

no/a.

AUTOR

AÑO



ESCUELA DE NEGOCIOS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE OFRECE
SERVICIOS DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS INFANTILES EN EL NORTE DE
LA CIUDAD DE QUITO – ECUADOR

“Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos
para optar por el título de Magister en Administración de Empresas”

Profesora guía

Lidia Margarita Romo Pico

Autora

Sarahí Ivonne Tinajero Durazno

Año

2019

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido el trabajo Plan de negocios para la creación de una empresa que ofrece servicios de organización de eventos infantiles en el norte de la ciudad de Quito - Ecuador, a través de reuniones periódicas con la estudiante Sarahí Ivónne Tinajero Durazno, en el semestre 201900, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”

Lidia Margarita Romo Pico

Magister en Economía

C.I. 1703714087

DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

“Declaro haber revisado este trabajo, Plan de negocios para la creación de una empresa que ofrece servicios de organización de eventos infantiles en el norte de la ciudad de Quito - Ecuador, de la estudiante Sarahí Ivónne Tinajero Durazno, en el semestre 201900, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”

Jose Oswaldo Sierra Matheus

Magister en Gerencia de Mercadeo

C.I.1757586720

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”

Sarahí Ivónne Tinajero Durazno

C.I. 0603383084

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por permitir que cumpla un objetivo más, a mis padres, hermanas, esposo, hijo, por ser mi inspiración diaria, a Msc. Margarita Romo, Ing. René López, Patricia Lara+ y Gabriel López por su constante e incondicional apoyo para cumplir mi objetivo.

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada a mis padres, hermanas, a mi esposo y mi hijo, quienes son mi motivación permanente de superación.

RESUMEN

Se busca la implementación de una empresa organizadora de eventos, específicamente fiestas infantiles, que brinde a la sociedad un aliado al momento de celebrar una fecha especial de sus hijos, sobrinos, nietos o ahijados.

El servicio a ofrecer depende de las necesidades de cada cliente, permitiendo absoluta flexibilidad al momento de armar su evento, brindando la posibilidad de que el cliente escoja el sector y las características donde se realizará el evento, por ejemplo, campo abierto, lugar cerrado, local rentado, casa comunal, club, decoración, juegos, shows de entretenimiento, comida, entrega de invitaciones y en general todo el proceso logístico que conlleva la organización de una fiesta infantil, permitiendo así que tanto los padres como los niños puedan disfrutar al 100% del evento.

La inversión inicial del proyecto es de \$6.230,00 dólares, con un capital propio de \$3.738,00 y un préstamo bancario de \$2.492,00 dólares financiados a un año con una tasa de interés anual del 11,23%.

Del análisis financiero se obtiene que el VAN es de \$3.157,13 dólares y una TIR de 17,47%, demostrando que es un proyecto rentable para el inversionista y viable de implementación.

Se recomienda considerar para finalizar el quinto año la creación de un APP que permita al usuario cotizar y armar su paquete en línea según sus gustos, preferencias y presupuesto.

ABSTRACT

Looking for the implementation of an event planning company, specifically for children parties, that offers society an ally when celebrating special occasions tailored for kids, nephews, nieces, grandchildren, or godchildren.

The service that is offered depends on the clients' needs, our services are completely tailored to what the recipient wants, allowing absolute flexibility at the moment of organizing their event, offering the clients the option to choose the location and the specifications of the party. For example, the event can be staged outdoors, indoors, in a club, community center, the company will provide decorations, games, entertainment shows, food and in general everything else involved in the logistics and the preparation of a party for a child. This allows the parents to also enjoy the event 100% like their kids.

The initial investment of this project is \$6.230 Own capital: \$3.738, Bank: \$2.492 financed at one year with an annual interest rate of 11.23%.

The financial analysis shows that the NPV is \$ 3,157.13 and an IRR of 17.47%, demonstrating that it is a profitable project for the investor and viable for implementation.

