



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO:

**PROYECTO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN
DE UNA EMPRESA ORGANIZADORA DE EVENTOS
INFANTILES EN EL CANTÓN MACARÁI**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN
DEL GRADO DE INGENIERA
COMERCIAL**

AUTORAS: Blanca Patricia Cuenca Vásquez

Dayana Lissette Guzhñay Ojeda

DIRECTOR: Ing. Com. Ney Alfredo Gallardo

LOJA - ECUADOR

2011

ING. COM. NEY ALFREDO GALLARDO

Docente de la Universidad Nacional de Loja, Área Jurídica Social y Administrativa de la Carrera de Administración de Empresas.

CERTIFICA:

Que el presente proyecto de tesis cuyo tema es: **PROYECTO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ORGANIZADORA DE EVENTOS INFANTILES EN EL CANTÓN MACARÁ** presentado por los estudiantes: Cuenca Vásquez Blanca Patricia, Guzhñay Ojeda Dayana Lissette; fue dirigido, orientado y revisado en todas sus partes y en vista que cumple con los requisitos de forma y fondo me permito autorizar su presentación, sustentación, y defensa.

Loja, Octubre del 2011

ATENTAMENTE

õ õ õ õ õ õ õ õ õ õ õ õ õ õ õ õ õ õ ..

ING. NEY ALFREDO GALLARDO

DIRECTOR DE TESIS

AUTORIA

Los criterios, definiciones, ideas y opiniones expuestos en el presente trabajo son de absoluta responsabilidad de las autoras.

.....
CUENCA VÁSQUEZ BLANCA PATRICIA

.....
GUZHÑAY OJEDA DAYANA LISSETTE

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico a *DIOS* mi guía en los momentos de alegría y dificultad el que nunca me dejó y me tendió su mano aun sin verlo, su presencia espiritual la siento y la sentiré siempre, a mi *Madre* que gracias a ella tengo el milagro de mi vida, por su apoyo, por su amor incondicional, por su fuerza y todas sus cualidades, todo ello permitió que culminara una etapa de mi vida universitaria, a mis *hermanos* (a) quienes supieron estar presentes con una palabra de aliento y de ánimo para no dejarme vencer, a todos mis familiares que ya sea cerca o lejos estuvieron siempre ahí para ser mi fuerza y seguir logrando mis metas, a todas las buenas amigas (os) quienes sin siquiera pedir algo lo daban todo a cambio de nada; un consejo o tan solo una sonrisa. Con todo mi aprecio y de corazón *GRACIAS* a todos por su confianza y sobre todo por el apoyo constante en mis logros.

PATRICIA

Son muchas las personas especiales a las que me gustaría dedicar y agradecer por su amistad, apoyo, ánimo y compañía en las diferentes etapas de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mi recuerdo y corazón. Sin importar en donde estén o si alguna vez llegan a leer esta dedicatoria quiero darles las gracias por formar parte de mi, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

Dedico este proyecto de *TESIS* a Dios, a mi hija, a mis padres, a mis hermanos (a), a toda mi familia; gracias a todos por su apoyo pude concluir mi carrera.

A mi padre celestial *DIOS*; porque me cuida, guía y da fortaleza para continuar.

A mis *PADRES*; los pilares fundamentales en mi vida. Su tenacidad y lucha insaciable han hecho de ellos el gran ejemplo a seguir y destacar, por haberme enseñado el amor al estudio, por su respaldo espiritual y económico.

A la luz de mis ojos y mi orgullo mi *hija MISHELLE*, que alegra mi corazón.

A una persona especial que siempre estuvo apoyándome en mis decisiones.

A mis *HERMANOS (A)* por su fraternidad, a mis *FAMILIARES* que han estado a mi lado apoyándome, ayudándome, y me dieron su amor, cariño y comprensión.

A todos aquellos que hicieron posible la confección y elaboración de este trabajo; por ayudarme a cumplir mis objetivos como persona y estudiante, por su constante apoyo, sabios consejos y enseñanzas,

LISSETTE

AGRADECIMIENTO

Este proyecto es el resultado del esfuerzo en conjunto, por ello dejamos constancia de nuestro profundo agradecimiento a nuestra querida y prestigiosa Universidad Nacional de Loja (UNL) por abrirnos sus puertas, acogernos de la mejor manera, preparándonos para un futuro competitivo y formándonos como personas de bien, a la vez por brindarnos la oportunidad de realizar nuestro trabajo investigativo, un agradecimiento especial al Ing. Ney Alfredo Gallardo asesor del presente proyecto de tesis, y al Ing. Manuel Enrique Pasaca por el apoyo y la confianza que nos brindaron para el desarrollo eficiente de la presente tesis, además de haber impartido sus conocimientos en nosotras con todo el aprecio y responsabilidad que caracteriza a un buen profesional, a nuestros *PADRES* quienes a lo largo de toda nuestra vida nos han apoyado y motivado nuestra formación académica, creyendo en nosotras en todo momento y no dudaron de nuestras habilidades, además por su apoyo económico. A nuestras *FAMILIAS* por todo su apoyo emocional. A *DIOS* por habernos guiado por el buen camino, también amigas (os) que de una u otra manera nos ayudaron y nos colaboraron para culminar con éxito nuestro trabajo. A cada uno de nuestros docentes, a quienes les debemos gran parte de los conocimientos, gracias a su paciencia y enseñanza. Y finalmente a nuestras compañeras (os) de

clases quienes nos acompañaron en esta trayectoria de aprendizaje y conocimiento

LES AGRADESEMOS DE TODO CORAZÓN A CADA UNO DE USTEDESõ .

PATRICIA

LISSETTE

TÍTULO

a) TÍTULO:

**Í PROYECTO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA ORGANIZADORA DE EVENTOS INFANTILES EN EL CANTÓN
MACARÁÍ**

RESUMEN

b) RESUMEN

El presente trabajo de investigación se desarrolló en el cantón Macará, teniendo como objetivo la presentación de una propuesta para la implementación de una empresa dedicada a la organización de eventos infantiles.

En la introducción presentamos un breve análisis de la situación de nuestra provincia en cuanto se refiere a la prestación de servicios, particularmente en la organización de eventos infantiles como un deseo (*necesidad*) a ser satisfecho en el cantón. En la realización efectiva del presente estudio se distinguen cinco etapas y para el desarrollo de cada una ellas, fue necesario el acopio, procesamiento e interpretación de la información proveniente de fuentes primarias y secundarias.

En primera instancia se realizó un *estudio cualitativo y cuantitativo*; permitiendo determinar que el proyecto tiene una aceptación del **84,96%** de la población, que se justifica en virtud de la carencia de una empresa que ofrezca estos servicios actualmente, puesto que los usuarios buscan un servicio con la complementariedad de las prestaciones (*organización total del evento*); por ello se prevé un servicio ajustado a estos requerimientos. La demanda para este tipo de servicios presenta un carácter eventual, sin poder la empresa

condicionarla para que hayan más usuarios interesados; lo que puede hacer la empresa es mantener informada a la población de los servicios que ofrece para que acudan a ésta cuando lo necesiten; con este afán se hará uso de la publicidad y propaganda contemplando los costos más bajos y su efectividad para la venta, destacándose el uso de: *stock publicitarios, cuñas radiales y hojas volantes.*

Al efectuar el *estudio de mercado*, considerando y tomando como base el estado actual y las tendencias del sector de servicios en la organización de eventos, se pudo en primera instancia definir las características del servicio tomando en cuenta las particularidades y especificaciones consideradas importantes por los clientes potenciales, esto en base al análisis realizado a las familias permitió determinar que el ingreso familiar promedio es de **\$ 742,35 dólares**, convirtiéndose estos en nuestro segmento de mercado seleccionado. Que será una referencia en lo posterior para determinaciones del precio que tendrá el servicio de organización de eventos infantiles.

De aquí mediante el análisis de mercado, se obtuvo la oferta de **130 eventos** con relación a la demanda actual como fuente primaria en base al requerimiento promedio, resultando un total de **156 eventos anuales** a realizar en el primer año, mientras que para el resto de años de vida útil del proyecto se realizarán **208 eventos anuales**, para la obtención de la

demanda futura se consideró la **tasa de crecimiento poblacional** que para el *cantón Macará* es de **0,00%** (Dato del INEC).

Es así que conociendo la demanda y oferta tanto actual como futura se realiza el balance respectivo que nos llevó a determinar una demanda insatisfecha de **4.846 eventos** por satisfacer con respecto a los deseos de los diferentes usuarios, que constituyen el volumen de generación del servicio y ventas que le corresponde a la empresa para el año base.

Posterior a ello en lo que corresponde al *aspecto técnico* arrancamos con los resultados arrojados en el estudio de mercado, estimándose que para cubrir la demanda insatisfecha tendrá que emplear el **42,74%** de la **capacidad utilizada**, esto se logrará contando con el personal necesario y capacitado para cubrir los requerimientos tanto de los usuarios como de la empresa.

Para la prestación del servicio se determinó en base a las necesidades de la empresa y los factores de mercado, cuyo espacio físico está destinado a dos áreas; el área administrativa (*gerencia, secretaria - contadora*) y el área de ejecución del servicio (*sala de eventos*), en una área física **80 m²** (*metros cuadrados*), permitiendo adecuar las instalaciones puesto que se trata de un local arrendado, de tal manera que se pueda optimizar espacio y agilizar las

actividades en lo que respecta a la organización de eventos infantiles, estará ubicada en las calles: *Manuel Enrique Rengel y Carlos Jaramillo esquina*.

Se considera la ubicación del proyecto en un barrio que se encuentra al sur del cantón Macará, a unos metros del Estadio *%Ciudad de Macará+*, por cuanto en esta localización no existe inconvenientes en lo referente al aprovisionamiento de: materiales, mobiliario y demás artefactos para la organización del evento.

Adicionalmente se presenta la descripción del proceso para la prestación del servicio, en donde se establecen actividades y el tiempo promedio necesario para la ejecución de cada una de las actividades anteriormente planificadas.

Se organizó administrativa y legalmente a la empresa denominada *%EVENTOS DIVERTIMUNDO+ CIA LTDA*, que se conformará con 2 socias que son solidariamente responsables hasta el **40%** del capital individual; estará constituida legalmente de acuerdo a la normativa local; se determinó las dos áreas principales de la organización que son: el área de administración y el área de producción o ejecución del servicio, también se describió los cinco niveles de autoridad y responsabilidad como son: legislativo, ejecutivo, auxiliar o de apoyo, asesor y operativo, que se hallan

representados en el organigrama estructural y especificados en el manual de funciones.

Luego mediante el estudio económico del proyecto se establece la inversión inicial de **\$ 20.059,46 dólares**, que corresponde a *activos fijos, gastos pre-operativos y capital de trabajo*, la misma que será financiado el **40%** (\$ 8.023,78 dólares) con capital propio y el **60%** (\$ 12.035,68 dólares) mediante crédito al Banco de Loja con una tasa de interés del 9,76%.

Se elaboraron los presupuestos, clasificándolos en costos en *fijos y variables* para obtener el *costo total*, que nos permitió determinar el *punto de equilibrio*; con la información sintetizada en el estudio económico, para luego efectuar el estudio financiero donde se obtiene el flujo de caja y el estado de pérdidas y ganancias.

El precio estimado por evento para el primer año de operatividad de la empresa es de **\$ 1.169,39 USD** que incluye el **20%** de utilidad. Por otro lado, considerando que la gente busca facilidades de pago, se pretende efectuar el cobro respondiendo a la siguiente modalidad: *50% en efectivo y 50% financiado* para tres cuotas mensuales sin recargo alguno, considerando esta como una estrategia de marketing.

Finalmente con los indicadores de evaluación financiera como son: *Período de Recuperación del Capital/Inversión (PRIM)*, *Valor Actual Neto (VAN)*, *Tasa Interna de Retorno (TIR)*, *Relación Beneficio/Costo (RB/C)* y el *Análisis de Sensibilidad (AS)*; se valoró el proyecto llegando a determinar su rentabilidad positiva por lo cual el proyecto resulta factible, ya que el *valor actual neto* supera la inversión, el *capital invertido* será recuperado en **1 año, 6 meses y 23 días**; además por cada dólar invertido se obtendrá **\$ 0,20 centavos de dólar**, la *tasa interna de retorno* supera el costo de capital en el mercado con un **57,32%**; y, el *incremento de los costos* con un **13,599%** y una *disminución de los ingresos* del **11,343%** se obtiene un coeficiente de sensibilidad menor a 1 por lo que el proyecto es sensible.

Todos estos indicadores permiten aseverar, al finalizar el trabajo investigativo, que la ejecución del proyecto es conveniente dadas las condiciones de rentabilidad aquí establecidas. En resumen el proyecto debe ser ejecutado dado que estos indicadores económicos muestran un nivel de rentabilidad aceptable.

ABSTRACT

This research work was developed in the city Macará, aiming at presenting a proposal for the implementation of a company dedicated to organizing children's events.

The introduction is a brief analysis of the situation of our province as it relates to the provision of services, particularly in organizing children's events as a desire (need) to be satisfied in the canton. In the actual implementation of this study are five stages and the development of each, it was necessary to the collection, processing and interpretation of information from primary and secondary sources.

In the first instance, a study qualitative and quantitative, allowing able to determine that the project has an acceptance of **84.96%** of the population, which is justified by the lack of a company that offers these services at present, since the users seeking a complementary service benefits (total organization of the event) and it provides a service tailored to these requirements. The demand for such services is distinctly possible, the company could not have been conditioned to more users; what the company can do is to keep people informed of the services offered to come to it when needed; this effort will make use of advertising and propaganda considering

the lower costs and effectiveness for sale, highlighting the use of stock advertising, radio spots and flyers.

When conducting market research, considering the current state and trends of service sector in the organization of events, it was in the first instance to define the characteristics of the service taking into account the particularities and specifications regarded as important by potential customers, this in Based on the analysis made it possible for families to determine what the average household income is **\$ 742.35 U.S. dollars**, making these in our chosen market segment. That will be a reference in later to determine the price that will service children's event planning.

Hence, through market analysis, we obtained the offer of **130 events** (want to buy the service), relative to current demand as the primary source requirement based on the average, resulting in a total of **156 events** each year to perform in the first years, while for the remaining years of useful life of the project was conducted **208 annual events**, to obtain future demand is considered the population growth rate for the county is **0.00%** Macará (INEC Data).

Thus, knowing the demand and supply current and future respective balance sheets is performed led us to identify an unmet demand for **4846 events** with

respect to satisfying the desires of different users, which is the volume of sales and service generation that corresponds to the company for the base year.

Subsequent to this in what corresponds to the technical side we started with the results obtained in the market study estimates that to meet the unmet need to use the **42.74% of capacity used**, this will be achieved by counting the personnel necessary to meet the requirements.

For the service is determined according to business needs and market factors, physical space which is aimed at two areas, the administrative (management, secretary - an accountant) and the execution of the service area (function room) in a physical area **80 m²** (square meters), allowing to adapt the facilities because it is a leased facility, so that you can optimize space and streamline the activities of the same, will be located on the street: Manuel Enrique Rengel and Carlos Jaramillo corner.

It is considered the project's location in a neighborhood that lies south of the canton Macará, meters Stadium "Macará City," at this location because there is no inconvenience in terms of supply of materials, furniture and other artifacts for organizing the event. Additionally there is a description of the

process considered to provide the service, which sets out activities and the average time needed for the activity and the required distances.

Management was organized and legally the company called "EVENTS DIVERTIMUNDO" CIA LTDA, which will be formed with 2 members who are jointly responsible for up to **40%** of individual capital, will be legally constituted in accordance with local regulations, it was determined the two main areas of the organization: Service production and sales, as well as five levels of authority and responsibility, legislative, executive, auxiliary or support, advice and operatic, which are represented in the structural organization and specified in the manual functions.

Then through the project's economic study provides an initial investment of \$ **\$ 20,059.46**, which corresponds to fixed assets, pre-operating expenses and working capital will be funded **40%** of the investment (**\$ 8,023.78 dollars**) equity and **60%** (**\$ 12,035.68 U.S. dollars**) by Banco de Loja credit with an interest rate of **9.76%**.

Budgets were developed, classifying them into fixed and variable costs for the total cost, which allowed us to determine the equilibrium point, with the information summarized in the economic study and then make the financial study where you get the cash flow and the state income.

The estimated price per event for the first year of operation of the company is **\$ 1,169.39 USD** which includes the **20%** profit. On the other hand, considering that people seek payment facilities, is to arrange collection form by answering the **50%** cash and **50%** funded for three monthly installments of charge, considering this as a marketing strategy.

Finally, the financial evaluation indicators such as: Capital Recovery Period / Investment (PRIM), Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), benefit / cost ratio (RB / C) and Sensitivity Analysis (AS) was assessed to determine their project reaching positive return for which the project is feasible, as the net present value exceeds the investment, the capital invested will be recovered in **1 year, 6 months and 23 days**, plus each dollar invested will be **\$ 0.20 cents**, the internal rate of return exceeds the cost of capital in the market with **57.32%**, and increased costs with a **13.599%** and a decrease in revenues **11.343%** is obtained a sensitivity coefficient less than 1 so that the project is sensitive.

These indicators allow assert, at the end of the research work that the project is appropriate given the profitability conditions set forth herein. In summary, the project must be executed as these economic indicators show an acceptable level of profitability.

INTRODUCCIÓN

c) INTRODUCCIÓN

El Ecuador se caracteriza por encontrarse envuelto en un ambiente de inestabilidad política, social y económica; la provincia de Loja no es un caso aislado, el estado no se responsabiliza en satisfacer las carencias más elementales lo que repercute en el nivel de vida de la población, esto se ve fácilmente reflejado en los altos índices de desempleo que promueven la incursión de la mayor parte de la población en diversas actividades informales.

Los niveles de pobreza son elevados y la riqueza del país permanece monopolizada; por ello nos corresponde contribuir al mejoramiento económico de nuestra ciudad, de la región y del país, lo cual se puede conseguir mediante el diseño y la práctica acertada de proyectos de inversión; pese a que en el país se consideran únicamente como pilares de la economía al sector primario y secundario, dejando de lado al sector terciario al que pertenece los servicios, en este caso la existencia de una empresa organizadora de eventos infantiles que será incluida en este sector.

En tal virtud, se propone desarrollar el **PROYECTO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA**

ORGANIZADORA DE EVENTOS INFANTILES EN EL CANTÓN

MACARÁ; buscando medir el impacto que la inversión promueve en el bienestar de la comunidad, mediante la satisfacción de las necesidades (*deseos*) de los usuarios con respecto al servicio y a la generación de fuentes de empleo. Económicamente se trata de incentivar a los capitalistas a invertir ya que constituye una buena opción para los empresarios, y la ejecución del mismo significa la obtención de beneficios conjuntamente con la satisfacción de necesidades. El proyecto de factibilidad tiene una vida útil de 5 años.

Se partió realizando el resumen en castellano e inglés de los principales aspectos que contiene el proyecto en base a los diferentes estudios de: *mercado, técnico, organizacional y/o legal* y sobre todo el aspecto financiero.

Posteriormente se hizo la introducción de toda la investigación partiendo de lo general que son los *proyectos de inversión*, en este caso de la organización de eventos infantiles en el cantón Macará.

En el contenido de este estudio, se expone: la metodología, detallando: los métodos, técnicas, fórmulas y cálculos matemáticos empleados para el procesamiento e interpretación de los datos recopilados.

Luego en los resultados se distinguen 4 etapas: el **Estudio de Mercado**, que distingue el diagnóstico de la situación actual y futura del sector de servicios en lo que respecta a la organización de eventos infantiles (*categoría de servicio social*); seguidamente el análisis del mercado propiamente dicho, en dos etapas: una cualitativa (*observación*) y otra cuantitativa (*tabulación de las encuestas*); gracias a ello se establecen las especificaciones del presente servicio; realizando un análisis de la demanda y oferta actual con sus proyecciones futuras cuya diferencia dio como resultado la *demanda insatisfecha*, además de investigar la competencia existente en la localidad.

Posteriormente con el afán de cubrir las expectativas de los usuarios expresadas en la *investigación del mercado*, se procede a establecer la *estrategia de mercadeo* que más se ajusta a los requerimientos de los usuarios y a las posibilidades de la empresa. Es decir, se elaboró un *plan de comercialización (plan de marketing)* en donde se hace énfasis en las 4 *Ps* que son las que componen el plan, es decir; el *servicio* de que se trata y en qué consiste; la *plaza* o el segmento de mercado al que está dirigido; el

precio como se calculó, que se tomó en cuenta para determinarlo; y la *promoción y publicidad* de la empresa organizadora de eventos infantiles.

Conociendo el volumen de servicios solicitados por el mercado se elaboró el ***Estudio Técnico***, con justo apego a los proporcionados por la etapa anterior; constando el logotipo que es la identificación de la empresa y las especificaciones técnicas de la prestación del servicio; se calculó la *capacidad instalada y utilizada* que permitirá cubrir la demanda proyectada permitiendo llevar a cabo el servicio en promedio a los servicios mensuales solicitados. Al considerar el proceso de prestación de servicio es importante conocer los equipos y accesorios que han de utilizarse describiéndolos y seleccionando los más adecuados, se diseñó el procedimiento a seguir para la prestación del servicio valiéndose de los diagramas de flujos; esto complementándose con la elección del personal idóneo para el cumplimiento de cada actividad programada en los tiempos establecidos, considerando los perfiles competentes, se acordó para la prestación del servicio un *espacio físico* apropiado para las adecuadas instalaciones del local que se prevé arrendar; de tal manera que se pueda optimizar el sitio y agilizar las actividades, se tomó en cuenta para la ubicación de la empresa factores como: disposición del mercado, legislación y condiciones locales

vigentes, adicionalmente se efectuó el estudio de la macro y micro localización.

En el **Estudio Administrativo, Organizacional y/o Legal**, se describe los elementos necesarios para la administración como: naturaleza, áreas principales, organigramas, niveles jerárquicos, manual de funciones y el cumplimiento de todos los trámites que rigen para el medio local. Dentro de los aspectos legales se distingue: la constitución legítima de la empresa como Cía. Ltda., la obtención del permiso municipal, la tramitación del R.U.C. y la elaboración de la minuta de la empresa. Posteriormente se definió las áreas principales de la organización, los niveles de autoridad y responsabilidad mediante el establecimiento del desempeño inherente a cada cargo bien definido y especificado en el manual de funciones.

En lo referente al **Estudio Económico Financiero**, se estima los requerimientos de inversión considerando: activos *fijos*, *activos diferidos* y *capital de trabajo*, determinando así la inversión inicial, y a la vez establecer los mecanismos de financiamiento. Seguidamente se elaboró presupuestos, análisis de costos e ingresos resultados representados por medio del *punto de equilibrio*; más adelante, con la información sintetizada en el **Estudio Económico** se procede a efectuar el **Estudio/Evaluación Financiera** en

donde se construye el flujo de caja y el estado de pérdidas y ganancias, factores que sirvieron de base para el establecimiento de los indicadores económicos que muestran la liquidez del proyecto. Luego en la **discusión** se realizó un análisis de las 4 etapas del proyecto, es decir; aquí se priorizo los factores más importantes que hay que tomar en consideración en cada una de las etapas del proyecto, con sus respectivos porcentajes y características más sobresalientes a la hora de tomar la decisión de invertir o no en el presente proyecto.

Se evaluó el proyecto financieramente mediante el cálculo de: el *Período de Recuperación de la Inversión/Capital (PRI)*, el *Valor Actual Neto (VAN)*, la *Tasa Interna de Retorno (TIR)* sobre el costo de capital en el mercado, *Relación Beneficio/Costo (RB/C)* por cada dólar invertido, también se obtuvieron los coeficientes de *Sensibilidad del proyecto (AS)* con lo que se acepta el mismo, resultando atractiva su implementación.

Finalmente se plantearon las respectivas *Conclusiones y Recomendaciones* a las que se ha llegado después de realizar el presente proyecto, las mismas que se pretende sean valederas para quienes se interesen por ejecutar el mismo.

Por último se enfatizó en una parte relevante del proyecto, la cual ha permitido que se elaboré de forma idónea, es decir; la *Bibliografía* que fue la fuente de consulta y apoyo con referentes teóricos, conceptos, principios ya establecidos para entender el proyecto y poder llegar a su culminación, además se complementó el proyecto con la compilación de los *Anexos* sobre componentes del proyecto de tesis.

REVISIÓN LITERARIA

d) REVISIÓN DE LITERATURA

d.1. DESCRIPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS INFANTILES¹

ANTECEDENTE

Hoy es costumbre celebrar la fiesta de cumpleaños de una persona la misma que fue por breve tiempo una tradición griega, dejó de realizarse durante siglos, aunque reapareció más tarde, adornado con velas y saludado con un coro de «Feliz cumpleaños».

La procedencia de estos eventos se dieron en Egipto, y más tarde en Babilonia, los aniversarios del nacimiento o cumpleaños, eran registrados y celebrados en el caso de los niños pertenecientes a la realeza y de sexo masculino.

Las fiestas de cumpleaños se desconocían entre las clases bajas, y entre todas las mujeres, excepto la reina. Sólo el rey, la reina o los varones nobles de muy alto rango tenían reconocido su cumpleaños, y sólo entre ellos se celebraba anualmente.

En la historia que ha quedado registrada, las primeras celebraciones de fiestas de cumpleaños tuvieron lugar alrededor de 3.000 a.C., y fueron las de

¹ www.pacificoperuano.com.pe

los primeros faraones. Esta práctica comenzó después de unir el Alto y el Bajo Egipto dichas fiestas de cumpleaños consistían en grandes fiestas en palacio y en las que tomaban parte todos los sirvientes, esclavos, hombres y mujeres libres. A menudo, se ponía en libertad a presos de las cárceles reales.

Los griegos adoptaron la costumbre egipcia de celebrar fiestas de cumpleaños, y a partir de los persas, reputados entre los grandes reposteros de la Antigüedad, incorporaron un pastel especial.

Ciertos datos sugieren que el pastel de Artemisa pudo haber estado adornado con velas encendidas, puesto que las velas representaban la luz lunar, la irradiación de la diosa hacia la Tierra.

Las fiestas de cumpleaños griegas se celebraban con carácter mensual, por lo que cada dios era festejado con doce fiestas de cumpleaños al año. En cuanto a los mortales, las fiestas de cumpleaños de las mujeres y de los niños se consideraban indignas de celebrarse, pero el del cabeza de familia se celebraba con un banquete.

Los romanos añadieron un nuevo matiz a las celebraciones de las fiestas de cumpleaños. Antes de comenzar la era cristiana, el Senado instauró la costumbre (todavía practicado hoy) de considerar los cumpleaños de los

estadistas más importantes como festividades nacionales. En el año 44 a.C., el Senado aprobó una ley por la que el aniversario del asesinato de César se convertía en festividad anual, realizada por un desfile público, una sesión especial de circo, combates de gladiadores, un banquete vespertino y la representación de una obra teatral.

En el siglo XII, las parroquias de toda Europa registraban ya los nacimientos de sus habitantes, y las familias observaban tales fechas con celebraciones anuales. Con el tiempo, reapareció el pastel de cumpleaños, ahora coronado con velas que se mantiene hasta la actualidad.

d.2. DIAGNOSTICO²

Concepto. Etimológicamente el concepto diagnóstico proviene del vocablo griego, el cual tiene dos raíces, *diá* que significa *a través de, por*, y *gnoskein* que significa *conocer*, así etimológicamente diagnóstico significa *conocer a través de*.

Es la identificación de la naturaleza o esencia de una situación o problema y de la causa posible o probable del mismo, es el análisis de la naturaleza de algo.

Constituye un examen analítico de la trayectoria pasada y de la situación actual de la empresa, así como de sus potencialidades perspectivas,

² **Módulo 10 UNL** (Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión)

respecto al cumplimiento de su misión, sus objetivos, y actividades; del estado de recursos, de la caracterización de su cultura, de su funcionamiento técnico y organizativo, por lo que hacen necesario el empleo de diferentes enfoques para la conducción de esta.

Se realiza con un enfoque predominante funcional y jerárquico, sin una combinación adecuada de estos enfoques tradicionales y el de proceso. El objetivo empresarial es la localización y análisis de las fallas existentes a distintos niveles de la empresa, y poder llegar al planteamiento de una gama de alternativas de solución con base en un plan de acción que sea acorde con el análisis integral de la organización.

d.3. PROYECTO

Es una **planificación** que consiste en un *conjunto de actividades* que se encuentran interrelacionadas y coordinadas, para alcanzar objetivos específicos. Es reunir varias ideas para llevarlas a cabo, es un emprendimiento que tiene lugar durante un tiempo limitado, y que apunta a lograr un resultado único. Surge como respuesta a una necesidad, acorde con la visión de la organización, aunque ésta puede desviarse en función del interés. El proyecto finaliza cuando se obtiene el resultado deseado, y se puede decir que colapsa cuando desaparece la necesidad inicial, o se agotan los recursos disponibles.

d.3.1. ETAPAS DE UN PROYECTO

♦ **La idea de proyecto:** establece la necesidad u oportunidad a partir de la cual es posible iniciar el diseño del proyecto. La idea de proyecto puede iniciarse debido a alguna de las siguientes razones³:

- Porque existen necesidades insatisfechas actuales o se prevé que existirán en el futuro si no se toma medidas al respecto.
- Porque existen potencialidades o recursos suba-provechados que pueden optimizarse y mejorar las condiciones actuales.
- Porque es necesario complementar o reforzar otras actividades o proyectos que se producen en el mismo lugar y con los mismos involucrados.

♦ **Diseño:** se valoran las opciones, tácticas y estrategias a seguir, teniendo como indicador principal el objetivo a lograr. En esta etapa se produce la *aprobación del proyecto*, que se suele hacer luego de la revisión del perfil de proyecto y/o de los **estudios de pre-factibilidad**, o incluso de **factibilidad**. Una vez dada la aprobación, se realiza la planificación operativa, que consiste en prever los diferentes recursos y los plazos de tiempo necesarios para alcanzar los fines del proyecto, asimismo establece la asignación o requerimiento de personal respectivo.

³ <http://es.wikipedia.org/wiki/Proyecto>

- ♦ **Ejecución:** poner en práctica la planificación llevada a cabo previamente.
- ♦ **Evaluación.** El proyecto es revisado, y se llevan a cabo las valoraciones pertinentes sobre lo planeado y lo ejecutado, en consideración al logro de los objetivos planteados.

d.3.2. UN PROYECTO ESTA FORMADO POR CUATRO ESTUDIOS PRINCIPALES⁴

◆ **ESTUDIO DEL MERCADO:** El objetivo aquí es estimar las ventas. Lo primero es definir el producto o servicio: ¿Qué es?, ¿Para qué sirve?, ¿Cuál es su "unidad": piezas, litros, kilos, etc.?, después se debe ver cuál es la demanda de este producto, a quien lo compra y cuanto se compra en la ciudad, o en el área donde está el "mercado".

Una vez determinada, se debe estudiar la OFERTA, es decir, la competencia ¿De dónde obtiene el mercado ese producto ahora?, ¿Cuántas tiendas o talleres hay?, ¿Se importa de otros lugares?, se debe hacer una estimación de cuanto se oferta. De la oferta y demanda, definirá cuanto será lo que se oferte, y a qué precio, este será el presupuesto de ventas. Un presupuesto es una proyección a futuro.

⁴ <http://www.monografias.com/trabajos16/proyecto-inversion/proyecto-inversion.shtml>

◆ **ESTUDIO TÉCNICO:** El objetivo es diseñar cómo se producirá aquello que venderás. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar como se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial. En el estudio técnico se define:

“Donde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto y donde obtener los materiales o materia prima.

“Que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto y que máquina y procesos a usar

En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costara todo esto, que se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos.

◆ **ESTUDIO FINANCIERO:** Se demuestra lo importante: ¿La idea es rentable?,. Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, gastos. Que salieron de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender más, comprar maquinas más baratas o gastar menos.

Hay que recordar que cualquier "cambio" en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria, ni

considerando todos los cambios y opciones posibles entonces el proyecto será "no viable" y es necesario encontrar otra idea de inversión.

Así, después de modificaciones y cambios, y una vez seguro de que la idea es viable, entonces, se pasara al último estudio.

◆ **ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN:** Consiste en definir como se hará la empresa, o que cambios hay que hacer si la empresa ya está formada.

“Que régimen fiscal es el más conveniente.

“Que pasos se necesitan para dar de alta el proyecto.

“Como organizaras la empresa cuando el proyecto esté en operación

d.3.3. TIPOS DE PROYECTO

PROYECTO DE INVERSIÓN PRIVADO. Es realizado por un empresario particular para satisfacer sus objetivos. Los beneficios que él espera del proyecto, son los resultados del valor de la venta de los productos (bienes o servicios), que generara el proyecto.

PROYECTO DE INVERSIÓN PÚBLICA O SOCIAL. Busca cumplir con objetivos sociales a través de metas gubernamentales o alternativas,

empleadas por programas de apoyo. Los términos evolutivos estarán referidos al término de las metas bajo criterios de tiempo o alcances poblacionales⁵.

d.4. FACTIBILIDAD

Se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto. La factibilidad se apoya en 3 aspectos básicos: *operativo, técnico, económico*. El éxito de un proyecto está determinado por el grado de factibilidad que se presente en cada una de los tres aspectos anteriores⁶.

d.4.1. Objetivo de un Estudio de Factibilidad.

