



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**CREACIÓN DE UN CENTRO DE EVENTOS INFANTILES ORIENTADO
A SATISFACER LAS NECESIDADES DE INTEGRACIÓN DE LA
POBLACIÓN DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA
ELENA, AÑO 2017.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL TÍTULO DE
INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORA:

Melissa Annabel Magallán Parrales

LA LIBERTAD-ECUADOR

FEBRERO 2018



**CREACIÓN DE UN CENTRO DE EVENTOS INFANTILES ORIENTADO
A SATISFACER LAS NECESIDADES DE INTEGRACIÓN DE LA
POBLACIÓN DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA
ELENA, AÑO 2017.**

AUTORA: MELISSA MAGALLÁN PARRALES.

TUTORA: ING. VERÓNICA PONCE CHALÉN, MSc.

Resumen

La creación y puesta en marcha de una empresa de eventos, se ostenta como una opción necesaria en el cantón La Libertad, dado que los locales existentes en el mercado no cuentan con una infraestructura cómoda, adecuada y segura para la realización de este tipo de festejo, por lo tanto, en el presente proyecto se propone un centro de eventos infantiles “Bambini”, que brinde un ambiente innovador y caracterizado por estar siempre a la vanguardia en las nuevas tendencias para este fin. Frente a lo establecido, se planteó como objetivo general: Determinar la viabilidad técnica y la rentabilidad económica-financiera para la creación de un centro de eventos infantiles orientado a satisfacer las necesidades de integración de la población del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2017. El sustento teórico cuenta con criterios puntuales y relevantes de libros acerca de conceptos básicos en relación al tema de estudio. Por otro lado, se consideró como diseño de investigación el tipo de estudio descriptivo con idea a defender, cualitativo, cuantitativo, documental, de campo y bibliográfico, con una muestra representativa de 383 habitantes, a quienes se les aplicó la encuesta respectiva, y las entrevistas realizadas a expertos sobre este tipo de negocios, estas dos técnicas permitieron tener claro los lineamientos bajo los cuales se enfrentará. Una vez que se ha procesado los datos obtenidos se concluye que los resultados de los indicadores financieros garantizan la viabilidad del proyecto, dejando demostrado que el negocio propuesto es una buena opción de emprendimiento y éxito.

Palabras claves: Emprendimiento, servicios, evento, necesidades, integración.



**CREATION OF A CHILDREN'S EVENT CENTER ORIENTED TO
SATISFY THE NEEDS OF INTEGRATION OF THE POPULATION OF
THE CANTON LA LIBERTAD, SANTA ELENA PROVINCE, YEAR 2017.**

AUTHOR: MELISSA ANNABEL MAGALLÁN PARRALES.

TUTOR: ING. VERÓNICA PONCE CHALÉN, MSc.

Abstract

The creation and start-up of an event company is shown as a necessary option of the canton La Libertad, given that the existing premises in the market do not have a comfortable, adequate and safe infrastructure for the realization of this type of celebration, therefore, in the present project a “Bambini” children’s event center is proposed, which provides an innovation environment characterized by being always at the forefront of new trends for this purpose. In view of the established, the general objective is: Determine the technical feasibility and economic-financial profitability for the creation of a center for children’s events aimed at satisfying the integration needs of the population of the canton La Libertad, Santa Elena, province, 2017. The theoretical sustenance has specific and relevant criteria of books about basic concepts in relation to the subject of study. On the other hand, it was considered as a research design the type of descriptive, qualitative, quantitative, documentary, field and bibliographic, which a representative sample of 383 inhabitants, to whom the respective survey was applied, and the interviews conducted with experts on this type of business, these two techniques allowed to have clear the guidelines under which it will face. Once the data obtained has been processed, it is conclude that the results of the financial indicators guarantee the viability of the project, demonstrating that de proposed business is a good option for entrepreneurship, and success.

Keywords: Entrepreneurship, services, event, needs and integration.

APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

En mi calidad de Profesor Guía del trabajo de titulación, **“CREACIÓN DE UN CENTRO DE EVENTOS INFANTILES ORIENTADO A SATISFACER LAS NECESIDADES DE INTEGRACIÓN DE LA POBLACIÓN DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2017”**, elaborado por la Srta. Magallán Parrales Melissa Annabel, egresada de la Carrera de Administración de Empresas, de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas, me permito declarar que luego de haber dirigido científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científico, razón por la cual apruebo en todas sus partes.

Atentamente,



.....
ING. VERÓNICA CECILIA PONCE CHALÉN, MSc.
PROFESORA GUÍA

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente Trabajo de Titulación denominado **“CREACIÓN DE UN CENTRO DE EVENTOS INFANTILES ORIENTADO A SATISFACER LAS NECESIDADES DE INTEGRACIÓN DE LA POBLACIÓN DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2017”**, elaborado por **Magallán Parrales Melissa Annabel** declara que la concepción, análisis y resultados obtenidos son verídicos, aportando a la actividad científica, educativa, empresarial y administrativa.

Transferencia de derechos autorales

Declaro que, una vez aprobado el tema de investigación otorgado por la **Facultad de Ciencias Administrativas** de la carrera **Administración de Empresas**, pasan a propiedad exclusiva de la **Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE)** y, su reproducción, total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibida en cualquier instancia.

Atentamente,

.....*Melissa Magallán P.*.....

MAGALLÁN PARRALES MELISSA ANNABEL
CC. No.: 2450372095

AGRADECIMIENTO

Han transcurrido cinco años de constante estudio y sacrificio para conseguir la ansiada meta, primero agradezco a Dios por el regalo de la vida y por darme la fortaleza necesaria para creer en mí, venciendo toda clase de obstáculos que se presentaron a lo largo de mi vida.

Gratitud eterna a mis padres por su amor, confianza y apoyo incondicional que me han brindado, que gracias a su ejemplo han hecho de mí una persona responsable, y sobre todo me han impulsado a seguir adelante sin claudicar.

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena, por darme la oportunidad de estudiar y desarrollarme como una profesional de calidad y con ética. Un agradecimiento especial a mi tutora de tesis, Ing. Verónica Ponce Chalén por compartir sus valiosos conocimientos, experiencias y tiempo de manera desinteresada, la misma que permitió cumplir a cabalidad con los objetivos propuestos.

Con mucho amor y cariño,

Melissa Annabel Magallán Parrales

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado en primer lugar a Dios porque ha estado a mi lado en cada paso que doy, dándome mucho valor y fuerzas para seguir adelante, permitiéndome llegar hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mis queridos padres quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación, forjando los valores de persona de bien y espíritu de superación.

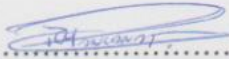
Dedico de manera especial a César Daniel, por la paciencia brindada hacia mí; y por su apoyo constante para continuar y no rendirme ante ningún obstáculo presentado en el lapso de mi carrera universitaria, por compartir momentos buenos y malos, y por demostrarme que siempre podré contar con él.

Y a todos mis amigos por ayudarme a crecer y madurar como persona, por estar apoyándome en todas las situaciones posibles, ustedes también forman parte de esta alegría, SIEMPRE LOS RECUERDO.

Con mucho amor y cariño,

Melissa Annabel Magallán Parrales

TRIBUNAL DE GRADO



.....
Econ. Margarita Panchana Panchana, MTf.
**DECANA DE FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**



.....
Econ. Margarita Panchana Panchana, MTf.
**DIRECTORA (e) DE CARRERA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



.....
Ing. Veronica Ponce Chalén, MSc.
PROFESORA TUTORA



.....
Ing. Linda Núñez Guale, MBA.
PROFESORA DE ÁREA



.....
Ab. Víctor Manuel Coronel Ortiz, MSc.
SECRETARIO GENERAL (e)

ÍNDICE DE CONTENIDO

Resumen.....	ii
Abstract	iii
APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA.....	iv
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vii
TRIBUNAL DE GRADO	viii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	ix
ÍNDICE DE CUADROS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS	xiv
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I.....	9
MARCO TEÓRICO.....	9
1.1. Revisión de la Literatura.	9
1.2. Desarrollo de las teorías y conceptos.	11
1.2.1. Creación de un centro de eventos infantiles.	11
1.2.2. Satisfacer las necesidades.....	28
1.3. Fundamentos Sociales, Psicológicos, Filosóficos y Legales.....	33
1.3.1. Fundamentos Sociales.	33
1.3.2. Fundamentos Psicológicos.	35
1.3.3. Fundamentos Filosóficos.....	36
1.3.4. Fundamentos Legales.	37

CAPÍTULO II	40
MATERIALES Y MÉTODOS	40
2.1. Tipos de investigación.....	40
2.2. Métodos de la investigación.....	42
2.3. Diseño de muestreo.	43
2.4. Diseño de recolección de datos	46
CAPÍTULO III.....	50
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	50
3.1. Análisis de los datos.	50
3.1.1. Análisis de la entrevista.....	50
3.1.2. Análisis de la encuesta.	55
3.1.3. Análisis de la observación.....	69
3.2. Limitaciones.	70
3.3. Propuesta.....	71
3.3.1. Naturaleza del proyecto.....	71
3.3.2. Mercado.....	81
3.3.3. Proceso de servicio.....	97
3.3.4. Organización.	109
3.3.5. Finanzas.....	117
CONCLUSIONES	137
RECOMENDACIONES	138
BIBLIOGRAFÍA	139
ANEXOS.	145

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Población encuesta, entrevista y observación.	44
Cuadro 2: Número de encuestas aplicadas por cantón.	46
Cuadro 3: Paquetes promocionales	51
Cuadro 4: Género.	55
Cuadro 5: Edad.....	56
Cuadro 6: Ingreso mensual.....	57
Cuadro 7: Hijos menores a 12 años.	58
Cuadro 8: Acostumbran a celebrar los eventos infantiles.....	59
Cuadro 9: Los locales de fiestas infantiles ofrecen una gama de servicios.	60
Cuadro 10: Infraestructura de los actuales locales son adecuados para su uso.....	61
Cuadro 11: Juegos inflables buena opción para la diversión de los niños.	62
Cuadro 12: Animación aspecto relevante para la diversión de los niños.....	63
Cuadro 13: Los servicios adaptados a sus necesidades y exigencias.....	64
Cuadro 14: Empresa de eventos infantiles	65
Cuadro 15: Los locales satisfacen los requerimientos del cliente.....	66
Cuadro 16: los servicios que ofrecen los locales son de calidad.....	67
Cuadro 17: La atención brindada va a influir en la elección del mismo.....	68
Cuadro 18: Matriz evaluación del nombre o razón social.....	74
Cuadro 19: Matriz estratégica FODA.	78
Cuadro 20: Segmentación del mercado.....	85
Cuadro 21: Consumo Aparente.	86
Cuadro 22: Análisis Cuantitativo.	87
Cuadro 23: Análisis Cualitativo.	88
Cuadro 24: Ficha técnica del servicio.	89
Cuadro 25: Acciones a realizar por la empresa.....	96
Cuadro 26: Simbología de los flujogramas.....	100
Cuadro 27: Diagrama de flujo del proceso entrega del bien.....	101

Cuadro 28: Necesidad de materia prima.	102
Cuadro 29: Proveedores.	103
Cuadro 30: Equipos a utilizar y sus características.	105
Cuadro 31: Cronograma de adquisición de materia prima.	108
Cuadro 32: Manual de Función del Administrador.	110
Cuadro 33: Manual de Función del Contador.	111
Cuadro 34: Manual de Función del Organizador de eventos.	112
Cuadro 35: Manual de Función del Personal de Apoyo.	113
Cuadro 36: Manual de Función del Guardia.	114
Cuadro 37: Catálogo de cuentas.	118
Cuadro 38. Costos y gastos.	121
Cuadro 39: Capital de trabajo.	123
Cuadro 40: Inversión Total.	124
Cuadro 41: Financiamiento.	125
Cuadro 42: Aportación de los socios.	125
Cuadro 43: Amortización de la deuda.	126
Cuadro 44: Proyección de ventas en unidades.	127
Cuadro 45: Proyección de ventas en dólares.	127
Cuadro 46: Estado de Resultados Proyectado.	129
Cuadro 47: Flujo de Efectivo Proyectado.	130
Cuadro 48: Balance General Proyectado.	131
Cuadro 49: Valor Actual Neto (VAN).	132
Cuadro 50: Tasa Interna de Retorno (TIR).	133
Cuadro 51: Recuperación de la inversión.	134
Cuadro 52: Punto de Equilibrio en cantidad.	134
Cuadro 53: Punto de Equilibrio en dólares.	135
Cuadro 54: Indicadores Financieros.	136

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Género.....	55
Gráfico 2: Edad.	56
Gráfico 3: Ingreso mensual.	57
Gráfico 4: Hijos menores a 12 años.	58
Gráfico 5: Acostumbran a celebrar los eventos infantiles.	59
Gráfico 6: Los locales de fiestas infantiles ofrecen una gama de servicios.	60
Gráfico 7: Infraestructura de los actuales locales son adecuados para su uso.	61
Gráfico 8: Juegos inflables buena opción para la diversión de los niños.....	62
Gráfico 9: Animación aspecto relevante para la diversión de los niños.	63
Gráfico 10: Los servicios adaptados a sus necesidades y exigencias.	64
Gráfico 11: Empresa nueva de eventos infantiles.	65
Gráfico 12: Los locales satisfacen los requerimientos del cliente.	66
Gráfico 13: Los servicios que ofrecen los locales son de calidad.....	67
Gráfico 14: La atención brindada va a influir en la elección del mismo.	68

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Localización de la empresa.....	76
Figura 2: Análisis FODA.	77
Figura 3: Logo de la empresa.....	90
Figura 4: Plaza o distribución.	92
Figura 5: Promoción.....	93
Figura 6: Estrategias de comunicación.	94
Figura 7: Diseño de la empresa "Bambini"	107
Figura 8: Estructura Organizacional.	109
Figura 9: Desarrollo del personal.....	115
Figura 10: Medios de contratación del personal.	115

INTRODUCCIÓN

En la actualidad se han formado nuevas ideologías acerca de las celebraciones de fiestas infantiles, las mismas que se han mantenido en los últimos años en nuestro país, siendo común que los padres opten por realizar el festejo en un lugar confortable, acogedor, seguro y por supuesto que satisfaga las necesidades en cuanto a la organización de eventos, sobre todo aquellos relacionados con los niños, fuente de inspiración, felicidad y alegría para la familia.

Lo antes mencionado ha dejado obsoleta a las típicas reuniones en los hogares donde los padres abrían las puertas de su casa a sus familiares y amigos generando desgaste y estrés ya que debían encargarse de las compras, comida, decoración, contratación de juegos de entretenimiento, animación creativa e interactiva y además estar presente atendiendo a los invitados para que todo sea un éxito.

También se debe sumar que la celebración de un cumpleaños no solo se trata de la realización de una fiesta; evidentemente, al festejar esta fecha importante se consigue una gran conexión con los demás miembros de la familia potencializando el sentimiento de integración, aprendiendo habilidades sociales y recibiendo el cariño de todas aquellas personas que asisten a dicho evento.

La escasez de locales que presten instalaciones óptimas para el sano esparcimiento y diversión de los invitados, los precios elevados, los paquetes previamente establecidos, la carencia de innovación, se convierte en un impedimento para que el consumidor pueda elegir a su gusto y requerimiento; por lo tanto, los residentes

del cantón La Libertad y sectores aledaños, no pueden satisfacer sus necesidades al momento de organizar un evento infantil.

Tomando como base dicha información nace la idea de crear un centro de eventos infantiles, que ofrezca todo lo necesario para que el festejo de los más pequeños sea inolvidable, que además brinde un servicio de calidad en cuanto al lugar físico, decoración, animación, juegos infantiles, áreas verdes, higiene del local y seguridad tanto para los juegos como en las instalaciones del negocio. Es necesario recalcar que, aunque este no es un servicio nuevo, presenta un enfoque temático diferente a las existentes en el sector ya que tiene valor agregado.

Si bien es cierto el anhelo de todo padre es observar el desarrollo y crecimiento de sus hijos y conservar consigo los mejores recuerdos de una fecha especial como lo es su cumpleaños, la manera cotidiana de lograrlo es la realización de una fiesta en compañía de sus familiares, amigos y conocidos.

En la actualidad, el tiempo que tienen los padres de familia para organizar las fiestas infantiles de sus hijos se limita por varios motivos entre los cuales se tiene: trabajo, cansancio físico o simplemente por estrés, dado a que la mujer comenzó a ejercer un papel muy importante en el ámbito laboral, ahora ambos se ayudan mutuamente en lo económico.

Es común encontrar en el mercado negocios que se dedican a ofrecer artículos para fiestas infantiles, pero no ofrecen la organización de la misma, en cambio otros organizan el festejo, pero no poseen el lugar adecuado para desarrollarlo, por otro lado, están los que alquilan locales, pero no organizan la celebración. La situación

planteada ocasiona fatiga y molestias en los padres, debido a que tienen que efectuar varias actividades para ver materializada la fiesta ideal de sus hijos.

Es lamentable que siendo Santa Elena una de las provincias más jóvenes y progresista, cuente con escasos locales que se dediquen a organizar fiestas infantiles, incluyendo una amplia infraestructura y una variedad de servicios que satisfagan las exigencias y requerimientos de los clientes. Las causas y consecuencias de lo antes establecido se sintetizan a continuación:

- ✓ La inconformidad que presentan muchos de los padres de familia es que buscan un lugar dónde celebrar el cumpleaños de los más pequeños de la casa, y dentro del mercado existen locales que brindan servicios deficientes, espacio reducido, animación de baja calidad y repetitiva e incluso las instalaciones físicas no reúnen las condiciones esperadas para la fiesta ideal de sus hijos.
- ✓ Otro aspecto a considerarse en el sector de fiestas infantiles es que el servicio es poco profesional, y esto es uno de los principales problemas. En muchas ocasiones no se cumple con lo prometido o realizan el evento con muchas falencias. Se ha detectado que uno de los aspectos claves para que este tipo de negocios funcione es contar con personal altamente calificado, inspectores y coordinadores que sean capaces de detectar los requerimientos de los clientes y plasmarla en una propuesta adecuada para ellos.
- ✓ Otro factor clave es la personalización, cada individuo tiene la idea de cómo desarrollar su evento, pero muchas veces necesitan de personas especializadas en esta rama para visualizar y cristalizar sus requerimientos.

A partir de esto nace la idea de la creación de un centro de eventos infantiles en el cantón La Libertad, que brinde no solo un servicio similar al de los demás, sino que se diferencie de los locales que se encuentran en el mercado; por esta razón, se propone realizar un estudio previo de las nuevas tendencias, moda, y lo que requieren las personas en la actualidad para tener éxito en el desenvolvimiento de la presente propuesta.

Es por aquello que se formuló el tema del presente trabajo de investigación, partiendo desde la interrogante: ¿De qué manera la creación de un centro de eventos infantiles va a satisfacer las necesidades de integración de la población del cantón La Libertad?

Por consiguiente, se ha optado por responder a las siguientes interrogantes:

1. ¿Cómo incide la estructura y tamaño del centro de eventos infantiles en los niveles de satisfacción de las exigencias y requerimientos de la población del cantón La Libertad?
2. ¿Qué nivel de aceptación por parte de la demanda tendrá la creación de un centro de eventos infantiles en el cantón La Libertad?
3. ¿En qué medida la creación de un centro de eventos infantiles va a satisfacer las necesidades, gustos y preferencias de la población del cantón La Libertad?

De esta manera, el objetivo general consiste en “Determinar la viabilidad técnica, económica y financiera para la creación de un centro de eventos infantiles orientado a satisfacer las necesidades de integración de la población del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2017”.

Con el presente trabajo se pretende responder las siguientes tareas científicas con la finalidad de determinar la factibilidad de este proyecto

1. Determinar la demanda optima del servicio y las características de la población consumidora a través de un estudio de mercado.
2. Realizar el estudio técnico que abarque aspectos como: estructura, tamaño y localización del centro de eventos infantiles acorde a los requerimientos actuales.
3. Crear un centro de eventos infantiles que satisfaga las necesidades, gustos y preferencias de la población del cantón La Libertad.

Las costumbres han evolucionado y entre ellas la forma de celebrar las fiestas infantiles, en épocas anteriores se realizaban en casa, donde los padres de familia o allegados eran los encargados del arduo proceso de planificación en lo que respecta a la compra de bocaditos, piñata, sorpresas, gaseosas, torta y la decoración en general, es decir, ésta se desarrollaba de manera personalizada, pero a su vez, demanda más dedicación y tiempo por parte de ellos.

Con el pasar del tiempo éste tradicional estilo ha quedado de lado, debido a que los padres que organizan la fiesta poseen ocupaciones en el ámbito laboral, en este sentido (Cebrian Valdiviezo & Suárez Chumacero, 2014), manifiesta que la mayoría de las familias no cuentan con amplios jardines dentro de sus hogares, las mismas se prestaban para acoger a un gran número de invitados. Dado al crecimiento de la demanda se crearon empresas que ofrecen espacios físicos, decoraciones, juegos de diversión, entre otras alternativas de servicios.

Los padres modernos buscan lugares prácticos para evitarse la molestia y fatiga que se ocasiona antes, durante y después de la fiesta, quieren un establecimiento donde sus hijos se puedan divertir y ellos también puedan disfrutar; es decir, buscan comodidad, calidad, seguridad, juegos infantiles, espacios suficientes y sobretodo rapidez en los servicios que se desean contratar. (Telégrafo, 2014)

Es importante recalcar que en el cantón La Libertad existen varias empresas que ofrecen este tipo de servicio; sin embargo, éstas denotan la necesidad que existe, más no la importancia que se necesita para satisfacer los deseos, exigencias y requerimientos del público consumidor. Por tal razón, se considera relevante el propósito de ingresar al mercado este servicio innovador, pues la implementación de un centro de eventos infantiles equipado nace de la idea de combinar varios elementos como son: propuestas novedosas basadas en los gustos de los anfitriones, tendencias en moda, que unidos al maravilloso ambiente prometen una nueva opción para disfrutar de una experiencia única e inolvidable tanto para los niños, padres e invitados.

Por lo tanto; los beneficiarios con este trabajo de investigación serán:

- ✓ Los padres de familia: Es importante para los padres contar con una empresa que ofrezca servicios prácticos en la realización de cumpleaños infantiles y además, tenga un lugar amplio, cómodo y seguro, para que ellos y sus invitados disfruten y se diviertan del evento social, sin tener ninguna clase de preocupación. Este proyecto permitirá la integración familiar de los futuros usuarios del servicio.

- ✓ La sociedad: La creación de este nuevo negocio generará fuentes de empleo tanto para el inversionista como para las personas que directa o indirectamente están involucradas dentro del proyecto. Es importante acotar que de esta manera se pretende mejorar las condiciones de vida de la población.
- ✓ Al investigador: El trabajo de investigación ayudará a adquirir nuevos conocimientos en el área administrativa y de negocios.
- ✓ Los estudiantes: El trabajo de titulación servirá como base o referencia para futuras investigaciones sobre el tema propuesto, el mismo que es la creación de un centro de eventos infantiles y en las áreas de administración de empresas, ingeniería comercial, gestión empresarial, entre otras.

La idea a defender es que la creación de un centro de eventos infantiles aportará a la satisfacción de las necesidades de integración de la población del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2017.

El contenido del proyecto de emprendimiento está desarrollado por tres capítulos que detallan sistemáticamente la solución del problema propuesto. A continuación, se detallan cada uno de ellos:

El capítulo 1, se desarrolla el marco teórico, que está estructurado por la revisión de la literatura, que abarca trabajos previos en relación al enfoque del área de estudio. Asimismo, se desarrollan las teorías y conceptos, que reúne varias definiciones que aportan a la comprensión de las variables, que sustentan la investigación, con información relevante de diferentes autores; y los aspectos psicológicos, filosóficos, sociales y legales que sostiene la viabilidad del proyecto.

El capítulo 2, comprende los materiales y métodos, comenzando por el tipo de investigación, seguido de las técnicas más factibles para realizar el estudio. Otro punto a considerar en esta sección es el diseño de muestreo que consiste en la participación de la población, además se presenta el diseño de recolección de datos, en el que se encuentran las técnicas de recolección de información, las mismas que son analizadas mediante métodos estadísticos para finalmente interpretar resultados.

El capítulo 3, contiene el desarrollo de la propuesta, está basado en la creación de un Centro de Eventos Infantiles cuyo nombre es “Bambini”. Se mide los indicadores financieros y económicos por medio de los estados financieros, flujo de caja, presupuestos de ventas que brindan una perspectiva clara sobre la posición que tendrá la empresa dentro del mercado.

Por otro lado, también se hace constar las discusiones, conclusiones y sugerencias, se trabajó desde la discusión, la misma que se deduce en el análisis e interpretación de los datos obtenidos durante el desarrollo de la investigación, para posterior a esto en las conclusiones considerar cada uno de los resultados, de igual manera en la parte final se plantean las sugerencias correspondientes.

Finalmente, el trabajo de titulación se encuentra sustentado en la bibliografía de distintos autores que con sus valiosos aportes han enriquecido este estudio. En los anexos se adjunta la matriz de consistencia, modelo de encuesta y entrevista, ficha de validación de instrumentos de recolección de datos, fotos, entre otros.

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

Mediante el desarrollo del marco teórico se logrará cristalizar conocimientos relativos a diversos conceptos que son fundamentales para llevar a cabo la creación de un centro de eventos infantiles orientado a satisfacer las necesidades de integración de la población del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena.

1.1. Revisión de la Literatura.

Hoy en día los padres buscan la manera más atrayente de realizar las fiestas infantiles de sus pequeños hijos, por lo general optan por alquilar locales que se dedican a la organización total de este tipo de eventos, evitándose el estrés y la fatiga que se ocasiona antes, durante y después de dicho festejo, buscan un lugar donde sus niños puedan divertirse; se sientan cómodos con espacios amplios y sobretodo rapidez en los servicios ofertados.

El presente proyecto está basado en brindar a la población un lugar que integre los principales elementos que conllevan la celebración de una fiesta infantil entre los cuales se tiene: lugar amplio, diversas atracciones y actividades recreativas donde el cliente pueda realizar su festejo. En el cantón La Libertad, existen negocios dedicados a esta actividad económica, pero disponen de una infraestructura inadecuada, además ofrecen alternativas comunes que no reúnen las condiciones esperadas por los padres de familia.

Para los profesionales en el área de ciencias administrativas a nivel internacional, nacional y local, el tema referente a la creación de un centro de eventos infantiles, no ha pasado desapercibido, y previo a la obtención de un título especializado en sus diferentes niveles de grado académico han elegido por orientar sus conocimientos en temas relacionados con la propuesta, así es posible citar a:

Universidad Espíritu Santo, “Plan de negocios para la creación de una empresa dedicada al alquiler de espacio y planeación de eventos infantiles en la ciudadela las orquídeas al norte de Guayaquil” en el año 2015. Este trabajo de titulación permitió conocer el perfil del cliente que pertenece al sector servicios, eventos infantiles, esto se dio con la finalidad de satisfacer las necesidades del cliente y además llenar sus expectativas. El objetivo general se basó en realizar un plan de negocios para la creación de una empresa dedicada al alquiler de local y organización de fiestas infantiles en la ciudadela Las Orquídeas ubicada al norte de Guayaquil. El presente proyecto requirió de la investigación cuali-cuantitativa de tal manera que reflejen datos reales. Con el enfoque cuantitativo se realizó una encuesta dirigida a clientes potenciales y con el cualitativo se obtuvo información de tesis doctorales, libros, páginas web oficiales y periódicos para el desarrollo del trabajo. Por medio de esta investigación se determinó que los locales de eventos infantiles brindan comida rápida como: hot dogs, hamburguesas y pizzas, para lo cual la empresa no hará excepciones, lo que implementará a largo plazo es el diseño e incorporación de una fiesta verde, en este sentido será más saludable y amigable con el planeta tierra. Es indiscutible que el servicio de fiestas infantiles no es nuevo dentro del mercado, las empresas organizadoras de eventos deben incurrir en el

sector de entretenimiento para los más pequeños del hogar, a través de un servicio de calidad e innovación, también deben contar con instalaciones amplias, seguras y divertidas, para aquello es necesario brindar varias alternativas, además de implementar circuitos que permitan que tanto padres de familia, niños y demás invitados participen y se diviertan de acuerdo a su edad, siendo éste, el principal valor agregado que la empresa ofertará.

1.2. Desarrollo de las teorías y conceptos.

1.2.1. Creación de un centro de eventos infantiles.

Empresa.

Según (Prieto García , Álvarez Martínez, & Herráez Vidal, 2013), en su libro Empresa e iniciativa emprendedora, manifiesta que:

La empresa es una unidad económica encargada de combinar los factores de producción: tierra, trabajo, capital, organización y todas aquellas actividades que le permitan dedicarse a la transformación de bienes y/o servicios para satisfacer las necesidades de la sociedad, con el propósito de obtener una utilidad o beneficio (pág. 49).

Por otra parte para Pirla, como se citó en (Soriano Llobera, García Pellicer, Torrents Arevalo, & Viscarri Colomer, 2012), la empresa es “La unidad económica de producción cuya función general es la de crear o aumentar la utilidad de los bienes, es decir, dar a estos aptitud para servir a los fines del hombre, dando satisfacción a sus necesidades y deseos” (pág. 11).

Proyecto.

Los autores (Jack & James P. , 2012) en su libro Administración exitosa de proyectos manifiestan que “Un proyecto es un esfuerzo para lograr un objetivo específico por medio de una serie particular de tareas interrelacionadas y el uso eficaz de los recursos” (pág. 4).

Asimismo (Lledó , 2017) conceptualiza al proyecto como “Un esfuerzo temporal que se lleva a cabo para crear un producto, servicio o resultado único, en base a la organización y planificación de algo futuro, con la finalidad de dar respuesta a una necesidad humana” (pág. 20).

Plan de negocios.

