERTA Y DEMANDA

En la ciudad de Esmeraldas existe una tendencia por parte de los esmeraldeños a la contratación de empresas organizadoras de eventos, según datos obtenidos en este estudio, a pesar de ya existir empresas ofertantes existe una demanda en el mercado por satisfacer.

En el cuadro a continuación, podemos apreciar, que al comparar la oferta con la demanda, ésta arroja resultados positivos, lo cual indica que la demanda es mayor que la oferta, por lo que en los cinco próximos años se observa un incremento de la demanda insatisfecha en el mercado.

TABLA 3.24. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA (Oferta – Demanda)
2010	29.293	420	28.873
2011	29.684	426	29.258
2012	30.074	432	29.642
2013	30.465	438	30.027
2014	30.856	444	30.412
TOTAL	150.372	2.160	148.212

Fuente: Cuadro de proyección de demanda y datos de la encuesta

Elaborado: Autora del Proyecto

3.5. DETERMINACION DE LA DEMANDA DEL PROYECTO

3.5.1. Demanda del Proyecto

Para determinar la demanda del proyecto se considera la capacidad de la empresa la cual por tener dos secciones bien definidas una interna que corresponde al salón de eventos y la sección externa que corresponde al área de la piscina y juegos recreativos, facilita a la empresa la ejecución de dos eventos a la vez, con una capacidad para 180 personas área interna y de 250 personas en el área externa, es decir una capacidad total de 430 personas. Recepciones y Atracciones Infantiles “Herniparty”, pretende cubrir aproximadamente el 1% de la demanda insatisfecha, esto es aproximadamente 112 eventos al año como lo muestra el pronóstico de ventas en la Tabla 5.37.

3.5.2. Tipos de Mercado

- ❖ Desde el punto de vista geográfico es un **mercado local**, ya que se desarrollará dentro de la ciudad de Esmeraldas.
- ❖ Según el tipo de cliente es un **mercado del consumidor**, ofertando nuestros productos y servicios directamente al consumidor final y de uso personal.
- ❖ Según el tipo de producto, será una combinación del **mercado de productos o bienes, de servicios y de ideas**, ya que requerimos de productos tangibles, de actividades, beneficios o satisfacciones así como también de "buenas ideas" para ser más competitivas en el mercado.
- ❖ Según el tipo de recurso, es un **mercado de fuerza de trabajo** que necesita contratar empleados, técnicos, profesionales y/o especialistas para producir bienes o servicios.

3.5.3. Análisis de Precios

La determinación de precios es compleja por la diversidad de productos y servicios que se ofrecen, por tal razón se han considerado varios factores internos y externos que ayudarán a la fijación del precio, estos son:

Clientes: factor externo, considerando a los clientes potenciales, mediante la encuesta (Pregunta N° 3), se pudo identificar cuánto es el máximo valor que los clientes estarían dispuestos a pagar por el servicio, obteniendo que el 55% de los entrevistados pagarían más de \$ 500,00 por la organización del evento.

Canales de distribución: estos hacen referencia a un factor interno como a un factor externo, en este proyecto se pretende dirigirse directamente al cliente final, haciendo el menor uso posible de intermediarios, a fin de comercializar el servicio de manera efectiva, minimizando los márgenes que el precio del servicio tendrá en los canales de distribución.

Costos: los costos son factores internos que afectan la fijación de precios y vienen a ser el piso para su cálculo, por tanto se fijan los precios por encima de los costos fijos y variables cubriendo así los costos totales y los gastos de administración y venta. El objetivo es optimizar los costos de manera que pueda tener un mayor rango de acción en el momento de fijar los precios, siendo lo más realistas posible.

Competidores: los competidores son un factor externo que afecta la fijación de precios, en este caso los precios establecidos para Herniparty son competitivos, al brindar una mejor propuesta de la que actualmente ofrece la competencia, proponiendo la organización completa del evento infantil y dándole valor a cada uno de los servicios.

Capacidades empresariales: hace referencia a un factor interno, la fijación de precios es coherente con la capacidad de la empresa, analizando todos los recursos con los que cuenta la misma, sus fortalezas y debilidades y con base a ello determinar los precios que se ajusten a la realidad de la empresa.

La propuesta de Herniparty, es establecer cuatro tipos de paquetes, en las siguientes categorías: Sencillo, Mix, Súper y Mega, los mismos que estarán conformados por determinados servicios, para lo cual, el precio de cada uno de los paquetes está directamente relacionado con la cantidad de servicios que contenga el paquete según su categoría y el número de personas que asisten al evento.

Para establecer el precio de venta al público de los paquetes de servicios se tomó como promedio la cantidad mínima de 100 asistentes, que pueden ser 50 niños y 50 adultos y un tiempo de duración de cuatro horas para el evento.

Considerando todos los factores analizados anteriormente, a continuación se presentan los contenidos de los paquetes y la determinación del precio de venta para cada uno de ellos.

PAQUETE SENCILLO (\$ 557,30)

- Utilización de las instalaciones (salón o piscina, juegos inflables, juegos recreativos, parqueadero)
- Decoración en globo
- Decoración de mesa de homenajeado (sólo torta y mantelería)
- Animación del evento
- Piñata temática (incluye caramelos y juguetes)
- Disco Móvil
- Servicio de catering sencillo (un sólo menú para todos los invitados con 3 opciones hot dog, hamburguesa o pizza, más gaseosas)
- Un mesero
- Mesas, sillas, mantelería y menaje
- Limpieza del local

PAQUETE MIX (\$ 886,15)

- Utilización de las instalaciones (salón o piscina, juegos inflables, juegos recreativos, parqueadero)
- Decoración en globo
- Decoración de mesa de cumpleaños (torta temática, golosinas y mantelería)
- Centros de mesa con bocaditos
- Animación con show de payasos, dinámicas y premios
- Disco Móvil

- Servicio de catering mix consta de **menú infantil** (6 opciones, hot dog, hamburguesa, sandwich de pollo o pavo, salchipapas, pizza), **menú de adulto** (arroz, pollo y ensalada), gaseosas, agua y postre.
- Dos meseros
- Mesas, sillas, mantelería y menaje
- Limpieza del local

PAQUETE SUPER (\$ 1070,98)

- Utilización de las instalaciones (salón o piscina, juegos inflables, juegos recreativos, parqueadero)
- Decoración de escenografía temática, a elección del cliente
- Decoración de mesa de cumpleaños (torta temática, golosinas y mantelería)
- Centros de mesa con bocaditos de dulce
- Animación con show de payasos, dinámicas y premios
- Servicio de buffet infantil de sal
- Caritas pintadas
- Disco Móvil
- Dos meseros

- Piñata (incluye golosinas y juguetes)

- Mesas, sillas, mantelería y menaje
- Entrega de tarjetas de invitación (con plano)
- Limpieza del local

PAQUETE MEGA (\$ 1468,27)

- Utilización de las instalaciones (salón o piscina, juegos inflables, juegos recreativos, parqueadero)
- Decoración de escenografía temática, a elección del cliente
- Decoración de mesa de cumpleaños (torta temática, golosinas, vela, cartuchos explosivos y mantelería)
- Centros de mesa con bocaditos de dulce
- Animación con show de hora loca
- Servicio de buffet infantil mixto sal y dulce
- Caritas pintadas
- Disco Móvil
- Dos meseros

- Piñata (incluye golosinas y juguetes)

- Cajitas Sorpresas (incluye golosinas y juguetes)

- Pozo de regalos
- Globos para la salida de los invitados
- Entrega de tarjetas de invitación (con plano)
- Mesas, sillas, mantelería y menaje
- Regalo para el homenajeado
- Limpieza del local

Todos los paquetes incluyen mesas, sillas, manteles, sobre manteles, servilletas, vasos, platos, cucharas, serpentinas, torta, gaseosas, aguas y hielo.

Otras condiciones:

- Por cada niño de excedencia deberá cancelar \$ 6,00.
- Por cada adulto de excedencia deberá cancelar \$ 10,00.
- Por tiempo, hora adicional \$ 50,00

TABLA 3.25. SERVICIOS ADICIONALES

Hora Loca	\$ 300,00
Caritas pintadas (una hora y media con maquillajes lavables al agua e hipoalergénicos)	\$ 50,00
Payaso	\$80,00
Animador	\$ 45,00
Grupos Show	\$ 150,00
Meseros	\$ 20,00
Nñera	\$ 30,00
Bocaditos (ciento)	\$ 20,00
Fuente de chocolate	\$ 65,00
Pozo para regalos	\$ 25,00
Repartición de invitaciones	\$ 1,00 c/u
Filmación y edición	\$ 120,00
Fotografía	\$ 0,35 c/u en tamaño 5R, más una ampliación en tamaño 8R
Tortas	\$ 60,00
Decoración	60,00
Disco Móvil	\$ 130,00
Sillas y Mesas	\$ 0,50c/u
Alquiler de las Instalaciones	\$ 350,00

Promociones y Descuentos

- Si el evento se lo realiza de lunes a jueves se dará el 10% de descuento.
- Si el cliente celebra por segunda ocasión un evento en el mismo año obtendrá un 5% de descuento por el tercer evento el 10% más un regalo para el homenajeado.
- A las Instituciones educativas que celebren la terminación del año escolar se le dará el 10% de descuento.

3.5.4. Ventajas Competitivas

- ❖ Local Propio
- ❖ Orientación al cliente.
- ❖ Asesoría personalizada y específica de acuerdo a cada cliente
- ❖ Calidad de los productos y servicios
- ❖ Convenios precontractuales con Instituciones Educativas
- ❖ Equipo profesional altamente calificado

3.5.5. Estrategias genéricas para competir.

Disponibilidad de local propio, personal capacitado, oferta de gran variedad de servicios, con diferenciación en calidad, innovación, satisfacción al cliente y precios competitivos, tratar de detectar nichos “Productos – Mercados” en los cuales la empresa pueda especializarse y así diferenciarse de los competidores con la obtención de información detallada sobre nuestros clientes para desarrollar técnicas de marketing y ventas que logre aumentar la penetración en estos nichos.

3.5.6. Canales de Comercialización.

El canal de comercialización es directo al usuario final, sin intermediarios, utilizando las siguientes estrategias de comercialización:

3.5.6.1. Publicidad

- Colocación de gigantografía en el ingreso de las instalaciones de la empresa, para que los clientes puedan ubicar a la misma, resaltando nombre, servicios, horarios y teléfonos.
- Publicación del servicio en el diario de mayor circulación de Esmeraldas, emisoras radiales y canales de televisión.
- Entrega de tarjetas de presentación a los contactos estratégicos, ejecutivos de empresas, directivos de Instituciones, entre otros.
- Reparto de hojas volantes que serán entregadas en jardines, escuelas, parques infantiles y balnearios.
- Elaboración de una página Web.

3.5.6.2. Promoción de venta

- Con la finalidad de estimular a los clientes en la compra del servicio se harán paquetes promocionales y descuentos por inauguración de la empresa.
- Para las festividades de navidad y año nuevo, se obsequiará a los clientes calendarios y esferográficos, con el logo de la empresa, como incentivo y agradecimiento a los clientes por hacer uso del servicio.

3.5.6.3. Relaciones públicas

- Mantener contactos y convenios con sectores importantes relacionados con la actividad de la empresa.
- Realizar visitas periódicas con entrega de trípticos y programas de acuerdo a fechas especiales.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.1. ESTUDIO TÉCNICO

4.1.1. Determinación del Tamaño Óptimo del Proyecto

El tamaño óptimo del proyecto es considerado de acuerdo a un análisis de la demanda y la oferta en la que se pudo determinar que el número de asistentes a una fiesta infantil oscila de 75 a 200 personas entre niños y adultos. Haciendo referencia a que la propuesta plantea la implementación de un local propio, se requiere de un terreno que permita la edificación de dichas instalaciones.

El área total del terreno es de 1008 m², las instalaciones constan de oficina de administración, recepción, salón de eventos con capacidad para 180 personas, área externa capacidad para 250 personas, cocina, bodega, parqueaderos, piscinas de niños, piscina de adultos, áreas verdes y juegos infantiles.

En relación a la competencia se recalca que el presente proyecto es una ventaja puesto que no existe en la provincia una empresa con dichas características.

4.1.2. Localización Óptima del Proyecto

Para determinar la localización del proyecto se analizaron tres factores imprescindibles para la viabilidad del mismo, que son la macro localización, micro localización y análisis por puntos ponderados.

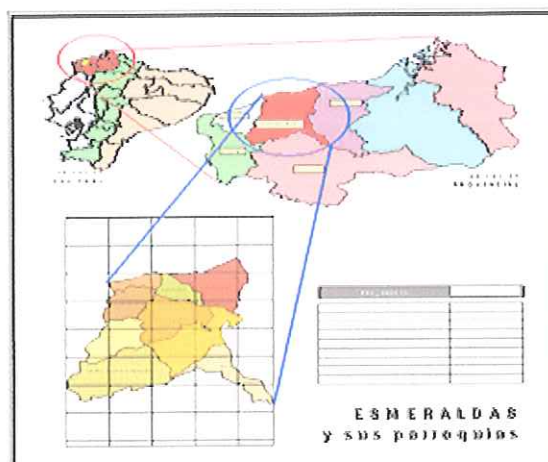
4.1.2.1. Macro localización.

La macro localización del presente proyecto es en la provincia de Esmeraldas, ubicada en la zona nororiental del Ecuador, con una superficie de 15.573,4 Km²

4.1.2.2. Micro localización.

La micro localización del proyecto es en la ciudad de Esmeraldas, parte central de la provincia de Esmeraldas, posee una extensión de 1.331 Km², su población total es de 130.000 Habitantes, la temperatura promedio es del 25°C. y el promedio anual de crecimiento es del 1,4%. La ciudad de Esmeraldas es un buen escenario para la comercialización tanto de bienes y servicios.

Figura 4.1. Mapa de la ciudad de Esmeraldas



4.1.2.3. Método de localización por puntos ponderados

Escala De Evaluación:

1= No Apropriado

2= Poco Apropriado

3= Mas o menos Apropriado

4= Apropriado

5= Excelente

TABLA 4.1. Análisis Puntos ponderados

FACTORES DE ANALISIS	PESO ASIGNADO (%)	NORTE		CENTRO		SUR	
		CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA
FLUJO DE GENTE	0.19	5	0.95	5	0.95	5	0.95
DISPONIBILIDAD DEL TERRENO	0.19	3	0.57	2	0.38	5	0.95
COSTO DEL TERRENO	0.13	3	0.39	2	0.26	4	0.52
SEGURIDAD DEL SECTOR	0.10	4	0.40	4	0.40	4	0.40
SERVICIOS BASICOS, TELECOMUNICACIONES Y OTROS	0.08	5	0.40	5	0.40	5	0.40
INFRAESTRUCTURA VÍAL	0.06	5	0.30	5	0.30	5	0.30
COMPETENCIA	0.05	3	0.15	3	0.15	4	0.20
IMPACTO	0.10	4	0.40	4	0.40	4	0.40
COSTOS DE MATERIALES E INSUMOS	0.10	4	0.40	4	0.40	4	0.40
SUMATORIA	1.00		3.96		3.64		4.52

Debido a que el sector sur de la ciudad presenta la mayor calificación ponderada como lo muestra la tabla anterior y tomando en cuenta el criterio expuesto de los clientes en las encuestas realizadas que denota que el 23% de los encuestados prefieren que la empresa se ubique en dicho sector y para el 19% les es indiferente, por tanto es el seleccionado para implementar el proyecto y se establece que la localización óptima del presente proyecto es al sur de la ciudad de Esmeraldas, vía Atacames, parroquia Simón Plata Torres, Barrio Las Acacias, Manzana 30, Lote 01, sector en el que se dispone de una área de terreno que facilita implementación de la infraestructura básica de este proyecto.

Figura 4.2. Localización del Proyecto

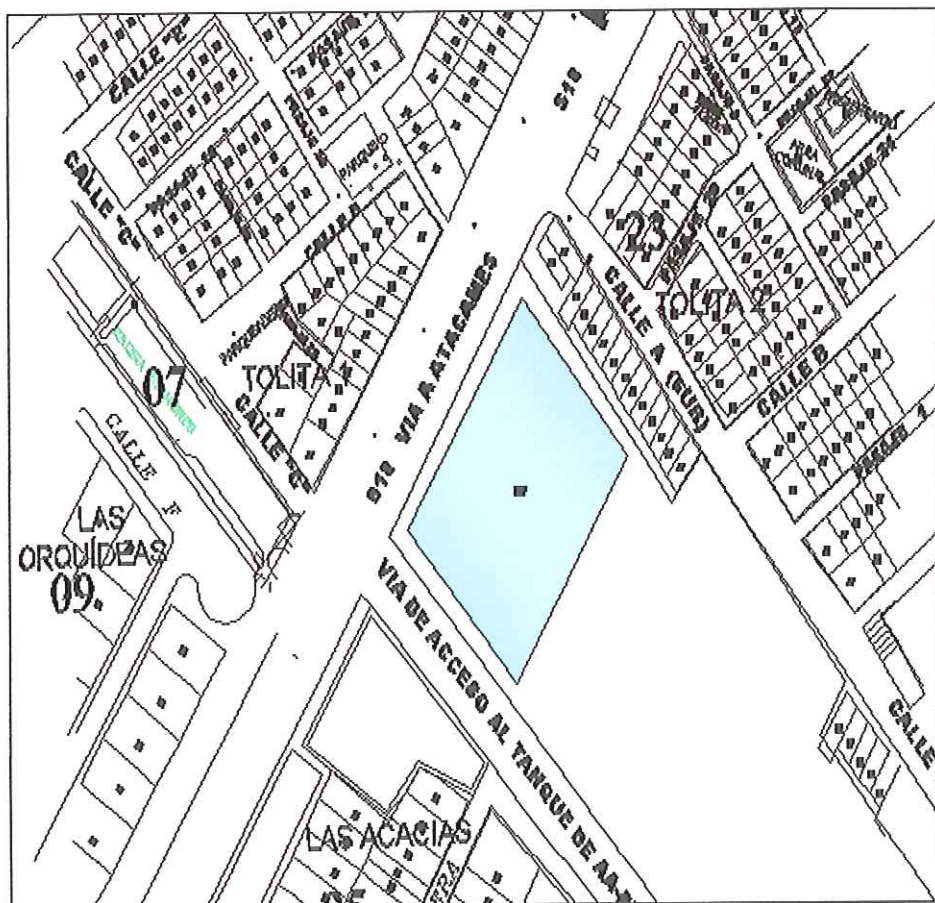


Figura 4.3. Foto terreno



4.1.2.4. Particularidades de la Localización del proyecto

- Lugar estratégico de fácil acceso para clientes, colaboradores y proveedores, ya que cuenta con calles asfaltadas.
- Accesibilidad al establecimiento desde todos los sectores centro, norte y sur de la ciudad y provincia de Esmeraldas.
- Disponibilidad de servicios básicos y telecomunicaciones, como agua potable, energía eléctrica, telefonía y recolección de basura.
- Disponibilidad de una extensa área de terreno, lo que permite la posibilidad de expansión.
- No existe competencia en el sector

Cabe recalcar que en la ciudad de Esmeraldas no existe este tipo de propuesta lo que garantiza la implementación de la empresa casi en cualquier lugar de la ciudad.

4.2. INGENIERIA DEL PROYECTO

4.2.1. Diseño del Servicio

Recepciones y Atracciones Infantiles Herniparty posee instalaciones destinadas exclusivamente para eventos infantiles, los mismos que se desarrollarán de acuerdo a los gustos y exigencias de los clientes, podrán escoger la opción del paquete de servicios que más les convengan según sus preferencias y presupuesto, con el debido asesoramiento de la empresa logrando la satisfacción de todos los clientes.

4.2.1.1. Detalle de los Servicios

4.2.1.1.1. Animación

La conducción de la fiesta en “Herniparty”, a través de todas las actividades que allí se realizan, apunta hacia un solo objetivo y es que la fiesta sea toda alegría, diversión y felicidad, y el homenajeador se sienta verdaderamente el centro de la misma. Un trato muy personalizado de mucho cariño hacia los niños y gran respeto hacia los adultos, hace que cada evento se convierta en una fiesta única.

Se contará con un amplio y selecto personal facultado para realizar shows de animación en teatro y baile como el de payasos, juegos concursos y hora loca, este último incluye mimo express (quien entrega los premios y sorpresas) y mimo anfitrión (quien hace el recibimiento de invitados junto con el homenajeador y la recepción de regalos).

Figura 4.5. Animaciones



Se ofrece la representación o recreación de personajes artísticos de la TV. a su elección con trajes elegantes y llamativos acordes a la caracterización tales como: Barney, Batman, Spiderman, Peter Pan y Campanita, Blancanieves con sus enanitos, La Bella y la Bestia, Sirenita, Cenicienta, Power Rangers, Winie Pooh, Tigger, Abejita, Muñequitas y Hadas.

Todos los colaboradores de Herniparty son de imagen impecable y con don de servicio, por eso se garantizará el fiel cumplimiento de las expectativas del cliente y la temática del evento.

4.2.1.1.2. Maquillaje Artístico

Figura 4.6. Carita Pintada



Realización de caritas pintadas, esta tarea es realizada por expertas maquilladoras, empleándose únicamente maquillajes hipoalergénicos y lavables al agua.

4.2.1.1.3. Mobiliario

Para todos los eventos “Herniparty” dispone de sillas, mesas, carpas, menaje, manteles, servilletas, (para los niños la vajilla es descartable, mientras que para los adultos se utiliza platos de losa y vasos de vidrio).

4.2.1.1.4. Diseño y Decoración

Diseño de escenografías temáticas de acuerdo al evento, decoración en globoflexia, fomix, flores y telas, elaboración de centros de mesas, sorpresas, recuerdos, adornos, piñata, arreglo de mesa de cumpleaños, mesa de dulces, chupetera, caramelera y pozo de regalos.

4.2.1.1.5. Servicio de Catering

Al diseñar el menú, se tiene en cuenta varios aspectos fundamentales: número de invitados, tipo de evento, gustos o costumbres de los invitados, presupuesto, productos regionales que podemos utilizar, combinan los platos elegidos entre ellos, época del año en que se celebra el evento, la hora, la secuencia de servicio de los platos, las bebidas y postres a servir con los mismos.