1. Auxiliar a una organización a lograr sus objetivos.
2. Cubrir las metas con los recursos actuales en las siguientes áreas.

d.4.2. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Es el análisis amplio de los resultados financieros, económicos y sociales de una inversión (dada una opción tecnológica -estudio de pre-factibilidad). En la fase de pre-inversión la eventual etapa subsiguiente es el diseño final del

⁵ <http://definicion.de/proyecto/>

⁶ <http://www.alegsa.com.ar/Dic/factibilidad.php>

proyecto (preparación del documento de proyecto), tomando en cuenta los insumos de un proceso productivo.⁷

d.4.3. TIPOS DE FACTIBILIDADES⁸

a). Factibilidad Técnica. Se refiere a los recursos necesarios como herramientas, conocimientos, habilidades, experiencia, etc., que son necesarios para efectuar las actividades o procesos que requiere el proyecto. Generalmente nos referimos a elementos tangibles (medibles). El proyecto debe considerar si los recursos técnicos actuales son suficientes o deben complementarse: mejora del sistema actual, disponibilidad de tecnología que satisfaga las necesidades.

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

Generalmente la factibilidad económica es el elemento más importante ya que a través de él se solventan las demás carencias de otros recursos, es lo

⁷ http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_factibilidad

⁸ <http://www.mitecnologico.com/Main/FactibilidadInvestigacion>

más difícil de conseguir y requiere de actividades adicionales cuando no se posee: tiempo del analista, costo de estudio, costo del tiempo del personal, costo del tiempo, costo del desarrollo / adquisición.

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

d.4.4. ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD

Consiste en una breve investigación sobre el marco de factores que afectan al proyecto, así como de los aspectos legales que lo afectan. Así mismo, se deben investigar las diferentes técnicas (si existen) de producir el bien o servicio bajo estudio y las posibilidades de adaptarlas a la región. Además se debe analizar la disponibilidad de los principales insumos que requiere el proyecto y realizar un sondeo de mercado que refleje en forma aproximada las posibilidades del nuevo producto, en lo concerniente a su aceptación por parte de los futuros consumidores o usuarios y su forma de distribución⁹.

⁹ http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_prefactibilidad

Otro aspecto importante que se debe abordar en este estudio preliminar, es el que concierne a la cuantificación de los requerimientos de inversión que plantea el proyecto y sus posibles fuentes de financiamiento. Finalmente, es necesario proyectar los resultados financieros del proyecto y calcular los indicadores que permitan evaluarlo.

El estudio de pre-factibilidad se lleva a cabo con el objetivo de contar con información sobre el proyecto a realizar, mostrando las alternativas que se tienen y las condiciones que rodean al proyecto. Este estudio de pre-factibilidad se compone de:

- Estudio de mercado
- Estudio tecnológico / técnico
- Estudio financiero
- Estudio administrativo

d.5. CREACIÓN DE UNA EMPRESA

Tras completar los estudios universitarios llega el momento de lanzarse al mercado laboral y entonces surge la duda: iniciar la andadura profesional en una empresa u organismo por cuenta ajena o comenzar la aventura empresarial uno mismo creando su propia empresa.

Una empresa de Servicios, representa además del servicio, una mezcla de responsabilidades, preparación, los esfuerzos físicos y mentales y la constante actualización de las herramientas de trabajo.

El *Ministerio de Industria y Productividad (MIPRO)* del Gobierno Nacional de la República de Ecuador desarrolla planes y proyectos de fomento y desarrollo de pequeñas empresas y microempresas. El apoyo institucional es muy importante pues dar vida a un proyecto empresarial requiere de diferentes pasos¹⁰.

La ***Ley de Compañías de Ecuador*** establece las pautas a seguir para la creación de empresas. Otro organismo que fomenta la creación y el fortalecimiento de empresas y se ocupa de asesorarlas es la ***Superintendencia de Compañías***. Aquellos emprendedores con dudas pueden recurrir a sus servicios.

d.6. EMPRESA

Es una *unidad económico-social*, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios. Para esto, hace uso de los *factores productivos* (trabajo, tierra y capital).

¹⁰ <http://egresados.universia.com.ec/emprendedores/crear-empresa/>

d.6.1. IMPORTANCIA

La empresa en cualquier sistema económico será el motor que mueva la economía de un país ; la importancia radica en su capacidad generadora de riqueza , que al ser distribuida equitativamente propicia la paz social y por ende tranquilidad y desarrollo¹¹.

d.6.2. CLASIFICACIÓN

Las empresas puedan clasificarse según la **actividad económica** que desarrollan.

- ✦ ***Empresas del Sector Primario***; que obtienen los recursos a partir de la naturaleza, como las agrícolas, pesqueras o ganaderas.
- ✦ ***Empresas del Sector Secundario***; dedicadas a la transformación de bienes, como las industriales y de la construcción.
- ✦ ***Empresas del Sector Terciario***; empresas que se dedican a la oferta de servicios o al comercio.

Otra clasificación válida para las empresas es de acuerdo a su **constitución jurídica**.

¹¹ <http://www.monografias.com/trabajos21/empresa-ecuador/empresa-ecuador.shtml>

- ⤴ **Empresas Individuales**; que pertenecen a una sola persona.
- ⤴ **Societarias**; conformadas por varias personas. las sociedades a su vez pueden ser: *anónimas, de responsabilidad limitada y de economía social (cooperativas), entre otras.*

Pueden ser definidas según la **titularidad del capital**.

- ◊ **Empresas Privadas**; su capital está en mano de particulares.
- ◊ **Empresas Públicas**; controladas por el Estado.
- ◊ **Empresas Mixtas**; el capital es compartido por particulares y por el Estado.
- ◊ **Empresas de autogestión**; el capital es propiedad de los trabajadores¹².

La **administración de empresas**, es una ciencia social que se dedica al estudio de la organización de estas entidades, analizando la forma en que gestionan sus recursos, procesos y los resultados de sus actividades

d.6.3. COMPLEJIDAD DE LA ORGANIZACIÓN¹³

EMPRESA FAMILIAR O ARTESANA: El dueño la controla directamente.

PEQUEÑA EMPRESA: Las funciones se especializan por lo menos en 3 áreas fundamentales: producción de bienes y servicios, venta de esos bienes

¹² <http://definicion.de/empresa/>

¹³ <http://admindeempresas.blogspot.com/2007/11/elementos-de-la-empresa.html>

y servicios y funciones de finanzas y control. Además existen uno o dos niveles intermedios de jefes, de tal manera que las órdenes deban normalmente pasar a través de estos niveles.

GRAN EMPRESA: Funciones realizadas por grupos de personas especializadas y diversas. No puede intercambiarse personal por su incapacidad para realizar las labores de otros. Existen seis o más niveles jerárquicos.

MEDIANA EMPRESA: Se considera una situación intermedia. Existen de 6 a 10 funciones claramente distintas y no intercambiables. En cuanto a niveles jerárquicos se manejan hasta 5 niveles.

d.6.4. FINES DE LA EMPRESA

El fin de una empresa es producir, mientras que la del empresario es la utilidad¹⁴.

✓ **INMEDIATOS:** el fin inmediato de la empresa es la producción de bienes y servicios.

✓ **MEDIATOS:** el fin mediato de la empresa es la satisfacción de las necesidades del cliente.

¹⁴ <http://es.wikipedia.org/wiki/Empresa>

✓ **PRIVADA:** es aquella en la cual los accionistas buscan producir para obtener una utilidad en la empresa.

✓ **PÚBLICA:** es aquella en la cual las personas que trabajan en ella buscan la satisfacción de las necesidades de la sociedad.

✓ **FINALIDADES SUBJETIVAS DEL EMPRESARIO:** las finalidades subjetivas del empresario son su imagen y la imagen de la empresa, la empresa debe de presentar una buena imagen ante la sociedad.

d.7. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

Es el proceso de *diseño, planificación y producción de congresos, festivales, ceremonias, fiestas, convenciones* u otro tipo de reuniones, cada una de las cuales puede tener diferentes finalidades¹⁵.

d.7.1. ¿QUÉ REPRESENTA EL TÉRMINO EVENTO?

Se refiere a cualquier acontecimiento, circunstancia, suceso o caso posible. Así, se dice eventualmente o ante todo evento en previsión de algo que, conjetural o previsiblemente, podría ocurrir en una circunstancia determinada y es generalmente un hecho imprevisto+

En el ámbito empresarial / profesional un **evento** es un acto que sirve a su empresa para presentar o potenciar un determinado producto/servicio o una

¹⁵ <http://www.slideshare.net/gcfusco/organizacindeeventoscaece-1141331>

determinada marca, o para poder dar a sus clientes la oportunidad de un acercamiento directo a su empresa. Lo que facilita en todo caso nuestros objetivos frente a la competencia del mercado actual.

Un evento proporciona contacto directo con el cliente, favorece las relaciones empresa/cliente, y facilita la adaptación de su producto de forma directa sobre su mercado, lo que repercutirá en el éxito del mismo¹⁶.

d.7.2. PASOS PARA EL PLANEAMIENTO DE EVENTO¹⁷

1. DISEÑO Y COTIZACIÓN: Este es el estado en el que se establecen los objetivos, el mensaje que comunicaremos al público participante y las expectativas que el organizador del evento tiene con relación a la realización de la reunión.

2. PRODUCCIÓN: El conjunto de gestiones previas al inicio de la reunión y que tienen por objeto la preparación de los recursos que componen el evento. Preponderantemente se trata de contratación de proveedores y coordinación entre las prestaciones.

3. MONTAJE: Disposición de los recursos técnicos y humanos en el lugar donde se llevará a cabo el evento.

¹⁶ http://www.organizareventos.com/organizacion_de_eventos/evento.html

¹⁷ http://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_de_eventos

4. EJECUCIÓN: Fase en la que, estando los participantes del evento reunidos en el mismo lugar y al mismo tiempo, comparten las actividades planificadas y demás.

5. DESMONTAJE: Retiro de los materiales y elementos utilizados en la reunión.

6. EVALUACIÓN DE RESULTADOS: Momento en el que se establece el grado de cumplimiento de los objetivos establecidos y la eficiencia de las prestaciones.

d.8. CANTÓN

División territorial y administrativa, caracterizada por estar dotada de un importante grado de autonomía política¹⁸.

d.9. MACARÁ

Ubicado a 195 Km de la ciudad de Loja, valle extenso de terrenos empleados principalmente para la producción de arroz. Es atravesado por el río del mismo nombre, formándose en sus riveras magníficos balnearios visitados por turistas nacionales y extranjeros. Este río sirve también de límite natural internacional con el Perú, sobre el cual se levanta el puente Internacional que

¹⁸ <http://www.definicionesde.com/e/canton/>

da la bienvenida a turistas que nos visitan de distintos lugares. El cantón cuenta con 21901 habitantes.

DATOS GENERALES¹⁹:

Cabecera cantonal: Macará

Altitud: 430 m.s.n.m

Temperatura promedio: 25 °C

Superficie: 578 Km²

Clima: Cálido seco

Ubicación: Suroccidente de la provincia de Loja

Límites:

Norte: Cantones Celica y Paltas **Este:** Cantón Sozoranga

Sur: República del **Oeste:** Cantones Pindal y Zapotillo

División política: 2 parroquia urbana, 3 parroquias rurales y 48 barrios

Parroquias urbanas: Eloy Alfaro y Macará

Parroquias rurales: Larama, La Victoria y Sabiango

¹⁹ <http://www.lojaturistico.com/?q=taxonomy/term/79>

FIESTAS TRADICIONALES

- 10 de agosto, feria internacional
- 22 de septiembre, cantonización
- 23 de julio, fiesta en Sabiango
- 8 de octubre, fiesta en La Victoria
- 9 de diciembre, fiesta de Larama.
- 27 de septiembre de 1902, parroquialización Macará
- 11 de marzo de 1947, parroquialización Larama
- 20 de abril de 1912, parroquialización Sabiango
- 16 de septiembre de 1955, parroquialización La Victoria

SU GENTE

La idiosincrasia de su gente es acogedora y amable factor que se conjuga perfectamente con la belleza de sus mujeres. Este lugar goza de una

variedad agrícola y ganadera muy importante, al estar situada en un lugar estratégico con la frontera ha influido en el auge de su comercio²⁰.

ENTORNO

A su alrededor se puede apreciar las típicas viviendas que se mezclan con las modernas construcciones, se dice de ella que parece una ciudad jardín, porque su paisaje se conjuga con una variedad de plantas y flores que dan una apacible vista a quien visita este hermoso cantón. Su belleza se plasma en las miradas de quienes acuden a este hermoso sector fronterizo. La altura de Macará sobre el nivel del mar es de 450 metros y su temperatura promedio es de 25°

ASPECTOS TURÍSTICOS

Este río acondiciona lugares provistos de una belleza sin igual muestra de ello tenemos: la Bocana, Hornillos o la Lajilla, que son lugares acondicionados con más caudal de agua donde propios y extraños pueden disfrutar de un relajante baño

Sobre el río se levanta el puente internacional que sirve de división limítrofe con el hermano país del sur, con un importante movimiento de personas que

²⁰ <http://www.vivaloja.com/content/view/1050/199/>

transitan por el lugar, lo cual es aprovechado para generar toda una actividad comercial y turística.

Al igual que en otros sectores costaneros de la provincia de Loja en macará se destaca el %Chivo+o la cabra. En la puerta de cada choza Macareña se encuentra la figura de centenares de chivos que comparten con sus dueños todas sus añoranzas.

MATERIALES Y MÉTODOS

e) MATERIALES Y MÉTODOS

Es necesario mencionar los materiales, métodos y técnicas que se emplearon para la recopilación de la información presente, que permitió tener un panorama claro tanto de información como de estrategias empleadas en la búsqueda de los conocimientos antes expuestos.

e.1. MATERIALES

Para el desarrollo del presente proyecto es necesaria la utilización de los siguientes *útiles de oficina*:

- Esferográficos
- Hojas (papel bond)
- Hojas cuadriculas (A4)
- Hojas bond
- Carpetas
- Calculadora
- Borrador
- Lápiz
- Entre otros.

e.2. MÉTODOS

A continuación se indican los métodos que se utilizaron para el desarrollo del presente trabajo investigativo:

✦ **Método Deductivo:** Permite deducir aspectos generales que son necesarios para la correcta prestación del servicio, como es el caso de conocer acerca de los *servicios adicionales* que desean los usuarios incluir en el servicio *por ejemplo:* gelatinas, helados, juegos, entre otros; con la finalidad de satisfacer a los pequeños del hogar (*niños*) y así poder realizar una propuesta alternativa por medio de la información a recopilar de una muestra de los habitantes (*familias*) del cantón Macará.

✦ **Método Inductivo:** Nos permite trasladar a la población total las opiniones provenientes de la muestra; a través de la eficiente generación del servicio, que se pretende llegar a la población restante quienes podrían convertirse en nuestros futuros demandantes, permitiendo de esta manera incrementar la participación en el mercado.

e.3. TÉCNICAS

Así mismo es importante señalar las diferentes técnicas de investigación que permitieron obtener la información necesaria para el desarrollo del tema de Tesis, de tal manera es importante señalar las principales técnicas.

— **Observación directa:** Observar cómo se lleva a cabo los procesos de generación del servicio por parte de las empresas competidoras existentes en la localidad; estableciendo estrategias de mejoramiento para la correcta culminación de la presente investigación.

— **Encuesta:** Fue necesario la aplicación de encuestas a una muestra representativa del cantón Macará, para determinar los gustos y preferencias que tienen los diferentes usuarios o potenciales demandantes.

PROCEDIMIENTO:

Se aplicaron un total de **354 encuestas** a las familias macareñas para extraer información que sirva de soporte para la culminación de la presente investigación.

1. Se determinó el objeto de estudio, es decir; el total de habitantes existentes en el cantón Macará, para así calcular cuales serán los potenciales demandantes.

Para el **cálculo de la población** proyectada se partió del hecho de tener datos del censo del 2001 realizado por el INEC lo que nos permite realizar la proyección para el año 2011; con la **tasa de crecimiento poblacional** que para el cantón Macará que es de **0,00%**; existe esta tasa de crecimiento por efectos migratorios. Y de esta manera obtener la población objeto de estudio.

Para la proyección de la población se consideró la siguiente fórmula:

$$P_n = P_0(1+i)^n$$

P_n = Población para el año de proyección (cantón Macará 2011)

DÓNDE **P₀** = Población inicial es de 18.350 habitantes

I = Tasa de crecimiento poblacional 0,00%

n = Períodos transcurridos

$$P_n = P_0(1+i)^n$$

$$P_n = 18.350(1 + 0,00)^{10}$$

$$P_n = 18.350(1,00)^{10}$$

$$P_n = 18.350(1,00)$$

$$P_n = 18.350 \text{ Habitan tes}$$

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN DEL CANTÓN MACARÁ
CUADRO Nº 01

AÑOS	TASA CRECIMIENTO POBLACIONAL	POBLACIÓN (HABITANTES)	INTEGRANTES POR FAMILIA	Nº DE FAMILIAS
2001	0,00%	18.350	4	4.588
2002	0,00%	18.350	4	4.588
2003	0,00%	18.350	4	4.588
2004	0,00%	18.350	4	4.588
2005	0,00%	18.350	4	4.588
2006	0,00%	18.350	4	4.588
2007	0,00%	18.350	4	4.588
2008	0,00%	18.350	4	4.588
2009	0,00%	18.350	4	4.588
2010	0,00%	18.350	4	4.588
2011	0,00%	18.350	4	4.588

FUENTE: INEC

ELABORACIÓN: Las Autoras

NOTA: Debido a que existe una tasa de crecimiento del **0,00%**, es decir; que se manejará una población estacionaria para todos los años de proyección.

2. Para **determinar el tamaño de la muestra** se partió de que en el año 2011 existen **18.350 habitantes** en el cantón Macará, ya que por tratarse de un servicio de organización de eventos que está enfocado a las familias

se procedió a dividir la población de habitantes del año 2011, para el número de **integrantes por familia** que para este cantón se considera que son **4**, dando como resultado **4.588 familias**; valor con el cual se empezó a calcular la muestra, mediante la siguiente fórmula:

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

n = Tamaño de la muestra.

DÓNDE **N** = Población por *familias* = 4.588

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

e = Margen de error, se aplica el 5%

p = 50% (0,5)

q = 50% (0,5)

DESARROLLO DE LA FÓRMULA:

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 4.588}{(0,05)^2(4.588 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,5 * 0,5 * 4.588}{(0,0025)4.587 + 3,8416 * 0,25}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,5 * 0,5 * 4.588}{(0,0025)4.587 + 3,8416 * 0,25}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,25 * 4.588}{1,147 + 0,96}$$

$$n = \frac{3,8416 * 1.147}{1243}$$

$$n = \frac{4.40632}{1243}$$

$$n = 35449 \cong 354 \text{ Encuestas}$$

3. En el **ESTUDIO DE MERCADO**; mediante la aplicación de las encuestas a los diferentes usuarios y a la competencia; se determinó la demanda potencial y efectiva como también se cálculo la oferta existente en la localidad, para así obtener la demanda insatisfecha.

4. El **ESTUDIO TÉCNICO** comprende el: tamaño, ubicación y localización de la empresa, además de calcular la capacidad instalada y utilizada para la prestación del servicio.

5. Al realizar el **ESTUDIO ORGANIZACIONAL** se elaborarán los respectivos organigramas, manuales de funciones; con la finalidad de que cada cargo o puesto a ser ocupado cumpla con todos los requerimientos que exige la empresa, permitiendo ofrecer un servicio de calidad a los usuarios.

6. Con el **ESTUDIO FINANCIERO** y la información ya analizada permitió evaluar a través de los diferentes indicadores económicos, determinando así la factibilidad o posible ejecución del presente proyecto.

7. Permitiendo de esta manera establecer las respectivas **conclusiones** y **recomendaciones** que se ha llegado después de la culminación del presente proyecto, en lo referente a la factibilidad y puesta en marcha del mismo, que es la creación de una empresa organizadora de eventos infantiles.

RESULTADOS

f) RESULTADOS

Una vez aplicadas las encuestas a las familias macareñas y a los negocios existentes que organizan eventos, se procede a realizar la respectiva tabulación e interpretación de los datos y/o información recopilada.

f.1. TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS

REALIZADAS A LOS USUARIOS

DATOS GENERALES

CUADRO Nº 02
EDAD DE LA POBLACIÓN

AÑOS	F	Xm	Xm*f
De 13 a 18	20	15,50	310,00
De 18 a 24	71	21,00	1491,00
De 25 a 31	106	28,00	2968,00
De 32 a 38	98	35,00	3430,00
De 39 a 45	59	42,00	2478,00
TOTAL	354		10677,00

FUENTE: Estudio de Mercado

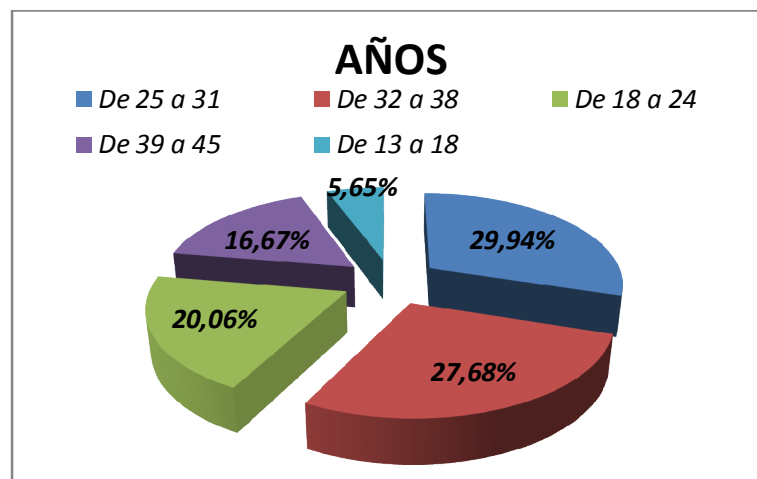
ELABORACIÓN: Las Autoras

$$X = \frac{\sum X_m * f}{n}$$

$$X = \frac{10.677,00}{354}$$

$$X = 30 \text{ AÑOS DE EDAD}$$

GRÁFICO N° 01



FUENTE: Cuadro N° 02

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Tomando en consideración que el servicio que se ofertará a la población está dirigido de forma indirecta a los padres de familia, puesto que son ellos que deciden sobre la organización del evento en base a los gustos de su/s hijo/s; por tal razón se ha determinado que en el cantón Macará la edad promedio es de *30 años de edad*; sin embargo el 5,65% tienen edades comprendidas entre 13 a 18 años, el 16,67% tienen entre 39 a 45 años, mientras el 20,06% tienen edades entre 18 a 24 años, al contrario el 27,68% está en edades de 32 a 38 años y el restante 29,94% tienen entre 25 a 31 años de edad; por lo tanto nos demuestra que la población es relativamente joven; cabe recalcar que la edad de los padres de familia no incide en la prestación del servicio.

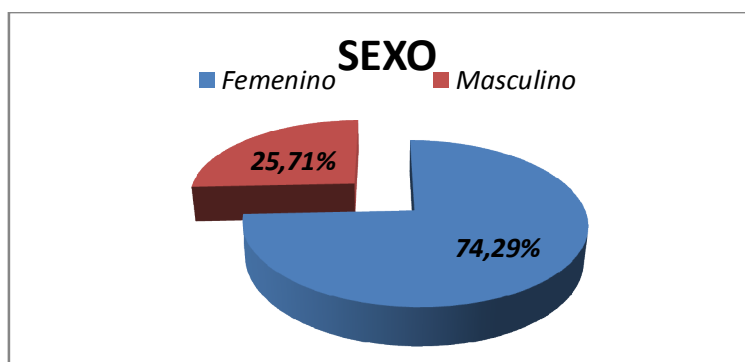
CUADRO N° 03
SEXO DE LA POBLACIÓN

SEXO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Femenino	263	74,29
Masculino	91	25,71
TOTAL	354	100,00

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: Las Autoras

GRÁFICO N° 02



FUENTE: Cuadro N° 03

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En la actualidad ya no se considera que la dedicación y atención a los hijos (as) es solo obligación de las Madres de familia, sino más bien es considerada hoy en día como una responsabilidad compartida con los Padres para que ambos respondan por las obligaciones, responsabilidades, deberes y derechos que tienen sus hijos. Dentro de lo mencionado se puede manifestar que cualquier evento que se realice como un festejo de cumpleaños puede estar a cargo o bajo el mando del padre como de la

madre, o incluso acudir los dos; es por ello que se considera necesario conocer en qué porcentaje se encuentra tanto el sexo masculino como el femenino para determinar el segmento al que se dirigirá la empresa; obteniendo como resultado el 25,71% y el 74,29% respectivamente; evidenciando de esta forma que la gran mayoría son el sexo femenino quienes actualmente se encargan de sus hijos, por indistintas razones, como puede ser que el padre se encuentre laborando diariamente o está fuera del país; y por ello no pueda estar pendiente de sus hijos, por lo que se puede determinar que el segmento de mercado al cual nos enfocaremos más serán las madres de familias, quienes adquirirán el servicio de eventos infantiles.

1. ¿Indique en que rango se encuentra su ingreso familiar?

**CUADRO N° 04
INGRESO FAMILIAR**

DÓLARES	F	Xm	Xm*f
1,00 a 265,00	44	133,00	5852,00
266,00 a 530,00	60	398,00	23880,00
531,00 a 795,00	77	663,00	51051,00
796,00 a 1.060,00	92	928,00	85376,00
1.061,00 a 1.325,00	81	1.193,00	96633,00
TOTAL	354		262792,00

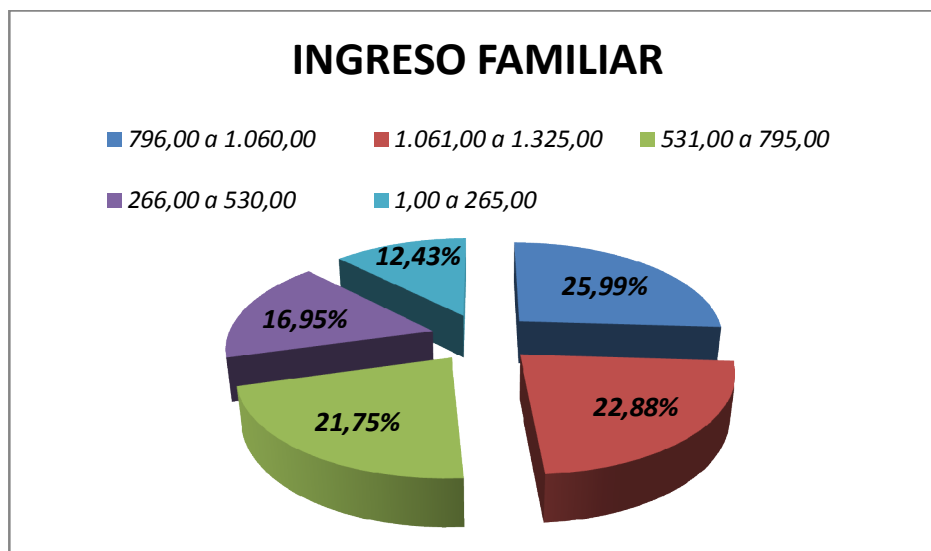
FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: Las Autoras

$$X = \frac{\sum Xm * f}{n}$$

$$X = \frac{262.792,00}{354} = 742,35 \quad \text{INGRESO}$$

GRÁFICO N° 03



FUENTE: Cuadro N° 04

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Todas las familias para poder acceder a los diferentes servicios para satisfacer sus deseos o necesidades, requieren contar con el capital o dinero necesario que les permita cubrir el costo de los mismos, por lo tanto en el cantón Macará el 25,99% tiene un ingreso de \$ 796,00 a \$ 1.060,00 dólares, mientras que el 22,88% de los habitantes dispone de un ingreso de \$ 1.061,00 a \$ 1.325,00 dólares, sin embargo el 21,75% cuenta con ingreso familiar de \$ 531,00 a \$ 795,00 dólares, en cuanto al 16,95% poseen ingresos entre \$ 266,00 a \$ 530,00 dólares, por el contrario el 12,43% su ingreso se encuentra sobre el salario básico es decir de \$1,00 a \$ 265,00

dólares. Permitiéndoles de esta manera a los habitantes acceder a la prestación del servicio sin ningún problema en lo referente al precio por evento, demostrando de esta manera que las familias podrían adquirir sin dificultad económica el servicio que ofertará la presente empresa. Adicionalmente se pudo determinar que el promedio por ingreso familiar es de \$ 742,35 dólares, cantidad suficiente y necesaria para acceder al servicio.

2. ¿Señale donde corresponda, en su hogar usted tiene hijos?

**CUADRO N° 05
EN SU HOGAR UD. TIENE HIJOS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	311	87,85
No	43	12,15
TOTAL	354	100,00

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: Las Autoras

GRÁFICO N° 04



FUENTE: Cuadro N° 05

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Enfocados desde el punto de vista que la empresa **EVENTOS DIVERTIMUNDO+** prestará los servicios de organización de eventos infantiles, se hace necesario conocer si las familias macareñas tienen o no hijos y de esta forma determinar el mercado al que se dirigirá la empresa. Obteniendo como resultado un porcentaje de 87,85% que SI tienen hijos y por el contrario el restante 12,15% por diferentes situaciones NO tienen hijos. Permitiendo determinar que existe un buen mercado para ofertar el servicio.

De la misma forma es necesario calcular el promedio de *hijos por familia* dando como resultado *3 hijos*, que nos servirán como pautas para establecer las estrategias de marketing que permitan cubrir las necesidades y/o deseos aún insatisfechos de dichas familias (*niños*).

**CUADRO Nº 06
HIJOS POR FAMILIA**

HIJOS	F	Xm	Xm*f
1 a 2	160	1,50	240,00
3 a 4	111	3,50	388,50
5 a 6	31	5,50	170,50
7 a 8	9	7,50	67,50
TOTAL	311		866,50

FUENTE: Estudio de Mercado

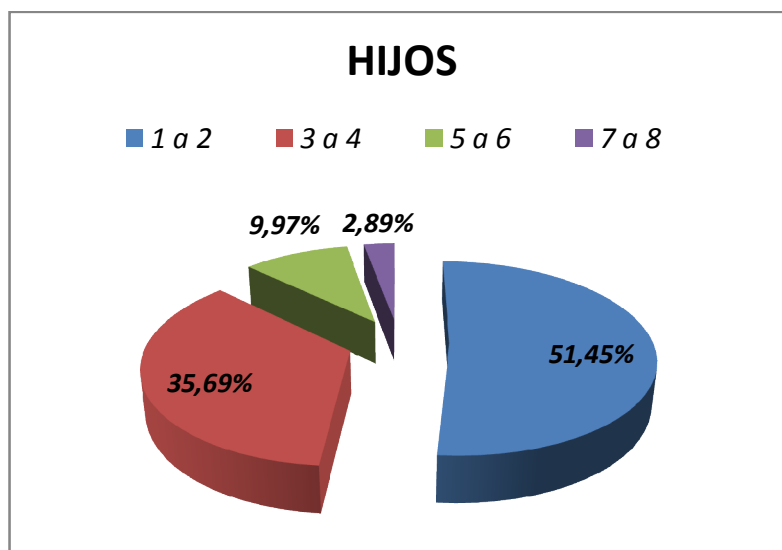
ELABORACIÓN: Las Autoras

$$X = \frac{\sum Xm * f}{n}$$

$$X = \frac{866,50}{311}$$

$$X = 3 \text{ HIJOS}$$

GRÁFICO Nº 05



FUENTE: Cuadro Nº 06

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

La familia considerada como núcleo de la sociedad; y tomando en cuenta el número total de hijos que pueden mantener los padres de familia puesto que hoy en día la situación económica resultada cada vez más cara, se requiere conocer el número de niños por familia es así que el 51,45% tienen entre 1 a 2 hijos, sin embargo el 35,69% en su hogar hay de 3 a 4 hijos, el 9,97% de

las familias tienen de 5 a 6 hijos y el restante 2,89% que es una minoría tienen entre 7 a 8 hijos.

Demostrando que en la ciudad de Macará las familias son más numerosas en la relación a las de las demás ciudades, manejando un promedio de 3 *hijos por familia*, y así poder calcular el número de posibles eventos que requiera cada una de ellas.

CUADRO N° 07
EDAD DE LOS HIJOS

AÑOS	F	Xm	Xm*f
1 a 3	100	2,00	200,00
4 a 6	127	5,00	635,00
7 a 9	47	8,00	376,00
10 a 12	37	11,00	407,00
TOTAL	311		1.618,00

FUENTE: Estudio de Mercado

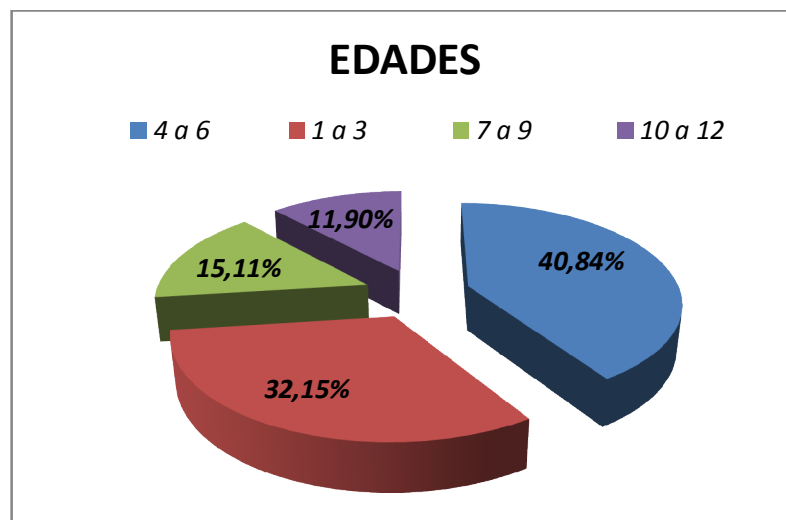
ELABORACIÓN: Las Autoras

$$X = \frac{\sum Xm * f}{n}$$

$$X = \frac{1.618,000}{311}$$

$$X = 5 \text{ AÑOS}$$

GRÁFICO N° 06



FUENTE: Cuadro N° 07

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El factor fundamental para que las familias accedan a la prestación del servicio de eventos, es la edad que puedan tener sus hijos, por lo tanto y mediante el levantamiento de información se calculó que el 40,84% de familias tienen hijos entre 4 a 6 años, mientras el 32,15% de 1 a 3 años, sin embargo el 15,11% de hijos de los encuestados tienen de 7 a 9 años y solamente el 11,90% tienen hijos entre 10 a 12 años. Considerando de esta manera que hoy en día los padres de familia sienten mucha emoción al planificar y realizar la fiesta de cumpleaños de sus hijos, pero ellos toman en cuenta que las edades que tienen sus hijos influyen en la decisión para la posible realización del evento infantil.