Según (Moyano Castillejo, 2016) afirma que:

Un plan de negocios es un documento que ayuda a planificar actividades del negocio, a tener un norte, a definir objetivos, cómo lograrlos y en qué tiempo lograrlos. Además, permite hacer correcciones y modificaciones de las actividades descriptivas para generar ganancia. (párrafo 1)

Por otra parte (Moreno Castro, 2016), manifiesta que un plan de negocios es “un documento indispensable que reúne toda la información necesaria para valorar un negocio de emprendimiento y determinar los parámetros generales para su puesta en marcha. Además presenta aspectos relevantes como: objetivos, estrategias, proceso productivo, organizativo, inversión requerida y rentabilidad deseada” (pág. 18).

Definición del negocio.

Según (Pedraza Rendón, 2014) “Consiste en detallar la información del negocio focalizando a los clientes que se pretende atender y al tipo de productos y servicios que se ofrecerá” (pág. 11).

Señalan los autores (Mendoza Iñiguez & Barba Saraguro, 2012) que:

Cuando se ha seleccionado una idea como iniciativa para desarrollar un negocio, la misma debe responder a una necesidad o deseo actual o potencial de los consumidores. Ese es el objetivo fundamental.

Las personas compran bienes o servicios para satisfacer una necesidad o deseo. Detectar esas necesidades y deseos se convierten en oportunidades de negocios y el empresario busca la forma más conveniente de satisfacerlos. (párrafo 1)

Misión.

Para (Pedraza Rendón, 2014) la misión “Declara lo que el empresario hace o lo que hará y para quién lo hará. Por lo general, el enunciado de la misión establece su perfil y refleja su identidad” (pág. 11).

Al respecto (Luna González, 2016) indica que “Es la declaración formal de la alta gerencia de una organización en el cual se establece su razón de ser, su propósito fundamental y para qué existe la misma, indicando minuciosamente que productos se van a ofrecer al mercado” (pág. 51).

Visión.

Según los autores (Martínez Pedrós & Milla Gutiérrez, 2012), manifiestan que es una “Declaración que determina dónde queremos llegar a futuro. Una visión puede o no puede tener éxito, depende de si el resto sucede según la estrategia de la empresa” (pág. 21).

De igual manera (Gallardo & Maldonado , 2016) admitieron que “La visión fija el rumbo de la organización, coordina los esfuerzos de sus integrantes y, estimulando la creatividad y reconociendo sus fortalezas” (pág. 18).

Valores.

(Domínguez Bocanegra, Domínguez Bocanegra, & Domínguez Valencia, 2016) “Los valores se deben determinar con la opinión de los miembros de la organización, se debe crear una atmósfera de compromiso común, es invitar a los corazones y mentes de los empleados a unirse al propósito de la compañía” (pág. 15).

La autora (Reyes Pincay, 2015), piensa que:

Los valores son normas morales que cada individuo o persona posee. Para que una empresa marche bien, es necesario procurar que los candidatos a empleados de una empresa posean valores y actitudes indispensables, tales como: la lealtad, honestidad y sinceridad. Si los empleados cuentan con estos valores la empresa tiene más probabilidad de alcanzar el éxito empresarial. (pág. 15)

Objetivos.

(Reyes Pincay, 2015), considera que:

La formulación de objetivos es el punto de partida de la creación de un negocio, sin objetivos la empresa no tiene rumbo. Elaborar un objetivo consiste en determinar que se quiere hacer, como se lo va a hacer y para que se lo va a hacer. (pág. 15)

(Campos González , 2014) “Los objetivos estratégicos son el producto del análisis de la situación interna y externa de la empresa. A este tipo de objetivos se los denomina globales, generales o corporativos” (pág. 22).

Estrategias.

(Fernández Lorenzo, 2012), afirma que la estrategia es:

La Forma en la que la empresa o institución, en interacción con su entorno, despliega sus principales recursos y esfuerzos para alcanzar sus objetivos. Visto de otra forma la estrategia es la búsqueda intencional de un plan de acción que una organización realiza para conseguir productividad en el presente y asegurar su rentabilidad en el futuro. (pág. 2)

El autor Bowen como se citó en (Reyes Pincay, 2015), manifiesta que “Las estrategias indican hacia donde se quiere llegar, y donde se quiere dirigir el negocio, es decir, la estrategia es el conjunto de acciones que se realizan para conseguir un fin determinado” (pág. 16).

Análisis DAFO.

El autor (Speth, 2015) indica que

El análisis DAFO permite tener un diagnóstico sobre la situación actual de una organización tanto interno como externo. En un nivel interno se encuentran los aspectos positivos siendo estas las fortalezas y debilidades, así como en el nivel externo las oportunidades y amenazas. Es necesario recalcar que se debe detectar a tiempo tanto los aspectos positivos como los aspectos negativos. (párrafo 4)

Por su parte (Martínez Pedrós & Milla Gutiérrez, 2012), manifiestan que:

El análisis DAFO resume los aspectos clave de un análisis del entorno de una actividad empresarial (perspectiva externa) y de la capacidad estratégica de una organización (perspectiva interna). La actividad y la estrategia son fundamentales y complementarias.

La perspectiva interna: Tiene que ver con las fortalezas y las debilidades del negocio, aspectos sobre los cuales los gestores de la empresa tiene algún grado de control.

La perspectiva externa: Mira las oportunidades que ofrece el mercado y las amenazas que debe afrontar el negocio en el mercado seleccionado. Se trata de aprovechar al máximo esas oportunidades y anular o minimizar esas amenazas, circunstancias sobre las cuales los promotores del proyecto tienen poco o ningún control directo. (pág. 110)

Estudio de mercado.

(Vargas Belmonte, 2013)

El estudio de mercado es el instrumento que permite a la organización conocer el mercado en el que va a ofrecer sus productos y/o servicios, pues de esta manera se acerca al mismo para conocerlo, comprenderlo y para posteriormente desarrollar su estrategia para satisfacerlo. Es necesario recalcar que este análisis ayuda a determinar en qué mercado va a interactuar la empresa, que necesidades debe atender, quienes son los competidores, que producto y en qué cantidades se va a adquirir por parte de los consumidores y a qué precio. (pág. 109)

En consonancia con la investigación de mercados los autores (Villanueva & De Toro, 2017), señalan que:

Para acertar en las decisiones sobre el mercado, hay que dilucidar si interesa hacer estudios sobre las características cualitativas de los clientes potenciales y sobre el volumen de ventas que se prevea alcanzar. Conocer el comportamiento de los usuarios ayuda a establecer muchas de las políticas comerciales tener una idea de volúmenes facilita acertar en la cantidad de recursos poner sobre el tapete. (pág. 23)

Oferta.

(Pérez Aguilera , 2013) “Es el conjunto de bienes o servicios que se orientan a satisfacer la demanda detectada en el mercado” (pág. 19).

Por otra parte y en forma complementaria (Luna González, 2016), indica que “Consiste en analizar y determinar la cantidad necesaria para realizar el plan estratégico de negocios” (pág. 160).

Demanda.

(Monferrer Tirado, 2013), manifiesta que “Al volumen total de producto que sería adquirido por un mercado en un espacio y periodo de tiempo fijado, para unas condiciones de entorno y esfuerzo comercial determinado” (pág. 55).

(Cue Mancera & Quintana, 2014), piensa que la demanda “Es la cantidad de bienes y servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir a los diferentes precios” (pág. 59).

Componentes del Marketing mix.

Producto.

(Mesa Holguín, 2012)

Es un bien, servicio, idea, información, lugar, persona, experiencia, organización, es decir, cualquier “cosa que ofrezca en venta para el intercambio. Incluye diseño, empaque, marca, etiqueta y demás características tangibles e intangibles junto con el servicio adicional proporcionado y relacionado con el producto. En otras palabras este componente del marketing mix engloba a los bienes y/o servicios que una empresa comercializa. (pág. 4)

(Casado Díaz & Sellers Rubio, 2013) “El producto es cualquier bien, servicio o idea que se ofrece al mercado. Es el medio para alcanzar el fin de satisfacer las necesidades del consumidor” (pág. 62).

Plaza (distribución).

(Soria Ibáñez, 2016), manifiesta que la plaza “Hace referencia al conjunto de tareas y operaciones materiales, comerciales, administrativas y jurídicas necesarias para que los productos o servicios producidos por los fabricantes lleguen a los consumidores finales” (pág. 37).

Por otra parte (Lázaro Esteban , 2015), señala que: “Elemento del mix para conseguir que el producto llegue satisfactoriamente al cliente” (pág. 100).

Precio.

Para la autora (Soria Ibáñez, 2016), “El precio es el único componente del marketing mix que genera ingresos para la compañía, ya que las demás variables solo ocasionan gastos. En efecto, es la cantidad de dinero que se cobra por un producto que se ofrece”. (pág.36)

Asimismo (Espinosa , 2014), plantea que:

El precio es la variable del mix por la cual entran los ingresos de una empresa. Antes de fijar los precios de los productos se debe estudiar varios aspectos. Visto de esta forma es la cantidad de dinero que el cliente debe pagar para la adquisición del producto y/o servicio. (párrafo 3)

Promoción.

(Pérez Aguilera , 2013), manifiesta que “Está formada por un conjunto de incentivos dirigidos a los consumidores finales e intermediarios, con el fin de incrementar las ventas de un producto a corto plazo” (pág. 21).

(Mendoza Iñiguez & Barba Saraguro, 2012), asegura que:

La comunicación comprende el conjunto de actividades que se desarrollan con el propósito de informar y persuadir, en un determinado sentido, a las personas que conforman los mercados objetivos de la empresa, a sus distintos canales de comercialización y al público en general. (pág. 27)

Estudio técnico.

(Riveros Polanía, 2015), plantea que: “Hace referencia a los aspectos técnicos y operativos necesarios para el uso eficiente de los recursos disponibles para la elaboración de un bien y/o servicio, en el mismo se determina el tamaño óptimo del lugar de producción, instalaciones, equipos, etc.” (pág. 30).

(Andía Valencia & Paucara Pinto, 2016)

El análisis técnico comprende los aspectos técnicos y operativos necesarios para el uso eficiente de los recursos disponibles para la elaboración de un producto, bien y/o servicio, en el mismo se determina el tamaño óptimo del lugar de producción, instalaciones, equipos, maquinarias, entre otros factores (pág. 81).

Estudio de producción.

(Vargas Belmonte, 2013), plantea que el estudio de producción comienza con “Un análisis del proceso productivo, cómo se va a realizar el mismo, sus fases y características” (pág. 109).

Según (Mendoza Iñiguez & Barba Saraguro, 2012)

El plan de producción contemplará la forma en que se va a llevar a cabo todo el proceso destinado a generar los productos o servicios que la empresa va a ofrecer. El proceso de producción supone la resolución al problema de acomodar las cantidades de recursos disponibles (o búsqueda y obtención) para proporcionar las cantidades de productos (producción) que optimicen alguna función (cantidad, beneficio, mínimos costes, rentabilidad, rendimiento). (pág. 30-31)

Estudio organizacional.

Sobre el estudio organizacional (Vargas Belmonte, 2013), señala que:

Se describirá el organigrama de la empresa. Se detallarán las funciones de los directivos y de los empleados, los puestos de las actividades a realizar y las responsabilidades de cada uno. En esta fase se analizarán los convenios laborales de cada categoría, las formas de contratación, el número de trabajadores, los turnos de trabajo y la remuneración. (pág. 109)

Por otro lado (Mendoza Iñiguez & Barba Saraguro, 2012), plantean que:

La empresa dispone de una serie de recursos, materiales y humanos, gracias a los cuales se consiguen llevar a cabo las tareas necesarias para cumplir sus objetivos. Para que esto funcione es precisa una coordinación y organización de todos ellos. La organización consiste en describir la estructura en que se materializa, cómo se relacionan las distintas partes entre sí y qué requisitos hacen falta para su funcionamiento. (pág. 32)

Estructura Organizacional.

Desde el punto de vista de (Vásquez Roja, 2012) “La estructura organizacional es fundamental en todas las empresas, define muchas características de cómo se va a organizar, tiene la función principal de establecer autoridad, jerarquía, cadena de mando, organigramas y departamentalizaciones, entre otras” (párrafo 1).

Sin embargo (Godoy Trujillo, 2016), plantea que “La estructura organizacional se puede definir como la forma de organización de los recursos humanos y sus actividades en la empresa, siendo agrupados por áreas o departamentos coordinados entre sí para la consecución de los objetivos comunes a la empresa” (pág. 06).

Estudio y evaluación financiera.

Por otra parte y en forma complementaria (Luna González, 2016), indica que “Consiste en analizar y determinar la cantidad necesaria para realizar el plan estratégico de negocios” (pág. 160).

(Vargas Belmonte, 2013) “El análisis de viabilidad económica de un proyecto se refiere al estudio financiero, pues este permite ordenar y sistematizar la información de carácter económica que suministraron las etapas anteriores, para luego elaborar los cuadros analíticos de evaluación” (pág. 109).

Salón de eventos.

Según los autores (Mendoza Iñiguez & Barba Saraguro, 2012) “Los salones de eventos son establecimientos donde se proporcionan ciertos servicios al público, estos pueden ser utilizados para distintos tipos de eventos” (pág. 10).

En contra parte el (Telégrafo, 2014) considera que “Los locales son una herramienta muy útil para el padre de familia moderno, pues ofrecen un sin número de facilidades, ya sea al momento de pagar como al adquirir los productos que brindan estos espacios” (párrafo 16).

Fiesta.

El Diario (Telégrafo, 2014) en una de sus secciones afirma que “Las fiestas consisten en la reunión de un grupo de niños, jóvenes, adultos y adultos mayores, para celebrar un acontecimiento importante y divertirse, por lo general este tipo de eventos suele acompañarse de bebidas, comidas, música, baile, animaciones y decoraciones” (par. 1).

Según (D' Aubeterre Alvarado, 2016) “Las fiestas constituyen un espacio que rompe la monotonía rutinaria de la cotidianidad e instala condiciones para un festejo acompañado de ciertos actos rituales instituidos en un pueblo” (pág. 88).

El Diario (Telégrafo, 2014) en una de sus secciones afirma que “Las fiestas consisten en la reunión de un grupo de niños, jóvenes, adultos y adultos mayores, para celebrar un acontecimiento importante y divertirse, por lo general este tipo de eventos suele acompañarse de bebidas, comidas, música, baile, animaciones y decoraciones” (párrafo 1).

Evento.

(Zuñiga Sánchez & Ramos Franco, 2012), al respecto, afirman que “Es un hecho relevante y programado que puede comprender cualquier espacio social, artístico, deportivo y los mismos pueden presentarse como seminarios, talleres, conferencias, inauguraciones, exposiciones entre otros. El tipo de evento establecerá la finalidad del mismo” (pág. 25).

(Jijena Sánchez, 2014), señala que “Evento es todo acontecimiento previamente organizado que reúne a un determinado número de personas en tiempo y lugar pre-establecidos, que desarrollarán y compartirán una serie de actividades afines a un mismo objetivo” (pág. 27).

Organización de eventos.

(García Diez, La Organización de eventos-El banquete de bodas, 2014), indica que: “La organización de eventos es el proceso de diseño, planificación, producción y seguimiento y valoración de un suceso de importancia relevante que se encuentra programado. Dependiendo del hecho que se esté celebrando, la finalidad puede variar considerablemente” (pág. 9).

(Calvopiña Ugsha & Iza Bisbicuz, 2015), al respecto, señalan que:

La organización de eventos consiste en la planificación adecuada. Puesto que se presenta como una compleja maraña de servicios interrelacionados que tienen como finalidad conformar un todo final. Es necesario recalcar que este proceso incluye actividades como: cronograma, presupuesto, selección y reserva del lugar. (pág. 17)

(García Díez, La Organización de eventos-El banquete de bodas, 2014), indica que: “La organización de eventos es el proceso de diseño, planificación, producción y seguimiento y valoración de un suceso de importancia relevante que se encuentra programado. Dependiendo del hecho que se esté celebrando, la finalidad puede variar considerablemente” (pág. 9).

Organizador de eventos.

Para tal efecto (Educación, 2011), indica que “El organizador de eventos estará capacitado, de acuerdo a las actividades que desarrollan en el perfil profesional, para planificar eventos; organizar y gestionar las actividades dentro del evento; controlar y coordinar el cronograma del evento; y vender y promocionar eventos”(pág. 2).

El autor (Campos, 2016), manifiesta que:

El organizador de eventos se encarga de negociar y coordinar cualquier tipo de evento, desde la recepción de un briefing de un cliente, elaboración de presupuestos hasta todo lo que conlleva el recorrido y gestiones que hay que

realizar hasta la ejecución del evento y la evaluación y valoración posterior.
(párrafo 2)

Diversión.

El autor (García de Oro , 2013), plantea que “Es la manera más eficaz de combatir el estrés, de entrar en armonía con nosotros mismos y de liberarnos de las tensiones, dejando lugar a la recreación. Y es que hacerlo es re-crearse, es decir, evolucionar y recargarse de energía” (párrafo 1).

Por su parte, el autor (Díaz, 2017), manifiesta que “Divertirse es una herramienta que los empresarios inteligentes pueden utilizar para aumentar la productividad y fortalecer las relaciones entre los empleados, es decir, es una actividad que produce alegría, que ayuda a la persona a olvidarse de las preocupaciones.” (párrafo 1).

Personal motivado y capacitado.

(Courtois, 2017), expresa que:

Una empresa es su personal y al igual que el gerente general mantiene en perfectas condiciones las maquinarias o equipos que se utilizan dentro de la misma, también debe mantener en condiciones ideales la relación con el personal que trabaja. Los empresarios deben entender que todas esas maquinarias se convertirían en chatarra inservible si no contaran con personal calificado, motivado y satisfecho en todos los sentidos de sus condiciones laborales. (párrafo 1)

(Satey De León, 2014), menciona que:

El personal motivado y capacitado tiene el potencial para convertirse en líderes, pero es cuestión de los empleadores que los incluyan en proyectos como la capacitación y que genere un clima de innovación. Esto se logra en el momento en el que se adopta, desde la dirección general, una cultura de innovación para el cambio, para la captación del mejor talento y de los mejores proyectos. Es necesario hacer que los directivos de las organizaciones pierdan el miedo y que se atrevan a aplicar la metodología donde se implementen proyectos de cambio. (pág. 17)

Análisis variable independiente.

Los centros de eventos infantiles son aquellos lugares destinados al desarrollo de fiestas para los más pequeños de la familia, una de las características principales es que cuenta con asistencia de personal calificado para la atención de los mismos, con fines de diversión, entretenimiento y recreación, siguiendo pautas necesarias para el éxito de la misma. Cabe recalcar que estos establecimientos ofrecen varios servicios para la satisfacción de las necesidades de las personas.

Vinculado al concepto anterior un evento es un suceso significativo y programado que requiere de una ardua planificación para que cada actividad a realizarse este bajo control, es decir, es un acto especial desarrollado en un tiempo determinado, que dispone de un inicio y un final con anterioridad al festejo. Tiene objetivos prefijados, cuidadosamente perfeccionados y seguidos durante todo su desempeño, para que se desarrolle con éxito.

1.2.2. Satisfacer las necesidades.

Satisfacción.

Según Saren citado por (Silva Guerra H. , González Ortiz, Martínez Días , Giraldo Oliveros, & Juliao Esparragoza, 2014), piensan que:

La satisfacción se relaciona de manera estrecha con la actuación de consumo y, en cierto sentido, procede de ella. Después de la compra de un servicio o bien, el cliente evaluará de alguna manera su desempeño, a menos que carezca por completo de capacidad crítica. (pág. 30)

(Kloter & Armstrong, 2017) “Es la respuesta de saciedad del cliente. Es un juicio de rasgo del producto o servicio, o un producto y servicio en sí mismo que proporciona un nivel placentero de recompensa que se relaciona con el consumo” (pág. 51).

Necesidad.

Los autores (Silva Guerra H. , y otros, 2014), señalan que:

Las necesidades son las fuerzas básicas que estimulan a los clientes a llevar a cabo acciones y participar en intercambios. Una necesidad no satisfecha es una fisura entre los periodos real y deseado de una persona o alguna dimensión física o psicológica. (pág. 23)

(Kloter & Armstrong, 2017) “Las necesidades humanas son estados de carencia percibida e incluyen las necesidades físicas básicas de alimento, ropa,

calidez y seguridad; las necesidades sociales de pertenencia y afecto y las necesidades individuales de conocimiento y expresión personal” (pág. 52).

Nivel de satisfacción.

(Sánchez Asencio , 2016), manifiesta que:

Luego de efectuada la compra de un producto o servicio, un cliente o usuario puede experimentar 3 niveles de satisfacción:

- ✓ Insatisfacción: Se produce cuando el cliente percibe que el desempeño del producto/servicio no alcanza ni supera sus expectativas.
- ✓ Satisfacción: El cliente percibe que el desempeño del producto/servicio coincide con sus expectativas.
- ✓ Complacencia: El cliente percibe que sus expectativas fueron superadas.
(párrafo 5)

(Millones Zagal , 2010), plantea que:

Dependiendo del nivel de satisfacción del cliente, se puede conocer el grado de lealtad hacia una marca o empresa, por ejemplo: un cliente insatisfecho cambiará de marca o proveedor de forma inmediata (deslealtad condicionada por la misma empresa). Por su parte, el cliente satisfecho se mantendrá leal; pero, tan solo hasta que encuentre otro proveedor que tenga una oferta mejor (lealtad condicional). En cambio, el cliente complacido será leal a una marca o proveedor porque siente una afinidad emocional que

supera ampliamente a una simple preferencia racional (lealtad incondicional). La clave para lograr la satisfacción del cliente es cumplir con sus requerimientos, necesidades, exigencias e ir más allá. (pág. 21)

Servicio.

(Sánchez Asencio , 2016), plantea que:

Son el conjunto de acciones o tareas que una compañía realiza para satisfacer las exigencias de sus clientes. Es decir, un servicio puede ser un bien de carácter inmaterial, el valor más importante del servicio es la experiencia, está debe ser positiva para generar satisfacción en los clientes. (pág. 32)

Por otra parte (Quispe Pérez, 2015), indica que es la “Actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. En otras palabras, el servicio es una actividad realizada para brindar un beneficio o satisfacer una necesidad” (pág. 44)

Calidad.

El autor (Artacho Navarro , 2016), señala que

La calidad es el conjunto de características que posee un producto que le otorgan la capacidad para satisfacer las necesidades del cliente, tales propiedades podrían ser respectivas a los insumos empleados en el proceso de producción, el diseño, la durabilidad, entre otros aspectos. (pág. 7).

(Blanco García, Lobato Gómez , & Villagrà, 2013), consideran que “Calidad es la totalidad de las características de un producto en los que se basa su aptitud para satisfacer una necesidad dada; es decir, es el grado perceptible de un producto que se ajusta a las exigencias de los consumidores” (pág. 265).

Atención al cliente.

(Blanco García, Lobato Gómez , & Villagrà, 2013), indica que:

- ✓ Informar a los clientes de todo aquello relacionado con la empresa que sea de su posible interés.
- ✓ Coordinar la aplicación de la carta de servicios a los clientes.
- ✓ gestión de quejas, reclamaciones y devoluciones. (pág. 196)

La esencia de la fidelización para conservar a los clientes radica en la atención que pueda recibir de las personas que ofrecen directamente el producto o servicio y tratan de satisfacer sus necesidades y cumplir sus expectativas.

(CEPAM , 2013), plantea que

A los/as clientes/as hay que tratarlos como ellos/as quieren ser tratados

Los cuatro factores para una buena atención al cliente son: presentación personal, sonrisa, amabilidad y educación. La atención al/la cliente, la excelencia en el servicio constituye una de las bases fundamentales para el éxito y desarrollo de una empresa en el mercado. (pág. 12)

Estrategia de precios.

Según (García, 2017), indica que:

El precio es un componente importante del marketing mix, por lo que es necesario que dentro de una organización se elija una estrategia optima a implementar para los productos y/o servicios. La misma hace referencia al conjunto de directrices y principios fundamentales que determina el precio inicial y la dirección establecida para los movimientos de valores a lo largo del ciclo de vida del bien. Entre los factores a considerar para su fijación tenemos: costos de producción y distribución, oferta de los competidores, características sociodemográficas del público objetivo. (párrafo 1)

En relación a esto (Martínez Negrete, 2012), manifiesta que:

El precio es el valor monetario que se paga por un bien o servicio.

Para fijar precios, una organización debe considerar algunos objetivos, entre los cuales se tiene:

- ✓ Incrementar utilidades.
- ✓ Conseguir una buena participación en el mercado.
- ✓ Implementar estrategias de crecimiento producto/mercado.
- ✓ Obtener liderazgo en la calidad del producto y/o servicio ofrecido dentro del mercado. (pág. 2)

Análisis variable dependiente.

La satisfacción tiene como finalidad cumplir con las exigencias y requerimientos de los clientes con respecto a la adquisición de un producto y/o servicio, es decir, se trata de la conformidad que se tiene por parte del consumidor ya que se ha cumplido con sus expectativas.

En otras palabras se refiere a la percepción que tiene un individuo en relación a un producto que ha adquirido o un servicio que ha recibido, es decir, se da cuando el cliente se encuentra satisfecho con la compra que realizó o el servicio que le brindaron.

Por otro lado, las necesidades son requerimientos que poseen los individuos como el agua, aire, alimento, refugio, entre otras. Si bien es cierto, las personas tienen una fuerte necesidad de educación y sobretodo de diversión y entretenimiento; sin embargo, si esta no es satisfecha afecta a su comportamiento, debido a que le hace falta algo para poder sobrevivir.

1.3. Fundamentos Sociales, Psicológicos, Filosóficos y Legales.

1.3.1. Fundamentos Sociales.

Para los autores (Romero Cano & Neira Malaver, 2014), la celebración de eventos hace referencia a la manera de cómo el individuo disfruta y aprovecha sus actividades de esparcimiento, de tal manera, que exista una interacción social en la que se sienta la satisfacción personal en las diversas etapas de la vida, dándole de

este modo, sentido a su existencia, es decir, se festeja un año más de vida, lo mismo que se transforma en un momento muy especial para la persona conmemorada.

La celebración de un cumpleaños infantil se presenta como una cultura dentro de las familias, puesto que, se festeja el nacimiento de una persona especial que ha llegado a la vida de los padres para llenarla de amor, diversión, aprendizaje y momentos fantásticos. Al festejar esta fecha importante se enseña a los hijos ciertos valores de la vida; la importancia de la familia y los amigos; el positivismo, la alegría y el entretenimiento; y sobretodo el sentido de integración, dicho de otro modo, se trata de pasar un día feliz al lado de todos quienes lo quieren.

Festejar el cumpleaños infantil no solo involucra la realización de una fiesta; lógicamente, al celebrar ésta fecha importante se debe considerar un protocolo que comienza con la planificación y organización de todo el evento, para lograr aquello los padres de familia pasan por estrés y fatiga, dado que existe una complicación por parte de ellos al querer tener un evento único e inolvidable para sus hijos, debido a la inexperiencia y la falta de tiempo que estos tienen.

Esta problemática obliga a los padres a buscar lugares especializados que brinden un servicio de calidad, innovador y no un servicio monótono o común, que además, cumpla con todas y cada una de sus exigencias. La tendencia actual inclina al desarrollo de empresas de servicios, donde se ofrezca a los usuarios un espacio con diferentes actividades de entretenimiento y recreativas para el disfrute de todos los asistentes. Es necesario acotar que esta idea ayuda a que el niño experimente nuevos momentos y qué mejor sociabilizándose en familia y con amigos.

1.3.2. Fundamentos Psicológicos.

Una fiesta es un acto social en el que las personas sellan cierta ocasión especial, siendo este un cumpleaños, reuniéndose y adoptando un rol para dicho acontecimiento. Como rito que es, implica seguir un modelo determinado, el cual va acompañado de diversos aspectos entre los cuales se encuentran: baile, comida, música, diversión, animación, entre otros.

Todo padre de familia desea dar a su pequeño lo que esté a su alcance para que sus deseos y sueños se cumplan, para conseguir este objetivo, ellos no limitan esfuerzos ni recursos, puesto que, desean darles un momento de felicidad, es en ese preciso momento que llega la ilusión de realizarle una fiesta, este acto aparentemente simple tiene un impacto positivo en los mismos, ya que se sienten amados e importantes, y aunque es el homenajeado el que más disfruta de la fiesta, se transmite en los padres el anhelo y la satisfacción de ver en el rostro de su hijo tanta alegría. La celebración de un cumpleaños infantil enseña a los infantes a compartir, participar y colaborar de las actividades que se vayan a realizar en el evento, además de disfrutar de la compañía de otros amigos, aumentando de esta forma su autoestima, desarrollando su pensamiento creativo y aumentando sus relaciones sociales, ya que, en un día al año, pasa a ser el centro de atención de un evento importante como es el festejo de su día de nacimiento. Las fiestas infantiles empiezan con la ilusión de los pequeños en festejarse, por lo que los padres se sienten motivados a cumplir con cada capricho que requiere la realización de este tipo de evento.

1.3.3. Fundamentos Filosóficos.

Teorías sobre la recreación y diversión

La recreación y diversión infantil forman parte del conjunto de actividades realizadas por los niños de forma voluntaria que les permiten desarrollarse emocionalmente y además, crea en ellos una personalidad agradable y placentera. Los locales para fiestas infantiles le proporcionan al más pequeño del hogar una sensación de felicidad y alegría por el ambiente cálido, es por eso que estos negocios no solo deben ofrecer juegos de entretenimiento, sino que también un entorno agradable para todos los invitados.

Brighbill y Meyer en su teoría manifiesta que “la recreación es la creación de actividades y prácticas desarrolladas en el tiempo libre, causada por el placer o satisfacción derivada de ella”.