Se ofrecen las siguientes alternativas:

Figura 4.7. Buffet



Mesa situada en la zona central o visible del salón en la que están expuestos los alimentos y manjares en bandejas y cestas sobre varios tableros, dispuestos en gradas, con elementos decorativos. Se ofrecerán buffets fríos, calientes o mixtos.

Figura 4.8. Comida Rápida



Sandwich de pollo, pavo, atún, queso, jamón y mixto, tacos, hot dogs, hamburguesas, salchipapas, salchipollos, choripollos, arepas, pizzas, snacks.

Figura 4.9. Bocaditos



Fríos: Variedad de quesos, jamones y mortadelas, Empanadas de frutas, Quesadillas etc.

Calientes: Pinchos de lomo y de pollo, Quimbolitos, Humitas, Empanaditas de carne, pollo, camarón y queso, etc.

Figura 4.10. Plato de Entrada



Pueden ser ensaladas, croquetas, crepes, torretas de espinaca, etc.

Figura 4.11. Platos Fuertes



Arroz de fiesta, Pollo al jugo, arroz y ensalada rusa, Lomo envuelto con salsa a elección, Lasañas de pollo, carne y atún, Pollo relleno con jamón, champignons y frutas, etc.

Figura 4.12. Postres



Helados, Granizados, Mousse de chocolate, Dulce de tres leches, Isla flotante, Cheese cake, Cake de limón, Torre de helados con diferentes salsas, Gelatina, Flan, etc.

Figura 4.13. Golosinas



Algodón de azúcar, canguil, caramelos, chupeteras, galleteros y bomboneras.

Figura 4.14. Tortas Infantiles



En diferentes técnicas, tortas en escultura con la forma del personaje, tortas con personajes elaborados en pastillaje, tortas con una corona en anime o foamy del personaje, tortas con fotos de los personajes o el cumpleaños (a). Con la variedad de sabores como chocolate, vainilla, mixta, frutales y caramelo.

Figura 4.15. Bebidas



Gaseosas, agua, jugos, etc.

4.2.1.1.6. Música

Disco Móvil con una variedad de música infantil, rítmica, y educativa, que permita a los niños realizar actividades corporales, que desarrollen sus capacidades expresivas, imaginativas y creativas, con la ayuda de material didáctico adecuado como juguetes musicales, instrumentos melódicos, grabaciones de cintas y discos, a través de la coordinación de juegos con movimientos de pies y de manos, flexión de rodillas y balanceos, formando círculos, danzas de parejas, líneas que se cruzan, etc. Y para los niños más pequeñitos mediante una metodología lúdica, desarrollándolas en forma de juegos flexibles, adaptados a sus características, la mejor manera para aprender y divertirse.

4.2.1.1.7. Grupos Show

Presentaciones coreográficas de show como: High School Musical, Hi5, Cheer líder y clásicos infantiles.

4.2.1.1.8. Juegos Infantiles

Figura 4.16. Juegos recreativos:



Un Sube y baja, un columpio y una resbaladera

Figura 4.17. Juegos de Jardín



Un Futbolín

Figura 4.18. Juegos Inflables



Una escaladora de 4 x 5 metros

4.2.1.1.9. Servicios Adicionales

✓ **Entrega de Invitaciones y Pases**

Nos encargaremos de repartir las invitaciones a todos los invitados en su domicilio, adjuntándole un plano de nuestra empresa para facilitar la ubicación.

✓ **Niñeras**

Se contratará a pedido del cliente personas especializadas en cuidados de niños para que los acompañen durante el evento, especialmente para niños menores de tres años

✓ **Fotografía y Filmación**

Comprende cien fotos tamaño normal (5R) más una ampliación tamaño 8R y/o la filmación del evento en formato DVD.

✓ **Alquiler de las instalaciones:**

Incluye mesas, sillas y mantelería.

4.2.1.1.10. Programación

Control de las actividades del evento, personal, señalización, ambientación, tiempos de tolerancia, orden de ingreso, líneas de recibo, quién comienza y da por terminada la reunión, rol del anfitrión, orden de servicio, discursos, intercambio de obsequios, presentación de artistas, etc.

4.2.2. Diseño de los Procesos

Al ser una empresa netamente de servicio, se analizan los procesos en función de las actividades y pasos que se deben seguir para la organización de un evento infantil, desde la contratación del servicio hasta la ejecución del evento.

4.2.2.1. Contratación del servicio por el cliente

4.2.2.1.1. Propuesta del servicio:

La secretaria explica al cliente brevemente la visión, misión y objetivos de la empresa, y detallan la variedad de servicios que ofrecemos.

4.2.2.1.2. Selección del paquete de servicios

Determinan la edad del homenajeado y junto con un asesor de evento escogen las mejores opciones para el evento con los siguientes pasos:

Paso 1. Determina la fecha y el horario de la celebración.

Para comenzar los preparativos para la fiesta se debe determinar la fecha ideal, se recomienda hacerlo 10 días antes de la celebración, para preparar absolutamente todo y así garantizar que la fiesta quede ¡ESPECTACULAR!

Paso 2. Presupuesto.

Se deben conocer exactamente el dinero disponible y asignar un valor real acorde a sus necesidades pero también a su presupuesto.

Paso 3. Cantidad de Invitados.

Una vez decidida la fecha y asignado un presupuesto se determina la cantidad de personas, cuántos niños, niñas y adultos asistirán a la reunión, haciendo una lista, para así saber con exactitud los requerimientos de la fiesta.

Paso 4. Elección del tema o personaje principal.

Se pregunta al homenajeado sobre el personaje que más le guste para celebrar su día, en el caso de los niños menores de tres años elige la mamá, dentro de la gama de personaje como: Winnie The Pooh, Baby Princess, Baby Looney Toons, Spiderman, Campanita de Peter Pan y más.

Paso 5. Elección de colores.

Cada tema tiene sus colores principales pero para que todo se vea súper precioso te recomendamos que elijas tres colores principales, por ejemplo para el personaje Campanita de Peter Pan los colores verde manzana, rosa claro y fucsia, son preciosos y los puedes complementar con blanco.

Paso 6. Decoración

Para hacer lucir la fiesta la parte de la decoración es una de las más importantes para esto es necesario elegir los espacios disponibles, escoger la ambientación principal, cuantas mesas y adornos se colocaran etc., para esto ofrecemos una variedad de materiales, colores y por supuesto detalles que concuerden con el tema principal de la celebración.

Paso 7. Menú de la Fiesta

Se determinan el tipo de alimentación y bebidas tanto para los niños como para los adultos; y la cantidad de personas que asistirán, se debe dar un estimado de la cantidad que se requerirá.

Paso 8. Entretenimiento

Se determinan los tipos de show y las actividades que prefiere el cliente.

Paso 9. Recuerdos

Los recuerdos son un detalle muy bonito, con ellos agradece a los niños el haber asistido a un compartir con tu hijo en ese día tan especial.

4.2.2.1.3. Solicitud del servicio:

El cliente llena los datos de un formulario en el que detalla los servicios que está contratando, con nombre, firma y teléfono.

4.2.2.1.4. Pago del Servicio por el Cliente:

El cliente escoge la modalidad de pago más conveniente y cancela en caja la contratación del servicio.

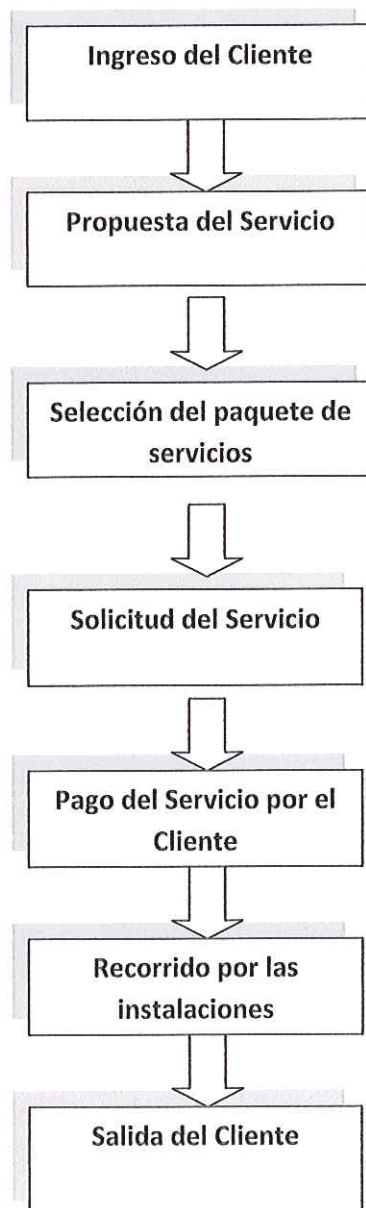
4.2.2.1.5. Recorrido por las instalaciones:

Se hace un recorrido con el cliente, por las instalaciones de la empresa.

4.2.2.1.6. Salida del Cliente

4.2.2.1.7. Cuadro de contratación del servicio

Figura 4.19. Flujograma del servicio



4.2.3. Requerimientos del Proyecto

Se establecen los requerimientos del proyecto, se especifica cantidad y descripción, tal como se muestra en el cuadro a continuación:

TABLA 4.2. Requerimientos del Proyecto

RECEPCIONES Y ATRACCIONES INFANTILES HERNIPARTY	
REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO	
CANTIDAD	DETALLE
TERRENO	
1	Terreno de 50x20 m total de 1000 m2
EDIFICIO	
1	Salón de eventos de hormigón
1	Piscina de adultos y niños,
1	Cocina
1	Parqueaderos
3	Chozones
1	Oficina de Administración
1	Recepción
1	Bodega
5	Sanitarios
EQUIPOS DE COMPUTO	
1	Computadores HP Pavilión
1	Laptop
1	Impresora multiuso

EQUIPOS Y ACCESORIOS	
2	Ventiladores de Tumbado
1	Aires Acondicionados de 24000 BTU
1	Fax teléfono Panasonic KXFT 981
1	Teléfonos Panasonic inalámbricos
1	Dispensador de agua electric life
2	Secadores de mano
3	Dispensador de papel higiénico
3	Dispensador de jabón líquido
1	Consola Mezcladora American
1	Ecualizador de 15 b.
1	Compactera
1	Pedestal
2	Caja amplificadora con USB y tarjeta
2	Micrófonos Profesionales
1	LCD LG 32 p
1	Cámara fotográfica digital Sony
1	Filmadora Canon
1	Cajas de herramientas
3	Extensiones eléctricas
2	Extintores
1	Lavadora LG
1	Secadora Whirpool
MUEBLES Y ENSERES	
1	Sillón Ejecutivo Giratorio para Administrador
1	Escritorio para administrador
1	Sillas para secretaria
1	Escritorio y auxiliar para secretaria
1	Sillas tipo espera de tres puestos
1	Anaqueles Archivadores
150	Sillas plásticas Verona color blanca
25	Mesas Plásticas
35	Sillas plásticas pekes
10	Mesas Capry Pequeñas
3	Carpas
4	Perezosas
1	Escalera de 1.5 m

1	Banco escalera
25	Manteles
50	Servilletas
	EQUIPOS DE COCINA
1	Cocina Industrial cuatro quemadores con horno
1	Cilindro para gas industrial
1	Campana extractora de olores
1	Refrigeradora Indurama RI 480
1	Microonda
1	Licuada industrial capacidad de 16l
1	Freidora industrial
1	Sartén Eléctrico
1	Cafetera eléctrica
1	Waflera
1	Batidora con pedestal
1	Extractor de jugos
1	Fuente de Chocolate
	MENAJE DE COCINA
2	Sartén de Telón Umco
2	Ollas Industriales
2	Juegos de Ollas Normales
1	Exprimidor de Limones
3	Frascos para Aliños
5	Frascos para salsas
3	Tinas Plásticas
3	Baldes Plásticos
1	Cubetas para escurrir
2	Cucharones
1	Juego de cucharetas
1	Juego de Cedazos
5	Bandejas de Aluminio
3	Charoles de Acero
2	Bandeja charol
3	Tenazas Metálicas
3	Envases para salsas Pika

6	Servilletero
10	Hielera americana de cristal
1	Isla Bufetera
2	Juegos de Cuchillos
2	Tablas de Picar
3	Jarras de plástico grandes
5	Jarras de vidrio grandes
50	Platos de porcelana grandes
50	Platos de porcelana mediano
50	Platos de porcelana pequeño
50	Plato postre de porcelana
50	Vasos de cristal grandes
50	Vasos de cristal pequeños
50	Copas pequeñas de vidrio
50	Copas grandes de vidrio
3	Gorros
3	Delantales
5	Toalla de tela para cocina
1	Tacho de basura grande
1	Escurreidor de vasos
2	Platera de plástico
1	Porta cubiertos
	EQUIPOS DE JUEGO
1	Fútboln
1	Columpio
1	Resbaladera
1	Sube y baja
1	Juego Inflable Escaladora
	INDUMENTARIA
10	Disfraces
3	Juego de armadores
2	Vestidores
6	Chalecos salvavidas
1	Otros

SUMINISTRO DE OFICINA	
2	Calculadora Casio
1	Resmas de papel Bond A4
1	Tintas para impresora
1	Facturas
3	Esferos
1	Libretas de Anotaciones
5	CD
1	Porta CD
2	Grapadora
2	Perforadora
1	Clips (caja)
1	Grapas (caja)
1	Corrector
10	Carpetas
1	Pisa Papel
1	Resaltador
1	Porta Papel
2	Agenda Telefónica
2	Lápices
1	Borrador de queso
2	Marcador Tiza líquida
1	Borrador de pizarra
1	Pizarra de tiza líquida
1	Regla plástica
2	Memory flash
2	Notitas (Unidad)
1	Corta papel
2	Saca Grapas
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	
3	Escobas
1	Detergentes (Kilo)
2	Jabón de baño líquido
1	Desinfectante de Galón
1	Cloro (Kilo)
2	Papel Higiénico Pacas

5	Ambientales
2	Recogedor de Basura
2	Trapeador
2	Limpión
4	Tacho de basura pequeño
2	Tacho de basura grande con tapa capacidad 5lbs
1	Paquete de funda de basura pequeña
5	Paquete de funda de basura industrial
2	Cepillo Lava Baño
1	Escobillón
1	Jabón de Vajillas
3	Esponjas de Lavar
1	Toalla de cocina desechable
3	Guantes de caucho
3	Delantales
6	Overoles
3	Gorras
3	Camisetas
	GASTOS DE MANTENIMIENTO
1	Mantenimiento de Equipos
1	Mantenimiento de Edificio
	GASTOS DE PRIMEROS AUXILIOS
1	Botiquín de Medicinas
	GASTO DE MOVILIZACION
24	Visitas a Instituciones Educativas para promoción (mensualmente)
	GASTO DE CONSTITUCION
1	Honorarios de Abogado
1	Constitución Notaría pública
1	Inscripción en el Registro Mercantil
1	Permisos municipales, Dirección de Salud, Bomberos y otros
1	Inscripción en la Superintendencia de Compañías.
1	Inscripción en la Superintendencia de Bancos
1	Otros Gastos de Tramitación

GASTO DE PUBLICIDAD	
1	Gigantografía pequeña
100	Tarjetas de Presentación
2000	Hojas Volantes
1	Propaganda televisiva
1	Prensa Escrita
1	Página Web

REQUERIMIENTOS GENERALES

TABLA 4.3. GASTOS DE SERVICIOS BÁSICOS

Detalle	Costo Mensual	Costo Trimestral	Costo Anual
Energía Eléctrica	120,00	360,00	1440,00
Agua	54,00	162,00	648,00
Telecomunicación	60,00	180,00	720,00
TOTALES	234,00	702,00	2808,00
Nota: Estimación trimestral para el cálculo del capital de trabajo.			

REQUERIMIENTO HUMANO

TABLA 4.4. Requerimiento Humano Fijo y Eventual

DETALLE	CANTIDAD
RECURSO HUMANO FIJO	
1	Administrador
1	Secretaria-Contadora
1	Conserje
1	Jefe de Cocina
1	Ayudante de Cocina
1	Mesero

RECURSO HUMANO EVENTUAL	
1	Decorador
1	Payaso
5	Personal de Hora Loca
1	Caritas Pintadas
1	Niferas
3	Grupo Show
1	Meseros
2	Auxiliares de Servicio
1	Filmación y Fotografía

4.2.4. Distribución de las Instalaciones

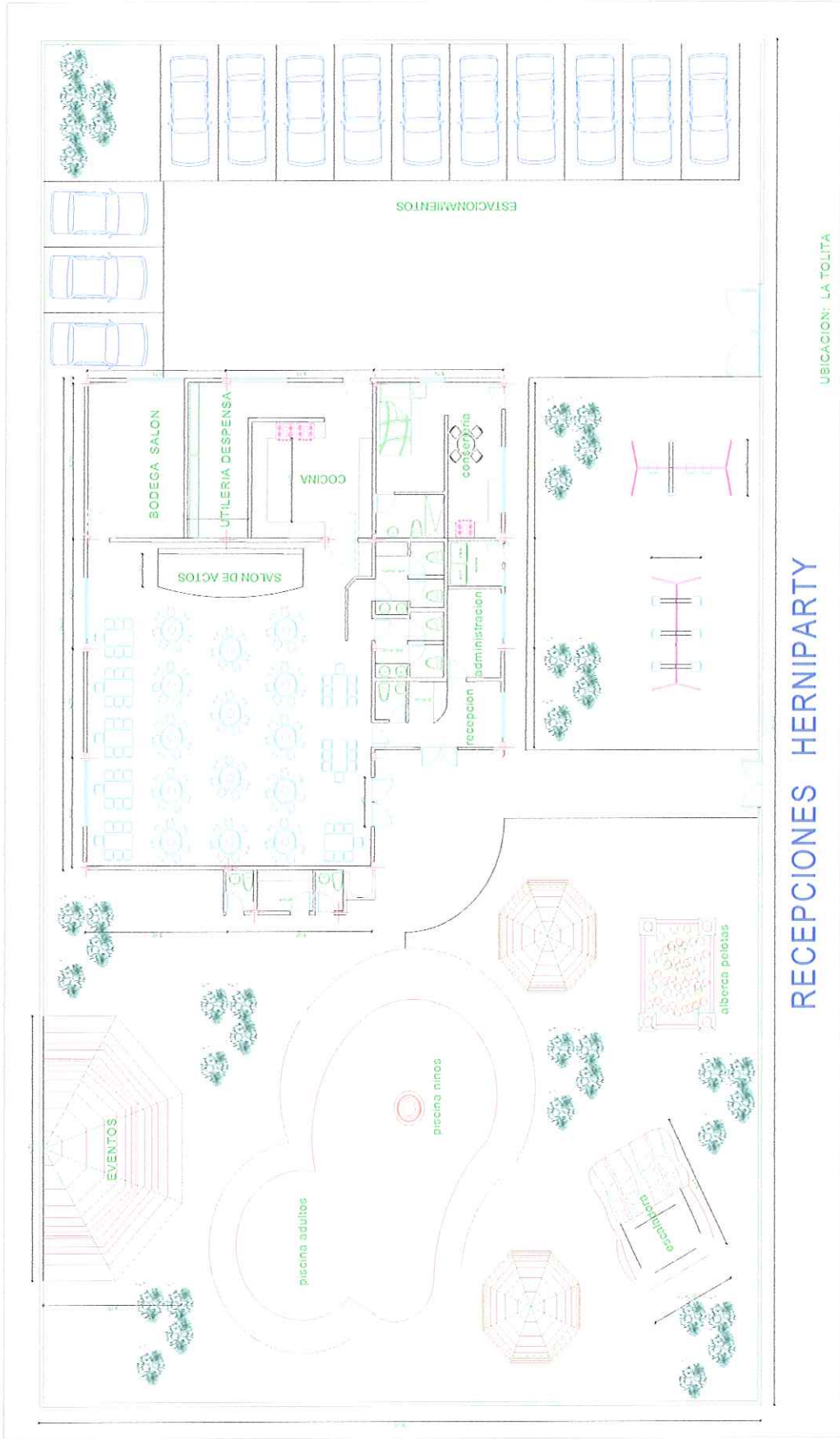
La infraestructura propuesta para el proyecto es idónea porque posee amplias instalaciones y un ambiente acogedor para una completa diversión y con la prestación de los mejores servicios que satisfacen a todos.

Las áreas que se consideran se enuncian a continuación:

- Administración
- Recepción
- Salón de eventos
- Baños salón
- Bodega del salón
- Piscina de niños y adultos
- Zona recreativa
- Parqueadero

- Cocina
- Bodega de la cocina
- Baños exteriores
- Conserjería
- Áreas verdes

Las instalaciones y adecuaciones planificadas brindan seguridad y bienestar tanto a clientes como a trabajadores. A la vez que permite posibilidades de expansión si las condiciones del mercado lo requiere.



RECEPCIONES HERNIPARTY

UBICACION: LA TOLITA

4.2.5. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y LEGAL

4.2.5.1. Organización de la Empresa

4.2.5.1.1. Tipo de Empresa

Mediana Empresa

4.2.5.1.2. Naturaleza Jurídica

Se propone la creación de una empresa constituida como Compañía de Responsabilidad Limitada.

4.2.5.1.3. Nombre de la Empresa

El nombre de la empresa será: **“RECEPCIONES Y ATRACCIONES INFANTILES HERNIPARTY” Cía. Ltda.**

4.2.5.1.4. Slogan

“Somos la mejor opción por nuestra originalidad, calidad y excelencia”.

4.2.5.2. Propuesta de nómina del personal

El personal está dividido en dos partes, los fijos que corresponde al área administrativa y técnica de la empresa y los eventuales que serán contratados de acuerdo a las necesidades de la empresa.