Determinando así el promedio de edad para la organización de una fiesta infantil que es de 5 años, ya que a esta edad los niños disfrutan más de sus ocurrencias y travesuras.

3. ¿Ha utilizado usted el servicio de organización de eventos infantiles?

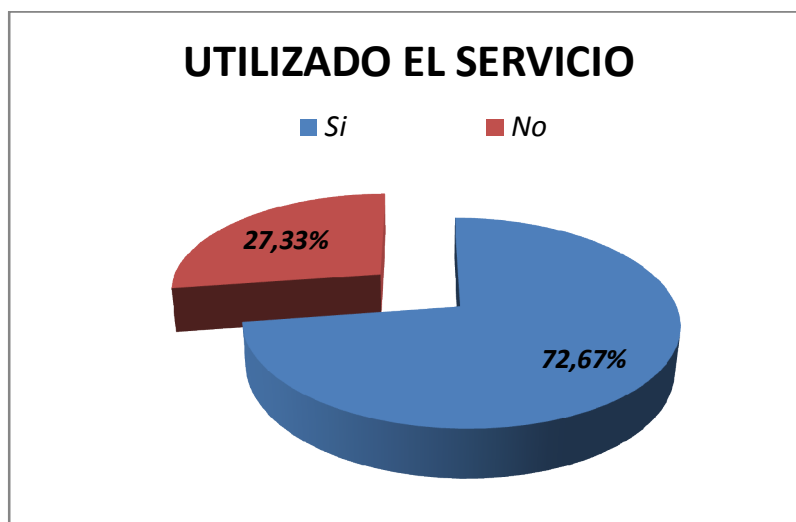
CUADRO N° 08
UTILIZACIÓN DEL SERVICIO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	226	72,67
No	85	27,33
TOTAL	311	100,00

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: Las Autoras

GRÁFICO N° 07



FUENTE: Cuadro N° 08

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Todas las personas tienen necesidades como deseos por satisfacer, es ahí donde se refleja la oportunidad de emprender mediante la prestación de un servicio o la venta de un producto determinado. En este marco se puede resaltar que las familias encuestadas manifiestan con un 72,67% que SI han utilizado el servicio de empresas organizadoras de eventos por el contrario el 27,33% no han hecho uso de este tipo de servicios. Con los resultados anteriormente expresados se puede estipular el número de demandantes existentes en la localidad y como la empresa llegará a cubrir sus exigencias en cuanto a: calidad, calidez y buen trato que los usuarios requieren y merecen, lo que se ve reflejado en el incremento de ingresos por ventas, es decir; en el incremento del volumen de la prestación del servicio.

4. ¿Mencione la empresa o negocio que le brindo este servicio?

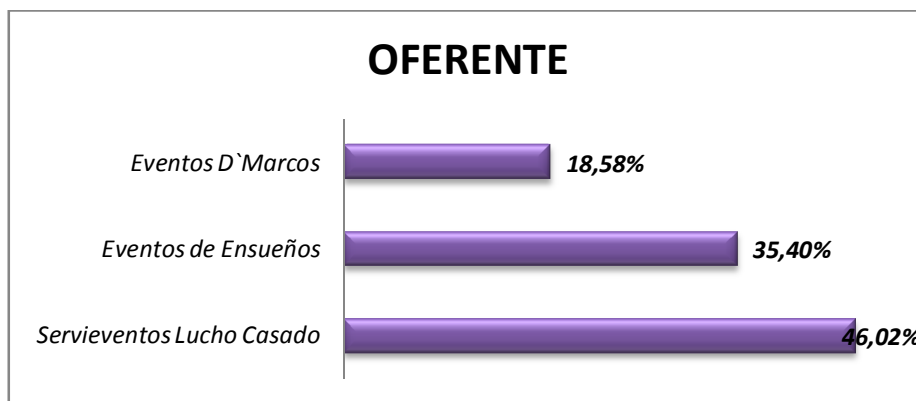
CUADRO N° 09
NOMBRE DE LA EMPRESA

OFERENTE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Servieventos Lucho Casado	104	46,02
Eventos de Ensueños	80	35,40
Eventos D`Marcos	42	18,58
TOTAL	226	100,00

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: Las Autoras

GRÁFICO N° 08



FUENTE: Cuadro N° 09

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

La filosofía empresarial que mantiene una empresa coadyuva al desarrollo continuo a nivel empresarial, permitiendo de esta manera que la empresa sea conocida y reconocida en el mercado en lo referente a la calidad de la prestación del servicio y a la responsabilidad social que esta mantiene.

Permitiendo de esta manera que los usuarios puedan familiarizarse con el nombre de una empresa en particular a la que recurrieron para satisfacer alguna necesidad y quedaron complacientes con el servicio adquirido, es así que al momento de solicitar a los usuarios que mencionen el nombre de la empresa que les brindo el servicio estos pueden recordarla con facilidad; por lo tanto con un elevado porcentaje de 46,02% mencionan a la empresa Servieventos Lucho Casado, el 35,40% lo ocupa la empresa Eventos de

Ensueños, seguidamente Eventos D'Marcos tiene un porcentaje de 18,58%. De esta manera se puede conocer la competencia existente en la localidad que tiene la empresa en estudio.

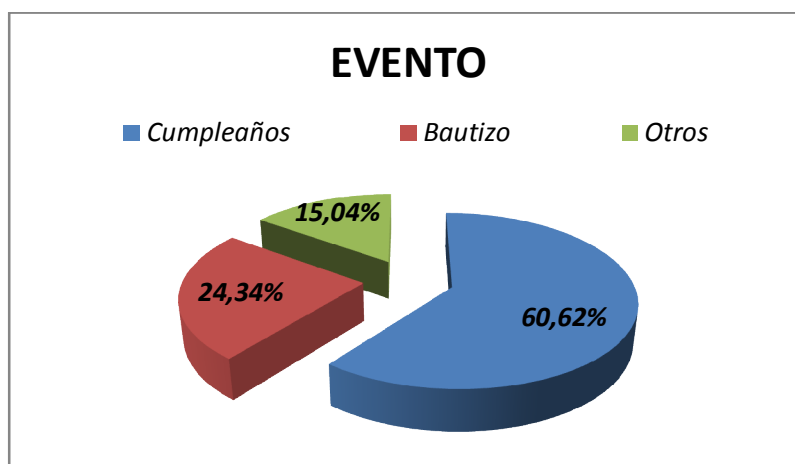
**CUADRO N° 10
TIPO DE EVENTO**

EVENTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cumpleaños	137	60,62
Bautizo	55	24,34
Otros	34	15,04
TOTAL	226	100,00

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: Las Autoras

GRÁFICO N° 09



FUENTE: Cuadro N° 10

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En la mayor parte de las familias es costumbre celebrar un evento o acontecimiento familiar, que es siempre motivo de alegría para el hogar y

aún más para la persona festejada u homenajada; en este caso y en base a los datos obtenidos en cuanto al tipo de servicio que han solicitado las distintas familias tenemos con un 60,62% contrató los servicios de una empresa en particular para la realización de un cumpleaños, mientras el 24,34% ha utilizado el servicio para festejar un bautizo y el restante 15,04% se mencionan que han recurrido a estas empresas para otros tipos de servicios (graduación, etc.). Permittiéndonos determinar de esta manera que el evento con mayor demanda son los *cumpleaños*, ya que es un evento ocasional en el cual tanto chicos como grandes disfrutan de dicha celebración.

5. ¿Con qué frecuencia utiliza este servicio?

**CUADRO N° 11
FRECUENCIA DEL SERVICIO**

FRECUENCIA DEL SERVICIO	F	Xm	Xm*f
Trimestral	6	12,00	72,00
Mensual	4	4,00	16,00
Semestral	50	2,00	100,00
Anual	166	1,00	166,00
TOTAL	226		354,00

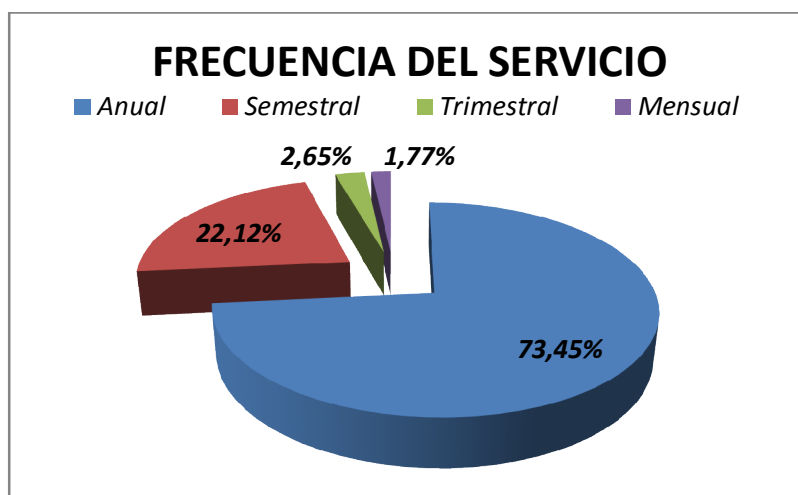
FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: Las Autoras

$$X = \frac{\sum Xm * f}{n}$$

$$X = \frac{354,00}{226} = 2EVENTOS$$

GRÁFICO N° 10



FUENTE: Cuadro N° 11

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

La permanencia o continuidad de un cliente hacia una empresa depende en gran medida del tipo de estrategias de marketing que esta utilice con el fin de atraer y satisfacer plenamente los requerimientos de los usuarios.

Por lo tanto es necesario conocer la frecuencia de uso que requieren las familias en cuanto se refiere a la organización de eventos infantiles; obteniendo un 73,45% que adquieren este servicio en forma anual, el 22,12% solicita de estas empresas en forma semestral por cuanto en su hogar tienen más hijos, mientras el 2,65% acceden a estas empresas en

forma trimestral, y solamente el 1,77% de las familias lo realiza en forma mensual considerando la cantidad de hijos que tienen.

En tal virtud es necesario calcular el promedio de uso del servicio que se obtuvo como resultado *2 eventos anuales por familia*, permitiendo de esta forma calcular el uso per-cápita.

6. ¿A qué precio adquirió este servicio?

**CUADRO N° 12
COSTO DEL SERVICIO**

COSTO	F	Xm	Xm*f
1,00 a 265,00	15	133,00	1995,00
266,00 a 530,00	25	398,00	9950,00
531,00 a 795,00	56	663,00	37128,00
796,00 a 1.060,00	100	928,00	92800,00
1.061,00 a 1.325,00	30	1.193,00	35790,00
TOTAL	226		177663,00

FUENTE: Estudio de Mercado

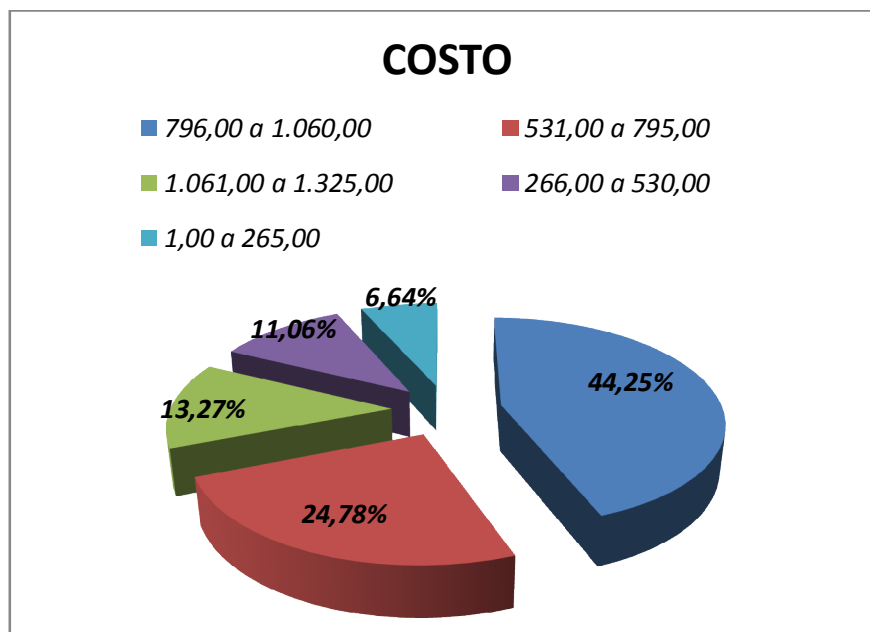
ELABORACIÓN: Las Autoras

$$X = \frac{\sum Xm * f}{n}$$

$$X = \frac{177.663,00}{226}$$

$$X = 786,12 \text{ COSTO DEL SERVICIO}$$

GRÁFICO N° 11



FUENTE: Cuadro N° 12

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El intercambio de un producto por otro, conocido también como el trueque; en la actualidad a dado un giro inesperado resultando de cambiar un bien y/o servicio por dinero para llevar a cabo una actividad comercial.

En el caso de las empresas de la localidad esta situación no es indiferente, puesto que para generar una utilidad a cambio tienen que ofrecer un servicio, teniendo como valor (*precios*) por los eventos adquiridos anteriormente los siguientes: el 44,25% a cancelado entre \$ 796,00 a \$ 1.060,00 dólares, mientras que el 24,78% a pagado por el servicio de organización de eventos

de \$ 531,00 a \$ 795,00 dólares, sin embargo el 13,27% a cancelado entre \$ 1.061,00 a \$ 1.325,00 dólares por la realización del evento infantil, al contrario el 11,06% a adquirido este servicio en una cantidad ubicada entre \$ 266,00 a \$ 530,00 dólares y el restante 6,64% ha pagado un precio cómodo como es de \$ 1,00 a \$ 265,00 dólares; en tal manera esto permite establecer y determinar un precio base con el que se pretende ofertar los diferentes eventos infantiles a las familias macareñas.

Es necesario calcular el ingreso promedio por familia resultando un valor de \$ 786,12 dólares, lo que nos permitirá determinar el precio final para el usuario.

7. ¿Cómo califica la calidad y atención del servicio que usted utilizo?

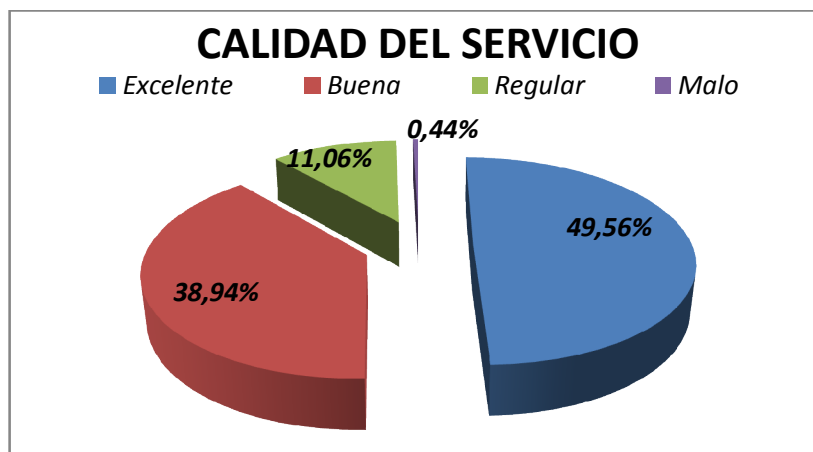
**CUADRO N° 13
CALIDAD DEL SERVICIO**

CALIDAD Y ATENCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	112	49,56
Buena	88	38,94
Regular	25	11,06
Malo	1	0,44
TOTAL	226	100,00

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: Las Autoras

GRÁFICO N° 12



FUENTE: Cuadro N° 13

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Cada empresa tiene su propia distinción o caracterización ya sea: por la buena atención, la eficiencia del evento, la rapidez en la prestación del servicio, entre otros y principalmente la confianza y atención que brindan las empresas a cada uno de sus clientes, lo que incentiva a seguir trabajando por el desarrollo empresarial; siendo estos factores determinantes para que los usuarios califiquen la calidad y atención en lo referente a la organización del evento infantil al cual accedió, de esta manera se obtiene el 49,56% que califican como excelente, para el 38,94% consideran que la atención ha sido buena, el 11,06% califica como regular el servicio que adquirieron y el restante 0,44% manifiestan que el servicio ofrecido fue malo por diferentes situaciones. Calificaciones que son necesarias tomar en cuenta para el

mejoramiento de las diferentes etapas o fases del proceso de organización de los diversos eventos infantiles.

8. El servicio de organización de eventos infantiles que adquirió ha satisfecho completamente sus deseos. ¿Señale los 3 más importantes?

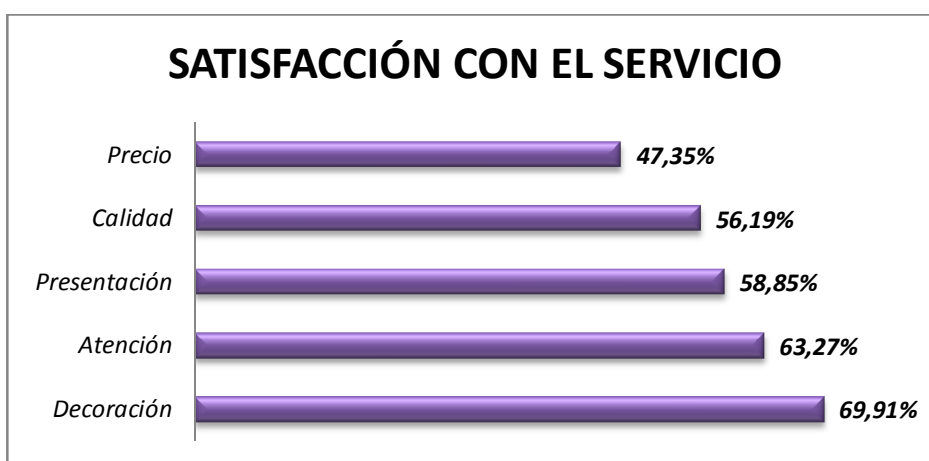
CUADRO N° 14
SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO

HAN SATISFECHO SUS DESEOS DE:	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Decoración	158	69,91
Atención	143	63,27
Presentación	133	58,85
Calidad	127	56,19
Precio	107	47,35

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: Las Autoras

GRÁFICO N° 13



FUENTE: Cuadro N° 14

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El principio fundamental del marketing es identificar una necesidad y tratar de satisfacerla en su totalidad, mediante un proceso de fluidez comercial; logrando así incrementar el volumen de ventas lo cual se ve reflejado en los altos niveles de rentabilidad, es ahí donde las nuevas empresas deben poner especial énfasis por cumplir aquellos deseos que aún no han sido atendidos por las empresas ya existentes en el mercado, en virtud de tal criterio es que las familias macareñas señalan ciertos aspectos que han sido completamente satisfechos permitiéndoles dar cierta preferencia a una empresa en particular por la prestación del servicio considerando aspectos como: la decoración con un 69,91%, mientras que el 63,27% considera que la atención recibida por parte de la empresa fue excelente, sin embargo el 58,85% opina que la presentación que esta tenga generara mayor afluencia de usuarios, otro factor principal para el incremento de las ventas es la calidad con que se realiza el evento con un 56,19% y el 47,35% consideran que el precio pagado por el servicio adquirido fue accesible. Todos estos aspectos o factores deben ser tomados en cuenta para la correcta y eficiente prestación del servicio a los diferentes usuarios.

9. ¿En caso de implementarse una empresa dedicada a la organización de eventos infantiles en el cantón, adquiriría usted el servicio?

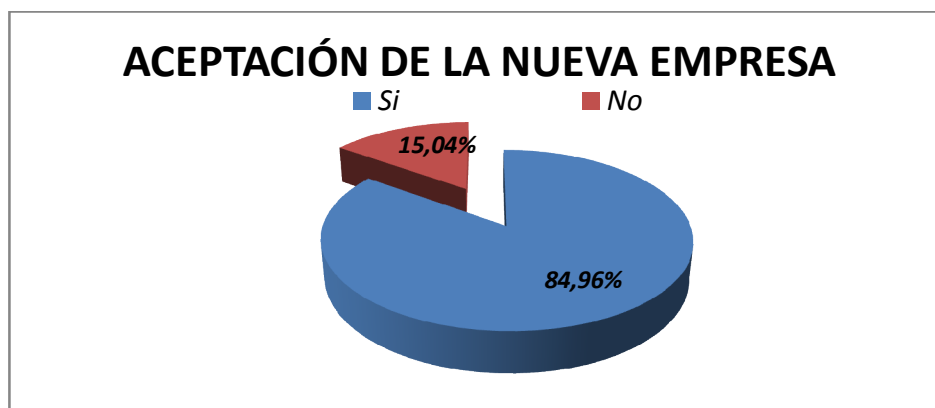
CUADRO N° 15
ACEPTACIÓN DE LA NUEVA EMPRESA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	192	84,96
No	34	15,04
TOTAL	226	100,00

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: Las Autoras

GRÁFICO N° 14



FUENTE: Cuadro N° 15

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Los proyectos de inversión consisten en analizar la factibilidad y posible ejecución que este pueda tener en un período de tiempo determinado, además de los beneficios que generara tanto para los inversionistas como

para el desarrollo socio-económico del lugar en donde se llevará a cabo; por lo tanto se hace necesario realizar un previo estudio en el que se determinó que el 84,96% de las macareñas SI adquirirán los servicios de una empresa encargada de organizar los eventos de sus hijos por el contrario el 15,04% NO desea la creación de una empresa de este tipo. Permitiendo de esta manera determinar que si existirá gran acogida; es decir; hay un mercado demandante positivo para la correcta ejecución y puesta en marcha del proyecto de inversión.

10. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por este tipo de servicio?

**CUADRO N° 16
PRECIO A PAGAR**

COSTO	F	Xm	Xm*f
1,00 a 265,00	19	133,00	2527,00
266,00 a 530,00	16	398,00	6368,00
531,00 a 795,00	24	663,00	15912,00
796,00 a 1.060,00	75	928,00	69600,00
1.061,00 a 1.325,00	58	1.193,00	69194,00
TOTAL	192		163601,00

FUENTE: Estudio de Mercado

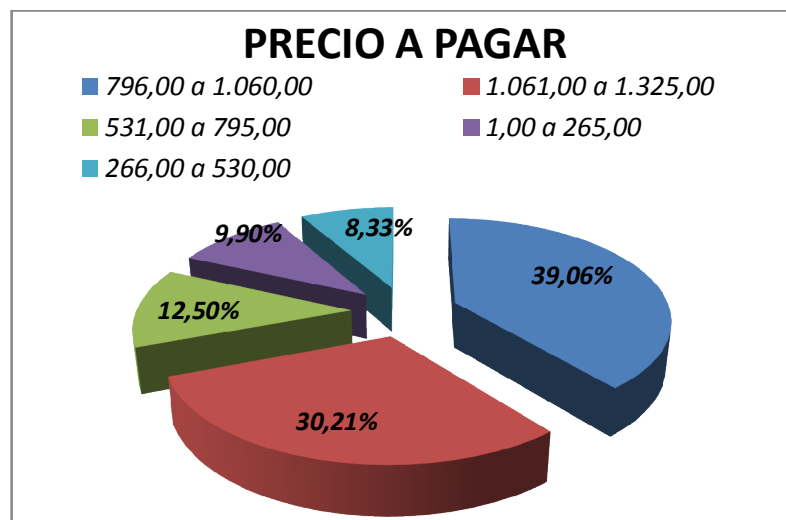
ELABORACIÓN: Las Autoras

$$X = \frac{\sum Xm * f}{n}$$

$$X = \frac{163.601,00}{192}$$

X = 852,09 PRECIO PROMEDIO A PAGAR

GRÁFICO N° 15



FUENTE: Cuadro N° 16

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Toda actividad económica es generadora de fuentes de empleo que permite a su vez, incrementar los ingresos económicos de una familia para cubrir las distintas necesidades o deseos que están puedan tener dependiendo de su nivel de vida; por tal razón el precio que están dispuesto a pagar las familias de la localidad por la prestación del servicio se ubica con un 39,06% que pagarían entre \$ 796,00 a \$ 1.060,00 dólares, mientras que el 30,21% estaría en la disponibilidad de cancelar entre \$ 1.061,00 a \$ 1.325,00 dólares por evento a realizar, sin embargo el 12,50% está en condiciones de pagar \$ 531,00 a \$ 795,00 dólares por el servicio, al contrario el 9,90% pagaría de \$ 1,00 a \$ 265,00 dólares y el restante 8,33% pagara de \$ 266,00

a \$ 530,00 dólares para la adquisición del servicio de organización de eventos infantiles. Porcentajes que sirven como referencia al momento de establecer el precio final al usuario. Una vez analizado los ingresos familiares y determinado el nivel de vida que estos tienen, además de tomar en cuenta que este tipo de servicio tiene un costo elevado. Permitiendo así la obtención del precio promedio a cancelar por el evento que es de \$ 852,09 dólares.

11. ¿Qué formas de pago le gustaría que ofrezca la empresa?

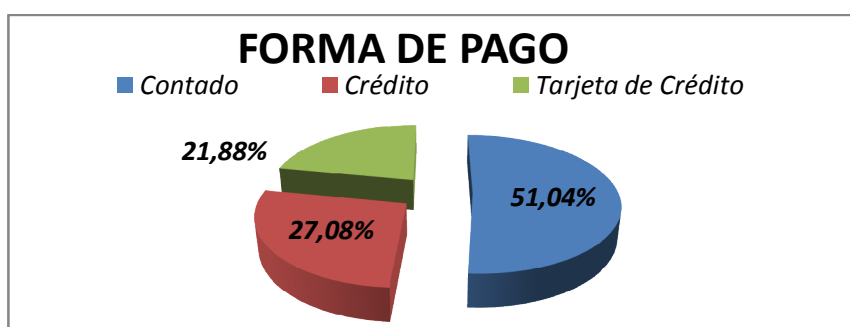
CUADRO N° 17
FORMA DE PAGO

FORMAS DE PAGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Contado	98	51,04
Crédito	52	27,08
Tarjeta de Crédito	42	21,88
TOTAL	192	100,00

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: Las Autoras

GRÁFICO N° 16



FUENTE: Cuadro N° 17

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En las diferentes entidades bancarias se pone de manifiesto las diversas modalidades de pago para sus clientes, en lo referente a la comodidad al momento de pagar por un servicio de calidad.

Este no es un caso aislado puesto que la empresa de servicios pretende dar facilidad de pago a los usuarios para que de esta manera puedan adquirir los diferentes servicios que se ofertará.

Mediante estas estrategias de pago se pretende incrementar el número de demandantes, considerando que los resultados obtenidos manifiestan las diversas formas de pago que desearían los clientes; siendo así el 51,04% desea que sea al contado, puesto que existen riesgos al manejar grandes cantidades de dinero, pero el 27,08% quiere que se conceda crédito debido a que hay momentos en que no se cuenta con el capital necesario y el 21,88% considera que sería conveniente la aceptación de tarjetas de crédito por el fácil manejo que estas prestan al momento de cancelar.

Permitiendo de esta manera que la empresa tome la decisión sobre cuáles serán las formas de pago que se aceptarán para cancelar el servicio de la organización de un evento en particular.

12. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que preste la empresa organizadora de fiestas infantiles?

CUADRO N° 18
SERVICIOS ADICIONALES

SERVICIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Payasos	148	77,08
Pintar las caritas de los niñas/niños	133	69,27
Máquinas de canguil y algodón de azúcar	92	47,92
Juegos Inflables	91	47,40
Animación	91	47,40
Disco Móvil	91	47,40
Preparación de comida	68	35,42
Salón	61	31,77

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: Las Autoras

GRÁFICO N° 17



FUENTE: Cuadro N° 18

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El valor agregado que una empresa ofrezca al momento de vender ya sea un bien o servicio, depende en gran medida el incremento de los demandantes; este valor agregado nace de la necesidad de ofrecer una ventaja competitiva frente a la competencia, que permita que los clientes tengan preferencia por la empresa. Es por ello que al realizar la investigación de mercado los encuestados hacen referencia a ciertos servicios adicionales que les gustaría que %EVENTOS DIVERTIMUNDO+ les ofrezca, estos son: el 77,08% considera que dentro del show deben haber payasos que animen a los niños, mientras el 69,27% desea que exista una persona que se encargue de pintar las caritas de los niños/niñas, sin embargo el 47,92% opina que la empresa para tener mayores demandantes debe tener ventaja competitiva como será conveniente el contar con máquinas de canguil y algodón de azúcar, el 47,40% cree conveniente que en el evento deben haber juegos inflables que permita la distracción de los pequeños, de igual manera el 47,40% espera que el servicio cuente con una animación acorde al evento que se realizará, para el 47,40% opinan que sería útil que la empresa tenga disco móvil propio lo que le permita generar más ganancias y no incurrir en gastos de alquiler; el 35,42% quiere que exista la preparación de comida para el evento, y estos no tenga que estar preocupándose en buscar en otra empresa este servicio y el restante 31,77% manifiestan que la empresa debe contar con salón propio,

para que los futuros demandantes no estén en la preocupación de buscar el lugar adecuado e idóneo para el desarrollo del evento. Todos estos servicios adicionales son de vital importancia para la buena marcha y operatividad de la empresa, a la vez que genera ventaja competitiva conjuntamente con la obtención de la utilidad esperada.

13. ¿En qué medios de comunicación le gustaría que se dé a conocer la empresa de servicios de eventos?

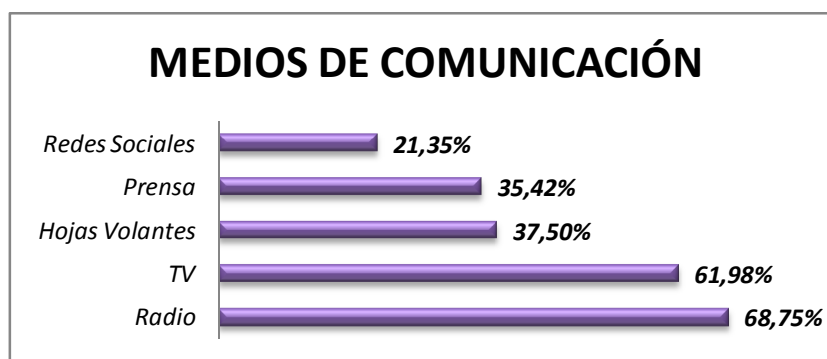
**CUADRO N° 19
MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

MEDIOS DE COMUNICACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	132	68,75
TV	119	61,98
Hojas Volantes	72	37,50
Prensa	68	35,42
Redes Sociales	41	21,35

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: Las Autoras

GRÁFICO N° 18



FUENTE: Cuadro N° 19

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Es necesario poner mayor atención a los sistemas de comunicación con la finalidad de mantener informada a los usuarios sobre la empresa, para que en lo posible cuando a estos se les presente la oportunidad o el deseo de adquirir este tipo de servicios sepan a donde recurrir, además es conveniente conocer cuáles son los medios de comunicación de mayor preferencia por los usuarios para dar a conocer a la empresa siendo así que el 68,75% prefiere la radio por cuanto sus ocupaciones diarias no les permiten estar al frente de un televisor o leyendo la prensa escrita, sin embargo el 61,98% opina que es la televisión debido a que dicho medio de comunicación permite visualizar los diferentes servicios que ofrecerá la empresa, el 37,50% prefiere que lo realicen con la ayuda de la distribución de hojas volantes, al contrario 35,42% desea que sea por la prensa escrita puesto que este medio permite la expansión de la empresa y solamente 21,35% considera que nos encontramos en una etapa de la vida en la cual se está utilizando con mayor frecuencia las distintas redes sociales para dar a conocer todo tipo de empresa. Permitiendo de esta manera que la empresa elija y decida sobre cuál es el mejor medio de comunicación con el fin de dar a conocer los diferentes servicios que ofertará la empresa, para que sea conocida por la comunidad en general.

f.2. TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS

REALIZADAS A LOS ORGANIZADORES DE EVENTOS

1. ¿Nombre de la Empresa?

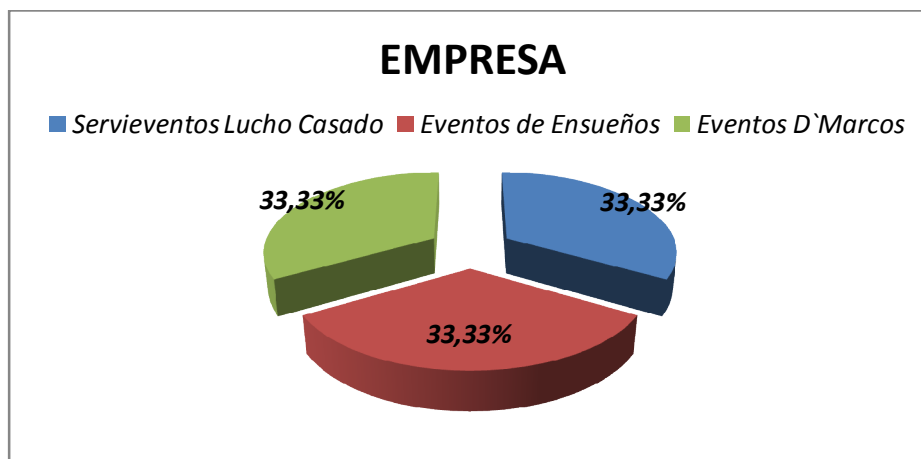
CUADRO N° 20
EMPRESA

EMPRESA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Servieventos Lucho Casado	1	33,33
Eventos de Ensueños	1	33,33
Eventos D`Marcos	1	33,33
TOTAL	3	100,00

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: Las Autoras

GRÁFICO N°19



FUENTE: Cuadro N° 20

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

La permanencia de una empresa en el mercado no solo depende del nivel de ventas, sino de la aceptación y reconocimiento que esta tenga a nivel empresarial e incluso a nivel local, lo cual se ve reflejado en la preferencia de los usuarios hacia determinada empresa, con la que se sienten identificados puesto que cumplen con sus expectativas al momento de organizar un evento, es así que en la localidad macareña existen 3 empresas, las cuales son: Servieventos Lucho Casado, Eventos de Ensueños y Eventos D'Marcos; las mismas que actualmente satisfacen las necesidades y/o deseos que presentan por el momento los actuales habitantes del cantón.