Por otro lado, **Hernan Emeres**, dice que “la diversión es un derecho que ejerce todo individuo, se presenta como una posibilidad para conseguir un equilibrio integral, y que da respuesta a un proceso formativo, educativo, permanente en el que la persona canaliza su descarga emocional, empleando adecuadamente lapso de tiempo y espacio libre a nivel personal, familiar y comunitario; adquiriendo de esta forma conocimientos y hábitos que le permitan un desarrollo integral y armónico de la personalidad, por medio de actividades sociales, culturales, físicas, intelectuales, artísticas, deportivas, entre otras; la naturaleza humana proyecta el acervo científico en base a los principios filosóficos que fundamentan los emprendimientos empresariales.

1.3.4. Fundamentos Legales.

Para el desarrollo del presente trabajo es fundamental basarse a un marco legal y aquellos manuales en que se rige la creación de un centro de eventos infantiles, de esta forma se da la seguridad en el ámbito legislativo, considerando: normas, leyes, parámetros, reglamentos y todas aquellas disposiciones jurídicas, que se enmarcarán dentro del territorio Ecuatoriano para el correcto funcionamiento, puesta en marcha y posterior desempeño de la empresa, entre las cuales se tiene las siguientes:

(Constitución de la República del Ecuador, 2008).

El Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas, en su apartado número 15, el derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

El Art.325.- Dispone que el Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de autosustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores.

(Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, 2011).

Capítulo I: De las Formas de Organización de la Economía Popular y Solidaria

El Art.9.- Personalidad Jurídica.- Las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria se constituirán como personas jurídicas, previo el cumplimiento de los requisitos que contemplará el reglamento de la presente Ley.

(Ley de Compañías, 2014).

Sección V: De la Compañía de Responsabilidad Limitada.

Disposiciones Generales.

Art. 92.- La (Compañía de Responsabilidad Limitada) es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras “Compañía Limitada”.

Art. 95.- La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince; si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

(Código de la Producción, Comercio e Inversiones, 2014).

El Art. 53.- Definición y clasificación de las MIPYMES.- La micro, pequeña y mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este código.

Art. 75.- Emprendimientos unipersonales, familiares y domésticos.- Son personas o grupos de personas que realizan actividades económicas de producción, comercialización de bienes o prestación de servicios en pequeña escala efectuadas por trabajadores autónomos o pequeños núcleos familiares, organizadas como

sociedades de hecho con el objeto de satisfacer necesidades, a partir de la generación de ingresos e intercambio de bienes y servicios, para ello generan trabajo y empleo entre sus integrantes.

(Objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir, 2017-2021).

Este plan permite identificar los objetivos con sus respectivos lineamientos para aportar al desarrollo y el buen vivir de las personas residentes dentro del país haciendo prevalecer los derechos de las personas de manera equitativa.

Objetivos Nacionales de Desarrollo.

Eje 2: Economía al Servicio de la Sociedad.

- ✓ **Objetivo 4:** Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario y afianzar la dolarización.
- ✓ **Objetivo 5:** Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria.

Organismos de Control.

Para el correcto funcionamiento de la empresa, es necesario solicitar los permisos respectivos que se encuentran establecidos a continuación:

GAD Municipal del cantón La Libertad: Esta institución es la responsable de otorgar los permisos para la puesta en marcha de la empresa.

Servicio de Rentas Interna (SRI): Esta entidad se encarga de dar cumplimiento a las obligaciones tributarias de la empresa a implementar.

CAPÍTULO II

MATERIALES Y MÉTODOS

2.1. Tipos de investigación.

Los tipos de investigación para el desarrollo del presente trabajo de titulación se detallan a continuación:

Investigación cuali-cuantitativa.

El presente trabajo se desarrolló considerando la investigación cualitativa, fundamentada en el análisis e interpretación de los resultados obtenidos en las encuestas, a través de las cuales se logró conocer las percepciones, opiniones, preferencias y gustos de la población en estudio, a fin de obtener resultados fidedignos y confiables para el proyecto. Por otro lado, se empleó la investigación cuantitativa, debido a que fue necesario tabular datos obtenidos en las encuestas con la finalidad de conocer si será viable la propuesta planteada, es necesario acotar que la información estadística se la extrajo del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) del año 2010.

Investigación descriptiva.

La aplicación de este tipo de investigación permitió observar y conocer de forma explícita las características y rasgos importantes de la población objeto de estudio, de tal manera que se direccionó el grado de factibilidad y viabilidad que tendrá el presente proyecto.

Investigación documental.

Este tipo de investigación sirvió como base científica para recopilar datos pertinentes al tema planteado a través de la consulta de documentos como: libros, revistas y artículos científicos, tesis de grado y de maestría, documentos de sitios web, periódicos, entre otros. El uso de esta información fue de gran ayuda para la construcción del marco teórico.

Investigación de campo.

Esta modalidad constituyó un factor importante en el proceso de investigación, dado que se tiene contacto directo con los involucrados, en el presente trabajo se aplicó la entrevista a establecimientos que ofrecen el servicio de alquiler de local y organización de eventos infantiles, en la que se pudo recolectar información relevante, con naturalidad y transparencia para el desarrollo de la propuesta planteada por el investigador. Además, se necesitó de esta investigación al momento de realizar las correspondientes encuestas a la ciudadanía en general.

Investigación bibliográfica.

Este tipo de investigación sirvió como base científica para la recopilación de datos valiéndose del manejo adecuado de documentos, libros, revistas, periódicos y resultados de otros trabajos realizados por profesionales concernientes al tema propuesto, a nivel local, nacional e internacional, con el objetivo de aportar ideas para el desarrollo del proyecto. Es necesario indicar que el investigador buscó información en bibliotecas y por medio del internet, lo que ayudó a conocer a profundidad la temática planteada.

2.2. Métodos de la investigación.

Para la presente investigación se escogió el método inductivo y deductivo, los mismos que guiaron el análisis del problema planteado.

Métodos Teóricos.

Método Inductivo-Deductivo.

Método Inductivo: Con este método se determinó las causas de la problemática, haciendo una observación minuciosa para conocer los hechos reales de la población objeto de estudio, esto aparece como respuesta a las diferentes necesidades presentadas dentro del cantón en relación con el tema planteado. Con la visita realizada a los locales de alquiler de local y organización de fiestas infantiles, se estableció las falencias que poseen estos lugares y por lo cual no cumplen con las necesidades y requerimientos del cliente.

Método Deductivo: Mediante este método se desprende información pertinente que sustenta los resultados, es decir, pautas de las actividades propias a la que se dedicará la empresa, las cuales sirvieron para la realización del proyecto. También se consideró lo citado por autores científicos que han indagado e investigado sobre el tema y además de los conocimientos adquiridos dentro de la etapa universitaria para llegar a conclusiones verídicas.

Métodos Matemáticos.

Estadístico – Matemático: Para el procesamiento de la información se empleó el programa SPSS, el mismo que permitió una mayor agilidad y precisión al trabajar

con cifras, facilitando de esta manera la tabulación de datos obtenidos a través de las encuestas, reuniéndolos en una base de datos para posteriormente proyectarlos en tablas de frecuencias y gráficos estadísticos. Finalizando con un breve análisis de dichos cuadros.

2.3. Diseño de muestreo.

Población.

Población para encuesta.- Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (INEC, 2010), la provincia de Santa Elena cuenta con una población de 308.693 habitantes, de los cuales 108.930 son considerados económicamente activos, siendo hombres y mujeres, independientemente de la actividad u ocupación económica que efectúen, teniendo la capacidad de tomar las decisiones de compra, además estas personas generalmente ya tienen formado su hogar.

Población entrevista.- Población compuesta por 3 personas expertas en el tema y que además son dueños de locales que ofrecen un servicio similar al de la presente propuesta; se realizaron con la finalidad de recabar información de manera verbal, por medio de preguntas establecidas.

Población observación.- Para la recolección de la información, se realizó una visita a un negocio dedicado al alquiler de local para fiestas infantiles, la misma que fue de gran aporte a la presente investigación. La observación sirvió para determinar las características básicas del servicio.

Los datos se detallan en el siguiente cuadro:

Cuadro 1: Población encuesta, entrevista y observación.

N°	POBLACIÓN	N°
1	PEA provincia de Santa Elena	108.930
2	Locales que ofrecen el servicio de organización y enseres para fiestas infantiles	4
	TOTAL PEA	108.934

Fuente: Censo del INEC, año 2010, locales de servicio de fiestas infantiles.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Muestra.

La muestra es una proporción de un todo del cual se recolectan o se obtienen datos, se ha tomado como referencia la siguiente muestra representativa de la población seleccionada, la misma que pertenece al conjunto poblacional con particularidades comunes de la que se consiguió información pertinente y relevante para el desarrollo del presente trabajo.

Cálculo de la muestra.

El tamaño de la muestra se determinó mediante la aplicación de la siguiente fórmula estadística.

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

Donde:

n = tamaño de la muestra.

N = Total de la población. (PEA: 108.930)

Z = Nivel de confianza (95% equivalente a 1,96)

p = probabilidad a favor (50%, equivalente al 0,5)

q = probabilidad en contra (50%, equivalente a 0,5)

e = error muestral (5%, equivalente a 0,05).

A través de la fórmula estadística se obtuvo el siguiente resultado:

$$n = \frac{(1,96)^2 108.930 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2 (108.930 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,8416 * 108.930 * 0,25}{0,0025 * 108.929 + 3,8416 * 0,25}$$

$$n = \frac{104.616,372}{273,2829}$$

$$382,81 = \mathbf{383}$$

Para constancia, por medio de la fórmula aplicada se obtuvo como resultado, una muestra a utilizar de 383 encuestas del total de la población seleccionada.

Tipo de muestro utilizado.

El tipo de muestreo es el probabilístico, dado a que se seleccionaron a los individuos sometidos a la encuesta considerando el que sean personas económicamente activas, es decir, de 16 años en adelante. Ya que el número de la muestra se

estableció mediante una fórmula, se escogieron aleatoriamente a las personas que reúnan las características necesarias dentro del estudio.

A continuación se muestra el cuadro resumen

Cuadro 2: Número de encuestas aplicadas por cantón.

Cantón	Porcentaje	Número de encuestas
La Libertad	31%	119
Salinas	22%	84
Santa Elena	47%	180
TOTAL ENCUESTAS	100%	383

Fuente: Encuestas aplicadas por cantón.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

2.4. Diseño de recolección de datos.

Entre las técnicas e instrumentos que permitieron llegar a obtener información veraz y confiable para el desarrollo de la presente investigación fueron:

Técnicas:

- ✓ **Entrevista:** En la presente investigación esta técnica se la realizó a expertos en el tema de fiestas infantiles, de esta manera se pudo recolectar información verídica de una manera verbal. Estas entrevistas se dieron en diferentes sesiones, con un lapso de tiempo de media hora aproximadamente para cada persona entrevistada.

- ✓ **Encuesta:** La encuesta trata de una técnica de investigación basada en declaraciones emitidas por una muestra de población, la cual permite conocer con veracidad las opiniones, actitudes y creencias de mayor interés para el presente estudio. A las personas que se aplicó la encuesta es a los habitantes que forman parte del PEA de la provincia de Santa Elena, a fin de conocer si es factible la creación de un centro de eventos infantiles.
- ✓ **Observación:** Esta técnica se llevó a cabo por medio de una visita realizada a un negocio que se dedica al alquiler de local para fiestas infantiles, a través de la misma se pudo conocer los tipos de servicios que ofrecen, calidad, precios, promociones establecidas y la atención que les brindan a sus clientes.

Instrumentos:

- ✓ **Cuestionario:** Consiste en la elaboración de una serie de preguntas con diferentes indicaciones, con la finalidad de obtener información clara y relevante para la investigación. La redacción del cuestionario cuenta con cinco ítems para la variable independiente y cinco para la variable dependiente, con alternativas en base a la escala de Likert para su posterior procesamiento de datos en el estadígrafo SPSS, lo cual facilita la comprensión y entendimiento de los resultados recabados.
- ✓ **Guía de entrevista:** Documento empleado dentro del trabajo de investigación como herramienta de soporte que contiene preguntas estructuradas o no estructuradas y demás aspectos a analizar en una entrevista, para extraer información relevante y concreta.

- ✓ **Cuaderno de notas:** También denominado cuadernillo o libro de anotaciones, es una herramienta utilizada por el investigador para hacer apuntes de las observaciones que se realizan en la investigación de campo.
- ✓ **Laptop:** Dispositivo electrónico utilizado para manipular toda la información necesaria para el desarrollo del trabajo de investigación, tiene como objetivo principal ahorrar tiempo y reducir las tareas rutinarias del investigador.
- ✓ **Celular:** Artefacto que permite al investigador sacar fotos y filmar videos que se presentan en la recolección de información y datos necesarios para el desarrollo del trabajo de investigación. También posee varias aplicaciones de uso cotidiano, las mismas que le otorgan importancia a este teléfono móvil, como es el caso del correo electrónica, calculadora, conexión a internet, agenda telefónica y genérica, etc. La función principal de este dispositivo es transmitir información a través de llamadas o mensajes de textos.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este capítulo se presentan los resultados obtenidos de los dos instrumentos de recopilación de información utilizados en la investigación, los mismos ayudaron a la elaboración de la propuesta y a dar cumplimiento a los objetivos planteados. La mayor parte de los resultados se presentan por medio de cuadros estadísticos y gráficos elaborados en el programa SPSS para facilitar su análisis y comprensión.

Mediante las preguntas realizadas en la entrevista que fueron dirigidas a expertos, se puede decir que un factor importante al momento de organizar un evento infantil es la hospitalidad. Contratar el espacio físico, mantelerías, sillas, meseros, alimentos, bebidas y payasos son parte de los servicios que se proponen al mercado objetivo, garantizando el éxito de las actividades sociales. Además, se debe aprovechar el comportamiento actual del consumidor, ya que, en la actualidad los padres de familia al no tener tiempo disponible para sus hijos tratan de sustituir esa ausencia con fiestas y regalos, por ello, existe mayor gasto en entretenimientos.

La aplicación de la encuesta determinó la aceptación que tendrá la creación de un centro de eventos infantiles, es necesario acotar que dentro del mercado sí existen negocios dedicados a esta actividad, sin embargo, presentan una gran desventaja, no todos tienen un local adecuado que brinde la satisfacción de las necesidades tanto para niños como padres. A continuación, se presentan los resultados:

3.1. Análisis de los datos.

3.1.1. Análisis de la entrevista aplicada a propietarios de locales para eventos infantiles.

A continuación se presenta un resumen de los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas; es decir, las respuestas consolidadas, con la finalidad de dar a conocer los aspectos más relevantes en la que se desarrolló la misma.

1. ¿Con que frecuencia es utilizado su local?

Los entrevistados señalan que la utilización de las instalaciones para la realización de fiestas infantiles por temporadas altas es de cuatro por mes, por otro lado, en épocas bajas son de máximo dos por mes.

2. ¿Qué servicios brinda el local? ¿Ofrece paquetes de servicios según los requerimientos del cliente?

Los informantes exponen que locales dedicados a la actividad de organización de fiestas infantiles prestan sus servicios a la medida de cada cliente y al gusto de cada niño/a, ofrecen un servicio integral; garantizando calidad, funcionalidad y responsabilidad de los mismos, con la finalidad de crear eventos magníficos.

Entre los servicios que brindan al mercado se tiene: amplio local, mesas, sillas, climatización, guardianía, parqueo, buffet, catering, meseros, música, animación, arreglos temáticos, bocaditos (dulces y salados), decoración y toda clase de juegos de entretenimiento y diversión.

Paquetes promocionales:

Cuadro 3: Paquetes promocionales

Combo Uno	Combo Dos	Combo Tres
<p>✓ Decoración sencilla (2 chupeteras, 2 carameleras, 2 afiches, desniveles y mantelería según temática de la fiesta, arreglo mesa principal, arco de globos o 2 pilares).</p>	<p>✓ Decoración atractiva (2 chupeteras, 2 carameleras, 4 afiches, desniveles y mantelería según temática de la fiesta, arreglo mesa principal, arco de globos o 2 pilares).</p> <p>✓ Fundas para la piñata.</p>	<p>✓ Decoración completa (2 docenas de sorpresas, 12 centros de mesa, 2 chupeteras, 4 carameleras, 5 afiches para la mesa principal, desniveles y mantelería según temática de la fiesta, decoración y arco con globos)</p> <p>✓ Vitrina de sorpresas.</p> <p>✓ Salta salta (1 hora).</p>

Fuente: Entrevista a expertos.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

3. ¿Cuenta el local con una estructura organizativa?

Los entrevistados señalan que la estructura organizacional para este tipo de negocios de prestación de servicios de local y organización de eventos infantiles se realiza en función de 2 departamentos: Gerencia y servicios generales.

Gerencia.: Persona encargada de brindar el direccionamiento para el funcionamiento correcto de la empresa. Otra función a considerar es que supervisa cada una de las actividades que realizan los empleados con el fin de asegurar la competitividad, sustentabilidad y rentabilidad del negocio.

Servicios Generales: Coordina las distintas actividades para conservar los bienes muebles e inmuebles del negocio, brindando un mantenimiento constante.

4. ¿Qué tipo de distracciones son las más solicitados por los clientes?

Los entrevistados manifiestan que los juegos más solicitados por los clientes son:

- ✓ Juegos Inflables
- ✓ Cine en pantallas gigantes
- ✓ Cama elástica
- ✓ Karaoke para niños
- ✓ Cancha de básquet y futbol

5. Aparte de los servicios disponibles ¿Qué otros requerimientos han recibido por parte de los clientes?

Los clientes solicitan los complementos para su fiesta, tales como:

- ✓ Pasteles
- ✓ Pasteles con su personaje favorito
- ✓ Mesa de dulces o botanas
- ✓ Mesa de dulces / Charolas de botanas

- ✓ Piñatas
- ✓ Diversos personajes para la mesa central
- ✓ Bolsitas de dulces
- ✓ Globos y decoración
- ✓ Centros de mesa
- ✓ Guirnaldas de diversos colores y diseños
- ✓ Chupetas de diversos tamaños

Otros aspectos a considerar son:

- ✓ Asesoría en fiestas temáticas
- ✓ Cronograma del evento
- ✓ Fotografía y filmación

6. ¿Cuántas personas trabajan en el local?

Los entrevistados señalan que dentro de este negocio se deben tener dos personas (Gerente y Operario), las cuales son las encargadas de llevar a cabo cada evento que se presenta, el primero es un trabajador fijo y el segundo sólo se lo contrata eventualmente, es decir, cuando se tiene eventos él realiza el montaje.

7. ¿Cuenta con personal eficientemente capacitado y motivado para la organización en general de un evento? ¿Cuál sería el nivel de capacitación?

La celebración de un cumpleaños debe satisfacer las necesidades de los más pequeños de casa. Para aquello se realiza toda una planificación, organización, dirección y control de actividades antes de que el evento comience, ya que de esta

manera se puede proporcionar un momento agradable y lleno de diversión, tanto para los padres como los niños asistentes. El personal que forma parte del negocio de estar, está totalmente capacitado y motivado. Los entrevistados señalan que a cada trabajador se le debe realizar constantes capacitaciones que son relacionadas con la misma actividad de la empresa, con la finalidad de obtener mayor productividad en las operaciones.

8. ¿Qué tipo de servicios, juegos o entretenimiento para niños le gustaría que existiera en su local?

Para un evento de fiesta infantil en cuanto a los servicios es necesario contar con:

- ✓ Decoración: mesa principal y la fiesta en general
- ✓ Animación
- ✓ Piscina
- ✓ Catering Integral
- ✓ Pantallas Gigantes

Dentro del contexto de los juegos o entretenimientos tenemos:

- ✓ Carretas de snacks y hot dogs
- ✓ Tiro al blanco
- ✓ Juegos inflables (Castillo)
- ✓ Show artístico
- ✓ Mini hora loca
- ✓ Karaoke para niños

3.1.2. Análisis de la encuesta aplicada a la PEA del cantón Santa Elena.

Pregunta 1: Género.

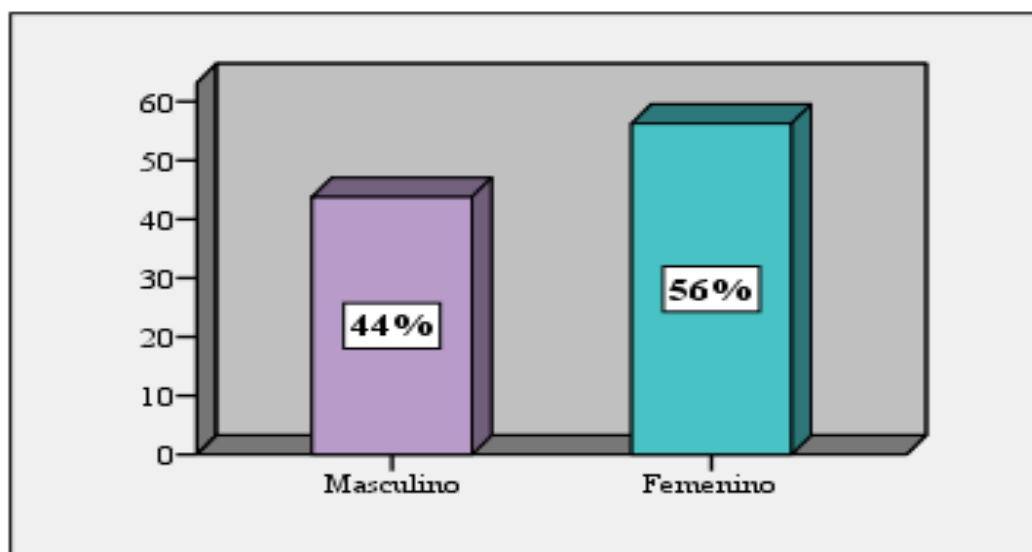
Cuadro 4: Género.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	Masculino	168	44%	44%	44%
	Femenino	215	56%	56%	56%
	Total	383	100%	100%	

Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Gráfico 1: Género.



Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Del total de la población encuestada un 56% son de sexo femenino y el 44% corresponden al sexo masculino. Lo que se puede notar es que las encuestas fueron dirigidas de forma proporcionada a ambos géneros, con el fin de conocer sus opiniones, gustos y preferencias, lo cual no fue nada difícil, dado que a la hora de organizar eventos infantiles lo realizan tanto hombres como mujeres.

Pregunta 2: Edad.

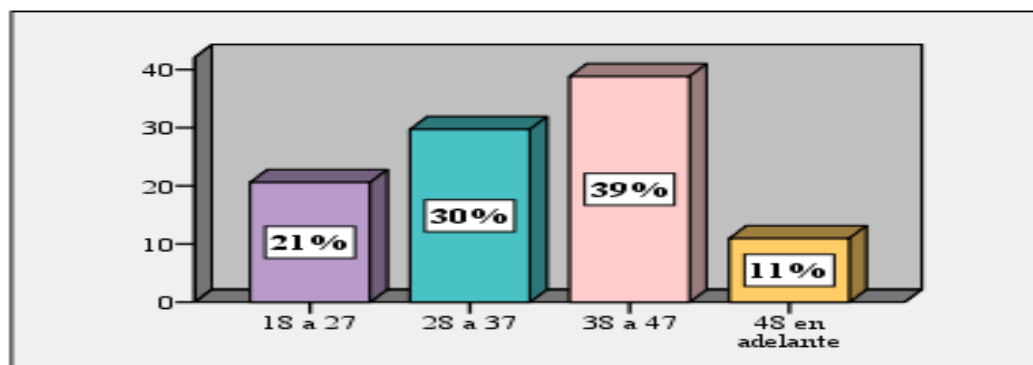
Cuadro 5: Edad.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
2	18 a 27	79	21%	21%	21%
	28 a 37	113	30%	30%	50%
	38 a 47	149	39%	39%	89%
	48 en adelante	42	11%	11%	100%
	Total	383	100%	100%	

Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo.

Elaborado por: Magallán PARRALES Melissa Annabel.

Gráfico 2: Edad.



Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo.

Elaborado por: Magallán PARRALES Melissa Annabel.

Entre los resultados obtenidos se puede apreciar que el porcentaje más alto 39% está entre el rango de edades de 38 a 47 años, y lo cual indica que estas personas tienen una estabilidad económica para realizar este tipo de eventos, seguido de un intervalo significativo del 30% en el rango de 28 a 37 años, el 21% entre edades de 18 a 27 años, que representa a los jóvenes, los mismos ya que cuentan con una profesión, por lo tanto tienen el poder adquisitivo para realizar un festejo de esta magnitud y en menores porcentajes los demás rangos que, en muchos casos, no cuentan con niños menores de edad.

Pregunta 3: Ingreso mensual.

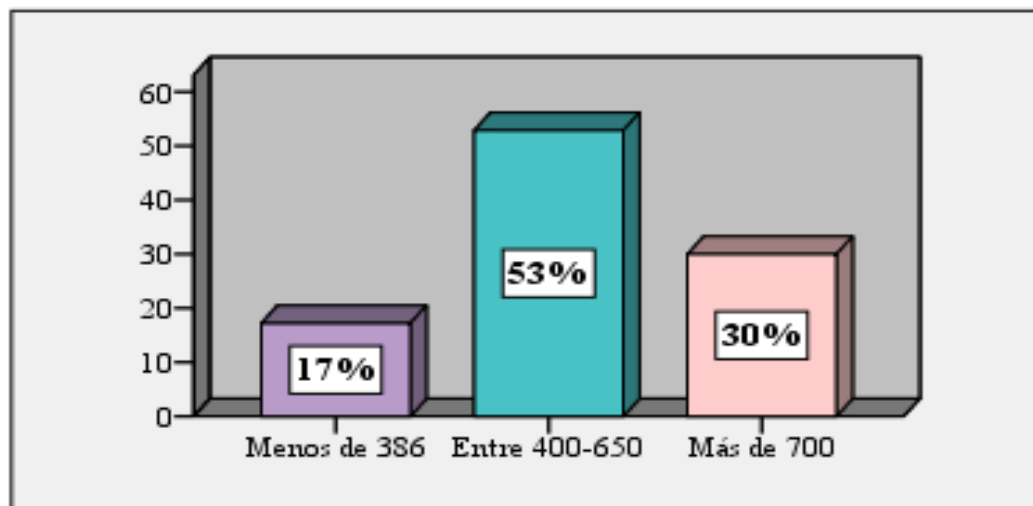
Cuadro 6: Ingreso mensual.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
3	Menos de 386	66	17%	17%	17%
	Entre 400-650	204	53%	53%	70%
	Más de 700	115	30%	30%	100%
	Total	383	100%	100%	

Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Gráfico 3: Ingreso mensual.



Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

De las encuestas realizadas se observa que el 53% de la población tienen un ingreso familiar mensual que fluctúa entre los 400 a 650 dólares, seguido por el 30% que maneja un sueldo de más de 700 dólares y finalmente las personas que reciben un sueldo menor a 386 dólares que representa el 17%. Los resultados reflejan que, mayormente los encuestados perciben un sueldo entre \$400,00 a \$650,00, por tal razón podrían pagar un valor menor al mencionado. El indicador será considerado al momento de determinar el precio del servicio a ofrecer.

Pregunta 4: Hijos menores a 12 años.

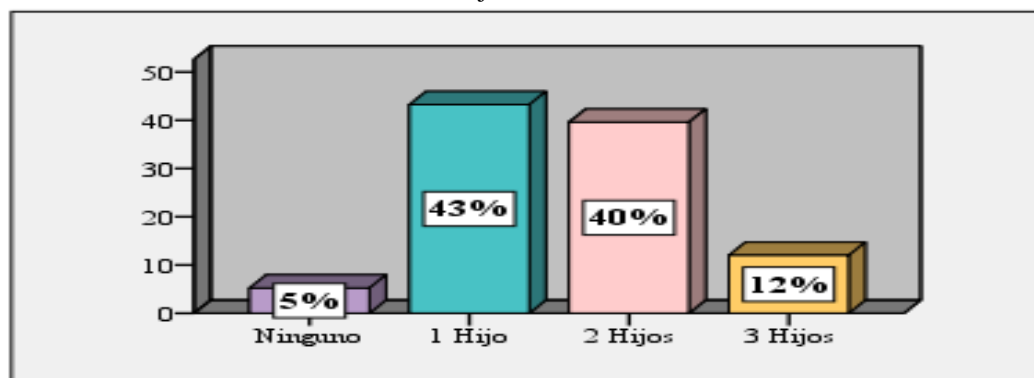
Cuadro 7: Hijos menores a 12 años.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
4	Ninguno	20	5%	5%
	1 Hijo	164	43%	48%
	2 Hijos	152	40%	88%
	3 Hijos	46	12%	100,0
	Total	383	100%	100%

Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Gráfico 4: Hijos menores a 12 años.



Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

En las encuestas se pudo reflejar que el 43% de los encuestados tienen un hijo menor a 12 años en su núcleo familiar, mientras que el 40% tienen 2 hijos, seguido por el 12% que tienen 3 hijos y una pequeña proporción con el 5% no tienen niños dentro de su hogar. Como se observa la mayoría de los encuestados tienen hijos menores a 12 años, pues en esta etapa los niños tienen mayor destreza, comparten mayor tiempo con otros niños y preguntan más sobre las cosas de su alrededor. Al enfocarse en este segmento se puede decir que se tiene un alto porcentaje de clientes para aplicar el proyecto.

Pregunta 5: En su núcleo familiar acostumbran a celebrar los eventos infantiles.