Algunos puestos serán multifuncionales, es decir una sola persona los ejerce, ejemplo la administradora desempeñará funciones de dirigir la empresa, pero a la vez dará asesoría a los clientes, realizará compras, entre otras, a continuación se menciona el personal total a contratar:

PERSONAL FIJO

➤ **Administrativo:**

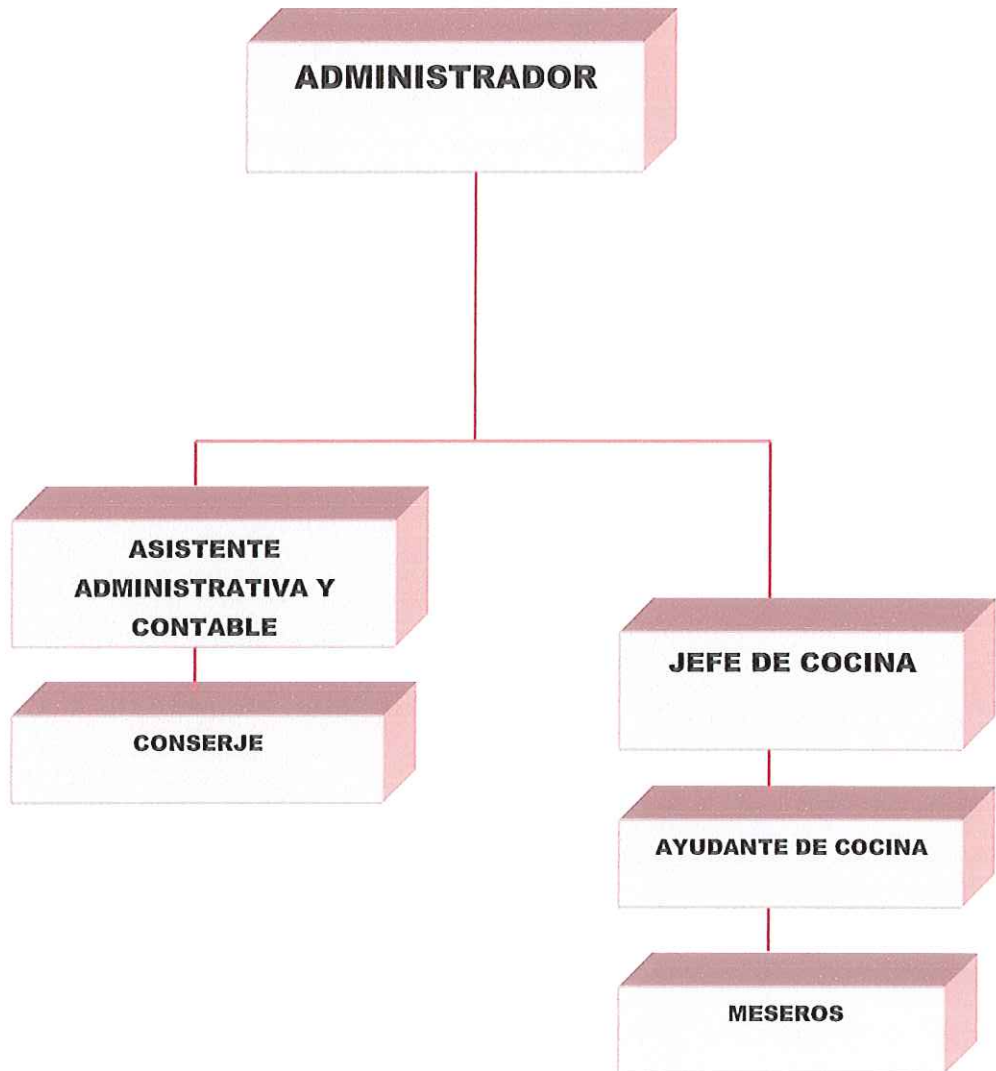
- 1 Administrador
- 1 Asistente Administrativa y Contable

➤ **Técnico - Operativo:**

- 1 Jefe de Cocina
- 1 Ayudante de Cocina
- 1 Mesero
- 1 Conserje

4.2.5.3. Organización Estructural

Figura 4.20. Organigrama



4.2.5.4. Organización Funcional

ADMINISTRADOR

Perfil:

- Formación profesional en relación a la administración de la empresa, computación y especialmente del entorno de eventos infantiles.
- Capacidad de relaciones interpersonales, innovación, creatividad.
- Disponibilidad de tiempo.
- Líder moral.
- Proactivo.

Funciones:

- Representar a la empresa en los asuntos legales.
- Verificar y evaluar el cumplimiento de los objetivos de la empresa.
- Asignar, dirigir y supervisar tareas.
- Verificar que las operaciones sean registradas de acuerdo con las normas establecidas.
- Asesorar a los clientes en todo en cuanto a la organización del evento infantil se trate.
- Organizar las tareas de la organización del evento.
- Dirigir y supervisar tareas del evento.
- Preparar los presupuestos de operación.
- Evaluación del evento.
- Distribuir los recursos humanos, físicos y monetarios de la empresa.
- Contratación, capacitación, motivación y disciplina de los empleados.
- Evaluar y capacitar periódicamente a los empleados.
- Realizar las Compras de la materiales, insumos y demás requerimientos.

- Responsable de la contratación de la publicidad y promoción.
- Velar por el buen uso y mantenimiento de los equipos y maquinarias de la empresa.

ASISTENTE ADMINISTRATIVA Y CONTABLE

Perfil:

- Título universitario de contadora (CPA).
- Conocimientos actualizados en aspectos tributarios, legales laborales.
- Experiencia laboral mínimo de dos años.
- Buenas relaciones humanas.
- Disponibilidad de tiempo.
- Buena presencia.

Funciones:

- Laborar en forma coordinada con el administrador.
- Actividades propias de su cargo como secretaria y contadora.
- Presentar informes trimestrales de la situación económica de la empresa.
- Administrar, distribuir, archivar y tramitar oportunamente la documentación interna y externa de la empresa.
- Realizar inventario de activos, papelería, folletos.
- Atención al cliente en las solicitudes del servicio. Así como en la recaudación del pago de la contratación del servicio.

- Emitir comprobantes de pago y cobro como facturas y liquidación de compras.
- Promover los servicios de la empresa.
- Hacer el registro del cliente y el grupo asistente.
- Recibir y entregar mensajes para la empresa.
- Controlar llaves de las instalaciones de la empresa.
- Atender problemas de los clientes.
- Solicitar trabajos a mantenimiento.
- Solicitar trabajos a personal eventual.
- Comentar a su jefe las opiniones, sugerencias o comentarios de los clientes.
- Realizar tareas relacionadas con los eventos infantiles siempre que sea necesario.

JEFE DE COCINA

Perfil

- Tener conocimiento y habilidad para preparar todo tipo de comidas sean estas especiales, rápidas, golosinas y postres.
- Experiencia mínimo de dos años.
- Eficiencia y eficacia.
- Capacidad de enfrentar situaciones imprevistas.
- Disponibilidad de tiempo.

Funciones

- Dirección y realización de los menús.
- Control de higiene de la cocina y de los ayudantes de cocina.
- Mantener los alimentos bajo estrictas condiciones de higiene.
- Cuidado del menaje de la cocina.
- Control y uso adecuado de los materiales.
- Realizar informes de inventarios a la administración.
- Reportar la falta de alimentos, materiales e insumos necesarios para la preparación de las comidas.

AYUDANTE DE COCINA

Perfil

- Tener conocimiento y habilidad para preparar todo tipo de comidas sean estas especiales, rápidas, golosinas y postres.
- Estudios secundarios.
- Experiencia previa de dos años.
- Cursos de capacitación.

Funciones

- Colaborar en la realización de los menús.
- Higiene de la cocina.
- Cuidado de los bienes de uso de la cocina.
- Ayudar a preparar la comida al jefe de cocina.
- Lavar el menaje de la cocina.

MESERO

Perfil

- Estudios secundarios.
- Experiencia previa de un año.
- Capacidad de afrontar situaciones imprevistas.
- Ser entusiasta.
- Buenos modales y cortesía.
- Buena presentación.

Funciones

- Organizar el salón.
- Orden y limpieza del salón.
- Recepción y acomodamiento de clientes.
- Atención cordial y eficaz.
- Receptar los pedidos de los clientes.
- Respetar el orden y pedido.
- Realizar la recolección de manteles e implementos de la empresa luego de concluir el evento.
- Ayudar a la limpieza de las áreas de cocina y servicio.

CONSERJE

Perfil

- Mínimo Bachiller.
- Experiencia mínima de dos años.
- Conocimiento de mantenimiento de piscina.
- Disponibilidad para realizar tareas múltiples.
- Saber conducir y tener licencia tipo B.
- Ser honesto y responsable

Funciones

- Velar por la seguridad de las instalaciones.
- Velar por la seguridad de los trabajadores y clientes de la empresa.
- Limpieza de las instalaciones todos los días.
- Limpieza de los baños todos los días.
- Limpieza de la piscina.
- Dirigir el estacionamiento de los autos de clientes en el parqueadero.
- Controlar los accesos.
- Conocer de primeros auxilios.
- Informar al administrador sobre daños o pérdidas ocurridas dentro de las instalaciones.

Se está proponiendo el personal mínimo para que funcione adecuadamente la empresa, el resto del personal será contratado eventualmente cada vez que se realice el evento.

PERSONAL EVENTUAL

- 1 Decorador
- 1 Payaso
- 5 Personal de Hora Loca
- 1 Caritas Pintadas
- 1 Niñera
- 3 Grupo Show
- 1 Meseros
- 2 Auxiliares de Servicio
- 1 Filmación y Fotografía

4.2.5.5. Propuesta de la Filosofía Empresarial

4.2.5.5.1. Misión

“Herniparty es una empresa con el fin de satisfacer la necesidad de organizar eventos infantiles con alta calidad, precios justos, excelente servicio y asesoramiento personalizado”.

4.2.5.5.2. Visión

“Sera una empresa que se caracterizará por su prestigio y desempeño efectivo en la organización de eventos infantiles, satisfaciendo a una comunidad que requiere de un excelente servicio”.

4.2.5.5.3. Objetivo General

Liderar el mercado de las empresas que se dedican a la organización de eventos satisfaciendo de manera eficiente la demanda de la comunidad esmeraldeña.

4.2.5.5.4. Objetivos Específicos

- Cumplir adecuadamente con la misión empresarial
- Establecer políticas que faciliten el logro de la visión empresarial
- Implementar estrategias que permitan captar y mantener los clientes
- Cumplir responsablemente con todos los deberes y obligaciones legales y tributarias
- Evaluar constantemente la satisfacción de los clientes

4.2.5.5.5. Políticas

Con relación a la empresa:

- ✓ Realizar puntualmente las declaraciones tributarias.
- ✓ Los informes económicos deberán presentarse cada mes, para verificar la situación en que se encuentra la empresa.
- ✓ Realizar un inventario de los bienes materiales de la empresa para verificar las cantidades y los stock adecuados de bienes y suministros.
- ✓ La limpieza del local se la efectuará antes y después de cada evento con el fin de mantener la buena imagen de la empresa.
- ✓ El mantenimiento de las instalaciones se las realizará quincenalmente para evitar contratiempos en los contratos con los clientes.

Con relación al personal:

- ✓ El personal de la empresa será sometido a estrictos procesos de selección, con el fin de poseer a los mejores y sobre todo a los expertos en el área infantil.
- ✓ Realizar evaluaciones de desempeño periódicas con el fin de mantener capacitado al personal.

Con relación a los clientes:

- ✓ Entregar información amplia, proformas, nota de venta, facturas a todos los clientes de acuerdo a la solicitud de estos.

- ✓ La empresa se reservará la admisión de personas extrañas a la nómina del contrato.
- ✓ Se prohíbe el ingreso de mascotas en las instalaciones de la empresa.
- ✓ El cliente depositará un valor en garantía, a fin de cubrir cualquier pérdida o daño en las instalaciones de la empresa.

Con relación a la publicidad:

- La publicidad se hará mediante afiches ubicados en lugares de mayor circulación peatonal y vehicular, publicaciones en el Diario la Hora, canal Telecosta de la ciudad de Esmeraldas y Página Web.

Con relación al medio ambiente

- La empresa mantendrá estrictas políticas de limpieza y cuidado del medio ambiente, colocando tachos de basura en lugares estratégicos del establecimiento, así como letreros de motivación y concientización para cuidar el medio ambiente, ahorro de recursos, separación de desechos biodegradables y reciclaje.

4.2.5.6. Aspectos Legales

La empresa no tiene impedimentos legales para ser instalada y funcionar adecuadamente; no obstante es necesario conocer los aspectos legales que se requieren para la constitución de la empresa y sus respectivos permisos de funcionamientos, tal como se menciona a continuación.

4.2.5.6.1. Constitución de la Empresa

Este estudio propone constituir una Compañía de Responsabilidad Limitada, conformada por los accionistas: Gloria Plata Alarcón y Hernán López Gallegos, que celebrarán el contrato, por escritura pública. La denominación de la compañía deberá constar su denominación objetiva que es “Recepciones y Atracciones Infantiles Herniparty”, a la que se agregará las palabras “Compañía Limitada” o su correspondiente abreviatura “Cía. Ltda.”

Si la escritura contiene y se ajusta a los requisitos legales, y el capital estuviere debidamente integrado, la Superintendencia la aprobará y dispondrá la publicación de un extracto de la escritura, por una sola vez, en un periódico de mayor circulación en el domicilio de la compañía y dispondrá su inscripción en el Registro Mercantil. La compañía tendrá personería desde el momento de la inscripción del acto constitutivo en el Registro Mercantil.

Cuando la integración del capital se hace parte en numerario, parte en especie o sólo en especie, previo a la inscripción en el Registro Mercantil, debe procederse a inscribir el aporte de la especie raíz en el Registro de la Propiedad del cantón de la jurisdicción a la cual pertenecen los bienes aportados.

Antes de acudir al Registro Mercantil, deberá haberse afiliado a una de las Cámaras de la Producción, conforme veremos adelante. La estructura de la escritura de fundación de la compañía consiste en:

- Lugar y fecha de celebración
- Nombre, nacionalidad, estado civil y domicilio de las personas que la constituyan y su voluntad de fundarla.

- Objeto social concreto.
- Denominación y plazo de duración.
- Monto del capital, con la expresión del número de participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas.
- Indicación de las participaciones que cada uno suscribe y aporta, sea en dinero o en especie, el valor atribuido a los bienes en especie el porcentaje no pagado y la forma y plazo en que se pagará el capital insoluto.
- Domicilio
- Forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general y época de convocarla y constituir la.
- Forma de designación de los administradores y la especificación de los funcionarios que ostentarán la representación legal de la compañía.
- Forma de reparto de utilidades

Los socios tienen derecho a que se limite su responsabilidad al monto de sus participaciones sociales.

La responsabilidad de los socios se limita al monto de sus participaciones, al de las prestaciones accesorias y aportaciones suplementarias, en la proporción que se hubiere establecido en el contrato social.

4.2.5.6.2. Permisos de Funcionamiento

Se detalla a continuación todos los permisos de funcionamiento que necesita la empresa.

Municipio de Esmeraldas

Se debe asistir a esta Institución con la finalidad que otorguen el permiso de funcionamiento para lo cual se requiere de los siguientes requisitos:

- Solicitud de permiso de funcionamiento
- Copia del RUC
- Copia de cédula y certificado de votación

Servicio de Rentas Internas (SRI)

En esta institución se debe cumplir con los siguientes requisitos para obtener el RUC que es el Registro Único de Contribuyentes

- Original y copia de la cédula de identidad o de ciudadanía.
- Original y copia del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa vigente.
- Presentación del último certificado de votación
- Original y copia de cualquiera de los siguientes documentos
- Planilla de servicio eléctrico, consumo telefónico, o consumo de agua potable a nombre del contribuyente, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de realización del trámite.

- Pago del servicio de tv cable, telefonía celular o estados de a cuenta a nombre del contribuyente de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
- Comprobante del pago del impuesto predial del año actual o del año inmediatamente anterior.
- Si el contribuyente no tuviese ninguno de los documentos anteriores a nombre de él se presentará como última instancia una carta de cesión gratuita del uso del bien inmueble, adjuntando copia de la cédula del cedente y el documento que certifique la ubicación.

Ministerio de Turismo

Aquí se procede a sacar el permiso para funcionar como una empresa organizadora de eventos infantiles y se debe presentar los siguientes documentos.

- Copia de RUC
- Copia de la cédula
- Copia de la última papeleta de votación
- Dirección exacta del lugar para realizar la inspección antes de dar el permiso

Luego de haber realizado la inspección del lugar se valora la categoría y se hace el avalúo para que de acuerdo a esto se determine la tasa para luego proceder con el pago.

Inscripción en la Cámara de Turismo.

Para formar parte de la cámara de turismo, lo único que se debe presentar es:

- Permiso del Ministerio de Turismo.

Afiliación a la Cámara de Comercio

- Copia de la escritura de Constitución de la empresa.
- Copia de la cédula del gerente o representante legal.
- Realizar el trámite de afiliación en la oficina de información del edificio de la Cámara de Comercio de Esmeraldas.
- Valor a pagarse, según el capital declarado en las escrituras, de acuerdo a la tabla vigente en tesorería.
- Anualmente debe cancelarse un valor por la afiliación a la Cámara.

Permiso del Ministerio de Salud

Esta es la última fase, se debe sacar este permiso por el motivo que se venderá alimentos preparados, y para obtenerlo se debe presentar los siguientes documentos:

- Realizar un depósito de \$ 200 en la Cta. Cte. 3264223 del banco del Pichincha a nombre del Ministerio Provincial de salud de Esmeraldas.
- Una vez realizado el depósito llegar el original y 3 copias
- 2 copias de la cédula de ciudadanía del representante legal
- 2 copias del RUC
- 2 copias del permiso de funcionamiento
- 1 copia del certificado de salud.

Permiso del cuerpo de bomberos

Se debe presentar los siguientes documentos:

- 2 copias de la cédula de ciudadanía del representante legal
- 2 copias del papel de votación
- 2 copias del RUC
- Previa inspección del local

Afiliación de los empleados al IESS

En Ecuador, el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESS, se encarga de prestar los servicios a personas con muerte prematura, pérdida de la salud y dependencia de edad.

En cuanto a las prestaciones, este cuerpo legal señala que le IESS protegerá a trabajadores contra riesgos tales como: enfermedad, maternidad, invalidez, vejez, muerte, accidentes del trabajo, cesantías y todos cuyo seguro se establecieren con financiación propia.

CAPITULO V

ESTUDIO ECONÓMICO

5.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO ECONÓMICO

- Establecer cuál será el monto de recursos económicos que son necesarios para que el proyecto se realice, es decir, cuánto dinero se necesita para que la empresa opere.

- Determinar indicadores como costo total, inversión fija, capital de trabajo y punto de equilibrio, los cuales servirán como base para conocer la rentabilidad del proyecto.

- Analizar indicadores financieros importantes como indicadores de liquidez, endeudamiento y rentabilidad, que permitan diagnosticar la situación inicial de la empresa, a fin de preparar a los inversionistas para enfrentar posibles situaciones de incertidumbre.

5.2. INDICADORES DE LA REALIDAD ECONÓMICA DEL ECUADOR

A continuación se detallan los principales indicadores económicos del Ecuador, como datos de entrada para el análisis económico de este proyecto.

TABLA 5.1. INDICADORES ECONÓMICOS

Plazo del Proyecto	10 años
Inflación Anual	4,44%
Tasa Activa Referencial	11,33%
Tasa Pasiva Referencial	5,37%
Incremento anual del volumen de ventas	1,40%
Incremento anual del precio de venta	4,44%
Incremento anual del costo	4,44%
Días en inventario	30 días
Aportes propios	70%
Préstamo	30%

5.3. DETERMINACIÓN DE LOS REQUERIMIENTOS TOTALES DEL PROYECTO

Se establecen los costos de los requerimientos del proyecto, se especifica su nombre, tipo, cantidad y precio, como se muestra en los cuadros a continuación:

TABLA 5.2. PRESUPUESTO DE TERRENO

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Terreno (50x20)	m2	1008	55,00	55.440,00

TABLA 5.3. PRESUPUESTO DE EDIFICIO

RECEPCIONES Y ATRACCIONES INFANTILES HERNIPARTY PRESUPUESTO DE CONSTRUCCIÓN					
	DETALLE	UNIDAD	CANT.	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1,0	Planificación :				
	Proyecto arquitectónico	U	1	1200,00	1200,00
				Sub-total 1 :	1200,00
2,0	Trabajos Preliminares :	Unid.	Cant.	P. Unitario	P. Total
	Replanteo	m2	302,20	0,67	202,47
	Desbanque con desalojo	m3	46,20	3,8	175,56
	Conformación de plataformas	m3	51,30	2,95	151,34
	Otros				0,00
				Sub-total 2 :	529,37
3,0	Excavaciones y Rellenos :	Unid.	Cant.	P. Unitario	P. Total
	Excavación de cimientos	m3	14,59	3,80	55,44
	Excavación de plintos	m3	88,56	3,80	336,53
	Relleno de tierra compactado	m3	62,50	2,95	184,38
	Otros				
				Sub-total 3 :	576,35
4,0	Estructura :	Unid.	Cant.	P. Unitario	P. Total
	Replantillos	m3	14,28	81,39	1162,25

	Planta Baja	kg	2400,00	0,97	2328,50
	Plintos de hormigón simple	m3	8,60	95,00	817,00
	Hormigón en cadenas	m3	9	95,00	855,00
	Hormigón en columnas Planta Baja	m3	7	195,00	1365,00
	Alivianamiento para losas cubierta	u	2400,00	0,45	1080,00
	Malla electrosoldada losa cubierta	kg	1197,30	0,70	838,11
	Hormigón en losas y vigas : cubierta	m3	14,30	185,00	2645,00
				Sub-total 4 :	11090,86
5,0	Contrapisos, Mampostería, Albañilería :	Unid.	Cant.	P. Unitario	P. Total
	Masillado losas y pisos planta baja	m2	356,00	4,15	1477,40
	Mampostería de bloque	m2	280	8,4	2352,00
	Enlucidos horizontales	m2	270	6,5	1755,00
	Enlucidos verticales subsuelo	m2	415,00	5,05	2095,75
				Sub-total 5 :	7680,15
6,0	Instalaciones :	Unid.	Cant.	P. Unitario	P. Total
	Instalaciones de agua potable				
	Puntos de agua fría	pto	24,00	12,50	300,00
	Puntos de agua caliente	pto	4,00	13,50	54,00
	Instalaciones sanitarias	pto	21,00	9,60	201,60
	Bajantes de aguas lluvias	m	36,00	5,90	212,40
	Desagües de aguas lluvias	pto	7,00	15,47	108,29
	Desagües de aguas servidas	pto	21,00	15,47	324,87
	Canalización exterior	m	60,00	7,250	435,00
	Cajas de revisión	Unid.	8,00	38,00	304,00
	Instalaciones eléctricas, telefónicas				
	Luces	pto	28,00	18,00	504,00
	Tomacorrientes	pto	22,00	20,35	447,70
	Timbres	Unid.	2,00	14,00	28,00
	Teléfono	pto	3,00	12,77	38,31
	Tablero	Unid.	5,00	110,00	550,00
	Salidas especiales	pto	6,00	24,50	147,00
	Otros (TV)	pto	20,00	20,35	407,00
				Sub-total 6 :	4062,17
7,0	Acabados Interiores :	Unid.	Cant.	P. Unitario	P. Total
	Puertas Principales	Unid.	5,00	250,00	1250,00

