



FACULTAD DE ECONOMIA Y CIENCIAS EMPRESARIALES

**TITULO: PLAN DE NEGOCIO PARA EL SERVICIO DE
ORGANIZACIÓN DE EVENTOS INFANTILES**

“MARAVILLAS INFANTILES”

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO PARA
OPTAR EL TITULO DE INGENIERIA EN CIENCIAS EMPRESARIALES,
CONCENTRACION GESTION EMPRESARIAL**

Autora:

ELENA ORTIZ VILLOTA

Tutor:

SEBASTIAN CARDENAS

Samborondón, Abril de 2015

INDICE

1.	JUSTIFICACIÓN	5
2.	PROBLEMA A RESOLVER:	6
3.	OBJETIVO GENERAL:.....	8
4.	RESUMEN EJECUTIVO:	8
5.	MISIÓN Y VISIÓN	9
6.	METAS:.....	9
7.	VIABILIDAD LEGAL.....	10
7.1	Reservar un nombre.	10
7.2	Elaborar los estatutos.	11
7.3	Abrir una “cuenta de integración de capital”.	11
7.4	Elevar a escritura pública.....	11
7.5	Aprobar el estatuto.....	12
7.6	Publicar en un diario.	12
7.7	Obtener los permisos municipales.....	12
7.8	Inscribir la compañía.....	12
7.9	Realizar la Junta General de Accionistas.....	13
7.10	Obtener los documentos habilitantes.	13
7.11	Inscribir el nombramiento del representante.	13
7.12	Obtener el RUC.	13
7.13	Obtener la carta para el banco.	14
8.	ANÁLISIS DEL MERCADO	14
8.1	Mercados Objetivos	15
8.2	Análisis PESTAL.....	27
8.3	Análisis FODA	28
8.4	Análisis de las 4P	28
9.	ANÁLISIS OPERATIVO	39
9.1	Localización y descripción de las Instalaciones:.....	39
9.2	Método de Producción	40
9.3	Capacidad Instalada	41

9.4	Cadena de abastecimiento Diagrama de flujo de procesos, OTIDA (Operación, transporte, Inspección, Demora, Almacenamiento).....	41
10.	ANÁLISIS FINANCIERO	44
10.1	Estados de resultados integrales proyectados	45
10.2	Flujo de Caja Proyectado:	45
10.3	Análisis de Punto de Equilibrio	46
10.4	Análisis de Sensibilidad	47
10.5	Análisis de la Tasa Interna de Retorno, Índice de Rentabilidad, Valor Actual Neto, Retorno de la Inversión	49
11.	CONCLUSIONES.....	50
12.	Bibliografía	52

INDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Análisis PESTAL.....	27
Tabla 2.	Análisis FODA	28
Tabla 3.	Estados de Resultados Integrales Proyectados	45
Tabla 4.	Flujo de Caja Proyectado	46
Tabla 5.	Análisis Punto de Equilibrio.....	47
Tabla 6.	Análisis de Sensibilidad (Incremento 2%)	48
Tabla 7.	Análisis de Sensibilidad (Aumento 1% en costos)	49
Tabla 8.	Cálculo de TIR y VAN	50
Tabla 9.	Listado de Proveedores	53
Tabla 10.	Cotización Interna	54
Tabla 11.	Detalle de sueldos y salarios.....	54

INDICE DE FIGURAS

Figura 1	Hijos o familiares con edades de entre 1 a 12 años.....	17
Figura 2	Tipo de Evento que ha asistido.....	18
Figura 3	Tipos de eventos que no ha asistido	19
Figura 4	Enseñanzas de valores y destrezas	20
Figura 5	Eventos infantiles diferentes.....	20
Figura 6	Contratación de empresas organizadoras de eventos	21
Figura 7	Monto máximo invertido	22

Figura 8 Medio por el cual ha realizado el contacto y cerrado negocio.....	22
Figura 9 Lugar donde le gustaría que sea realizado el evento.....	23
Figura 10 Ubicación del local.....	24
Figura 11 Monto máximo a pagar por organización de evento.....	25
Figura 12 Forma de pago por la totalidad del evento.....	25
Figura 13 Publicidad.....	34
Figura 14 Parte delantera del Tríptico.....	35
Figura 15 Parte posterior del Tríptico.....	36
Figura 16 Página Web de Piruetas.....	38
Figura 17 Pagina Web de PlayHouse.....	38
Figura 18 Organigrama.....	43

1. JUSTIFICACIÓN

La organización de eventos infantiles ha tenido mucho éxito en los últimos años. Este éxito ha llevado a que los empresarios compren o alquilen terrenos para transformarlos en un Centro de Eventos Infantiles, lugar atractivo para los niños, para que puedan pasar un momento inolvidable que los haga desear volver a ir.

Actualmente los padres de familia ya no tienen tiempo para organizar la fiesta infantil de sus hijos puesto que en la mayoría de hogares tanto la madre como el padre trabajan; tampoco tienen la facilidad para acceder a locales, arreglos, snacks, animadores, juegos inflables, etc. Las empresas se ven en una situación similar, dado a que cada año desde el mes de octubre aproximadamente deben organizarse de tal forma que puedan cubrir todos los aspectos necesarios para la fiesta de navidad de los hijos de sus empleados, invirtiendo tiempo que podría ser ocupado en labores de mayor criticidad para la empresa. Es por ello que tanto padres, familiares y empresarios prefieren contratar quien organice los eventos y evitarse así el estrés, cansancio y tiempo que esto conlleva.

Lo mencionado anteriormente, lleva a la conclusión de que a pesar de los problemas económicos que pueda atravesar el país, para padres, familiares y algunas empresas es muy importante festejar algún acontecimiento de importancia en la vida de sus infantes.

El presente plan de negocios tiene como finalidad investigar las tendencias actuales sobre las preferencias de padres, familiares y empresas cuyos infantes tengan de 1 hasta los 12 años de edad, respecto al contenido de los eventos (refiriéndose al “contenido de los eventos” todas aquellas actividades que se desarrollan durante los mismos), con la finalidad de plantear una nueva propuesta en Organización de Eventos que marque la diferencia, pueda enseñar de manera divertida, de un valor agregado al guiar a los padres en la correcta educación de sus hijos y pueda ayudar a proteger el medio ambiente.

El nombre de la empresa “Maravillas Infantiles” nació de la idea de hacer actividades maravillosas para causar en el infante admiración, les deje un grato e inolvidable recuerdo que marque su vida de manera especial y fantástica. Se plantea hacer maravillas infantiles a todos los niños de Guayaquil, Samborondon y Daule.

2. PROBLEMA A RESOLVER:

Hoy en día los eventos infantiles han sido trastocados y mezclados con canciones y actividades que solo se veían en eventos de adultos. De lo que se ha podido evidenciar al asistir a varios eventos “infantiles” a los largo de 3 años de investigación, se escuchan canciones en la que niños bailan con movimientos sensuales (imitando a adultos), los animadores (payasos o títeres generalmente) hacen sentir mal a los niños con bromas ofensivas, que asustan o bajan su autoestima. Adicional a esto, siempre se sigue un mismo esquema que hace prever a los

asistentes lo que continuará después y difícilmente se logra que los invitados se enfoquen en la verdadera celebración porque se ha incentivado al materialismo y egoísmo.

Lamentablemente los niños absorben fácilmente las experiencias vividas en estos eventos que marcan de una manera directa e indirecta la vida de nuestros pequeños, ya que aprenden o refuerzan actos como irrespeto al burlarse y ofender a otros por ejemplo o a pensar en las fiestas de celebración como un día para obtener regalos solamente.

Todo lo explicado anteriormente nos llevan a una sola conclusión: los eventos infantiles que se realizan en cumpleaños, fiestas navideñas, bautizos, entre otros, no aportan con ningún beneficio para la niñez, no divierten sanamente exceptuando los juegos inflables, canchas entre otra infraestructura infantil que pueda tener el local contratado. Estos cambios sufridos están contribuyendo que se pierda la inocencia y pureza de aquellos programas dedicados a la parte más vulnerable de la sociedad: los niños y pre-adolescentes.

La empresa quiere rescatar las tradicionales fiestas infantiles con un toque de actualidad. Además incluirá algo nunca antes visto en dichos eventos: enseñar valores y destrezas cognitivas a través de la diversión. Este será nuestro principal objetivo evidenciado en cada una de las actividades que se desarrollen.

3. OBJETIVO GENERAL:

Analizar la factibilidad de poner en marcha el plan de negocios de la empresa de servicios infantiles en la ciudad de Daule para contribuir de manera directa e indirecta con la educación de niños y pre-adolescentes y con el medio ambiente.

4. RESUMEN EJECUTIVO:

Realizar un análisis de mercado para establecer la demanda y la oferta de la empresa de servicios en la ciudad de Guayaquil, Samborondón y Daule.

Establecer los factores operacionales que se ven inmersos en la empresa de servicios infantiles en la ciudad de Guayaquil, Samborondón y Daule.

Determinar la viabilidad del proyecto mediante el análisis financiero de la empresa de servicios infantiles en la ciudad de Guayaquil, Samborondón y Daule.

5. MISIÓN Y VISIÓN

Misión: Enseñar valores y destrezas cognitivas a los niños y pre-adolescentes de la ciudad de Guayaquil, Samborondón y Daule en eventos infantiles a través de la diversión, ofreciendo calidad y eficiencia en el servicio para lograr la satisfacción del cliente, fortaleciendo de esta manera el crecimiento constante del negocio.

Visión: Convertirnos en el mejor proveedor de servicios infantiles en el Ecuador en 5 años, por brindar servicios innovadores, y lograr el confort y satisfacción a un costo acorde a los requerimientos del cliente.

6. METAS:

- Evaluar la viabilidad de lanzar un nuevo servicio al mercado y conocer las preferencias y gustos de los consumidores, a través de la Encuesta.
- Establecer puntos de contacto para futuras contrataciones a través de las entrevistas realizadas a las empresas y a las personas.
- Determinar la frecuencia de la solicitud del servicio de organización de eventos infantiles.
- Conocer la percepción del cliente respecto a las falencias de las empresas que organizan fiestas infantiles para ofrecer un servicio original y único.
- Elaborar estrategias de publicidad y promoción para lograr alcanzar al mercado meta.
- Diseñar un proceso de producción de servicio de organización de eventos adecuado.

- Determinar cuáles serán los equipos e instalaciones a utilizar.
- Identificar los proveedores y cotizaciones que facilitará el inicio de las actividades productivas.
- Determinar las políticas de forma de pago.
- Elaborar la proyección del flujo de efectivo.
- Elaborar los estados financieros proyectados.
- Evaluar los resultados de las operaciones del plan de negocio utilizando como instrumento para este fin, los indicadores financieros del VAN y TIR.