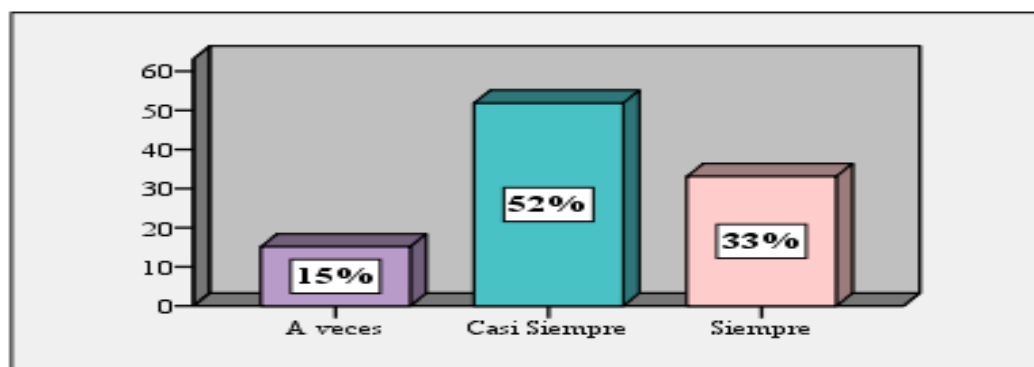
Cuadro 8: Acostumbran a celebrar los eventos infantiles.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
5	A veces	58	15%	15%	15%
	Casi Siempre	198	52%	52%	67%
	Siempre	127	33%	33%	100%
	Total	383	100%	100%	

Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Gráfico 5: Acostumbran a celebrar los eventos infantiles.



Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

En relación a esta pregunta, el valor más relevante de las personas encuestadas indican que casi siempre realizan fiestas infantiles para celebrar el cumpleaños de sus hijos, puesto que es una manera de compartir con familiares y amigos, recordar buenos momentos, además de considerar aspectos como la integración y diversión, mientras que una mínima parte manifiesta que a veces acostumbran a realizar este tipo de festejo, esto se debe al limitado tiempo con el que cuentan, y a la escases de dinero o experiencias negativas para este tipo de celebraciones.

Pregunta 6: ¿Cree usted que los locales que realizan fiestas infantiles ofrecen al mercado una gama de servicios?

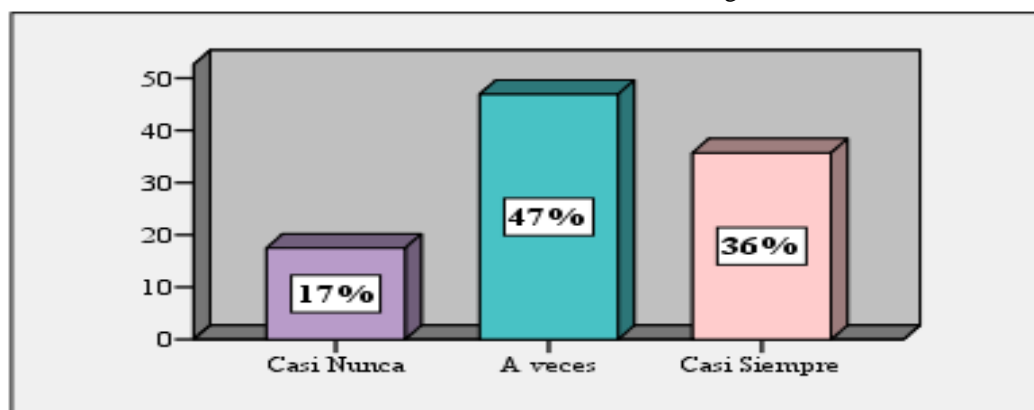
Cuadro 9: Los locales de fiestas infantiles ofrecen una gama de servicios.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
6	Casi Nunca	67	17%	17%	17%
	A veces	180	47%	47%	64%
	Casi Siempre	136	36%	36%	100%
	Total	383	100%	100%	

Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Gráfico 6: Los locales de fiestas infantiles ofrecen una gama de servicios.



Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Del total de los encuestados el 47% de la población manifiesta que los locales de eventos infantiles a veces ofrecen una gama de servicios, esto se debe a que estas empresas brindan alquiler de local, decoración, música, animación, seguido de un 36% quienes consideran que casi siempre estos negocios proporcionan al cliente un servicio completo para la realización de este festejo, finalmente un 17% de los encuestados indican que casi nunca los servicios satisfacen las necesidades de las personas que requiere del mismo.

Pregunta 7: ¿Considera usted que la infraestructura de los actuales locales para fiestas infantiles son adecuados para su uso?

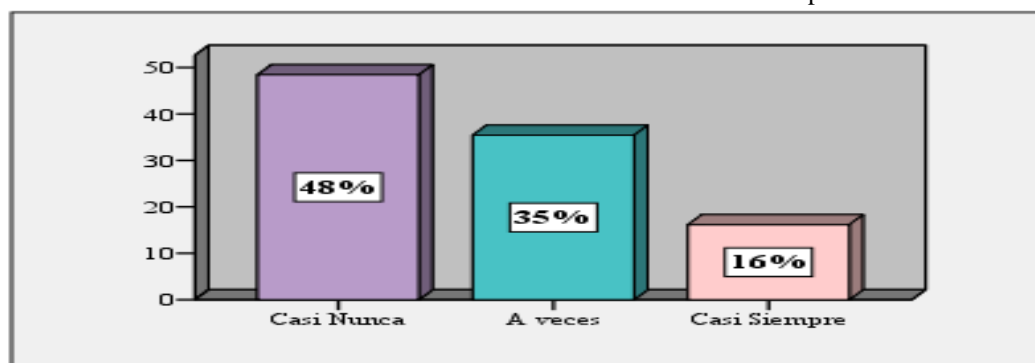
Cuadro 10: Infraestructura de los actuales locales son adecuados para su uso.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
7	Casi Nunca	185	48%	48%	48%
	A veces	136	35%	35%	84%
	Casi Siempre	62	16%	16%	100%
	Total	383	100%	100%	

Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Gráfico 7: Infraestructura de los actuales locales son adecuados para su uso.



Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

En base a las respuestas obtenidas de las personas encuestadas se determina que la mayoría de ellos manifiestan que casi nunca las instalaciones de los negocios que actualmente se dedican a esta actividad son adecuadas, ya que no permiten satisfacer los requerimientos y exigencias de la demanda, además no cuentan con una buena ubicación, situándose en zonas lejanas y poco seguras, mientras que una minoría considera que casi siempre la infraestructura de los locales de eventos infantiles son cómodas para su uso, esto se debe a que tienen facilidades para llegar a dicho sitio.

Pregunta 8: ¿Cree usted que los juegos inflables, son una buena opción para la diversión de los niños?

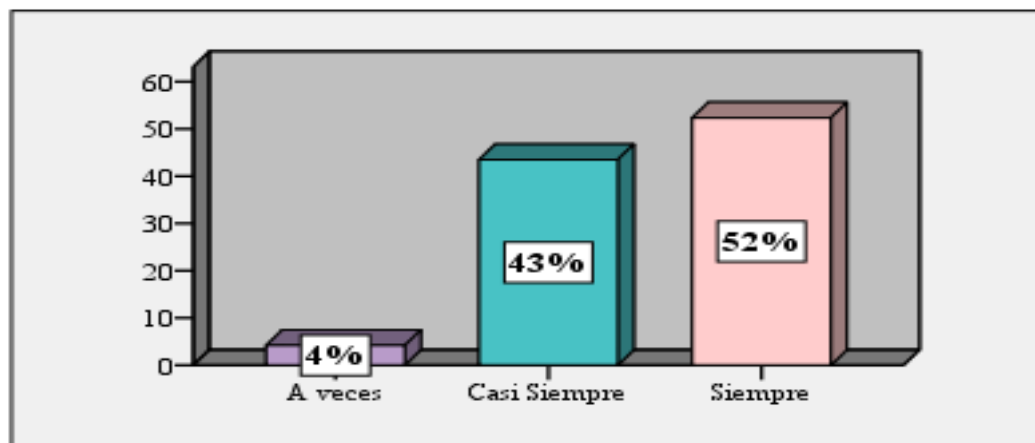
Cuadro 11: Juegos inflables buena opción para la diversión de los niños.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
8	A veces	16	4%	4%	4%
	Casi Siempre	167	44%	44%	48%
	Siempre	200	52%	52%	100%
	Total	383	100%	100%	

Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Gráfico 8: Juegos inflables buena opción para la diversión de los niños.



Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

La información estadística determina que una gran parte de los encuestados consideran que los juegos inflables son una parte fundamental para que los más pequeños del hogar pasen un momento de diversión y entretenimiento, además de ser una gran opción para ese día especial, por otro lado una minoría dice que a veces, esto se debe a que estas personas prefieren otras alternativas como: canchas de césped, juegos mecánicos, parque de diversiones, carrito de snacks, rincón de pinturas, o diversos juegos de patio.

Pregunta 9: ¿Cree usted que la animación es un aspecto relevante para la diversión de los niños?

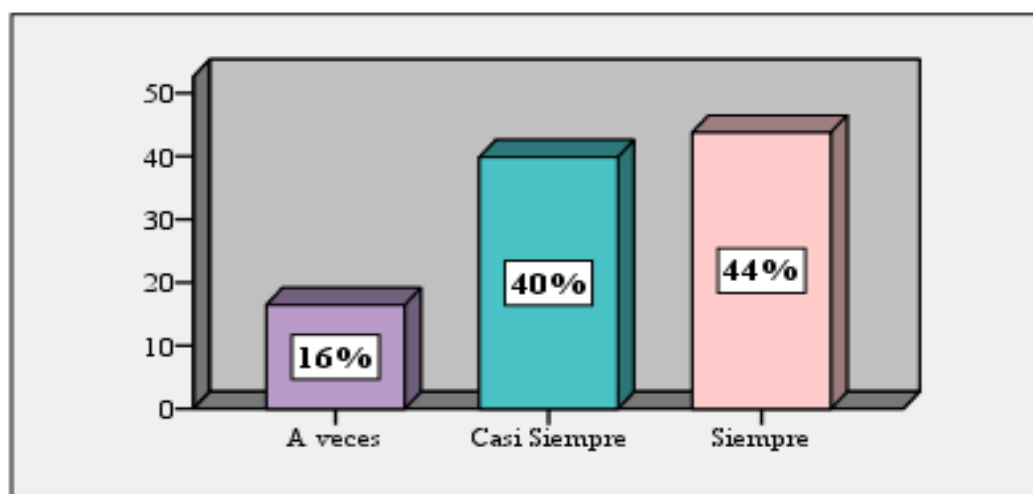
Cuadro 12: Animación aspecto relevante para la diversión de los niños.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
9	A veces	63	16%	16%	16%
	Casi Siempre	153	40%	40%	56%
	Siempre	167	44%	44%	100%
	Total	383	100%	100%	

Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Gráfico 9: Animación aspecto relevante para la diversión de los niños.



Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

La mayoría de las personas encuestadas consideran que la animación es un factor importante en cada evento infantil, pues ésta es la encargada entretener un momento increíble con los invitados, en cada interacción, actividad, juego, chiste, competencia y sorpresas, mientras que otros pocos indican que a veces es necesario este servicio, dado que existen diversos juegos interactivos que los puede realizar el propio padre de familia para tener entretenidos a los niños.

Pregunta 10: ¿Los servicios que brindan los locales que realizan eventos infantiles están adaptados a sus necesidades y exigencias?

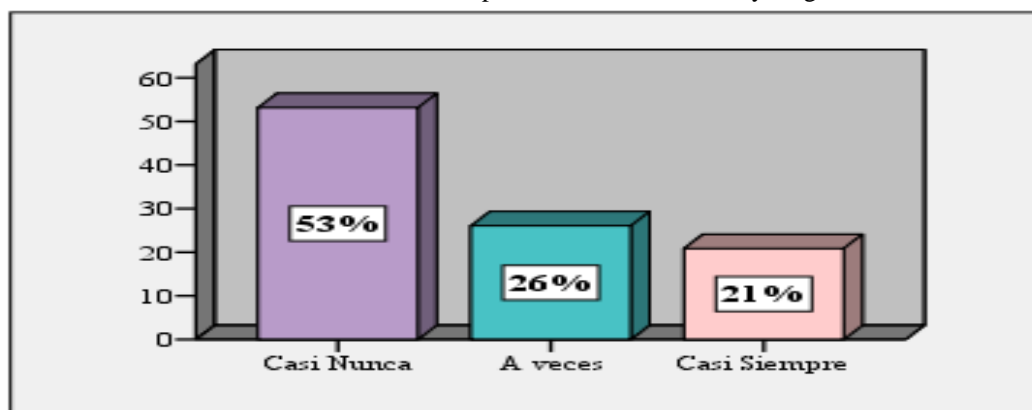
Cuadro 13: Los servicios adaptados a sus necesidades y exigencias.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
10	Casi Nunca	203	53%	53%	53%
	A veces	100	26%	26%	79%
	Casi Siempre	80	21%	21%	100%
	Total	383	100%	100%	

Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Gráfico 10: Los servicios adaptados a sus necesidades y exigencias.



Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

En base a la encuesta la mayoría de las personas dice que casi nunca los locales para eventos infantiles cumplen con las necesidades y requerimientos del cliente, pues estos no brindan servicios integrales en cuanto a la atención, mantelería, decoración, mesas, sillas, juegos para los niños, mientras que una mínima parte considera que casi siempre estos negocios de eventos responden de manera positiva a las expectativas que genera la realización de un cumpleaños, por lo que se sienten satisfechos con las alternativas que brindan estos negocios.

Pregunta 11: ¿Considera usted que se puede ganar tiempo y ahorrar gastos si existe en el mercado una empresa de eventos infantiles que presente nuevas y variadas opciones que se ajusten a sus necesidades?

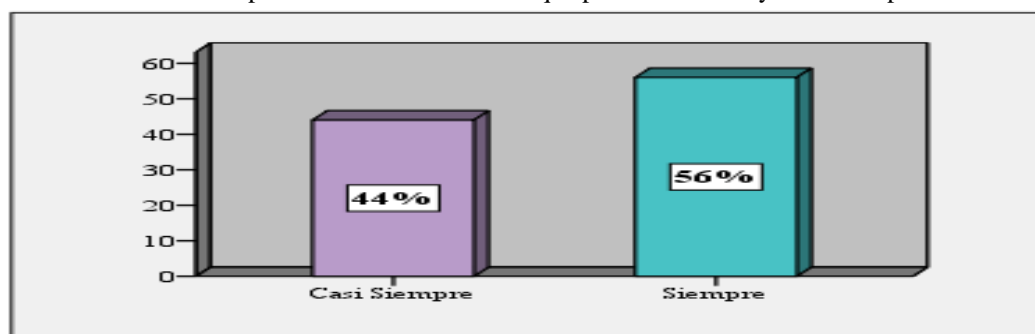
Cuadro 14: Empresa de eventos infantiles que presente nuevas y variadas opciones.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
11	Casi Siempre	168	44%	44%	44%
	Siempre	215	56%	56%	100%
	Total	383	100%	100%	

Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Gráfico 11: Empresa de eventos infantiles que presente nuevas y variadas opciones.



Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Según los datos obtenidos, la ciudadanía encuestada indica una respuesta positiva en cuanto a que se puede ahorrar tiempo y dinero si existe una empresa nueva de eventos infantiles siempre y cuando los servicios sean de calidad y presente varias opciones al mercado, mientras una mínima diferencia dice que casi siempre estos locales ayudan a las madres de familia a organizar su evento. Con estos resultados podemos reafirmar que la implementación de este tipo de negocio beneficiará tanto a la persona inversionista como a la demanda que requiere de este servicio para cubrir esta necesidad.

Pregunta 12: ¿Considera usted que los locales de eventos infantiles satisfacen los requerimientos del cliente?

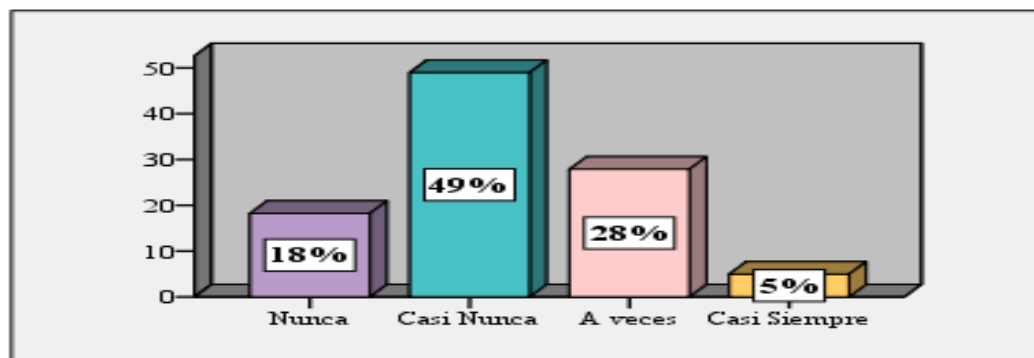
Cuadro 15: Los locales satisfacen los requerimientos del cliente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
12	Nunca	70	18%	18%	18%
	Casi Nunca	187	49%	49%	67%
	A veces	107	28%	28%	95%
	Casi Siempre	19	5%	5%	100%
	Total	383	100%	100%	

Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo.

Elaborado por: Magallán PARRALES Melissa Annabel.

Gráfico 12: Los locales satisfacen los requerimientos del cliente.



Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo.

Elaborado por: Magallán PARRALES Melissa Annabel.

Según la información obtenida la mayoría de los encuestados respondió que casi nunca los locales para fiestas infantiles satisfacen sus requerimientos, dado que no brindan servicios prácticos y seguros para los niños/as, por lo cual las personas se ven en la obligación de utilizar sus casas de forma improvisada para la realización de dicho festejo, un porcentaje mínimo indica que este tipo de negocios casi siempre ofrecen una gama de opciones y juegos atractivos cumpliendo de esta manera con las necesidades y exigencias del público consumidor.

Pregunta 13: ¿Los servicios que ofrecen los locales de eventos infantiles son de calidad?

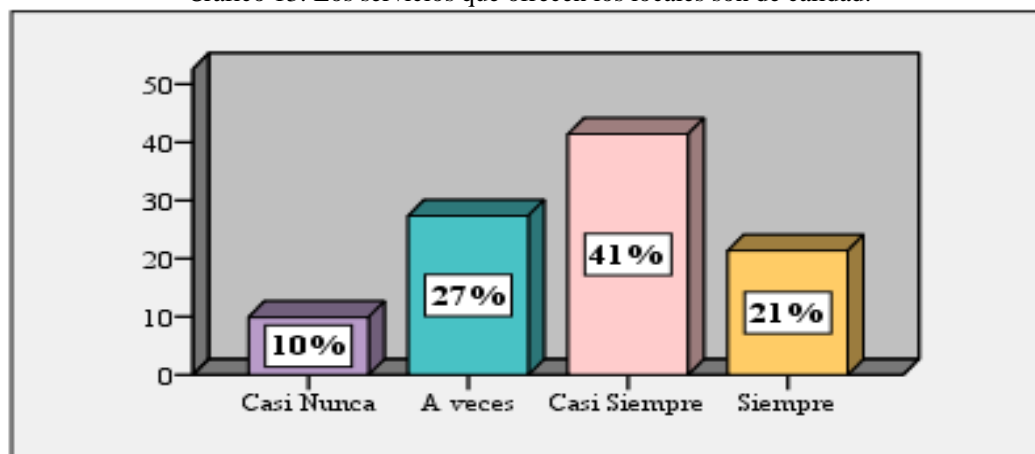
Cuadro 16: los servicios que ofrecen los locales son de calidad.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
13	Casi Nunca	38	10%	10%	10%
	A veces	105	27%	27%	37%
	Casi Siempre	158	41%	41%	78%
	Siempre	82	21%	21%	100%
	Total	383	100%	100%	

Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Gráfico 13: Los servicios que ofrecen los locales son de calidad.



Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Según los datos obtenidos se aprecia que el valor más relevante de la población encuestada considera que casi siempre los locales de eventos infantiles brindan al mercado servicios de calidad debido a que presentan instalaciones amplias, seguras y divertidas, se recalca también que un porcentaje mínimo manifiesta que casi nunca estos negocios dan calidad a los clientes, ya que sus instalaciones tienen poco mantenimiento y los juegos tienen la apariencia de estar desgastados.

Pregunta 14: ¿Considera usted que la atención que le brinden en los locales de eventos infantiles va influir en la elección del mismo?

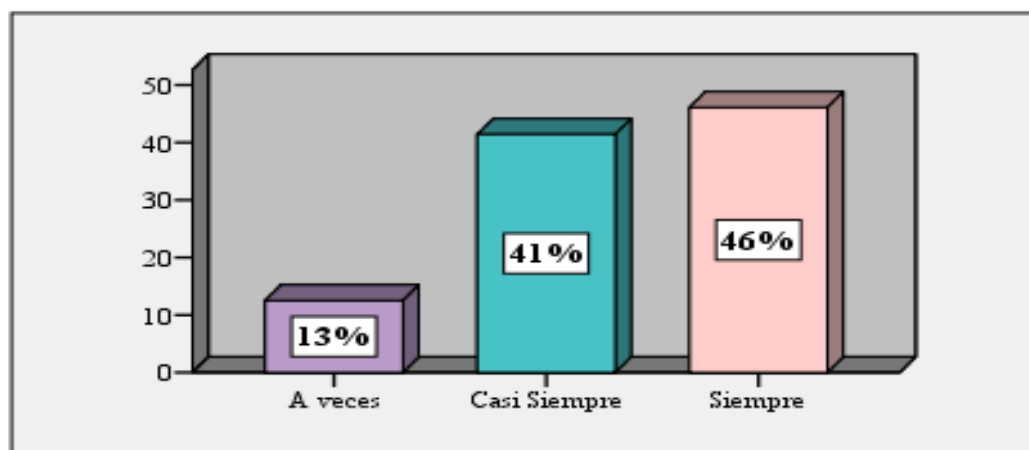
Cuadro 17: La atención brindada va a influir en la elección del mismo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
14	A veces	48	13%	13%	13%
	Casi Siempre	158	41%	41%	54%
	Siempre	177	46%	46%	100%
	Total	383	100%	100%	

Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Gráfico 14: La atención brindada va a influir en la elección del mismo.



Fuente: Datos obtenidos de la investigación de campo.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Mediante la información procesada se determina que un gran porcentaje de los encuestados piensa que siempre los locales para fiestas infantiles deben proporcionar un ambiente acogedor para los niños, brindando, además, una buena atención con personal capacitado, mientras que una mínima parte manifiesta que a veces, puesto que, se debe dar prioridad a otros factores como lo son: precio, ubicación, seguridad, capacidad, ambiente, calidad, entretenimiento, variedad de menú, entre otros.

3.1.3. Análisis de la observación aplicada a locales dedicados al alquiler y organización de fiestas infantiles.

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se comenzó realizando una observación directa a la competencia con el objetivo de conocer los productos y/o servicios que ofrece y con sus precios respectivos. Este negocio no desarrolla aspectos innovadores en la realización de sus fiestas infantiles como son: ofrecer servicios personalizados según el tipo de festejo, no incluyen en sus paquetes promocionales nuevas tendencias como fiestas temáticas, moda, entre otros factores, sino que se concentra en los servicios tradicionales como: alquiler de local, decoración, organización, animación, juegos y entretenimiento para niños.

Es necesario recalcar que esta empresa presenta un servicio de cumpleaños estándar y las personas que lo contraten no tienen la posibilidad de realizar algún cambio, con lapso de tiempo limitado para el desarrollo del evento (en promedio tres horas). Adicionalmente, no existe exclusividad debido a que la celebración se realiza en paralelo con otras fiestas infantiles. También se pudo establecer que este negocio presta sus servicios enfocándose en los estratos altos, dado que los valores están por encima de los \$500,00, lo mismo indica que los precios no son accesibles para presupuestos más bajos. Con lo expuesto anteriormente se puede determinar que existe en el sector de la realización de eventos infantiles la necesidad de ofrecer servicios innovadores que creen la tendencia o moda de hacer cada celebración original para ser recordado tanto por el homenajeado como por invitados como algo realmente excepcional.

3.2. Limitaciones.

Las principales limitaciones que incidieron en el trabajo de titulación son:

- ✓ Las limitaciones del entorno a investigar dado a un alto índice de respuestas no contestadas por falta de conocimiento o dudas de si será favorable responder dichas preguntas o si esta información servirá para perjudicar de alguna u otra manera al individuo. De igual modo en la actualidad las personas ya no tienen esa confianza para hablar con desconocidos, pese a presentar alguna identificación como estudiante.
- ✓ De igual forma el limitante de recurso es un factor importante dentro de las investigaciones de grado, para este trabajo se considera el recurso económico, técnico y tiempo, entendiéndose por el primero al dinero, y los dos últimos se presentan como instrumentos para mejorar la capacidad de obtener información dentro de los diversos procesos que se requieren en este estudio. De acuerdo a esto se considera una limitante debido a la insuficiencia de éstos recursos para alcanzar un desarrollo óptimo en este trabajo.
- ✓ Otra de las limitaciones que se presentó en la realización de la investigación fue la falta de información en temas similares al objeto de estudio, porque sin duda alguna se han realizado proyectos que aportan en otras áreas, sin embargo son pocos los trabajos de emprendimientos que se enfocan en esta actividad, por lo que el autor buscó conceptos, definiciones, teorías, entre otros, en documentos, libros y revistas científicas que le permitieron comprender de mejor manera el desarrollo del presente trabajo.

3.3. Propuesta.

El desarrollo de la siguiente propuesta está encaminado en la creación de un centro de eventos infantiles dedicado al servicio de alquiler de salón y organización de fiestas infantiles, en el cantón La Libertad, lugar donde no existen suficientes negocios de este tipo, manteniendo insatisfecho a las personas del sector que en algún momento han deseado hacer alguna celebración para sus hijos.

El siguiente esquema de plan de negocios será el que se utilizará para este trabajo:

1. Naturaleza del proyecto
2. Mercado
3. Proceso de servicio
4. Organización
5. Finanzas

3.3.1. Naturaleza del proyecto.

Descripción de la idea de negocio.

En la actualidad los negocios que brindan local y organización de fiestas infantiles están generando grandes niveles de rentabilidad a las personas que desean invertir en este tipo de emprendimientos, esto se debe a que los padres de familia, a pesar de no contar con el tiempo necesario para dedicarse el 100% a la organización de este evento y no tener los suficientes recursos económicos, realizan varios esfuerzos para brindar a su pequeño niño un momento inolvidable y divertido.

Los sacrificios que los padres hacen para ver sonreír a sus hijos son significativos, especialmente cuando se acerca la celebración de un cumpleaños, por ese motivo, este día especial se convierte en una forma de demostrarles su amor, aspecto que ha llevado a invertir en negocios que ofrecen la organización de este tipo de eventos; sin embargo, en nuestro cantón se presentan varios contratiempos, puesto que no existen locales con los servicios necesarios e infraestructura adecuada para la realización de eventos infantiles.

La propuesta de negocio se enfoca en satisfacer la demanda de los padres que por su escasa disponibilidad de tiempo requieren contratar un lugar seguro y cómodo que le brinde, además, todos los servicios necesarios en organización de fiestas infantiles. Por consiguiente, los servicios del presente proyecto son: la organización original y personalizada, incluyendo instalaciones totalmente adecuadas con área verdes, una pequeña cancha de fútbol y una zona de recreación que pueden variar según los requerimientos de los clientes.

Justificación de la empresa o producto.

Se considera que dentro del cantón La Libertad existe una buena oportunidad de negocio, ya que no existen suficientes empresas que se dediquen a ofrecer un lugar para la realización de fiestas infantiles con la calidad y el cubrimiento logístico necesario, que además, incluyan servicios diferenciados e innovadores en las nuevas tendencias para el desarrollo de este tipo de celebración. Tradicionalmente el festejo de eventos se ha organizado y realizado por los familiares o amigos de la persona homenajeada, limitándose a algo sencillo en el que sólo se tiene en cuenta

aspectos como: comida, música y juegos de entretenimiento, dejando en segundo plano muchos detalles que resultan determinantes para este momento especial como lo es la decoración, ambientación del lugar, entre otros aspectos que resultan cruciales para que el evento tenga la trascendencia que se desea.

El objetivo principal de la creación de un centro de eventos infantiles, es ofrecer servicios diferenciados e innovadores que sean originales, únicos y característicos del lugar, debido a que la mayoría de los lugares que se encuentran dentro del mercado de la provincia de Santa Elena aún no implementan alternativas como las que se ofrecerán en la propuesta, entre las cuales se tiene: variedad de juegos infantiles, animación interactiva y creativa en la que puedan participar todos los asistentes, el cuidado del lugar físico como tal debe ser y parecer impecable, desde las paredes hasta los baños.

El servicio está dirigido a todas las personas que gusten celebrar onomásticos de sus hijos de una manera novedosa e innovadora, que busquen un momento de esparcimiento recreativo tanto para los niños como los padres de familia y además, que requieran nuevas alternativas para pasar un día de sana diversión con todos sus seres queridos

Nombre de la empresa.

Seleccionar el nombre de la empresa o negocio parece ser algo fácil y sencillo de realizar, sin embargo, requiere de mucha creatividad e innovación, puesto que es una decisión importante para el gerente propietario o los socios, ya que dependerá en gran medida el fracaso o éxito de la compañía.

Para la elección del nombre se propone el siguiente cuadro que evalúa ciertas características que representan cada uno de los nombres propuestos, donde una vez totalizado se determina cual será el ideal.

Se presenta una escala valorativa, en donde el número 5 es excelente, siendo la mayor puntuación, 3 satisfactorio, calificación neutra y 1 si la característica del nombre a ser evaluada es deficiente, por ende, el puntaje más bajo.

Cuadro 18: Matriz evaluación del nombre o razón social.

Atributos	Descriptivo	Original	Atractivo	Claro	Significativo	Agradable	Total
Nombres							
El rincón de los niños	4	4	4	5	3	4	24
Bambini	5	5	4	5	4	5	28
Parque Mágico	4	5	5	5	4	4	27
Maravillas y Diversión	5	4	3	3	3	5	23

Fuente: Nombre de la empresa.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

“Bambini” Es el nombre seleccionado según la matriz de evaluación expuesta, siendo éste el más puntuado, es necesario recalcar que el nombre es corto y fácil de recordar, además se relaciona a los niños, quienes son elementos principales al momento de realizar un evento infantil.

Descripción de la empresa.