	Puertas Interiores	Unid.	18,00	155,00	2790,00
	Ventanería	m2	98,00	55,95	5483,10
	Vidrios	m2	96,00	15,86	1522,56
	Barrederas cerámica	m	124,00	5,50	682,00
	Tapamarcos	m	115	7	805,00
	Baños Cerámica Graiman Planta Alta	m2	86,00	15,00	1290,00
	Revestimiento pisos cerámica	m2	450,00	13,28	5976,00
	Pintura o revestimiento interior	m2	580,00	2,39	1384,25
	Pintura o revestimiento exterior	m2	168	2,5	420,00
	Muebles de cocina	m	16,20	128,00	2073,00
	Lavamanos	Unid.	12,00	38,00	456,00
	Inodoros	Unid.	8,00	85,00	680,00
	Fregadero de cocina	Unid.	1,00	185,00	185,00
	Ducha de baño	Unid.	3,00	89,25	267,75
	Tina de baño	Unid.	2,00	140,00	280,00
	Calentador de agua	Unid.	2,00	165,00	330,00
	Lavandería	Unid.	1,00	135,00	135,00
				Sub-total 7 :	26010,26
8,0	Acabados Exteriores :	Unid.	Cant.	P. Unitario	P. Total
	Aceras (Tipo)	m2	96,00	12,6	1209,60
	Puertas exteriores	Unid.	1,00	450,00	450,00
	Citófono	Unid.	1,00	250,00	250,00
	Cerramiento exterior	m2	160,00	36,40	5824,00
	Adoquinado	m2	145,00	5,85	848,25
	Piscina	Gl	1,00	12000,00	12000,00
	Chozon social	Gl	1,00	1280,00	1280,00
	Conexión domiciliaria de agua	pto	1,00	200,00	200,00
	Conexión domiciliaria de luz	pto	1,00	179,00	179,00
	Conexión domiciliaria alcantarillado		1	150	150,00
	Otros (Jardinería)	Gl	1,00	460,00	460,00
				Sub-total 8 :	22850,85
9,0	Imprevistos				1000,00
			Total (1 al 9) :		S 75000,00

TABLA 5.4. EQUIPOS Y ACCESORIOS

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Ventiladores de Tumbado	2	53,57	107,14
Aires Acondicionados de 24000 BTU	1	725,00	725,00
Fax teléfono Panasonic KXFT 981	1	53,57	53,57
Teléfonos Panasonic inalámbricos	1	52,00	52,00
Dispensador de agua electric life	1	25,00	25,00
Secadores de mano	2	80,00	160,00
Dispensador de papel higiénico	3	25,00	75,00
Dispensador de jabón líquido	3	26,00	78,00
Consola Mezcladora American	1	500,00	500,00
Ecuilizador de 15 b.	1	150,00	150,00
Compactera	1	200,00	200,00
Pedestal	1	100,00	100,00
Caja amplificadora con USB y tarjeta	2	500,00	1.000,00
Micrófonos Profesionales	2	150,00	300,00
LCD LG 32 p	1	980,00	980,00
Cámara fotográfica digital Sony	1	190,00	190,00
Filmadora Canon	1	400,00	400,00
Cajas de herramientas	1	25,00	25,00
Extensiones eléctricas	3	25,00	75,00
Extintores	2	30,00	60,00
Lavadora LG	1	380,00	380,00
Secadora Whirlpool	1	420,00	420,00
TOTALES		5090,14	6.055,71

TABLA 5.5. EQUIPOS DE COMPUTO

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadores HP Pavilion	1	600,00	600,00
Laptop	1	1260,00	1.260,00
Impresora multiuso	1	190,00	190,00
TOTALES		2050,00	2.050,00

TABLA 5.6. MUEBLES Y ENSERES

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Sillón Ejecutivo Giratorio para Administrador	1	50,00	50,00
Escritorio para administrador	1	135,00	135,00
Sillas para secretaria	1	40,00	40,00
Escritorio y auxiliar para secretaria	1	125,00	125,00
Sillas tipo espera de tres puestos	1	38,00	38,00
Anaqueles Archivadores	1	52,00	52,00
Sillas plásticas verona color blanca	150	8,80	1.320,00
Mesas Plásticas	25	35,20	880,00
Sillas plasticas pekes	35	6,50	227,50
Mesas Capry Pequeñas	10	8,35	83,50
Carpas	3	10,00	30,00
Perezosas	4	56,00	224,00
Escalera de 1.5 m	1	57,00	57,00
Banco escalera	1	6,00	6,00
Manteles	25	6,00	150,00
Servilletas	50	2,00	100,00
TOTALES		635,85	3.518,00

TABLA 5.7. EQUIPOS DE COCINA

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cocina Industrial cuatro quemadores con horno	1	200,00	200,00
Cilindro para gas industrial	1	95,00	95,00
Campana extractora de olores	1	370,00	370,00
Refrigeradora Indurama RI 480	1	680,00	680,00
Microonda	1	67,00	67,00
Licuada industrial cap 161	1	120,00	120,00
Freidora industrial	1	320,00	320,00
Sarten Electrico	1	56,25	56,25
Cafetera eléctrica	1	150,00	150,00
Waflera	1	80,00	80,00
Batidora con pedestal	1	60,00	60,00
Fuente de Chocolate	1	60,00	60,00
Extractor de jugos	1	39,50	39,50
TOTALES		2297,75	2.297,75

TABLA 5.8. MENAJE

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Sarten de Telón Umco	2	15,00	30,00
Ollas Industriales	2	65,00	130,00
Juegos de Ollas Normales	2	25,00	50,00
Exprimidor de Limones	1	1,50	1,50
Frascos para Aliños	3	1,20	3,60
Frascos para salsas	5	0,65	3,25
Tinas Plásticas	3	4,50	13,50
Baldes Plasticos	3	2,05	6,15

Cubetas para escurrir	1	6,00	6,00
Cucharones	2	4,00	8,00
Juego de cucharetas	1	14,50	14,50
Juego de Cedazos	1	3,00	3,00
Bandejas de Aluminio	5	9,00	45,00
Charoles de Acero	3	7,00	21,00
Bandeja charol	2	3,25	6,50
Tenazas Metalicas	3	2,00	6,00
Envases para salsas Pika	3	1,50	4,50
Servilletero	6	1,80	10,80
Hielera americana de cristal	10	2,20	22,00
Isla Bufetera	1	242,91	242,91
Juegos de Cuchillos	2	10,00	20,00
Tablas de Picar	2	15,00	30,00
Jarras de plástico grandes	3	2,00	6,00
Jarras de vidrio grandes	5	3,50	17,50
Platos de porcelana grandes	50	1,80	90,00
Platos de porcelana mediano	50	1,55	77,50
Platos de porcelana pequeño	50	1,00	50,00
Plato postre de porcelana	50	0,75	37,50
Vasos de cristal grandes	50	1,40	70,00
Vasos de cristal pequeños	50	1,00	50,00
Copas pequeñas de vidrio	50	0,55	27,50
Copas grandes de vidrio	50	1,30	65,00
Gorros	3	1,00	3,00
Delantales	3	4,00	12,00
Toalla de tela para cocina	5	3,00	15,00
Tacho de basura grande	1	11,00	11,00
Escurreidor de vasos	1	5,50	5,50
Platera de plástico	2	18,20	36,40
Porta cubiertos	1	3,15	3,15
TOTALES		497,76	1.255,26

TABLA 5.9. EQUIPO DE JUEGOS

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Futbolín	1	495,00	495,00
Columpio	1	480,00	480,00
Resbaladera	1	420,00	420,00
Sube y baja	1	560,00	560,00
Juego Inflable Escaladora	1	1200,00	1.200,00
TOTALES		3155,00	3.155,00

TABLA 5.10. INDUMENTARIA

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Disfraces	10	25,00	250,00
Juego de armadores	3	2,70	8,10
Vestidores	2	5,00	10,00
Chalecos salvavidas	6	18,00	108,00
Otros	1	60,00	60,00
TOTALES		110,70	436,10

TABLA 5.11. SUMINISTRO DE OFICINA

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR TRIMESTRAL	VALOR ANUAL
Calculadora Casio	2	6,00	12,00	12,00	12,00
Resmas de papel Bond A4	1	4,00	4,00	12,00	48,00
Tintas para impresora	1	30,00	30,00	30,00	60,00
Facturas	1	8,00	8,00	8,00	8,00
Esferos	3	0,20	0,60	1,80	7,20
Libretas de Anotaciones	1	1,20	1,20	3,60	14,40
CD	5	1,80	9,00	27,00	108,00
Porta CD	1	8,00	8,00	8,00	8,00
Grapadora	2	3,75	7,50	7,50	7,50
Perforadora	2	6,00	12,00	12,00	12,00
Clips (caja)	1	0,25	0,25	0,75	3,00
Grapas (caja)	1	1,20	1,20	3,60	14,40
Corrector	1	1,20	1,20	3,60	14,40
Carpetas	10	0,15	1,50	4,50	18,00
Pisa Papel	1	1,50	1,50	1,50	1,50
Resaltador	1	0,30	0,30	0,90	3,60
Porta Papel	1	9,00	9,00	9,00	9,00
Agenda Telefonica	2	4,00	8,00	8,00	8,00
Lapices	2	0,25	0,50	1,50	6,00
Borrador de queso	1	0,25	0,25	0,75	3,00
Marcador Tiza líquida	2	0,50	1,00	3,00	12,00
Borrador de pizarra	1	2,00	2,00	2,00	2,00
Pizarra de tiza líquida	1	60,00	60,00	60,00	60,00
Regla plástica	1	0,25	0,25	0,25	0,25
Memory flash	2	25,00	50,00	50,00	50,00
Notitas (Unidad)	2	0,60	1,20	3,60	14,40
Corta papel	1	0,35	0,35	0,35	0,35
Saca Grapas	2	0,50	1,00	1,00	1,00
TOTALES		170,25	219,80	276,20	506,00

TABLA 5.12. SUMINISTROS DE LIMPIEZA

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR TRIMESTRAL	VALOR ANUAL
Escobas	3	2,00	6,00	6,00	6,00
Detergentes (Kilo)	1	9,43	9,43	28,29	113,16
Jabon de baño líquido	2	0,65	1,30	3,90	15,60
Desinfectante de Galon	1	4,68	4,68	14,04	56,16
Cloro (Kilo)	1	3,58	3,58	10,74	42,96
Papel Higienico Pacas	2	3,80	7,60	22,80	91,20
Ambientales	5	0,70	3,50	10,50	42,00
Recogedor de Basura	2	2,50	5,00	5,00	5,00
Trapeador	2	3,50	7,00	21,00	84,00
Limpion	2	2,80	5,60	16,80	67,20
Tacho de basura pequeño	4	3,00	12,00	12,00	12,00
Tacho de basura grande con tapa capacidad 5lbs	2	11,00	22,00	22,00	22,00
Paquete de funda de basura pequeña	1	1,20	1,20	3,60	14,40
Paquete de funda de basura industrial	5	2,30	11,50	34,50	138,00
Cepillo Lava Baño	2	1,50	3,00	3,00	3,00
Escobillon	1	2,15	2,15	2,15	2,15
Jabon de Vajillas	1	2,20	2,20	6,60	26,40
Esponjas de Lavar	3	2,00	6,00	6,00	72,00
Toalla de cocina desechable	1	1,20	1,20	3,60	14,40
Guantes de caucho	3	0,80	2,40	2,40	2,40
Delantales	3	4,00	12,00	12,00	12,00
Overols	6	17,00	102,00	102,00	102,00
Gorras	3	2,50	7,50	7,50	7,50
Camisetas	3	6,25	18,75	18,75	18,75
TOTALES		90,74	257,59	375,17	970,28

TABLA 5.13. GASTO DE PUBLICIDAD

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Gigantografía	1	58,00	58,00
Tarjetas de Presentación	100	0,10	10,00
Hojas Volantes	2000	0,02	40,00
Propaganda televisiva	1	50,00	50,00
Prensa Escrita	1	40,00	40,00
Página Web	1	1252,00	1.252,00
TOTALES		1400,12	1.450,00

TABLA 5.14. GASTOS DE MANTENIMIENTO

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Mantenimiento de Equipos	1	80,00	80,00
Mantenimiento de Edificio	1	125,00	125,00
TOTALES		205,00	205,00

TABLA 5.15. GASTOS DE PRIMEROS AUXILIOS

DETALLE	CANTIDAD	VALOR	VALOR	
			TRIMESTRAL	VALOR ANUAL
Botiquin de Medicinas	1	20,00	60,00	240,00
TOTALES		20,00	60,00	240,00

TABLA 5.16. MOVILIZACION

DETALLE	FRECUENCIA	COSTO	COSTO	COSTO
	MENSUAL	UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Visitas a Instituciones Educativas para promoción	24	2,00	48,00	576,00

REQUERIMIENTO HUMANO

TABLA 5.17. PERSONAL FIJO

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALORES TRIMESTRALES				VALOR ANUAL
				1	2	3	4	
Administrador	1	498,86	498,86	1496,59	1496,59	1496,59	1496,59	5.986,36
Secretaria-Contadora	1	372,85	372,85	1118,54	1118,54	1118,54	1118,54	4.474,16
Conserje	1	322,44	322,44	967,32	967,32	967,32	967,32	3.869,28
Jefe de Cocina	1	246,83	246,83	740,49	740,49	740,49	740,49	2.961,96
Ayudante de Cocina	1	171,22	171,22	513,66	513,66	513,66	513,66	2.054,64
Mesero	1	171,22	171,22	513,66	513,66	513,66	513,66	2.054,64
TOTALES	6	1783,42	1783,42	10700,52	10700,52	10700,52	10700,52	21.401,04

TABLA 5.18. PERSONAL EVENTUAL

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL	VALORES TRIMESTRALES				VALOR ANUAL
				1	2	3	4	
Decorador	1	30,00	30,00	750,00	780,00	870,00	960,00	3360,00
Payaso	1	25,00	25,00	625,00	650,00	725,00	800,00	2800,00
Personal de Hora Loca	5	10,00	50,00	550,00	550,00	750,00	800,00	2.650,00
Caritas Pintadas	1	12,00	12,00	132,00	144,00	108,00	180,00	564,00
Niñeras.	1	15,00	15,00	90,00	60,00	30,00	45,00	225,00
Grupo Show	3	10,00	30,00	150,00	120,00	120,00	180,00	570,00
Meseros	1	10,00	10,00	60,00	40,00	50,00	60,00	210,00
Repartición de invitaciones	1	15,00	15,00	135,00	105,00	105,00	105,00	450,00
Auxiliares de Servicio	2	10,00	20,00	500,00	520,00	580,00	640,00	2.240,00
Filmación	1	40,00	40,00	360,00	280,00	240,00	400,00	1.280,00
Fotografía	1	24,00	24,00	192,00	192,00	240,00	10,00	634,00
TOTALES				3544,00	3441,00	3818,00	4180,00	14.983,00

TABLA 5.19. ROL DE PAGOS PROYECTADO

NÓMINA	No. TRABAJAD	ORES	SUELDO UNIFICADO	HORAS EXTRAS	10° TERCERO	10° CUARTO	APORTE PATRONAL	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	TOTAL DE SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL DE SUELDOS
ADMINISTRADOR	1		380,00	0,00	31,67	20,00	35,53	0,00	31,67	498,86	498,86
SECRETARIA-CONTADORA	1		280,00	0,00	23,33	20,00	26,18	0,00	23,33	372,85	372,85
JEFE DE COCINA	1		180,00	0,00	15,00	20,00	16,83	0,00	15,00	246,83	246,83
AYUDANTES DE COCINA	1		120,00	0,00	10,00	20,00	11,22	0,00	10,00	171,22	171,22
MESEROS	1		120,00	0,00	10,00	20,00	11,22	0,00	10,00	171,22	171,22
CONSERJE	1		240,00	0,00	20,00	20,00	22,44	0,00	20,00	322,44	322,44
TOTAL MENSUAL	6		1.320,00	0,00	110,00	140,00	123,42	0,00	110,00	1.783,42	1.783,42
TOTAL TRIMESTRAL			3.960,00	0,00	330,00	420,00	370,26	0,00	330,00	5.350,26	5.350,26
TOTAL ANUAL			15.840,00	0,00	1.320,00	1.680,00	1.481,04	0,00	1.320,00	21.401,04	21.401,04

Se detalla al personal administrativo, operativo y de servicio, con las respectivas provisiones como: décimos terceros, décimos cuarto y fondos de reserva, etc.

TABLA 5.20. SERVICIOS BASICOS

Detalle	Costo Mensual	Costo Trimestral	Costo Anual
Energía Eléctrica	120,00	360,00	1440,00
Agua	54,00	162,00	648,00
Telecomunicación	60,00	180,00	720,00
TOTALES	234,00	702,00	2808,00

TABLA 5.21. RESUMEN DE REQUERIMIENTOS

1	TERRENO	55.440,00
2	EDIFICIO	75000,00
3	EQUIPOS Y ACCESORIOS	6.055,71
4	EQUIPOS DE COMPUTO	2.050,00
5	MUEBLES Y ENSERES	3.518,00
6	EQUIPOS DE JUEGO	3.155,00
7	EQUIPOS DE COCINA	2.297,75
8	UTENSILLOS DE COCINA	1.255,26
9	SUMINISTROS DE OFICINA	219,80
10	SUMINISTROS DE LIMPIEZA	257,59
11	SUMINISTRO DE INDUMENTARIA	436,10
12	PERSONAL ADMINISTRATIVO	10700,52
13	PERSONAL EVENTUAL	3544,00
14	GASTOS DE CONSTITUCION	1.055,00
15	GASTOS DE PUBLICIDAD	1.450,00
16	MANTENIMIENTO	205,00
17	PRIMEROS AUXILIOS	60,00
18	SERVICIOS BASICOS	702,00
	TOTAL	167.401,73

5.4. DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN TOTAL INICIAL

La inversión que se requiere para la implementación de la empresa Recepciones y Atracciones Infantiles Herniparty comprende inversión fija, inversión diferida, también se necesita del capital de trabajo para cubrir los gastos de por lo menos los tres primeros meses, se prevé un imprevisto del 2% del total de la inversión.

Para efectuar dicho proyecto se considera el aporte de socios en un 70% y la diferencia ósea el 30% restante mediante un crédito bancario.

5.4.1. Inversión Fija

Se considera como inversión fija la adquisición de activos fijos, propiedad de la empresa, que comprende muebles y enseres, equipos y utensilios, los mismos que ascienden a \$ 148.771,72

TABLA 5.22. INVERSIÓN FIJA	
TERRENO	55.440,00
EDIFICIO	75000,00
EQUIPOS Y ACCESORIOS	6.055,71
EQUIPOS DE COMPUTO	2.050,00
MUEBLES Y ENSERES	3.518,00
EQUIPOS DE JUEGO	3.155,00
EQUIPOS DE COCINA	2.297,75
UTENSILLOS DE COCINA	1.255,26
TOTAL	148.771,72

5.4.2. Inversión Diferida

Los activos diferidos son todos aquellos activos cuyo valor reside en los derechos que su posesión confiere al propietario y se adquiere con el propósito de ser usado durante su vida útil-económica en las operaciones normales del negocio. En este caso comprende todo lo relacionado a la constitución legal de la empresa.

TABLA 5.23. GASTO DE CONSTITUCION			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Honorarios de Abogado	1	250,00	250,00
Constitución Notaría pública	1	100,00	100,00
Inscripción en el Registro Mercantil	1	110,00	110,00
Permisos municipales, Direc.Salud, Bomberos y otros	1	245,00	245,00
Inscripción en la Superintendencia de Cias.	1	150,00	150,00
Inscripción en la Superintendencia de Bancos	1	100,00	100,00
Otros Gastos de Tramitación	1	100,00	100,00
TOTALES		1055,00	1.055,00

5.4.3. Capital de Trabajo

El capital de trabajo, comprende todo lo que se va a necesitar para cubrir los gastos se sueldos, servicios básicos, suministros, etc., para lo cual se realizó una estimación rápida trimestral, que permita la funcionalidad de la empresa durante los tres primeros meses de actividad.