7. VIABILIDAD LEGAL

Estructura Legal: Compañía Limitada que estará conformada por 5 familiares quienes aportarán el capital cerrado. (Rafael, 2001)

Para constituir la empresa Maravillas Infantiles se debe realizar los siguientes pasos:
(Banco Solidario)

7.1 Reservar un nombre.

Este trámite se realiza en el balcón de servicios de la Superintendencia de Compañías y dura aproximadamente 30 minutos. Ahí mismo se revisa que no exista ninguna compañía con el mismo nombre que se pensó, en este caso *Maravillas Infantiles*.

7.2 Elaborar los estatutos.

Es el contrato social que regirá a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado. El tiempo estimado para la elaboración del documento es 3 horas.

7.3 Abrir una “cuenta de integración de capital”.

Esto se realiza en cualquier banco del país. Para Maravillas Infantiles se abrirá la cuenta en el Banco del Pacifico. Los requisitos básicos son:

- Capital mínimo: \$400 por ser compañía limitada.
- Carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno
- Copias de cédula y papeleta de votación de cada socio

Luego se debe pedir el “certificado de cuentas de integración de capital”, cuya entrega demora aproximadamente de 24 horas.

7.4 Elevar a escritura pública.

Se debe acudir donde un notario público y se lleva la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.

7.5 Aprobar el estatuto.

Se lleva la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución. Si no hay observaciones, el trámite dura aproximadamente 4 días.

7.6 Publicar en un diario.

La Superintendencia de Compañías entregará 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional, en este caso será en El Universo.

7.7 Obtener los permisos municipales.

En el municipio de la ciudad de Daule que es en donde se crea la empresa, se debería:

- Pagar la patente municipal
- Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones

Este punto no es necesario realizarlo por cuanto la oficina va a funcionar en el mismo domicilio.

7.8 Inscribir la compañía.

Con todos los documentos antes descritos, se va al Registro Mercantil del cantón Daule, donde fue constituida tu empresa, para inscribir la sociedad.

7.9 Realizar la Junta General de Accionistas.

Esta primera reunión servirá para nombrar a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.), según se haya definido en los estatutos.

7.10 Obtener los documentos habilitantes.

Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías entregarán los documentos para abrir el RUC de la empresa.

7.11 Inscribir el nombramiento del representante.

Nuevamente en el Registro Mercantil, se inscribe el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe suceder dentro de los 30 días posteriores a su designación.

7.12 Obtener el RUC.

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:

- El formulario correspondiente debidamente lleno
- Original y copia de la escritura de constitución
- Original y copia de los nombramientos
- Copias de cédula y papeleta de votación de los socios

- De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite.

7.13 Obtener la carta para el banco.

Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías entregará una carta dirigida al banco donde se abrió la cuenta, para que se pueda disponer del valor depositado.

Cumpliendo con estos pasos se podrá tener la compañía limitada lista para funcionar. El tiempo estimado para la terminación del trámite es entre tres semanas y un mes.

8. ANALISIS DEL MERCADO

Para analizar el mercado, se debe primero investigarlo. Para hacerlo se debe saber lo que piensa el consumidor, saber lo que siente y dice, conocer sus necesidades, gustos y preferencias respecto a los eventos infantiles de forma sistemática y objetiva que provea información para las decisiones estratégicas del negocio (Alcaraz, 2000: 89).

8.1 Mercados Objetivos

El mercado objetivo serán los padres o familiares cuyos niños oscilen entre el año de edad hasta pre-adolescentes de 12 años, que vivan en la ciudad de Guayaquil, Samborondón y Daule y que sean de clase media hasta clase alta.

Para realizar la investigación del mercado, se utilizará las siguientes técnicas:

Cualitativas: Entrevistas a profundidad y Observación.

Cuantitativas: Encuestas.

Para determinar el tamaño de la muestra, se seleccionará como población universo la representada por las características indicadas como mercado objetivo detallado en el párrafo anterior.

La selección del tamaño de la muestra se la realizará a través del método probabilístico estratificado; puesto que todos los elementos muestrales deben tener la misma probabilidad de ser escogidos. Este tipo de muestreo permite reducir el grado de error estándar que se dan en las investigaciones. Se utilizará la siguiente fórmula para calcular el tamaño de la muestra, para el caso de una población finita. (Garcia, 2008):

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{D^2}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra

Z= Porcentaje de los datos que se alcanza dado a un porcentaje de confianza del 95%

P= Probabilidad de éxito. En este caso p representa la probabilidad de las familias con hijos de 1 año hasta los 12 años.

q= Probabilidad de fracaso

D= Máximo de error permisible

De manera general se trabajará con un nivel de confianza de 95% y un grado de error del 5%. De acuerdo a la tabla normal, el valor Z asociado a un nivel de confianza del 95% es de 1.96. Al no contar con información previa es prudente suponer que la probabilidad de familias que tienen hijos de 1 a 12 años utilicen el servicio sea del 60% y por lo tanto la probabilidad de fracaso q se ubique en el 40%.

Entonces sustituyendo los datos en la ecuación, se obtiene:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.60)(0.4)}{(0.05)^2} \quad n = 369$$

En consecuencia se deben realizar 369 encuestas en la ciudad de Guayaquil, Samborondón y Daule para garantizar que los resultados obtenidos sean representativos de la población. El modelo de la encuesta realizada se encuentra en el anexo 1. A continuación se detallará el análisis de los resultados obtenidos:

Pregunta 1: Hijos o familiares con edades de entre 1 a 12 años.

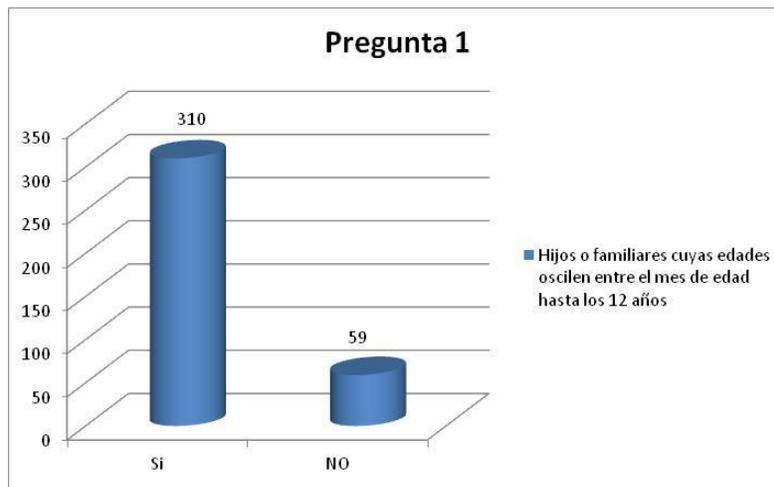


Figura 1. Hijos o familiares con edades de entre 1 a 12 años

La mayoría de las personas encuestadas tienen hijos o familiares cuyas edades oscilan entre 1 y 12 años, como se muestra en el gráfico 1, las cuales se podrían convertir en clientes potenciales. De la pregunta 1 se deriva la **pregunta 2 y la 3** para los que respondieron SI dado a que debían responder después cuántos hijos tienen (Pregunta 2) y cuántos familiares tienen que oscilen entre las edades mencionadas (Pregunta 3), siendo los resultados de cada pregunta:

Cantidad de hijos: 329

Cantidad de familiares infantes: 675

Estos resultados dan una idea de la cantidad aproximada de contrataciones posibles (329+675=1004 infantes) que la empresa Maravillas Infantiles tendría dado al acercamiento que se tuvo con algunas de las personas encuestadas.

Pregunta 4: Tipo de eventos infantiles que el infante o familiar ha asistido.

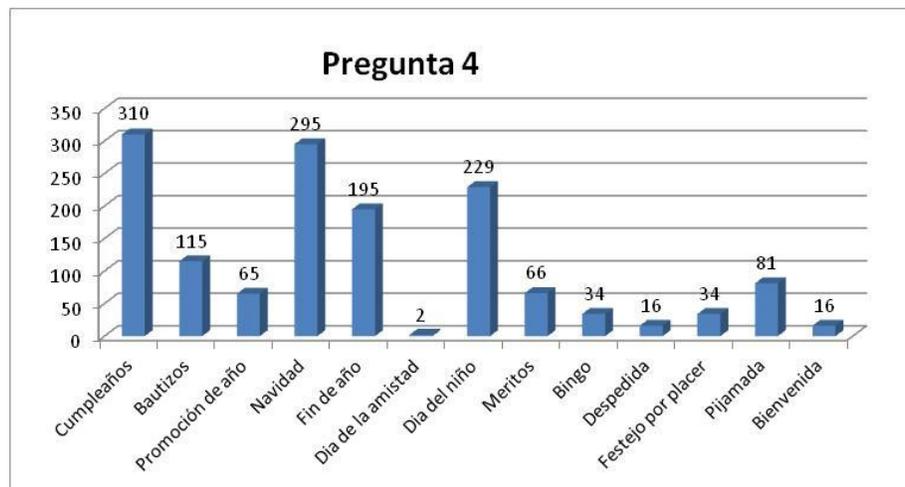


Figura 2. Tipo de Evento que ha asistido

Este gráfico muestra que el evento de cumpleaños es el que más han asistido los infantes que oscilan en las edades mencionadas. Le sigue el evento de navidad, día del niño, fin de año, y bautizos.

Esto indica que Maravillas Infantiles debería especializarse en estos eventos que prefieren organizar los padres o familiares para sus infantes, en su mayoría: cumpleaños, navidad, día del

niño y fin de año. Además podría invertir tiempo para elaborar planes estratégicos para organizar los eventos que tuvieron más de 30 puntos, sin embargo se podría considerar aquellos que obtuvieron menos puntos si se presenta alguna oportunidad.

Pregunta 5: Tipos de eventos infantiles a los q no ha asistido y le gustaría que asista.