Las fiestas infantiles son momentos de diversión para los más pequeños; sin embargo, muchas veces se olvida en ellas, el motivo del festejo, por esto, elegir un buen lugar para realizarlo ayuda a que se convierta en un momento especial.

Decorar el espacio donde va a tener lugar la celebración resulta importante e indispensable, puesto que, debe derrochar alegría con la combinación de variedad de colores vivos y llamativos. Añadir en la decoración dibujos de los niños que van a participar puede darle un toque personal y más acogedor, tomando en cuenta los gustos y preferencias de cada homenajeador.

Bambini contará con un local que será totalmente adecuado, con el espacio e infraestructura necesaria para brindar un servicio de calidad.

Es importante acotar que la empresa ofrecerá el servicio completo que se necesita para la realización de una fiesta infantil y que actualmente se encuentra repartido en diferentes lugares como son: local, juegos inflables, música, animación, canchas deportivas, entre otros.

Tipo de empresa.

La empresa de servicios (local y organización de eventos infantiles), para el cumplimiento de sus fines, se ha constituido jurídicamente como COMPAÑIA LIMITADA, esta se ejecuta entre personas naturales que solo responden por las obligaciones sociales, considerando el monto de sus aportaciones individuales y además realizan comercio bajo una denominación objetiva.

Dentro de las ventajas de las compañías de responsabilidad limitada se tiene las siguientes:

- ✓ Es una sociedad cuyo capital está conformado por las aportaciones de los socios, que responden solamente por un monto establecido.

- ✓ Se requiere de quince socios como mínimo para su funcionamiento, si éste excede se deberá transformar en otra clase de compañía o liquidarse.
- ✓ La responsabilidad que tienen los socios es limitada, dado que responden únicamente por sus aportaciones.
- ✓ Los encargados de administrarla son mandatarios, pudiendo ser desautorizado en cualquier momento.

Ubicación y tamaño.

Bambini Cía. Ltda., se encontrará ubicada en el lugar más adecuado para el desarrollo de sus actividades, dentro de la provincia de Santa Elena, cantón La Libertad, barrio San Francisco, avenida octava, un factor importante para la elegir este lugar es que el terreno se encuentra en una zona relativamente cerca de un comercial muy visitado y posee el tamaño indicado para este fin.

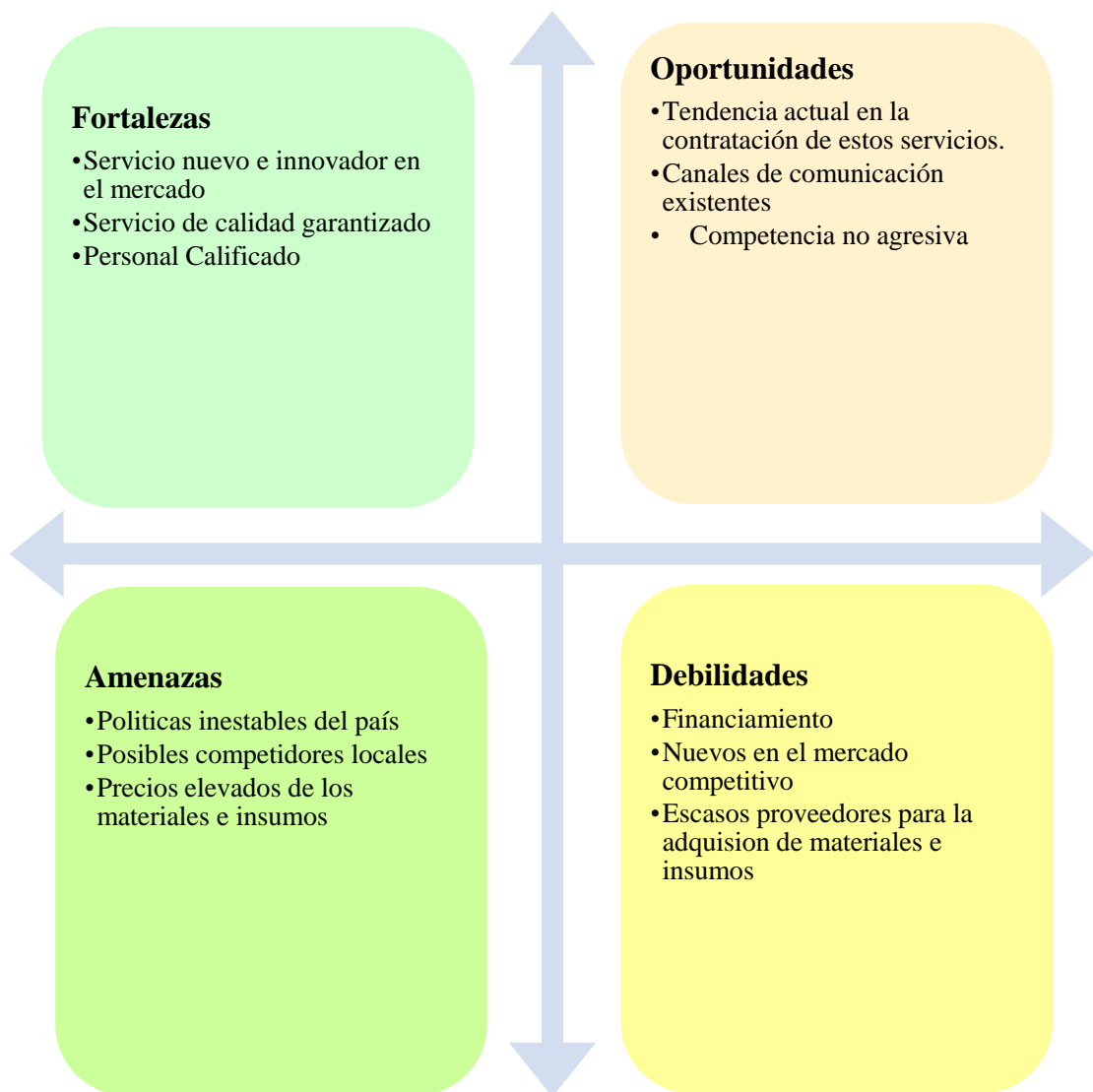
Figura 1: Localización de la empresa.



Fuente: Google maps.

Análisis FODA.

Figura 2: Análisis FODA.



Fuente: FODA

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Matriz estratégica FODA.

Cuadro 19: Matriz estratégica FODA.

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<p>O1: Tendencia actual en la contratación de estos servicios.</p> <p>O2: Canales de comunicación existentes.</p> <p>O3: Competencia no agresiva</p>	<p>A1: Políticas inestables del país</p> <p>A2: Posibles competidores locales</p> <p>A3: Precios elevados de los materiales e insumos.</p>
FORTALEZAS	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA FA
<p>F1: Servicio nuevo e innovador en el mercado</p> <p>F2: Servicio de calidad garantizado</p> <p>F3: Personal Calificado</p>	<p>O1, O3, F1, F3 Cubrir con la necesidad de los clientes a través de un servicio diferenciado y eficiente.</p> <p>O2, F1, F2 Aplicar tácticas de mercadeo al negocio para desarrollar una imagen fuerte.</p>	<p>A2, F1, F2 Medir y mantener permanentemente la calidad de los servicios ofrecidos al consumidor.</p>
DEBILIDADES	ESTRATEGIA DO	ESTRATEGIA DA
<p>D1: Financiamiento</p> <p>D2: Nuevos en el mercado competitivo</p> <p>D3: Escasos proveedores para la adquisición de materiales e insumos</p>	<p>O1, D3, Realizar buenas negociaciones con los proveedores para que no resulte dificultoso requerir materiales e insumos.</p> <p>O2, O3, D1, D2 Realizar estrategias de mercado utilizando varios medios de comunicación locales para difundir la gama de servicios.</p>	<p>A1, D2, D3 Realizar campañas de promoción y publicidad del servicio para el posicionamiento de la empresa.</p> <p>A2, A3, D2 Medir el desenvolvimiento de la competencia a través de una investigación de mercado.</p>

Fuente: Análisis FODA.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Filosofía empresarial.

Misión.

Bambini Cía. Ltda., será una empresa líder en el mercado de la provincia de Santa Elena ofreciendo los mejores servicios de alquiler de local, entretenimiento y diversión para fiestas infantiles, brindando a los clientes: calidad, innovación, diferenciación, eficiencia y profesionalismo para la satisfacción del usuario.

Visión.

Ser líderes nacionales con nuestros servicios ofreciendo una variedad de alternativas innovadoras para la diversión infantil que satisfaga las expectativas y requerimientos del mercado, priorizando la creatividad, innovación y con talento humano altamente calificado y motivado.

Objetivos.

Largo plazo.

- ✓ Logra en un lapso de cinco años ser una empresa líder en la organización de eventos infantiles dentro del cantón, por medio de la oferta de servicios de calidad.
- ✓ Ser competencia para grandes cadenas de eventos infantiles, así como posicionar nuestro servicio en las principales ciudades del país.
- ✓ Ampliar la infraestructura de la empresa, de acuerdo a la distribución de la planta con la finalidad de mostrar una imagen que vaya en concordancia con la actividad comercial del negocio.

Mediano plazo.

- ✓ Organizar un programa de capacitación del talento humano para poder mejorar el nivel de animación en entretenimiento infantil.
- ✓ Implementar nuevos servicios de fiestas infantiles como: máquinas de snacks, y varios juegos inflables (saltarines), con la finalidad de brindar más opciones a los clientes.
- ✓ Conseguir convenios con varias instituciones de la ciudad para formar relaciones comerciales duraderas.

Corto plazo.

- ✓ Dar a conocer los servicios que brindará la empresa en un periodo de seis meses en el mercado local, a través de las diferentes estrategias de marketing.
- ✓ Ofrecer a los clientes un servicio personalizado, innovador, de calidad y a precios justos que vaya acorde con la economía actual.
- ✓ Realizar alianzas estratégicas con los proveedores, con el fin de abaratar costos.

Ventajas competitivas.

Al ofertar un servicio que garantiza calidad y logra satisfacción del cliente, se puede mencionar las siguientes ventajas:

- ✓ Al no tener competidores que saturen el medio, logrará un posicionamiento con mayor facilidad.
- ✓ Considerando que brinda un servicio innovador, se incrementará el número de ventas del servicio.

- ✓ Ubicado en una zona céntrica del cantón, facilita el acceso de posibles clientes.
- ✓ Al considerar que los precios ofertados representan una cantidad módica, se tendrá mayor acogida en el mercado.

Debido a la imitación por parte de la competencia y a los deseos del consumidor, evolucionará constantemente la ventaja competitiva del servicio.

3.3.2. Mercado.

Objetivos específicos.

- ✓ Investigar las necesidades, requerimientos, tendencias y comportamiento de los clientes potenciales con la finalidad de definir el mercado meta al cual se va a dirigir el servicio.
- ✓ Determinar las características del servicio que se ofrecerá al mercado para satisfacer las necesidades, tomando en consideración los requerimientos de los consumidores.
- ✓ Formular estrategias de marketing y comercialización que permitan a la empresa tener un posicionamiento seguro del servicio dentro del mercado del cantón La Libertad, llegando a los clientes potenciales para que puedan demandarlos.
- ✓ Analizar y determinar el precio adecuado que los clientes estarían dispuestos a pagar por cada evento.
- ✓ Segmentar el mercado para determinar los diversos grupos de clientes que se van a atender, de acuerdo a la situación socio-económica y nivel de ingresos que perciben.

Análisis de la situación actual del mercado.

En la última década, el negocio de los cumpleaños infantiles ha crecido, puesto que existen ofertas cada vez más completas, sofisticadas y con mayores requerimientos por parte de los niños. Hoy en día se presentan varias alternativas para celebrar un evento infantil y la primera decisión que deben tomar los padres de familia es si hacerlo en el hogar o algún local. Si se realiza en casa, se debe considerar el espacio suficiente para poder recibir a los invitados. La segunda alternativa es desarrollar el festejo en un local en el que se cancela un precio fijo por un par de horas de celebración.

La industria de las fiestas infantiles es emergente en el Ecuador, hay muchos actores dentro de este servicio, pero escasos son profesionales, y esto es uno de los principales problemas. En muchas ocasiones los locales dedicados a la organización completa del evento no cumplen con lo prometido o realizan el festejo con muchas deficiencias. Se ha detectado que uno de los factores claves para que este tipo de negocios es contar con un local adecuado que brinde la satisfacción de necesidades de los niños y de sus padres. Otro aspecto a considerar es la personalización, cada usuario tiene ideas diferentes de cómo desarrollar su evento, pero muchas veces necesitan de personal altamente calificado que logre conceptualizar sus requerimientos.

Lo antes mencionado es el inicio para sustentar la factibilidad de la empresa, partiendo de una necesidad que aún no ha sido satisfecha en su totalidad. Crear un negocio no es una actividad sencilla, por ello, la propuesta se sustenta en opiniones

de quienes forman parte del mercado objetivo, de esta manera se demostrará que la creación de un centro de eventos infantiles es rentable y próspero, digno de tomarse en cuenta al momento de invertir.

Tamaño del mercado.

El tamaño del mercado al que se dirige el presente proyecto es importante e imprescindible, debido a que se va a determinar el número de clientes potenciales que podrán acceder al servicio que se pretende ofertar al mercado, siendo así, los padres de familia que buscan realizar una novedosa fiesta infantil para que su pequeño hijo pase un día inolvidable.

Gustos y preferencias.

De acuerdo al instrumento aplicado (encuestas), se establece que la mayoría de personas prefieren contratar una empresa que brinde un establecimiento amplio y organización de fiestas infantiles, donde su atención sea totalmente personalizada y sus servicios sean prácticos, entre los que se describen: decoración, animación, música, limpieza, juegos de entretenimiento y diversión, inclusive se ofrecerá el servicio de payasitos, entre otras alternativas más. Los gustos de la población se inclinan por servicio de calidad y por un ambiente agradable.

Nivel de ingresos y precios.

Para la mayoría de personas es fundamental observar los servicios que va a ofertar las empresas organizadoras de fiestas infantiles que ellos van a contratar, para el presente estudio, los ingresos van desde los \$400,00 a \$650,00 dólares y los padres

de familia están dispuestos a cancelar un valor monetario por la prestación del servicio, es necesario recalcar que éste debe incluir decoración, animación, música y varios entretenimientos más.

Segmentación del mercado.

El mercado está compuesto por una gran cantidad de personas, individuos, grupos o población, las cuales tienen gustos, preferencias, necesidades, actitudes, requerimientos y deseos, al momento de adquirir un bien y/o servicio; y a su vez cuentan con la capacidad económica.

Si bien es cierto, los gustos, deseos y necesidades de los compradores no son iguales, por aquello una empresa debe profundizar en el conocimiento de su mercado meta con la finalidad de adaptar su oferta y su estrategia de marketing a las exigencias de éste.

La segmentación toma como punto de inicio el reconociendo de que el mercado es heterogéneo e intenta dividirlo en segmentos homogéneos o iguales, que pueden ser seleccionados como mercado objetivo de la empresa. Así pues, este indicador es importante, dado que comprende un proceso de diferenciación de las necesidades de las personas dentro del mercado.

Bambini Cía. Ltda., se enfoca en dos grupos, que son los padres de familia y los niños, dentro de los mismos, se ha realizado una segmentación de mercado considerando cuatro aspectos:

✓ Demográficas

- ✓ Geográficas
- ✓ Psicográficas
- ✓ Conductuales

Cuadro 20: Segmentación del mercado.

Demográficas	El mercado objetivo está representado por los niños/as de 1 a 12 años de edad que vivan en la provincia de Santa Elena. Sin embargo, los compradores directos de este servicio son los padres de familia que tengan entre 38 a 47 años de edad, además que pertenezcan a la población económicamente activa con un ingreso promedio de \$400 a 650 dólares. Si bien es cierto son ellos quienes harán uso de este servicio como una opción para facilitar la organización de fiesta de cumpleaños para sus hijos y optimización de su tiempo.
Geográficas	Familias que vivan en la provincia de Santa Elena en zonas con mayor densidad de personas de clase medio-superior.
Psicográficas	Padres de familia que busquen que la fiesta infantil de sus hijos sea un momento único.
Conductuales	Bambini S.A. hace que la persona que contrate el servicio tangibilice el beneficio, dado que es un evento ocasional que optimiza el tiempo del padre de familia.

Fuente: Segmentación de mercado.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

El centro de eventos infantiles que se desea implementar está destinado a satisfacer la necesidad de contar con una excelente opción para festejar el cumpleaños del más pequeño de la casa, en un lugar práctico, seguro, cómodo, con varios servicios integrados y de ambiente cálido y familiar.

El grupo objetivo se determinó luego de analizar los resultados de las encuestas, los mismos que se muestran en la sección de análisis de los resultados y tablas del presente documento.

Consumo aparente.

La presente empresa al inicio de sus actividades atenderá 336 eventos infantiles en el primer año (7 por semana), cantidad que aumentará el 30% al segundo año y más años del negocio.

A continuación se detalla el valor de participación de la empresa.

Cuadro 21: Consumo Aparente.

VENTAS PARA CINCO AÑOS	
AÑO 1	336
AÑO 2	437
AÑO 3	568
AÑO 4	738
AÑO 5	960

Fuente: Ventas para cinco años.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Participación de la competencia en el mercado.

Para conocer de mejor manera la situación actual de los locales que se dedican al alquiler de local y organización de eventos infantiles se realizará un análisis competitivo a nivel cuantitativo y cualitativo.

Análisis comparativo.

Se identificarán los principales competidores tanto directos como indirectos de la empresa. Se definirán las características principales, con lo que mantendrá un constante análisis comparativo. Las variables a evaluar son: precio, calidad, innovación constante, diversificación y puntualidad en la entrega del servicio.

Análisis Cuantitativo.

Cuadro 22: Análisis Cuantitativo.

Competidor	Ubicación	Servicio	Eventos a la semana
Columpius	La Libertad	<ul style="list-style-type: none">✓ Local✓ Organización✓ Animaciones✓ Decoración✓ Juegos infantiles	5
Pandy & Mandy	Salinas	<ul style="list-style-type: none">✓ Local✓ Cancha de césped✓ Enseres para fiesta	5
Party Fiesta	La Libertad	<ul style="list-style-type: none">✓ Decoración✓ Juegos Inflables✓ Globoflexia✓ Piñatas, sorpresas	6

Fuente: Análisis Cuantitativo.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Análisis Cualitativo.

Cuadro 23: Análisis Cualitativo.

Competidor	Posicionamiento	Financiamiento	N° de empleados	Días laborales
Columpius	Medio	1 mes al contado y con tarjeta de crédito	3 fijos 4 eventuales	Jueves, viernes, sábados y domingos
Pandy & Mandy	Medio	1 mes al contado y con tarjeta de crédito	2 fijos 3 eventuales	Fines de semana
Party Fiesta	Medio	1 mes al contado y con tarjeta de crédito	10 eventuales	De lunes a domingo

Fuente: Análisis Cuantitativo.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

En los cuadros anteriores se pudo observar que los tres competidores potenciales se encuentran ya posicionados en el mercado. El paquete de servicios en las 3 empresas es similar, con la diferencia de que “Party Fiesta” no cuenta con un local propio. Por otra parte, una debilidad que presenta Columpius es que solo laboran los días jueves, viernes y fines de semana, Pandy & Mandy sólo labora los fines de semana por lo que no cubren los eventos de fiestas infantiles que se puedan presentar entre semana. Party Fiesta es la empresa que realiza un mayor número de eventos a la semana, es necesario recalcar que cuenta con 10 empleados eventuales, los cuales son llamados cada vez que la empresa lo solicite.

Marketing Mix.

Dentro de este contexto se analizan los rubros que tienen relación con los cuatro elementos conocidos como la mezcla del marketing, los cuales son:

Diseño y desarrollo de producto o servicio.

Producto o servicio.

La principal estrategia de servicio que ofrecerá la empresa es la atención al cliente, pues ésta será dada de manera personalizada, exclusiva y de buena calidad en cada uno de sus servicios, dándoles a los padres de familia un ambiente placentero y procurando su mayor bienestar durante su estadía en el local. El personal que va a colaborar estará capacitado, comprometido y cumplido en ese sentido y de la misma forma, será motivado y evaluado permanentemente con la finalidad de garantizar un servicio impecable. El orden y la limpieza se mantendrán siempre en toda la instalación.

Cuadro 24: Ficha técnica del servicio.

Producto	Centro de evento infantil
Servicios	Salón Social Área verde Área de juegos inflables Área de juegos libres
Atención	Martes a Domingo
Horario	09:30 am a 20:00 pm

Fuente: Servicio a ofrecer.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

El concepto de calidad está formado, por factores como: seguridad, tranquilidad y diversión. Todo esto deberá estar de alguna manera reflejada en la presentación del producto.

Nombre comercial: Bambini Cía. Ltda.

Eslogan publicitario: El evento perfecto.

Figura 3: Logo de la empresa.



Fuente: Logo.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Determinación del precio del producto.

Precio.

El criterio para determinar el precio de venta del servicio se lo realizó en base a un estudio de mercado de la competencia conociendo los productos y/o servicios idénticos a los que ofrecerá Bambini Cía. Ltda., a su mercado meta.

El precio que se presenta en el mercado para un evento infantil es de \$385,00 en adelante dependiendo de la magnitud de la fiesta, considerando además que el

servicio comprende varias alternativas descritas en líneas precedentes. Es necesario recalcar que este precio se ha fijado para un evento donde asistan 30 niños, a partir de este número se establece un valor adicional por niño, dado que incrementan los costos variables característicos del evento y el margen de utilidad estimado.

Las políticas de precios son las siguientes:

- ✓ El pago por la prestación del servicio se realiza en dos partes, el 70% para iniciar con los preparativos y el 30% restante el día del evento.
- ✓ Para hacer uso de las instalaciones deberá adquirir por lo menos dos de los servicios que ofrece la empresa, ya que no se puede alquilar solo el local.
- ✓ Se realizará descuentos especiales en temporadas.

Plaza o distribución (Punto de venta).

La estrategia de distribución que se realizará es directa, ya que se necesita trabajar de manera personal con el consumidor final para lograr de esta manera que conozca todos los servicios y las instalaciones de la empresa.

Bambini Cía. Ltda., iniciará sus operaciones en un local ubicado en el barrio San Francisco, cuenta con un área de 200 m², al ofrecer un lugar físico, interviene mucho el factor tiempo por lo que será de mucha relevancia la puntualidad de las personas invitadas. Cabe recalcar que la ubicación del local será en una zona de fácil acceso y segura.

Para concretar la distribución se estableció un horario de atención: martes a domingo de 09H30 a 13H00 y de 16H00 a 20H00.

Para diversificar la venta directa con el cliente, existen varios medios que forman parte de la distribución, entre los cuales se tiene:

Figura 4: Plaza o distribución.

Marketing Directo	Marketing Interactivo
<ul style="list-style-type: none">• Creación de cuentas en redes sociales como: Facebook e Instagram. Publicación de los eventos realizados previa autorización. Uso del correo electrónico institucional para dar a conocer promociones, catálogo de servicios, nuevas adquisiciones y varias novedades	<ul style="list-style-type: none">• Desarrollo de una página web, donde el cliente tenga la oportunidad de dar un recorrido por nuestras instalaciones, pueda consultar horarios, precios y los servicios que más se adecuen a sus necesidades.

Fuente: Proceso de investigación.

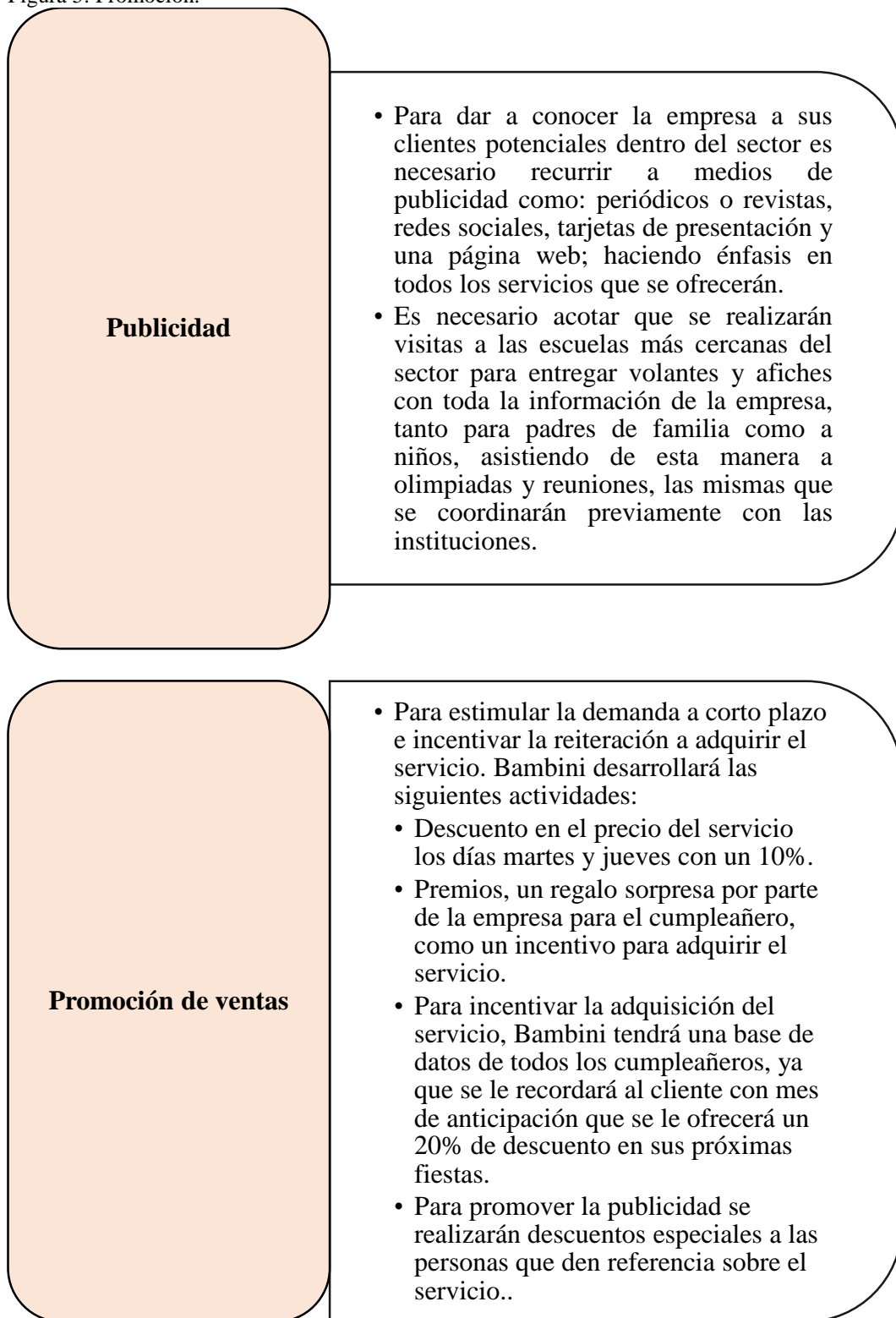
Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Las actividades anteriormente citadas se realizarán con la finalidad de fidelizar a los futuros clientes, además de captar un número mayor durante determinados periodos de tiempo; especialmente en la etapa de introducción de Bambini Cía. Ltda., en el mercado.

Promoción.

La promoción es uno de los puntos clave para el desarrollo, conocimiento y posicionamiento del servicio de fiestas infantiles. Esta consiste en comunicar, informar, dar a conocer o recordar la existencia de la empresa al público consumidor, así como persuadir, motivar o provocar su compra o adquisición. Para realizar una estrategia efectiva Bambini Cía. Ltda., ha decidido enfocarse en los siguientes parámetros: publicidad y promoción de ventas.

Figura 5: Promoción.



Fuente: Proceso de investigación.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Estrategias de comunicación.

Figura 6: Estrategias de comunicación.



El manejo de alternativas de publicidad será de gran importancia, especialmente en la etapa de introducción de la empresa, tanto antes como después. Una vez que la existencia y beneficios del centro de eventos infantiles sean plenamente difundidos por toda la población, el nivel de publicidad disminuirá y se centrará en temas como: promociones, actualizaciones de servicios y eventos especiales.



Otra opción es realizar anuncios publicitarios en radios locales, debido a que, se podrá alcanzar mayor cantidad de oyentes, los mismos que estarán expuestos a comerciales sobre la empresa, al sintonizar una emisora tanto en sus casas, como en los distintos medios de transporte. El contenido esencial de dichos comerciales será relativamente breve y su objetivo principal es comunicar la existencia, servicios, ubicación y actividades innovadoras que llamen la atención de los clientes, así como el énfasis en la integración familiar.



También se realizará publicidad por medio de hojas volantes, estas mostrarán imágenes, listarán los servicios a ofrecer e incluirán un mapa con la ubicación exacta de la empresa. La distribución se realizará en centros comerciales, en frente de escuelas y en los paraderos con mayor afluencia de personas.



Se empleará además gigantografías de diversos tamaños, los cuales serán colocados en las calles con mayor tránsito de la provincia. Estos tendrán poca información porque su finalidad será atraer la atención del usuario mediante imágenes y frases llamativas para que posterior puedan investigar con mayor detalle por su cuenta.



Por último, será necesario tener una página web en donde el cliente encuentre información e imágenes sobre los servicios, consultar los costos y promociones, averiguar cómo llegar al lugar, informarse sobre eventos futuros e ingresar a cualquier consejo o queja en la sección de atención al cliente, puesto que es necesario conocer los requerimientos que este desea para la ocasión.

Fuente: Proceso de investigación.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Plan de introducción al mercado.

El plan de introducción al mercado hace referencia a la estructura de acciones concretas que la empresa debe realizar en los primeros meses de desarrollo con la finalidad de garantizar una entrada exitosa dentro del mercado. En este punto se han considerado las actividades más importantes del proyecto desde el inicio hasta el momento en que ya opera el negocio.