TABLA 5.24. CUADRO DE CAPITAL DE TRABAJO		
DESCRIPCIÓN	SUBTOTAL	TOTAL
SUELDOS Y REMUNERACIONES		14.244,52
Sueldos y salarios del personal fijo	10.700,52	
Servicios Profesionales	3.544,00	
SERVICIOS BÁSICOS		702,00
Energía Eléctrica	360,00	
Agua	162,00	
Telecomunicación	180,00	
SUMINISTROS DE OFICINA		219,80
SUMINISTROS DE LIMPIEZA		257,59
INSUMOS DE PRIMEROS AUXILIOS		60,00
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA		1.450,00
MOVILIZACIÓN		144,00
INVENTARIO (INDUMENTARIA)		436,10
COSTOS DE OPERACIÓN		5.327,50
SUBTOTAL		22.697,51
TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO		22.697,51
Nota: El capital de trabajo ha sido aprovisionado para tres meses		

Por tanto la inversión total que se requiere para iniciar las operaciones de Recepciones y Atracciones Herniparty, es de \$ 175.974,71 resultado de la sumatoria de la inversión fija, los gastos de constitución y el capital del trabajo, más un 2% que se considera para imprevistos, así como lo muestra el cuadro siguiente:

TABLA 5.25. INVERSIÓN TOTAL INICIAL		
DETALLE	VALOR	TOTALES
INVERSION FIJA		148771,72
Terreno	55.440,00	
Edificio	75000,00	
Equipos y Accesorios	6.055,71	
Equipos de Computo	2050,00	
Muebles y Enseres	3518,00	
Equipos de Juegos	3155,00	
Equipos para la Cocina	2297,75	
Menaje	1255,26	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN		1055,00
CAPITAL DE TRABAJO		22697,51
Sub total		172524,23
IMPREVISTOS	2%	3.450,48
TOTAL INVERSIÓN DEL PROYECTO		175974,71

5.4.4. Decisión de Financiamiento

Para el financiamiento de la inversión se ha considerado el 70% de capital propio y el 30% restante será financiado mediante un préstamo hipotecario en la entidad financiera PRODUBANCO de la ciudad de Quito, a una tasa efectiva de 11,33% y un interés del 10,78% anual, durante un plazo de 5 años, el monto es de \$ 52.792,41 (cincuenta y dos mil setecientos noventa y dos con cuarenta y uno dólares americanos),

TABLA 5.26. FINANCIAMIENTO					
CONCEPTO	PORCENTAJE DE PARTICIPACION	MONTO	TASA DE INTERES REFERENCIALES		COSTO PROMEDIO PONDERADO
			ACTIVA	PASIVA	
APORTE PROPIO	70%	123182,30		5,37%	3,76%
RECURSO FINANCIADO	30%	52792,41	11,33%		3,40%
TOTAL DE LA INVERSIÓN	100%	175974,71			7,16%

A continuación se detalla la tabla de amortización respectiva en la que se muestra que genera una cuota mensual fija de \$1720,00 para 10 años:

TABLA 5. 27. TABLA DE AMORTIZACIÓN

		TABLA DE AMORTIZACIÓN				
NOMBRE DEL CLIENTE:		GLORIA PLATA ALARCÓN		MONTO:		\$ 52.792,41
RUC:		0802933366001		GRACIA DE CAPITAL:		0
MONEDA:		DÓLARES USA		GRACIA DE INTERES:		0
TIPO DE PLAZO:		MENSUAL		TIPO DE CUOTA:		M
PLAZO:		60		INTERES:		10.78%
FECHA:		2 AGOSTO DEL 2010		TASA EFECTIVA:		11.33%
Cuota	Vencimiento	Saldo capital	Abono extra	Abono capital	Intereses	Total cuota
0	2 8 Ago2010	52.792,41				
1	2 9 Sep2010	52.124,00		668,00	474,00	1.142,00
2	2 10 Oct2010	51.450,00		674,00	468,00	1.142,00
3	2 11 Nov2010	50.770,00		680,00	462,00	1.142,00
4	2 12 Dic2010	50.084,00		686,00	456,00	1.142,00

5	2	1	Ene2011	49.391,00		693,00	449,00	1.142,00
6	2	2	Feb2011	48.692,00		699,00	443,00	1.142,00
7	2	3	Mar2011	47.987,00		705,00	437,00	1.142,00
8	2	4	Abr2011	47.276,00		711,00	431,00	1.142,00
9	2	5	May2011	46.558,00		718,00	424,00	1.142,00
10	2	6	Jun2011	45.834,00		724,00	418,00	1.142,00
11	2	7	Jul2011	45.103,00		731,00	411,00	1.142,00
12	2	8	Ago2011	44.366,00		737,00	405,00	1.142,00
13	2	9	Sep2011	43.622,00		744,00	398,00	1.142,00
14	2	10	Oct2011	42.871,00		751,00	391,00	1.142,00
15	2	11	Nov2011	42.114,00		757,00	385,00	1.142,00
16	2	12	Dic2011	41.350,00		764,00	378,00	1.142,00
17	2	1	Ene2012	40.579,00		771,00	371,00	1.142,00
18	2	2	Feb2012	39.801,00		778,00	364,00	1.142,00
19	2	3	Mar2012	39.016,00		785,00	357,00	1.142,00

20	2	4	Abr2012	38.224,00		792,00	350,00	1.142,00
21	2	5	May2012	37.425,00		799,00	343,00	1.142,00
22	2	6	Jun2012	36.619,00		806,00	336,00	1.142,00
23	2	7	Jul2012	35.805,00		814,00	328,00	1.142,00
24	2	8	Ago2012	34.984,00		821,00	321,00	1.142,00
25	2	9	Sep2012	34.156,00		828,00	314,00	1.142,00
26	2	10	Oct2012	33.320,00		836,00	306,00	1.142,00
27	2	11	Nov2012	32.477,00		843,00	299,00	1.142,00
28	2	12	Dic2012	31.626,00		851,00	291,00	1.142,00
29	2	1	Ene2013	30.768,00		858,00	284,00	1.142,00
30	2	2	Feb2013	29.902,00		866,00	276,00	1.142,00
31	2	3	Mar2013	29.028,00		874,00	268,00	1.142,00
32	2	4	Abr2013	28.146,00		882,00	260,00	1.142,00
33	2	5	May2013	27.256,00		890,00	252,00	1.142,00
34	2	6	Jun2013	26.358,00		898,00	244,00	1.142,00

35	2	7	Jul2013	25.452,00		906,00	236,00	1.142,00
36	2	8	Ago2013	24.538,00		914,00	228,00	1.142,00
37	2	9	Sep2013	23.616,00		922,00	220,00	1.142,00
38	2	10	Oct2013	22.686,00		930,00	212,00	1.142,00
39	2	11	Nov2013	21.747,00		939,00	203,00	1.142,00
40	2	12	Dic2013	20.800,00		947,00	195,00	1.142,00
41	2	1	Ene2014	19.844,00		956,00	186,00	1.142,00
42	2	2	Feb2014	18.880,00		964,00	178,00	1.142,00
43	2	3	Mar2014	17.907,00		973,00	169,00	1.142,00
44	2	4	Abr2014	16.925,00		982,00	160,00	1.142,00
45	2	5	May2014	15.935,00		990,00	152,00	1.142,00
46	2	6	Jun2014	14.936,00		999,00	143,00	1.142,00
47	2	7	Jul2014	13.928,00		1.008,00	134,00	1.142,00
48	2	8	Ago2014	12.911,00		1.017,00	125,00	1.142,00
49	2	9	Sep2014	11.884,00		1.027,00	115,00	1.142,00

50	2	10	Oct2014	10.848,00		1.036,00	106,00	1.142,00
51	2	11	Nov2014	9.803,00		1.045,00	97,00	1.142,00
52	2	12	Dic2014	8.749,00		1.054,00	88,00	1.142,00
53	2	1	Ene2015	7.685,00		1.064,00	78,00	1.142,00
54	2	2	Feb2015	6.612,00		1.073,00	69,00	1.142,00
55	2	3	Mar2015	5.529,00		1.083,00	59,00	1.142,00
56	2	4	Abr2015	4.436,00		1.093,00	49,00	1.142,00
57	2	5	May2015	3.333,00		1.103,00	39,00	1.142,00
58	2	6	Jun2015	2.220,00		1.113,00	29,00	1.142,00
59	2	7	Jul2015	1.097,00		1.123,00	19,00	1.142,00
60	2	8	Ago2015	Cancelado		1.097,00	9,00	1.106,00

5.5. DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES

5.5.1. Depreciación de Activos Fijos

Se aplica la depreciación a los activos fijos, los mismos que con el uso pierden su valor, por tanto, se prevé el reemplazo de un determinado bien al final de su vida útil, tomando en consideración valor de salvamento y los años de vida de cada uno de ellos, mediante el método de línea recta como se muestra en los siguientes cuadros:

TABLA 5.28. DEPRECIACION DE EDIFICIO

VIDA UTIL	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			75000,00
1	3.562,50	3.562,50	71.437,50
2	3.562,50	7.125,00	67.875,00
3	3.562,50	10.687,50	64.312,50
4	3.562,50	14.250,00	60.750,00
5	3.562,50	17.812,50	57.187,50
6	3.562,50	21.375,00	53.625,00
7	3.562,50	24.937,50	50.062,50
8	3.562,50	28.500,00	46.500,00
9	3.562,50	32.062,50	42.937,50
10	3.562,50	35.625,00	39.375,00
11	3562,50	39.187,50	35.812,50
12	3562,50	42.750,00	32.250,00
13	1737,56	22.588,28	30.512,44
14	1737,56	24.325,84	28.774,88
15	1737,56	26.063,40	27.037,32
16	1737,56	27.800,96	25.299,76
17	1737,56	29.538,52	23.562,20
18	1737,56	31.276,08	21.824,64
19	1737,56	33.013,64	20.087,08
20	1737,56	34.751,20	18.349,52
Datos			
Costo:	75000,00		
Valor residual:	5%	3750,00	
Vida útil:	20	años	
Depreciación Anual:	3562,50		

TABLA 5.29. DEPRECIACION EQUIPOS Y ACCESORIOS

VIDA UTIL	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			6.055,71
1	545,01	545,01	5.510,70
2	545,01	1.090,03	4.965,68
3	545,01	1.635,04	4.420,67
4	545,01	2.180,06	3.875,65
5	545,01	2.725,07	3.330,64
6	545,01	3.270,08	2.785,63
7	545,01	3.815,10	2.240,61
8	545,01	4.360,11	1.695,60
9	545,01	4.905,13	1.150,58
10	545,01	5.450,14	605,57
Datos			
Costo:	6055,71		
Valor residual:	10%	605,57	
Vida útil:	10	años	
Depreciación Anual:	545,01		

TABLA 5.30 DEPRECIACION DE EQUIPOS DE COMPUTACION

VIDA UTIL	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			2.200,00
1	488,91	488,91	1.711,09
2	488,91	977,83	1.222,17
3	488,91	1.466,74	733,26
	1.466,74		
Datos			
Costo:	2200,00		
Valor residual:	33,33%	733,26	
Vida útil:	3	años	
Depreciación Anual:	488,91		

TABLA 5.31. DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES

VIDA UTIL	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			3.518,00
1	316,62	316,62	3.201,38
2	316,62	633,24	2.884,76
3	316,62	949,86	2.568,14
4	316,62	1.266,48	2.251,52
5	316,62	1.583,10	1.934,90
6	316,62	1.899,72	1.618,28
7	316,62	2.216,34	1.301,66
8	316,62	2.532,96	985,04
9	316,62	2.849,58	668,42
10	316,62	3.166,20	351,80
Datos			
Costo:	3518,00		
Valor residual:	10%	351,80	
Vida útil:	10	años	
Depreciación Anual:	316,62		

TABLA 5.32 DEPRECIACION DE EQUIPOS DE COCINA

VIDA UTIL	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			2.297,75
1	206,80	206,80	2.090,95
2	206,80	413,60	1.884,16
3	206,80	620,39	1.677,36
4	206,80	827,19	1.470,56
5	206,80	1.033,99	1.263,76
6	206,80	1.240,79	1.056,97
7	206,80	1.447,58	850,17
8	206,80	1.654,38	643,37
9	206,80	1.861,18	436,57
10	206,80	2.067,98	229,78
Datos			
Costo:	2297,75		
Valor residual:	10%	229,78	
Vida útil:	10	años	
Depreciación Anual:	206,80		

TABLA 5.33. DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE JUEGOS

VIDA UTIL	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			3.155,00
1	283,95	283,95	2.871,05
2	283,95	567,90	2.587,10
3	283,95	851,85	2.303,15
4	283,95	1.135,80	2.019,20
5	283,95	1.419,75	1.735,25
6	283,95	1.703,70	1.451,30
7	283,95	1.987,65	1.167,35
8	283,95	2.271,60	883,40
9	283,95	2.555,55	599,45
10	283,95	2.839,50	315,50
Datos			
Costo:	3155,00		
Valor residual:	10%	315,50	
Vida útil:	10	años	
Depreciación Anual:	283,95		

TABLA 5.34. RESUMEN DE DEPRECIACIONES

NOMBRE DEL ACTIVO	VIDA UTIL	COSTO DEL ACTIVO	DEPRECIACIÓN MENSUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
EDIFICIO	20	75.000,00	296,88	3.562,50	3.750,00
EQUIPOS Y ACCESORIOS	10	6.055,71	45,42	545,01	605,57
MUEBLES Y ENSERES	10	3.518,00	26,39	316,62	351,80
EQUIPOS DE COMPUTACION	3	2.200,00	40,74	488,91	733,26
EQUIPOS DE COCINA	10	2.297,75	36,84	442,04	229,78
EQUIPOS DE JUEGOS	10	3.155,00	23,66	283,95	315,50
TOTALES		11.170,75	127,63	1.531,52	5.985,91

5.5.2. Amortización del Menaje

Los menajes que se detallan a continuación que será de uso de Hermaparty tendrán una duración máxima de 2 años, con amortización de 50% a 100% por ser utensilios de cocina considerando que su vida útil es poca y se deprecia rápidamente.

TABLA 5.35. AMORTIZACIÓN DEL MENAJE

CANT.	DETALLE DEL BIEN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	% DE AMORTIZACIÓN	VIDA ÚTIL	AMORTIZACIÓN ANUAL	AMORTIZACIÓN AÑO 1	AMORTIZACIÓN AÑO 2
2	Sarten de Teflón Umco	15,00	30,00	50%	2	15,00	7,50	7,50
4	Ollas Industriales	65,00	260,00	100%	1	260,00	260,00	-
2	Juegos de Ollas Normales	25,00	50,00	50%	2	25,00	12,50	12,50
2	Exprimidor de Limones	1,50	3,00	50%	2	1,50	0,75	0,75
5	Frascos para Aliños	1,20	6,00	50%	2	3,00	1,50	1,50
5	Frascos para salsas	0,65	3,25	50%	2	1,63	0,81	0,81
3	Tinas Plásticas	5,00	15,00	50%	2	7,50	3,75	3,75
3	Baldes Plásticos	2,05	6,15	50%	2	3,08	1,54	1,54
2	Cubetas para escurrir	8,50	17,00	50%	2	8,50	4,25	4,25
5	Cucharones	4,00	20,00	50%	2	10,00	5,00	5,00
1	Juego de cucharetas	14,50	14,50	50%	2	7,25	3,63	3,63
2	Juego de Cedazos	3,00	6,00	100%	1	6,00	6,00	-
5	Bandejas de Aluminio:	9,00	45,00	50%	2	22,50	11,25	11,25
1	Contenedores	12,00	12,00	50%	2	6,00	3,00	3,00
10	Charoles de Acero	7,00	70,00	50%	2	35,00	17,50	17,50
5	Bandeja charol	3,25	16,25	50%	2	8,13	4,06	4,06

3	Tenazas Metalicas	2,00	6,00	50%	2	3,00	1,50	1,50
5	Envases para salsas Pika	1,50	7,50	50%	2	3,75	1,88	1,88
50	Servilletero	1,80	90,00	50%	2	45,00	22,50	22,50
50	Hielera americana de cristal	2,20	110,00	100%	1	110,00	110,00	-
2	Isia Bufetera	242,91	485,82	100%	1	485,82	485,82	-
2	Juegos de Cuchillos	10,00	20,00	100%	1	20,00	20,00	-
3	Tablas de Picar	15,00	45,00	100%	1	45,00	45,00	-
3	Jarras de plástico grandes	2,00	6,00	100%	1	6,00	6,00	-
5	Jarras de vidrio grandes	3,50	17,50	100%	1	17,50	17,50	-
100	Platos de porcelana grandes	1,80	180,00	100%	1	180,00	180,00	-
100	Platos de porcelana mediano	1,55	155,00	100%	1	155,00	155,00	-
100	Platos de porcelana pequeño	1,00	100,00	100%	1	100,00	100,00	-
100	Plato postre de porcelana	0,75	75,00	100%	1	75,00	75,00	-
100	Vasos de cristal grandes	1,40	140,00	100%	1	140,00	140,00	-
100	Vasos de cristal pequeños	1,00	100,00	100%	1	100,00	100,00	-
100	Copas pequeñas de vidrio	0,55	55,00	100%	1	55,00	55,00	-
100	Copas grandes de vidrio	1,30	130,00	100%	1	130,00	130,00	-
3	Gorros	1,00	3,00	100%	1	3,00	3,00	-
3	Delantales	4,00	12,00	100%	1	12,00	12,00	-
5	Toalla de tela para cocina	3,00	15,00	100%	1	15,00	15,00	-
1	Tacho de basura grande	11,00	11,00	100%	1	11,00	11,00	-
1	Escurreidor de vasos	5,50	5,50	50%	2	2,75	1,38	1,38
3	Platera de plastico	18,20	54,60	50%	2	27,30	13,65	13,65
3	Porta cubiertos	3,15	9,45	50%	2	4,73	2,36	2,36
TOTAL AMORTIZACION DE MENAJE			1.255,26			1106,59	1106,59	148,68

5.6. RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS

TABLA 5.36. RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS

DESCRIPCION	AÑOS										TOTAL	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
INFLACION ANUAL		4,44%	4,44%	4,44%	4,44%	4,44%	4,44%	4,44%	4,44%	4,44%	4,44%	4,44%
COSTOS FIJOS												
Sueldos Personal Operativo	10.940,52	11.426,28	11.933,61	12.463,46	13.016,84	13.594,78	14.198,39	14.828,80	15.487,20	16.174,83	134.064,70	
Depreciación de Activos Fijos	1.531,52	1.531,52	1.531,52	1.531,52	1.531,52	1.531,52	1.531,52	1.531,52	1.531,52	1.531,52	15.315,23	
Amortización de Menaje	1.106,59	148,68	-	-	-	-	-	-	-	-	1.255,26	
Amortización de Gastos de Constitución	211,00	211,00	211,00	211,00	211,00	-	-	-	-	-	1.055,00	
TOTAL COSTOS FIJOS	13.789,63	13.317,48	13.676,13	14.205,98	14.759,36	15.126,31	15.729,91	16.360,32	17.018,72	17.706,35	151.690,20	
COSTOS VARIABLES												
Servicios profesionales	14.983,00	15.648,25	16.343,03	17.068,66	17.826,51	18.618,00	19.444,64	20.307,98	21.209,66	22.151,37	183.601,09	
Inventario (independiente)	436,10	455,46	475,69	496,81	518,86	541,90	565,96	591,09	617,34	644,74	5.343,95	
Insumos por primeros auxilios	240,00	250,66	261,79	273,41	285,55	298,23	311,47	325,30	339,74	354,82	2.940,95	
Costos de Operación	25.705,50	26.846,82	28.038,82	29.283,75	30.583,95	31.941,87	33.360,09	34.841,28	36.388,23	38.003,87	314.994,19	
TOTAL COSTOS VARIABLES	41.364,60	43.201,19	45.119,32	47.122,62	49.214,86	51.400,00	53.682,16	56.065,65	58.554,97	61.154,81	506.880,18	
TOTAL COSTOS	55.154,23	56.518,67	58.795,45	61.328,60	63.974,22	66.526,31	69.412,08	72.425,97	75.573,69	78.861,16	658.570,38	

5.7. PROYECCIONES DE VENTAS

Para presupuestar los ingresos y egresos del proyecto se tomará en cuenta la cantidad mínima de 100 asistentes promedio en total que pueden ser 50 niños y 50 adultos, asignando a cada tipo de paquete el número de eventos posibles a realizar en el mes, con su respectivo valor, dando como resultado el total de eventos mensuales que se pretende efectuar.