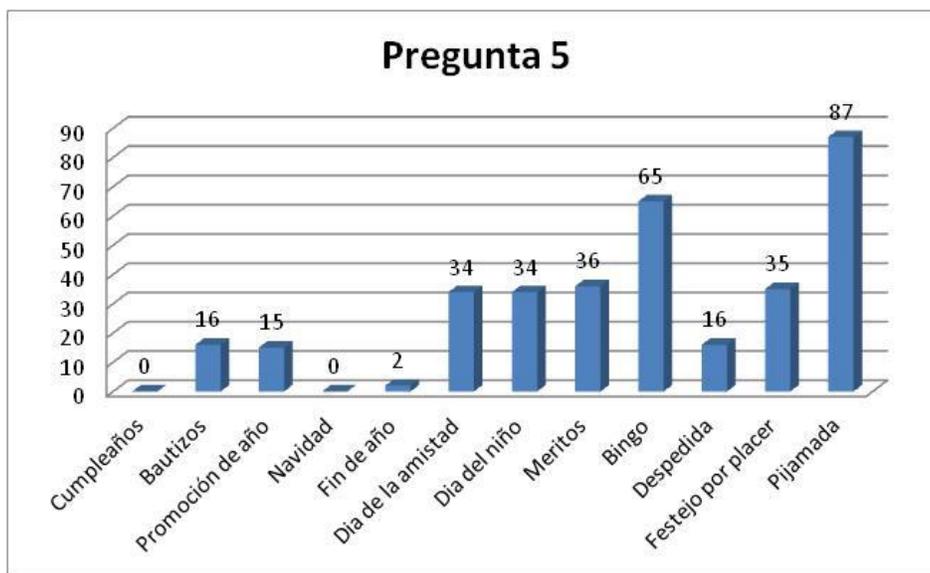


Figura 3. Tipos de eventos que no ha asistido

Este gráfico muestra que de los eventos a los que no han asistido sus infantes, los padres o familiares se inclinan más por el evento Pijamada para que sus infantes asistan, le sigue el Bingo Infantil.

Esto significa que hay más probabilidad para Maravillas Infantiles de organizar eventos que no sean estacionarios como Navidad, fin de año o día del niño.

Pregunta 6: Enseñanza de valores y destrezas cognitivas en eventos infantiles.

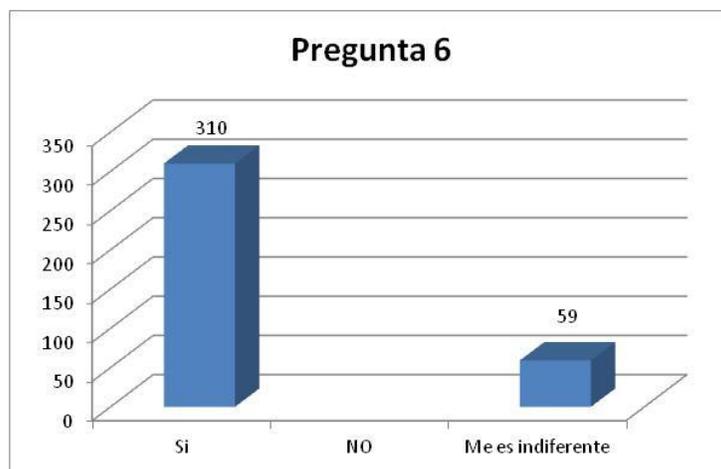


Figura 4. Enseñanzas de valores y destrezas

Este gráfico muestra que la mayoría de personas encuestadas desean que en los eventos infantiles se enseñe valores y destrezas cognitivas a través de la diversión. Con este resultado se puede concluir que Maravillas Infantiles puede trabajar abiertamente en el cumplimiento de la misión y objetivos planteados.

Pregunta 7: Eventos infantiles con esquema diferente.

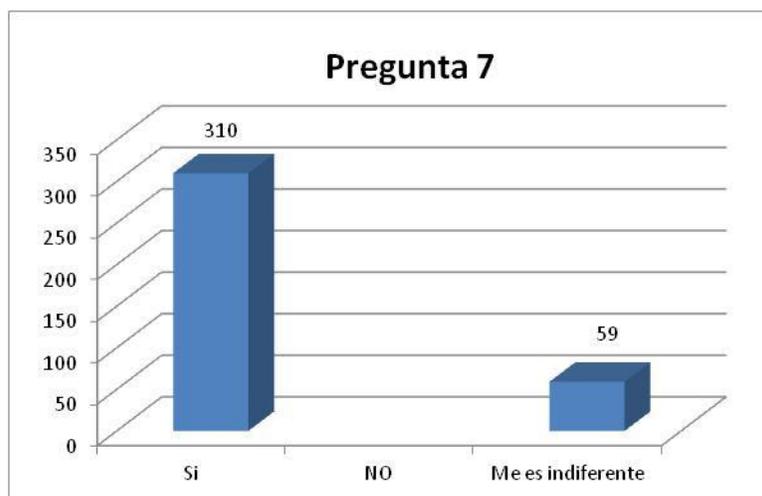


Figura 5. Eventos infantiles diferentes

Este gráfico muestra que la mayoría de personas encuestadas desean que los eventos infantiles se desarrollen con un esquema diferente al actual, dando apertura a Maravillas infantiles para que pueda trabajar en la elaboración de la planificación de los eventos a realizar según los objetivos planteados.

Pregunta 8: Contratación de empresa organizadora de eventos infantiles.

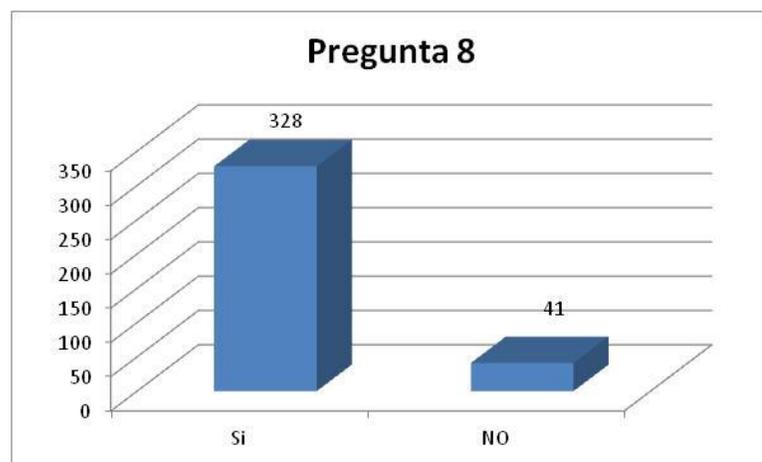


Figura 6. Contratación de empresas organizadoras de eventos

Este gráfico muestra que la mayoría de personas encuestadas prefieren contratar a una empresa para que le organicen los eventos de sus infantes. Con esta información se corrobora el hecho de que las personas prefieren evitarse el estrés que conlleva el organizar estos eventos dando la oportunidad a Maravillas infantiles para tener clientes fijos y potenciales.

Pregunta 9: Monto máximo invertido en eventos infantiles

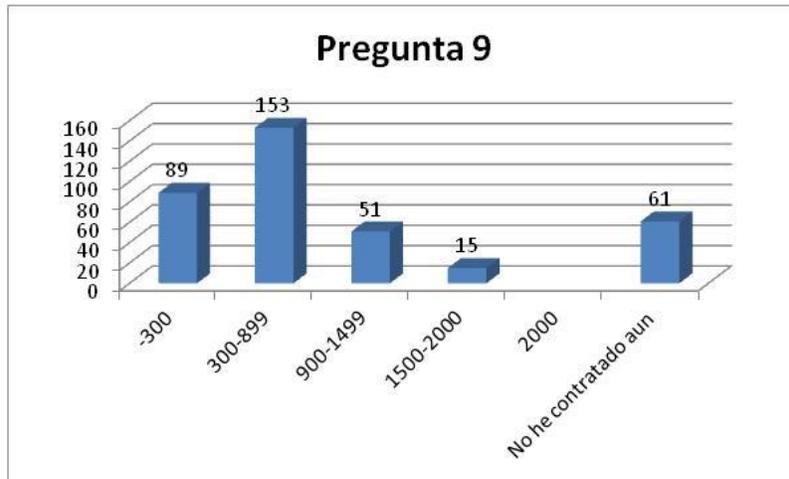


Figura 7. Monto máximo invertido

Con este gráfico se puede apreciar e identificar cuál es el monto promedio de los costos en los cuales Maravillas Infantiles podría incurrir subcontratando servicios y colocando su margen de ganancia, el total de esta suma debería oscilar entre \$300 a \$2000 aproximadamente.

Pregunta 10: Medio por el cual ha realizado el contacto y cerrado la contratación

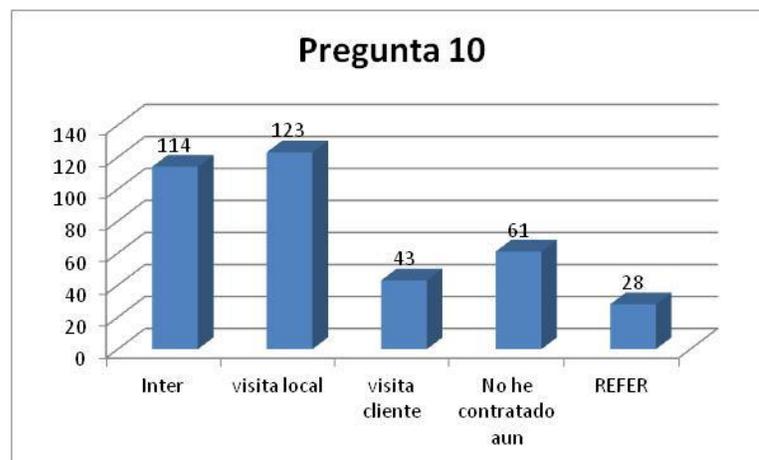


Figura 8. Medio por el cual ha realizado el contacto y cerrado negocio

A pesar de que en su mayoría las personas han realizado el contacto a través de la visita al local de organización de eventos, no representaría mayor inconveniente para Maravillas Infantiles realizar las ventas a través del internet ya que la encuesta refleja que seguido de las visitas al local está las visitas a la página web, el cual ha sido el primer punto de contacto para luego realizar el contacto personal para efecto del cierre de la negociación.

Pregunta 11: Lugar donde le gustaría que sea realizado el evento

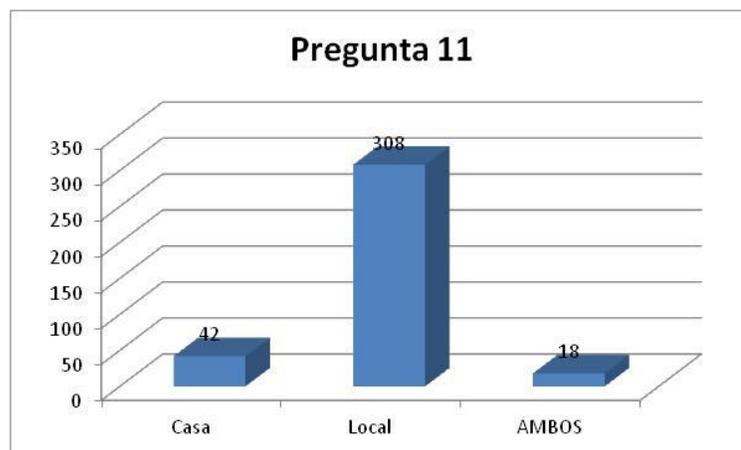


Figura 9. Lugar donde le gustaría que sea realizado el evento

Es evidente que la mayoría de personas prefieren realizar los eventos infantiles en un local, la razón se debe al espacio que necesitarían para el evento, a la disminución del riesgo que se corre al ser dañado algún objeto de su propiedad, o al tiempo que tardaría desmontar el evento para que ellos puedan descansar. Es decir, Maravillas Infantiles debería aliarse a algunos locales con el fin obtener un descuento por la cantidad de clientes que le proveería.