Para aquello se ha dividido el proyecto en tres etapas, las cuales deberán ir cumpliendo etapa por etapa para avanzar hacia la siguiente. La primera se denomina “Inicio”, la misma comprende la parte inicial del negocio, esta fase es de vital importancia, dado que involucra los temas legales necesarios para la constitución de la compañía.

La segunda etapa se llama “Búsqueda y lanzamiento”, en esta se deben realizar acciones como: el contacto con proveedores, socios y negociar contratos de cooperación con ellos. También se deben buscar empleados para el funcionamiento del local. Es necesario acotar que se desarrollarán afiches publicitarios para dar a conocer la apertura del local, además se trabajará en planes de marketing vía internet, como por ejemplo: redes sociales, creación de una página web, anuncios por Facebook e Instagram, publicidad en radio, periódicos, hojas volantes, banner y tarjetas de presentación.

La tercera etapa se denomina “Apertura” y tiene como objetivo principal la inauguración del negocio o local. Las acciones que la empresa implementará se escriben y se detallan a continuación en el siguiente cronograma:

Cuadro 25: Acciones a realizar por la empresa.

ACTIVIDADES	TIEMPO																			
	Octubre 2018				Noviembre 2018				Diciembre 2018				Enero 2019				Febrero 2019			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Inicio de “Bambini”	X																			
Constitución de la empresa		X	X	X																
Búsqueda de local					X															
Compra de maquinarias, equipos, muebles y enseres						X	X	X	X											
Contacto con proveedores										X										
Negociación de contratos											X	X	X							
Contratación del personal														X						
Plan de marketing vía web															X					
Plan de marketing vía física																X	X			
Pruebas antes del funcionamiento																		X		
Apertura del negocio																			X	
Potenciar local																				X

Fuente: Acciones a implementar por parte de la empresa.

Elaborado por: Magallán PARRALES Melissa Annabel.

3.3.3. Proceso de servicio.

Es de mucha importancia establecer los pasos para la prestación de los servicios, estos aseguran una buena administración y crecimiento del negocio, así como también se logra obtener un gran número de clientes satisfechos y felices.

Objetivos del área de servicio.

- ✓ Describir el proceso principal que implica el desarrollo del servicio, para realizar un flujograma.
- ✓ Definir los lineamientos para la elección de proveedores de bienes y servicios que cumplan con las calificaciones solicitadas por la empresa.
- ✓ Determinar los principales equipos y maquinarias se van utilizar para la prestación del servicio.
- ✓ Establecer un cronograma de actividades para realizar la prestación del servicio.

Descripción del proceso de servicio.

Es importante precisar cuál es el proceso en la prestación del servicio, puesto que nos garantiza no sólo una buena gestión y desarrollo del negocio, sino además un gran número de clientes satisfechos.

Fase I: Venta del servicio.

El administrador se pone en contacto con el cliente, ya sea cuando el cliente ingrese a nuestras instalaciones, llame o envíe un correo electrónico, esta persona será la encargada de atenderlo con actitud amable, preguntará y escuchará con atención las

necesidades, expectativas, preferencias y detalles que conlleva el desarrollo del evento. Una vez recopilada toda la información necesaria del consumidor, el administrador le presentará una gama de propuestas, servicios y promociones o combos que ofrece el centro de eventos infantiles.

Consecutivamente se tomará nota de los servicios de su preferencia, se mostrará los costos al usuario, en ese momento el cliente decide si contrata o no el servicio, en el caso de que la decisión sea negativa se le brindará nuevas alternativas para tratar de convencerlo, ahora bien, si pese a los esfuerzos realizados el consumidor no desea el servicio en esta etapa termina el proceso. Se identificarán las fallas o errores que dieron paso a dicha respuesta.

Si el cliente elige la propuesta que más se apegue a sus necesidades, exigencias y requerimientos, el siguiente paso es el contrato, en esta etapa se acepta las condiciones del servicio y las formalidades para garantizar el cumplimiento del mismo. Una vez leídas todas las cláusulas se procederá a la firma de contratación del servicio y posteriormente al pago adelantado del 70% del presupuesto para separar la fecha del evento.

Fase II: Coordinación y organización del evento.

El organizador de eventos coordinará toda la distribución del montaje, además de cada detalle que se va a realizar, decoración de acuerdo a temáticas y tendencia escogidas, mantelería, carpas, mesa, sillas, juegos inflables, servicios extras que el usuario desea adquirir, y cronograma de cada una de las actividades que se llevarán a cabo el día de la fiesta.

Fase III: Compra de enseres de decoración y varios.

De acuerdo a lo acordado con el cliente, el organizador de eventos coordinará las compras de los materiales, suministros, y demás enseres necesarios para realizar cada evento, considerando los requerimientos y gustos de cada usuario, con el afán de satisfacer sus necesidades y brindarles una fiesta ideal.

Fase IV: Montaje del evento.

El día del evento se montará todo lo respectivo a mobiliarios, equipos, mantelería y decoración que se estipularon dentro del contrato. En este punto del proceso también se determina cada detalle que conlleve al desarrollo del festejo.

Fase V: Realización del evento.

El evento se efectuará la fecha programado y siguiendo el cronograma acordado y estipulado con el cliente. El organizador de eventos es la persona encargada de dar su cumplimiento y deberá estar pendiente de los requerimientos que se puedan presentar, además vela por el éxito de cada actividad. Posterior a esto se realizará una inspección final para confirmar que todo está como lo solicitó el cliente, luego de verificar se pasará una última revisión, pero esta vez con el encargado de organizar la fiesta, para que pueda constatar la calidad y buen servicio que ofrece la empresa. Terminando el evento se desmonta todos los implementos utilizados y se ejecuta una limpieza general en toda el área ocupada.






Como último punto, se procede a la elaboración de la factura y al pago en efectivo del 30% restante que se acordó dentro del contrato.

Diagrama de flujo de servicio y entrega del bien.

El diagrama de actividades o también denominado como flujograma es una representación gráfica de un proceso que corresponde a distintos ámbitos como: industria, psicología del conocimiento o cognición, economía, programación informática, entre otros. Cada paso del proceso se representa mediante una variedad de símbolos, que contienen una breve descripción de un paso del proceso y la ejecución del mismo están conectados entre sí con flechas que indican la dirección de cada etapa a realizarse o ejecutarse.

Es necesario acotar que el diagrama de flujo hace más sencillo y fácil de entender el análisis de un proceso para la identificación de: las entradas de distribuidores de materia prima e insumos, maquinarias, materiales y equipos, las salidas de sus clientes potenciales y además de los puntos críticos del proceso.

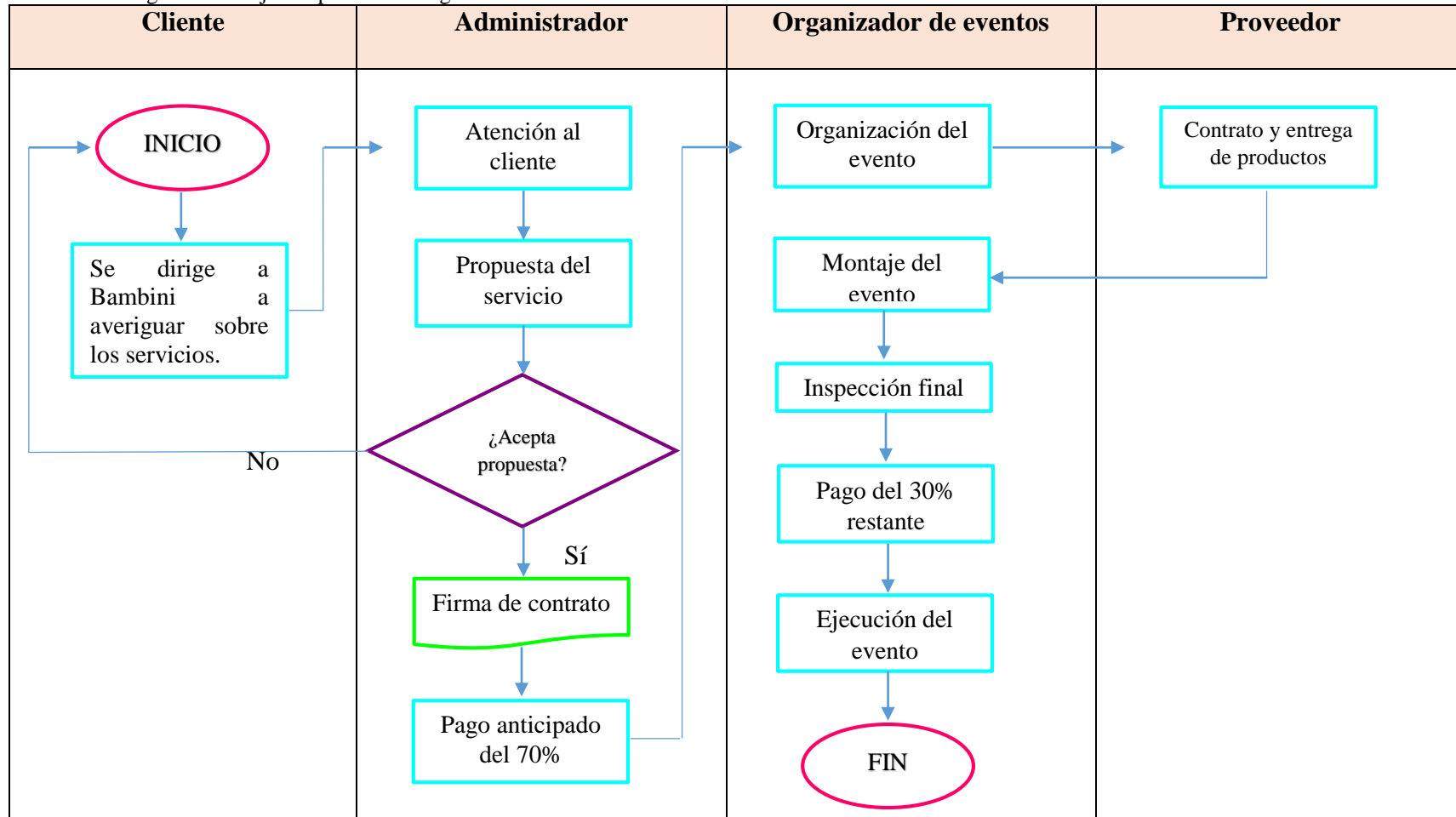
Cuadro 26: Simbología de los flujogramas.

Símbolo	Significado
	Inicio y fin del proceso
	Acciones o actividades a realizar
	Documento a utilizar en el proceso
	Elección del servicio
	Relación existente de un paso a otro

Fuente: Simbología de los flujogramas.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Cuadro 27: Diagrama de flujo del proceso entrega del bien.



Fuente: Bambini Cía. Ltda.

Elaborado por: Magallán PARRALES Melissa Annabel.

Necesidades de materia prima.

La empresa Bambini Cía. Ltda., debido a su actividad comercial no necesita de materia prima, pero si se provisionará de materiales y equipos que se encuentren en óptimas condiciones para el normal funcionamiento del servicio que se desea prestar y además que cumpla con los requerimientos del cliente. Los artículos o materiales deben estar limpios, pintados y no rotos para el inicio de las operaciones de la empresa.

Cuadro 28: Necesidad de materia prima.

N°	DETALLE	CANTIDAD	P.U.	V. A.
1	Mesas plásticas	17	\$7,00	\$119,00
2	Sillas plásticas grandes	50	\$5,00	\$250,00
3	Sillas plásticas pequeñas	50	\$4,50	\$225,00
4	Cobertores para sillas	50	\$1,00	\$50,00
5	Lazos para sillas	50	\$0,50	\$25,00
6	Manteles	50	\$2,00	\$100,00
7	Cubre manteles	50	\$1,25	\$62,50
8	Faldón	1	\$10,00	\$10,00
9	Saltaín (Castillo inflable)	1	\$800,00	\$800,00
10	Columpios	1	\$120,00	\$120,00
11	Juego de arcos	1	\$130,00	\$130,00
12	Pelota de fútbol	2	\$20,00	\$20,00
13	Cámara fotográfica	1	\$400,00	\$400,00
14	Filmadora	1	\$400,00	\$400,00
15	Micrófonos inalámbricos	1	\$120,00	\$120,00
17	Parlante amplificador	2	\$250,00	\$500,00

Fuente: Necesidad de materia prima.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Identificación de proveedores.

Para cumplir con las expectativas y requerimientos de los clientes es necesario tener alianzas estratégicas con proveedores calificados en el suministro del material y mano de obra requerido para los eventos.

Los productos a considerar para la realización de cada evento serán adquiridos en los siguientes lugares:

Cuadro 29: Proveedores.

Logo	Empresa	Dirección	Servicio
	Party Fiesta	La Libertad: Av. 9 de Octubre, frente al Edificio del SRI, Península de Santa Elena	Artículos para fiesta
	Mi Comisariato	Barrio Quito, Av. 12, Mz. 38 E/Calle 10 y Calle 12 S/N, CC. Paseo Shopping, Península de Santa Elena.	Artículos varios
	Katty Muñís Quimí	La Libertad, Península de Santa Elena, Barrio 22 de Septiembre	Animación Continúa...

<p>Continua...</p> 	Peckelandia	Víctor Gómez Jurado, provincia de Imbabura, ciudad Ibarra	Juegos Inflables
	Almacenes Boyacá	Guayaquil, Av., Juan Tanca Marengo Km 1/5 entre Agustín Freire y José Castillo.	Toboganes y arcos
	Pycca S.A.	Barrio Quito, Av. 12, Mz. 38 E/Calle 10 y Calle 12 S/N, CC. Paseo Shopping, Península de Santa Elena.	Mesas y sillas

Fuente: Proveedores de materia prima.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.





El poder de negociación con los proveedores se dará, esto se debe a que en el cantón La Libertad existen varios negocios que ofrecen variedades de productos e insumos necesarios para esta actividad, en el caso de no contar con los materiales se procederá a la compra en otras ciudades como Guayaquil e Imbabura, la idea es quedarse con el proveedor que brinde los mejores precios del mercado.








Equipos a utilizar y características.

Es necesario acotar que la inversión del proyecto es importante para el funcionamiento del servicio que se está ofreciendo al mercado, en razón de lo cual se indica las características más relevantes de los mismos.

Con lo relacionado a los equipos y maquinarias, son de procedencia nacional a precios alternativos, dependiendo de la marca y del tipo de material, se encontró una gran variedad dentro el mercado.

Cuadro 30: Equipos a utilizar y sus características.

Equipos a utilizar	Características
<p>Teléfono inalámbrico</p> 	<p>Su función es ser medio de comunicación tanto para clientes como para proveedores y demás contactos de la empresa.</p>
<p>Cámara</p> 	<p>Dispositivo utilizado para capturar y almacenar fotografías de los momentos más importantes de la persona homenajeada como de los asistentes.</p>
<p>Filmadora</p> 	<p>Se encarga de registrar bellas imágenes bien enfocadas y a la vez sonidos simultáneos, de los momentos más especiales del evento, para posterior ser reproducidos en un aparato determinado.</p>
<p>Parlantes</p> 	<p>Dispositivo que permite la reproducción y amplificación de música. Este aparato se presenta como una nueva forma para interactuar con el cliente a través de sus diferentes sonidos. Continúa...</p>

<p>Continúa...</p> <p>Micrófonos</p> 	<p>Aparato que capta la voz de una persona o de cualquier otro sonido y lo codifica en señal eléctrica. Usualmente la utiliza quien estará a cargo de la animación de la fiesta infantil.</p>
<p>Juegos Inflables</p> 	<p>Son estructuras que con aire tienen diversas formas, modelos y tamaños. Son confeccionados en telas de lona resistentes, vienen en distintos colores. Se utilizarán para que los niños/as se diviertan, salten y rueden.</p>
<p>Columpios</p> 	<p>Estructura metálica utilizada por los niños/as para su entretenimiento. La diversión se origina cuando este se sujeta de los laterales, impulsándose o balanceándose hacia adelante y atrás.</p>
<p>Laptop</p> 	<p>Herramienta que tiene como finalidad registrar el ingreso y egreso del dinero de la compañía, así como la anotación de cada uno de los datos de los clientes.</p>
<p>Impresora</p> 	<p>Dispositivo periférico que tiene como principal función imprimir en medios físicos, tantos datos en forma de textos o imágenes de documentos almacenados dentro de una computadora.</p>
<p>Proyector</p> 	<p>Dispositivo de gran apoyo para la empresa, sirve para mostrar las presentaciones formales en las cuales se comunica todo lo relacionado a la compañía.</p>
<p>Aire acondicionado</p> 	<p>Es utilizado para controlar la climatización dentro de las oficinas administrativas, es decir, permite controlar por completo la temperatura, la humedad y la ventilación.</p>

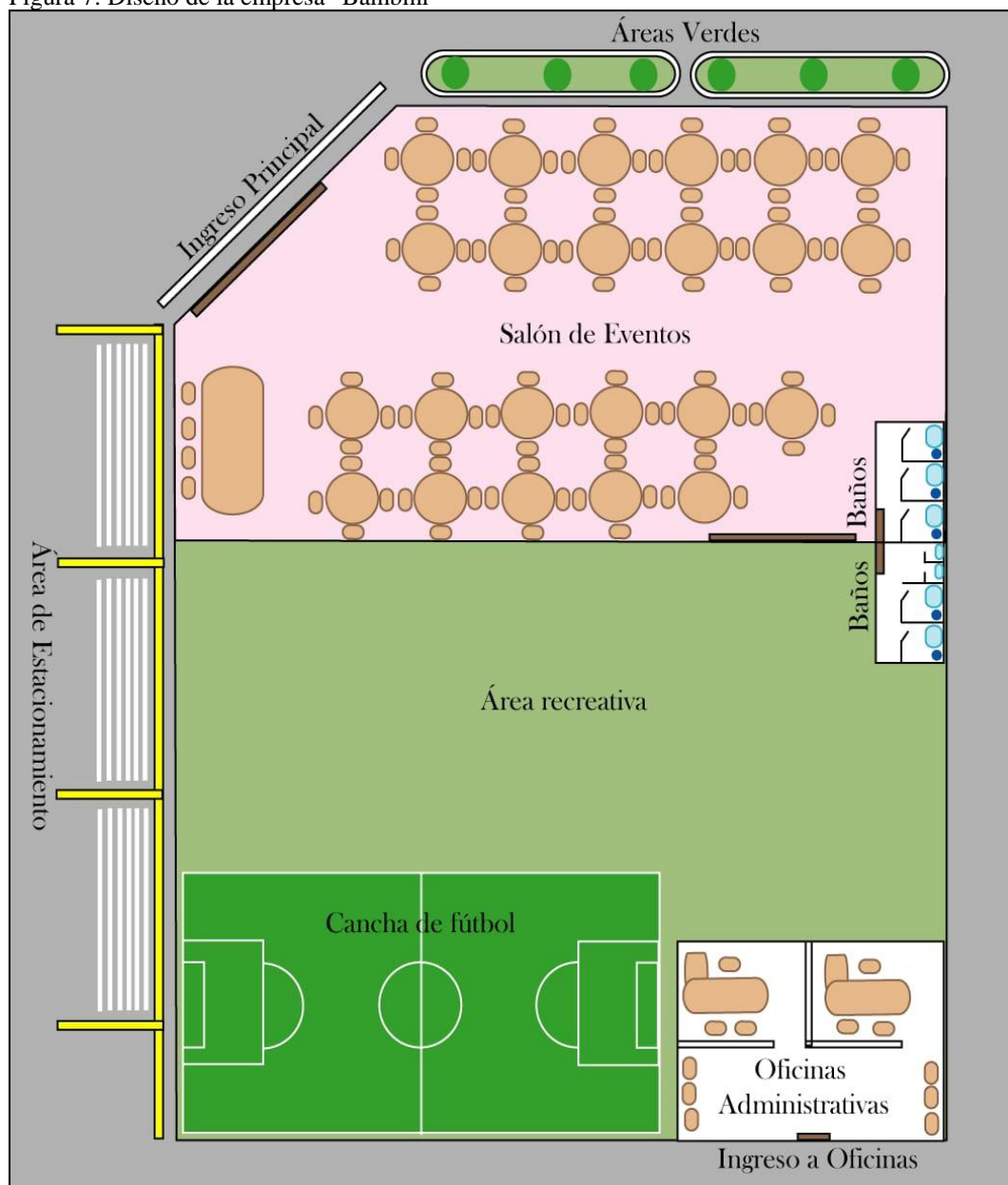
Fuente: Equipos a utilizar y sus características.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Diseño y distribución de planta y oficina (Layout).

Bambini Cía. Ltda., realizará el diseño y distribución de la planta de tal manera que facilite buenas condiciones de trabajo, sin descuidar la funcionalidad y estética de la misma, consiguiendo así la adecuada repartición de los espacios.

Figura 7: Diseño de la empresa "Bambini"



Fuente: Diseño y distribución de la planta.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Cronograma de adquisición de materia prima.

Cuadro 31: Cronograma de adquisición de materia prima.

Actividades	Responsable	Tiempo							
		Nov-18				Dic-18			Ene-19
		2	3	4	1	2	3	4	1
Detección de necesidad de compra de materia prima e insumos	Administrador-Organizador de eventos	X							
Requisitos de compra	Administrador		X						
Reunión en oficinas administrativas con el responsable de realizar las compras	Administrador-Organizador de eventos		X						
Especificaciones técnicas puntuales	Organizador de eventos		X						
Búsqueda de proveedores potenciales	Administrador			X					
Selección de tres posibles proveedores	Administrador				X				
Comparación de cotizaciones	Administrador				X				
Negociación y elección de proveedor	Administrador					X			
Orden de compra	Administrador						X		
Entrega de materia prima	Proveedor							X	
Recepción e inspección de materia prima	Organizador de eventos							X	
Revisión de facturas y pago a proveedores	Administrador							X	

Fuente: Cronograma de adquisición de materia prima.

Elaborado por: Magallán PARRALES Melissa Annabel.

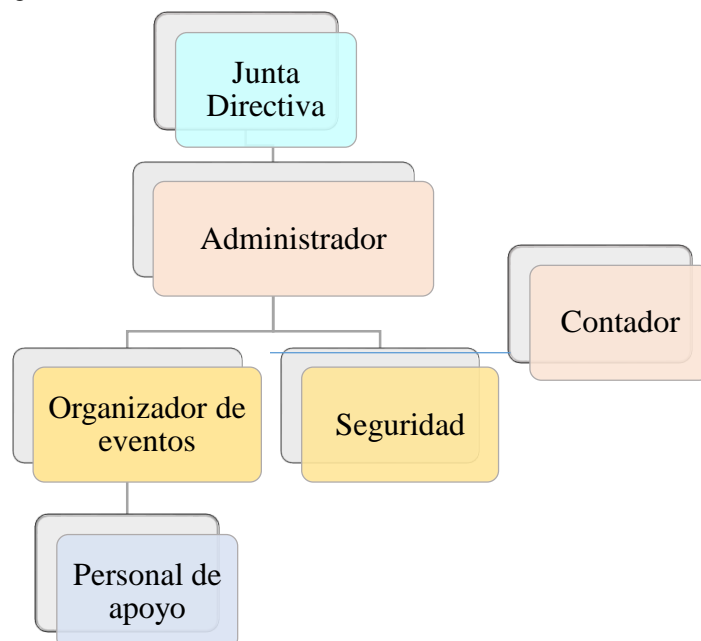
3.3.4. Organización.

Objetivos del área de organización.

- ✓ Definir la estructura organizacional a través de la representación gráfica de un organigrama.
- ✓ Especificar el puesto de trabajo a cada trabajador tomando en cuenta sus capacidades, conocimientos y habilidades.
- ✓ Establecer las ocupaciones que cada trabajador va a desempeñar dentro de la organización a través de la elaboración de manuales de funciones.
- ✓ Determinar los requisitos legales para la constitución de la organización para ejercer su ejercicio en el mercado sin sanciones ni inconvenientes.

Estructura organizacional.

Figura 8: Estructura Organizacional.



Fuente: Organigrama Empresa Bambini Cía. Ltda.
Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Manual de funciones.

La junta directiva está formada por cuatro socios y uno de ellos en este caso será el Administrador del centro de eventos infantiles.

Cuadro 32: Manual de Función del Administrador.

BAMBINI CÍA. LTDA.	
NOMBRE DEL CARGO	Administrador
JEFE INMEDIATO	Junta de accionistas
NÚMERO DE PERSONAS EN EL CARGO	1
OBJETIVO	
Liderar la gestión estratégica de la empresa, a través de los procesos de planificación organización, dirección y control con la finalidad de asegurar la competitividad, sustentabilidad y rentabilidad de la organización, cumpliendo con los objetivos estratégicos del directorio, reglamentos y normatividad vigente.	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none">✓ Plantear y ejecutar seguimiento a los objetivos organizacionales.✓ Organizar el reclutamiento, selección, capacitación y coordinación de los trabajadores.✓ Revisar, coordinar y controlar todas las actividades de los colaboradores que están a su cargo, así como el manejo general de la organización.✓ Dar solución a cualquier tipo de problemas que se presente en el área de administración y además del funcionamiento del negocio✓ Dar soluciones a las necesidades de los clientes para que queden totalmente satisfechos.	
REQUISITOS	
<p>Intelectuales: Estudios: Ingeniería en Administración de Empresas, o Administración de Recursos Humanos Experiencia: 5 años Responsabilidades adquiridas: Supervisión y control del personal de trabajo para garantizar el buen funcionamiento de la organización. Actitudes: Responsable, respetuoso, puntual, honesto, tolerante, capacidad creativa, autonomía y alto sentido de liderazgo. Ambiente: Oficina Riesgo: Bajo</p>	

Fuente: Manual de funciones.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Cuadro 33: Manual de Función del Contador.

BAMBINI CÍA. LTDA.	
NOMBRE DEL CARGO	Contador
JEFE INMEDIATO	Administrador
NÚMERO DE PERSONAS EN EL CARGO	1
OBJETIVO	
<p>Controlar el presupuesto de la compañía, por medio de los reportes de información financiera, archivo de la documentación, ejecución y evaluación de los procesos contables. No pertenece a la organización por lo que su contrato será externo.</p>	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar un control minucioso de todas las operaciones que impliquen dinero dentro de la organización. ✓ Registrar cronológicamente todos los movimientos contables de la organización y asesorar financieramente a la administración. ✓ Cumplir con cada una de las obligaciones tributarias. ✓ Elaborar, analizar y presentar los estados financieros de la organización. ✓ Ejecutar los pagos respectivos. 	
REQUISITOS	
<p>Intelectuales: Estudios: Título profesional en el área de Contaduría Pública Experiencia: 2 años Responsabilidades adquiridas: Mantener e informar sobre los estados financieros de la organización. Actitudes: Disciplinado, toma de decisiones, responsable, puntual, honesto, tolerante, trabajar bajo presión y tener criterio. Ambiente: Oficina Riesgo: Bajo</p>	

Fuente: Manual de funciones.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Cuadro 34: Manual de Función del Organizador de eventos.

BAMBINI CÍA. LTDA.	
NOMBRE DEL CARGO	Organizador de eventos
JEFE INMEDIATO	Administrador
NÚMERO DE PERSONAS EN EL CARGO	1
OBJETIVO	
Interpretar los deseos, requerimientos y necesidades del consumidor final, además de cuidar cada uno de los detalles y dar cumplimiento a lo ofrecido.	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Coordinar la logística de cada evento infantil. ✓ Realizar las respectivas decoraciones para la organización de la fiesta infantil. ✓ Coordinar y supervisar las actividades del personal de apoyo. ✓ Instruye al personal en el trabajo que se va a realizar. ✓ Dar a conocer a su superior inmediato sobre la ejecución de las actividades realizadas por el personal que está a su cargo. 	
REQUISITOS	
<p>Intelectuales:</p> <p>Estudios: Ingeniería en Administración de Empresas Relaciones públicas Carreras afines</p> <p>Experiencia: 3 años</p> <p>Responsabilidades adquiridas: Supervisión y control del personal de trabajo para garantizar el buen funcionamiento de la organización.</p> <p>Actitudes: Creativo, comunicación con los niños, tener iniciativa, mente innovadora, sentido del humor y capacidad coordinadora.</p> <p>Ambiente: Oficina</p> <p>Riesgo: Bajo</p>	

Fuente: Manual de funciones.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Cuadro 35: Manual de Función del Personal de Apoyo.

BAMBINI CÍA. LTDA.	
NOMBRE DEL CARGO	Personal de apoyo
JEFE INMEDIATO	Administrador
NÚMERO DE PERSONAS EN EL CARGO	1
OBJETIVO	
Participar en conjunto con el organizador de eventos en la planificación del evento infantil.	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Brindar apoyo en todo momento (antes, durante y después) del evento infantil. ✓ Decorar toda la fiesta infantil. ✓ Ayudar al montaje general del evento. ✓ Ayudar a interpretar las necesidades y requerimientos del cliente. ✓ Ser observador e innovador. 	
REQUISITOS	
<p>Intelectuales: Estudios: Ingeniería en Administración Hotelera, o Carreras afines Experiencia: 1 año en organización de eventos Responsabilidades adquiridas: Realiza actividades establecidas por el cliente. Actitudes: Creativo, comunicación con los niños, tener iniciativa, mente innovadora, sentido del humor y capacidad coordinadora. Ambiente: Campus Riesgo: Medio</p>	

Fuente: Manual de funciones.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Cuadro 36: Manual de Función del Guardia.