Las proyecciones de las ventas en unidades tienen un crecimiento anual del 1,40% y en cuanto al precio un crecimiento del 4,44% de acuerdo a la inflación anual, de esta manera se pudo obtener primeramente las unidades, luego los precios de cada servicio que al multiplicarse se obtuvo el total de ventas en dólares, como se detalla a continuación:

FRECUENCIAS DE VENTAS														
TIPO DE PAQUETE	PAX	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Sencillo	100	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	5	34
Mix	100	2	3	1	3	2	3	2	2	3	3	2	4	30
Super	100	2	2	1	2	2	1	3	3	2	1	1	3	23
Mega	100	1	2	2	1	2	3	2	2	2	2	3	3	25
Subtotal de eventos por paquetes		8	10	7	8	8	10	9	10	10	8	9	15	112

SERVICIOS ADICIONALES												
Hora Loca	3	5	3	3	3	4	5	6	4	2	10	53
Caritas Pintadas	2	4	5	3	2	7	4	3	4	3	8	47
Grupo Show	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	3	19
Meseros	1	3	2	1	1	2	2	2	1	2	3	21
Niñera	2	3	1	1	1	2	1	1	0	1	2	15
Bocaditos	5	7	3	4	3	6	4	4	3	5	9	58
Fuente de chocolate	3	5	3	3	4	8	3	4	3	2	6	47
Pozo de regalos	6	6	2	2	2	3	3	3	2	3	5	39
Repartición de invitaciones	3	4	2	3	2	2	2	2	2	1	4	30
Filmación	2	5	2	1	2	4	3	2	1	2	7	32
Fotografía	2	3	3	2	2	4	4	4	2	2	6	36
Subtotal de servicios adicionales	30	47	28	24	23	45	27	29	33	25	63	397

OTROS INGRESOS												
Alquiler de las instalaciones	1	2	3	2	3	2	1	3	3	2	2	27

VENTAS NETAS EN DOLARES

POR PAQUETE	VALOR	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Sencillo	557,30	1671,91	1671,91	1671,91	1114,61	1114,61	1671,91	1114,61	1671,91	1671,91	1114,61	1671,91	2786,52
Mix	886,15	1772,30	2658,45	886,15	2658,45	1772,30	2658,45	1772,30	1772,30	2658,45	2658,45	1772,30	3544,60
Super	1070,98	2141,97	2141,97	1070,98	2141,97	2141,97	1070,98	3212,95	2936,54	2141,97	1070,98	1070,98	3212,95
Mega	1468,27	1468,27	2936,54	2936,54	1468,27	2936,54	4404,81	2936,54	2936,54	2936,54	2936,54	4404,81	4404,81
Subtotal de ingresos por paquetes		7054,45	9408,87	6565,59	7383,29	7965,42	9806,16	9036,40	9593,70	9408,87	7780,58	8920,01	13948,88

POR SERVICIOS ADICIONALES													
Hora Loca	300,00	900,00	1500,00	900,00	900,00	900,00	1500,00	1200,00	1500,00	1800,00	1200,00	600,00	3000,00
Caritas Pintadas	50,00	100,00	200,00	250,00	150,00	100,00	350,00	100,00	200,00	150,00	200,00	150,00	400,00
Grupo Show	150,00	150,00	300,00	300,00	150,00	300,00	300,00	150,00	150,00	300,00	150,00	300,00	450,00
Meseros	20,00	20,00	60,00	40,00	20,00	20,00	40,00	20,00	40,00	40,00	20,00	40,00	60,00
Niñera	30,00	60,00	90,00	30,00	30,00	30,00	60,00	30,00	0,00	30,00	0,00	30,00	60,00
Bocaditos	20,00	100,00	140,00	60,00	80,00	60,00	120,00	80,00	100,00	80,00	60,00	100,00	180,00
													15900,00
													2350,00
													2850,00
													420,00
													450,00
													1160,00

Fuente de chocolate	65,00	195,00	325,00	195,00	195,00	520,00	195,00	195,00	195,00	260,00	195,00	130,00	390,00	3055,00
Pozo de regalos	25,00	150,00	150,00	50,00	50,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	50,00	75,00	125,00	975,00
Repartición de invitaciones	50,00	150,00	200,00	100,00	100,00	100,00	150,00	100,00	100,00	100,00	100,00	50,00	200,00	1500,00
Filmación	120,00	240,00	600,00	240,00	360,00	480,00	120,00	240,00	240,00	240,00	120,00	240,00	840,00	3840,00
Fotografía	35,00	70,00	105,00	70,00	140,00	140,00	70,00	140,00	140,00	140,00	70,00	70,00	210,00	1260,00
Subtotal por servicios adicionales		2135,00	3670,00	2270,00	1915,00	3685,00	2425,00	2600,00	3215,00	2165,00	1785,00	5915,00	33760,00	
OTROS INGRESOS														
Alquiler de las instalaciones	350,00	350,00	700,00	1050,00	700,00	1050,00	350,00	1050,00	1050,00	1050,00	1050,00	700,00	700,00	9450,00
TOTAL VENTAS		9539,45	13778,87	9885,59	9998,29	14191,16	11811,40	13243,70	13673,87	10995,58	11405,01	20563,88	150082,21	

TABLA 5.38. PROYECCIÓN DE VENTAS POR PAQUETES

PROYECCIÓN DEL VOLUMEN DE VENTAS											
TIPO DE PAQUETE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TOTAL
SENCILLO	34	34	35	35	36	36	37	37	38	39	362
MIX	30	30	31	31	32	32	33	33	34	34	320
SUPER	23	23	24	24	24	25	25	25	26	26	245
MEGA	25	25	26	26	26	27	27	28	28	28	266
TOTAL DE EVENTOS	112	114	115	117	118	120	122	123	125	127	1193
Nota: El volumen de venta se incrementa a partir del segundo año en el 1.4% en relación a la tasa de crecimiento anual											
PROYECCIÓN DEL PRECIO											
TIPO DE PAQUETE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
SENCILLO	557,30	582,05	607,89	634,88	663,07	692,51	723,26	755,37	788,91	823,94	6829,18
MIX	886,15	925,49	966,59	1009,50	1054,32	1101,14	1150,03	1201,09	1254,42	1310,11	10858,83
SUPER	1070,98	1118,54	1168,20	1220,07	1274,24	1330,81	1389,90	1451,61	1516,07	1583,38	13123,80
MEGA	1468,27	1533,46	1601,55	1672,66	1746,92	1824,49	1905,49	1990,10	2078,46	2170,74	17992,13
Nota: El precio se incrementa a partir del segundo año al 4,44% respecto a la inflación.											
PROYECCIÓN DE VENTAS EN DÓLARES											
TIPO DE PAQUETE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
SENCILLO	18948,33	20066,69	21251,06	22505,33	23833,63	25240,33	26730,05	28307,71	29978,47	31747,85	248609,45
MIX	26584,47	28153,53	29815,19	31574,93	33438,54	35412,13	37502,21	39715,66	42059,74	44542,17	348798,58
SUPER	24632,64	26086,50	27626,16	29256,71	30983,48	32812,18	34748,80	36799,73	38971,71	41271,89	323189,81
MEGA	36706,77	38873,26	41167,62	43597,40	46170,59	48895,65	51781,55	54837,78	58074,40	61502,04	481607,08
SUBTOTAL VENTAS NETAS EN DOLARES	106872,21	113179,98	119860,04	126934,37	134426,24	142360,30	150762,63	159660,88	169084,32	179063,95	1402204,92

TABLA 5.39. PROYECCIÓN DE VENTAS DE SERVICIOS OPCIONALES

PROYECCIÓN DEL VOLUMEN DE VENTAS											
SERVICIOS ADICIONALES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TOTAL
Hora Loca	53	54	54	55	56	57	58	58	59	60	565
Caritas Pintadas	47	48	48	49	50	50	51	52	53	53	501
Grupo Show	19	19	20	20	20	20	21	21	21	22	202
Meseros	21	21	22	22	22	23	23	23	23	24	224
Niñera	15	15	15	16	16	16	16	17	17	17	160
Bocaditos	58	59	60	60	61	62	63	64	65	66	618
Fuente de chocolate	47	48	48	49	50	50	51	52	53	53	501
Pozo de regalos	39	40	40	41	41	42	42	43	44	44	416
Repartición de invitaciones	30	30	31	31	32	32	33	33	34	34	320
Filmación	32	32	33	33	34	34	35	35	36	36	341
Fotografía	36	37	37	38	38	39	39	40	40	41	384
TOTAL	397	403	408	414	420	426	432	438	444	450	4230
Nota: El volumen de venta se incrementa a partir del segundo año en el 1,4% en relación a la tasa de crecimiento anual											
PROYECCIÓN DEL PRECIO											
SERVICIOS ADICIONALES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Hora Loca	300,00	313,32	327,23	341,76	356,93	372,78	389,33	406,62	424,67	443,53	
Caritas Pintadas	50,00	52,22	54,54	56,96	59,49	62,13	64,89	67,77	70,78	73,92	
Grupo Show	150,00	156,66	163,62	170,88	178,47	186,39	194,67	203,31	212,34	221,77	
Meseros	20,00	20,89	21,82	22,78	23,80	24,85	25,96	27,11	28,31	29,57	
Niñera	30,00	31,33	32,72	34,18	35,69	37,28	38,93	40,66	42,47	44,35	
Bocaditos	20,00	20,89	21,82	22,78	23,80	24,85	25,96	27,11	28,31	29,57	
Fuente de chocolate	65,00	67,89	70,90	74,05	77,34	80,77	84,36	88,10	92,01	96,10	
Pozo de regalos	25,00	26,11	27,27	28,48	29,74	31,07	32,44	33,89	35,39	36,96	
Repartición de invitaciones	50,00	52,22	54,54	56,96	59,49	62,13	64,89	67,77	70,78	73,92	

Filmación	120,00	125,33	130,89	136,70	142,77	149,11	155,73	162,65	169,87	177,41
Fotografía	35,00	36,55	38,18	39,87	41,64	43,49	45,42	47,44	49,55	51,75
Nota: El precio se incrementa a partir del segundo año al 4,44% respecto a la inflación.										
PROYECCIÓN DE VENTAS EN DÓLARES										
SERVICIOS ADICIONALES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Hora Loca	15900,00	16838,44	17832,28	18884,76	19999,37	21179,77	22429,83	23753,68	25155,66	26640,38
Caritas Pintadas	2350,00	2488,70	2635,59	2791,14	2955,88	3130,34	3315,10	3510,76	3717,97	3937,42
Grupo Show	2850,00	3018,21	3196,35	3385,00	3584,79	3796,37	4020,44	4257,73	4509,03	4775,16
Meseros	420,00	444,79	471,04	498,84	528,29	559,47	592,49	627,46	664,49	703,71
Niñera	450,00	476,56	504,69	534,47	566,02	599,43	634,81	672,27	711,95	753,97
Bocaditos	1160,00	1228,47	1300,97	1377,76	1459,07	1545,19	1636,39	1732,97	1835,26	1943,58
Fuente de chocolate	3055,00	3235,31	3426,26	3628,49	3842,65	4069,45	4309,63	4563,99	4833,37	5118,64
Pozo de regalos	975,00	1032,55	1093,49	1158,03	1226,38	1298,76	1375,41	1456,59	1542,56	1633,61
Repartición de invitaciones	1500,00	1588,53	1682,29	1781,58	1886,73	1998,09	2116,02	2240,91	2373,18	2513,24
Filmación	3840,00	4066,64	4306,66	4560,85	4830,04	5115,11	5417,02	5736,74	6075,33	6433,90
Fotografía	1260,00	1334,37	1413,12	1496,53	1584,86	1678,40	1777,46	1882,37	1993,47	2111,12
SUBTOTAL VENTAS NETAS EN DOLARES	21520,00	22790,14	24135,26	25559,76	27068,33	28665,95	30357,86	32149,63	34047,15	36056,67
										282350,76

TABLA 5.40. PROYECCIÓN DE OTROS INGRESOS

PROYECCIÓN DEL VOLUMEN DE VENTAS

TIPO DE PAQUETE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	TOTAL
Alquiler de las Instalaciones	27	27	28	28	29	29	29	30	30	31	288
TOTAL DE EVENTOS	27	27	28	28	29	29	29	30	30	31	288

Nota: El volumen de venta se incrementa a partir del segundo año en el 1.4% en relación a la tasa de crecimiento anual

PROYECCIÓN DEL PRECIO

TIPO DE PAQUETE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Alquiler de las Instalaciones	350,00	365,54	381,77	398,72	416,42	434,91	454,22	474,39	495,45	517,45
										4288,89

Nota: El precio se incrementa a partir del segundo año al 4.44% respecto a la inflación.

PROYECCIÓN DE VENTAS EN DÓLARES

TIPO DE PAQUETE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Alquiler de las Instalaciones	9450,00	10007,75	10598,43	11223,96	11886,42	12587,98	13330,94	14117,75	14951,00	15833,44
SUBTOTAL VENTAS NETAS EN DOLARES	9450,00	10007,75	10598,43	11223,96	11886,42	12587,98	13330,94	14117,75	14951,00	15833,44
										123987,67
										123987,67

TABLA 5.41. RESUMEN DE INGRESOS

VENTAS EN DÓLARES											
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	TOTAL
PAQUETE SENCILLO	18948,33	20066,69	21251,06	22505,33	23833,63	25240,33	26730,05	28307,71	29978,47	31747,85	248609,45
PAQUETE MIX	26584,47	28153,53	29815,19	31574,93	33438,54	35412,13	37502,21	39715,66	42059,74	44542,17	348798,58
PAQUETE SUPER	24632,64	26086,50	27626,16	29256,71	30983,48	32812,18	34748,80	36799,73	38971,71	41271,89	323189,81
PAQUETE MEGA	36706,77	38873,26	41167,62	43597,40	46170,59	48895,65	51781,55	54837,78	58074,40	61502,04	481607,08
SERVICIOS ADICIONALES	21520,00	22790,14	24135,26	25559,76	27068,33	28665,95	30357,86	32149,63	34047,15	36056,67	282350,76
OTROS INGRESOS	9450,00	10007,75	10598,43	11223,96	11886,42	12587,98	13330,94	14117,75	14951,00	15833,44	123987,67
TOTAL DE INGRESOS	137842,21	145977,88	154593,73	163718,09	173381,00	183614,22	194451,43	205928,26	218082,48	230954,05	1808543,35

5.8. PUNTO DE EQUILIBRIO

TABLA 5.42. PUNTO DE EQUILIBRIO

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	TOTAL
COSTOS: FIJOS	13789,63	13.317,48	13.676,13	14.205,98	14.759,36	15.126,31	15.729,91	16.360,32	17.018,72	17.706,35	151690,20
GASTOS:FIJOS	16920,80	16.157,70	17.073,11	17.624,36	18.406,88	19.430,94	20.077,70	20.969,15	22.116,15	22.872,55	191649,34
TOTAL DE COSTOS Y GASTOS	30710,43	29475,18	30749,23	31830,34	33166,24	34557,24	35807,61	37329,47	39134,87	40578,90	343339,53
VENTAS	137842,21	145977,88	154593,73	163718,09	173381,00	183614,22	194451,43	205928,26	218082,48	230954,05	1808543,35
COSTOS:VARIABLES	41364,60	43.201,19	45.119,32	47.122,62	49.214,86	51.400,00	53.682,16	56.065,65	58.554,97	61.154,81	506880,18
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	96477,61	102776,69	109474,40	116595,48	124166,14	132214,22	140769,26	149862,61	159527,51	169799,25	1301663,17
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN UNITARIO	180,00	189,10	198,64	208,64	219,12	230,10	241,61	253,67	266,30	279,53	2.266,71
UNIDADES EN EQUILIBRIO	170,62	155,87	154,80	152,56	151,36	150,18	148,20	147,16	146,96	145,17	1.522,88
VALOR MONETARIO EN EQUILIBRIO	43877,47	18915,35	19312,68	19947,40	20609,42	21006,86	21728,50	22480,94	23265,49	24083,46	235227,56

TABLA 5.43. CÁLCULO DEL MARGEN DE CONTRIBUCIÓN UNITARIO

NÚMERO DE UNIDADES GLOBAL												
PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	AÑO 127	AÑO 450
Y/O SERVICIO	112	114	115	117	118	120	122	123	125	127		
PAQUETES	397	403	408	414	420	426	432	438	444	450		
ADICIONALES	27	27	28	28	29	29	29	30	30	31		
ALQUILER												

CÁLCULO DEL MARGEN DE CONTRIBUCIÓN UNITARIO		
AÑOS	PRECIO DE VENTA	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN UNITARIO
1	257,168302	180,00
2	268,586575	189,10
3	280,511819	198,64
4	292,966544	208,64
5	305,974258	219,12
6	319,559515	230,10
7	333,747958	241,61
8	348,566367	253,67
9	364,042714	266,30
10	380,20621	279,53

5.9. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

TABLA 5.44. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

CONCEPTO	VIDA UTIL DEL PROYECTO										TOTAL
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	
VENTAS NETAS	137842,21	145977,88	154593,73	163718,09	173381,00	183614,22	194451,43	205928,26	218082,48	230954,05	1808543,35
COSTOS VARIABLES	41364,6	43.201,19	45.119,32	47.122,62	49.214,86	51.400,00	53.682,16	56.065,65	58.554,97	61.154,81	506880,18
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	96477,61	102776,69	109474,40	116595,48	124166,14	132214,22	140769,26	149862,61	159527,51	169799,25	1301663,17
COSTOS FIJOS	13789,63	13.317,48	13.676,13	14.205,98	14.759,36	15.126,31	15.729,91	16.360,32	17.018,72	17.706,35	151690,195
UTILIDAD BRUTA EN VENTA	82687,98	89459,21	95798,28	102389,49	109406,78	117087,91	125039,35	133502,29	142508,79	152092,89	1149972,97
GASTOS	22198,8	20479,70	20331,11	19701,36	19163,88	19430,94	20077,70	20969,15	22116,15	22872,55	207341,34
UTILIDAD OPERATIVA	60489,18	68979,51	75467,17	82688,13	90242,89	97656,97	104961,65	112533,14	120392,64	129220,35	942631,64
15% DE PARTICIPACION TRABAJADORES	9073,38	10346,93	11320,08	12403,22	13536,43	14648,55	15744,25	16879,97	18058,90	19383,05	141394,75
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	51415,80	58632,58	64147,09	70284,91	76706,46	83008,43	89217,40	95653,17	102333,74	109837,29	801236,89
25% DE IMPUESTOS A LA RENTA	12853,95	14658,15	16036,77	17571,23	19176,62	20752,11	22304,35	23913,29	25583,44	27459,32	200309,22
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	38561,85	43974,44	48110,32	52713,69	57529,85	62256,32	66913,05	71739,88	76750,31	82377,97	600927,67
10% DE RESERVA LEGAL	3856,19	4397,44	4811,03	5271,37	5752,98	6225,63	6691,31	7173,99	7675,03	8237,80	60092,77
5% DE RESERVA ESTATUTARIA	1928,09	2198,72	2405,52	2635,68	2876,49	3112,82	3345,65	3586,99	3837,52	4118,90	30046,38
UTILIDAD NETA DEL PROYECTO	32777,58	37378,27	40893,77	44806,63	48900,37	52917,87	56876,09	60978,89	65237,76	70021,28	510788,52

5.10. PRESUPUESTO DE CAJA

RECEPCIONES Y ATRACCIONES INFANTILES HERNIPARTY

TABLA 5.45. FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	TOTAL
INVERSIÓN	175974,71											
UTILIDAD NETA DEL PROYECTO	32777,58	37378,27	40893,77	44806,63	48900,37	52917,87	56876,09	60978,89	65237,76	70021,28	75178,52	510788,52
DEPRECIACIONES	1531,52	1531,52	1531,52	1531,52	1531,52	1531,52	1531,52	1531,52	1531,52	1531,52	1531,52	15315,23
AMORTIZACIONES	1317,585	359,68	211,00	211,00	211,00	211,00	0	0	0	0	0	2310,26
CRÉDITO	8426,00	9382,00	10446,00	11627,00	12911,00	12911,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
FLUJO NETO DE EFECTIVO (FNE)	175974,71	27200,68	29887,47	32190,30	34922,16	37731,89	54449,40	58407,62	62510,42	66769,28	71552,80	475622,01

Flujo de Efectivo con inflación y financiamiento.

5.11. BALANCE GENERAL PROYECTADO

TABLA 5.46. BALANCE GENERAL PROYECTADO

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVO CORRIENTE	
Bancos	26147,99	Préstamos Bancarios por Pagar C/P	13704,00
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	26.147,99	TOTAL PASIVO CORRIENTE	13704,00
ACTIVOS FIJOS		PASIVOS FIJO	
Terreno	55440,00	Préstamos Bancarios por Pagar (10 años)	39088,41
Edificio	75000,00	TOTAL PASIVO FIJO	39.088,41
Mobiliario, Equipos y Enseres	18.331,72	TOTAL PASIVOS	52792,41
Muebles y Enseres	3.518,00		
Equipos de Cómputo	2.050,00		
Equipos de Juego	3.155,00		
Equipos de Cocina	2.297,75		
Equipos y Accesorios	6.055,71		
Utensilios de Cocina	1.255,26		
TOTAL ACTIVOS FIJOS	148.771,72		
OTROS ACTIVOS		PATRIMONIO	
Gasto de Constitución	1.055,00	Capital Social	123182,30
TOTAL OTROS ACTIVOS	1.055,00	TOTAL PATRIMONIO	123182,30
TOTAL ACTIVO	175.974,71	TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	175.974,71

La cuenta Banco esta conformada por el capital de trabajo más los imprevistos.

5.12. ANÁLISIS MEDIANTE INDICADORES FINANCIEROS

Para este análisis se utilizaron métodos que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo y que propiamente no están relacionadas en forma directa con el análisis de la rentabilidad económica, sino con la evaluación financiera de la empresa. El método consiste en el análisis de razones o indicadores financieros, cuyos datos provienen de relacionar cuentas del Balance General y del Estado de Resultados.

En el presente estudio analizaremos tres tipos básicos de indicadores que son: indicadores de liquidez, indicadores de endeudamiento e indicadores de rentabilidad, de la siguiente manera:

5.12.1. Indicadores de Liquidez

Estos indicadores buscan determinar la capacidad que tiene la empresa para pagar sus obligaciones a corto plazo, son Capital de Trabajo Neto y Razón Corriente.

$$\text{Capital de Trabajo Neto} = \text{Activos Corrientes} - \text{Pasivos Corrientes}$$

$$\text{Capital de Trabajo Neto} = 26.147,99 - 13.704,00$$

$$\text{Capital de Trabajo Neto} = 12.443,99$$

Este indicador muestra el monto de activos corrientes que le quedaría a la empresa, en caso de que la empresa tuviera que cancelar el total de pasivos corrientes utilizando los recursos de corto plazo.

Razón Corriente = Activo Corriente / Pasivo Corriente

Razón Corriente = 26.147,99 / 13.704,00

Razón Corriente = 1,91

Este indicador mide los dólares que la empresa tiene disponibles a corto plazo para pagar un dólar de deuda exigible en el corto plazo.

5.12.2. Indicadores de Endeudamiento

También se denominan índices de estructura y muestran la forma como la empresa financia sus activos. Están incluidas, coeficiente de endeudamiento y razón de apalancamiento financiero.

Coeficiente de Endeudamiento = Deuda Total Con Terceros / Activos Totales

Coeficiente de Endeudamiento = 52.792,41 / 175.974,71

Coeficiente de Endeudamiento = 30%

El coeficiente de endeudamiento, indica qué proporción de la inversión en activos totales es financiada con pasivos de terceros. Este índice en apariencia no es muy alto, lo que facilitaría que los acreedores quieran prestar dinero a la empresa, ya que el riesgo de recuperar la inversión es mínimo, sin embargo, hay que lograr obtener la capacidad para cancelar las obligaciones oportunamente.

Razón de Apalancamiento Financiero = Activos Totales / Patrimonio

Razón de Apalancamiento Financiero = 175.974,71 / 123.182,30

Razón de Apalancamiento Financiero = 1,43

Este índice da una idea del grado de endeudamiento que tiene la empresa en relación con el patrimonio. El hecho de presentar un índice con valores mayores a uno, implica algún grado de equilibrio entre la deuda y el patrimonio.

5.12.3. Indicadores de Rentabilidad

La rentabilidad es el resultado neto de un gran número de políticas y decisiones, en tal virtud se analizará mediante dos puntos de vista: rentabilidad en relación con las ventas y rentabilidad en relación con la inversión.

- **Rentabilidad en relación con las Ventas:** se consideran, el margen de utilidad bruta, margen de utilidad operativa y margen de utilidad neta.