2. ¿Dirección?

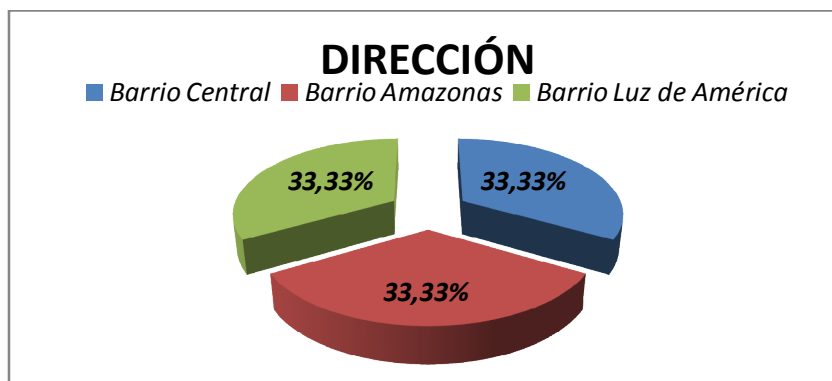
CUADRO N° 21
DIRECCIÓN

DIRECCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Barrio Central	1	33,33
Barrio Amazonas	1	33,33
Barrio Luz de América	1	33,33
TOTAL	3	100,00

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: Las Autoras

GRÁFICO Nº 20



FUENTE: Cuadro Nº 21

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Es de vital importancia conocer la dirección exacta en donde se encuentran ubicadas las distintas empresas, permitiendo a los usuarios acudir a las instalaciones de las mismas para solicitar los diferentes servicios que éstas prestan, por ello y mediante los resultados obtenidos se determina la ubicación de cada una de ellas, es así que: *Servieventos Lucho Casado* se encuentra en el Barrio central (Av. Bolívar esq.), *Eventos D´Marcos* se ubica en el Barrio Amazonas (Manuel Enrique Rengel) y *Eventos de Ensueños* está en el Barrio Luz de América (Carlos Román).

Permitiendo a los usuarios llegar de forma rápida a las mencionadas empresas puesto que estas se encuentran ubicadas en la parte céntrica de la ciudad de Macará.

3. ¿Usted organiza eventos infantiles?

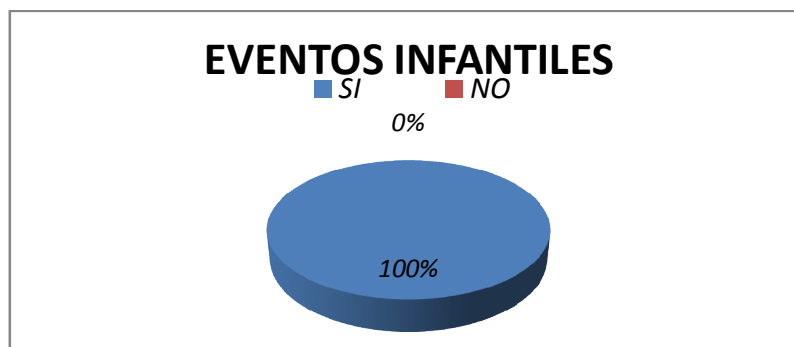
**CUADRO N° 22
EVENTOS INFANTILES**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	3	100,00
No	0	0,00
TOTAL	3	100,00

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: Las Autoras

GRÁFICO N° 21



FUENTE: Cuadro N° 22

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

La realización de eventos infantiles en la actualidad se vive con mayor entusiasmo y mayor atención por parte de los padres de familia, ya que estos consideran que el festejo de cumpleaños de sus hijos/as no se vive todos los días además de convertirse en un momento inolvidable; aún más cuando se presentan diferentes alternativas en cuanto se refiere a: decoración,

animación, ambientación y sorpresas que ofrecen las distintas empresas; es por ello que las empresas existentes en la localidad no son la excepción.

Es así que con un 100%, es decir; las 3 empresas existentes en la localidad están dedicadas a la organización de eventos infantiles, con el objetivo de obtener los ingresos esperados los mismos que permiten generar solvencia y rentabilidad a la empresa; conjuntamente con la satisfacción de las necesidades de los usuarios y permitiendo así contribuir al desarrollo socio-económico del cantón y a la creación de fuentes de trabajo.

4. ¿Tipo de eventos que organiza?

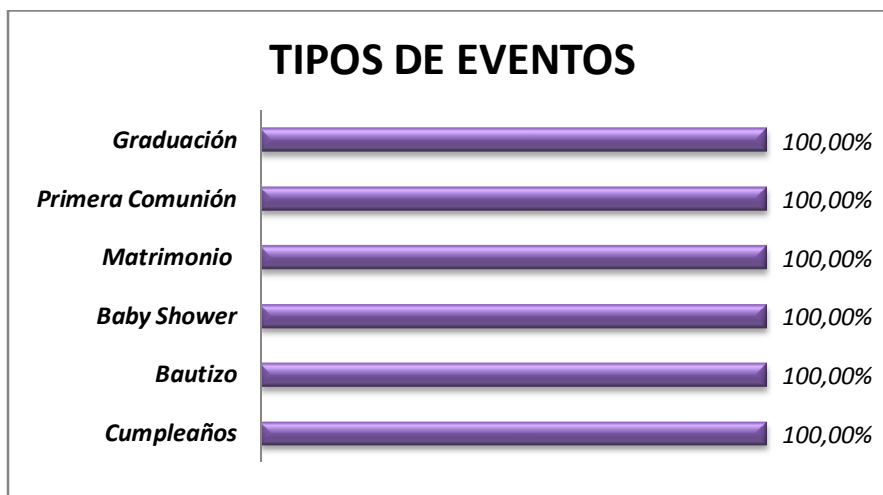
CUADRO Nº 23
TIPO DE EVENTOS

TIPO DE EVENTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cumpleaños	3	100,00
Bautizo	3	100,00
Baby Shower	3	100,00
Matrimonio	3	100,00
Primera Comunión	3	100,00
Graduación	3	100,00

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: Las Autoras

GRÁFICO Nº 22



FUENTE: Cuadro Nº 23

ELABORACI3N: Las Autoras

ANÁLISIS E INTERPRETACI3N:

En el ambiente social donde nos desenvolvemos estamos inmersos en una serie de eventos sociales y familiares a los cuales consideramos parte esencial de nuestra vida ya que se comparte y se divierte entre amigos y familiares; tomando como referencia estas actividades se reconocen los siguientes eventos que organizan las empresas macareñas como son: cumpleaños, bautizos, baby shower, matrimonio, primera comuni3n y graduaciones, cada uno de estos eventos cubre con un porcentaje equivalente al 100%, lo que significa que la empresas ofertantes de servicios sociales existentes en la localidad organizan todos estos eventos por igual, con la diferenciaci3n al momento de la organizaci3n y desarrollo de cada uno

de los eventos, esto debido a que como empresa necesitan competir y así lograr atraer a mayores usuarios a través de la eficacia y eficiencia en la prestación del servicio.

5. ¿Precio promedio por cada fiesta que usted organiza?

**CUADRO N° 24
PRECIO DEL SERVICIO**

PRECIO	F	Xm	Xm*f
1 a 300,00	0	150,50	0,00
301,00 a 600,00	1	450,50	450,50
601,00 a 900 ,00	1	750,50	750,50
901,00 a 1.200,00	1	1.050,50	1050,50
1.201,00 a 1.500,00	0	1.350,50	0,00
TOTAL	3		2251,50

FUENTE: Estudio de Mercado

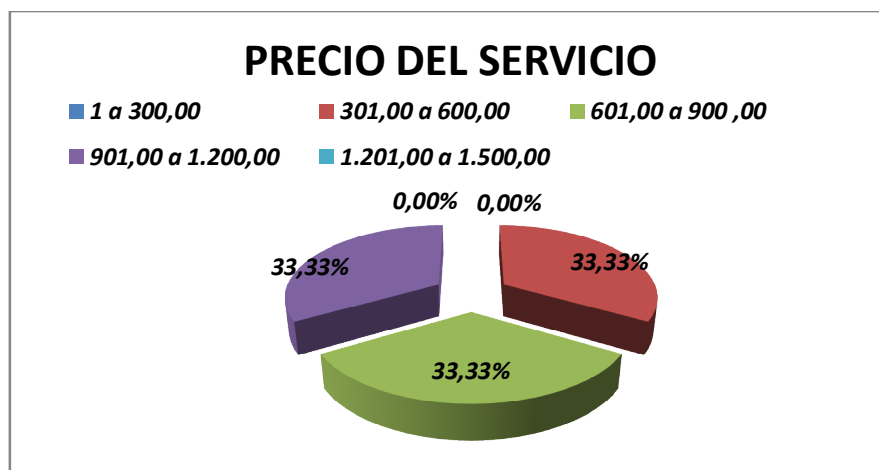
ELABORACIÓN: Las Autoras

$$X = \frac{\sum Xm * f}{n}$$

$$X = \frac{2.251,500}{3}$$

$X = 750,50$ PRECIO PROMEDIO POR EVENTO

GRÁFICO N° 23



FUENTE: Cuadro N° 24

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Los niveles económicos representan en la actualidad un índice importante sobre todo en las familias, ya que dependiendo del nivel económico que tengan se ve reflejado en el nivel de vida que estas puedan llevar conjuntamente con la satisfacción de las distintas necesidades y/o deseos, y considerando la realidad económica que vive el país y el incremento no solamente en los precios de los productos de primera necesidad sino también en los diferentes servicios que ofertan las distintas empresas.

Es por ello que los ofertantes existentes en el cantón Macará en cuanto se refiere a organización de eventos infantiles han establecido precios promedios para la prestación de su servicio, siendo así que el 33,33%

costrará entre \$ 301,00 a \$ 600,00 dólares, seguidamente el 33,33% ha establecido un precio de \$ 601,00 a \$ 900,00 dólares, de igual manera el 33,33% determinó un precio comprendido entre \$ 901,00 a \$ 1.200,00 dólares.

Todos estos son precios promedios que establecieron las diferentes empresas locales, tiene como finalidad que los usuarios pueden acceder con mayor facilidad a la prestación del servicio, y no les resulte un costo elevado; ya que los precios por evento varían según los gustos y preferencias que los diferentes usuarios puedan tener. Permittiéndonos determinar que el *precio promedio por evento* que costrará cada empresa está considerado entre \$ 750,50 dólares.

6. ¿Qué incluye en su servicio?

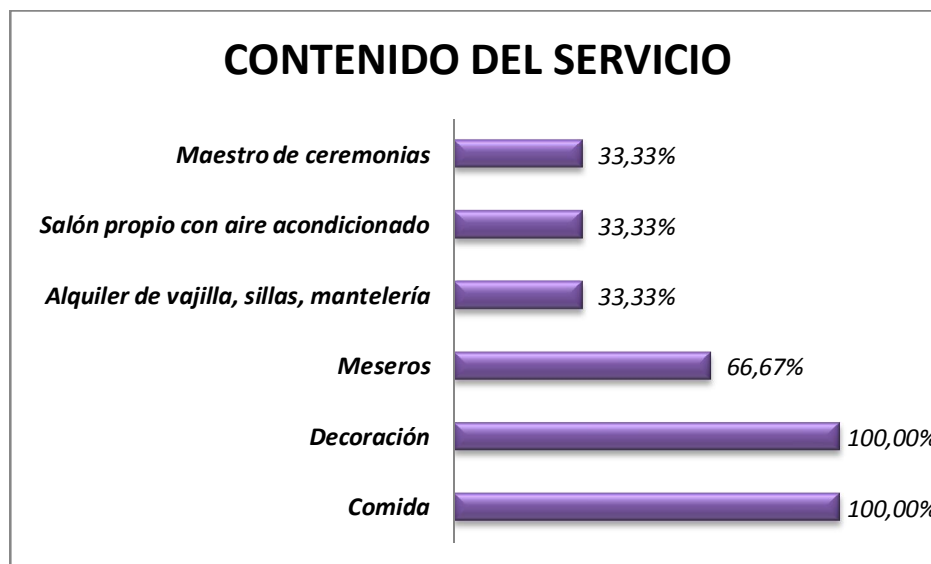
**CUADRO N° 25
CONTENIDO DEL SERVICIO**

SERVICIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Comida	3	100,00
Decoración	3	100,00
Meseros	2	66,67
Alquiler de vajilla, sillas, mantelería	1	33,33
Salón propio con aire acondicionado	1	33,33
Maestro de ceremonias	1	33,33

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: Las Autoras

GRÁFICO N° 24



FUENTE: Cuadro N° 25

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Ofrecer descuentos, diversas modalidades de pago y premios se consideran formas de motivación hacia los usuarios, con la finalidad de incrementar las ventas y por ende la generación de mayores ganancias; con la utilización de estas estrategias la empresa pretende llegar a aquellas personas que aún no han hecho uso de su servicio independientemente del que este sea, así la empresa tendrá mayor aceptación y participación en el mercado mediante la oferta de los diferentes servicios en la organización del evento, esto es: el 100% desea que la empresa realice la preparación de diferentes tipos de comida, de igual forma el 100% desea que tenga diferentes diseños en lo

referente a la decoración, el 66,67% quiere que la empresa cuente con meseros para la buena atención de los invitados, sin embargo el 33,33% desea que la empresa preste el servicio de alquiler de: vajilla, sillas y mantelería; mientras el 33,33% opina que la empresa debe contar con salón propio para los diversos eventos a realizar y el 33,33% considera que todo evento debe contar con maestro de ceremonias

Todos estos servicios adicionales son importantes al momento de la prestación del servicio; cabe recalcar que cada uno de ellos varía según las exigencias que tengan los usuarios, permitiendo de esta manera ofrecer un servicio de calidad y que con cumpla con las expectativas que tienen los clientes.

7. ¿Cuántos eventos organiza usted semanalmente?

**CUADRO N° 26
EVENTOS ANUALES**

EMPRESA	SEMANAL	ANUAL
Servieventos Lucho Casado	1	52
Eventos de Ensueños	1	52
Eventos D´Marcos	0	26
TOTAL		130

FUENTE: Estudio de Mercado

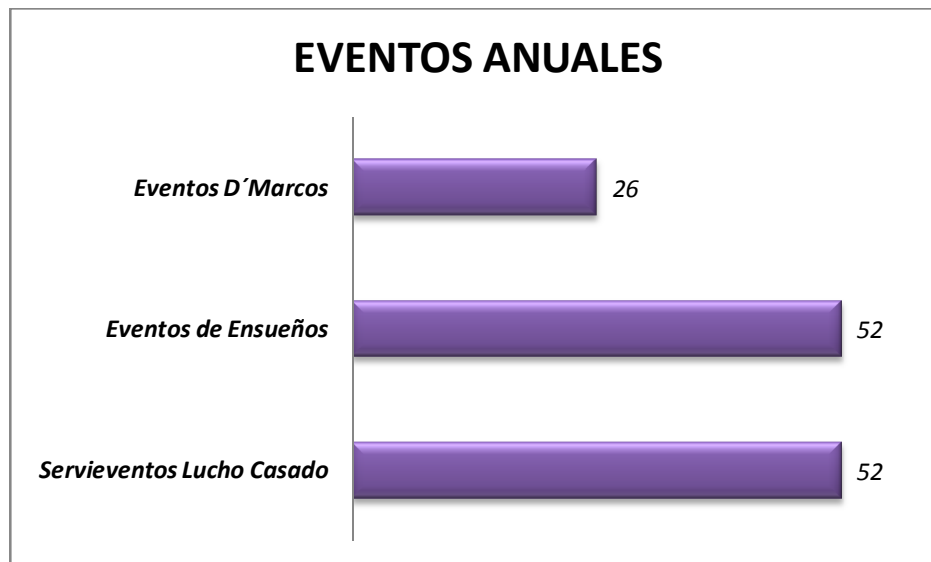
ELABORACIÓN: Las Autoras

$$X = \frac{\sum Xm * f}{n}$$

$$X = \frac{130}{3}$$

$X = 43$ EVENTOS ANUALES POR NEGOCIO

GRÁFICO N° 25



FUENTE: Cuadro N° 26

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Es necesario que al momento de crearse una empresa se considere el sector al que esta va a pertenecer para direccionar de mejor forma tanto las políticas internas como externas en cuanto se refiere a: niveles de producción de venta y crecimiento en el mercado; para conocer la capacidad con la que cuenta una empresa para solventar sus gastos mediante la

obtención de las utilidades generadas a lo largo de la vida operativa de la empresa. En este ámbito es necesario tener en cuenta la disponibilidad de tiempo y sobre todo de personal calificado puesto que estos factores permitirán mejorar los procesos de prestación del servicio, por ello; en lo que respecta al número de eventos que organizan semanalmente las empresas objeto de estudio se pudo determinar los eventos anuales siendo así que: la empresa Servieventos Lucho Casado realiza 52 eventos anuales, al igual que Eventos de Ensueños, mientras que Eventos D'Marcos únicamente realiza 26 eventos anuales, independientemente de que estos eventos sean: cumpleaños, bautizos, confirmaciones, matrimonios, etc.. Además permitió determinar el número promedio de eventos anuales por negocio que es de 43 eventos.

8. ¿Con que servicios adicionales cuenta su empresa?

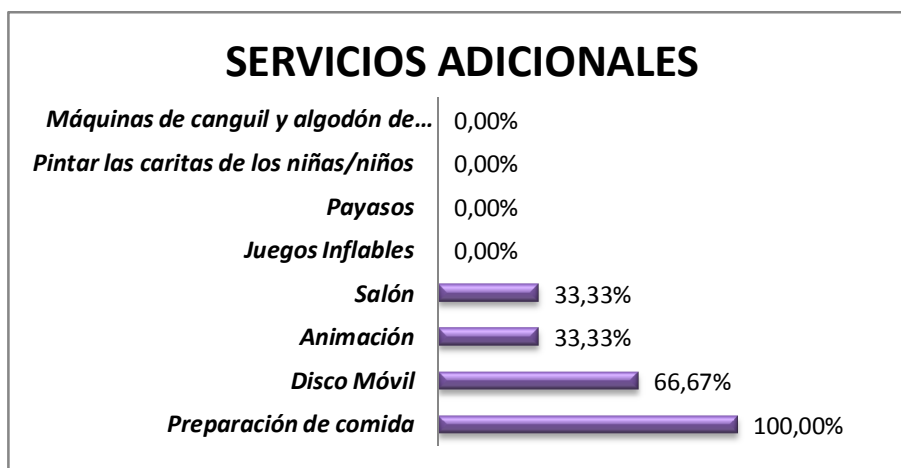
CUADRO N° 27
SERVICIOS ADICIONALES

SERVICIOS ADICIONALES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Preparación de comida	3	100,00
Disco Móvil	2	66,67
Animación	1	33,33
Salón	1	33,33
Juegos Inflables	0	0,00
Payasos	0	0,00
Pintar las caritas de los niñas/niños	0	0,00
Máquinas de canguil y algodón de azúcar	0	0,00

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: Las Autoras

GRÁFICO N° 26



FUENTE: Cuadro N° 27

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Para que una empresa sea conocida y reconocida en el mercado es necesario que cuente con una ventaja competitiva frente a su competencia, tomando en cuenta los servicios adicionales que ofrecen hoy en día las empresas de la localidad, es así que: el 100% cuenta con la preparación de exquisitos platos típicos, mientras el 66,67% posee disco móvil propio, sin embargo el 33,33% tienen animación la misma que permite que el evento sea ameno y el 33,33% cuenta con salón propio para la realización de los diferentes eventos; todos estos servicios adicionales permiten que la empresa sea considerada única en su rama y por lo tanto los usuarios desean solicitar con mayor afluencia la prestación de sus servicios, lo cual se verá

reflejado en el incremento de sus ventas, además de conocer cuáles serían los servicios adicionales de mayor preferencia por los usuarios, y en lo posterior sea posible la implementación de los mismos en la empresa en estudio.

9. ¿Por qué medios de comunicación da a conocer su empresa de servicios de eventos?

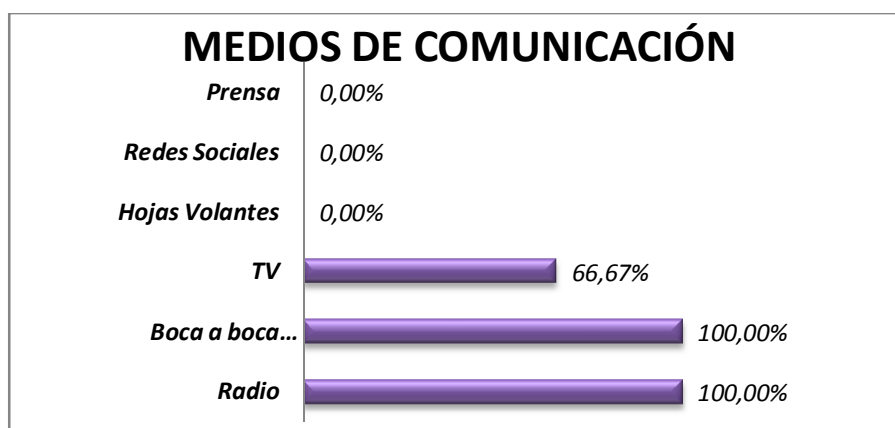
CUADRO N° 28
MEDIOS DE COMUNICACIÓN

MEDIOS DE COMUNICACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	3	100,00
Boca a boca (publicidad)	3	100,00
TV	2	66,67
Hojas Volantes	0	0,00
Redes Sociales	0	0,00
Prensa	0	0,00

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: Las Autoras

GRÁFICO N° 27



FUENTE: Cuadro N° 28

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Es importante que una empresa se dé a conocer a la comunidad, esto con la ayuda de los diferentes medios de comunicación que existan, permitiendo así que los usuarios estén informados sobre los diferentes servicios y/o productos que ofrecen, por ello y considerando el capital con que cuenta cada una de las empresas; el 100% realiza la publicidad por medio de la radio, de igual manera el 100% lo hace por medio de la publicidad de boca a boca, puesto que esta es la mejor estrategia para dar a conocer a la empresa, mientras el 66,67% prefiere hacerlo por la televisión considerando que es el medio de mayor preferencia de los niños/as. Todos estos medios tienen como objetivo primordial el hacer conocer los diferentes servicios con que cuenta la empresa, lo cual se verá reflejado en el incremento del volumen de ventas de la prestación del servicio por ende en el aumento de utilidades con que contará a futuro la empresa; permitiendo así decidir el medio de comunicación más idóneo con el cual pueda trabajar la empresa.

DISCUSIÓN

g) DISCUSIÓN

g.1. ESTUDIO DE MERCADO

g.1.1. USO PROMEDIO (PER-CÁPITA) DEL SERVICIO DE EVENTOS INFANTILES

En cuanto al uso promedio del servicio y conforme a los resultados obtenidos en la recopilación de la información, se determinó que el uso per-cápita será de *2 eventos anuales* por familia (*Ver Cuadro N° 11*)

g.1.2. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA

Para determinar la demanda se debe tomar en cuenta los datos poblacionales, es decir; los obtenidos para el año 2011 que es de **4.588 familias** en el cantón Macará. También se considera los porcentajes obtenidos en las encuestas efectuadas que permiten conocer la demanda potencial y efectiva del servicio de eventos infantiles. Los datos a tomar en cuenta son los siguientes:

N° DE HABITANTES/POBLACIÓN = 18.350 habitantes

N° DE INTEGRANTES POR FAMILIA = 4

Nº DE FAMILIAS = 4.588

Nº DE EVENTOS POR FAMILIA= 2

Nº DE FAMILIAS CON HIJOS = 87,85%

% ACEPTACIÓN DE LA CREACIÓN DE LA EMPRESA = 84,96%

% UTILIZACIÓN DEL SERVICIO = 72,67%

g.1.3. DEMANDA POTENCIAL DEL SERVICIO DE EVENTOS INFANTILES DEL CANTÓN MACARÁ

Una vez analizado los resultados se procede a determinar la demanda potencial, la cual se la realiza mediante el cálculo de multiplicar: la población de estudio (**4.588 familias**) por la aceptación del servicio (**87,85%**) y por el número de eventos por familias (**2 eventos anuales**), dando como resultado una demanda potencial de **8.060 eventos**.

**CUADRO Nº 29
DEMANDA POTENCIAL DEL SERVICIO**

AÑO	POBLACIÓN DE ESTUDIO	ACEPTACIÓN DEL SERVICIO	USO PER-CÁPITA	DEMANDA POTENCIAL DEL SERVICIO
2011	4588	87,85%	2	8060

FUENTE: Cuadro Nº 11

ELABORACIÓN: Las Autoras

NOTA: El valor tomado para la aceptación del servicio, es el porcentaje obtenido en los resultados (*tabulación de las encuestas aplicadas a los usuarios*), es decir; **87,85%** de las familias encuestadas que *SI* tienen hijos en sus hogares, puesto que el presente servicio está dirigido específicamente a este segmento de mercado.

g.1.4. DEMANDA EFECTIVA DEL SERVICIO DE EVENTOS INFANTILES DEL CANTÓN MACARÁ

Para su determinación se utiliza el porcentaje (**84,96%**) de las respuestas dadas en relación a la disposición que tienen las familias para hacer uso del servicio en el caso de que se implementará una empresa organizadora de eventos infantiles en la localidad (*Ver Cuadro N° 15*), además de utilizar el porcentaje de familias que *SI* han accedido a este tipo de servicio (**72,67%**) (*Ver Cuadro N° 08*).

**CUADRO N° 30
DEMANDA EFECTIVA DEL SERVICIO**

AÑO	DEMANDA POTENCIAL	CREACIÓN DE LA EMPRESA	USO DEL SERVICIO	DEMANDA EFECTIVA DEL SERVICIO
2011	8060	84,96%	72,67%	4976

FUENTE: Cuadro N° 29, 08, 15

ELABORACIÓN: Las Autoras

Esta demanda se la obtiene de realizar el siguiente cálculo: **8.060** eventos (*demanda potencial*) multiplicado por **84,96%** de familias que si adquirirían los servicios de una nueva empresa, y por **72,67%** de familias que han hecho uso de este tipo de servicio, obteniendo como resultado **4.976 eventos anuales** por familias como demanda efectiva.

g.1.5. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para realizar la proyección de la demanda se ha tomado el resultado obtenido en el *Cuadro N° 30* que es de **4.976 eventos**, además se requiere del porcentaje de la *tasa de crecimiento poblacional* que se utilizó para la proyección de la población, que para el cantón Macará es de **0,00%**, permitiéndonos de esta manera proyectar la demanda para los años de vida útil del proyecto.

**CUADRO N° 31
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA**

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA
2011	4976
2012	4976
2013	4976
2014	4976
2015	4976
2016	4976

FUENTE: Dato del INEC, Cuadro N° 30

ELABORACIÓN: Las Autoras

NOTA: *Macará tiene una tasa de crecimiento de 0,00%, lo que demuestra en la proyección de la demanda, que existe una demanda estacionaria, lo que significa que para todos los años de vida útil del proyecto se manejará la misma población y/o demanda.*

g.1.6. ANÁLISIS DE LA OFERTA

En el cantón Macará existen únicamente **3 empresas (Servieventos Lucho Casado, Eventos de Ensueños, Eventos D´Marcos)** que ofertan el servicio de organización de eventos y que actualmente satisfacen las necesidades y/o deseos que tienen los habitantes; las mismas que ofrecen a la comunidad la organización de eventos como: cumpleaños, bautizos, baby shower, matrimonios, primera comunión y graduaciones. Y los precios varían de acuerdo a los gustos y preferencias de los usuarios, con respecto a los servicios adicionales que se incluiría en cada evento es así que mediante la información recopilada se determinó el precio promedio por evento que cobran las empresas que es **\$ 750,50 dólares**. Cabe recalcar que las empresas anteriormente señaladas ofrecen servicios adicionales como son: preparación de comida, decoración, meseros, salón propio con aire acondicionado, maestro de ceremonias, alquiler de vajilla, sillas y mantelería. Además para dar a conocer el servicio que ofertan recurren a los diferentes medios de comunicación que existen en la localidad como son: radio, televisión, hojas volantes y la mejor publicidad que se puede manejar en una

comunidad pequeña es la de boca a boca, es decir, la difusión verbal acerca de la prestación del servicio.

A través del levantamiento de información, se obtuvo el número total de eventos que realizan las empresas antes mencionadas que es de **43 eventos por negocio**, posteriormente se realiza la multiplicación entre dichos valores, obteniendo como oferta **130 eventos**.

**ANÁLISIS DE LA OFERTA
CUADRO Nº 32**

Nº EVENTOS POR NEGOCIO	Nº EMPRESAS OFERTANTES	OFERTA
43	3	130

FUENTE: Cuadro Nº 09 y 26

ELABORACIÓN: Las Autoras

g.1.7. BALANCE DE LA OFERTA Y DEMANDA

Para conocer el total de familias insatisfechas en lo referente a la utilización del servicio reflejado en el número de eventos requeridos, se hace necesario realizar el cálculo de la demanda insatisfecha existente; el mismo que se lo realizó una vez obtenido el resultado de la demanda proyecta y la oferta.

Para posteriormente proceder a efectuar una resta de dichos valores dando como resultado **4.846 eventos** en cuanto se refiere a los eventos que la empresa podría llegar a cubrir o satisfacer, para los años de vida útil del proyecto.

**BALANCE DE LA OFERTA Y DEMANDA
CUADRO Nº 33**

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA (Eventos)
2011	4976	130	4846
2012	4976	130	4846
2013	4976	130	4846
2014	4976	130	4846
2015	4976	130	4846
2016	4976	130	4846

FUENTE: Cuadro Nº 31 y 32

ELABORACIÓN: Las Autoras

PLAN DE MARKETING MIX

El *marketing mix* o *mezcla de mercadotecnia* es un concepto que se utiliza para nombrar al conjunto de herramientas y variables que tiene el responsable de marketing de una empresa para cumplir los objetivos de la misma; está compuesto por las estrategias de marketing que apuntan a trabajar con los 4 elementos conocidos como las *4P's*: **Producto**, **Precio**, **Plaza** (distribución) y **Promoción** (publicidad)

EMPRESA ORGANIZADORA DE EVENTOS INFANTILES EN EL CANTÓN

MACARÁ Í EVENTOS DIVERTIMUNDOÍ

Entre los elementos que se tomarán en cuenta en el presente proyecto están:

1. SERVICIO

El servicio que se ofrecerá al cantón Macará, resulta de un largo proceso de investigación de mercado, que permitió conocer el porcentaje de familias insatisfechas en lo referente a la organización de eventos infantiles. En base a los requerimientos de los clientes, podemos determinar que el servicio debe poseer las siguientes características: *calidad, bajos precios, comodidad, innovación, etc.*

GENERALIDADES DEL SERVICIO

CALIDAD DEL SERVICIO

Para que el servicio sea de calidad contaremos con profesionales altamente capacitados en la materia y prestará los siguientes servicios adicionales: alquiler de sillas y mesas, servicio de buffet (*comida*), decoración, mantelería, vajillas plástica (*dibujos animados*), tortas, salón (*amplio local para organizar los eventos*), dentro de nuestras políticas empresariales; todos los servicios que ofertaremos dependerán de las exigencias de los clientes, *por ejemplo*: si no desea alquilar el salón o local de eventos con que cuenta la empresa, estaremos en las condiciones de planificar y organizar el evento en el lugar que el cliente desee, con la finalidad de ofrecer un servicio de calidad que satisfaga enteramente al cliente.

PRESENTACIÓN

Esta empresa tendrá una presentación muy particular que le permitirá distinguirse de las demás y en especial de la competencia, puesto que su mejor identificación no será un color distintivo o específico, como lo suelen ser las de la competencia y otras. Puesto que será de diversos colores que permita llamar la atención de los niños/as, y en especial de las madres de familia, que son quienes adquirirán el servicio; se ha elegido los diversos colores tomando como referencia que en el mundo mágico en que viven los niños (as) no existe un color en particular.

Nombre de la Empresa: *Í EVENTOS DIVERTIMUNDOÍ CIA. LTDA.*

Logotipo: Diseño pensado en los niños/as, por ello lleva 2 caritas animadas, una de niña y otro de niño, además de una gama de colores que llame más la atención de grandes y chicos con un fondo a manera de caracol.

Eslogan: *¡HAREMOS DE TU DÍA UN MOMENTO INOLVIDABLE!*

Teléfonos: 094677415 / 080131245 / 2694203

Ubicación: Barrio Amazonas (Manuel Enrique Rengel y Carlos Jaramillo esquina)

Logotipo:

LO QUE CONTENDRÁ EL SERVICIO; cabe recalcar que los diferentes servicios adicionales dependerán de los gustos y preferencias de los usuarios, y así los pequeños asistentes quedarán deslumbrados con los servicios que ofrecemos:

- ◆ **Señales de bienvenida (*Adornos*):** Un símbolo de bienvenida ya sea en el jardín o en la puerta de la casa. Combinado con el tema y los colores de la fiesta preferida por los niños /as, *por ejemplo*, para una fiesta cuyo tema es la construcción, puedes escribir: *¡Cuidado: Hombres Trabajando!* Para una fiesta hawaiana, se puede colocar *¡Aloha!* Una fiesta con temática sobre el espacio podría tener un símbolo bienvenida que diga *¡Hasta el infinito y más allá!*, entre otros diseños.