Pregunta 12: Ubicación del local

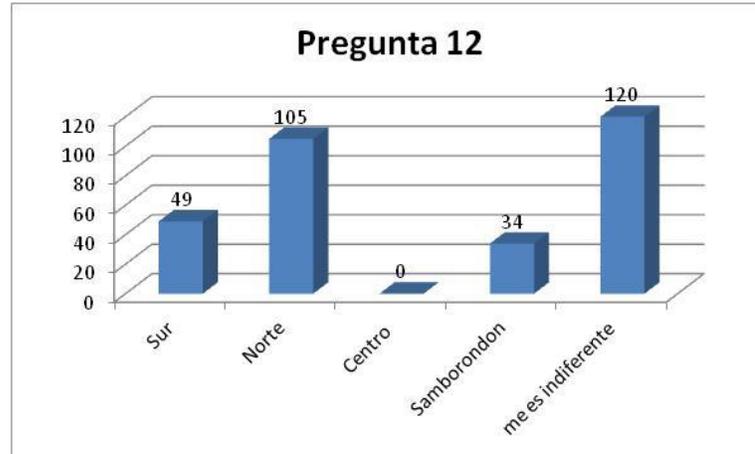


Figura 10. Ubicación del local

Una gran parte de las personas encuestadas prefieren que sus eventos infantiles sean realizados en el norte de Guayaquil, esto constituye una de las razones por la que la Garzota, hace algunos años atrás, se convirtió en el centro de locales para eventos. La mayoría de las personas indicaron que les era indiferente la ubicación del local por cuanto para ellos es más importante que este ofrezca todos los beneficios requeridos, que su ubicación. Maravillas infantiles deberá hacer alianza con algunos locales ubicados en el norte y los que ofrezcan los mejores beneficios para el cliente.

Pregunta 13: Monto máximo que estaría dispuesto a pagar por el servicio de organización de evento, fuera de los demás ítems que un evento conlleva

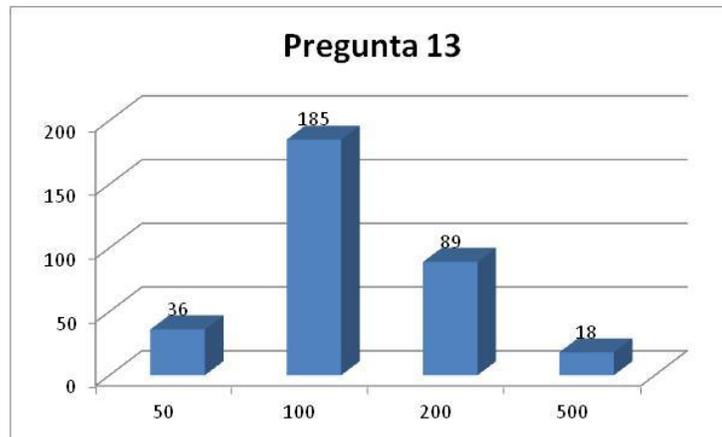


Figura 11. Monto máximo a pagar por organización de evento

Esta pregunta es de mucha importancia para Maravillas Infantiles dado a que da una idea de los niveles a cobrar por el servicio de organización de eventos. Aunque indiquen los resultados que la mayoría de personas están dispuestas a pagar \$100 por estos servicios, se puede subir un porcentaje por la calidad de servicio que se entregaría y la satisfacción del cliente que se lograría con el fin de lograr que ellos estén dispuestos a pagar más de ese valor.

Pregunta 14: Forma de pago por la totalidad del servicio

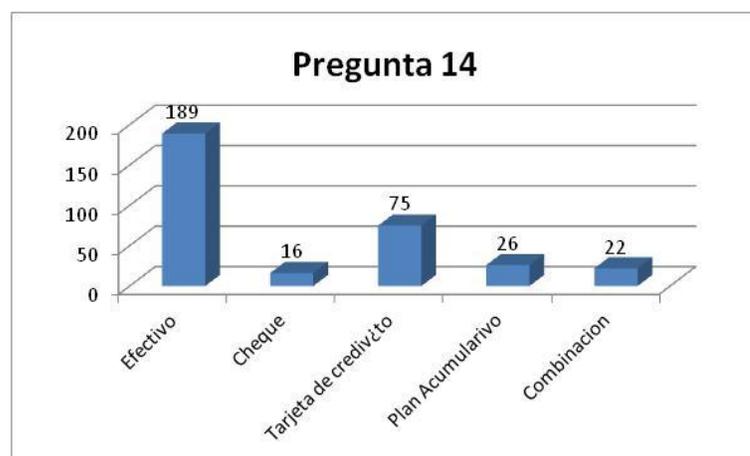


Figura 12. Forma de pago por la totalidad del evento

189 de las personas encuestadas prefieren pagar en efectivo por 3 razones: 1- Muchas de las empresas de organización de eventos solo aceptan pagos en efectivo, 2- Dado a que el evento se realiza en un solo día, prefieren no tener esa deuda a largo plazo, 3- Prefieren organizarse ahorrando en el tiempo hasta antes del evento. Sin embargo, dado a que las 139 restante prefieren otro medio de pago, es importante para Maravillas Infantiles ofrecer también otras formas de pago como las tarjetas de crédito.

También se realizaron entrevistas a mujeres amas de casa y trabajadoras, y a hombres padres de familia con de fin de conocer su opinión acerca de la manera que se realizan los eventos actualmente y la inclusión de la nueva propuesta que se desea lanzar al mercado. En total se entrevistaron a 12 personas (10 mujeres y 2 hombres) de diferentes edades entre los 19 y 41 años de edad cuyos resultados reflejan la conformidad en la enseñanza de valores en los eventos infantiles, ya que las fiestas de niños ya no son lo que solían ser, y que se necesita un nuevo esquema o programa para el desarrollo de los mismos.

También se hizo investigación de campo con el método de la observación. Se asistieron a varias fiestas de cumpleaños y se realizó un recorrido en la zona de la Garzota donde se alquilan locales para eventos infantiles mientras estos se llevaban a cabo. Los resultados fueron los siguientes:

- Siempre realizan los mismos concursos
- Por lo general utilizan un vestuario similar para las animaciones.
- Todos siguieron un mismo esquema
- Ninguno enseñó valores

8.2 Análisis PESTAL

ITEMS DEL ANÁLISIS PESTAL	DESCRIPCIÓN
POLITICO	Como empresa Maravillas Infantiles debe estar al día de los cambios que el gobierno realice sobre leyes de la defensa del consumidor, ordenanzas municipales, leyes tributarias.
ECONÓMICO	<p>1. Para financiar el déficit del presupuesto del Estado se recurrió a la venta anticipada de petróleo, y este año se pretende crear y ampliar impuestos.</p> <p>2. Se incrementa la deuda pública, externa e interna, pese al logro económico y político que representó el no pago de un tramo de la deuda externa.</p> <p>3. El manejo del aparato productivo y la falta de incentivos al sector, es quizás otro factor crítico del manejo económico. Estas situaciones pueden generar que la situación económica de las familias de G, S y D se vea seriamente afectada y deban recurrir a opciones menos costosas para los eventos infantiles que desean realizar. La empresa debe armar estrategias de venta, producción y mercadeo que permitan satisfacer las necesidades de los clientes considerando la disminución probable de su economía.</p>
SOCIO CULTURAL	La llegada de programas televisivos que logran un gran rating en el país, hacen que los niños se inclinen en personajes como barbies, princesas, pokoyo, ben 10 entre otros, para sus fiestas infantiles. Este fenómeno puede causar dificultad para Maravillas Infantiles al pretender ofrecer otras opciones temáticas para los eventos infantiles, sin embargo no es un problema el incluir valores y enseñanzas cognitivas en estos eventos.
TECNOLOGICO	La empresa pública arrancó una nueva batalla en telefonía móvil. Con el servicio de 4G-LTE pretende alcanzar a unos 300.000 usuarios. Con esto se podría lograr realizar ventas desde cualquier lugar donde se encuentre tanto el vendedor como el cliente, sin necesidad de invertir tanto dinero en movilización.
AMBIENTAL	Maravillas Infantiles es amante de la protección del medio ambiente, por lo tanto estará pendiente de las leyes ambientales que se establezcan para su fiel cumplimiento en las que la empresa deba cumplir.
LEGAL	Como empresa Maravillas Infantiles debe estar al día de los cambios que el gobierno realice sobre reformas laborales

Tabla 1. Análisis PESTAL

8.3 Análisis FODA

ITEMS DEL ANALISIS FODA	DESCRIPCIÓN
FORTALEZAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Enseñanza de valores y destrezas cognitivas en eventos a través de la diversión. 2. Presentación de show infantil tematizado de comienzo a fin. 3. Algunos recursos utilizados en el evento se elaborarán con material reciclado, de esa manera se promueve el ahorro de efectivo y el cuidado del medio ambiente. 4. Ajuste del evento de acuerdo a la economía y requerimiento del cliente. 5. Subcontratación de proveedores de servicios calificados para brindar un servicio de excelencia y cuyos valores a cobrar negociados permiten una ganancia módica a la compañía.
OPORTUNIDADES	<ol style="list-style-type: none"> 1. Celebración de cumpleaños, navidad, día del niño, entre otros por parte de familias a sus seres queridos de entre 1 a 12 años. 2. Personas prefieren contratar el servicio de organización de eventos para evitar tener que invertir tiempo, estresarse y agotarse por la planificación de los mismos.
DEBILIDADES	<ol style="list-style-type: none"> 1. Como empresa nueva, tomará tiempo en posicionarse en el mercado. 2. Como se debe subcontratar las ganancias no son mayores y hace que se encarezca el servicio.
AMENAZAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Que exista un año difícil para la economía del país. 2. Que los proveedores de servicios subcontratados hagan contacto con los clientes de la empresa para cerrar negocios propios.

Tabla 2. Análisis FODA

8.4 Análisis de las 4P

Producto: Servicio de Organización de Eventos Infantiles.