BAMBINI CÍA. LTDA.	
NOMBRE DEL CARGO	Guardia
JEFE INMEDIATO	Administrador
NÚMERO DE PERSONAS EN EL CARGO	2
OBJETIVO	
Garantizar la seguridad y protección de la instalación, además de los bienes que posee la empresa.	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Monitorear constantemente el establecimiento y proteger los bienes y personas puestas a su cuidado. ✓ Prestar de manera personal el servicio, mostrando siempre responsabilidad, eficiencia, capacidad y diligencia. ✓ Dar estricto cumplimiento a las órdenes impartidas por sus superiores jerárquicos, con competencias y atribuciones. ✓ Informar al superior inmediato todos los actos que causen perjuicio a la empresa o que implique la comisión de un delito. ✓ Mantener el orden dentro de sus jornadas laborales. 	
REQUISITOS	
<p>Intelectuales:</p> <p>Estudios: Curso homologado por el Ministerio del Interior. Pruebas convocadas por la Secretaría de Estado de Seguridad. Certificado del Servicio Militar.</p> <p>Experiencia: 2 años</p> <p>Responsabilidades adquiridas: Resguardo y protección de los bienes y personas a su cargo.</p> <p>Actitudes: Buenas relaciones interpersonales, responsable, respetuoso, puntual, tolerante, confiable y comprometido.</p> <p>Ambiente: Campus</p> <p>Riesgo: Alto</p>	

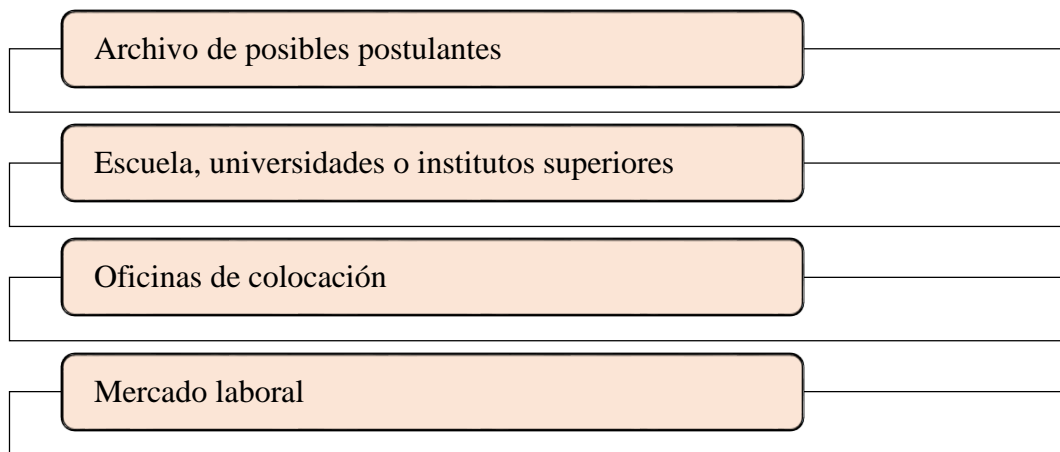
Fuente: Manual de funciones.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Desarrollo de personal.

Durante la etapa inicial de la organización y a medida que sea necesario se realizará una contratación, recurriendo principalmente a los siguientes métodos:

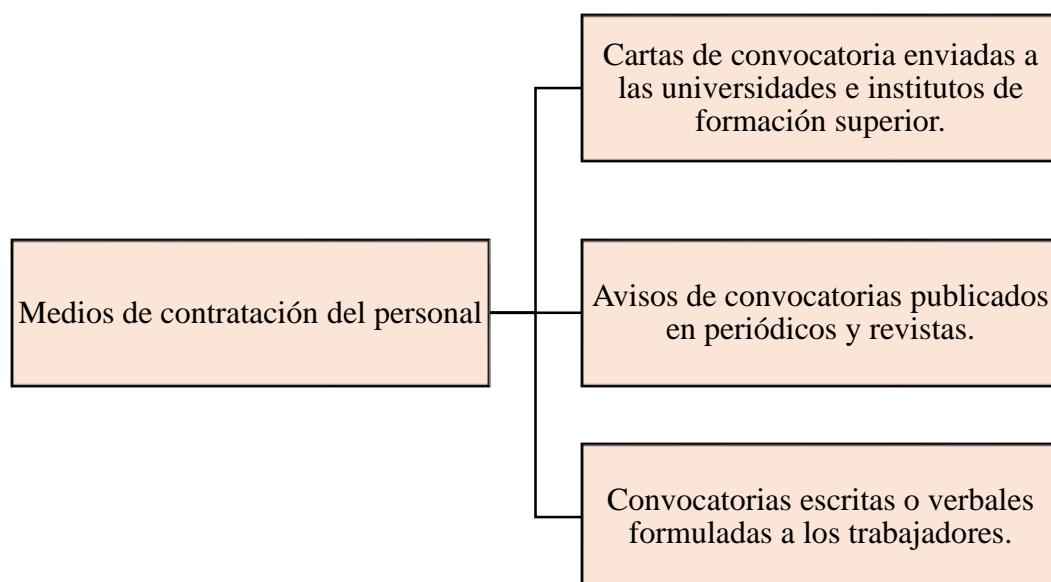
Figura 9: Desarrollo del personal.



Fuente: Proceso de investigación.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Figura 10: Medios de contratación del personal.



Fuente: Proceso de investigación.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Políticas institucionales.

- ✓ La comunicación es uno de los pilares fundamentales para el correcto funcionamiento de la empresa, por ello, se dará de forma verbal o escrita, se debe hacer factible una relación interpersonal que contribuya al entendimiento de todos los integrantes.
- ✓ Los colaboradores mantendrán en todo momento un trato amable y cortés con los clientes, expresando de tal forma una cultura de servicio de calidad.
- ✓ Impulsar las ventas del local para eventos con una actitud positiva y de servicio.
- ✓ La empresa no podrá incrementar nuevos servicios que demandan de infraestructura adicional, durante el primer año de actividad.

Políticas de control interno.

- ✓ El personal será capacitado de manera continua para enfrentar la ausencia de cualquier compañero con absoluta responsabilidad, seriedad y respeto.
- ✓ Realizar cualquier acción sin el consentimiento del cliente.
- ✓ Los empleados tendrán durante el medio día una hora para disfrutar de su almuerzo.
- ✓ Los colaboradores deben mantener toda el área de trabajo en perfectas condiciones.

Políticas de prestación del servicio.

- ✓ La contratación del local de eventos infantiles se reducirá en un contrato por servicios que se dará entre la empresa y el cliente.

- ✓ El usuario debe hacer la reservación del local de eventos infantiles con el 70% del pago total y el otro 30% el día del evento.
- ✓ El cliente puede realizar algún cambio en la organización del evento infantil con una semana de anticipación al día del festejo.
- ✓ En caso de que exista cancelación del evento, esta será penalizada con el 10% si se realiza con dos semanas de anticipación, mientras que si es cancelada 24 horas o el día del evento se aplicará un cargo del valor total.

3.3.5. Finanzas.

La estructuración económica es la composición del capital o recursos financieros que el negocio adaptará para poner en marcha el presente proyecto.

Objetivos del área de finanzas.

- ✓ Determinar el monto total de la inversión y los medios de financiamiento que se necesitarán para iniciar las actividades de la empresa, en base a los requerimientos de recursos humanos, materiales y tecnológicos con la finalidad de cubrir la capacidad instalada de producción a través de un ejercicio económico a lo largo de la vida útil de la misma.
- ✓ Elaborar los estados financieros proyectados desde el día uno hasta el horizonte del proyecto.
- ✓ Calcular los indicadores de rentabilidad financiera esperada para el proyecto.
- ✓ Comprobar que el proyecto es viable y se obtendrán los resultados esperados por el inversionista y los socios.

- ✓ Realizar un análisis de costos y gastos con la finalidad de reducirlos y por lo tanto, ofrecer un servicio de calidad.

Sistema contable de la empresa.

Bambini Cía. Ltda., cuenta con un contador como apoyo externo. Su función principal es gestionar la información de la organización tanto financiera como contable, dando a conocer su situación económica de manera eficaz y rápida, por medio de normativas y pautas que permiten controlar todas las operaciones

Es necesario recalcar que la empresa en mediano plazo implementará un departamento financiero, el cual se encargará de analizar y valorar los resultados económicos/financieros que se obtienen, además de planificar y recopilar los procesos a seguir en base al control y cumplimiento de los objetivos institucionales.

Catálogo de cuentas.

Cuadro 37: Catálogo de cuentas

Código	Nombre de la cuenta
1	ACTIVO
1.1	ACTIVO CORRIENTE
1.1.1.	DISPONIBLE
1.1.1.1.	Caja
1.1.1.2.	Fondo fijo
1.1.1.3.	Efectivo en tránsito
1.1.2.	EXIGIBLES
1.1.2.1.	Crédito tributario
1.1.2.2.	IVA pagado

Continúa...

1.1.3.	Continúa...
	INVENTARIOS
1.1.3.1.	Inventario en productos terminados
1.1.3.2.	Inventario de materia prima directa
1.1.3.3.	Inventario de suministros y materiales
1.1.3.4.	Suministros de oficina
1.2.	ACTIVO NO CORRIENTE (Propiedad, Planta y Equipo)
1.2.1.	DEPRECIABLE
1.2.1.1.	Muebles y enseres
1.2.1.2.	Equipo de oficina
1.2.1.3.	Equipo de computación
1.2.2.	DEPRECIACIÓN ACUMULADA
1.2.2.1.	(-) Depreciación acumulada de muebles y enseres
1.2.2.2.	(-) Depreciación acumulada de equipos de oficina
1.2.2.3.	(-) Depreciación acumulada de equipos de computación
2	PASIVOS
2.1.	CORRIENTE
2.1.1.	Proveedores
2.1.2.	Cuentas por pagar
2.1.3.	Documentos por pagar
2.1.4.	15% participación de trabajadores
2.1.5.	22% impuesto a la renta
2.1.6.	IESS por pagar
2.1.7.	Préstamo bancario
2.1.8.	Intereses por pagar
3	PATRIMONIO
	Continúa...

3.1.	Continúa...
	CAPITAL
3.1.1.	Participaciones
3.3.	RESULTADOS
3.3.1.	Utilidad del ejercicio
4.	INGRESOS
4.1.	VENTAS
4.1.1.	Productos o servicio
4.1.2.	Venta al contado
4.1.3.	Utilidad bruta en ventas
5.	GASTOS
5.1.	Gastos de ventas
5.2.	Gastos administrativos
5.3.	Gastos financieros
5.4.	Gastos de constitución

Fuente: Catalogo de cuentas.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Costos y gastos.

En el presupuesto de costos y gastos se detallan cada uno de los desembolsos que se van a obtener por la operación del negocio. Estos se dividen en costos de producción y distribución, que a su vez suponen varias subdivisiones que se detallan en el cuadro siguiente.

Dentro de los primeros se encuentra la materia prima directa e indirecta, costos indirectos de fabricación y otros CIF. Por otro lado están los gastos administrativos, de ventas, financieros y otros gastos.

Cuadro 38. Costos y gastos.

N°	DETALLE	COSTOS DE PRODUCCIÓN					COSTOS DE DISTRIBUCIÓN			
		COSTO PRIMO		CIF			GA	GV	GF	OTROS GASTOS
		MPD	MOD	MPI	MOI	OTROS CIF				
1	Escritorios ejecutivos					\$360,00				
2	Sillas ejecutivas					\$200,00				
3	Sillas de espera					\$180,00				
4	Archivador aéreo					\$80,00				
5	Proyector					\$600,00				
6	Filmadora			\$400,00						
7	Cámara fotográfica			\$400,00						
8	Micrófonos inalámbricos			\$120,00						
9	Teléfono inalámbrico					\$140,00				
10	Laptops					\$1.280,00				
11	Impresora					\$350,00				
12	Aire acondicionado					\$1.200,00				
13	Parlante amplificador	\$500,00								
14	Mesas plásticas	\$119,00								
15	Sillas plásticas (Grandes)	\$500,00								
16	Sillas plásticas (Pequeñas)	\$450,00								
17	Cobertores para sillas	\$700,00								Continúa...

18	Continúa... Lazos para sillas	\$350,00								
19	Manteles	\$300,00								
20	Cubre manteles	\$187,50								
21	Faldón	\$100,00								
22	Salta Salta	\$800,00								
23	Columpios	\$120,00								
24	Juego de arcos	\$130,00								
25	Pelota de fútbol	\$40,00								
26	Carpas medianas	\$70,00								
27	Uniformes (Camisetas polo)					\$42,00				
28	Energía eléctrica					\$384,00	\$96,00			
29	Servicio telefónico e internet					\$108,00	\$432,00			
30	Servicio de agua					\$240,00	\$60,00			
31	Gastos de constitución									\$750,00
32	Suministros de oficina						\$3.058,80			
33	Suministros de aseo						\$232,60			
34	Gastos de publicidad							\$1.267,00		
35	Intereses bancarios								\$10.753,15	
36	Sueldos y salarios administrativos						\$32.459,00			
37	Sueldos de operarios de ventas							\$18.635,28		

Fuente: Costos y gastos.

Elaborado por: Magallán PARRALES Melissa Annabel.

Capital social.

El capital de trabajo hace referencia al recurso económico que la empresa tiene destinado para su funcionamiento inicial y permanente, este rubro se determinó considerando las siguientes variables:

Cuadro 39: Capital de trabajo.

CAPITAL DE TRABAJO	VALOR ANUAL
Gastos Administrativos	\$36.338,40
Gastos de Ventas	\$20.262,28
Gastos Financieros	\$10.753,15
Otros Gastos	\$750,00
Costos Totales	\$10.450,50
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$78.554,33

Fuente: Capital de trabajo.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Inversión total.

La inversión inicial estimada para la operación de Bambini Cía. Ltda., se contempla principalmente en el terreno, el mismo que tiene un costo actual de \$20.000,00. La infraestructura del local comprende: el área de las oficinas administrativas, área social, cancha de futbol, zona de recreación, estacionamiento, cerramiento y otras instalaciones necesarias para la empresa, tienen un momento total de \$12.000,00.

Además de los ítems nombrados anteriormente dentro de este rubro se tienen a los activos fijos y capital de trabajo. En el siguiente cuadro se detallan los montos que requiere el negocio para empezar su actividad comercial dentro del mercado.

Cuadro 40: Inversión Total.

INVERSIÓN	VALOR
Inversión en activos fijos	\$8.479,50
Inversión en terrenos y obras físicas	\$32.000,00
Inversión en capital de trabajo	\$78.554,33
TOTAL INVERSIÓN	\$119.033,83

Fuente: Inversión total.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Financiamiento.

Constituye la asignación de recursos económicos por parte de los socios y de terceros, para la obtención de los bienes que dan inicio a la actividad comercial de la empresa, con la finalidad de conseguir un rendimiento en el futuro.

El financiamiento de Bambini Cía. Ltda., velará por un lado por el capital aportado por los socios de la sociedad que se ha constituido y también por un préstamo bancario. Los socios aportarán como patrimonio de la sociedad \$79.033,83, representando el 66% de la inversión y el ítem de la deuda representa un monto de \$ 40.000,00, que representa el 34% de la inversión total, para que el negocio pueda solventar los costos.

Los requerimientos de la inversión total serán cubiertos de acuerdo al detalle siguiente:

Cuadro 41: Financiamiento.

FINANCIAMIENTO	%	VALOR
Aportación del capital	66%	\$79.033,83
Préstamo bancario	34%	\$40.000,00
TOTAL INVERSIÓN	100%	\$119.033,83

Fuente: Financiamiento.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Aportación de capital.

A continuación, se desglosa el aporte de cada uno de los socios:

Cuadro 42: Aportación de los socios.

APORTACIÓN DE CAPITAL SOCIOS			
Nombre	Ocupación	%	VALOR
Sr. Amable Magallanes Reyes	Propietario del local de mariscos "Don Maga"	20%	\$15.806,77
Sra. Tula Zambrano De La Cruz	Propietaria de la picantería "Marquito"	20%	\$15.806,77
Ab. Wilson Laínez Quiroz	Propietario del consultorio Jurídico Laínez & Asociados	20%	\$15.806,77
Sra. Betsy Matías Panchana	Propietaria de la farmacia "Divino Niño"	20%	\$15.806,77
Sr. Abel Reyes Quimí	Propietario del local de mariscos "Reyes"	20%	\$15.806,77
TOTAL INVERSIÓN		100%	\$79.033,83

Fuente: Aportación de capital.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Amortización de la deuda.

Para el desarrollo del proyecto es necesario realizar un préstamo bancario, por lo que los socios a través de una cotización llegaron a la conclusión de trabajar con el banco del Pacífico, dado que esta entidad brinda más facilidades al momento de sacar el crédito y lo más conveniente es su tasa de interés está al 8,5%, a un horizonte de 5 años para esta clase de emprendimientos.

En el siguiente cuadro se puede observar el detalle de la amortización del préstamo.

Cuadro 43: Amortización de la deuda.

Beneficiario		Empresa Bambini Cía. Ltda.		
Institución financiera		Banco del Pacífico		
Monto en USD		\$40.000,00		
Tasa de interés		8,5%		
Plazo		5 años		
Moneda		Dólares		
Amortización		Cada mes		
Número de periodos		60		
N°	SALDO	INTERÉS	INTERÉS MENSUAL	0,007083333
			PAGOS FIJOS	\$10.150,63
			DIVIDENDO	PRINCIPAL
	\$40.000,00			
	\$33.249,37	\$3.400,00	\$10.150,63	\$6.750,63
	\$25.924,94	\$2.826,20	\$10.150,63	\$7.324,43
	\$17.977,93	\$2.203,62	\$10.150,63	\$7.947,01
	\$9.355,42	\$1.528,12	\$10.150,63	\$8.622,51
	(0,00)	\$795,21	\$10.150,63	\$9.355,42
		\$10.753,15	\$50.753,15	\$40.000,00

Fuente: Amortización de la deuda.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Proyección de ventas.

La proyección de ventas son todos los ingresos que se espera tener, para aquello se realizó el presupuesto según los servicios a ofrecer en un periodo de tiempo mensual para posteriormente realizarlo por años.

La empresa Bambini Cía. Ltda., tiene una proyección de 5 años, con un 5% de incremento anual en el precio de venta al público. Además, se consideró una variación en la cantidad de ventas del servicio a ofrecer que se realizarán anualmente con un 30%, como se puede observar en el siguiente cuadro.

Cuadro 44: Proyección de ventas en unidades.

PROYECCIÓN DE VENTA EN UNIDADES							
DETALLE	Incremento Porcentual	Mensual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cantidad	30%	28	336	437	568	738	960

Fuente: Cantidad de servicios a ofrecer.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Cuadro 45: Proyección de ventas en dólares.

PERIODOS	PRECIO PROMEDIO ANUAL	CANTIDAD ANUAL	INGRESO ANUAL
AÑO 1	\$385,00	336	\$129.360,00
AÑO 2	\$404,25	437	\$176.576,40
AÑO 3	\$424,46	568	\$241.026,79
AÑO 4	\$445,69	738	\$329.001,56
AÑO 5	\$467,97	960	\$449.087,13

Fuente: Venta en dólares del servicio.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Estados financieros proyectados.

Bambini Cía. Ltda., estimo un porcentaje para las proyecciones de los estados financieros a partir del año 2 de los siguientes ítems:

Gastos administrativos: 5%

Gastos de ventas: 5%

Estado de resultados proyectados.

También denominado como estado de pérdidas y ganancias muestra de forma ordenada y detallada los costos y gastos que proporcionaron los ingresos. La empresa “Bambini Cía. Ltda., para obtener el resultado de su ejercicio económico ha tomado como referencia la proyección en ventas y todos los gastos del proyecto, en los cuales ha tenido una evolución favorable debido a que su utilidad neta ha ido incrementando cada año, mostrando así la rentabilidad y factibilidad del proyecto.

Flujo de efectivo proyectado.

El flujo de efectivo constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la valuación del mismo se desarrollará sobre los resultados que en ella se determinan.

Balance general proyectado.

En el balance general considera los activos, pasivos y patrimonio que tiene el negocio, es decir, los bienes que posee, las deudas que mantiene y el capital que pertenece a los socios que forman parte de la empresa u organización.

Cuadro 46: Estado de Resultados Proyectado.

ESTADO DE RESULTADOS						
EMPRESA "BAMBINI CÍA. LTDA"						
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+)	Ventas	\$129.360,00	\$176.576,40	\$241.026,79	\$329.001,56	\$449.087,13
(-)	Costo de productos vendidos	\$78.554,33	\$80.910,96	\$83.338,29	\$85.838,44	\$88.413,59
(=)	UTILIDAD EN VENTAS	\$50.805,67	\$95.665,44	\$157.688,50	\$243.163,13	\$360.673,54
	GASTOS ADMINISTRATIVOS					
	Suministros de oficina	\$3.058,80	\$3.211,74	\$3.372,33	\$3.540,94	\$3.717,99
	Suministros de aseo	\$232,60	\$244,23	\$256,44	\$269,26	\$282,73
	Sueldos y salarios administrativos	\$32.459,00	\$34.081,95	\$35.786,05	\$37.575,35	\$39.454,12
	Gastos por servicios básicos	\$588,00	\$617,40	\$648,27	\$680,68	\$714,72
	Depreciación	\$978,70	\$978,70	\$978,70	\$978,70	\$978,70
(-)	TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$37.317,10	\$39.134,02	\$41.041,78	\$43.044,94	\$45.148,25
	GASTOS DE VENTAS					
	Gastos de publicidad	\$1.627,00	\$1.708,35	\$1.793,77	\$1.883,46	\$1.977,63
	Sueldos de mano de obra	\$18.635,28	\$19.567,04	\$20.545,40	\$21.572,67	\$22.651,30
(-)	TOTAL GASTOS DE VENTAS	\$20.262,28	\$21.275,39	\$22.339,16	\$23.456,12	\$24.628,93
	OTROS GASTOS					
	Gastos de constitución	\$750,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
(-)	TOTAL OTROS GASTOS	\$750,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
(=)	UTILIDAD ANTES DE INT. E IMP.	-\$7.523,71	\$35.256,03	\$94.307,55	\$176.662,07	\$290.896,37
	GASTOS FINANCIEROS					
(-)	Intereses por préstamo	\$3.400,00	\$2.826,20	\$2.203,62	\$1.528,12	\$795,21
(=)	UTILIDAD ANTES DE PART. DE TRAB.	-\$10.923,71	\$32.429,83	\$92.103,93	\$175.133,94	\$290.101,16
(-)	Participación de trabajadores (15%)	\$0,00	\$4.864,48	\$13.815,59	\$26.270,09	\$43.515,17
(=)	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-\$10.923,71	\$27.565,36	\$78.288,34	\$148.863,85	\$246.585,98
(-)	Impuesto a la renta (22%)	\$0,00	\$6.064,38	\$17.223,44	\$32.750,05	\$54.248,92
(=)	UTILIDAD DEL EJERCICIO	-\$10.923,71	\$21.500,98	\$61.064,91	\$116.113,80	\$192.337,07

Fuente: Estado de resultados.

Elaborado por: Magallán Pinales Melissa Annabel.

Cuadro 47: Flujo de Efectivo Proyectado.

FLUJO DE EFECTIVO						
EMPRESA "BAMBINI CÍA. LTDA"						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUO DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE OPERACIÓN						
Cobro a clientes	\$0,00	\$129.360,00	\$176.576,40	\$241.026,79	\$329.001,56	\$449.087,13
Pago a proveedores	\$0,00	\$78.554,33	\$80.910,96	\$83.338,29	\$85.838,44	\$88.413,59
Pago al personal	\$0,00	\$51.094,28	\$53.648,99	\$56.331,44	\$59.148,02	\$62.105,42
Impuesto sobre las ganancias	\$0,00	\$0,00	\$6.064,38	\$17.223,44	\$32.750,05	\$54.248,92
FLUJO NETO DE ACTIVIDADES DE OPERACIÓN	\$0,00	-\$288,61	\$35.952,07	\$84.133,62	\$151.265,06	\$244.319,21
FLUJO DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN						
Adquisición de propiedad, planta y equipo		\$8.479,50	\$0,00	\$1.630,00	\$0,00	\$0,00
FLUJO NETO DE ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		\$8.479,50	\$0,00	\$1.630,00	\$0,00	\$0,00
FLUJO DE EFECTIVO DE ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO						
Aportación de capital	\$79.033,83					
Préstamo bancario	\$40.000,00					
Pago del préstamo		\$6.750,63	\$7.324,43	\$7.947,01	\$8.622,51	\$9.355,42
Pago de interés		\$3.400,00	\$2.826,20	\$2.203,62	\$1.528,12	\$795,21
FLUJO NETO DE ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO	\$119.033,83	-\$10.150,63	-\$10.150,63	-\$10.150,63	-\$10.150,63	-\$10.150,63
INCREMENTO NETO DE EFECTIVO Y DE MÁS EQUIVALENTES AL EFECTIVO	\$119.033,83	-\$18.918,74	\$25.801,44	\$72.352,99	\$141.114,43	\$234.168,58
EFFECTIVO Y EQUIVALENTE AL EFECTIVO AL PRINCIPIO DEL PERÍODO	\$0,00	\$119.033,83	\$100.115,09	\$125.916,53	\$198.269,51	\$339.383,95
EFFECTIVO Y EQUIVALENTE AL FINAL DEL PERÍODO	\$119.033,83	\$100.115,09	\$125.916,53	\$198.269,51	\$339.383,95	\$573.552,53

Fuente: Flujo de efectivo.

Elaborado por: Magallán Pinales Melissa Annabel.

Cuadro 48: Balance General Proyectado.

BALANCE GENERAL					
EMPRESA "BAMBINI CÍA. LTDA."					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS					
ACTIVO CORRIENTE					
Efectivo y equivalente al efectivo	\$100.115,09	\$125.916,33	\$198.269,51	\$339.383,95	\$573.552,53
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$100.115,09	\$125.916,33	\$198.269,51	\$339.383,95	\$573.552,53
ACTIVO NO CORRIENTE					
Propiedad, planta y equipo	\$8.479,50	\$8.479,50	\$8.479,50	\$8.479,50	\$8.479,50
(-)Depreciación acumulada PP&E	\$978,70	\$978,70	\$978,70	\$978,70	\$978,70
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	\$7.500,80	\$7.500,80	\$7.500,80	\$7.500,80	\$7.500,80
TOTAL ACTIVOS	\$107.615,89	\$133.417,33	\$205.770,32	\$346.884,75	\$581.053,33
PASIVOS					
PASIVO CORRIENTE					
Participación de los trabajadores por pagar	\$0,00	\$4.864,48	\$13.815,59	\$26.270,09	\$43.515,17
Impuestos por pagar	\$0,00	\$6.064,38	\$17.223,44	\$32.750,05	\$54.248,92
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$0,00	\$10.928,85	\$31.039,03	\$59.020,14	\$97.764,09
PASIVO NO CORRIENTE					
Préstamo bancario	\$6.750,63	\$7.324,43	\$7.947,01	\$8.622,51	\$9.355,42
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	\$6.750,63	\$7.324,43	\$7.947,01	\$8.622,51	\$9.355,42
TOTAL PASIVOS	\$6.750,63	\$18.253,29	\$38.986,04	\$67.642,65	\$107.119,51
PATRIMONIO					
Capital	\$111.788,97	\$93.663,06	\$105.719,38	\$163.128,30	\$281.596,75
Resultado del ejercicio	-\$10.923,71	\$21.500,98	\$61.064,91	\$116.113,80	\$192.337,07
TOTAL PATRIMONIO	\$100.865,26	\$115.164,04	\$166.784,28	\$279.242,11	\$473.933,82
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO	\$107.615,89	133.417,33	\$205.770,32	\$346.884,75	\$581.053,33

Fuente: Balance general.

Elaborado por: Magallán Pinales Melissa Annabel.

Evaluación financiera del proyecto.

Para realizar los cálculos de factibilidad de un proyecto es conveniente calcular el VAN y el TIR a la cual se estará sujeta.

Tasa de descuento.

La tasa de interés para el presente proyecto es del 8,5% que lo otorga el banco del Pacífico a través de su programa “Emprendedor Pacífico”.

Valor Actual Neto (VAN).

Para el cálculo del valor actual se consideran los valores obtenidos en el flujo de efectivo, además de una tasa de oportunidad promedio el cual equivale al 8,5% efectivo anual, al realizar las respectivas operaciones se tiene un resultado de \$199.649,74, tal y como se puede apreciar en el siguiente cuadro:

Cuadro 49: Valor Actual Neto (VAN).

Flujo 0	-\$119.033,83
Flujo 1	-\$18.918,74
Flujo 2	\$25.801,44
Flujo 3	\$72.352,99
Flujo 4	\$141.114,43
Flujo 5	\$234.168,58
Número de períodos (Años)	5
TMAR	8,5%
Valor Actual Neto (VAN)	\$199.649,74

Fuente: Valor actual neto.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Tasa Interna de Retorno (TIR).

El proyecto presenta una tasa interna de retorno del 36%, lo mismo que indica que es rentable desde el punto de vista económico, ya que muestra una buena rentabilidad de la inversión. Y además este porcentaje está por encima de la tasa de descuento (8,5%).

Cuadro 50: Tasa Interna de Retorno (TIR).

Flujo 0	-\$119.033,83
Flujo 1	-\$18.918,74
Flujo 2	\$25.801,44
Flujo 3	\$72.352,99
Flujo 4	\$141.114,43
Flujo 5	\$234.168,58
Número de períodos (Años)	5
TMAR	8,5%
Tasa Interna de Retorno (TIR)	36%

Fuente: Tasa interno de retorno.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Periodo de recuperación de la inversión.

El periodo de recuperación de la inversión es el tiempo que requiere la empresa para recuperar la inversión inicial del proyecto, es decir, es una medida de la rapidez en que el negocio reembolsará el desembolso original del capital. En este caso la inversión se recupera a partir del segundo año.

Cuadro 51: Recuperación de la inversión.

RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN					
EMPRESA “BAMBINI CÍA. LTDA.”					
INV. T	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$119.033,83	-\$18.918,74	\$25.801,44	\$72.352,99	\$141.114,43	\$234.168,58
	\$100.115,09	\$125.916,53	\$198.269,51	\$339.383,95	\$573.552,53

Fuente: Recuperación de la inversión.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Punto de equilibrio (PE).