- ◆ **Globos:** Es una obligación en toda fiesta infantil, son: baratos, coloridos, y adorados por todos los niños, se elige un color de globos que se complemente con el tema que se ha elegido para la fiesta, considerando la

posibilidad de armar figuras con los mismos para mejorar el ambiente y la decoración.

◆ **Decoraciones de mesa:** este suele ser el elemento más favorecido; puedes encontrar platos y vasos (*vajilla plástica*) casi de cualquier temática. Sin embargo, personalizar tu mesa de fiesta con algunos accesorios de fabricación casera le dará a la celebración un toque más personal, también se puede colocar: manteles diseñados especialmente para la ocasión, aguinaldos, entre otros diseños.

◆ **Disfraces:** Probablemente se piense que los disfraces no son piezas de decoración, pero, de hecho, lo son. Es muy divertido, para los niños/as y para el anfitrión, vestirse de acuerdo a un mismo tema, incluso si el disfraz sólo consta en un sombrero o un par de gafas chistosas, pero el agrado a los invitados dependerá aún más del tipo de disfraz que se utilice, *por ejemplo:* en el caso de que el tema de fiesta sea BEN 10 porque no representar al personaje principal como parte del evento.

2. PRECIO

Para conocer los precios, puede hacerlo enviando un mensaje a nuestro correo electrónico a divertimundo@hotmail.com y le enviaremos la cotización.

Considerando los costos y gastos que se incurrirán en la preparación de la fiesta infantil y tomando en cuenta el servicio que ofertará la empresa, este tendrá un costo que varía según las exigencias de los clientes en relación al precio por evento, puesto que dentro de este valor se incluirá: decoración, animación, buffet, además de que contaremos con una ventaja competitiva que será el alquiler de máquina de canguil y algodón de azúcar, profesionales que se encargarán de que su fiesta sea inolvidable, todo esto para consentir a los pequeños del hogar. Cabe recalcar que la empresa cuenta con todo lo necesario para animar las fiestas de los niños, lo que garantiza un mejor servicio.

Además se ha considerado el poder adquisitivo que tienen las familias macareñas, y considerando que si se encuentran en la posibilidad de utilizar este servicio, puesto que el servicio que se oferta no es para satisfacer alguna necesidad sino más bien un deseo y para consentir a los más pequeños de la casa.

Para colocar el precio del servicio se debe tomar en cuenta los precios del mercado y de la competencia, aunque el precio por evento que se realizará dependerá de los gustos, preferencias que tienen las madres de familia al elegir lo mejor para sus hijos (as). Pero es necesario señalar un precio mínimo y/o base que tiene cada empresa organizadora de eventos infantiles.

PRECIOS DE LAS EMPRESAS EN EL MERCADO MACAREÑO

EMPRESA	PRECIO (\$)
<i>Servieventos Lucho Casado</i>	800,00
<i>Eventos de Ensueños</i>	500,00
<i>Eventos D'Marcos</i>	600,00

El costo que se determine permitirá competir en las mismas condiciones que las demás empresas organizadoras de eventos. Sin dejar de lado el nivel que competitividad que existe y el margen de utilidad que obtendrá la empresa. Es importante hacer conocer los diferentes paquetes promocionales con que contará la empresa de eventos infantiles:

CUADRO N° 34

PAQUETE	INCLUYE:									PRECIO (\$)
	SALÓN	COMIDA	DECORACIÓN	ADECUACIÓN	DISCO MÓVIL	ANIMACIÓN	TARJETAS	JUEGOS	CAPACIDAD	
BÁSICO		X		X	X		X		25	500,00
ESTÁNDAR	X	X	X	X	X		X	X	50	700,00
PREMIUN	X	X	X	X	X	X	X	X	80	900,00

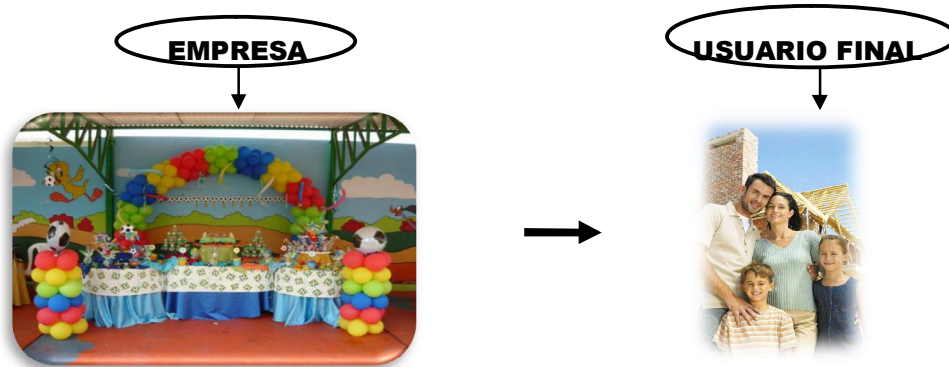
ELABORACIÓN: Las Autoras

3. PLAZA - DISTRIBUCIÓN

Se ha considerado como única plaza el cantón Macará, en donde se llevará a cabo un proceso de fluidez comercial con un único objetivo de que la

empresa brinde el servicio hacia el cliente y así lograr satisfacer sus deseos al momento de adquirir este tipo de servicio.

El único canal que la empresa va a utilizar, es el canal directo:



Se escogió este canal debido a que la empresa no necesita de intermediarios para ofrecer su servicio, además de que se convertiría en un sueldo o gasto innecesario, ya que la promoción del servicio se lo puede realizar mediante los diferentes medios de comunicación los cuales llegarán de mejor forma a los clientes, sin necesidad de contratar a intermediarios para que realice este trabajo.

4. PUBLICIDAD

En cuanto a la promoción, se ha planificado políticas promocionales que motivarán al cliente acceder a este servicio, pero se hará énfasis en la publicidad, tomando en cuenta los medios de comunicación preferidos por los clientes, además de considerar el precio de cada uno de ellos, puesto que algunos medios de comunicación tienen costos muy elevados y en base

a esto se tomará la decisión considerando también el capital con que cuenta la empresa, para que no ocasione problemas en la rentabilidad del negocio.

✧ La propaganda que se transmitirá por la **TV**, la cual se detalla a continuación:

EVENTOS "DIVERTIMUNDO"

Somos una empresa dedicada a la organización de eventos infantiles, brindando todos los servicios que en ellos se necesita, con asesoramiento personalizado, para que usted disfrute de su celebración. Para hacer realidad ese ambiente de fantasía contamos con diversas atracciones, decoración con globos y telas, figuras infantiles, tortas, gelatinas, animación, música, salón de eventos, bocaditos, chocolates, vajillas, y mucho más. Atendemos con la mejor atención y calidez, además nos encargamos de todo en donde usted lo necesite.

Nos encontramos ubicados en el Barrio Amazonas en las calles Manuel Enrique Rengel y Carlos Jaramillo esquina. Para mayor información contáctenos: 094677415 / 080131245 / 2694203 en horario de 08H00 a 12:H00 y de 14H00 a 19H00. O envíe sus consultas, reservas,

comentarios y/o sugerencias al correo electrónico: divertimundo@hotmail.com (Durante el spot publicitario va apareciendo imágenes de las diferentes decoraciones y presentaciones que se realizan en el salón de la empresa organizadora de eventos infantiles realzando sus características, y al final se recalcará la dirección electrónica para cualquier consulta)

✧ La propaganda que la realizará en la **radio Í MACARÁÍ**, la cual se pasaran cuñas en los horarios de más sintonía, invitando a las familias a adquirir el servicio, la cuña se detalla a continuación:

La Empresa Organizadora de Fiestas Infantiles EVENTOS "DIVERTIMUNDO"

Se encuentra ubicada en las calles: Barrio Amazonas en las calles: Manuel Enrique Rengel y Carlos Jaramillo esquina.

Es una empresa que nace con el propósito de crear un escenario único para la celebración de los pequeños, nuestra idea es conducir a los niños hacia un mundo mágico, lleno de colores, diversión, alegría, imaginación, junto a los personajes favoritos de sus hijos.


Nuestra empresa se caracteriza por la originalidad y responsabilidad al preparar cada detalle, desde el inicio hasta la finalización de la fiesta, además contamos con personal capacitado.

Ofrecemos fiestas infantiles para los más consentidos de los papis.

Te esperamos...?

✧ La propaganda que se hará en **hojas volantes**, se mostrarán fotos de las locaciones y/o decoración que realiza la empresa, con la finalidad de llamar más la atención de las familias para adquirir el servicio, además de indicar


datos como: promociones y teléfonos donde pueden solicitar o realizar reservaciones para el día del evento.



DIVERTIMUNDO:

Es una empresa dedicada a la ORGANIZACIÓN DE FIESTAS INFANTILES; le ofrecemos una opción de diversión y recreación totalmente diferente y única en la localidad, contamos con jóvenes profesionales en la organización de eventos; llenos de amor y entusiasmo que contagiaron de alegría todo el lugar y convertiremos la fiesta en un sueño memorable y sumamente entretenido. Presentamos divertidos y diferentes show llenos de color y diversión con varias sorpresas en cada evento.

Organizamos la fiesta por ti o armamos paquetes de acuerdo a tus necesidades, garantizando la calidad del evento.



Sin duda le garantizamos Una Fiesta Inolvidable..... nuestra principal característica es la Originalidad e Innovación.



“HAREMOS DE TU DÍA, UN MOMENTO INOLVIDABLE”

PAQUETES QUE OFERTAMOS:



BÁSICO:
Incluye Comida, adecuación del local, disco móvil y tarjetas de invitación; capacidad para 25 personas.

ESTANDAR:
Incluye salón, comida, decoración, adecuación del local, disco móvil, tarjetas de invitación y juegos recreativos; capacidad para 50 personas.

PREMIUN:
Incluye salón, comida, decoración, adecuación del local, disco móvil, animación, tarjetas de invitación y juegos recreativos; con una capacidad de 80 personas



Como todos los eventos que has organizado durante tu vida, la fiesta de cumpleaños de tu hijo/a sin duda requiere de toda tu dedicación, no solamente porque en ella pondrás todo tu amor, sino que como cualquier madre o padre te llenará de alegría solo de imaginar a tu pequeño disfrutando de una hermosa fiesta.

✧ **PROMOCIÓN:** Por apertura de la empresa se dará un determinado porcentaje de descuento, mediante un cupón adherido en las hojas volantes que se distribuirán, el mismo que debe presentarse en la adquisición del

servicio, pero se especificará el tiempo validez o duración que tenga dicha promoción. Y con el paso del tiempo de la actividad económica y dependiendo de los ingresos económicos que ésta genere, se podrá incluir en el paquete promocional un servicio adicional gratuito.

g.2. ESTUDIO TÉCNICO

Este estudio abarca todo lo necesario para el funcionamiento y operatividad del proyecto; estructurándose de la siguiente manera: *tamaño, localización e ingeniería del proyecto.*

Considerando que la organización de eventos infantiles; es el conjunto de elementos que están inmersos en decorar el ambiente del local y la buena atención de los clientes y hacia sus invitados, el servicio de calidad que prestará la presente empresa trata de que la organización del evento se mantenga bajo condiciones como:

- ✓ Ambiente acogedor
- ✓ Buena atención
- ✓ Exquisito buffet
- ✓ Eficiencia y economía
- ✓ Cumplimiento de los requisitos fijados por el usuario

Para la prestación del servicio principalmente es necesario considerar la variedad de diseños en lo que se refiere a la decoración del local, diferencias entre gustos y preferencias, y dependiendo el nivel de vida de las personas que desean utilizar el servicio, puesto que aquí se tiene desde diseños básicos (*económicos*) hasta los más sofisticados (*caros*). Se utilizará en siguiente esquema para cada evento infantil a realizarse:

1. Recolección de datos informativos

- Nombre, dirección y teléfono del usuario
- Fecha, hora del evento y dirección del lugar donde se realizará el evento
- Precio

2. Actividades que se realizara en el evento

- Decoración del local
- Ambientación musical
- Reportaje fotográfico y/o video
- Elaboración y servicio de buffet

TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño de un proyecto está definido por su capacidad instalada, y entre los múltiples factores que influye en la determinación del nivel óptimo se destaca: la demanda, la disponibilidad de insumos, la capacidad financiera

de la empresa, y el crecimiento de la competencia, por otro lado el tamaño mantiene una estrecha vinculación con el valor de las inversiones, los costos de operación y volúmenes de venta. La Organización de Eventos Infantiles **¡DIVERTIMUNDO!** cuenta con un salón social (patio) con **capacidad para 80 personas**²¹ con todos los servicios y con los implementos necesarios en caso de solicitar su servicio a domicilio. La proximidad de los proveedores para que nos suministren de los implementos para las fiestas que desde luego serán los más utilizados para el servicio, es muy necesaria para la reducción de costos y aumentar los beneficios.

CAPACIDAD INSTALADA

Este aspecto marca el nivel máximo de la oferta del servicio al que podrá llegar la empresa, haciendo uso del **100%** en cada uno de los factores o elementos que interviene en el proceso de prestación del servicio.

Para poder satisfacer los diferentes servicios semanales, la empresa contará con los siguientes elementos:

- ◆ Materiales para arreglo y decoración del local
- ◆ Utensilios de cocina y animación

²¹ ***NOTA:** La capacidad máxima de personas se la considera de 40 niños/niñas y 40 padres de familia, puesto que por lo general los niños asisten a los eventos infantiles acompañados de sus representantes.

- ◆ Personal capacitado

Existirá un grupo de trabajo conformado por: un decorador de interiores, una cocinera, un fotógrafo, un DJ; los mismos que laborarán en el período que les lleve realizar las tareas asignada a cada uno de ellos.

**DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA
CUADRO Nº 35**

DENOMICACIÓN	Nº SERVICIO DIARIO	DÍAS	CAPACIDAD INSTALADA
Eventos Infantiles	1	365	365

ELABORACIÓN: Las Autoras

CAPACIDAD UTILIZADA

Constituye el rendimiento o nivel de prestación del servicio con el que se hace trabajar los materiales y equipos necesarios para ofertar el mismo, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda, que se desea cubrir durante un período de tiempo determinado.

De acuerdo con los resultados obtenidos en el estudio de mercado y tomando en consideración el criterio de las inversionistas, se ha procedido a determinar que se llevará a cabo **3 eventos infantiles semanales** (*viernes, sábado y domingo*), para el primer año de operación de la empresa, esto multiplicado por **52 semanas** comerciales por año dan como resultado **156 eventos infantiles anuales**.

Cabe recalcar se ha tomado en cuenta los días: *viernes, sábado y domingo* para la organización de los diferentes eventos con la finalidad de no crear falsas expectativas a los usuarios; ya que la empresa puede llegar solamente a cubrir 3 eventos semanales, considerando que son días libres que tienen las familias, por razones laborales, es decir; que trabajan y/o laboran de lunes a viernes.

Pero a partir del 2 al 5 año se pretende realizar **4 eventos semanales** (*jueves, viernes, sábado y domingo*) multiplicado para las **52 semanas** anuales dando un total de **208 eventos anuales**.

**CAPACIDAD UTILIZADA
CUADRO N° 36**

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA	PORCENTAJE
1	365	156	42,74%
2	365	208	56,99%
3	365	208	56,99%
4	365	208	56,99%
5	365	208	56,99%

FUENTE: Cuadro N° 35

ELABORACIÓN: Las Autoras

Para llevar a cabo la determinación del porcentaje de la *capacidad utilizada* de la empresa, se utilizó el método de la regla de tres simple que se detalla a continuación:

365 100%

156 **X**

$$X = \frac{156 * 100}{365}$$

$X = 42,74\%$ **Porcentaje de la capacidad utilizada**

PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

De esta manera la empresa tendrá una *participación en el mercado* en su primer año de operatividad de **42,74%** este resultado se lo obtuvo mediante el cálculo anteriormente detallado. A partir del segundo al quinto año tendrá una participación del **56,99%**.

LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

La toma de decisiones sobre la localización de la empresa es fundamental para el cumplimiento de los objetivos que la empresa pretende alcanzar, de ahí que se deberá encontrar una localización adecuada y que preste todas las garantías para la buena marcha en sus actividades administrativas y de la prestación del servicio. Es así, que entre los factores que inciden en indicar el lugar óptimo de la localización de la empresa estudiada en este proyecto, se puede anotar los siguientes:

✎ El proceso de operación del servicio está dado principalmente por: decorador de interiores, una cocinera, , un fotógrafo, una persona encargado de pintar las caritas de los niños y niñas, y el personal administrativo, con lo cual se puede evidenciar que el proyecto permite la creación de fuentes de trabajo.

✎ En cuanto a los servicios básicos como son: agua potable se dispone de suficiente cantidad en el cantón Macará que es ofrecida por la Unidad Municipal de Agua Potable y Alcantarillado; la energía eléctrica es permanente y es controlado por la Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A. (EERSSA) Sucursal Macará, y en telefonía se tiene el servicio convencional que lo regula el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CNT) y el teléfono móvil ofrecido por la compañía CLARO; estos están disponibles para su adecuada utilización.

✎ La disponibilidad de acceso al usuario es un factor clave para la localización, ya que en cierta forma tiene mucho que ver la ubicación de la empresa respecto a los usuarios, tomando en cuenta los gastos de transporte que estos deben realizar para llegar a la misma, sin embargo la ubicación no constituirá un problema, ya que la empresa se encontrará en un lugar estratégico de la zona urbana del cantón Macará (*Barrio Amazonas, en las calles: Manuel Enrique Rengel y Carlos Jaramillo esquina*)

✎ Los materiales principales para la prestación del servicio de organización de eventos infantiles, lo constituyen los muebles, mantelería y menaje (utensilios, materiales), los cuales son fácilmente accesibles en el mercado local específicamente en la ciudad de Loja e incluso dentro de la zona 7 (Machala, Azuay).

MACROLOCALIZACIÓN

La presente empresa organizadora de eventos infantiles **%DIVERTIMUNDO+**, estará ubicada en el lugar más propicio para el desempeño de sus actividades, nos referimos al cantón Macará que posee un clima cálido y un ambiente turístico acogedor para la realización de estos eventos, además ha sido un factor determinante para satisfacer parte de la demanda insatisfecha determinada a través del estudio de mercado ya desarrollado anteriormente.

Se ha considerado este mercado en el cual se puede obtener rentabilidad, puesto que en dicho cantón no existe mayor cantidad de empresas dedicadas exclusivamente a la organización de eventos infantiles.

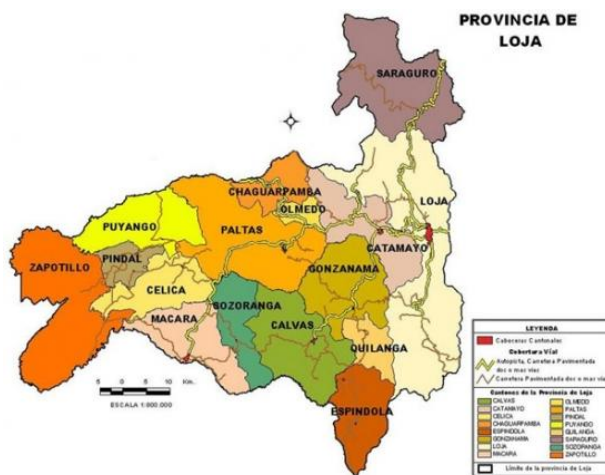
DATOS GENERALES DEL CANTÓN

Macará, lleva este nombre por el río Macará que riega su territorio, está ubicado a 195 Km de la ciudad de Loja. Se encuentra al sur de la patria,

donde limita con el país vecino de la república del Perú. Terrenos empleados principalmente para la producción de arroz. Su División política es: 2 parroquias urbanas (*Eloy Alfaro* y *Macará*) y 3 parroquias rurales (*Larama*, *La Victoria* y *Sabiango*). Se caracteriza hoy en día por ser un cantón arrocero y por su evolución continua, lo que le ha permitido abrirse camino a nivel provincial y nacional, debido a la exportación de sus productos. A continuación se presenta gráficamente (mapa) la ubicación del cantón Macará:

MAPA FÍSICO DEL CANTÓN MACARÁ

GRÁFICO Nº 35



CANTÓN MACARÁ

GRAFICO N° 36



MICROLICALIZACIÓN

La empresa organizadora de eventos infantiles EVENTOS DIVERTIMUNDO+CIA LTDA, se ubicará en el cantón Macará en el barrio: Amazonas en las calles: *Manuel Enrique Rengel y Carlos Jaramillo esquina*. De la misma forma se presente el gráfico del croquis de la ubicación exacta de las instalaciones de la presente empresa:

CROQUIS DE LA UBICACIÓN DE LA EMPRESA EVENTOS

Í DIVERTIMUNDOÍ

GRAFICO N° 37



INGENIERÍA DEL PROYECTO

En los aspectos técnicos un elemento de análisis importante es la ingeniería, puesto que tiene mayor influencia en los costos del proyecto, que a su vez impacta en parámetros como son las inversiones y el financiamiento del proyecto. Por otro lado el proceso técnico resumido en la ingeniería debe ser lo suficientemente adecuado para que la comercialización se optimice al máximo, y se minimice los costos en la prestación de los servicios.

La ingeniería del proyecto sirve para determinar las inversiones requeridas y proporcionar las bases para el estudio económico y financiero. De esta

manera llegar a determinar la función de la prestación de servicio en lo referente a la organización de eventos infantiles.

De la misma forma se procede a seleccionar el proceso del servicio, así mismo se determina las necesidades de materiales y equipos, como la disposición de la planta, el personal y los espacios físicos requeridos y sobre todo necesarios.

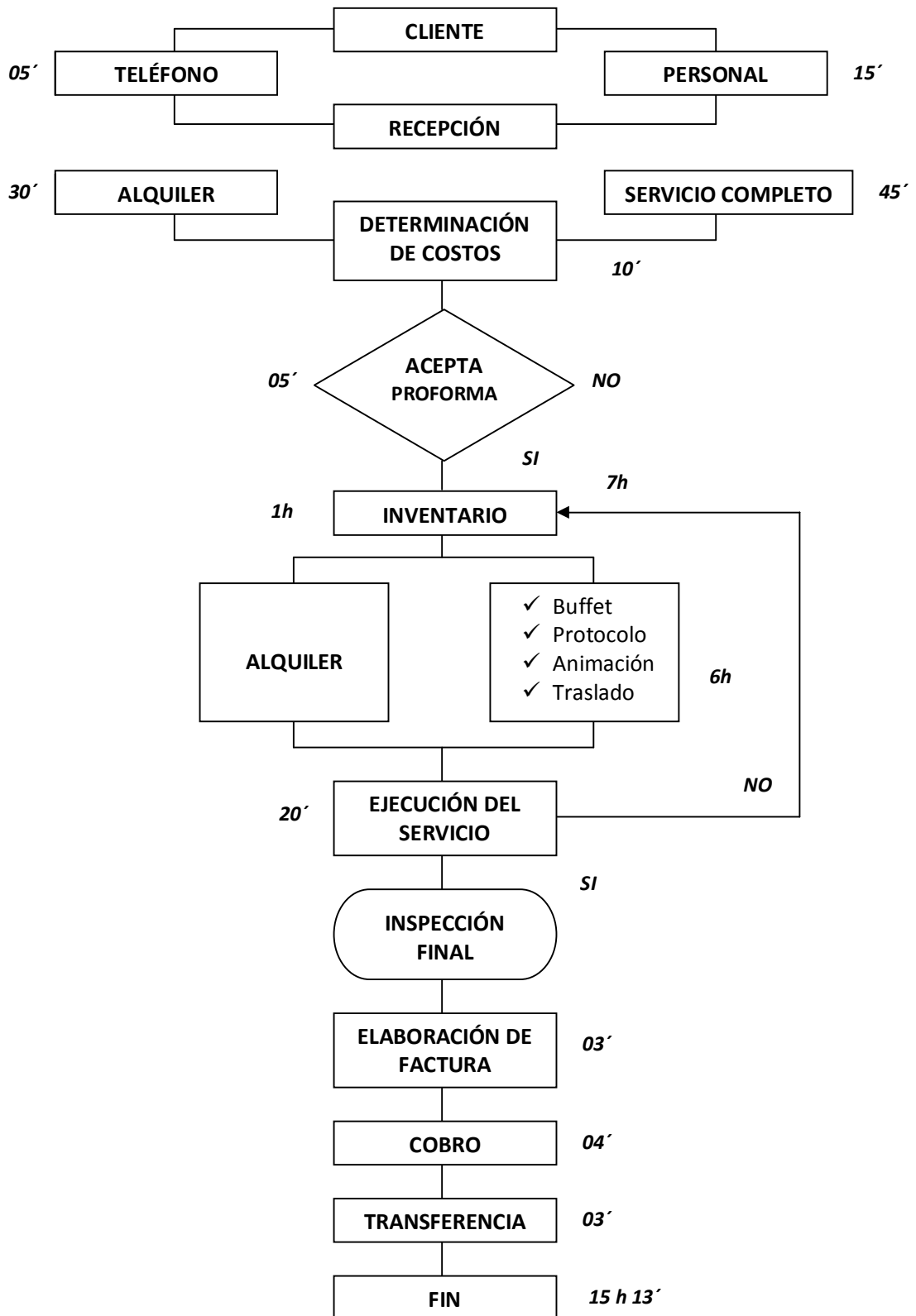
PROCESO DEL SERVICIO

El servicio de la organización de eventos infantiles funciona de la siguiente manera:

1. El cliente acuerda con la empresa el tipo de evento que desea celebrar.
2. Se realiza la cotización
3. En caso de aceptarse; se determina la fecha y hora para organizar el evento.

A continuación se detalla específicamente en qué consistirá el servicio.

FLUJOGRAMA DE PROCESO



DISTRIBUCIÓN FÍSICA

Consiste en el correcto ordenamiento de las diferentes áreas que serán necesarias para prestar adecuadamente el servicio a los clientes finales.

El espacio físico que se necesita para la instalación de las oficinas es de **80 m²**; para el caso de la presente empresa se la ubicará en un local arrendado, ubicado en las calles: *Manuel Enrique Rengel y Carlos Jaramillo esquina*; la distribución estará de la siguiente forma:

Recepción	10 m ²
Baño	5 m ²
Oficina	20 m ²
Cocina	12 m ²
Almacén	18 m ²
Salón	15 m ²
TOTAL	80 m²

Considerando estas áreas y los debidos espacios establecidos para cada una, se presenta el gráfico sobre la distribución de la empresa EVENTOS **W**IVERTIMUNDO+.

DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA EMPRESA

GRAFICO N° 39



Con la finalidad de llevar a cabo las actividades en condiciones apropiadas, se ajusta las instalaciones de una manera efectiva, buscando el ordenamiento adecuado de todos los factores que intervienen en la prestación del servicio, se trata en lo posible que el recorrido dentro de las instalaciones permita la optimización de tiempos y a la vez que las condiciones de trabajo y la ubicación de los equipos brinden seguridad para que el empleado cumpla sus funciones de la mejor manera y así lograr mayor rendimiento para beneficio de la empresa y el suyo propio.

RECURSOS HUMANOS

Como en toda organización se hace necesario el recurso humano también considerado como talento humano que está al servicio de una empresa determinada, sin dejar un lado la capacitación continua de sus empleados con la debida remuneración y sobre todo el buen trato hacia el mismo, es así que para la prestación del servicio de organización de eventos en el cantón Macará se requiere del siguiente personal:

- ✓ Gerente
- ✓ Secretaria . Contadora
- ✓ Un decorador de interiores
- ✓ Un fotógrafo
- ✓ Un mesero
- ✓ Un DJ
- ✓ Una cocinera

***NOTA:** *En el caso del Gerente y Secretaria/Contadora trabajaran permanente en la empresa, mientras que el personal restante solo se lo contratara por evento a realizar.*

g.3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Se propone aportar los elementos de juicio necesarios para decidir qué tipo de organización legal necesita la empresa, si se requiere se la debe constituir, y cuál debe ser su estructura organizacional para la constitución y operatividad del proyecto, sin dejar a un lado el alcance y las perspectivas del mismo; para ello requiere de personal calificado y plenamente identificado con los valores empresariales, el objetivo básico de este estudio es tomar en cuenta cada una de las consideraciones tanto a nivel legal como social para que de esta manera la empresa que se pretende implementar no tenga problemas al crearse y mucho menos al ofertar servicios de calidad a los usuarios del cantón Macara.

La Empresa **%EVENTOS DIVERTIMUNDO CIA.LTDAÍ** está compuesta por dos socias gestoras y capitalistas que constituyen el grupo empresarial, los cuales poseen sólidos conocimientos para el desarrollo de las políticas de la empresa, capacidad analítica, utilización de herramientas y criterios para el desarrollo del presente proyecto con miras a encaminar un servicio de calidad a los potenciales usuarios; es así que la empresa ira evolucionando y adaptándose a las circunstancias y demandas de nuestro mercado objetivo, consiguiendo la confianza de nuestros clientes.

g.3.1. ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Es la forma que adopta la empresa estableciendo pautas de coordinación de la totalidad de los recursos para mejorar la relación y regulación de las actividades que se realizan diariamente. Esto hará posible que los recursos especialmente el talento humano sea manejado eficientemente. La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, además se establece los niveles jerárquicos que delimitan la autoridad de un cargo dentro de la organización.

g.3.2. NIVELES JERÁRQUICOS DE AUTORIDAD

Estos se encuentran definidos de acuerdo al tipo de empresa y conforme lo que establece la Ley de Compañías en cuanto a la administración, más las que son propias de toda organización productiva, la empresa tendrá los siguientes niveles:

a. NIVEL LEGISLATIVO-DIRECTIVO. Se encuentra la Junta General de Socios, que es la encargada de determinar las políticas que se debe seguir en la organización: los procedimientos, resoluciones, reglamentos, ordenanzas, las metas y objetivos que la gerencia deberá cumplir en cada período económico. Evaluar los rendimientos, el mercado y financiamiento de

la empresa, su finalidad principal es decidir sobre los aspectos de mayor importancia.

b. NIVEL EJECUTIVO. Está conformado por el Gerente- Administrador, el cual será nombrado por nivel Legislativo- directivo y será el responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión, de la misma forma tomará decisiones sobre políticas generales y actividades básicas de autoridad que se ejerce para garantizar el desarrollo de los objetivos propuestos.

c. NIVEL ASESOR. Le corresponde prestar asistencia técnica a los niveles directivo y operativo en cuestiones de planeación, programación y proyección de las actividades, en materias legales y en asuntos de organización administrativa. Generalmente toda empresa cuenta con un asesor jurídico, sin descartar la posibilidad de tener asesoramiento de profesionales en otras áreas en caso de ser requerido.

d. NIVEL AUXILIAR O DE APOYO. Se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa. Su grado de autoridad es mínimo y su responsabilidad se limita a cumplir órdenes de los niveles ejecutivos. Está conformado por la secretaria - contadora.

e. NIVEL OPERATIVO. Conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con el área de servicio al cliente. Es decir; son todos los departamentos que se encargan de la marcha operativa de la empresa; es decir de la prestación del servicio de organización de eventos.

g.3.3. ORGANIGRAMAS

Es la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas o unidades administrativas, en las que se muestran las relaciones que guardan entre sí los órganos que la componen.

Las funciones de los **ORGANIGRAMAS**

En forma general sirven para:

- ✓ Descubrir y eliminar defectos o fallas de la organización.
- ✓ Comunicar la estructura organizativa
- ✓ Reflejar los cambios administrativos

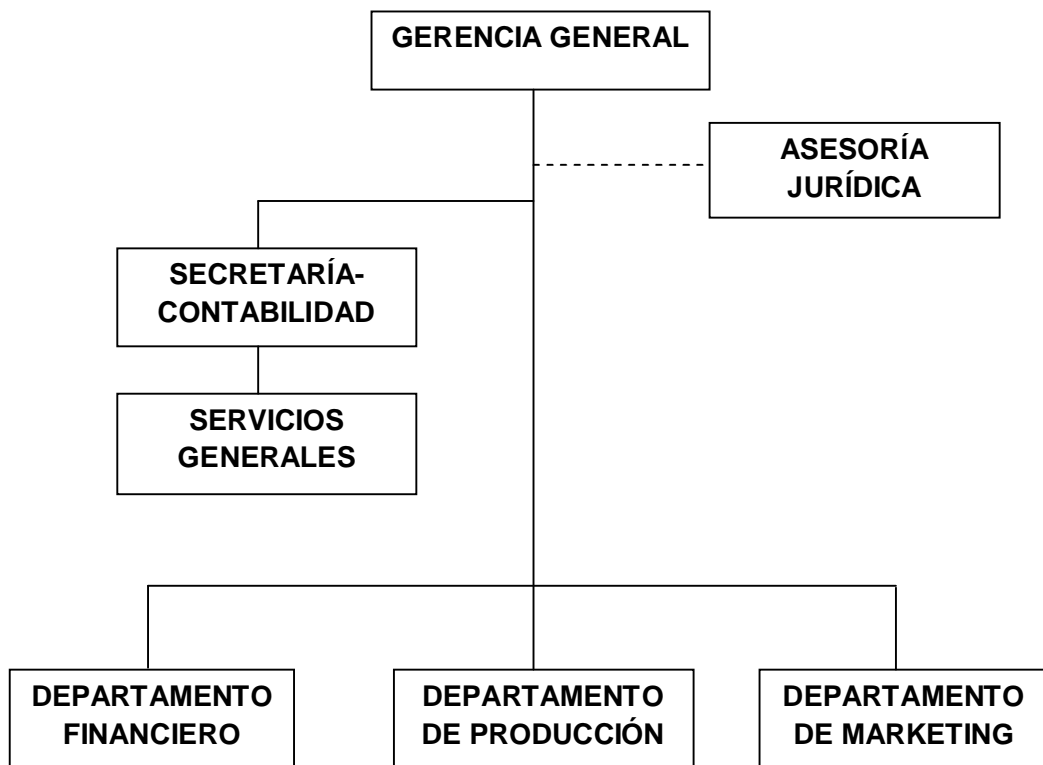
g.3.3.1. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

En lo relacionado con nuestra empresa, se ha utilizado un modelo vertical es decir; de arriba hacia abajo, por lo tanto la estructura está representada en forma de pirámide, donde la máxima autoridad se encuentra en la parte

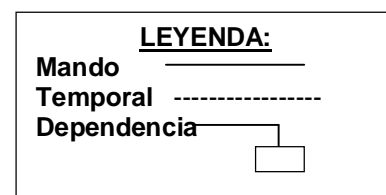
superior y los otros niveles descienden de acuerdo a su jerarquía; en sentido idéntico fluirán las ordenes. Los niveles jerárquicos en la empresa **EVENTOS DIVERTIMUNDO Cía. Ltda.** Están representados en la siguiente forma:

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

EVENTOS Í DIVERTIMUNDOÍ Cía. Ltda.