Cada evento tendrá las siguientes características básicas pero el contenido diferirá en cada presentación ya que se requiere mantener la originalidad:

- Se organizará eventos infantiles para niños hasta los 12 años con el fin de lograr divertirlos sanamente.
- Se incluirá la enseñanza de valores y destrezas cognitivas dependiendo de la temática.
- Habrán shows, concursos, títeres, presentación de videos, entre otros.
- Se organizará eventos para fiestas de cumpleaños, navideñas, de bienvenidas, por méritos, de fin de año, bautizos, etc. (se exceptúa Halloween)
- La organización incluye hacer negociaciones para alquiler de local, artículos para fiestas (sorpresas, centros de mesas, mantelería, piñatas, etc), decoración (globos, serpentinas, tules, velas, etc.), caras pintadas, álbum de fotos, fotos, filmación, fotobooth, etc.
- El proveedor de animación se acogerá a los requerimientos del cliente y de la empresa para realizar su trabajo ya que debe ser acorde con la misión y objetivos de Maravillas Infantiles.¹
- El álbum de fotos se hará con material reciclado, no tendrá un diseño único. (Bajo pedido)
- En caso de preferir organizar sus eventos, también pueden adquirir los combos festines, que consiste en una caja que incluye todo el material para las fiestas como serpentinas, globos, sorpresas, manteles de plásticos decorativos o llanos, dulces, entre otros. El cliente puede escoger. (Bajo pedido)

¹ Para aclarar: El cliente que contrate los servicios de Maravillas Infantiles debe estar de acuerdo con la misión y objetivo de la empresa.

- Los eventos se clasificarán por tipo y por categoría. Los tipos de eventos son los mencionados anteriormente: fiesta cumpleaños, fiesta de Navidad, fiesta del día del niño, fiesta por diversión, etc. Estos a su vez se categorizaran de la siguiente manera dependiendo de los ítems escogidos y de la complejidad del evento requerida por el cliente: Sencillo, Normal, De Lujo.
- Se dará la opción del cliente de enviar las fotos del recuerdo de su hijo/a para elaborar un video bibliográfico y ser presentado en el evento. (valor agregado)
- Se harán negociaciones también con empresas medianas y grandes como estrategia para lograr llevar el mensaje de valores a las familias de trabajadores que no cuentan con recursos suficientes para contratar los servicios, y a su vez se logrará diversificar la cartera de clientes

Precio

Para determinar los precios del servicio, es necesario en primera instancia establecer las políticas de precios y los costos variables y fijos. También es importante considerar el margen de ganancia que desean obtener los proveedores de servicios subcontratados para determinar el precio final del producto, respetando el precio que el consumidor está dispuesto a pagar. (Rafael, 2001). Los costos fijos y variables se detallan en el capítulo 11.

Las políticas de precios son las siguientes:

1. Los precios son iguales a los de la competencia.

2. Los precios son muy flexibles, se pueden otorgar descuentos por referidos que contraten también los servicios.
3. Se requiere el 50% de anticipo para iniciar el trabajo y 50% restante el día del evento.
4. El cliente puede pagar en efectivo o tarjeta de crédito.
5. Se da la opción al cliente de incluirse en el Plan Acumulativo por la contratación de todo el servicio, hasta máximo un año para pagar el valor total acordado inicialmente. También se le puede dar la opción de que pague con el Plan acumulativo hasta el 90% antes del evento a un año plazo y el 10% restante luego del evento.
6. El cliente puede combinar su forma de pago.

Dado a que se subcontratará los servicios de local, los artículos para fiestas, caritas pintadas, entre otros, se hizo un análisis de los posibles proveedores y se escogieron a los que nos ofrecían precios competitivos para poder colocar un 45% de margen de ganancia cuando estos productos sean vendidos por separado. Ver el listado de proveedores seleccionados² que se encuentra en la *Tabla 3*.

Si el cliente decide contratar todo el paquete de organización de evento, se cobrará el margen de ganancia del 40%. El valor del costo variable total dependerá de la complejidad requerida por el cliente en el evento y del tipo de evento. Los márgenes de ganancia variarán conforme la empresa vaya posicionándose del mercado meta y dependiendo de los factores externos e internos que puedan surgir.

² El detalle de los precios y lo pactado con los proveedores 1, 2, 6 y 9 se mantienen en reserva.

A continuación el detalle de algunos servicios que brindará Maravillas Infantiles:³:

- El álbum de fotos se hará de material reciclado y tiene un costo de \$20, con un margen de ganancia de \$10.
- El CD del evento costará \$20 si el cliente filma y envía a la empresa la información para editarla, con un margen de ganancia de \$10.
- Los premios para los concursos también los ofrecemos a un costo módico de \$1 a \$10 y realizado con material reciclado. Estos premios serán didácticos y será decisión del cliente si desea incluirlos en la cotización.
- Los combos festines estarán compuestos de varias opciones cuyo contenido dependerá del gusto del cliente, dado a que el cliente arma los combos escogiendo las opciones presentadas por cada valor: Combo 1= \$158,5 para 25 niños, Combo 2= \$230 para 50, Combo 3= 317,80 para 50 niños, Combo 4= \$480 para 75 niños, Combo 5= 575,50 para 100 niños. Las entregas de los combos festines se realizarán a domicilio y se cobrará un valor adicional por transporte cuyo costo depende de la distancia del destino.

³ Estos servicios no están considerados en el análisis financiero ya que este está basado solo en la organización de eventos y en la venta de combos festines.

Un ejemplo de cotización interna de un evento tipo “Fiesta de Cumpleaños”, categoría “Normal” se encuentra detallado en la *Tabla 4*. Los valores fueron colocados suponiendo que el cliente haya elegido esos ítems.

Plaza:

El sistema de distribución que se seleccionó es la venta directa del productor al consumidor final. Se escogió ese sistema debido a que Maravillas Infantiles, como una empresa prestadora de servicios, está consciente de que el trato personal ayuda a mejorar la comunicación con el cliente, así como el entendimiento de sus necesidades y expectativas particulares. Además, así puede guiar al cliente por la galería de proyectos de Maravillas Infantiles que mejor reflejen los intereses de aquel, así como plantear los valores agregados de la empresa y obtener retroalimentación inmediata.

Las negociaciones se realizarán según sea el caso, vía Web, Chat, visitas a los clientes, por teléfono, conferencias.

Promoción:

Maravillas Infantiles no necesita mucho dinero para dar a conocer sus productos. Las siguientes serán algunas de las tácticas económicas que se utilizará para lograr promover el negocio:

1. Impresión de volantes distribuidas en las urbanizaciones, lugares estratégicos:



Figura 13. Publicidad

2. Se colocará el anuncio publicitario en el vidrio trasero del auto de familiares y amigos más cercanos.
3. Se imprimirán tarjetas de presentación.
4. Se pondrá el anuncio en los clasificados de internet gratuitos.
5. Se negociarán intercambios de publicidades con negocios estratégicos a cuyos dueños se les hará un descuento del valor del servicio por permitir la distribución de las volantes en sus locales.
6. Se creará un catálogo de servicios.
7. Se participará en eventos sociales relacionados al giro del negocio.

8. Se registrará y promocionará la página web en directorios web.
9. Se enviará correos promocionales a los conocidos.
10. Se publicará video de los servicios en YouTube
11. Se utilizará servicios de publicidad con enlaces patrocinados.
12. Organizar eventos de responsabilidad social.
13. Conforme vaya creciendo la empresa se enviará publicidad en los estados de cuenta de las tarjetas de créditos más prestigiosas de Guayaquil. También se realizarán concursos a través de los medios de comunicación. Adicional, se promocionará el producto en revistas, radio, televisión y periódicos.
14. Se entregarán trípticos en las empresas que se visiten y en las ferias a las que se pueda asistir en el futuro.
15. Se publicará en el Facebook, Twitter y otros medios de redes sociales:



Figura 14 Parte delantera del Tríptico



Figura 15. Parte posterior del Tríptico

Se realizarán también promociones para causar un gran impacto en el mercado meta. Las mismas que se detallan a continuación:

1. Como ofertas de introducción estarán:

- Los obsequios que se regalen en los concursos o actividades los cubrirá Maravillas Infantiles para el primer evento que contrate la persona. (El valor hasta \$3)
- Se dará un 15% de descuento y tendrá 3 obsequios gratis en la segunda contratación que realice, si por la recomendación del cliente se consigue otra contratación.

- Se dará un 10% de descuento a las personas que presenten la volante al momento de tener la primera reunión luego de haber realizado el primer contacto a través de los otros medios conocidos.

2. Como regalos por la contratación de servicios están:

- Para persona natural: Libro “Padres preparados, Hijos vencedores”
- Para persona jurídica: Seminario taller de temas relevantes para padres que trabajan.

8.5 Análisis de la Demanda y la Oferta

El auge de las empresas que se encargan de la decoración y todos los detalles que implica la organización de eventos de toda índole, así como tiendas especializadas en fiestas y alquiler de espacios para la realización de los eventos, comenzó en Ecuador hace aproximadamente 25 años, y la aceptación por parte de la población ha ido aumentando debido a todas las comodidades que estas ofrecen, porque al contratar a una de estas empresas toda la responsabilidad de organización recae en ellas, y así los clientes se evitan estos momentos de mucho estrés.

En la ciudad de Guayaquil podemos encontrar tiendas que ofrecen productos elaborados para la decoración de los eventos infantiles, como empresas que además de la decoración dan un servicio más completo que implica alquiler del local, menú, mobiliario, mantelería, show, etc.

Cada una de estas empresas, en la mayoría de los casos, para realizar la decoración de los eventos por cumpleaños toma como referencia o temática personajes conocidos en el medio, lo

cual lo hace repetitivo, no permite ofrecer mayor variedad y por lo tanto la creatividad se ve limitada y se refleja en el resultado final.

Entre las empresas de alquiler de espacios para la realización de eventos o animación tenemos: Playjump, Piruetas, TuSuperFiesta, The English Play House, entre otros, también encontramos empresas que ofrecen la adecuación y diseño de otros espacios infantiles como Pokes, Funny Place, El bosque mágico, etc. Estos lugares por lo general no ofrecen un servicio integral que desarrollen un concepto, que además de diversión, distracción y armonía, permitan obtener alguna enseñanza de valores y habilidades cognitivas.