Margen de utilidad bruta = Utilidad Bruta / Ventas Netas

Margen de utilidad bruta = 82687,98 / 137.842,21

Margen de utilidad bruta = 59,9 %

Margen de utilidad operativa = Utilidad de operaciones / Ventas Netas

Margen de utilidad operativa = 60.489,18 / 137.842,21

Margen de utilidad operativa = 43,8%

Margen de utilidad neta = Utilidad Neta / Ventas Netas

Margen de utilidad neta = 32.777,58 / 137.842,21

Margen de utilidad neta = 23,7 %

➤ **Rentabilidad en relación con la Inversión (ROI):**

$$\begin{aligned}
 \text{ROI} &= \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activos totales}} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas netas}} \times \frac{\text{Ventas netas}}{\text{Activos totales}} \\
 &= \text{Margen de Utilidad Neta} \quad \times \quad \text{Rotación de Activos Totales} \\
 \text{ROI} &= \text{Margen de Utilidad Neta} \quad \times \quad \text{Rotación de Activos Totales} \\
 \text{ROI} &= \quad 23,7 \quad \times \quad 0,78 = \quad 18\%
 \end{aligned}$$

La ROI, mide la utilidad neta obtenida durante el periodo en relación con la inversión en activos totales. En este caso el volumen de ventas no es determinante para este análisis, sino, más bien, puede buscarse en los costos y gastos que deben ser optimizados.

➤ **Rendimiento sobre el Patrimonio (RSP):**

$$\begin{aligned}
 \text{RSP} &= \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas netas}} \times \frac{\text{Ventas netas}}{\text{Activos totales}} \quad \times \quad \frac{\text{Activos Totales}}{\text{Patrimonio}} \\
 &= \text{Margen de Utilidad Neta} \quad \times \quad \text{Rot. de Activos Totales} \quad \times \quad \text{Apalancam. Financ.} \\
 \text{RSP} &= \text{Margen de Utilidad Neta} \quad \times \quad \text{Rot. de Activos Totales} \quad \times \quad \text{Apalancam. Financ.} \\
 \text{RSP} &= \quad 23,7 \quad \times \quad 0,78 \quad \times \quad 1,43 = 26\%
 \end{aligned}$$

El RSP, mide la utilidad neta obtenida por los dueños de la empresa en relación con su inversión específica.

CAPITULO VI

EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

En los capítulos anteriores se revisaron todos los aspectos relativos a la preparación de la información que posibilitará evaluar el proyecto en función de las oportunidades opcionales disponibles en el mercado. En este sentido, la evaluación comparará los beneficios proyectados, asociados con la decisión de invertir, para lo cual en este capítulo se analizarán técnicas de medición que determinan la rentabilidad del proyecto, a través de criterios de evaluación y el análisis de sensibilidad.

6.1. CRITERIOS DE EVALUACION

Los métodos utilizados para la evaluación financiera son el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), Periodo de Recuperación del Capital (PRC) y Relación Beneficio/Costo (B/C).

6.1.1. Criterio del Valor Actual Neto (VAN)

El VAN es uno de los métodos básicos que toma en cuenta la importancia de los flujos de efectivo en función del tiempo. Consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor también actualizado de las inversiones y otros egresos de efectivo.

La tasa que se utiliza para descontar los flujos es el rendimiento mínimo aceptable de la empresa, por debajo del cual los proyectos de inversión no deben efectuarse.

En el presente Proyecto el VAN es positivo de \$ 134.383,89 lo que quiere decir que los flujos generados por el proyecto y traídos al valor presente cubren la inversión inicial y nos deja un saldo positivo.

6.1.2. El criterio de la Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR de un proyecto de inversión, es aquella tasa de descuento que logra igualar el valor actual de la corriente de beneficios netos, con el valor actual de la corriente neta de los costos, dicho de otra forma, es aquella tasa de descuento que logra que el VAN del proyecto sea cero.

En el caso de este proyecto la TIR es del 19% mayor que la tasa de descuento planteada, lo que representa un resultado positivo, para hacer viable el proyecto.

6.1.3. Otros criterios de evaluación

Existen otros métodos para evaluar proyectos, aunque todos son comparativamente inferiores al VAN, algunos por no considerar el valor del tiempo del dinero y otros porque, aunque lo consideran, no entregan una información tan concreta como aquel, estos indicadores son el Periodo de Recuperación y la Relación Beneficio/Costo.

➤ **Periodo de Recuperación (P.R.C.)**

Mediante el cual se determina el número de periodos necesarios para recuperar la inversión inicial; se estableció a través de la técnica de flujos de caja. En el presente proyecto la inversión total inicial del proyecto se recupera al término del quinto año más 3 meses del próximo año.

➤ **Relación Beneficio/Costo (B/C)**

La R/C, se utiliza para evaluar las inversiones relacionando los beneficios en función de los costos. En el presente proyecto la R/C, es mayor a uno (1), por tanto se tiene disponible \$ 1,76 por cada dólar que se invierte.

Luego de analizar los indicadores financieros que son los que conducen a la realidad del resultado investigativo, se puede decir que la puesta en marcha de Recepciones y Atracciones infantiles Herniparty, sería factible en nuestro medio.

TABLA 6.1. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

RECEPCIONES Y ATRACCIONES INFANTILES HERNIPARTY							
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD							
INVERSION INICIAL			175.974,71	TASA MENOR DEL	TASA MAYOR DE		
TASA PASIVA REFERENCIAL			5,37%	PROYECTO	INCERTIDUMBRE	12,16%	
TASA ACTIVA REFERENCIAL			7,16%	0,0716	0,1216		
VIDA UTIL PROYECTO		10	AÑOS		0,05		
VIDA UTIL PROYECTO	FLUJO NETO		FACTOR TASA DE RENTABILIDAD	FLUJO PRESENTE NETO	FACTOR TASA DE INCERTIDUMBE	FLUJO PRESENTE NETO	PRC
0	-175.974,71			-175.974,71		-175.974,71	
1	27.200,68	0,0716	0,9332	25.383,72	0,8916	24.252,11	27.200,68
2	29.887,47	0,0716	0,8709	26.027,95	0,7949	23.759,03	57.088,15
3	32.190,30	0,0716	0,8127	26.160,81	0,7088	22.815,72	89.278,45
4	34.922,16	0,0716	0,7584	26.485,16	0,6319	22.068,87	124.200,61
5	37.731,89	0,0716	0,7077	26.704,57	0,5634	21.259,71	161.932,50
6	54.449,40	0,0716	0,6605	35.962,14	0,5024	27.353,41	216.381,89
7	58.407,62	0,0716	0,6164	35.999,57	0,4479	26.161,20	274.789,51
8	62.510,42	0,0716	0,5752	35.954,69	0,3994	24.963,78	337.299,93
9	66.769,28	0,0716	0,5368	35.838,95	0,3561	23.774,12	404.069,21
10	71.552,80	0,0716	0,5009	35.841,04	0,3175	22.715,59	475.622,01
FNE	475.622,01						
TOTAL FLUJO PRESENTE NETO				310.358,60		239.123,54	
INVERSION INICIAL				-175.974,71		-175.974,71	
INDICADORES FINANCIEROS DE FACTIBILIDAD							
VAN				134.383,89		63.148,82	
PRC				5,67	5 años 5 meses	7,36	7 años 3 meses
TIR				19%		19%	
R.C.B.				1,76		1,36	
Cálculo en base a la técnica de Flujos de Caja							

CAPITULO VII

ANÁLISIS DE IMPACTOS

Mediante este estudio se pretende analizar los efectos potenciales que tendría la creación de una empresa organizadora de eventos en la ciudad de Esmeraldas, a través de una exhaustiva evaluación de criterios multidimensionales, como son los económicos, sociales y ambientales, utilizando la ayuda de la base de una matriz de impactos, que tiene la siguiente metodología.

Se establece niveles de impacto asignándole valores numéricos desde – 3 hasta + 3; donde:

- 3 Impacto alto negativo
- 2 Impacto medio negativo
- 1 Impacto bajo negativo
- 0 No hay impacto
- 1 Impacto bajo positivo
- 2 Impacto medio positivo
- 3 Impacto alto positivo

En la matriz se ubica horizontalmente los niveles de impactos establecidos y verticalmente se colocan los factores de análisis, se asignan valores y luego para determinar el impacto se aplica la fórmula matemática en la que se divide la sumatoria de los niveles de impacto de cada factor para el número total de factores.

7.1. IMPACTO ECONÓMICO

TABLA 7.1. Indicadores de Impacto Económico

INDICADORES	PONDERACIÓN						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Fuentes de empleo							
Mejor estilo de vida							
Rentabilidad para la empresa							
Ingresos económicos							
Actividades Infantiles							
Precios							
TOTAL	0	0	-1	0	0	4	9

$$\text{Nivel de impacto económico (NIE)} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{NIE} = \frac{12}{6} = 2,0$$

El impacto económico que genera este proyecto es medio positivo, los efectos son: la implementación de una empresa organizadora de eventos infantiles en la ciudad de Esmeraldas, creará nuevas fuentes de empleo para los esmeraldeños y por ende se mejorará las condiciones de vida de los mismos, al obtener ingresos que finalmente representan más ingresos para la ciudad contribuyendo a su desarrollo. La obtención de rentabilidad para los dueños de la empresa. El incremento de las actividades infantiles en la ciudad, lo cual induce a generar movimiento en los negocios a fines o complementarios. Los precios debido a que son justos, acordes a los servicios que se ofrecen y están dentro de los parámetros establecidos en el mercado no afecta, sobre todo porque están afines con los costos y con el presupuesto que asignan las familias para la organización de un evento.

7.2. IMPACTO SOCIAL-CULTURAL

TABLA 7.2. Indicadores de Impacto Social-Cultural

INDICADOR	PONDERACIÓN						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Ayuda a padres de familia							3
Socialización entre niños							3
Competencia					1		
Mejoramiento del sector							
Mejor condición de vida							3
Generación de nueva cultura en eventos							3
TOTAL	0	0	0	0	2	0	12

$$\text{Nivel de impacto social-cultural (NIS-C)} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{NIS-C} = \frac{14}{6} = 2,33$$

El impacto social-cultural del presente proyecto es medio positivo. La implementación de este proyecto permitiría que los padres de familia no tengan que dejar de realizar sus actividades personales cotidianas para organizar el evento, los niños podrán establecer buenas relaciones con otros niños, se aumentará la competitividad en el mercado, se realza el entorno donde se ubicara la empresa, mejorando aspecto y condición de vida de los moradores del sector, a la vez, se instaurará una nueva cultura en los esmeraldeños con relación a la realización de eventos infantiles. por tanto la implementación del proyecto, la seguridad y limpieza del establecimiento serán oportunamente satisfechas por la administración.

7.3. IMPACTO AMBIENTAL

TABLA 7.3. Indicadores de Impacto Ambiental

INDICADOR	PONDERACIÓN						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Construcción del Edificio							3
Recolección de basura						2	
Aguas servidas						2	
Vías de acceso						2	
Contaminación						2	
Colocación de plantas y áreas verdes						2	
TOTAL	0	0	0	0	0	10	3

$$\text{Nivel de impacto ambiental (NIA)} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{NIA} = \frac{13}{6} = 2.17$$

La realización de diversos proyectos que se pueden ejecutar generan o producen impactos ambientales ya sean estos en mayor o menor escala.

La unidad de Gestión Ambiental de la Ilustre Municipalidad de Esmeraldas, establece en la Ley de Régimen Municipal, que al iniciar una construcción se debe contar con el respectivo permiso y garantizar que de ocasionar daños al medio ambiente el ente está obligado a revertirlos de forma inmediata

El impacto ambiental que genera el proyecto es medio positivo, contempla el uso razonable de los recursos, adecuado control y manejo de los productos de limpieza y desechos sólidos. Se empleará productos que cuenten con garantía y respaldo de los estándares de calidad, certificados por su respectivo registro sanitario.

La empresa mantendrá estrictas políticas de limpieza y cuidado del medio ambiente, por ejemplo colocando tacho de basura en lugares estratégicos del establecimiento, así como letreros de motivación y concientización para cuidar el medio ambiente, ahorro de recursos, separación de desechos biodegradables y reciclaje, así también, la colocación de plantas y áreas verdes en las instalaciones de la empresa.

7.4. RESUMEN DE IMPACTOS.

TABLA 7.4. Resumen de Impactos

INDICADOR	PONDERACIÓN						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Impacto económico							
Impacto social-cultural							
Impacto ambiental							
TOTAL	0	0	0	0	0	8	0

$$\text{Total de Impactos} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{TI} = \frac{6,50}{3} = 2.17$$

El nivel de impacto del proyecto dio como resultado 2.17, esto equivale a que tiene un impacto medio positivo.

La implementación de Recepciones y Atracciones Herniparty intenta satisfacer las necesidades y requerimientos de la comunidad esmeraldeña y lograr el mínimo efecto negativo en la ciudad, al contrario como se lo detalló en cada factor de impacto se contribuirá al desarrollo de la ciudad, al mejoramiento de la vida de los esmeraldeños, al esparcimiento infantil y al cuidado del medio ambiente, brindando un servicio de calidad y una excelente atención.

CONCLUSIONES

1. Al efectuar el estudio de factibilidad para la creación de una empresa organizadora de eventos infantiles, se pudo identificar mediante el estudio de mercado, que existe una demanda potencial insatisfecha en el cantón de Esmeraldas, para la cual se tiene la posibilidad de satisfacer, aprovechando que existe aceptación favorable por parte de los esmeraldeños para contratar este tipo de servicios.
2. Se pudo demostrar que existe la factibilidad técnica, administrativa y legal para la implementación del proyecto. En el cual se propone la edificación de un local propio adecuado para la comodidad de niños y adultos, se cuenta con personal capacitado y se tiene conocimiento de los pasos legales a seguir para su ejecución.
3. El estudio económico-financiero reveló que el presente proyecto es rentable, su inversión se recuperará a partir del quinto año de actividad, obteniendo una TIR del 19% y un VAN de \$ 134.383,89.
4. De acuerdo al Análisis de Impactos, la implementación de dicho proyecto muestra un impacto medio positivo, lo cual permite contribuir al desarrollo de la ciudad, generando nuevas fuentes de empleo, mejorando la calidad de vida de los esmeraldeños, fomentando una nueva cultura con relación a la celebración de eventos infantiles e implantando planes de contingencia para reducir los índices de contaminación ambiental.

RECOMENDACIONES

1. Implementar la empresa Recepciones y Atracciones Infantiles “Herniparty” Cía. Ltda. en el cantón de Esmeraldas, provincia de Esmeraldas, considerando todos los aspectos estudiados, tales como personal, localización, tamaño, precios, publicidad y comercialización, a fin de asegurar la permanencia del proyecto.
2. Cumplir con el proceso legal de la Constitución de la Compañía, y con ello viabilizar los permisos municipales y de ambiente para implantar la edificación del proyecto en sus distintas etapas.
3. Establecer estrategias de promoción y ventas, a través de publicidad y alianzas con instituciones educativas, a fin de cumplir con el pronóstico de venta establecido, de modo que permita obtener rentabilidad y recuperar la inversión en el tiempo estipulado, de acuerdo al estudio económico-financiero.
4. Implantar estrictas políticas de conservación y cuidado del medio ambiente, así como también instituir un plan de contingencia para reducir los índices de contaminación ambiental.

GLOSARIO

ACTIVOS: Conjunto de bienes y derechos que posee la empresa y que se espera produzcan beneficios.

ACTIVOS CORRIENTES: Efectivo, más aquellos activos que se espera pueden convertirse en efectivo, venderse o consumirse, dentro del ciclo operativo de la empresa.

ACTIVOS FIJOS: Activos físicos que se utilizan en la empresa, son de duración relativamente extensa y no están para la venta.

ACTIVOS OPERATIVOS: Se refiere a los activos corrientes y los fijos; o sea, aquellos que se utilizan en el giro normal del negocio.

AMORTIZACIÓN: Una amortización es una disminución gradual o extinción gradual de cualquier deuda durante un periodo de tiempo.

BALANCE GENERAL: Estado que muestra la situación financiera de una empresa en un instante de tiempo.

CAPITAL: Corresponde a lo que efectivamente la empresa tiene después de cancelar todo su pasivo.

CAPITAL DE TRABAJO: También llamado "capital de giro", comprende las disponibilidades de capital necesario para que una vez que la planta se encuentre instalada y puesta en régimen normal de operación, pueda operar a los niveles previstos en los estudios técnico-económicos.

CLIENTE: Es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita para sí; por lo cual es el principal motivo por el que se crea, produce, comercializan productos y/o servicios.

COSTO: Desembolso realizado en la adquisición de bienes o servicios. Su valor se representa por un activo.

COSTO BENEFICIO: Es la relación que toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto.

COSTO FIJO: Costo que no varía cuando cambia el nivel de producción.

COSTO VARIABLE: Costo que varía cuando la producción cambia.

DECISIÓN DE FINANCIAMIENTO: Determinar qué tipos de fuentes de capital se deben utilizar en el financiamiento de una empresa o proyectos de inversión en particular.

DEMANDA: Es la cantidad que están dispuestos a comprar los consumidores de un determinado producto o servicios, considerando un precio y en un determinado periodo.

DEMANDA SATISFECHA: Es la demanda en la cual el público ha logrado acceder al producto y/o servicio y además está satisfecho con él.

DEMANDA INSATISFECHA: Es la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto y/o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él.

DEPRECIACIÓN: Disminución del valor que sufren los activos tangibles a consecuencia del transcurso del tiempo o del uso que de ellos se hace.

FLUJO DE CAJA: Estado Financiero que muestra las entradas y salidas de efectivo durante un periodo determinado. Cuando se proyecta en el futuro se le reconoce como Presupuesto de Caja o Presupuesto de Efectivo. Dentro del proceso de evaluación de proyecto se utiliza aproximación, sumando a las utilidades operativas después de impuestos aquellos rubros que no constituyen desembolsos de caja, como las depreciaciones y amortizaciones de diferidos.

GASTOS: Son costos “expirados” en el sentido de que representan el costo de las mercancías y servicios utilizados en el proceso de obtener ingresos.

INFLACIÓN: Se define como un aumento persistente y sostenido del nivel general de precios a través del tiempo, con la consiguiente devaluación de la moneda.

INVERSIÓN: Representan colocaciones de dinero sobre las cuales una empresa espera obtener algún rendimiento a futuro, ya sea, por la realización de un interés, dividiendo o mediante la venta a un mayor valor a su costo de adquisición.

INVERSIÓN FIJA: Son aquellos recursos tangibles (terreno, muebles y enseres, maquinarias y equipos, etc.), necesarios para la realización del proyecto

INVERSIÓN DIFERIDA: Es aquella que no entra en el proceso productivo y que es necesaria para poner a punto el proyecto, tal como, los gastos de constitución, publicidad y documentos legales necesarios para iniciar actividades.

INVERSIÓN INICIAL: Corresponde al monto o valor del desembolso que la empresa hará en el momento de contraer la inversión. En este monto se pueden encontrar: El valor de los activos fijos, la inversión diferida y el capital de trabajo.

LIQUIDEZ: Capacidad que tiene una empresa de cumplir con sus obligaciones de corto plazo. Para un activo individual, es la facilidad con la que dicho activo puede venderse a un precio razonable.

MARGEN DE CONTRIBUCIÓN UNITARIO: Es la parte del precio que no es consumida por los costos variables unitarios y que por lo tanto queda para cubrir los costos fijos.

MENAJE: Conjunto de objetos que comprenden el ajuar, utensilios y bienes muebles de una casa que sirvan exclusiva y propiamente para el uso ordinario de sus propietarios.

MERCADO: Es el lugar donde se llevan a cabo las transacciones económicas, es decir, es el lugar donde concurren demandantes y ofertantes

OFERTA: Es la cantidad de bienes o servicios que individuos, empresas u organizaciones quieren y pueden vender en el mercado a un precio determinado

PASIVO: Son las deudas de la empresa.

PASIVO CORRIENTE: Pasivo exigible en un periodo de tiempo inferior a un año.

PASIVO A LARGO PLAZO: Pasivo exigible (se vende) en un periodo de tiempo mayor a un año.

PATRIMONIO: Corresponde a su capital como dueño de la empresa y resulta de la diferencia de los activos menos los pasivos

PUNTO DE EQUILIBRIO: Aquel nivel de producción y ventas que una empresa o negocio alcanza para lograr cubrir los costos y gastos con sus ingresos obtenidos. En otras palabras, a este nivel de producción y ventas la utilidad operacional es cero, o sea, que los ingresos son iguales a la sumatoria de los costos y gastos operacionales.

PERÍODO DE RECUPERACIÓN: Es el tiempo en el que el inversionista recupera su inversión inicial.

PRECIO DE VENTA: El precio de venta es el valor de los productos o servicios que se venden a los clientes.

PRESUPUESTO DE EFECTIVO: Ver Flujo de Caja.

RENTABILIDAD: Es el rendimiento o retorno valorado en unidades monetarias, que la empresa obtiene a partir de sus recursos, es decir, es la utilidad del período expresado como un porcentaje de las ventas, de los activos o de su capital.

TASA DE INTERÉS: Es el precio del dinero en el mercado financiero. Al igual que el precio de cualquier producto, cuando hay más dinero la tasa baja y cuando hay escasez sube.

TASA ACTIVA: También llamada de colocación, es la que reciben los intermediarios financieros de los demandantes por los préstamos otorgados. Esta última siempre es mayor, porque la diferencia con la tasa de captación es la que permite al intermediario financiero cubrir los costos administrativos, dejando además una utilidad. La diferencia entre la tasa activa y la pasiva se llama margen de intermediación.

TASA PASIVA: También llamada de captación, es la que pagan los intermediarios financieros a los oferentes de recursos por el dinero captado.

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR): Indicador de la rentabilidad de un activo financiero. Es el rédito de descuento que iguala el valor actual de los egresos con el valor futuro de los ingresos previstos, se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión

UTILIDAD BRUTA: Diferencia entre las ventas y el costo del producto vendido.

UTILIDAD NETA: Utilidad que queda al propietario luego de deducir todos los costos y gastos incluyendo los impuestos.

UTILIDAD OPERATIVA: Se refiere a la utilidad generada por las actividades propias del giro normal del negocio. Se calcula restando a la utilidad bruta los gastos de operación (administración y ventas)

VALOR ACTUAL NETO (VAN): Utilidad neta de un proyecto en términos equivalentes, que resulta de la diferencia entre los ingresos y los egresos de caja traídos a valor actual, utilizando como tasa de descuento el costo de capital. Se recomienda efectuar la inversión si el VAN es positivo.