ELABORACIÓN: Las Autoras



g.3.3.2. ORGANIGRAMA FUNCIONAL

Consiste en representar gráficamente todas las unidades administrativas, detallando las funciones básicas de cada una de ellas.

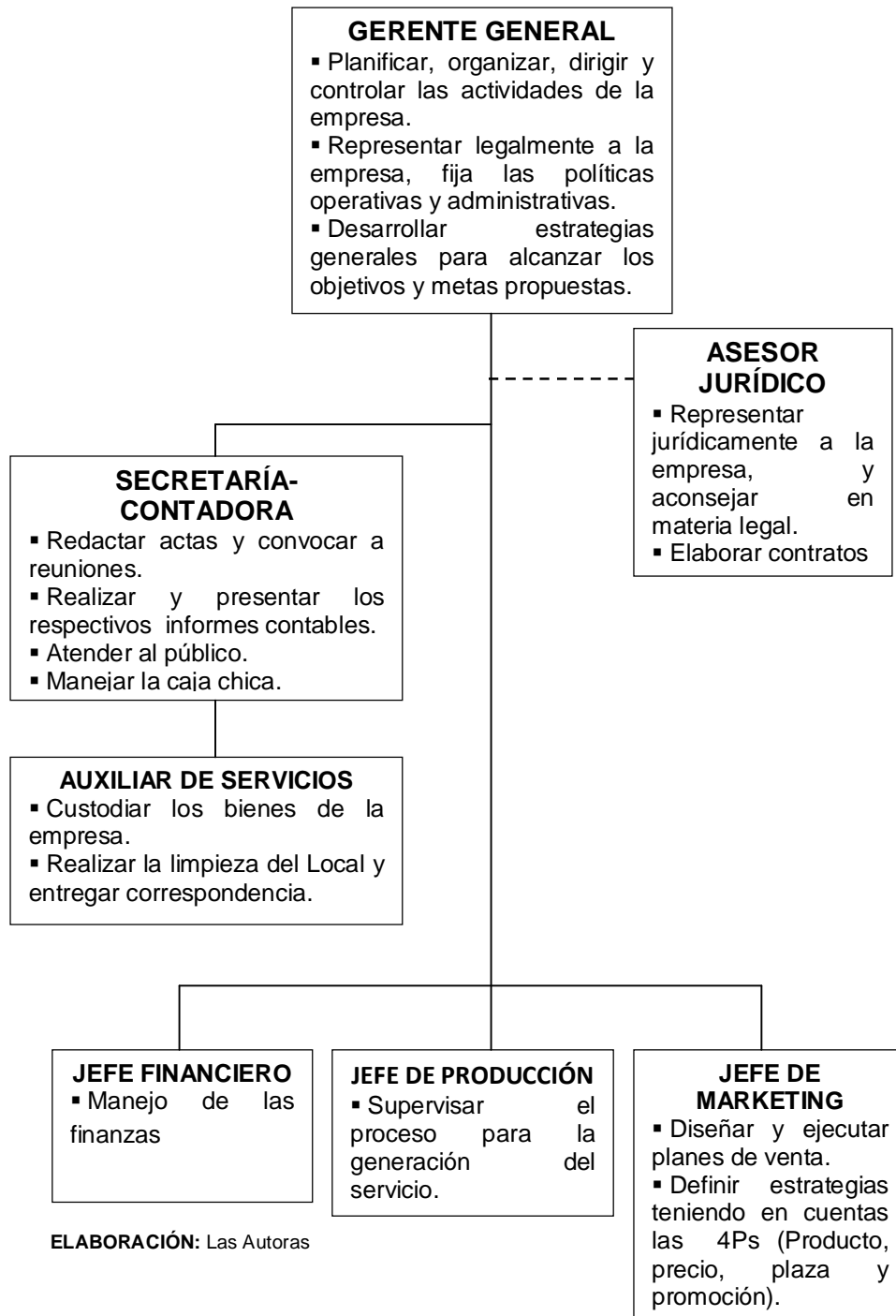
Para describir las funciones se inicia por las más importantes y seguidamente se consideran las de menos importancia. En esta representación gráfica se da una visión general inmediata de las tareas básicas de cada unidad administrativa.

g.3.3.3. ORGANIGRAMA POSICIONAL

Detalla el cargo y el sueldo que va a percibir cada unidad administrativa de acuerdo al nivel administrativo que se encuentre.

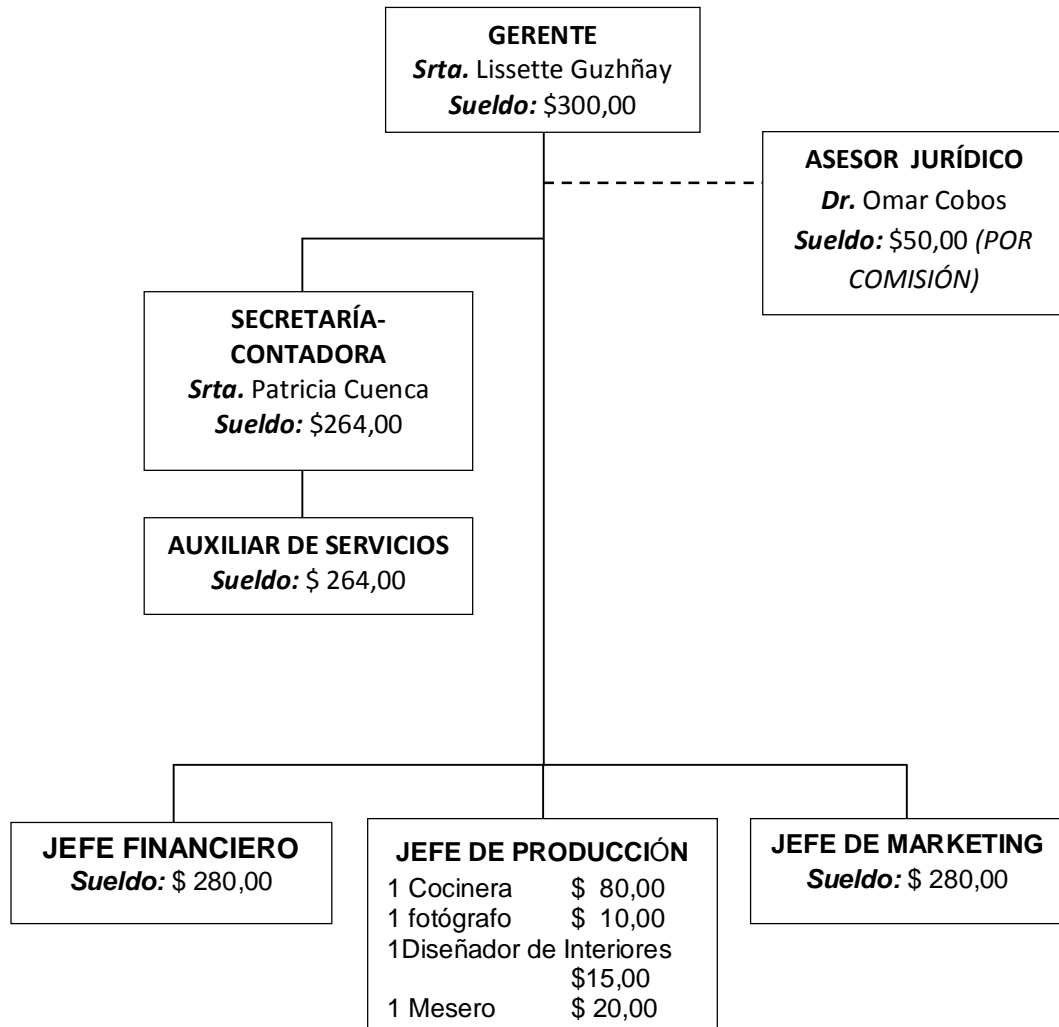
ORGANIGRAMA FUNCIONAL

EVENTOS Í DIVERTIMUNDOÍ Cía. Ltda.



ORGANIGRAMA POSICIONAL

EVENTOS Í DIVERTIMUNDOÍ Cía. Ltda.



ELABORACIÓN: Las Autoras

g.3.4. MANUAL DE FUNCIONES DE LA EMPRESA EVENTOS Í DIVERTIMUNDOÍ Cía. Ltda.

Es un instrumento de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basados en los respectivos procedimientos, sistemas, normas y que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las actividades de la organización.

El propósito fundamental de estos manuales, es el de instruir a los miembros que la componen sobre los distintos aspectos antes mencionados, procurando minimizar el desconocimiento de las obligaciones de cada uno, la duplicación o superposición de funciones, lentitud y complicación innecesarias en la producción o ejecución del servicio, desconocimiento de los procedimientos administrativos, entre otros

El manual de funciones consta de los siguientes aspectos:

- * Relación de dependencia (*ubicación interna*).

- * Dependencia jerárquica (*relaciones de autoridad*).

* Naturaleza del Trabajo (*Se refiere a las principales características sobre la ejecución en el puesto de trabajo*).

* Tareas Principales

* Responsabilidades

* Requerimientos para el puesto

Este manual está elaborado con la finalidad de que la organización cuente con un documento que muestre como está organizada la empresa de servicios **EVENTOS DIVERTIMUNDOÍ Cía. Ltda.**

Es de gran importancia contar con información del centro de trabajo para que los trabajadores conozcan con precisión y exactitud cuáles son las funciones que deben desempeñar como colaboradores, así como a quien están subordinados.

MANUAL DE FUNCIONES DE LA EMPRESA Í EVENTOS DIVERTIMUNDOÍ

PUESTO: GERENTE

CÒDIGO: 001

DEPENDE DE: JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

SUBALTERNOS: Todo el personal de la empresa

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Planificar, programar, organizar, dirigir y controlar las actividades que se realizan en la empresa.

FUNCIONES:

- Representar legalmente a la compañía en forma judicial y extrajudicialmente.
- Conducir la gestión de los negocios sociales y la marcha administrativa de la compañía.
- Dirigir la gestión económica y financiera de la empresa.
- Gestionar, planificar, coordinar las actividades de la empresa.
- Manejar las cuentas bancarias de la compañía según sus atribuciones.
- Realizar inversiones, adquisiciones y negocios, hasta la cuantía en que se encuentra autorizado por la Junta General de Socios, sin perjuicio de lo dispuesto en el Estatuto de la empresa.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Poseer Título de Ingeniero Comercial o Ingeniero en Administración de Empresas.
- Experiencia mínima de 2 años en trabajos afines.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE

- Persona dinámica, proactiva, con ambición profesional, habilidades para el trabajo en equipo y liderazgo.
- Responsable por bienes, recursos económicos

PUESTO: SECRETARIA - CONTADORA

CODIGO: 002

DEPENDE DE: Gerente

SUBALTERNOS: -----

NATURALEZA DEL TRABAJO:

- Realizar labores de secretaria o asistente directa del gerente.

- Elaborar, implementar y mantener el sistema integrado de contabilidad de la empresa.
- Encargada del registro y control de clientes en una base de datos.

FUNCIONES DE SECRETARIA

- Redactar y mecanografiar todo tipo de correspondencia de la empresa.
- Atender de forma personal al público y conceder las entrevistas con el gerente.
- Llevar de forma ordenada la agenda del Gerente y el libro de Actas

FUNCIONES DE CONTADORA

- Llevar un adecuado registro de los libros contables de la empresa.
- Revisar y firmar documentación contable de la organización.
- Elaborar los Estados Financieros.
- Controlar de forma permanente los datos de todos los clientes.

REQUISITOS:

- Título de Contadora o afines.
- Experiencia de un año en funciones similares.

CARACTERISTICAS DE CLASE:

- Poseer conocimientos de normas y procedimientos contables de una empresa de servicios.
- Se requiere de gran eficiencia, responsabilidad, puntualidad y discreción en el desarrollo de todas las funciones.
- Mantener en orden toda la documentación a ella encomendada.

PUESTO:**ASESOR LEGAL****CODIGO:**

003

DEPENDE DE:

Gerente

SUBALTERNOS:

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Elaborar todos los documentos jurídico . legales para la constitución de la empresa, además de brindar asesoría jurídica ocasional o en los casos que se requiera en cuanto a la parte legal en defensa y resguardo de la misma.

FUNCIONES:

- Asegurar la legalidad de la empresa al momento de su Constitución.
- Asesorar en cuanto a la Ley de Compañías se refiere.

REQUISITOS:

- Título de Abogado.
- Experiencia mínima de 2 años como Asesor Jurídico de Compañías.

CARACTERISTICAS DE CLASE:

- Responsabilidad en la parte jurídico . legal de la Compañía.
- Puntualidad ante la entrega de documentación legal para los fines pertinentes.

g.3.5. DISPOSICIONES GENERALES

La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres 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 o denominación objetiva, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura, %Gía. Ltda.+

g.3.6. CONSTITUCIÓN LEGAL DE LA EMPRESA

Para la creación de la empresa, legalmente debe seguirse el siguiente trámite, cumpliendo con los requisitos de forma de acuerdo a la normativa local.

Razón Social de la empresa y su denominación.

Obtención del RUC (*Registro Único de Contribuyentes*).

Elaboración de una Minuta de Constitución en un despacho legal.

Obtención del permiso en la Superintendencia de Compañías.

Inscripción en el Registro Mercantil.

Tramitar el Permiso de Funcionamiento Municipal.

Inscribir a la Empresa en la Cámara de Comercio del Cantón Macará.

g.3.7. BASE LEGAL

Toda empresa para su libre ejercicio o funcionamiento debe cumplir con ciertos requisitos exigidos por la ley, es así que La empresa Organizadora de Eventos Infantiles basándose en el Art. 92 de la Ley de Compañías como parte de las disposiciones generales; se constituye como **Compañía de Responsabilidad Limitada** ya que esta es reconocida por la Ley y por ende puede iniciar sus actividades de servicio ante la sociedad.

En cuanto a los requisitos para la constitución de la Empresa tenemos:

g.3.7.1 ACTA CONSTITUTIVA

Es un documento certificado de la conformación legal de la empresa, en el que se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa; los socios que conforman la empresa son: Cuenca Vásquez Blanca Patricia y Guzhñay Ojeda Dayana Lissette.

g.3.7.2. LA RAZÓN SOCIAL O DENOMINACIÓN

Es el nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y acorde a lo establecido por la Ley, la razón social de la empresa a conformarse es **%EVENTOS DIVERTIMUNDO Cía. Ltda.Î** La compañía se contraerá mediante Escritura Pública según la Superintendencia de Compañías, así mismo será inscrita en el registro mercantil.

g.3.7.3. DOMICILIO

Toda empresa deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará en caso de requerirlo los clientes u otra persona natural o jurídica. La empresa tendrá su domicilio en el Cantón Macará, ubicada en el Barrio Amazonas (*calles: Manuel Enrique Rengel y Carlos Jaramillo esquina*)

g.3.7.4. OBJETO DE LA SOCIEDAD

Al constituirse una organización se lo hace mediante la determinación de un objetivo o finalidad, siendo el de la empresa en estudio el siguiente: **LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS INFANTILES EN EL CANTÓN MACARÁ,** cuyo servicio será ofertado a las familias macareñas con el único fin de cumplir con las expectativas de las mismas en relación al evento requerido.

g.3.7.5. CAPITAL SOCIAL

Debe indicarse cuál es el monto del capital con que se inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como este se ha conformado. Está conformado por el aporte de los socios como capital propio que será **40% (\$ 8.023,78)** del total de la inversión dividida entre los dos socios da un valor de \$ **4.011,89.**

g.3.7.6. TIEMPO DE DURACIÓN DE LA SOCIEDAD

Toda actividad tiene un tiempo de duración para lo cual se planifica y sobre él se evalúa, por ello los socios de la empresa deben indicar el tiempo o plazo que operarán.

Teniendo en cuenta estas consideraciones la duración de la empresa será de **5 años** a partir de la fecha de inscripción en el registro mercantil.

g.3.7.7 ADMINISTRACIÓN

La junta general, formada por los socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía.

La junta general no podrá considerarse válidamente constituida para deliberar, en primera convocatoria, si los concurrentes a ella no representan más de la mitad del capital social. La junta general se reunirá, en segunda convocatoria, con el número de socios presentes, debiendo expresarse así en la referida convocatoria.

g.3.7.8. MINUTA PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA

Señor Notario:

En la Ciudad de Loja, Cantón Macará, hoy a los cuatro días del mes de Abril del 2010, ante el notario quinto de la ciudad se eleva a minuta la constitución de la siguiente compañía limitada.

En el Registro de escrituras Públicas a su cargo, dígnese insertar una que contenga la constitución de la Compañía Limitada **%EVENTOS DIVERTIMUNDOÎ**. De acuerdo a las siguientes estipulaciones:

PRIMERA.- Otorgantes: Concurren al otorgamiento de esta escritura de constitución de la Compañía Limitada las señoritas: *Cuenca Vásquez Blanca Patricia, con CI: 110474126-7, y Guzhñay Ojeda Dayana Lisette, con CI: 110371514-8* de nacionalidad Ecuatoriana, mayores de edad, legalmente capaces, domiciliados en esta ciudad y quienes comparecen por sus propios derechos.

SEGUNDA.- Los comparecientes convienen en constituir la compañía de Responsabilidad Limitada **%EVENTOS DIVERTIMUNDOÍ**, que se registrá por las Leyes del Ecuador y el siguiente estatuto.

TERCERA.- Estatuto de la Compañía Responsabilidad Limitada **%EVENTOS DIVERTIMUNDOÍ** Cía. Ltda.

Capítulo Primero

NOMBRE, DOMICILIO, OBJETO SOCIAL Y PLAZO DE DURACIÓN

ARTÍCULO UNO.- La Compañía llevará el nombre de **ÍEVENTOS DIVERTIMUNDOÍ** Cía. Ltda.

ARTÍCULO DOS.- El domicilio de la compañía es en la Ciudad de Loja, Cantón Macará, ubicada al sur de la ciudad, Barrio Amazonas (*Calles Manuel Enrique Rengel y Carlos Jaramillo esquina*).

ARTÍCULO TRES.- La compañía tiene como objeto social la prestación del servicio de organización de eventos infantiles en el Cantón Macará de la Provincia de Loja.

ARTÍCULO CUATRO.- El plazo de duración de la compañía es de 5 años, contados a partir de la fecha de inscripción del contrato constitutivo en el Registro Mercantil; pero podrá disolverse en cualquier tiempo o prorrogar su plazo si así lo resolviere la Junta General de socios en la forma prevista en la ley y en este estatuto.

Capitulo Segundo

DEL CAPITAL SOCIAL, DE LAS PARTICIPACIONES Y DE LA RESERVA LEGAL

ARTÍCULO CINCO.- El capital social de la compañía es del 40% del total de la inversión que será pagado en partes iguales por los socios las que estarán representadas por el certificado de aprobación correspondiente de conformidad con la ley y estos estatutos.

ARTÍCULO SEIS.- La compañía puede aumentar el capital social por resolución de la Junta General de los socios con el consentimiento de las terceras partes del capital social presente en la sección.

ARTÍCULO SIETE.- El aumento de capital se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se lo hará de la siguiente manera: en numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de reservas o utilidades, por capitalización de la reserva por revalorización del patrimonio realizado conforme a la ley y la reglamentación pertinente, o por demás medios previstos en la ley.

ARTÍCULO OCHO.- La reducción del capital se registrará por lo previsto por la ley de compañías, y en ningún caso se tomarán resoluciones encaminadas a reducir el capital social si ello implicare la devolución de los socios de parte de las aportaciones hechas y pagadas con las excepciones de ley.

ARTÍCULO NUEVE.- La compañía entregará a cada socio el certificado de aportación que le corresponde. Dicho certificado de aportación se extenderá en libretines acompañados de talonarios y en los mismos se hará constar la denominación de la compañía, el capital suscrito y el capital pagado, número y valor certificado, nombre del socio o propietario, domicilio de la compañía, fecha de la escritura de consecución, notaria en que se otorgó, fecha y número de la inscripción en el registro mercantil, fecha y lugar de expedición, la constancia de no ser negociable, la firma y rubrica del presidente y gerente general de la compañía .

ARTÍCULO DIEZ.- Al perderse o destruirse un certificado de aportación el interesado solicitara por escrito al gerente general la emisión de un duplicado del mismo.

ARTÍCULO ONCE.- Las participaciones en esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello el consentimiento unánime del capital social, que la sesión se celebre por escritura pública y se observe las pertinentes disposiciones de la ley.

ARTÍCULO DOCE.- Las participaciones de los socios en esta compañía son transmisibles por herencia, con forme a la ley.

Capítulo Tercero

DE LOS SOCIOS, DE SUS DEBERES, ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDAD

ARTÍCULO TRECE.- Son obligaciones de los socios. Las que señalan la ley de compañías.

- Cumplir las funciones y actividades deberes que les asignase la Junta General de socios, el gerente general y presidente de la compañía.

- Cumplir con las aportaciones implementarias en proporción a las participaciones que tuvieren en la compañía, cuando y en la forma que decida la Junta General de socios y las demás que señale este estatuto.

ARTÍCULO CATORCE.- Los socios de la compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones:

- Intervenir con voz y voto en las sesiones de Junta General de Socios, personalmente o mediante poder a un socio o extraño, ya se trate de poder notarial o de carta poder.
- A elegir y ser elegido para los organismos de administración y fiscalización.
- A percibir las utilidades o beneficios a prorrata de las participaciones pagadas, lo mismo respecto del acervo social, de producirse las liquidaciones. Los demás derechos previstos en la ley y estatutos.

g.4. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO

Se tienen tres presupuestos: *ventas, inversión, y gastos*, que son resultados de los estudios anteriores; con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como *por ejemplo*: si se debe vender más, comprar equipos y accesorios más baratos o gastar menos. Las inversiones que se consideran en el proyecto, son todos aquellos recursos que se asigna a la

adquisición de todos los implementos necesarios para la realización del proyecto.

DESCRIPCIÓN DE LOS EQUIPOS

Es necesario indicar los equipos indispensables para el funcionamiento de la empresa, es decir; para ofrecer un buen servicio a la hora de la organización del evento y durante todo su desarrollo. Con relación a los equipos, son de procedencia nacional e internacional a diferentes precios, dependiendo de la marca y del tipo de equipo o material, encontrando una gran variedad en el mercado.

A continuación se detallan los equipos a utilizar por la empresa **EVENTOS DIVERTIMUNDO+**:

- ◆ **TELÉFONO INALÁMBRICO:** Marca Sony
- ◆ **COMPUTADORA:** Intel Core i5 de 3.2 GHZ, monitor de 18,5+ Samsung o LG, teclado multimedia Genius, parlantes Genius 2,1, Mouse Óptico Genius, Disco Duro Samsung 1000GB SATA, Tarjeta de video de 1gb, tarjeta de red 10/100, impresora.
- ◆ **VEHÍCULO:** Camioneta MAZDA para el traslado de los materiales y equipos, en este caso el vehículo será alquilado.
- ◆ **UTENSILIOS DE COCINA:** para la preparación del buffet

- ◆ **VAJILLA Y MENAJE:** para la presentación del buffet.
- ◆ **ALIMENTACIÓN:** la preparación de diversos platos típicos como pueden ser: tamales, humitas, arroz infantil (*relleno*), helado, gelatinas, entre otros; se realizará la preparación de todo tipo de comida, según lo que desee el cliente, el mismo que se realizará un contrato por evento a una cocinera específica.

g.3.1. ANÁLISIS ECONÓMICO

Mediante este estudio se determina las características económicas del proyecto, tiene como objetivo la determinación de las referencias económicas del mismo, y por ello es necesario prestar atención a los elementos que lo componen.

g.3.2. INVERSIONES EN ACTIVOS FIJO

Son las inversiones en bienes tangibles, con una duración de más de un año y se originan en la instalación de la empresa. Se emplean para adquirir todos los activos que serán utilizados para la prestación del servicio a lo largo de la vida útil, como: muebles y enseres para la dotación del servicio, equipo de oficina, equipo de computación, muebles y enseres, accesorios para producción del servicio y equipos para la producción del servicio, por constituirse en activos tangibles, los mismos que son objeto de depreciación.

✦ **Muebles y Enseres para la dotación del Servicio.** Son las mesas y sillas, materiales necesarios para que los usuarios se sientan cómodos, y gocen de los demás servicios que prestará la empresa (*Ver Anexo N° 05, Cuadro N° 37*)

✦ **Equipos para la producción del Servicio.** Nos referimos tanto a los equipos necesarios para la preparación y conservación de las comidas y bebidas para llevar a cabo el evento (*Ver Anexo N° 07, Cuadro N° 37*)

✦ **Equipo de Oficina.** Sera empleado con la finalidad de agilizar las actividades administrativas de lo interno a lo externo de la empresa (*Ver Anexo N° 17, Cuadro N° 37*)

✦ **Muebles y Enseres.** Se detallan los dispositivos necesarios para ejecutar las actividades propias de la administración de la empresa (*Ver Anexo N° 19, Cuadro N° 37*)

✦ **Accesorios para la producción del Servicio.** Aquí se detallan los utensilios necesarios para la elaboración del buffet (*Ver Anexo N° 21, Cuadro N° 37*)

✦ **Equipo de Computación.** Sera utilizado para el manejo del registro de los clientes que van a requerir del servicio, y para contabilizar el movimiento financiero de la empresa (*Ver Anexo N° 41, Cuadro N° 37*)

⚡ **Imprevistos.** Para el presente trabajo se ha estimado el 5% para el cálculo de los imprevistos.

El resumen de las *inversiones fijas*, se muestra de la siguiente manera:

**CUADRO Nº 37
ACTIVO FIJO**

ACTIVOS	VALOR
Muebles y Enseres para la dotación del Servicio	844,40
Equipos para ofertar el servicio	3653,00
Equipos de Oficina	70,00
Muebles y Enseres	778,00
Accesorios para la prestación del servicio	162,80
Equipo de Computación	850,00
Imprevistos 5%	317,91
TOTAL	6676,11

FUENTE: Anexo Nº 05, 07, 17, 21, 41

ELABORACIÓN: Las Autoras

**CUADRO Nº 38
RESUMEN DE DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS**

CONCEPTO	VALOR ACTIVOS	VALOR RESIDUAL	VALOR DEPRECIADO	VIDA ÚTIL	TOTAL DEPRECIACIÓN
Muebles y Enseres para la Dotación del Servicio	844,40	422,20	84,44	5	422,20
Equipos para ofertar el servicio	3653,00	0,00	730,60	5	3653,00
Equipos de Oficina	70,00	35,00	7,00	10	70,00
Muebles y Enseres	778,00	389,00	77,80	10	778,00
Accesorios para la prestación del servicio	162,80	0,00	32,56	5	162,80
Equipo de Computación	850,00	8,50	280,50	3	841,50
Reinversión equipo de computo	950,00	323,00	313,50	3	940,50
		1177,70	1526,40		6868,00

FUENTE: Cuadro Nº 42, Anexo Nº 06, 08, 18, 20, 22, 42, 44

ELABORACIÓN: Las Autoras

g.3.3. INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS

Se toma en cuenta: gastos operativos que constituyen los bienes intangibles de la empresa, por lo tanto no están sujetos a depreciación como: costos de elaboración del proyecto y costo legales de constitución de la empresa.

En costos de elaboración del proyecto se incluyen, los costos de todos los estudios previos para determinar su factibilidad, como: análisis de mercado, técnico, económico-financiero, administrativo o legal, en cuanto a los costos legales de constitución están conformado por: (Ver Anexo N° 15).

CUADRO N° 39
ACTIVO DIFERIDO

DESCRIPCIÓN	PRECIO/UNITARIO	TOTAL
Estudios Preliminares	300,00	300,00
Elaboración de la Minuta de Constitución	200,00	200,00
Inscripción en el Registro Mercantil	150,00	150,00
RUC (<i>Registro Único de Contribuyentes</i>)	3,00	3,00
Permiso de Funcionamiento	300,00	300,00
Inscripción en la Cámara de Comercio/Macará	250,00	250,00
	TOTAL ANUAL	1203,00

FUENTE: SRI, Cámara de Comercio de Loja, Ilustre Municipio de Macará

ELABORACIÓN: Las Autoras

g.3.4. INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO

Constituido por el capital circulante que requiere ~~EVENTOS~~ DIVERTIMUNDO+, para atender todas las operaciones inherentes a la venta

del servicio y prestación del mismo, está conformada por: menaje, servicios básicos, útiles de oficina, útiles de aseo, arriendo, publicidad, materia prima directa, mano de obra directa, sueldos y salarios, detallados así:

- **Menaje.** Es la vajilla desechable y demás accesorios requeridos para el servicio del buffet. *(Ver Anexo N° 03, Cuadro N°40)*
- **Servicios Básicos.** Gastos por servicios: agua, energía eléctrica, teléfono, plan celular, que se utiliza tanto en el área administrativa como productiva *(Ver Anexo N°09, Cuadro N° 40)*
- **Gastos de Administración.** Se realizan dentro de la empresa para su funcionamiento y prestación del servicio, como son: adquisición de útiles de oficina y útiles de aseo *(Ver Anexos N° 11, 13, Cuadro N° 40)*
- **Indumentaria de Trabajo y presentación de Servicio.** Son las vestimentas o uniformes que llevarán los empleados de la empresa y accesorios que decoran los muebles y enseres para la dotación del servicio. *(Ver Anexo N° 23, Cuadro N° 40)*
- **Mano de Obra Directa.** Es el personal calificado que se encargará de ejecutar las actividades de organización del servicio: buffet, animación, fotografía y video, decoración, traslado entre otras *(Ver Anexo N° 31, 33, Cuadro N° 40)*
- **Materia Prima Directa.** Comprende todos los implementos necesarios para la decoración del local como decoración, buffet, considerando que estos

van a variar en cantidad en cuanto se refiere a los gustos que tienen los clientes para cada evento. (Ver Anexo N° 37, 39 , Cuadro N° 40)

g.2.5. GASTOS FINANCIEROS.

Como gastos financieros prevemos un **5%** para imprevistos que se pueden presentar en las operaciones de la empresa, valor calculado del total de los gastos de administración.

**CUADRO N° 40
ACTIVO CIRCULANTE**

RUBROS CALCULADOS PARA UN MES DE OPERACIÓN	
ACTIVOS	VALOR
Vajilla y menaje	3550,98
Servicios Básicos	51,30
Útiles de oficina	10,13
Útiles de aseo	7,66
Publicidad	25,42
Sueldos y Salarios	722,50
Mano de obra directa	2379,00
Materia prima directa	4853,33
Imprevistos (5%)	580,02
TOTAL ACTIVOS CIRCULANTES	12180,35

FUENTE: Anexo N° 03, 09, 11, 13, 29, 31, 33, 37

ELABORACIÓN: Las Autoras

g.3.6. FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

Se debe obtener los recursos económicos necesarios para su funcionamiento, para ello %EVENTOS DIVERTIMUNDO CIA. LTDA+, recurrirá a fuentes internas y externas.

CUADRO Nº 41
RESUMEN DE INVERSIÓN TOTAL PREVISTA

ACTIVOS	VALOR
Activo Fijo	6676,11
Activo Diferido	1203,00
Activo Circulante	12180,35
TOTAL INVERSIÓN	20059,46

FUENTE: Cuadro Nº 37, 39 y 40

ELABORACIÓN: Las Autoras

Fuente Interna: los fondos provendrán de las aportaciones de los socios, la misma que será de **\$ 4.011,84** por socio, conforme quedará asentado en la minuta de constitución de la compañía, de aquí sumamos entre las dos inversionistas, será un total de **\$ 8.023,78 dólares** que equivale **40%** como fuente interna (*Cuadro Nº 42*).