Figura 16. Página Web de Piruetas

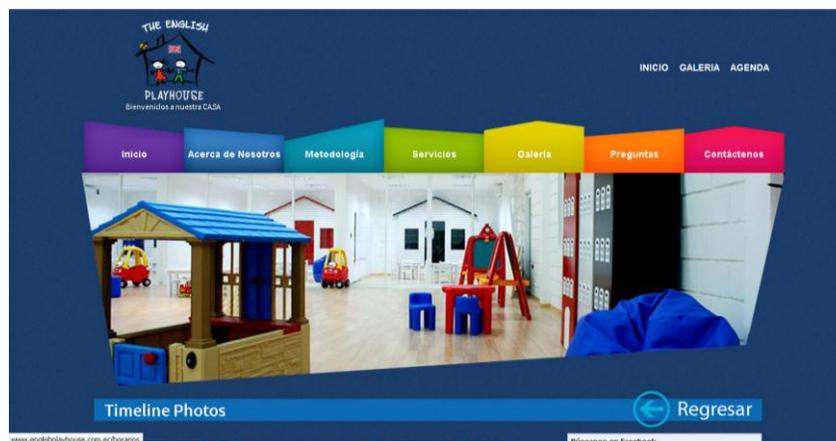


Figura 17. Pagina Web de PlayHouse

A pesar de que actualmente existe una fuerte oferta habiendo tanta competencia que tiene suficiente experiencia, Maravillas Infantiles se posesionará del mercado meta a paso moderado pero que con seguridad conseguirá satisfacer la demanda actual y a su vez crear demanda haciendo concientizar a los padres de familia de la ciudad de Guayaquil, la importancia de devolver a sus niños el ambiente y contenido apropiado en todos los eventos infantiles.

9. ANÁLISIS OPERATIVO

9.1 Localización y descripción de las Instalaciones:

Debido a la naturaleza del servicio que posee la empresa, para producir puede estar ubicada en cualquier asentamiento urbano que cuente con los servicios de luz, teléfono y acceso a internet. La oficina estará ubicada en la urbanización Villa del Rey, etapa Princesa Diana, Mz 4 V.7.

En la oficina se realizarán las ventas por internet, telemarket, se llevará la contabilidad, publicidad, compras, entre otros. Los artículos para los concursos y decoración se almacenarán en una de las habitaciones del domicilio. Se podrá ir estoqueando de los insumos para los combos festines bajo pedido para ser entregados hasta 3 días máximos.

En el futuro se contará con una oficina secundaria /bodega, donde se realizaran las gestiones de bodega netamente, se almacenarán los artículos para los concursos, decoración de escenografías, títeres, etc. Habrá una persona encargada de controlar los materiales que salgan e ingresen y de mantener stockeado lo necesario para armar los combos festines al gusto del cliente. Mantendrá comunicación estrecha con la oficina principal y a través de las órdenes de compra que ingresen se despacharán los pedidos directamente desde ese punto.

9.2 Método de Producción

Una vez determinado el segmento de mercado se procede a concertar citas y visitar a los clientes potenciales. Después de esta entrevista, la secuencia de acciones es la siguiente:

- El departamento de operaciones hace una recomendación del programa y logística más adecuada para el evento del cliente (3 horas).
- El departamento de mercadotecnia incorpora el análisis y lo entrega al cliente (2 horas).
- El vendedor da seguimiento al cliente (tiempo variable)
- Si el cliente acepta la propuesta, se cobra un anticipo de 50% (1 hora).
- El equipo de diseño procede a poner en marcha el plan junto con los proveedores. (1-24 horas).
- Se presenta el avance al cliente para que lo apruebe modifique o rechace (2 horas)

- El equipo de diseño hace los cambios correspondientes hasta que el cliente quede satisfecho (4 horas).
- Se monta el evento (3 horas).
- Se realiza el evento (3 – 4 horas)
- Se desmonta el evento (2 horas)
- Se reúne con el cliente para evaluar el servicio (30 minutos)
- Se cobra el 50% restante.

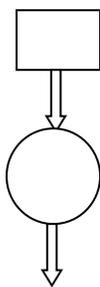
9.3 Capacidad Instalada

Dependiendo de la complejidad requerida al montaje del ambiente y del tipo de eventos contratados, se debe realizar:

Evento complejo = 1 por día

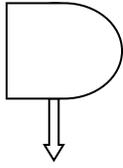
Evento simple = 3 por día

9.4 Cadena de abastecimiento Diagrama de flujo de procesos, OTIDA (Operación, transporte, Inspección, Demora, Almacenamiento).

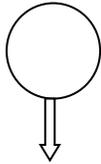


El departamento de operaciones hace una recomendación del programa y logística más adecuada para el evento del cliente (3 horas).

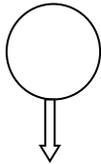
El departamento de mercadotecnia incorpora el análisis y lo entrega al cliente (2 horas).



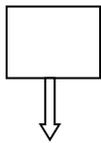
El vendedor da seguimiento al cliente (tiempo variable)



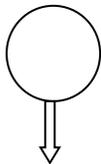
Si el cliente acepta la propuesta, se cobra un anticipo de 50% (1 hora).



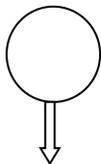
El equipo de diseño procede a poner en marcha el plan junto con los proveedores. (1-24 horas).



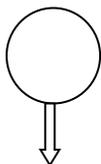
Se presenta el avance al cliente para que lo apruebe modifique o rechace (2 horas)



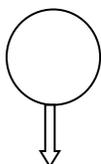
El equipo de diseño hace los cambios correspondientes hasta que el cliente quede satisfecho (3 horas).



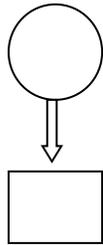
Se monta el evento (3 horas)



Se cobra el 50% restante.



Se realiza el evento (3 – 4 horas)



Se desmonta el evento (2 horas)

Se reúne con el cliente para evaluar el servicio (30 minutos)

10.5 Recursos Humanos

La empresa necesita de los siguientes cargos para que pueda operar normalmente:

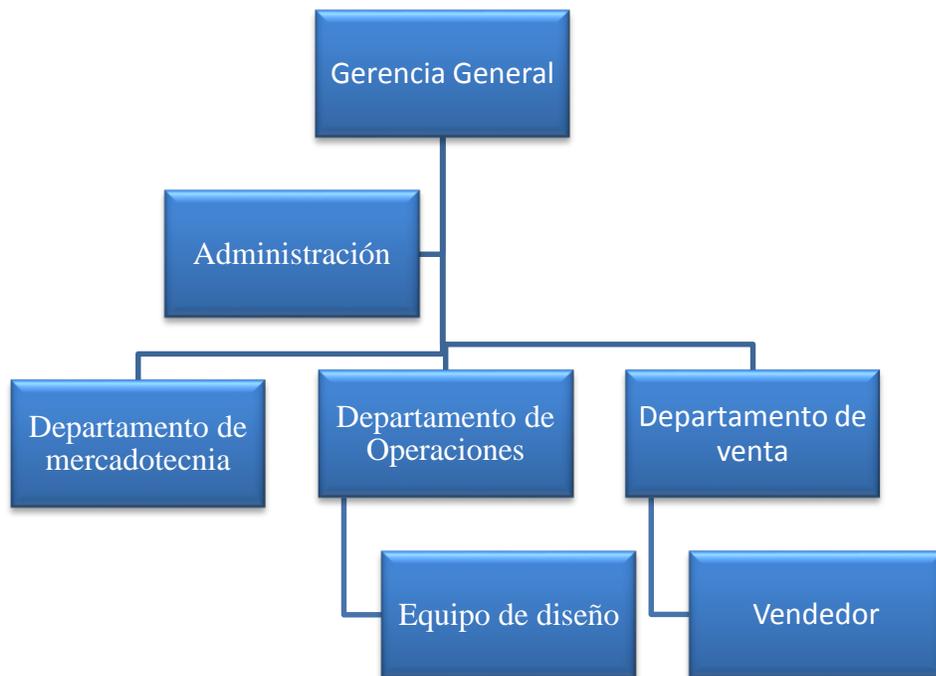


Figura 18 Organigrama

Sin embargo, las funciones de cada cargo estarán repartidas entre 2 personas:

Lilia Bélgica de Ortiz: Se encargará de la Gerencia General y del departamento de ventas.

Elena Ortiz Villota: Se encargará de la Gerencia Administrativa y del Departamento de Operaciones y se encargarán del diseño de los eventos. Se encargará de elaborar las estrategias de mercadotecnia y se reunirá cada trimestre con la gerencia para dar seguimiento a las estrategias establecidas y evaluarlas.

Los gastos por sueldo se detallan en la *Tabla 11*.

10. ANÁLISIS FINANCIERO

Para realizar el análisis financiero se consideró una proyección de 5 años, se tomó en cuenta el porcentaje de inflación que cerró en el 2014, esto es el 3,67%. Se espera tener una tasa de crecimiento de clientes del 1.1% a partir del segundo año y del 1.17 en los años siguientes gracias a la publicidad y promociones que se realicen. Debido a que la oficina estará ubicada en el domicilio, la empresa solo cubrirá un proporcional de los gastos de servicios básicos, internet, celular, etc.

Para iniciar el negocio se necesita crear una página web ya que se espera adquirir la mayoría de clientes a través de ese medio. Una laptop para poder llevarla a las reuniones con los clientes, y una impresora multifunción. Esto sumado a los gastos pre-operativos y el capital de trabajo dan un total de \$3531,01 por concepto de inversión inicial. A partir del segundo año se podrá contratar los servicios de Datafast para que los clientes puedan pagar con tarjeta de crédito.

Dado a que cada socio aportará con \$500, siendo este el capital propio, se deberá financiar \$1000 a través de un préstamo al Banco del Pacífico.

10.1 Estados de resultados integrales proyectados

A continuación se presentará el estado de resultado. El financiamiento bancario se realizaría para dos años dado a que el monto que no es elevado. Se utilizó como referencia para calcular las ventas y costos de ventas el ejemplo detallado en la cotización interna la tabla 10. Se consideró un 2% de incremento en los servicios básicos, transporte y publicidad y promoción. La utilidad neta arrojó rubros positivos en todos los años proyectados.

EMPRESA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS MARAVILLAS INFANTILES

ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES PROYECTADOS

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS		\$ 121.228,80	\$ 137.014,05	\$ 162.399,48	\$ 192.811,45	\$ 229.282,39
(-) Costo de Venta		\$ (86.592,00)	\$ (97.156,22)	\$ (115.946,24)	\$ (138.370,24)	\$ (165.131,04)
(=) Utilidad Bruta		\$ 34.636,80	\$ 39.857,82	\$ 46.453,25	\$ 54.441,21	\$ 64.151,35
(-) Gastos Administrativos		\$ (30.408,80)	\$ (30.585,60)	\$ (29.690,50)	\$ (29.695,49)	\$ (29.700,58)
(-) Gastos de Ventas		\$ (2.400,00)	\$ (2.448,00)	\$ (2.496,96)	\$ (2.546,90)	\$ (2.597,84)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 1.828,00	\$ 6.824,22	\$ 14.265,79	\$ 22.198,82	\$ 31.852,93
(-) Gastos Financieros		\$ (94,70)	\$ (35,07)			
(=) UAIT		\$ 1.733,30	\$ 6.789,16	\$ 14.265,79	\$ 22.198,82	\$ 31.852,93
(-) Participación Trabajadores	15%	\$ (260,00)	\$ (1.018,37)	\$ (2.139,87)	\$ (3.329,82)	\$ (4.777,94)
(-) Impuesto a la Renta	22%	\$ (324,13)	\$ (1.269,57)	\$ (2.667,70)	\$ (4.151,18)	\$ (5.956,50)
UTILIDAD NETA		\$ 1.149,18	\$ 4.501,21	\$ 9.458,22	\$ 14.717,82	\$ 21.118,49

Tabla 3. Estados de Resultados Integrales Proyectados

10.2 Flujo de Caja Proyectado:

En el siguiente flujo de caja presenta valores positivos durante los 5 años proyectados.