El punto de equilibrio del presente proyecto se determinó a través de los costos fijos y costos variables además de las unidades monetarias totales que la empresa debe conseguir dentro del periodo determinado para equiparar los costos de producción y los gastos incurridos para ofrecer el servicio.

Cuadro 52: Punto de Equilibrio en cantidad.

PUNTO DE EQUILIBRIO		
Costo Variable Unitario =	Costo Variable/Unidades producidas anual	\$8,06
	Precio =	\$385,00
Costo Fijo Mensual =	Costo Fijo Anual/12	\$645,33
Datos para el cálculo del Punto de Equilibrio (PE)		
	Precio Unitario (P)	\$385,00
	Costo Variable Unitario (CVU)	\$8,06
	Costo Fijo Mensual	\$645,33
Fórmula para calcular el P.E.		
P.E.=	CF/(P-CVU)	2

Fuente: Punto de equilibrio.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

El punto de equilibrio de Bambini Cía. Ltda., debe realizar 2 eventos de fiesta infantil, para cubrir los gastos y costos de producción vendiendo esa o más cantidad de servicios, debido a que de esa manera podrá obtener beneficios.

Cuadro 53: Punto de Equilibrio en dólares.

PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES		
Costo Fijo	Costo Variable	Ventas
Total (CFT)	Total (CVT)	Anuales (V)
\$7.744,00	\$2.706,50	\$129.360,00
Fórmula	PE = CFT/[1-(CVT/V)]	
PE (\$) =	\$7.909,48	
Análisis: Significa que si la empresa obtiene por ventas un valor de \$7.909,48 dólares, no gana ni pierde.		
PUNTO DE EQUILIBRIO EN CANTIDAD (Q)		
Costo Fijo	Costo Variable	Ventas
Total (CFT)	Total (CVT)	Anuales (V)
\$7.744,00	\$2.706,50	\$129.360,00
Fórmula	PE = (CFT/(V-CVT))	
PE (Q) =	6%	
PE (Q) =	2	
Análisis: Bambini Cía. Ltda., en este punto alcanza su equilibrio, es decir, los ingresos son iguales a los egresos, cuando se utiliza el 6% de su capacidad instalada, debe realizar 2 eventos, por sobre estos indicadores se alcanzan utilidades, por debajo se obtienen pérdidas.		

Fuente: Punto de equilibrio en dólares.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Indicadores financieros.

Cuadro 54: Indicadores Financieros.

INDICADORES FINANCIEROS			
INDICES ADMINISTRATIVOS FINANCIEROS			
INDICADOR DE LÍQUIDEZ			
Liquidez corriente	Liquidez corriente = Activo Corriente/ Pasivo Corriente	\$5,87	Por cada dólar que tiene la empresa deberá pagar de su pasivo a corto plazo \$5,87 (cinco dólares con ochenta y siete centavos).
INDICADOR DE DEUDA			
Endeudamiento	Endeudamiento = Total de Pasivos / Total Activos	18%	El 18% de los activos totales que posee la compañía es financiado por terceras personas.
INDICADOR DE RENTABILIDAD			
Margen de utilidad bruta	Margen de utilidad bruta = (Ventas – Costo de los bienes vendidos) / (Utilidad bruta / Ventas)	80%	Por cada dólar vendido la empresa genera una utilidad bruta del 80%
Margen de utilidad operativa	Margen de utilidad operativa = Utilidad operativa / Ventas	65%	El 65% equivale a la utilidad que la empresa tiene una vez descontado el costo de ventas, los gastos de administración y ventas.

Fuente: Indicadores financieros.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

CONCLUSIONES

- ✓ Luego de realizar el estudio de mercado, en base a los resultados obtenidos a través de las encuestas, se concluye que Bambini Cía. Ltda., situada en el cantón La Libertad, tendrá una gran acogida, por el tipo de servicio que prestará, para lo cual cubrirá la gran demanda existente con la implementación del centro de eventos infantiles, debido que los negocios que actualmente organizan eventos dentro del cantón no llenan las expectativas del cliente.

- ✓ En el estudio técnico se determinó la localización de Bambini Cía. Ltda., ubicada en el cantón La Libertad contando inicialmente con un bien inmueble avaluado en \$32.000 (terreno y construcción), con una infraestructura perfectamente adecuada para el correcto funcionamiento del área recreativa y las oficinas administrativas y con todas las maquinarias y equipos, materias primas e insumos y demás suministros que se necesitan para la eficiente prestación del servicio.

- ✓ En la actualidad, los padres de familia al momento de buscar un lugar para festejar el cumpleaños de su hijo buscan entre sus alternativas negocios que se encarguen de absolutamente todo, desde la compra de los materiales hasta el local, debido a que ellos no cuentan con el tiempo necesario para dedicarse a la organización de la fiesta, es por eso que Bambini Cía. Ltda., ofrecerá todo el servicio necesario para la realización de este tipo de eventos y sobretodo que cumpla con los requerimientos y necesidades de los clientes.

RECOMENDACIONES

- ✓ Es importante conocer los gustos y necesidades de los clientes, por ello es fundamental realizar continuas investigaciones de mercado que retroalimenten a la empresa sobre las nuevas tendencias y moda que se presentan en el mercado en lo referente a organización de fiestas infantiles, debido a que los requerimientos tanto de los niños como de los padres de familia cambian.

- ✓ Desde el punto de vista técnico el proyecto es factible, debido a que se cuenta con una amplia infraestructura que permite llevar a cabo este tipo de eventos, además de las maquinarias y equipos, materiales e insumos y personal altamente calificado, necesarios para ofrecer un servicio de calidad, completo y más satisfactorio.

- ✓ La empresa Bambini Cía. Ltda., deberá marcar la diferencia en los servicios que ofrecerá, por aquello debe controlar continuamente la calidad, este debe involucrar profesionalismo, excelente atención, responsabilidad, servicio personalizado, entre otras alternativas, todo esto permitirá hacer más atrayente al negocio, captando de esta manera la preferencia de los clientes potenciales.

BIBLIOGRAFÍA

- Andía Valencia , W., & Paucara Pinto, E. (2016). Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias . Industrial Data, 80-84.
- Arias Odón, F. G. (2012). El proyecto de investigación (Introducción a la metodología científica. Caracas: Episteme.
- Artacho Navarro , M. Á. (2016). MF1100_3 Calidad, seguridad y protección ambiental en restauración. Antequera: IC.
- Bacusoy Gaibor , A. B. (2015). Plan de negocios para la creación de una empresa dedicada al alquiler de espacio y planeación de eventos infantiles en la ciudadela las Orquídeas ubicada al norte de Guayaquil. Universidad Espiritú Santo, Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales, Samborondón. Obtenido de <http://repositorio.uees.edu.ec/bitstream/123456789/595/1/PLAN%20DE%20NEGOCIOS.pdf>
- Blanco García, C., Lobato Gómez , F., & Villagrà, F. (2013). Comunicación y atención al cliente. MACMILLAN.
- Calvopiña Ugsha, A. L., & Iza Bisbicuz, M. D. (2015). Manual de Protocolo para la organización de eventos. Latacunga. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/2222/1/T-UTC-3432.pdf>
- Campos, G. (24 de Enero de 2016). Blog de Gloria Campos. Obtenido de Perfiles profesionales de las organizadores de eventos: <http://www.gloriacampos.me/perfiles-profesionales-ls-organizadores-ebentos/>
- Casado Díaz, A. B., & Sellers Rubio, R. (2013). Introducción al marketing teoría y práctica. San Vicente : ECU Editorial Club Universitario.
- Cebrian Valdiviezo, B., & Suárez Chumacero, C. (17 de Junio de 2014). Cuestiones Sociales. Obtenido de Falta de tiempo de los padres con los hijos: <https://cuestionessociales.wordpress.com/2014/06/17/falta-de-tiempo-de-los-padres-con-los-hijos/>
- CEPAM . (2013). Manual de atención al cliente. Quito.
- Código de la Producción, Comercio e Inversiones. (2014). Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/COPCI.pdf>
- Compañía de Responsabilidad Limitada . (s.f.).
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Obtenido de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf

- Courtois, J. A. (2017). La verdad absoluta . Createspace Independent.
- Cue Mancera, A., & Quintana, L. (2014). Introducción a la microeconomía . México: Patria.
- D' aubeterre Alvarado, L. A. (2016). El Cumpleaños: etnografía hermenéutica de una Festa familiar en Ciudad Guayana. Boletín Antrpológico, 87-107.
- Díaz, I. (10 de Febrero de 2017). Forbes. Obtenido de Los sorprendentes beneficios de divertirse en el trabajo: <http://forbes.es/business/10325/los-sorprendentes-beneficios-de-divertirse-en-el-trabajo/>
- Domínguez Bocanegra, G., Domínguez Bocanegra, J. I., Domínguez Valencia, B., & et al. (2016). Guía práctica para un plan de negocios y obtención de fondos del Gobierno Federal. México.
- Educación, C. F. (2011). Organizador de Eventos. Ministerio de Educación. Obtenido de http://catalogo.inet.edu.ar/files/pdfs/hotelaria_y_gastronomia/fp/Organizador%20de%20Eventos%20-%202011.pdf
- Espinosa , R. (6 de Mayo de 2014). Roberto Espinosa. Obtenido de Marketing Mix: <http://robertoespinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>
- Fernández Lorenzo, A. (2012). Conceptos de estrategia empresarial. ESCUELA DE ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL.
- Gallardo , D. E., & Maldonado , V. (2016). Proyectos organizacionales. Ituzaingó: Maipue.
- García de Oro , G. (04 de Agosto de 2013). El País . Obtenido de Divertirse es recrearse: https://elpais.com/elpais/2013/08/02/eps/1375456560_394165.html
- Godoy Trujillo, I. (2016). Tesis: La estructura organizacional. FACULTAD DE DERECHO. Obtenido de <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/2992/La%20estructura%20organizacional.%20Aplicacion%20practica%20en%20la%20empresa%20TITSA..pdf?sequence=1>
- Guerra Estrella, E. R. (2016). Propuesta para la creación de una microempresa organizadora de eventos sociales en el cantón La Libertad provincia de Santa Elena. UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL, FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1368/1/T-ULVR-1187.pdf>

- Hernández Sampieri, R. (2014). Metodología de la Investigación (Sexta ed.). México: Mc Graw Hill.
- Jack, G., & James P. , C. (2012). Administracion de proyectos. México: Cengage Learnign Editores.
- Jaén García, M., Carretero Gómez, A., Amate Fortes, I., & Piedra Muñoz, L. (2013). Microeconomía básica. Oviedo: Septem .
- Jijena Sánchez, R. (2014). Cómo organizar eventos con éxitos. Buenos Aires: Ugerman. Obtenido de <http://ebookcentral.proquest.com/lib/upsesp/detail.action?docID=3226706>.
- Kloter, P., & Armstrong, G. (2017). Fundamentos de marketing. México: Pearson.
- Lázaro Esteban , J. (2015). Tu business pkan . Barcelona: UOC.
- Ley de Compañías. (2014). Obtenido de http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf
- Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. (s.f.).
- Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. (2011). Obtenido de <http://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/Ley%20Orga%CC%81nica%20de%20Economi%CC%81a%20Popular%20y%20Solidaria.pdf/0836bc47-bf63-4aa0-b945-b94479a84ca1>
- LLedó , P. (2017). Director de Proyectos. USA: Copyright.
- Luna González, A. C. (2016). Plan estratégicos de negocios. México: Patria.
- Martínez Negrete, E. (2012). Estrategia de fijación de precios. Obtenido de <http://roa.uveg.edu.mx/repositorio/licenciatura/201/Estrategiasdefijacindep recios.pdf>
- Martínez Pedrós, D., & Milla Gutiérrez, A. (2012). Metas Estratégicas. Madrid: Díaz de Santos .
- Mendoza Iñiguez, J. R., & Barba Saraguro, D. P. (2012). Plan de negocios para la implementación de un salón de eventos en el cantón Marcabelí, provincia de El Oro. Loja: Área Jurídica Social y Administrativa.
- Mesa Holguín, M. (2012). Fundamentos de marketing. Bogotá: ECOE Ediciones.
- Millones Zagal , P. (2010). Tesis: Medición y control del nivel de satisfacción de los clientes en un supermercado. Piura: FACULTAD DE INGENIERIA. Obtenido de https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1233/ING_479.pdf

- Monferrer Tirado, D. (2013). Fundamentos de marketing. Castellón de la Plana: Sapienza.
- Mora De Labastida, N. (s.f.). La Investigación Bibliográfica. Obtenido de La investigación Bibliográfica: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc////////blog/docentes/trabajos/17306_55962.pdf
- Moreno Castro, T. F. (2016). Emprendimiento y Plan de Negocio. Santiago: RIL editores.
- Moyano Castillejo, L. E. (2016). Plan de Negocios. Lima: Macro EIRL.
- Neira Malaver, E., & Romero Cano, N. (2014). Plan de negocios para la creación de la empresa "Ensueño" logística de eventos en la ciudad de Tunja. Tunja: Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios-ECACEN.
- Objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir. (2017-2021). Obtenido de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf
- Pagán, A. (2014). Tomando la seguridad en serio. Estados Unidos: Copyright.
- Palacios Castellano , J. M. (2017). Plan de negocios para la creación de una emoreasa móvil organizadora de eventos infantiles en la ciudad de Quito. Tesis, Quito. Obtenido de [http://repositorio.udet.edu.ec/bitstream/45000/223/1/TESIS%20JOHANN A%20PALACIOS.pdf](http://repositorio.udet.edu.ec/bitstream/45000/223/1/TESIS%20JOHANN%20PALACIOS.pdf)
- Pedraza Rendón, Ó. H. (2014). Modelo del plan de negocios. México: Patria S.A. DE C.V.
- Pérez Aguilera , F. (2013). Planificación e Iniciativa Emprendedora en Pequeños Negocios o Microempresas. Madrid: CEP.
- Prieto García , M. Á., Álvarez Martínez, J. C., & Herráez Vidal, P. (2013). Empresa e iniciativa emprendedora. Mac Millan Profesional.
- Quispe Pérez, Y. (2015). Tesis: Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el servicio de traumatología del hospital nacional Hugo Pesce Pecetto Andahuaylas. Andahuaylas: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA. Obtenido de <http://repositorio.unajma.edu.pe/handle/123456789/234>

- Reyes Pincay, E. E. (2015). Plan de negocios para el hotel temporada en el Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, año 2015. La Libertad: FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.
- Riveros Polanía, G. (2015). Marketing Logístico. Bogotá: ECOE Ediciones .
- Romero Cano, N. Y., & Neira Malaver, E. (2014). Plan de negocios para la creación de la empresa "Ensueño" logística de eventos en la ciudad de Tunja. Tunja.
- Sánchez Asencio , R. A. (2016). Tesis: Factores que inciden en la satisfacción del cliente en el hotel Costa Azul, Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena año 2016. La Libertad: FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.
- Satey De León, E. P. (2014). Incentivos laborales y clima organizacional . Quetzaltenango: Facultad de humanidades .
- Silva Guerra , H., González Ortíz, J., Martínez Díaz , D., Giraldo Oliveros , M., Juliao Esparragoza, D., & et al. (2014). Marketing Concepto y Aplicaciones. Barranquilla: UN Universidad del Norte.
- Soria Ibáñez, M. D. (2016). Plan de Marketing Empresarial . Madrid: CEP S.L.
- Soriano Llobera, J. M., García Pellicer, M. C., Torrents Arevalo, J. A., & Viscarri Colomer, J. (2012). Economía de la empresa. Barcelona: UPCGRAU.
- Speth, C. (2015). El análisis DAFO. 50 Minutes. es.
- Telégrafo, E. (06 de Abril de 2014). Las modernas fiestas infantiles. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/guayaquil/1/las-modernas-fiestas-infantiles>
- Vargas Belmonte, A. (2013). Marketing y plan de negocio de la microempresa. España: IC editorial.
- Vásquez Roja, C. (23 de Octubre de 2012). Gestipolis. Obtenido de Estructura organizacional, tipos de organización y organigramas: <https://www.gestipolis.com/estructura-organizacional-tipos-organizacion-organigramas/>
- Villanueva , J., & De Toro, J. M. (2017). Marketing Estratégico. España: EUNSA.
- Zuñiga Sánchez , K. J., & Ramos Franco, E. P. (2012). Creación de un centro de eventos sociales disponible para las distintas celebraciones dentro del cantón El Triunfo. Milagro: Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

ANEXOS

Anexo 1: Justificación y marco teórico.

Miércoles, 27 de junio de 2018 Síguenos: [f](#) [t](#) [v](#) [i](#)

Ediciones impresas Manual de estilo Rss Búsqueda

el telégrafo

Portada Política Economía & Negocios Ideas & debates Fanático Sociedad Justicia Ecuador Reporte Mundial Arte/Cultura Revistas

GUAYAQUIL

Las modernas fiestas infantiles

Roberto Freire, Gisele Alcívar y Hugo Molina, estudiantes de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte - 06 de abril de 2014 - 00:00



Las fiestas infantiles de antaño que se realizaban en casa se transformaron. Ahora se las organiza en locales especiales en donde los padres de familia y los niños se divierten por igual. Foto: cortesía

Las fiestas infantiles consisten en la reunión de un grupo de niños, jóvenes, adultos y adultos mayores, para celebrar un acontecimiento y divertirse; por lo general, este tipo de eventos suele acompañarse de bebidas, comidas, música, baile, animaciones y decoraciones.

Si bien el anhelo de los padres es observar el desarrollo y crecimiento de sus hijos y preservar consigo los mejores recuerdos de uno de sus cumpleaños, la manera cotidiana de lograrlo era hacer una fiesta en el mismo hogar con los familiares, amigos y conocidos.

El tradicional arroz con pollo, bocaditos caseros, gaseosas, regalos, sorpresas, la torta y la piñata no podían faltar en los agasajos. Las madres de los cumpleaños eran las encargadas de organizar y realizar todos los arreglos necesarios para que los invitados se sientan cómodos y satisfechos, debido a que el varón de la casa estaba dedicado a trabajar y la fémina era la encargada del hogar. Ese trabajo de las amas de casa era muy sacrificado, estar pendiente de todo fue una actividad a la que muchas mujeres se sometían y que ahora no la realizan.



Lectura estimada:
6 minutos
Contiene: 1165 palabras

Visitas:
7274

Enlace corto:

<http://tinyurl.com/yazo>

Falta de tiempo de los padres con los hijos

Publicado el [junio 17, 2014](#) por [ds25udep](#)

“Papá, hoy es sábado, ¿Podemos salir a pasear?” – Lo siento hijo, estoy ocupado, tengo mucho trabajo por hacer. – ¿Más tarde? – Más tarde me gustaría descansar.” Cuántas veces los padres, por centrarse únicamente en el cumplimiento de sus actividades laborales, dejan para otro momento lo que debería ser su prioridad, la atención y el cuidado que necesitan sus hijos.



A partir de este enfoque, es importante analizar cuáles serían las causas primordiales y cómo han ido evolucionado estas en el transcurso del tiempo; las consecuencias y los efectos que produce este mal comportamiento en los implicados, tanto de manera directa como indirectamente, así como las posibles alternativas de solución a este asunto tan controversial.

Evolución de las causas:

Antiguamente, en las familias, se podía distinguir entre el padre trabajador, encargado del sustento económico del hogar, que llegaba cansado para ser atendido, después de una larga jornada de trabajo; y de una madre pendiente de todos los quehaceres de la casa, del

Anexo 2: Matriz de consistencia.

Título	Problema	Objetivos	Idea a defender	Variables	Indicadores
<p>CREACIÓN DE UN CENTRO DE EVENTOS INFANTILES ORIENTADO A SATISFACER LAS NECESIDADES DE INTEGRACIÓN DE LA POBLACIÓN DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2017.</p>	<p>General</p> <p>¿De qué manera la creación de un centro de eventos infantiles va a satisfacer las necesidades de la población del Cantón La Libertad?</p> <p>Específicos</p> <p>¿Cómo incide la estructura y tamaño del centro de eventos infantiles en los niveles de satisfacción de las exigencias y requerimientos de la población del cantón La Libertad?</p> <p>¿Qué nivel de aceptación por parte de la demanda tendrá la creación de un centro de eventos infantiles en el cantón La Libertad?</p> <p>¿En qué medida la creación de un centro de eventos infantiles va a satisfacer las necesidades, gustos y preferencias de la población del cantón La Libertad?</p>	<p>General</p> <p>Determinar de qué manera la creación de un centro de eventos infantiles va a satisfacer las necesidades de integración de la población del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2017.</p> <p>Tareas Científicas</p> <p>Realizar un estudio de mercado que permita identificar la demanda óptima del servicio y las características de la población consumidora, con la finalidad de medir el nivel de aceptación del proyecto.</p> <p>Desarrollar el estudio técnico que permita determinar la estructura, tamaño y localización óptima del centro de eventos infantiles acorde a los requerimientos actuales de la población del cantón La Libertad.</p> <p>Crear un centro de eventos infantiles que satisfaga las necesidades, gustos y preferencias de la población del cantón La Libertad.</p>	<p>La creación de un centro de eventos infantiles aportará a la satisfacción de las necesidades de integración de la población del Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, año 2017.</p>	<p>Variable Independiente</p> <p>Creación de un centro de eventos infantiles</p> <p>Variable Dependiente</p> <p>Satisfacer necesidades de integración</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Evento ✓ Fiesta ✓ Diversión ✓ Estructura Organizativa ✓ Personal motivado y capacitado ✓ Gustos/Necesidad ✓ Nivel de satisfacción ✓ Servicio ✓ Calidad ✓ Atención al cliente ✓ Estrategias de marketing

Fuente: Matriz de consistencia.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Anexo 3: Entrevista.



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Objetivo: Valorar criterios de la competencia en función de los centros de eventos infantiles ubicados en zonas estratégicas de la Provincia de Santa Elena.

DATOS DEL ENTREVISTADO

Lugar y fecha de la entrevista:

Nombre del Entrevistado/a:

1. ¿Con que frecuencia es utilizado el salón de evento infantil?

2. ¿Qué servicios brinda el salón de eventos infantil? ¿Ofrece paquetes de servicios según los requerimientos del cliente?

3. ¿Cuenta el salón de evento infantil con una estructura organizativa?

4. ¿Qué tipo de distracciones, son los más solicitados por los clientes?

5. Aparte de los servicios disponibles ¿Qué otros requerimientos han recibido por parte de los clientes?

6. ¿Cuántas personas trabajan en el salón de evento infantil?

7. ¿Cuenta con personal eficientemente capacitado y motivado para la organización en general de un evento infantil? ¿Cuál sería el nivel de capacitación?

8. ¿Qué tipo de servicios, juegos o entretenimiento para niños le gustaría que existiera en su salón de evento infantil?

GRACIAS POR SU AMABLE COLABORACIÓN

Anexo 4: Encuesta.



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Como egresado de la carrera de Administración de Empresas me encuentro desarrollando el proyecto: “CREACIÓN DE UN CENTRO DE EVENTOS INFANTILES, ORIENTADO A SATISFACER LAS NECESIDADES DE INTEGRACIÓN DE LA POBLACIÓN DEL CANTÓN LA LIBERTAD, AÑO 2017”, por lo que le solicito su valiosa colaboración proporcionando la información más fidedigna posible, para poder cumplir con los objetivos del trabajo.

Objetivo: Determinar el nivel de aceptación de usuarios para la utilización de servicios de un centro de eventos infantiles en la Provincia de Santa Elena.

Instrucciones:

1. Para comenzar el encuestado deberá señalar su Género y Edad según lo indicado en los casilleros con una X o ✓.
2. El encuestado deberá leer detenidamente el siguiente cuestionario y marcar la alternativa de respuesta que se adecue a su criterio, utilizando la siguiente escala:

5	4	3	2	1
Siempre	Casi Siempre	A Veces	Casi Nunca	Nunca

Género:

Masculino	<input type="checkbox"/>
Femenino	<input type="checkbox"/>

Edad:

18-27	<input type="checkbox"/>
28-37	<input type="checkbox"/>
38-47	<input type="checkbox"/>
48 a más	<input type="checkbox"/>

Ingreso Mensual

Menos de \$368	<input type="checkbox"/>
Entre \$400-650	<input type="checkbox"/>
Más de \$700	<input type="checkbox"/>

Hijos menor a 12 años

Ninguno	<input type="checkbox"/>
1 Hijo	<input type="checkbox"/>
2 Hijos	<input type="checkbox"/>
3 Hijos	<input type="checkbox"/>

N°	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
VARIABLE INDEPENDIENTE: CREACIÓN DE UN CENTRO DE EVENTOS INFANTILES						
Evento						
1	¿En su núcleo familiar acostumbran a celebrar los eventos infantiles?					
2	¿Cree usted que los locales que realizan fiestas infantiles ofrecen al mercado una gama de servicios?					
Fiesta						
3	¿Considera usted que la infraestructura de los actuales locales para fiestas infantiles son adecuados para su uso?					
Diversión						
4	¿Cree usted que los juegos inflables, son una buena opción para la diversión de los niños?					
5	¿Cree usted que la animación es un aspecto relevante para la diversión de los niños?					
VARIABLE DEPENDIENTE: SATISFACER NECESIDADES						
Necesidad						
6	¿Los servicios que brindan los locales que realizan eventos infantiles están adaptados a sus necesidades y exigencias?					
7	¿Considera usted que se puede ganar tiempo y ahorrar dinero si existe en el mercado una empresa de eventos infantiles que presente nuevas y variadas opciones que se ajusten a sus necesidades?					
Nivel de Satisfacción						
8	¿Considera usted que los locales de eventos infantiles satisfacen los requerimientos del cliente?					
Servicio						
9	¿Los servicios que ofrecen los centros de eventos infantiles son de calidad?					
Elección						
10	¿Considera usted que la atención que le brinden en los centros de eventos infantiles va influir en la elección del mismo?					

GRACIAS POR SU AMABLE COLABORACIÓN

Anexo 5: Observación.

DATOS INFORMATIVOS	
LUGAR:	
FECHA:	
HORA:	
Organización del evento	
Arreglos y decoración	
Entretenimiento	
Servicios adicionales	
Servicios de alimentación	
Cuidado de niños	
Fotógrafos	
Tiempo por evento	
Precio por niño	
Facilidad de pago	
Seguridad	
Capacidad máxima	
Horarios flexibles	

Fuente: Proceso de investigación.

Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Anexo 6: Calificación de los instrumentos de recolección de información Ing. Carola Alejandro.

8. Coherencia	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					98
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					98
10. Pertinencia	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación					98
VALORACIÓN						

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- () Los instrumentos pueden ser aplicados, tal como están elaborados.
 () Los instrumentos deben ser mejorados antes de ser aplicados y nuevamente validados.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN

98

Lugar y fecha: 21 Mayo 2018

Carola Alejandro
 Firma del Validador de instrumentos

C.I. 9415229793 Teléfono N° 2942091

Fuente: Validación de instrumentos de recolección de información.
Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Anexo 7: Calificación de los instrumentos de recolección de información. Ing. Manuel Serrano.

18. Coherencia	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					100
19. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					100
20. Pertinencia	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación					100
VALORACIÓN						

VII. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- (✓) Los instrumentos pueden ser aplicados, tal como están elaborados.
- (✓) Los instrumentos deben ser mejorados antes de ser aplicados y nuevamente validados.

VIII. PROMEDIO DE VALORACIÓN

100

Lugar y fecha: La Libertad, 23 de mayo del 2018.

Firma del Validador de instrumentos

C.I. 0914388152 Teléfono N° 0990466633

Fuente: Validación de instrumentos de recolección de información.
Elaborado por: Magallán Parrales Melissa Annabel.

Anexo 8: Presupuesto.

RECURSOS	Humanos: \$160,00	
	Materiales: \$71,10	
	Técnicos:\$1.015,00	
	Otros gastos: \$110,00	
	Total	\$1356,10

RECURSOS HUMANOS				
N°	DESCRIPCIÓN	TIEMPO	COSTO UNI.	COSTO TOTAL
1	Gramatólogo	3 días	\$100,00	\$100,00
2	Asesoramiento (Parte Financiera)	10 días	\$6,00	\$60,00
Total recursos humanos				\$160,00
RECURSOS MATERIALES Y SUMINISTROS				
N°	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
6	Resma de papel bond	\$3,50	\$21,00	
6	Anillados	\$2,50	\$15,00	
4	Carpetas manilas	\$0,25	\$1,00	
3	Tinta para impresora	\$4,00	\$12,00	
6	Bolígrafos	\$0,35	\$2,10	
1	Empastado	\$20,00	\$20,00	
Total materiales y suministros				\$71,10
RECURSOS TECNOLÓGICOS Y TÉCNICOS				
N°	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
1	Laptop	\$640,00	\$640,00	
1	Impresora	\$175,00	\$175,00	
10	Servicio de internet	\$20,00	\$200,00	
Total recursos tecnológicos y técnicos				\$1.015,00
OTROS GASTOS				
1	Prórroga	\$60,00	\$60,00	
1	Pasajes y viáticos	\$50,00	\$50,00	
Total otros gastos				\$110,00

Fuente: Presupuesto.

Elaborado por: Magallán PARRALES Melissa Annabel.

Anexo 9: Cronograma de actividades.

N°	Actividades	Fe	Marzo		Abril				Junio				Julio					Agosto		Total	Total
		5	2	3	2	3	4	5	2	3	4	5	1	2	3	4	5	2	3	Mes	Acum
1	Introducción y Marco Contextual – Problema	4	4																	8	8
		h	h																		
2	Marco Teórico			4	4	4														12	20
				h	h	h															
3	Materiales y Métodos						4	2	4											10	30
							h	h	h												
4	Propuesta									4	4	4	2	2	2	2	2	2		24	54
											h	h	h	h	h	h	h	h			
5	Conclusiones y Recomendaciones																	2	2	4	58
																		h	h		
6	Revisión Final																		2	2	60
																			h		

Fuente: Cronograma de actividades.

Elaborado por: Magallán PARRALES Melissa Annabel.