Fuente Externa: Para completar el monto de la inversión es necesario recurrir a fuentes externas para obtener el **60%** restante, debiendo tomar en cuenta que se solicitará **\$ 12.035,68 dólares** necesarios para cubrir la cuota de capital de fuente externa; se recurre al sistema financiero local considerando como la alternativa más apropiada solicitar un crédito al

Banco de Loja, por la facilidad de obtener un crédito de carácter empresarial, que será destinado para financiar los activos fijos como el capital de trabajo requerido a 5 años plazo, con una tasa del **9,76%** anual, que será cubierto en 10 cuotas variables en pagos semestrales. (Ver Anexo N° 48)

CUADRO N° 42
FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE
Capital Social	8023,78	40,00
Crédito	12035,68	60,00
TOTAL INVERSIÓN	20059,46	100,00

FUENTE: Cuadro N° 41

ELABORACIÓN: Las Autoras

g.3.7. PRESUPUESTOS

Permiten establecer los costos para el primer año de prestación del servicio, proyectando los datos con el **3,49%** en base a la inflación acumulada estimada por el Banco Central del Ecuador, que hasta agosto del año 2011; se obtiene los costos para los 5 años de vida útil del proyecto, considerando adicionalmente a los rubros del cuadro de inversiones, las depreciaciones de activos fijos, así como los gastos financieros provenientes del crédito. A continuación se presenta el cuadro del **presupuesto general** del proyecto:

**CUADRO Nº 43
PRESUPUESTO GENERAL**

DENOMINACIÓN COSTO/SERVICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<i>COSTO PRIMO</i>					
Mano de Obra Directa	29544,33	40767,23	42190,01	43662,44	45186,26
Materia Prima Directa	60272,58	34529,62	35734,70	36981,85	38272,51
Menaje	44098,95	45638,01	47230,77	48879,13	50585,01
<i>TOTAL COSTO PRIMO</i>	133915,85	120934,86	125155,48	129523,41	134043,78
<i>COSTOS INDIRECTOS/SERVICIO</i>					
Depre. Muebles y enseres para la dotación del Servicio	84,44	84,44	84,44	84,44	84,44
Depre. Equipo de producción del servicio	730,60	730,60	730,60	730,60	730,60
Depre. Accesorios para la oferta del servicio	32,56	32,56	32,56	32,56	32,56
Indumentaria de trabajo y prestación del servicio	2261,00	2339,91	2421,57	2506,08	2593,54
Amortización Activo Diferido	260,60	260,60	260,60	260,60	260,60
Alquiler del vehículo	2421,67	2506,18	2593,65	2684,17	2777,84
Útiles de aseo	47,55	49,21	50,93	52,71	54,55
Servicios Básicos	318,56	329,68	341,19	353,09	365,42
Imprevistos (5%)	307,85	316,66	325,78	335,21	344,98
<i>TOTAL COST. INDIRECT/SERVICIO</i>	6464,83	6649,84	6841,31	7039,46	7244,53
<i>TOTAL COSTOS del SERVICIO</i>	140380,68	127584,70	131996,79	136562,87	141288,31

COSTOS DE OPERACIÓN					
ADMINISTRATIVOS					
Sueldos y Salarios	8972,63	9285,78	9609,85	9945,24	10292,32
Arriendo del local	362,22	374,86	387,94	401,48	415,49
Depre. Muebles y Enseres	77,80	77,80	77,80	77,80	77,80
Depre. Equipos de Oficina	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00
Depre. Equipo de Computación	280,50	280,50	280,50	313,50	313,50
Útiles de Oficina	125,84	130,24	134,78	139,48	144,35
Servicios Básicos	318,56	329,68	341,19	353,09	365,42
Útiles de Aseo	47,55	49,21	50,93	52,71	54,55
TOTAL GASTOS/ADMINISTRATIVOS	10192,11	10535,06	10889,99	11290,30	11670,43
VENTAS					
Publicidad y Propaganda	315,64	326,66	338,06	349,86	362,07
TOTAL GASTOS VENTAS	315,64	326,66	338,06	349,86	362,07
FINANCIEROS					
Interés por Préstamo	1115,95	881,01	646,08	411,14	176,20
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	1115,948	881,011	646,075	411,139	176,202
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	11623,70	11742,74	11874,13	12051,30	12208,70
REINVERSIÓN				950,00	
TOTAL PRESUPUESTO OPERACIÓN	152004,38	139327,43	143870,92	149564,17	153497,01

FUENTE: Anexo N° 04, 06, 08, 10, 12, 14, 18, 16, 20,22, 24, 26, 28, 30, 32, 34, 38, 42, 43, 45

ELABORACIÓN: Las Autoras

g.3.8. ANÁLISIS DE COSTOS Y GASTOS

La estructura de costos y gastos de prestación de servicios de la empresa %EVENTOS DIVERTIMUNDO+ CIA. LTDA.; está conformada por costos de producción como: materiales directos, mano de obra directa, gastos de operación, que se componen de: gastos de administración, gastos financieros y otros gastos. Se procede a analizar y clasificar los componentes de ingresos, costos y gastos calculados que permiten realizar un análisis de costos mediante la obtención de:

a.) Costos Fijos: Permanecen constantes o invariables en relación a los cambios en el volumen de producción, constan: sueldos y salarios administrativos, arriendo, amortización de activos diferidos y de capital, publicidad, intereses, depreciaciones de los muebles y enseres para la dotación del servicio, equipo de computación, equipos para la ejecución del servicio, equipo de oficina, muebles y enseres, accesorios para la ejecución del servicio: estos costos a corto plazo no cambian por modificaciones en el volumen de prestación del servicio.

b.) Costos Variables: Se componen de: mano de obra directa, materia prima directa, menaje, servicios básicos, indumentaria de trabajo, prestación del servicio y otros gastos de administración e imprevistos; es decir; todos aquellos costos que a corto plazo cambian por modificaciones en el volumen de prestación del servicio.

c.) **Costo Total:** Es la suma de los costos fijos más los costos variables.

d.) **PUNTO DE EQUILIBRIO.** Es el volumen productivo en el cual los costos totales son iguales a los ingresos totales, por lo tanto la empresa no incurre ni en las pérdidas ni en ganancias, o sea quedan en equilibrio con utilidad cero. Permite establecer el nivel mínimo de prestación de servicio y ventas en cantidad, que debe lograr la empresa para poder generar utilidad contable.

ESTRUCTURA DE COSTOS Y ESTABLECIMIENTO DE INGRESOS TOTALES PARA DETERMINAR EL PUNTO DE EQUILIBRIO

**CUADRO N° 44
PUNTO DE EQUILIBRIO EN EL PRIMER AÑO**

PRODUCTO: <i>EVENTOS</i>		PRODUCCIÓN: 156	
<i>COSTOS DE PRODUCCIÓN</i>			
Costo Primo		133915,85	
Costo de producción		6464,83	
TOTAL		140380,68	
<i>COSTOS DE OPERACIÓN</i>			
Gastos Administrativos		10192,11	
Gastos de Ventas		315,64	
Gastos Financieros		1115,95	
TOTAL		11623,70	
COSTO TOTAL		152004,38	
INGRESO POR EVENTO			
PRODUCCIÓN	COSTO	P.V.P	INGRESOS
156	974,39	1169,26	182405,26

FUENTE: Cuadro N° 43

ELABORACIÓN: Las Autoras

1. MÉTODO MATEMÁTICO

a. En función de la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{COSTOFIJOT \ OTAL}{VENTASTOTA \ LES - COSTOVARIA \ BLETOTAL} * 100\%$$

$$PE = \frac{12.877,07}{182.405,26 - 139.127,32} * 100\%$$

$$PE = \frac{12.877,07}{43.277,94} * 100\%$$

$$PE = 0,29,75 * 100\%$$

$$PE = 29,75\%$$

ANÁLISIS: Este porcentaje significa que la empresa al utilizar el **29,75%** de la capacidad instalada no presenta ni pérdidas ni ganancias.

b. En función de Ventas o Ingresos

$$PE = \frac{COSTOFIJOT \ OTAL}{1 - \frac{COSTOVARIA \ BLETOTAL}{VENTASTOTA \ LES}}$$

$$PE = \frac{12.877,07}{1 - \frac{139.127,32}{182.405,26}}$$

$$PE = \frac{12.877,07}{1 - 0,7627}$$

$$PE = \frac{12.877,07}{1 - 0,2373}$$

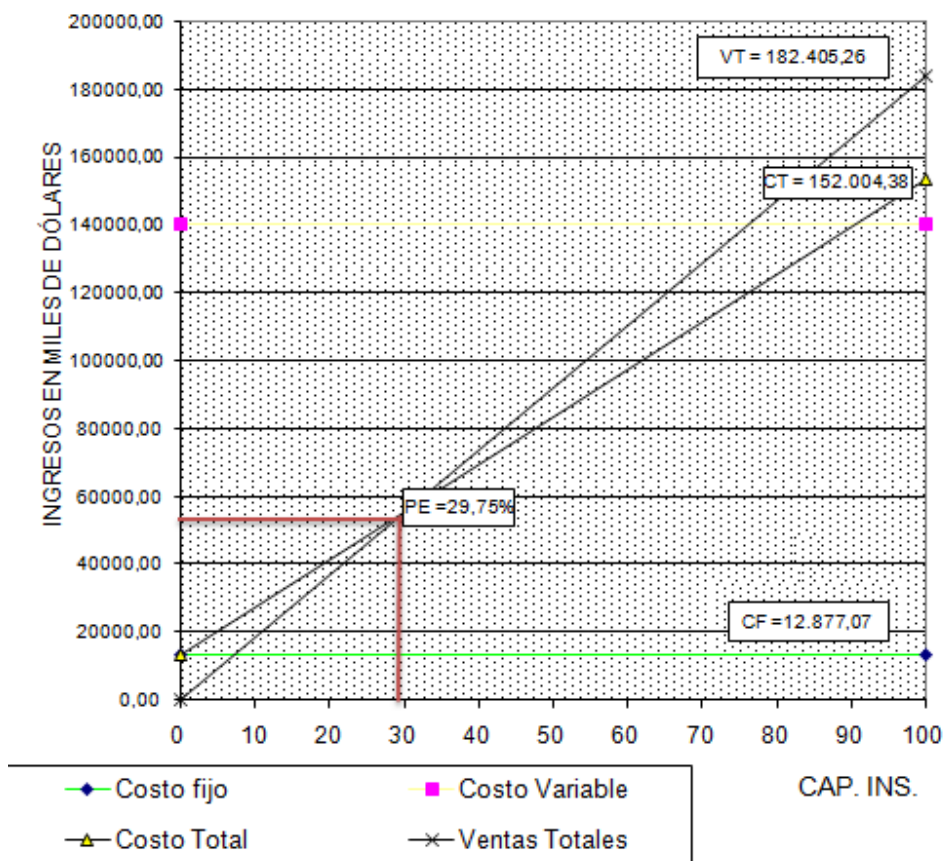
$$PE = 52.273,48$$

ANÁLISIS: Si los ingresos por venta alcanzan una cantidad de \$ **52.273,48 dólares**, la empresa estará en equilibrio económico.

2. MÉTODO GRÁFICO

a. En función de Ventas y la Capacidad Instalada

GRÁFICO N° 39
PRIMER AÑO



ELABORACIÓN: Las Autoras

**CUADRO Nº 45
ESTRUCTURA DE COSTOS**

DENOMINACIÓN	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	FIJOS	VARIA.	FIJOS	VARIA.	FIJOS	VARIA.	FIJOS	VARIA.	FIJOS	VARIA.
<i>COSTO PRIMO</i>										
Mano de Obra Directa		29544,33		40767,23		42190,01		43662,44		45186,26
Materia Prima Directa		60272,58		34529,62		35734,70		36981,85		38272,51
Menaje		44098,95		45638,01		47230,77		48879,13		50585,01
<i>TOTAL COSTO PRIMO</i>		133915,85		120934,86		125155,48		129523,41		134043,78
<i>COSTOS INDIRECTOS/SERVICIO</i>										
Depre. Muebles y enseres para la dotación del Servicio	84,44		84,44		84,44		84,44		84,44	
Depre. Equipo de producción del servicio	730,60		730,60		730,60		730,60		730,60	
Depre. Accesorios para la oferta del servicio	32,56		32,56		32,56		32,56		32,56	
Indumentaria de trabajo y prestación del servicio		2261,00		2339,91		2421,57		2506,08		2593,54
Amortización Activo Diferido	260,60		260,60		260,60		260,60		260,60	
Alquiler del vehículo		2421,67		2506,18		2593,65		2684,17		2777,84
Útiles de aseo		47,55		49,21		50,93		52,71		54,55
Servicios Básicos	318,56		329,68		341,19		353,09		365,42	
Imprevistos (5%)		307,85		316,66		325,78		335,21		344,98
<i>TOTAL COST. INDIRECT/SERVICIO</i>										
<i>TOTAL COSTOS del SERVICIO</i>	1426,76	5038,0664	1437,88	5211,96	1449,39	5391,92	1461,29	5578,17	1473,62	5770,91

COSTOS DE OPERACIÓN ADMINISTRATIVOS										
Sueldos y Salarios	8972,63		9285,78		9609,85		9945,24		10292,32	
Arriendo del local	362,22		374,86		387,94		401,48		415,49	
Depre. Muebles y Enseres	77,80		77,80		77,80		77,80		77,80	
Depre. Equipos de Oficina	7,00		7,00		7,00		7,00		7,00	
Depre. Equipo de Computación	280,50		280,50		280,50		313,50		313,50	
Útiles de Oficina		125,84		130,24		134,78		139,48		144,35
Servicios Básicos	318,56		329,68		341,19		353,09		365,42	
Útiles de Aseo		47,55		49,21		50,93		52,71		54,55
TOTAL GASTOS/ADMINISTRATIVOS	10018,71	173,3975	10355,62	179,45	10704,28	185,71	11098,11	192,19	11471,53	198,90
VENTAS										
Publicidad y Propaganda	315,64		326,66		338,06		349,86		362,07	
TOTAL GASTOS VENTAS	315,64		326,66		338,06		349,86		362,07	
FINANCIEROS										
Interés por Préstamo	1115,95		881,01		646,08		411,14		176,20	
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	1115,95		881,01		646,08		411,14		176,20	
SUBTOTAL	<i>12877,07</i>	<i>139127,32</i>	<i>13001,17</i>	<i>126326,27</i>	<i>13137,80</i>	<i>130733,12</i>	<i>13320,40</i>	<i>135293,77</i>	<i>13483,42</i>	<i>140013,59</i>
TOTAL DE COSTOS DE OPERACIÓN	152004,38		139327,43		143870,92		148614,17		153497,01	

FUENTE: Cuadro N° 43

ELABORACIÓN: Las Autoras

CUADRO N° 46
PRESUPUESTO DE INGRESOS

AÑO	INGRESOS ANUALES SERVICIO
2012	182405,26
2013	167192,92
2014	172645,10
2015	178337,00
2016	184196,41

FUENTE: Datos de los Puntos de Equilibrio

ELABORACIÓN: Las Autoras

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y los gastos durante un ejercicio, clasificándolos de acuerdo con las principales operaciones del negocio.

Se construye para calcular la utilidad neta del proyecto, y se obtiene restando los ingresos (*resultados de las ventas y otros ingresos*), todos los costos (*costo de producción, gastos operacionales, gastos financieros*), en que incurra la empresa para la prestación del servicio, y los impuestos que deba pagar de acuerdo a la ley en cada periodo económico.

CUADRO N° 47
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

DENOMINACIÓN		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	INGRESOS					
	Ingreso por servicio	182405,26	167192,92	172645,10	178337,004	184196,41
(+)	Valor Residual	0	0	8,50	0	846,20
	TOTAL INGRESOS	182405,26	167192,92	172653,60	178337	185042,61
(-)	Costos de servicio	140380,68	127584,70	131996,79	136562,87	141288,31
(=)	Utilidad Bruta por Servicio	42024,58	39608,22	40656,81	41774,13	43754,31
	COSTOS OPERATIVOS					
(+)	Gastos Administrativos	10192,11	10535,06	10889,99	11290,30	11670,43
(+)	Gastos de Ventas	315,64	326,66	338,06	349,86	362,07
(+)	Gastos Financieros	1115,95	881,01	646,08	411,14	176,20
	TOTAL COSTOS OPERATIVOS	11623,70	11742,74	11874,13	12051,30	12208,70
(-)	Utilidad Operativa	30400,88	27865,49	28782,68	29722,83	31545,60
(-)	15% Utilidad trabajadores	4560,13	4179,82	4317,40	4458,43	4731,84
(=)	Utilidad antes del impuesto a la Renta	25840,75	23685,66	24465,28	25264,41	26813,76
(-)	25% Impuesto a la Renta	6460,19	5921,42	6116,32	6316,10	6703,44
(=)	Utilidad Neta	19380,56	17764,25	18348,96	18948,31	20110,32
(-)	10% Reserva Legal	1938,06	1776,42	1834,90	1894,83	2011,03
(=)	UTILIDAD LIQUIDA DEL EJERCICIO	17442,50	15987,82	16514,06	17053,48	18099,29

FUENTE: Cuadro N° 46, 43

ELABORACIÓN: Las Autoras

FLUJO DE CAJA

Permite determinar las necesidades reales de capital en los distintos momentos de desarrollo del negocio, aquí se hace una comparación de los ingresos recibidos y egresos pagados efectivamente; en base a los datos que arroja puede fijarse los momentos en que se requiere incrementar ingresos, ya sea proveniente de aportes de los socios o de intermediarios financieros; es decir; permite determina la liquidez que tendrá la empresa en un período económico

determinado. Se lo realiza en primera instancia para el año cero considerando los datos de la inversión inicial y el flujo resultante, se considera como caja inicial del siguiente período y sucesivamente hasta los 5 años del proyecto.

CUADRO N° 48
FLUJO DE CAJA

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. INGRESOS						
Ventas		182405	167193	172645	178337	184196
Crédito	12035,68					
Capital Propio	8023,78					
Valor residual				8,50		846,20
TOTAL INGRESOS	20059,46	182405,26	167192,92	172653,60	178337,00	185042,61
2. EGRESOS						
Activo Fijo	6676,11					
Activo Diferido	1203,00					
Capital de Trabajo	12180,35					
Costos del Servicio		140381	127585	131997	136563	141288
Costo Operación + Gastos Financiero		11623,70	11742,74	11874,13	12051,30	12208,70
Repartición de utilidad		0,00	8721,25	7993,91	8257,03	8526,74
TOTAL DE EGRESOS	20059,46	152004,38	148048,69	151864,83	156871,20	162023,75
(=) Utilidad Bruta	0,00	30400,88	19144,24	20788,77	21465,80	23018,86
(-) 15% Reparto de trabajadores		4560,13	4179,82	4317,40	4458,43	4731,84
(=) Utilidad antes de impuestos		25840,75	14964,41	16471,37	17007,38	18287,02
(-) 25% Impuesto Renta		6460,19	5921,42	6116,32	6316,10	6703,44
(=) Utilidad líquida		19380,56	9043,00	10355,05	10691,27	11583,58
(+) Depreciación y Amortización Diferido		1473,50	1473,50	1473,50	1245,90	1245,90
(-) Amortización del crédito		2407,14	2407,14	2407,14	2407,14	2407,14
(=) FLUJO NETO	0,00	18446,92	8109,36	9421,41	9530,04	10422,35

FUENTE: Cuadro N° 41, 42, 47

ELABORACIÓN: Las Autoras

EVALUACIÓN FINANCIERA

Permite conocer la rentabilidad del proyecto a través de las técnicas de evaluación como: *VALOR ACTUAL NETO (VAN)*, *TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)*, Relación Beneficio / Costo (RBC) y el Análisis de Sensibilidad (AS). Su objetivo es determinar el mérito de un proyecto, estimándose como tal, el grado o nivel de utilidad que obtienen el empresario privado como premio al riesgo a utilizar su capital y su capacidad empresarial en la implementación de un proyecto.

g.4.1. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Es un índice de evaluación que consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto, estos datos se los obtiene del flujo neto de caja durante los años de operación del proyecto.

Al utilizar el VAN los criterios de decisión son los siguientes:

- ✦ ***VAN es mayor a cero (0)***; el proyecto es rentable y estará generando mayores beneficios que se producirá a la tasa pertinente del inversionista, que es la que se utilizará para la actualización.

- ✘ **VAN es menor a cero (0);** deberá ser rechazado, ya que la tasa mínima de atractividad es mayor a la que está generando la inversión.
- ✘ **VAN es igual a cero (0);** se puede o no llevar a cabo el proyecto, dado que la inversión genera un beneficio igual al que se obtendría, sin ningún riesgo, al colocar el capital en una entidad financiera.

CUADRO N° 49
VALOR ACTUAL NETO

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUAL
0	-20059,46		
1	18446,92	0,911079	16806,60
2	8109,36	0,830064	6731,29
3	9421,41	0,756254	7124,98
4	9530,04	0,689007	6566,26
5	10422,35	0,627740	6542,52
FUENTE: Cuadro N° 48			43771,66
ELABORACIÓN: Las Autoras			-20059,46
			63831,12

$$VAN = \sum \text{FlujosNeto} \text{ sActualiza dos} - \text{Inversión}$$

$$VAN = 43.771,66 - (-20.059,46)$$

$$VAN = 63.831,12$$

El resultado es de **63.831,12** que es mayor a *cero (0)*, por tanto el proyecto es rentable y está generando mayores beneficios. La tasa utilizada para la actualización es de **9,76%**.

g.4.2. RELACIÓN BENEFICIO/COSTOS (RB/C)

Constituye una alternativa que puede ser manejada por el inversionista con el fin de analizar la rentabilidad de un proyecto y si es posible su ejecución, permitiendo medir el rendimiento en dólares por cada dólar invertido.

Se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- ◆ ***B/C mayor a uno (1) se puede realizar el proyecto;*** ya que el valor presente de los beneficios, es mayor al de los costos.
- ◆ ***B/C igual a uno (1) es indiferente realizar el proyecto;*** lo cual significa que los beneficios netos apenas compensan el costo de oportunidad del dinero.
- ◆ ***B/C menos a uno (1) se debe rechazar el proyecto;*** ya que el valor presente de los beneficios es menor al de los costos, por tanto no es conveniente ejecutar dicho proyecto.

Para actualizar tanto los costos como los ingresos del proyecto se lo hace considerando la tasa de interés del capital pedido que es de **9,76%**.

A continuación se presenta el cuadro de la *RELACIÓN BENEFICIO / COSTO*:

CUADRO N° 50

RELACIÓN BENEFICIO/COSTO

AÑOS	ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL			ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
	COSTO TOTAL ORIGINAL	FACTOR ACTUALIZADO	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR ACTUALIZADO	INGRESO ACTUALIZADO
		9,76%			9,76%	
1	152.004,38	0,911079	138.487,96	182.405,26	0,911079	166.185,55
2	139.327,43	0,830064	115.650,75	167.192,92	0,830064	138.780,90
3	143.870,92	0,756254	108.802,96	172.645,10	0,756254	130.563,56
4	149.564,17	0,689007	103.050,75	178.337,00	0,689007	122.875,44
5	153.497,01	0,627740	96.356,15	184.196,41	0,627740	115.627,38
			562.348,57			674.032,82

FUENTE: Cuadro N° 43, 46

ELABORACIÓN: Las Autoras

$$Relación\ Beneficio / Costo = \frac{\Sigma Ingreso\ Act\ ualizado}{\Sigma Costo\ Actua\ lizado}$$

$$Relación\ Beneficio / Costo = \frac{674.031,82}{562.348,57}$$

$$Relación\ Beneficio / Costo = 1,20$$

Da como resultado un valor **mayor a uno (1)**, por lo que se puede realizar el proyecto, ya que el valor presente de los beneficios es mayor que el de los costos, expresando así; que por cada dólar invertido se obtendrá una ganancia de **\$ 0,20 centavos de dólar**.

g.4.3. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por período con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales q los desembolsos expresados en moneda actual.

Representa la rentabilidad media del dinero utilizado en el proyecto durante su vida útil, lo que significa que las utilidades adquiridas se vuelven a invertir.

Para la toma de decisiones se toma en cuenta:

- ✧ Si **la Tasa Interna de Retorno (TIR) es mayor que el costo del capital;** debe aceptarse el proyecto.
- ✧ Si **la Tasa Interna de Retorno (TIR) es igual que el costo del capital;** es indiferente llevar a cabo el proyecto, por tanto no es aconsejable invertir y si se lo hace se corre un gran riesgo.
- ✧ Si **la Tasa Interna de Retorno (TIR) es menor que el costo del capital;** debe rechazarse el proyecto.

**CUADRO N° 51
TASA INTERNA DE RETORNO**

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
		57,20%		57,50%	
0	-20059,46		-20059,46		-20059,46
1	18446,92	0,636132	11734,68	0,634921	11712,33
2	8109,36	0,404664	3281,57	0,403124	3269,08
3	9421,41	0,257420	2425,26	0,255952	2411,43
4	9530,04	0,163753	1560,57	0,162509	1548,72
5	10422,35	0,104169	1085,68	0,103180	1075,38
FUENTE: Cuadro N° 49			28,31		-42,52

ELABORACIÓN: Las Autoras

$$TIR = T_m + D_f \left(\frac{VAN_{menor}}{VAN_{menor} - VAN_{mayor}} \right)$$

$$TIR = 57,20 + 0,30 \left(\frac{2831}{2831 - (-4252)} \right)$$

$$TIR = 57,20 + 0,30 \left(\frac{2831}{7083} \right)$$

$$TIR = 57,20 + 0,30(0,399725955)$$

$$TIR = 57,20 + 0,119917787$$

$$TIR = 57,32\%$$

Tomando en cuenta que la *TIR* calculada para el proyecto es de **57,32%** y el costo de capital en el mercado es de **9,76%**, con este resultado el proyecto puede ser ejecutado.

g.4.4. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL/INVERSIÓN (PRI)

Permite calcular el tiempo en el que puede recuperar el capital invertido, a través de los ingresos que se obtenga a lo largo de la vida útil del proyecto, se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas.

CUADRO N° 52
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJO ACTUALIZADO	FLUJO ACUMULADO
0	-20059,46			
1	18446,92	0,911079	16806,60	16806,60
2	8109,36	0,830064	6731,29	23537,89
3	9421,41	0,756254	7124,98	30662,87
4	9530,04	0,689007	6566,26	37229,14
5	10422,35	0,627740	6542,52	43771,66
TOTAL			43771,66	152008,16

FUENTE: Cuadro N° 49

ELABORACIÓN: Las Autoras

$$PRI = \text{AñoQueSe Recupera} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{PrimerosFlujos}}{\text{FlujoDelAñoQueSuperaLaInversión}}$$

$$PRI = 2 + \frac{20.059,46 - 23.537,89}{6.731,29}$$

$$PRI = 2 + \frac{-3.478,43}{6.731,29}$$

$$PRI = 2 + (-0,51676)$$

$$PRI = 1,48$$

1 AÑO

$$0,48 * 12 = 5,76 \quad \mathbf{6 \text{ MESES}}$$

$$0,76 * 24 = 22,80 \quad \mathbf{23 \text{ DÍAS}}$$

La inversión se recuperará en: **1 año, 6 meses y 23 días.**

g.4.5. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD (AS)

Es conveniente efectuar el análisis de sensibilidad para el proyecto, porque se trata de medir si le afectan o no dos situaciones que se dan en una economía, esto es: el aumento en los costos y la disminución de los ingresos.

Para la toma la decisión debe considerarse lo siguiente:

- ♦ Cuando el ***coeficiente de sensibilidad es mayor que uno (1)***; el proyecto es sensible.
- ♦ Cuando el ***coeficiente de sensibilidad es igual que uno (1)***; el proyecto no sufre ningún efecto.
- ♦ Cuando el ***coeficiente de sensibilidad es menor que uno (1)***; el proyecto no es sensible.

CUADRO Nº 53
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 13,599% EN LOS COSTOS

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZ	VALOR ACTUAL	FACTOR ACTUALIZ	VALOR ACTUALIZADO
		13,599%			36,00%		36,50%	
						-20.059,46		-20.059,46
1	152.004,38	172.675,46	182.405,26	9.729,80	0,73529	7.154,27	0,73260	7.128,06
2	139.327,43	158.274,57	167.192,92	8.918,35	0,54066	4.821,77	0,53670	4.786,51
3	143.870,92	163.435,92	172.645,10	9.209,18	0,39754	3.661,04	0,39319	3.620,95
4	149.564,17	169.903,40	178.337,00	8.433,60	0,29231	2.465,23	0,28805	2.429,31
5	153.497,01	174.371,07	184.196,41	9.825,34	0,21493	2.111,80	0,21103	2.073,41
						154,65		-21,22

FUENTE: Cuadro Nº 46, 50

ELABORACIÓN: Las Autoras

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{menor}}{VAN_{menor} - VAN_{mayor}} \right)$$

$$NTIR = 36,00 + 0,50 \left(\frac{15465}{15465 - (-21,22)} \right)$$

$$NTIR = 36,44\%$$

$$TIR_{delPROY ECTO} = 57,32\%$$

1. DIFERENCIA DE TIR

$$Dif .TIR = TIRdelPROY ECTO - NTIR$$

$$Dif .TIR = 57,32\% - 36,44\%$$

$$Dif .TIR = 20,88\%$$

2. PORCENTAJE DE VARIACIÓN

$$\%VAR . = \left(\frac{Dif .TIR}{TIRdelPROY ECTO} \right) * 100$$

$$\%VAR = \left(\frac{20,88}{57,32} \right) * 100$$

$$\%VAR .36,43\%$$

3. SENSIBILIDAD

$$S = \frac{\%VARIACIÓN}{NTIR}$$

$$S = \frac{36,43\%}{36,44\%}$$

$$S = 0,9996788$$

CUADRO Nº 54
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 11,343% EN LOS INGRESOS

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			11,343%		36,35%		36,55%	
						-20.059,46		-20.059,46
1	152.004,38	182.405,26	161.715,03	9.710,65	0,733407	7.121,85	0,732332	7.111,42
2	139.327,43	167.192,92	148.228,23	8.900,79	0,537885	4.787,61	0,536311	4.773,59
3	143.870,92	172.645,10	153.061,97	9.191,05	0,394489	3.625,77	0,392758	3.609,86
4	149.564,17	178.337,00	158.108,24	8.544,07	0,289321	2.471,98	0,287629	2.457,52
5	153.497,01	174.371,07	154.592,16	9.825,34	0,212190	2.084,84	0,210640	2.069,61
						32,58		-37,45

FUENTE: Cuadro Nº 46, 50

ELABORACIÓN: Las Autoras

$$NTIR = T_m + D_t \left(\frac{VAN_{menor}}{VAN_{menor} - VAN_{mayor}} \right)$$

$$TIR = 36,35 + 0,20 \left(\frac{32,58}{32,58 - (-37,45)} \right)$$

$$NTIR = 36,44\%$$

$$TIR_{delPROYECTO} = 57,32\%$$

1. DIFERENCIA DE TIR

$$Dif .TIR = TIRdelPROY ECTO - NTIR$$

$$Dif .TIR = 57,32\% - 36,44\%$$

$$Dif .TIR = 20,88\%$$

2. PORCENTAJE DE VARIACIÓN

$$\%VAR . = \left(\frac{Dif .TIR}{TIRdelPROY ECTO} \right) * 100$$

$$\%VAR = \left(\frac{20,88\%}{57,32\%} \right) * 100$$

$$\%VAR . = 36,42\%$$

3. SENSIBILIDAD

$$S = \frac{\%VARIACIÓN}{NTIR}$$

$$S = \frac{36,42\%}{36,44\%}$$

$$S = 0,9994135$$

Con el **incremento de los costos** con un **13,599%** el coeficiente de sensibilidad es de **0,9996788**; mientras con la disminución de los ingresos con un **11,343%** el coeficiente de sensibilidad es de **0,9994135**, es decir; que el proyecto no es sensible.

CONCLUSIONES

h) CONCLUSIONES

Realizada la investigación se llegó a las siguientes conclusiones;

- ◆ La segmentación de mercado está dirigida a los padres de familia (*padre o madre*); dado que los servicios de organización de eventos infantiles son contratados por los padres de familia; permitiendo conocer los deseos insatisfechos y las requerimientos al momento de acceder a este servicio.

- ◆ En el cantón Macará existe una demanda considerable para este servicio; no hay ofertantes que satisfagan la necesidad (deseo) de organizar este tipo de eventos, su competencia en caso de ser implementado se encuentran fuera de la localidad.

- ◆ Para la realización del *Estudio de Mercado* se consideró la aplicación de una muestra de **331 encuestas** a una población de **4.588 familias** que están conformadas por: comerciantes, profesionales, empleados públicos y privados; que habitan en el cantón Macará, se obtuvo una *demanda potencial* de **8.060 eventos** tomando como referencia el porcentaje de familias que Si tienen hijos/as; permitiendo así determinar la *demanda*

efectiva que es de **4.976 eventos** que representan la aceptación del servicio en caso de ser implementado.

◆ La demanda y la oferta actual se la determinó en base a fuentes primarias (*encuestas*). A partir de la demanda actual se obtuvo la demanda efectiva para los cinco años de vida útil del proyecto considerando el **0,00% da tasa crecimiento poblacional** para el cantón Macará.

◆ Conociendo la oferta y demanda proyectadas, se realizó el balance entre ellas, es así que contando con una demanda de **4.976 eventos** y una *oferta* de **130 eventos** para el año base, se determina la demanda insatisfecha la misma que da un total de **4.846 eventos** por satisfacer.

◆ La empresa puede utilizar el **100%** de su *capacidad instalada*. Pero participará con el **42,74%** en el primer año de operatividad de la empresa, lo que equivale a **156 eventos** y para los demás años de vida útil del proyecto atenderá con un **56,99%** que representa **208 eventos** anuales.

◆ Para la prestación del servicio de acuerdo a las necesidades técnicas de la empresa, se estima un espacio físico para las instalaciones de **80**

m², la misma que se ubicará en las calles Manuel Enrique Rengel y Carlos Jaramillo esquina, en el sector sur del cantón Macará.

◆ La empresa funcionará bajo la razón social de **%EVENTOS DIVERTIMUNDO+ CIA LTDA**, de acuerdo a lo estipulado por la Ley de Compañías. Se prevé una inversión inicial de **\$ 20.059,46 dólares** tanto en activos fijos, gastos pre-operativos y capital de trabajo indispensables para el arranque de la empresa, mismos que serán financiados el **40%** con *aportaciones de los socios* y el **60%** mediante crédito al Banco de Loja, que se grabará con tasa de interés anual del **9,76%** para cinco años plazo en cuotas variables semestrales.

◆ El análisis de costos y gastos permite establecer que el precio de venta al público (*P.V.P*) del servicio de organización de eventos para el primer año debe ser de **\$ 1.169,26 dólares** contemplando el **20%** de utilidad.