EMPRESA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS MARAVILLAS INFANTILES

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN FIJA*	\$ (1.736,00)					
UAIT		\$ 1.733,30	\$ 6.789,16	\$ 14.265,79	\$ 22.198,82	\$ 31.852,93
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (260,00)	\$ (1.018,37)	\$ (2.139,87)	\$ (3.329,82)
Pago de IR		\$ -	\$ (324,13)	\$ (1.269,57)	\$ (2.667,70)	\$ (4.151,18)
EFFECTIVO NETO		\$ 1.733,30	\$ 6.205,03	\$ 11.977,84	\$ 17.391,25	\$ 24.371,92
(+) Deprec. Área Prod.		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 319,20	\$ 319,20	\$ 319,20	\$ 319,20	\$ 319,20
(+) Aporte Accionistas	\$ 2.500,00					
(+) Préstamo concedido	\$ 1.000,00	\$ (470,18)	\$ (529,82)			
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ 1.764,00	\$ 1.582,32	\$ 5.994,42	\$ 12.297,04	\$ 17.710,45	\$ 24.691,12
(+) Saldo Inicial	\$ -	\$ 1.764,00	\$ 3.346,32	\$ 9.340,74	\$ 21.637,78	\$ 39.348,23
(=) FLUJO ACUMULADO	\$ 1.764,00	\$ 3.346,32	\$ 9.340,74	\$ 21.637,78	\$ 39.348,23	\$ 64.039,35

Tabla 4. Flujo de Caja Proyectado

10.3 Análisis de Punto de Equilibrio

El escenario contemplado en el análisis financiero es desde el punto de vista conservador, sin embargo es importante validar cuál es el número de unidades que se deben vender para poder cubrir los costos, es decir, cuál es el punto en donde los ingresos totales recibidos igualan a los costos asociados con la venta del producto.

Es importante recalcar que solo se consideró el cálculo del punto de equilibrio de los Servicios de Organización de Eventos, no de los combos festines. En este caso se debe realizar 7 eventos infantiles categoría sencillo para cubrir los costos.

A continuación el detalle del cálculo del punto de equilibrio de Maravillas Infantiles:

COSTOS FIJOS		COSTOS VARIABLES	
Sueldos y Salarios / año	\$ 27.129,60	Servicios Operacionales	\$ 64.800,00
Serv. Básicos / año	\$ 240,00		\$ -
Suministros al año	\$ 120,00		\$ -
Asesoría / año	\$ 600,00		\$ -
Internet y Celular	\$ 360,00	Transp. - Com. / año	\$ 1.200,00
Permisos / año	\$ -	\$ -	\$ -
Deprec. Área Adm. / año	\$ 319,20	TOTAL	\$ 66.000,00
Otros Gastos	\$ 840,00		
		# Unidades Prod. / Año	240
Gastos Pre-operacionales	\$ 800,00	Costo Variable Unitario	\$ 275,00
Publicidad anual	\$ 1.200,00		
Gastos financieros	\$ 94,70	Precio de Venta Unitario	\$ 630,00
COSTO FIJO TOTAL	\$ 31.703,50		

$$PE = CF / (P - CVU)$$

PE =	89	unidades al año, o	\$ 56.262,54
PE =	7	unidades al mes, o	\$ 4.688,55

Tabla 5. Análisis Punto de Equilibrio

10.4 Análisis de Sensibilidad

Considerando un porcentaje de variación de un incremento del 2% en las ventas y del 1% en los costos se obtiene el siguiente resultado:

EMPRESA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS MARAVILLAS INFANTILES

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	VARIACIÓN
INVERSIÓN TOTAL	\$ (3.531,01)						
VENTAS		\$ 123.653,38	\$ 139.754,33	\$ 165.647,47	\$ 196.667,68	\$ 233.868,04	2%
(-) Costo de Venta		\$ (87.457,92)	\$ (98.127,79)	\$ (117.105,70)	\$ (139.753,94)	\$ (166.782,35)	1%
(=) Utilidad Bruta		\$ 36.195,46	\$ 41.626,54	\$ 48.541,77	\$ 56.913,74	\$ 67.085,68	
(-) Gastos Administrativos		\$ (30.408,80)	\$ (30.585,60)	\$ (29.690,50)	\$ (29.695,49)	\$ (29.700,58)	
(-) Gastos de Ventas		\$ (2.400,00)	\$ (2.448,00)	\$ (2.496,96)	\$ (2.546,90)	\$ (2.597,84)	
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 3.386,66	\$ 8.592,94	\$ 16.354,32	\$ 24.671,35	\$ 34.787,26	
(-) Gastos Financieros		\$ (94,70)	\$ (35,07)	\$ -	\$ -	\$ -	
(=) UAIT		\$ 3.291,96	\$ 8.557,87	\$ 16.354,32	\$ 24.671,35	\$ 34.787,26	
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (493,79)	\$ (1.283,68)	\$ (2.453,15)	\$ (3.700,70)	
Pago de IR		\$ -	\$ (699,54)	\$ (1.818,55)	\$ (3.475,29)	\$ (5.242,66)	
EFFECTIVO NETO		\$ 3.291,96	\$ 7.364,54	\$ 13.252,09	\$ 18.742,91	\$ 25.843,90	
(+) Deprec. Área Prod.		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 319,20	\$ 319,20	\$ 319,20	\$ 319,20	\$ 319,20	
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 140,00	
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 995,01	
(+) Préstamo concedido		\$ (470,18)	\$ (529,82)				
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (3.531,01)	\$ 3.140,97	\$ 7.153,92	\$ 13.571,29	\$ 19.062,11	\$ 27.298,11	
TIR	164,92%						EXTREMADAMENTE SENSIBLE A CAMBIOS EN LOS INGRESOS
VAN	\$ 32.071,49						SEAN POR PRECIO O CANTIDADES
Pay Back	1,05 años						

Tabla 6. Análisis de Sensibilidad (Incremento 2%)

Considerando una disminución del 3% en las ventas y un aumento del 1% en los costos se obtiene el siguiente resultado:

EMPRESA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS MARAVILLAS INFANTILES

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	VARIACIÓN
INVERSIÓN TOTAL	\$ (3.531,01)						
VENTAS	\$ 117.591,94	\$ 132.903,63	\$ 157.527,50	\$ 187.027,11	\$ 222.403,92		-3%
(-) Costo de Venta	\$ (87.457,92)	\$ (98.127,79)	\$ (117.105,70)	\$ (139.753,94)	\$ (166.782,35)		1%
(=) Utilidad Bruta	\$ 30.134,02	\$ 34.775,84	\$ 40.421,80	\$ 47.273,16	\$ 55.621,56		
(-) Gastos Administrativos	\$ (30.408,80)	\$ (30.585,60)	\$ (29.690,50)	\$ (29.695,49)	\$ (29.700,58)		
(-) Gastos de Ventas	\$ (2.400,00)	\$ (2.448,00)	\$ (2.496,96)	\$ (2.546,90)	\$ (2.597,84)		
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$ (2.674,78)	\$ 1.742,24	\$ 8.234,34	\$ 15.030,78	\$ 23.323,14		
(-) Gastos Financieros	\$ (94,70)	\$ (35,07)	\$ -	\$ -	\$ -		
(=) UAIT	\$ (2.769,48)	\$ 1.707,17	\$ 8.234,34	\$ 15.030,78	\$ 23.323,14		
Pago Part. Trab.	\$ -	\$ 415,42	\$ (256,08)	\$ (1.235,15)	\$ (2.254,62)		
Pago de IR	\$ -	\$ 588,51	\$ (362,77)	\$ (1.749,80)	\$ (3.194,04)		
EFFECTIVO NETO	\$ (2.769,48)	\$ 2.711,11	\$ 7.615,49	\$ 12.045,83	\$ 17.874,49		
(+) Deprec. Área Prod.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		
(+) Deprec. Área Adm.	\$ 319,20	\$ 319,20	\$ 319,20	\$ 319,20	\$ 319,20		
(+) Valor Residual de Act. Tang.					\$ 140,00		
(+) Recuperación Cap. Trabajo					\$ 995,01		
(+) Préstamo concedido	\$ (470,18)	\$ (529,82)					
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (3.531,01)	\$ (2.920,47)	\$ 2.500,49	\$ 7.934,69	\$ 12.365,03	\$ 19.328,69	

TIR	70,71%	EXTREMADAMENTE SENSIBLE A CAMBIOS EN LOS INGRESOS
VAN	\$ 14.094,40	SEAN POR PRECIO O CANTIDADES
Pay Back	3,58 años	

Tabla 7. Análisis de Sensibilidad (Aumento 1% en costos)

En ambos casos el proyecto resultó ser rentable.

10.5 Análisis de la Tasa Interna de Retorno, Índice de Rentabilidad, Valor Actual Neto, Retorno de la Inversión

Es necesario recordar que la TIR es el rendimiento esperado de un proyecto de inversión. Si el costo de capital (rendimiento requerido) es igual a TIR (rendimiento esperado), el VPN es igual a cero. Entonces la regla de decisión que se debe considerar para la tasa interna de rendimiento es: emprenda el proyecto de inversión si la TIR excede a r , el costo de capital del proyecto. (Emer, 2000)

En este caso, dado a los resultados, el proyecto significa una buena inversión:

EMPRESA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS MARAVILLAS INFANTILES

CÁLCULO DE TIR Y VAN

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (3.531,01)					
UAIT		\$ 1.733,30	\$ 6.789,16	\$ 14.265,79	\$ 22.198,82	\$ 31.852,93
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (260,00)	\$ (1.018,37)	\$ (2.139,87)	\$ (3.329,82)
Pago de IR		\$ -	\$ (324,13)	\$ (1.269,57)	\$ (2.667,70)	\$ (4.151,18)
EFFECTIVO NETO		\$ 1.733,30	\$ 6.205,03	\$ 11.977,84	\$ 17.391,25	\$ 24.371,92
(+) Deprec. Área Prod.		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 319,20	\$ 319,20	\$ 319,20	\$ 319,20	\$ 319,20
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 140,00
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 995,01
(+) Préstamo concedido		\$ (470,18)	\$ (529,82)			
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (3.531,01)	\$ 1.582,32	\$ 5.994,42	\$ 12.297,04	\$ 17.710,45	\$ 25.826,13

TIR	137,86%
VAN	\$27.986,59
Pay Back	1,33 años

Tabla 8. Cálculo de TIR y VAN

11. CONCLUSIONES

En los eventos a realizarse se enseñarán valores y destrezas cognitivas y estarán dirigidos a niños entre un año a 12 años que viven en la ciudad de Guayaquil, Samborondon o Daule, y que pertenecen a la clase media alta y alta.