BIBLIOGRAFÍA

1. ACOSTA, Luis. "Manual de Técnicas de la Investigación", Ediciones Assiarpí, México, año 1976.
2. AMBITO FINANCIERO; "Empresas chicas son futuro de economías"; Ed. Anfin; 1998Buenos Aires.
3. BACA URBINA, Gabriel. "Evaluación de Proyectos", Cuarta Edición. México año 2001.
4. COSS BU. Raúl. "Análisis y Evaluación de Proyectos en países en desarrollo". Nueva York. ONU. Industrialización y Productividad. Boletín N° 15 1971.
5. DÍAZ, P. Nancy. "Proyectos-Formulación y Criterios de Evaluación. Coordinador Jairo Darío Murcia M.
6. Dr. FRAGA RODRÍGUEZ, Rafael. "Investigación Educativa".
7. ESCALONA MORENO, Iván. "Evaluación de Proyectos" Estudio Económico y Evaluación Financiera (UPIICSA-IPN).
8. GAMBOA VELÁSQUEZ, Ramiro, Curso Básico de Administración de Empresas.
9. GUERRERO BLANCO. "Organización de Congresos y Eventos".
10. HERNANDEZ DIAZ, E.A.; "Proyectos Turísticos – Formulación y Evaluación; 1994; Ed. Trillas; México.
11. KOTLER, P. y ARMSTROG G. "Fundamentos de Marketing". CECSA; México.
12. PORTER, Michel E. "Estrategia Competitiva", CECSA, México 1998.
13. RICHERO, Alicia, Planeación y Ejecución de Eventos presenciales y en línea.
14. SAPAG CHAIN, N. y SAPAG CHAIN R. "Preparación y Evaluación de Proyectos", Quinta Edición, Editorial Mcgrahill. Bogotá.
15. SOLANET, M; COZZETTI, A; RAPETTI, E, 1991; "Evaluación Económica de Proyectos de Inversión", Editorial, El Ateneo; Buenos Aires.
16. THOMOSON, Arthur, Administración Estratégica, conceptos y casos, 11 Edición, Editorial Mcgrahill, México año 1999.

17. TRIVIÑO, Yolanda, Gestión de eventos feriales.
18. Diccionario Enciclopédico Bruguera.
19. Diccionario de la lengua española - vigésima segunda edición.
20. Enciclopedia Multimedia Salvat '99.
21. Enciclopedia Encarta (2007).
22. es.wikipedia.org/wiki/Clown.
23. es.wikipedia.org/wiki/Juegos_malabares.
24. www.altavista.com.
25. www.cultourmusic.com/animacion-infantil.htm.
26. www.google.com.
27. www.inec.gov.ec.
28. www.mailxmail.com/curso-organizacion-eventos/mercado-eventos.
29. www.monografias.com.
30. www.municipiosmeralda.gov.ec .
31. www.pymes.gob.mx/guiasempresariales.
32. www.wordreference.com/definicion/animador.
33. www.yahoo.es.
34. www.yahoo.com.

ANEXOS

ANEXO A

ENCUESTA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE
ESMERALDAS

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ESCUELA DE INGENIERIA COMERCIAL MENCION PRODUCTIVIDAD

"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS INFANTILES EN EL
CANTÓN ESMERALDAS, PROVINCIA ESMERALDAS"

El presente cuestionario está dirigido a los jefes de familia, tiene la finalidad de conocer el criterio de los encuestados con relación a la creación de una empresa destinada a la organización de eventos infantiles en el cantón Esmeraldas, provincia de Esmeraldas.

Solicitamos a usted se sirva contestar una sola opción marcando con una (x)

1. Conoce de la existencia de una empresa dedicada a la organización de eventos infantiles en la ciudad de Esmeraldas.

No Si ¿Cuál? _____

2. ¿Acostumbra a celebrar el cumpleaños de sus hijos realizando una fiesta?

Todos los años Solo el primer año A veces

3. ¿De su presupuesto familiar, cuánto asigna para la organización de una fiesta infantil para su hijo?

De \$200,00 a \$300,00

De \$300,00 a \$500,00

Más de \$500,00

4. ¿Contrataría los servicios de una empresa que se dedique a la organización de eventos infantiles?

Si No

5. ¿Cuál es el lugar que prefiere para el para la celebración de una fiesta infantil?

Un parque Un salón

En su hogar En una piscina

Otro (especifique).

6. De los siguientes servicios, ¿cuál contrataría?

Solo el alquiler del local Decoración Animación

Servicio de Comida Organización de todo el evento

Otros _____

7. ¿Qué show le gustaría para la animación de la fiesta?

Payasos Títeres

Teatro Magos

Juegos Otro (especifique).

8. ¿Qué modalidad de pago prefiere si usted contrata a una empresa para la organización de su fiesta infantil

<u>CONTADO</u>	<input type="checkbox"/>	<u>CREDITO</u>	<input type="checkbox"/>
Efectivo	<input type="checkbox"/>	Directo	<input type="checkbox"/>
Cheque	<input type="checkbox"/>	Tarjeta de crédito	<input type="checkbox"/>
Tarjeta de crédito	<input type="checkbox"/>		

9. ¿Según su criterio, en qué sector de la ciudad debería estar ubicada las instalaciones de la empresa?

Centro Norte Sur Indiferente

10. ¿Cuál de los siguientes medios de comunicación capta mayormente su atención?

Televisión Radio Prensa escrita

Folletos Hojas volantes Banners Tarjetas

Gracias por su colaboración

ANEXO B

ENTREVISTA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE
ESMERALDAS

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ESCUELA DE INGENIERIA COMERCIAL MENCION PRODUCTIVIDAD

"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS INFANTILES EN EL
CANTÓN ESMERALDAS, PROVINCIA ESMERALDAS."

El presente cuestionario está dirigido a los administradores de empresas destinadas a la organización de eventos infantiles en el cantón Esmeraldas, provincia de Esmeraldas.

Nombre de la Empresa:

Dirección:

Horario:

Actividad:

1. ¿Cuál es el horario de atención?
2. ¿Cuáles son los tipos de productos y/o servicios que ofrecen?

Payasos Títeres Venta de artículos para fiesta

Teatro Magos Organización de la fiesta

Juegos Hora Loca Decoración

Alquiler de local Otros (especifique)

3. ¿Realiza algún servicio a domicilio?

Si No

Especifique:

4. ¿Qué política de cobro tiene su empresa?

<u>CONTADO</u>	<input type="checkbox"/>	<u>CREDITO</u>	<input type="checkbox"/>
Efectivo	<input type="checkbox"/>	Directo	<input type="checkbox"/>
Cheque	<input type="checkbox"/>	Tarjeta de crédito	<input type="checkbox"/>
Tarjeta de crédito	<input type="checkbox"/>	Todos	<input type="checkbox"/>

5. ¿Cuántos eventos infantiles realiza usted mensualmente?

Uno a cinco seis a diez once a quince

6. ¿Cuál es el promedio de asistentes a los eventos que usted organiza?

50 a 100 101 a 150 151 a 200

7. ¿Cuál de los siguientes medios de comunicación utiliza para la publicidad?

- Televisión Radio Prensa escrita
Banner Folletos Letrero del local
Hojas volantes Tarjetas de presentación

8. ¿Cuál ha sido el resultado de la publicidad que realiza?

- Buena Mala Regular

9. Del presupuesto familiar, cuánto considera que asignan los jefes de familia para la organización de una fiesta infantil.

- De \$ 200,00 a \$ 300,00
De \$ 300,00 a \$ 500,00
Más de \$ 500,00

10. ¿En qué época del año considera usted que existe mayor demanda?

- ENE-MAZ ABR-JUN JUL-SEP
OCT-DIC SIEMPRE

Gracias por su colaboración

ANEXO C

RESULTADO DE LAS ENTREVISTAS GRUPO A. ESPECÍFICAS DE LA EMPRESA

Preguntas 1- 8

ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

Nombre de la Empresa: CHIQUI POOM

Dirección: Jr. Coronel y Gran Colombia

Horario de atención: 09h30 a.m. a 19h00 p.m.

Productos y/o servicios que ofrece: Alquiler de local consta de pista de baile, juegos recreativos e infantiles, cancha de fútbol, área de adultos.

Política de cobro de la empresa: efectivo al contado

Tipo de Publicidad: letrero del local

Número de eventos mensuales: Seis a Diez

Número Promedio de Asistentes al evento: Cien a ciento cincuenta

Nombre de la Empresa: MANUALIDADES ZULEMA

Dirección: 10 de Agosto entre Colón y Olmedo

Horario de atención: 09h30 a.m. A 13h30 p.m. y de 15h30 p.m. a 23h30 p.m.

Productos y/o servicios que ofrece: Organización de Eventos incluye decoración en globos y flores, comida, mobiliario, montajes artísticos en vivo, show de payasos, Hora Loca y elaboración de Invitaciones.

Política de cobro de la empresa: En efectivo el 50% al momento de la contratación y la diferencia a la entrega del servicio.

Tipo de Publicidad: Letrero del local

Número de eventos mensuales: Seis a Diez

Número Promedio de Asistentes al evento: ciento cincuenta a doscientos

Nombre de la Empresa: RECEPCIONES MÓNICA

Dirección: Los Almendros

Horario de atención: 09h30 a.m. A 13h30 p.m. y de 15h30 p.m. a 23h30 p.m.

Productos y/o servicios que ofrece: Organización de Eventos incluye decoración, Hora Loca, y catering.

Política de cobro de la empresa: En efectivo el 50% al momento de la contratación y la diferencia a la entrega del servicio.

Tipo de Publicidad: Ninguna

Número de eventos mensuales: Uno a Cinco

Número Promedio de Asistentes al evento: ciento cincuenta a doscientos

Nombre de la Empresa: HUGOS CLUB

Dirección: Av. Libertad y 24 de Mayo, frente al Hospital Delfina Torres de Concha

Horario de atención: 08h30 a.m. A 21h30 p.m.

Productos y/o servicios que ofrece: Alquiler del salón de eventos y organización que incluye música, payaso, decoración en globos y comida.

Costo: Para fiesta infantil en un grupo mayor de 50 niños cuesta \$ 20,00 un adulto y un niño, cada adulto adicional paga \$8,00

Política de cobro de la empresa: En efectivo el 50% al momento de la contratación y la diferencia a la entrega del servicio.

Tipo de Publicidad: Letrero del local, radio

Número de eventos mensuales: Uno a Cinco

Número Promedio de Asistentes al evento: Cien a ciento cincuenta

DECORACIÓN

Nombre de la Empresa: SOFYS

Dirección: Rocafuerte y Olmedo

Horario de atención: 09h00 a.m. A 19h00 p.m.

Productos y/o servicios que ofrece: Venta de artículos, manualidades y decoración para fiestas infantiles.

Política de cobro de la empresa: Al contado en efectivo o cheque

Tipo de Publicidad: Letrero del local

Número de eventos mensuales: Uno a Cinco

Número Promedio de Asistentes al evento: Cincuenta a Cien

Nombre de la Empresa: CHIQUIS FIESTA

Dirección: Olmedo entre Espejo y Juan Montalvo

Horario de atención: 09h00 a.m. A 18h00 p.m.

Productos y/o servicios que ofrece: Venta de artículos, manualidades y animación para fiestas infantiles.

Política de cobro de la empresa: Al contado en efectivo

Tipo de Publicidad: Letrero del local y Prensa Escrita.

Número de eventos mensuales: Uno a Cinco

Número Promedio de Asistentes al evento: Cien a ciento cincuenta

Nombre de la Empresa: PITUFIESTA (propietaria Carmen Benavides).

Dirección: 10 de Agosto entre Colón y Olmedo

Horario de atención: 09h00 a.m. A 13h00 p.m. y de 15h00 p.m. a 19h00 p.m.

Productos y/o servicios que ofrece: Venta de artículos y decoración en globos.

Política de cobro de la empresa: Al contado en efectivo o cheque

Tipo de Publicidad: Letrero del local

Número de eventos mensuales: Uno a Cinco

Número Promedio de Asistentes al evento: Cincuenta a Cien

Nombre de la Empresa: FLORISTERIA EVENTOS Y MANTELERIA LAS MELLIZAS

Dirección: Olmedo entre Juan Montalvo y Espejo

Horario de atención: 08h30 a.m. A 20h30 p.m.

Productos y/o servicios que ofrece: Organización de Eventos, decoración, alquiler de mantelería

Política de cobro de la empresa: En efectivo el 50% al momento de la contratación y la diferencia a la entrega del servicio.

Tipo de Publicidad: Letrero del local, Internet y televisión.

Número de eventos mensuales: Uno a Cinco

Número Promedio de Asistentes al evento: Cien a ciento cincuenta

Nombre de la Empresa: DMR EVENTOS

Dirección: 6 de Diciembre entre Salinas y Mejía

Horario de atención: no definido

Productos y/o servicios que ofrece: Decoración de Eventos, alquiler de sillas, mesas y mantelería

Política de cobro de la empresa: En efectivo al contado

Tipo de Publicidad: Tarjetas de presentación y letrero del local.

Número de eventos mensuales: Uno a Cinco

Número Promedio de Asistentes al evento: Cien a ciento cincuenta

Nombre de la Empresa: MUNDO PEQUEÑO

Dirección: Av. Colón 19-31 entre Rocafuerte y 10 de Agosto

Horario de atención: 08h30 a.m. A 21h00 p.m.

Productos y/o servicios que ofrece: Decoración de Eventos y venta de artículos para fiestas.

Política de cobro de la empresa: En efectivo al contado

Tipo de Publicidad: Letrero del local, hojas volantes y tarjetas de presentación

Número de eventos mensuales: Cinco a Diez

Número Promedio de Asistentes al evento: Cien a ciento cincuenta

ALQUILER DE LOCAL

Nombre de la Empresa: PATIO DE ANTONELLA

Dirección: 9 de Octubre entre Colón y Olmedo

Horario de atención: 09h30 a.m. A 13h30 p.m. y de 15h30 p.m. a 20h00 p.m.

Productos y/o servicios que ofrece: Alquiler de salón de evento incluye piscina, mesas, sillas y música.

Costo: \$ 250,00

Política de cobro de la empresa: En efectivo el 50% al momento de la contratación y la diferencia a la entrega del servicio.

Tipo de Publicidad: Letrero del local

Número de eventos mensuales: Cinco a Diez

Número Promedio de Asistentes al evento: Cien a ciento cincuenta

Nombre de la Empresa: PISCINAS CHUMBLUN

Dirección: Vuelta Larga

Horario de atención: 09h30 a.m. A 13h30 p.m. y de 15h30 p.m. a 20h00 p.m.

Productos y/o servicios que ofrece: Alquiler de local consta de pista de baile, juegos recreativos e infantiles, cancha de fulbito, hamacas, piscina, área de adultos, áreas verdes y naturaleza.

Costo: \$ 300,00

Política de cobro de la empresa: En efectivo el 50% al momento de la contratación y la diferencia a la entrega del servicio.

Tipo de Publicidad: no tiene

Número de eventos mensuales: Uno a Cinco

Número Promedio de Asistentes al evento: Cien a ciento cincuenta

Nombre de la Empresa: CLUB ALDEA CUBANA

Dirección: Vuelta Larga

Horario de atención: sábados y domingos.

Productos y/o servicios que ofrece: Alquiler de local consta de pista de baile, bar, piscina, área de adultos

Costo: adultos \$ 2,00 y niños \$ 1.00

Política de cobro de la empresa: En efectivo el 50% al momento de la contratación y la diferencia a la entrega del servicio.

Tipo de Publicidad: letrero del local y televisión

Número de eventos mensuales: Uno a Cinco

Número Promedio de Asistentes al evento: Ciento cincuenta a Doscientos

Nombre de la Empresa: MUNDO MAGICO

Dirección: 1-10 y Av. Libertad

Horario de atención: 08h30 a.m. A 20h30 p.m.

Productos y/o servicios que ofrece: Organización de Eventos, alquiler de local que consta de bar y juegos infantiles.

Política de cobro de la empresa: En efectivo el 50% al momento de la contratación y la diferencia a la entrega del servicio.

Tipo de Publicidad: Letrero del local.

Número de eventos mensuales: Uno a Cinco

Número Promedio de Asistentes al evento: Cien a ciento cincuenta

Nombre de la Empresa: CLUB NAVAL DE OFICIALES

Dirección: Av. Kennedy (entrada al malecón de Las Palmas)

Horario de atención: 09h00 a.m. A 22h00 p.m.

Productos y/o servicios que ofrece: Alquiler de local consta de, piscina de niños y adultos, área de recepción, incluye la vajilla y mantelería al contratar la comida que es obligatorio.

Costo: \$400,00 más \$ 30,00 del aseo y meseros \$ 20,00 cada uno.

Política de cobro de la empresa: en efectivo al contado a la contratación.

Tipo de Publicidad: no tiene

Número de eventos mensuales: Cinco a Diez

Número Promedio de Asistentes al evento: Ciento cincuenta a Doscientos

Nombre de la Empresa: CENTRO DE EVENTOS MI FIESTA

Dirección: Nuevos Horizontes

Horario de atención: no definido

Productos y/o servicios que ofrece: Alquiler del local

Costo: \$170,00

Política de cobro de la empresa: en efectivo al contado a la contratación.

Tipo de Publicidad: Letrero del local

Número de eventos mensuales: Uno a Cinco

Número Promedio de Asistentes al evento: Cien a ciento cincuenta

Nombre de la Empresa: SALÓN DE ACTOS INGENIERO JORGE MONTAÑO
(CICES)

Dirección: Av. Kennedy frente al Hospital Naval.

Horario de atención: 09h00 a.m. A 19h00 p.m.

Productos y/o servicios que ofrece: Alquiler del local

Costo: \$336,00

Política de cobro de la empresa: en efectivo de contado

Tipo de Publicidad: Letrero del local

Número de eventos mensuales: Uno a Cinco

Número Promedio de Asistentes al evento: Cincuenta a Cien

Nombre de la Empresa: ÑATOS POOL

Dirección: Calle N11 frente al CNE

Horario de atención: no definido

Productos y/o servicios que ofrece: Alquiler del local con piscina

Costos del servicio:

Lunes a jueves \$ 100,00

Viernes \$ 120,00

Sábados \$ 150,00

Domingos y feriados \$ 200,00

Política de cobro de la empresa: en efectivo de contado

Tipo de Publicidad: ninguno

Número de eventos mensuales: Uno a Cinco

Número Promedio de Asistentes al evento: Cien a ciento cincuenta

Nombre de la Empresa: RESTAURANT OCEAN

Dirección: Av. Kennedy y Simón Plata Torres

Horario de atención: 09h00 a.m. A 19h00 p.m.

Productos y/o servicios que ofrece: Alquiler del local (contratación de comida obligatoria)

Política de cobro de la empresa: en efectivo de contado

Tipo de Publicidad: Letrero del local y televisión.

Número de eventos mensuales: Uno a Cinco

Número Promedio de Asistentes al evento: Cien a ciento cincuenta

Nombre de la Empresa: CASINO DE TRIPULANTES

Dirección: Av. Kennedy y Simón Plata Torres

Horario de atención: no definido

Productos y/o servicios que ofrece: Alquiler del local

Política de cobro de la empresa: en efectivo de contado

Tipo de Publicidad: Letrero del local

Número de eventos mensuales: Uno a Cinco

Número Promedio de Asistentes al evento: Cincuenta a Cien

Nombre de la Empresa: CLUB CAMPESTRE LA FINCA

Dirección: Vía a Atacames, Km 7 ½ diagonal al Hotel El Cisne

Horario de atención: no definido

Productos y/o servicios que ofrece: Alquiler del local

Política de cobro de la empresa: En efectivo el 50% para separación de la fecha y la diferencia el día del evento

Tipo de Publicidad: Ninguno

Número de eventos mensuales: Cinco a Diez

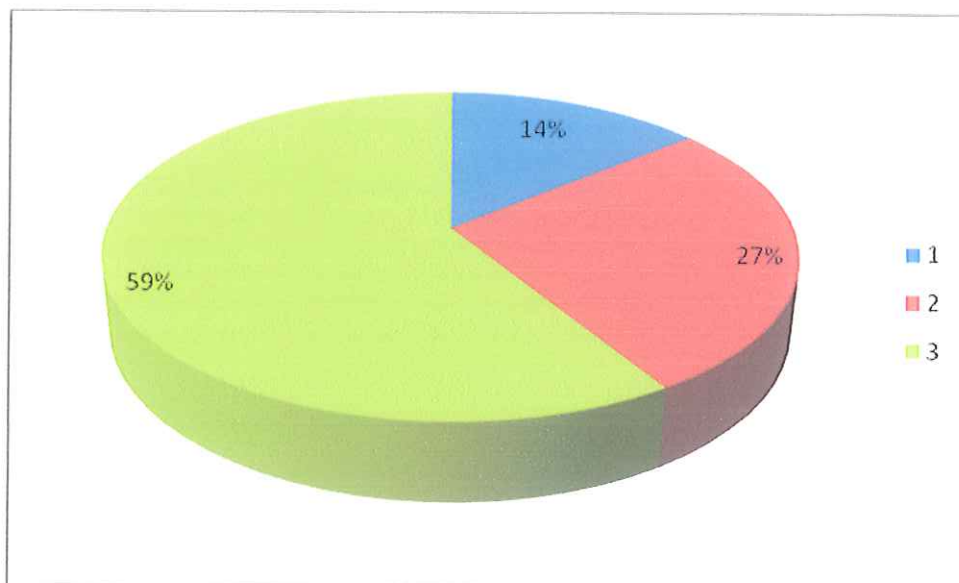
Número Promedio de Asistentes al evento: Cien a ciento cincuenta

GRUPO B. RELACIONADAS CON EL COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA

Preguntas 9 a 10

Del presupuesto familiar, cuánto considera que asignan los jefes de familia para la organización de una fiesta infantil.

PRESUPUESTO PARA LA FIESTA INFANTIL			
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	SERIE
\$ 200 - \$ 300	3	14	1
\$ 300 - \$ 500	6	27	2
MAS DE \$ 500	13	59	3
TOTAL	22	100	



¿En qué época del año considera usted que existe mayor demanda?

EPOCA DEL AÑO DE MAYOR DEMANDA				
MESES	RESPUESTA	FRECUENCIA MENSUAL	PORCENTAJE	SERIE
ENE-MAR	3	4	14	1
ABR – JUN	2	6	9	2
JUL – SEPTB	4	3	18	3
OCT – DIC	7	7	32	4
SIEMPRE	6	5	27	5
TOTAL	22	25	100	