◆ La evaluación financiera presenta los siguientes resultados: de acuerdo al valor actual neto (*VAN*) del presente proyecto nos da un valor positivo de **63.831,12** lo que indica que el proyecto se lo puede ejecutar.

◆ En el proyecto la tasa interna de retorno (*TIR*) es de **57,32%**, siendo satisfactorio para su realización.

- ◆ La relación beneficio/costo (*RB/C*) nos refleja que por cada dólar invertido se obtendrá **\$ 0,20 centavos de dólar**.

- ◆ El período en que se recupera la inversión original sería en: **1 año, 6 meses y 23 días**

- ◆ Los valores de sensibilidad son menores a **1 (uno)**, es decir; con el **incremento de los costos** con un **13,599%** el coeficiente de sensibilidad es de **0,9996788**; mientras con la disminución de los ingresos con un **11,343%** el coeficiente de sensibilidad es de **0,9994135**; por lo que no afectan al proyecto ni los incrementos en los costos ni la disminución en los ingresos, es decir; que el proyecto no es sensible a dichos cambios.

- ◆ Por último podemos concluir que se ha cumplido con los objetivos planteados llegando a determinar la factibilidad para la creación de la empresa organizadora de eventos infantiles en el cantón Macará; puesto que existe disponibilidad del mercado, una apropiada disposición técnica, organizativa y legal: generando rentabilidad, beneficios para sus propietarios y contribuye al desarrollo socio- económico del cantón.

RECOMENDACIONES

i) RECOMENDACIONES

Al término del trabajo de investigación creemos conveniente realizar las siguientes recomendaciones:

✧ A sabiendas de que no se puede influir en el incremento de las fiestas infantiles para aumentar la venta de los servicios, la empresa debe poner especial atención en el sistema de comunicación que utilice para mantener informada a la población sobre la existencia de la nueva empresa organizadora de eventos infantiles, con el servicio completo que se encargará de cada detalle en esos momentos inolvidables para sus hijos/as; esto con el afán de que cuando a la gente se le presente el deseo, sepan exactamente a dónde acudir.

✧ Habiendo determinado la factibilidad del proyecto tanto de mercado, técnico, administrativo, legal y económico-financiero, consideramos que debería tomarse como una opción atractiva para los inversionistas locales; puesto que la ejecución del mismo significaría la obtención de beneficios tanto sociales como económicos.

✧ Creemos que al ejecutarse el presente proyecto se logrará generar empleo y de esta manera se podrá contribuir a mejorar la situación local.

✧ Si las condiciones de mercado lo ameritan la *capacidad utilizada* debe implementarse de acuerdo a las etapas descritas en el tamaño del proyecto.

✧ En la empresa %EVENTOS DIVERTIMUNDO+, se estableció una organización estructural y funcional, así mismo un manual con especificaciones claras de las funciones del personal que entrará a operar en la misma, bajo la dirección de personal debidamente capacitado por lo que recomendamos su aplicación.

✧ La empresa debe constituirse bajo las características de *responsabilidad limitada*, para ofrecer mayor seguridad a los riesgos de inversión. Para las operaciones de la empresa debe evitarse el incurrir en gastos innecesarios como el exceso de personal y de mercadería.

✧ Se propone mantener revisiones semestrales del análisis de costos para poder realizar los ajustes necesarios en el precio de venta al público (*P.V.P*), de manera que se produzca los ingresos suficientes para solventar los costos de operación y obtener las utilidades esperadas; así mismo es importante que la empresa trabaje por encima de los puntos de equilibrio establecidos para que pueda obtener mayores beneficios.

BIBLIOGRAFÍA

j) BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

- ✂ CÓRDOVA PADILLA, Marcial. Formulación y evaluación de Proyectos ediciones 2006.
- ✂ Congreso Nacional del Ecuador. Ley Orgánica de Régimen Municipal. Versión electrónica en el Sitio Web de la Asociación de Municipalidades del Ecuador, AME. Quito, Ecuador, 2007.
- ✂ Gobierno de Chiapas. Centro de Vivienda y Poblamiento, COPEVI - México. Publicado por el Programa de Gestión Urbana, PGU. Quito, Ecuador. 2004.
- ✂ Módulo 10 UNL. Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión.
- ✂ NIEVES, Ramón. Formulación y evaluación de proyectos de inversión.
- ✂ PASACA MORA, Manuel Enrique. Formulación y evaluación de proyectos de inversión. Loja. Ecuador. 2004.
- ✂ Pereña Brand, Jaime. Dirección y Gestión de Proyectos. 1991 Díaz Santos, S.A.

- ✂ VAROS, Remedios. 2001. Valuación de proyectos de inversión a través de opciones reales.
- ✂ Consultoría como servicio a las Pymes capítulo de estudio de la GFA
- ✂ Fundamentos de Gestión Empresarial Valleta Ediciones. Teoría Práctica desde un enfoque sistémico.
- ✂ Myungho Yoo, Director del Instituto Coreano para el desarrollo de estrategias, Desarrollo Local Competitivo Seminario de la Utpl agosto 2009
- ✂ Moon . Kyum Kim Ph D, Departamento de emprendimiento y negocios de la Universidad Soongsil de Corea en Seminario de la Utpl 24 de agosto 2009.

PÁGINAS WEB

✂ <http://go.worldbank.org/R1YECS93R0>

✂ <http://www.algordanza.com/>

✂ www.cremacionespacifico.com.pe


✂ www.gestiopolis.com

 [/www.pacificoperuano.com.pe](http://www.pacificoperuano.com.pe)

 www.wikilearning.com

 www.wikipedia.org

 www.floorplanner.com/demo

 http://www.bancodeboja.fin.ec:8080/images/stories/transparencia/1_CREDITO.PDF


 <http://www.bce.fin.ec/>

 <http://es.wikipedia.org/wiki/Proyecto>

 <http://www.monografias.com/trabajos16/proyecto-inversion/proyecto-inversion.shtml>

 <http://definicion.de/proyecto/>

 <http://www.alegsa.com.ar/Dic/factibilidad.php>

 <http://www.mitecnologico.com/Main/FactibilidadInvestigacion>

 http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_factibilidad

 http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_prefactibilidad

- ✍ <http://egresados.universia.com.ec/emprendedores/crear-empresa/>
- ✍ <http://www.monografias.com/trabajos21/empresa-ecuador/empresa-ecuador.shtml>
- ✍ <http://definicion.de/empresa/>
- ✍ <http://admindeempresas.blogspot.com/2007/11/elementos-de-la-empresa.html>
- ✍ <http://es.wikipedia.org/wiki/Empresa>
- ✍ <http://www.slideshare.net/gcfusco/organizacindeeventoscaece-1141331>
- ✍ http://www.organizareventos.com/organizacion_de_eventos/evento.html
- ✍ http://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_de_eventos
- ✍ <http://www.definicionesde.com/e/canton/>
- ✍ <http://www.lojaturistico.com/?q=taxonomy/term/79>
- ✍ <http://www.vivaloja.com/content/view/1050/199/>

ANEXOS

k) NEXOS

ANEXO N° 01

ENCUESTA APLICADA A LOS USUARIOS



OBJETIVO: *cumplir los requerimientos académicos de la carrera de Administración de Empresas de la ciudad de Loja, estamos realizando una investigación de mercado para determinar la demanda que tendrá la empresa Organizadora de Eventos Infantiles en el cantón Macará como tema propuesto de tesis, para lo cual precisamos de su información veraz y confiable ya que nos permitirá la obtención del título de Ingenieras Comerciales.*

DATOS GENERALES:

- EDAD:** Menos de 18 años ()
 De 18 a 24 años () De 25 a 31 años ()
 De 32 a 38 años () Más de 38 años ()
- SEXO:** Masculino () Femenino ()

1. ¿Indique en que rango se encuentra su ingreso mensual?

- De \$ 1,00 Æ \$ 265,00 dólares ()
 De \$ 266,00 Æ \$ 530,00 dólares ()
 De \$ 531,00 Æ \$ 795,00 dólares ()
 De \$ 795,00 Æ \$ 1.060,00 dólares ()
 Más de \$ 1.061,00 dólares ()

2. ¿Señale donde corresponda, en su hogar usted tiene hijos?:

¿TIENE HIJOS?		¿CUÁNTOS?		¿EDADES?	
SI		1 a 2 hijos		1 a 2 años	
		3 a 4 hijos		3 a 5 años	
NO		Más de 4 hijos		6 a 9 años	
				Más de 9 años	

3. ¿Ha utilizado usted el servicio de organización de eventos infantiles?

SI () NO ()

4. ¿Mencione la empresa o negocio que le brindo este servicio?

¿NOMBRE EMPRESA?	¿QUE SERVICIO?
	Cumpleaños
	Bautizo
	Otros: Á Á Á Á Á Á ..

5. ¿Con qué frecuencia utiliza este servicio?

Mensual () Semestral ()
Trimestral () Anual ()

6. ¿A qué precio adquirió este servicio?

De \$ 1,00 Æ \$ 265,00 dólares ()
De \$ 266,00 Æ \$ 530,00 dólares ()
De \$ 531,00 Æ \$ 795,00 dólares ()
De \$ 795,00 Æ \$ 1.060,00 dólares ()
Más de \$ 1.061,00 dólares ()

7. ¿Cómo califica la calidad y atención del servicio que usted utilizo?

Excelente () Regular ()
Buena () Malo ()

8. El servicio de organización de eventos infantiles que adquirió ha satisfecho completamente sus deseos. ¿Señale los 3 más importantes?

Precio	()	Calidad	()
Decoración	()	Atención	()
Presentación	()		

9. ¿En caso de implementarse una empresa dedicada a la organización de eventos infantiles en el cantón, adquiriría usted el servicio?

SI () NO ()

10. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por este tipo de servicio?

De \$ 1,00 Æ \$ 265,00 dólares	()
De \$ 266,00 Æ \$ 530,00 dólares	()
De \$ 531,00 Æ \$ 795,00 dólares	()
De \$ 795,00 Æ \$ 1.060,00 dólares	()
Más de \$ 1.061,00 dólares	()

11. ¿Qué formas de pago le gustaría que ofrezca la empresa?

Crédito () Contado () Tarjeta de Crédito ()

12. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que preste la empresa organizadora de fiestas infantiles?

Juegos Inflables	()	Animación	()
Payasos	()	Disco Móvil	()
Pintar las caritas de los niños/niñas	()	Preparación de comida	()
Máquinas de canguil y algodón de azúcar	()	Salón	()

ANEXO N° 03

PRESUPUESTO DE MENAJE

CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1040	Plato tendido (<i>docena</i>)	2,25	2340,00
1040	Cucharas (<i>docena</i>)	2,00	2080,00
1040	Cucharillas (<i>docena</i>)	1,75	1820,00
1040	Trinches (<i>docena</i>)	2,00	2080,00
1040	Cuchillos (<i>docena</i>)	2,00	2080,00
156	Piñatas	10,00	1560,00
312	Aguinaldos (<i>paquetes</i>)	0,80	249,60
3120	Sorpresas para niñas (<i>unidades</i>)	2,50	7800,00
3120	Sorpresas para niños (<i>unidades</i>)	2,50	7800,00
312	Chupeteros	9,60	2995,20
6240	Antifaces	1,35	8424,00
6240	Pitos	0,45	2808,00
250	Vasos (<i>50 unidades</i>)	2,30	575,00
		TOTAL	42611,80

FUENTE: Plásticos "YASBEHT"

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO N° 04

PROYECCIÓN DEL MENAJE

AÑOS	VALOR TOTAL
0	42611,80
1	44098,95
2	45638,01
3	47230,77
4	48879,13
5	50585,01

FUENTE: Anexo N° 03

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO N° 05**PRESUPUESTO MUEBLES Y ENSERES PARA LA DOTACIÓN DEL SERVICIO**

CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
40	Silla Marsella, <i>color beige (marca Pica)</i>	8,60	344,00
40	Silla Pokes, <i>color azul y rojo (marca Pica)</i>	6,75	270,00
12	Mesas Murcia, <i>color beige (marca Pica)</i>	19,20	230,40
		TOTAL ANUAL	844,40

FUENTE: Almacén PICA

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO N° 06**DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES PARA LA DOTACIÓN DEL SERVICIO****DATOS:**

COSTO 844,40

% DE DEPRECIACIÓN 10%

VIDA ÚTIL ESTIMADA 5 años

DEPRECIACIÓN 84,44

AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR /LIBROS
0			844,40
1	84,44	84,44	759,96
2	84,44	168,88	675,52
3	84,44	253,32	591,08
4	84,44	337,76	506,64
5	84,44	422,20	422,20
6	84,44	506,64	337,76
7	84,44	591,08	253,32
8	84,44	675,52	168,88
9	84,44	759,96	84,44
10	84,44	844,40	0,00

FUENTE: Anexo N° 05

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO N° 07
PRESUPUESTO EQUIPOS DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO

CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO/UNITARIO	TOTAL
1	Refrigeradora (<i>Innova</i>)	600,00	600,00
1	Cocina Normal (<i>4 quemadores</i>)	120,00	120,00
1	Licuada (<i>con pica todo</i>)	40,00	40,00
1	Batidora manual multimix	50,00	50,00
1	Horno Industrial 3 latas	150,00	150,00
1	Microondas (<i>07 Daewoo</i>)	65,00	65,00
1	Olla de presión (<i>Crown 7 litros</i>)	28,00	28,00
1	Canguilera	1200,00	1200,00
1	Amplificador	400,00	400,00
1	Algodonera de azúcar	1000,00	1000,00
FUENTE: Almacén "Rosas-Iñiguez"		TOTAL ANUAL	3653,00

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO N° 08
DEPRECIACIÓN EQUIPOS PARA LA PRODUCCIÓN DEL SERVICIO

COSTO	3653,00
% DE DEPRECIACIÓN	20%
VIDA ÚTIL ESTIMADA	5 años
DEPRECIACIÓN	730,60

AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR /LIBROS
0			3653,00
1	730,60	730,60	2922,40
2	730,60	1461,20	2191,80
3	730,60	2191,80	1461,20
4	730,60	2922,40	730,60
5	730,60	3653,00	0,00

FUENTE: Anexo N° 07

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO Nº 10
PROYECCIÓN SERVICIOS BÁSICOS

AÑOS	VALOR TOTAL
0	615,64
1	637,13
2	659,36
3	682,37
4	706,19
5	730,83

FUENTE: Anexo Nº 09

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO Nº 11
PRESUPUESTO ÚTILES DE OFICINA

CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO/UNITARIO	TOTAL
12	Lapiceros	0,35	4,20
3	Correctores	1,15	3,45
3	Cuadernos	1,50	4,50
2	Block Facturas	7,00	14,00
1	Block Notas de venta	7,00	7,00
3	Resaltadores	1,30	3,90
5	Papel boon (<i>resma</i>)	3,75	18,75
2	Grapadoras	3,00	6,00
2	Perforadoras	2,50	5,00
6	Tinta de impresora	4,50	27,00
2	Cajas de grapas	0,50	1,00
3	Cajas de clips	0,40	1,20
2	Archivadores	6,80	13,60
1	Calculadora	12,00	12,00
		TOTAL ANUAL	121,60

FUENTE: La Reforma

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO Nº 12
PROYECCIÓN ÚTILES DE OFICINA

AÑOS	VALOR TOTAL
0	121,60
1	125,84
2	130,24
3	134,78
4	139,48
5	144,35

FUENTE: Anexo Nº 11

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO Nº 13
PRESUPUESTO ÚTILES DE ASEO

CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO/ UNITARIO	TOTAL
3	Escobas	1,90	5,70
3	Trapeadores	3,00	9,00
5	Lava vajilla	2,50	12,50
6	Esponjas	0,80	4,80
4	Franelas	1,50	6,00
3	Cestos para papeles	3,00	9,00
3	Recogedores de basura (<i>plásticos</i>)	1,65	4,95
5	Toallas para cocina	0,75	3,75
3	Papel higiénico (<i>pacas de 24 unidades</i>)	3,00	9,00
8	Jaboncillos	0,80	6,40
4	Cloros de 2 litros	2,20	8,80
4	Desinfectantes de 2 litros	3,00	12,00
		TOTAL ANUAL	91,90

FUENTE: "Limpieza Total"

ELABORACIÓN: Las Autoras

**ANEXO Nº 14
PROYECCIÓN ÚTILES DE ASEO**

AÑOS	VALOR TOTAL
0	91,90
1	95,11
2	98,43
3	101,86
4	105,42
5	109,10

FUENTE: Anexo Nº 13

ELABORACIÓN: Las Autoras

**ANEXO Nº 15
PRESUPUESTO ACTIVOS DIFERIDOS**

DESCRIPCIÓN	PRECIO/UNITARIO	TOTAL
Estudios preliminares	500,00	500,00
Elaboración de la Minuta de Constitución	100,00	100,00
Inscripción en el Registro Mercantil	150,00	150,00
RUC	3,00	3,00
Permiso de funcionamiento	300,00	300,00
Inscripción de Cámara Comercio Macará	250,00	250,00
	TOTAL ANUAL	1303,00

FUENTE: SRI, Cámara de Comercio de Macará, Ilustre Municipalidad de Macará

ELABORACIÓN: Las Autoras

**ANEXO Nº 16
TABLA DE AMORTIZACIÓN ACTIVO DIFERIDO**

AÑOS	VALOR ACTUAL DIFERIDO	AMORTIZACIÓN	SALDO FINAL
1	1303,00	260,60	1042,40
2	1042,40	260,60	781,80
3	781,80	260,60	521,20
4	521,20	260,60	260,60
5	260,60	260,60	0,00

FUENTE: Anexo Nº 15

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO Nº 17
PRESUPUESTO EQUIPOS DE OFICINA

CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO/UNITARIO	TOTAL
1	Telefax	40,00	40,00
1	Sumadora eléctrica	30,00	30,00
		TOTAL ANUAL	70,00

FUENTE: Gráficas Santiago

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO Nº 18
DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE OFICINA

DATOS

COSTO	70,00
% DE DEPRECIACIÓN	10%
VIDA ÚTIL ESTIMADA	10 AÑOS
DEPRECIACIÓN	7,00

AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR/LIBROS
0			70,00
1	7,00	7,00	63,00
2	7,00	14,00	56,00
3	7,00	21,00	49,00
4	7,00	28,00	42,00
5	7,00	35,00	35,00
6	7,00	42,00	28,00
7	7,00	49,00	21,00
8	7,00	56,00	14,00
9	7,00	63,00	7,00
10	7,00	70,00	0,00

FUENTE: Anexo Nº 17

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO Nº 19
PRESUPUESTO MUEBLES Y ENSERES

CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
2	Escritorios	150,00	150,00
2	Sillas giratorias para escritorio	60,00	120,00
4	Sillas para escritorio (normal)	32,00	128,00
1	Estante	180,00	180,00
1	Vitrina para vajilla	200,00	200,00
		TOTAL ANUAL	778,00

FUENTE: Almacenes "Rosas-Iñiguez"

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO Nº 20
DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES

COSTO	778,00
% DE DEPRECIACIÓN	10%
VIDA ÚTIL ESTIMADA	10 AÑOS
DEPRECIACIÓN	77,80

AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR/LIBROS
0			778,00
1	77,80	77,80	700,20
2	77,80	155,60	622,40
3	77,80	233,40	544,60
4	77,80	311,20	466,80
5	77,80	389,00	389,00
6	77,80	466,80	311,20
7	77,80	544,60	233,40
8	77,80	622,40	155,60
9	77,80	700,20	77,80
10	77,80	778,00	0,00

FUENTE: Anexo Nº 19

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO Nº 21**PRESUPUESTO ACCESORIOS PARA LA PRODUCCIÓN DEL SERVICIO**

CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO/UNITARIO	TOTAL
3	Ollas económica 34cm	14,00	42,00
3	Ollas económica 28cm	12,00	36,00
3	Cuchareta nº 15 Ac. Inox	2,25	6,75
2	Espátulas	1,50	3,00
1	Juego de cuchillos 10 piezas	13,75	13,75
1	Juego de utensilios/pastel	10,00	10,00
8	Charoles grandes	4,35	34,80
5	Set reposteros condimenteros	3,30	16,50
		TOTAL ANUAL	162,80

FUENTE: "Todo Hogar"

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO Nº 22**DEPRECIACIÓN ACCESORIOS PARA LA OFERTA DEL SERVICIO****DATOS****COSTO** 162,80**% DE DEPRECIACIÓN** 20%**VIDA ÚTIL ESTIMADA** 5 AÑOS**DEPRECIACIÓN** 32,56

AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR/LIBROS
0			162,80
1	32,56	32,56	130,24
2	32,56	65,12	97,68
3	32,56	97,68	65,12
4	32,56	130,24	32,56
5	32,56	162,80	0,00

FUENTE: Anexo Nº 21

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO N° 23
PRESUPUESTO INDUMENTARIAS DE TRABAJO Y
PRESENTACIÓN DEL SERVICIO

CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO/UNITARIO	TOTAL
2	Delantal de cocina	10,00	20,00
2	Chalecos meseros	13,00	26,00
35	Manteles	15,00	525,00
35	Sobre mantel	7,50	262,50
115	Cobertores de sillas	8,75	1006,25
115	Lazos de sillas	3,00	345,00
FUENTE: C. Comercial "Ernesto Correa"			
			TOTAL ANUAL
			2184,75

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO N° 24
PROYECCIÓN INDUMENTARIAS DE TRABAJO Y
PRESTACIÓN DEL SERVICIO

AÑOS	VALOR TOTAL
0	2184,75
1	2261,00
2	2339,91
3	2421,57
4	2506,08
5	2593,54

FUENTE: Anexo N° 23

ELABORACIÓN: Las Autoras

**ANEXO Nº 25
PRESUPUESTO ARRIENDO DEL LOCAL**

CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO/UNITARIO	TOTAL
1	Local donde funciona la empresa	350,00	350,00
ELABORACIÓN: Las Autoras		TOTAL ANUAL	350,00

**ANEXO Nº 26
PROYECCIÓN DE ARRIENDO DEL LOCAL**

AÑOS	VALOR TOTAL
0	350,00
1	362,22
2	374,86
3	387,94
4	401,48
5	415,49

FUENTE: Anexo Nº 25

ELABORACIÓN: Las Autoras

**ANEXO Nº 27
PRESUPUESTO ALQUILER DEL VEHÍCULO**

CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO/UNITARIO	TOTAL
156	Alquiler de vehículo <i>(por día)</i>	15,00	2340,00
FUENTE: Cooperativa de Camionetas "LA FRONTERA"		TOTAL ANUAL	2340,00

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO N° 28
PROYECCIÓN DE ALQUILER DEL VEHÍCULO

AÑOS	VALOR TOTAL
0	2340,00
1	2421,67
2	2506,18
3	2593,65
4	2684,17
5	2777,84

FUENTE: Anexo N° 27

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO N° 29
PRESUPUESTO PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO/UNITARIO	TOTAL
1	Stock publicitario	200,00	200,00
10	Cuñas radiales	10,00	100,00
100	Hojas volantes	5,00	5,00
		TOTAL ANUAL	305,00

FUENTE: MundoVision, Radio Macará,
Imprenta "Jaramillo"

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO Nº 30
PROYECCIÓN PUBLICIDAD Y
PROPAGANDA

AÑOS	VALOR TOTAL
0	305,00
1	315,64
2	326,66
3	338,06
4	349,86
5	362,07

FUENTE: Anexo Nº 29

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO Nº 31
PRESUPUESTO ACTIVOS DIFERIDOS

DESCRIPCIÓN	GERENTE	SECRETARIA CONTADORA
Remuneración Salarial Unificada	300,00	264,00
Décimo Tercer Sueldo	25,00	22,00
Décimo Cuarto Sueldo	25,00	22,00
Vacaciones	12,50	11,00
Aporte Patronal (12,15%)	36,45	32,08
Fondos de reserva	25,00	22,00
PAGO REAL DEL TRABAJADOR	423,95	373,08
Aporte Individual (-9,35)	39,64	34,88
Líquido a pagar mensual	384,31	338,19
TOTAL ANUAL	4611,73	4058,32
TOTAL ANUAL SUELDOS ADMINISTRATIVOS		8670,05

FUENTE: Rol de Pagos

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO N° 32
PROYECCIÓN SUELDOS ADMINISTRATIVOS

AÑOS	VALOR TOTAL
0	8670,05
1	8972,63
2	9285,78
3	9609,85
4	9945,24
5	10292,32

FEUNTE: Anexo N° 31

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO N° 33
PRESUPUESTO MANO DE OBRA DIRECTA PRIMER AÑO

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR POR EVENTO	TOTAL ANUAL
1	Cocinera	80,00	12480,00
1	Mesero	20,00	3120,00
1	Fotógrafo	25,00	3900,00
1	DJ	28,00	4368,00
1	Diseñador de Interiores	30,00	4680,00
		TOTAL ANUAL	28548,00

FUENTE: Cotizaciones de diferentes profesionales

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO N° 34
PROYECCIÓN MANO DE OBRA DIRECTA PRIMER AÑO

AÑOS	VALOR TOTAL
0	28548,00
1	29544,33

FUENTE: Anexo N° 33

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO N° 35
PRESUPUESTO MANO DE OBRA DIRECTA PARA LOS
RESTANTES AÑOS DE VIDA ÚTIL DEL PROYECTO
(N° EVENTOS 208)

CANT.	DESCRIPCIÓN	VALOR POR EVENTO	TOTAL ANUAL
1	Cocinera	80,00	16640,00
1	Mesero	20,00	4160,00
1	Fotógrafo	25,00	5200,00
1	DJ	28,00	5824,00
1	Diseñador de Interiores	30,00	6240,00
FUENTE: Cotizaciones de diferentes profesionales		TOTAL ANUAL	38064,00

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO N° 36
PRESUPUESTO MANO DE OBRA DIRECTA
PARA LOS RESTANTES
AÑOS DE VIDA ÚTIL DEL PROYECTO (N°
208 EVENTOS)

AÑOS	VALOR TOTAL
0	38064,00
1	39392,43
2	40767,23
3	42190,01
4	43662,44
5	45186,26

FUENTE: Anexo N° 37

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO Nº 37**PRESUPUESTO MATERIA PRIMA DIRECTA PRIMER AÑO**

DESCRIPCIÓN	VALOR POR EVENTO	TOTAL ANUAL
Buffet	100,00	20800,00
Tortas	60,00	12480,00
Bocaditos	30,00	6240,00
Materiales de decoración	90,00	18720,00
	TOTAL ANUAL	58240,00

FUENTE: Cotización de precios de diferentes pastelerías y organizadores de eventos

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO Nº 38**PROYECCIÓN MANO DE OBRA DIRECTA PRIMER AÑO**

AÑOS	VALOR TOTAL
0	58240,00
1	60272,58

FUENTE: Anexo Nº 37

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO Nº 39**PRESUPUESTO MATERIA PRIMA DIRECTA PARA LOS RESTANTES
AÑOS DE VIDA ÚTIL DEL PROYECTO**

DESCRIPCIÓN	VALOR POR EVENTO	TOTAL ANUAL
Buffet	100,00	10400,00
Tortas	60,00	6240,00
Bocaditos	30,00	3120,00
Materiales de decoración	120,00	12480,00
	TOTAL ANUAL	32240,00

FUENTE: Cotización de precios de diferentes pastelerías y organizadores de eventos

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO N° 40
PROYECCIÓN DE MATERIA PRIMA DIRECTA
PARA LOS AÑOS RESTANTES DE VIDA ÚTIL
DEL PROYECTO

AÑOS	VALOR TOTAL
0	32240,00
1	33365,18
2	34529,62
3	35734,70
4	36981,85
5	38272,51

FUENTE: Anexo N° 39

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO N° 41
PRESUPUESTO EQUIPO DE COMPUTACIÓN

CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO/UNITARIO	TOTAL
1	INTEL CORE 2DUO.WINDOWS VISTA	850,00	850,00
TOTAL ANUAL			850,00

FUENTE: Triple C

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO Nº 42
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DATOS:

COSTO	850,00
% DE DEPRECIACIÓN	33%
VIDA ÚTIL ESTIMADA	3 AÑOS
DEPRECIACIÓN	280,50

AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR/LIBROS
0			850,00
1	280,50	280,50	569,50
2	280,50	561,00	289,00
3	280,50	841,50	8,50

FUENTE: Anexo Nº 41

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO Nº 43
REINVERSIÓN DEL EQUIPO DE COMPUTACIÓN

CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO/UNITARIO	TOTAL
1	INTEL CORE 2DUO.WINDOWS VISTA	950,00	950,00
TOTAL ANUAL			950,00

FUENTE: Triple C

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO Nº 44**DEPRECIACIÓN DE LA REINVERSIÓN DEL EQUIPO DE COMPUTO****COSTO** 950,00**% DE DEPRECIACIÓN** 33%**VIDA ÚTIL ESTIMADA** 3 AÑOS**DEPRECIACIÓN** 313,50

AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR/LIBROS
0			950,00
1	313,50	313,50	636,50
2	313,50	627,00	323,00
3	313,50	940,50	9,50

FUENTE: Anexo Nº 43**ELABORACIÓN:** Las Autoras**ANEXO Nº 45****TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO****CAPITAL:** 12035,68**TIEMPO:** 5 AÑOS**INTERÉS:** 9,76%**PLAZO:** Semestral

PAGOS	NUEVO CAPITAL	INTERÉS	DIVIDENDO	SALDO FINAL
0				12035,68
1	1203,57	587,34	1790,91	10832,11
2	1203,57	528,61	1732,17	9628,54
3	1203,57	469,87	1673,44	8424,97
4	1203,57	411,14	1614,71	7221,41
5	1203,57	352,40	1555,97	6017,84
6	1203,57	293,67	1497,24	4814,27
7	1203,57	234,94	1438,50	3610,70
8	1203,57	176,20	1379,77	2407,14
9	1203,57	117,47	1321,04	1203,57
10	1203,57	58,73	1262,30	0,00

FUENTE: Banco de Loja**ELABORACIÓN:** Las Autoras

ÍNDICE

ÍNDICE

CONTENIDO	PÁGINA
CERTIFICACIÓN	II
AUTORÍA	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
a. TÍTULO	02
b. RESUMEN (Castellano e Inglés)	04 - 14
c. INTRODUCCIÓN	16 - 22
d. REVISIÓN LITERARIA	24 - 46
<i>d.1.</i> DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	25
<i>d.2.</i> Diagnóstico	26
<i>d.3.</i> Proyecto	27
<i>d.3.1.</i> Etapas de un Proyecto	28
<i>d.3.2.</i> Un Proyecto está formado por cuatro estudios	29

	235
d.3.4. Tipos de Proyecto	31
d.4. Factibilidad	32
d.4.1. Objetivos	32
d.4.2. Estudio de Factibilidad	32
d.4.3. Tipos de Factibilidades	33
d.4.4. Estudio de Pre-Factibilidad	34
d.5. Creación de una Empresa	35
d.6. Empresa	36
d.6.1. Importancia	37
d.6.2. Clasificación	37
d.6.3. Complejidad de la Organización	38
d.6.4. Fines de la Empresa	38
d.7. Organización de Eventos	40
d.7.1. ¿Qué representa el término Evento?	40

	236
d.7.2. Pasos para el Planeamiento de Evento	41
d.8. Cantón	42
d.9. Macará	42-46
e. MATERIALES Y MÉTODOS	48 - 55
Materiales	48
Métodos	49
Técnicas	50
<i>PROCEDIMIENTO</i>	50 - 55
Proyección de la Población	52
f. RESULTADOS	57 - 103
Tabulación e Interpretación de la Encuestas a los Usuarios	57 - 87
Tabulación e Interpretación de la Encuestas a la Competencia	88-103
g. DISCUSIÓN	105-194
<i>g.1. Estudio de Mercado</i>	105-122
Uso Promedio del Servicio de Eventos Infantiles	105

	237
Determinación de la Demanda del Servicio	105
Demanda Potencial del Servicio	106
Demanda Efectiva del Servicio	107
Proyección de la demanda	108
Análisis de la oferta	109
Balance de la Oferta y la Demanda	110
Plan de Marketing Mix	111-122
g.2. ESTUDIO TÉCNICO	122-137
Tamaño del Proyecto	123
Capacidad Instalada	124
Capacidad Utilizada	125
Participación en el Mercado	127
Localización de la Empresa	127
Macrolocalización	129

	238
Microlocalización	131
Ingeniería del Proyecto	132
Proceso del Servicio	133
Flujograma del Proceso	134
Distribución Física	135
Recursos Humanos	137
g.3.ESTUDIO ORGANIZACIONAL	139-161
Estructura Empresarial	139
Niveles Jerárquicos de Autoridad	139-141
Organigramas	141
Organigrama Estructural	141-142
Organigrama Funcional	143-144
Organigrama Posicional	143-145
Manual de Funciones	146-152
Disposiciones Generales	152

Constitución Legal de la Empresa	153
Base Legal	153-156
Minuta de Constitución	156-161
g.4. ESTUDIO ECONÓMICO/FINANCIERO	161-194
Descripción de los Equipos	162
Análisis Económico	163
Inversiones en Activos Fijos	163-165
Inversiones en Activos Diferidos	166
Inversión en Capital de Trabajo	166-168
Gastos Financieros	168
Financiamiento de la Inversión	168
Presupuestos	170-172
Análisis de Costos y Gastos	173-174
Punto de Equilibrio	174-176

Estructura de Costos	177-178
Presupuesto de Ingresos	178
Estado de Pérdidas y Ganancias	178-180
Flujo de Caja	180-181
<i>Evaluación Financiera</i>	182-194
Valor Actual Neto (VAN)	182-183
Relación Beneficio Costo (RB/C)	184-185
Tasa Interna de Retorno (TIR)	185-187
Período de Recuperación del Capital (PRC)	187-188
Análisis de Sensibilidad (AS)	189-194
CONCLUSIONES	196-199
RECOMENDACIONES	201-202
BIBLIOGRAFÍA	204-207
ANEXOS	208-232
ÍNDICE	234-240