De acuerdo a los resultados de la encuesta realizada, el 88% de los padres y familiares de los infantes están interesados en contratar los servicios de una empresa que organice los eventos de sus niños. El 84% estuvo de acuerdo en que se enseñen valores y destrezas cognitivas y que tengan un esquema totalmente diferente en los eventos infantiles.

El nombre de Maravillas Infantiles nació de la idea de proveer momentos maravillosos a los infantes, incluyendo pre-adolescentes, que puedan marcar su vida de manera positiva y fantástica.

Existen muchísimos competidores de Maravillas Infantiles según la investigación de mercado entre los cuales podemos mencionar Play Zone, Piruetas, The Play House entre otros, sin embargo ninguno de ellos ofrece el tipo de servicio que brindará la empresa haciéndola única en el mercado.

Maravillas Infantiles ofrecerá no solamente la organización completa de eventos infantiles que incluye decoración, catering, regalos, local, programa, etc., sino también dará la facilidad de que el cliente pueda elegir adquirir cualquiera de estos productos por separado.

Para aquellas personas que gustan de organizar el esquema de los eventos infantiles, la empresa ofrecerá su producto "Combos Festines" los cuales serán enviados a domicilio y podrán ser elegidos a través de la página web.

Para lograr precios competitivos, Maravillas Infantiles tiene la ventaja de contar con proveedores de confianza y que otorgan precios módicos para poder colocar un margen de ganancia del 40% en los precios.

Las estrategias de publicidad tendrán un bajo costo y para las de promoción se tendrá alianza con el SEHS (Centro Educacional Hogar y Salud) quien donará libros y ayudará con personal preparado para las charlas que se desea impartir a las empresas que contraten los servicios.

Dado a que la empresa tendrá su oficina en el domicilio de la gerente administrativa-operaciones, contará con el apoyo una persona más para ejercer las funciones de gerente general y ventas, utilizará los medios tecnológicos para la publicidad y ventas, tendrá bajos costos administrativos y de ventas. Adicional a ello, no se requerirá realizar mayor inversión dado a que se subcontratará la mayoría de los servicios.

El estado de resultado refleja un crecimiento anual de las utilidades netas. En cuanto a los criterios de valor actual neto, tasa de retorno y tiempo de recuperación, el proyecto es viable por cuanto su valor actual es mayor que 0, la tasa interna excede al rendimiento requerido y el periodo de recuperación es antes del plazo de duración establecida en el proyecto, de 5 años.

Finalmente, se concluye que el proyecto genera rentabilidad, a pesar ser sensible a incrementos en los costos y variaciones negativas en las ventas.

12. Bibliografía

- Alvear, L. (2008). *Proyecto para una empresa de Organización de Eventos Infantiles*. Universidad del Azuay.
- Anonimo. (s.f.). *Habilidades cognitivas*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/luzgarcia03/habilidades-cognitivas1-356752?related=1>
- Anonimo. (s.f.). *La Voz de Houston*. Recuperado el 26 de Diciembre de 2014, de <http://pyme.lavoztx.com/ejemplos-de-mercado-objetivo-5213.html>
- Banco Solidario. (s.f.). *Cuida tu Fututo*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2014, de <http://www.cuidatufuturo.com>
- Campo, J. U. (s.f.). *Expansión.coml*. Recuperado el 14 de marzo de 2015, de <http://www.expansion.com/diccionario-economico/analisis-de-sensibilidad-en-valoracion-de-inversiones.html>
- Corporativa, A. (s.f.). Recuperado el 14 de abril de 2015, de <http://ruta.org/toolbox/sites/default/files/118.pdf>
- Emer, D. (2000). *Administración Financiera Corporativa*. Mexico: Prentice Hall.
- Enciclopedia Financiera*. (s.f.). Obtenido de <http://www.encyclopediainanciera.com/finanzas-corporativas/tasa-interna-de-retorno.htm>
- Garcia, M. (2008). *Manual del Marketing*. Madrid: ESIC.
- Huanaco, L. M. (s.f.). *Análisis Financiero*. Obtenido de <http://www.bbv.com.bo/archivos/gesfin3.pdf>
- Rafael, A. (2001). *El Emprendedor de Exito*. México: McGraw-Hill Interamericana.

TABLAS

PROVEEDORES DE SERVICIOS PARA EVENTOS				
NO.	NOMBRE DEL PROVEEDOR	TIPO DE SERVICIO	PRECIO	OBSERVACIÓN
1	Decorline	Servicio de Caterin y decoración		Precio depende de la cantidad de invitados y tipo de evento
2	Coffelatto	Servicio de Cáterin y decoración		Precio depende de la cantidad de invitados y tipo de evento
3	Cannos DJ	Amplificación	\$ 20	por evento
4	Wider Luna	Animación	\$ 40	por evento
5	Las muñequitas	Animación	\$ 150	por evento
6	Las muñequitas	Caritas pintadas	\$ 10	por hora
6	Carmen Lindao	Artículos para fiesta		Precio depende de la cantidad de invitados y tipo de evento
7	Amanda León	Fotografía	\$ 50	\$1 cada foto, mínimo \$50 fotos
8	James Ortiz	Filmación	\$ 50	Filma durante todo el evento y entrega CD editado
9	CL Servipubli	Artículos para fiesta		Precio depende de la cantidad de invitados y tipo de evento

Tabla 9. Listado de Proveedores

COTIZACIÓN INTERNA	
Cliente:	ANGELINA ROSADO
Homenajeada/o	ROSA ARGUELLO
Edad:	4 AÑOS
Tipo de evento:	CUMPLEAÑOS
Categoría:	SENCILLO
Horas requeridas:	3
# Invitados:	50
Tema:	LAS PRINCESAS
Valor:	HUMILDAD
Lugar:	CLUB DE VILLA CLUB, ETAPA BOREAL
Código	2-0002
ITEMS	VALOR
Amplificación	\$ 20
Animación	\$ 40
Caritas Pintadas	\$ 10
Artículos para fiestas	\$ 100
Cáterin y Decoración	\$ 150
Premios 10	\$ 30
Organización	\$ 180
Local	\$ 100
TOTAL	\$ 630
Observaciones:	
<p>El cliente desea que la entrada y la mesa principal sean decoradas apropiadamente con el tema. La fiesta se realizará en el club del lugar donde vive. El detalle de los artículos escogidos para las fiesta está en la proforma #00019</p>	

Tabla 10. Cotización Interna

Sueldos y Salarios	No. de personal	Sueldo mensual Bruto	Valor Horas Extras	Remuneración mensual	% Beneficios sociales	Gasto Total Sueldos y Salarios
Gerente General y Ventas	1	\$ 650,00	\$ -	\$ 650,00	41,30%	918,45
Gerente Administrativa, Operaciones y Marketing	1	\$ 650,00	\$ -	\$ 650,00	41,30%	918,45
TOTAL	2			\$ 1.300,00		\$ 1.836,90

Tabla 11. Detalle de sueldos y salarios

ANEXO 1

ENCUESTA PARA USUARIOS

Buenos días/tardes, estamos realizando una encuesta para evaluar el lanzamiento de una nueva opción para organizar los diferentes tipos de eventos infantiles. Le agradeceremos brindarnos un minuto de su tiempo y responder las siguientes preguntas:

1. Tiene hijos o familiares cuyas edades oscilen entre el mes de edad hasta los 12 años?
 - Si
 - No

 2. Cuántos hijos tiene? _____

 3. Cuántos familiares tiene que oscilen en las edades mencionadas? _____

 4. Cuáles de los siguientes eventos infantiles su niño o familiar infante ha asistido:
 - Cumpleaños
 - Bautizos
 - Promoción de año (de la pre-básica a la básica)
 - Navidad
 - Fin de año
 - Día del amor y la amistad
 - Día del niño
 - Méritos (el infante ha logrado alcanzar algún mérito de cualquier tipo)
 - Bienvenida
 - Despedidas
 - Festejo por placer
 - Bingo Infantil
 - Pijamada

 5. De los eventos en los cuáles, su niño o familiar infante no ha asistido, cuál o cuáles de ellos le gustaría organizarle o que asista?
-

6. Le gustaría que en todos los eventos infantiles a los que su hijo o familiar asista, enseñen valores y destrezas cognitivas a través de la diversión?
 - Si
 - No
 - Me es indiferente

7. Le gustaría que los eventos infantiles a los que su hijo o familiar infante asista sigan un esquema diferente al que usualmente se acostumbra realizar?
 - Si
 - No
 - Me es indiferente

8. ¿Contrataría una empresa para que le organice los eventos infantiles, despreocupándose usted de todo, con el fin de evitar el estrés que esto conlleva y el cansancio que produce al finalizar los eventos?
 - Si
 - No

En caso de que su respuesta sea afirmativa, continúe el cuestionario.

9. Si ya ha contratado los servicios, hasta cuándo ha gastado por ello
 - Menos de \$300
 - De \$300 a \$899
 - De \$900 a \$1499
 - De \$1500 a \$2000
 - Más de \$2000
 - Aún no he contratado estos servicios

10. Por qué medio ha realizado el contacto y cerrado el negocio con la empresa de organización de evento cuyos servicios ha contratado:
 - Internet
 - Visita a las oficinas o locales
 - Han ido a ofrecerle los servicios en su domicilio, luego de haber realizado un primer contacto telefónico
 - Aún no he contratado estos servicios

11. ¿Le gustaría que el evento sea realizado en su casa o en algún local?
 - Casa
 - Local

12. En caso de haber respondido en la pregunta 11: Local, ¿Dónde desearía que el local este ubicado?

- Sur
- Norte
- Centro
- Vía Samborondon
- Me es indiferente, lo importante es que el local sea el adecuado.
- Otro: _____

13. Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar solamente por el servicio de organización de evento, fuera de los demás ítems que un evento conlleva (mantelería, dulces, torta, piñata, sorpresa, etc.)

- \$50
- \$100
- \$200
- \$500

14. Cómo pagaría la totalidad del servicio (organización de eventos más los demás ítems que un evento conlleva)

- Efectivo
- Cheque
- Tarjeta de crédito
- Plan acumulativo
- Combinación de las opciones anteriores.