INDICE

INDICE	9
INDICE DE TABLAS	13
INDICE DE FIGURAS	15
CAPITULO 1: INTRODUCCIÓN	1
1.1. Antecedentes que permiten comprender el tema	1
1.2. Razones por las cuales se escogió el tema	1
1.3. Pertinencia del tema a desarrollar	2
1.4. Diagnóstico del entorno actual.....	3
1.5 . Conclusiones del capítulo.....	4
CAPITULO 2: REVISIÓN DE LA LITERATURA ACADEMICA DEL AREA	5
2.1. Proyectos similares que se hayan diseñado, analizado y/o puesto en práctica previamente.	5
2.2. Hallazgos de la revisión de la literatura académica.....	6
2.3. Conclusiones del capítulo	7
CAPITULO 3: ESTRATEGIA GENÉRICA Y MERCADO	8
3.1. Naturaleza y filosofía del negocio	8
3.2. Estilo corporativo, imagen.....	8
3.3. Enfoque social, impacto en la comunidad.....	9
3.4. Misión y visión.	10
3.5. Objetivos de crecimiento y financieros.....	10
3.6. Información Legal	12
3.6.1. Tipo de empresa.....	12

3.6.2 Estado legal actual o para constitución;	13
3.6.3 Gastos de constitución.....	14
3.6.4 Capital social. Socios, participantes.....	14
3.7. Estructura Organizacional.....	15
3.8. Ubicación.....	19
3.8.1 Lugar donde se ubicará la empresa.....	19
3.8.2. Subsidiarias	20
3.9. Análisis de la Industria	20
3.9.1. Entorno Macroeconómico y Político.....	20
3.9.2. Análisis del Sector	23
3.9.2.1. Tamaño de la Industria	23
3.9.2.2. Ciclos económicos	26
3.9.3. Análisis del Mercado.....	28
3.9.4. Análisis de la Competencia.....	30
3.9.4.1 Análisis del costo del Servicio.....	31
3.9.5. Análisis FODA	35
3.9.6. Estrategias de Mercado	37
3.9.6.1. Concepto del Producto o Servicio.....	37
3.9.6.2. Estrategia de Distribución	38
3.9.6.3. Estrategia de Precios.....	38
3.9.6.4. Estrategias de Promoción	44
3.9.6.5. Estrategias de Comunicación	44
3.9.6.6. Estrategias de Servicio	45
3.9.6.7. Presupuesto.....	46
3.9.6.8. Proyecciones de Ventas	47
3.10. Conclusiones del capítulo	49

4. OPERACIONES	51
4.1. Estado de Desarrollo	51
4.2. Descripción del Proceso	52
4.3. Necesidades y Requerimientos	56
4.3.1 Materiales para eventos.....	56
4.3.1.1 Paquetes:.....	56
4.3.1.2 Servicios Adicionales	57
4.3.2 Materiales para Oficina	59
4.3.3 Mano de obra.....	59
4.3.4 Gastos Operacionales	60
4.3.5 Cuantificación del presupuesto requerido	60
4.4. Plan de Producción.....	61
4.5. Plan de compras.....	62
4.6. KPI's de desempeño del proceso productivo	63
4.7. Conclusiones del capítulo	64
5. PLAN FINANCIERO:.....	66
5.1. Supuestos a considerar para la elaboración del plan financiero.....	66
5.2. Estados Financieros Proyectados.....	69
5.2.1. Estados de resultados.	69
5.2.2. Estado de situación o balance general	70
5.2.3. Estado de flujos de efectivo	71
5.2.3.4 Flujos de Caja:.....	72
5.2.4. Análisis de relaciones financieras: Índices aplicables a la empresa e industria, además de VAN, TIR, PRI y análisis de punto de equilibrio.	73
5.2.5. Impacto económico, Regional, Social, Ambiental.....	77

5.3 Conclusiones	77
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	78
REFERENCIAS	79
ANEXOS.....	76

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Proyección de ventas.....	10
Tabla 2: Proyección de crecimiento.....	11
Tabla 3: Adquisición de Propiedad Planta y Equipo.....	12
Tabla 4: Gastos por Inicio de Actividades.....	14
Tabla 5: Clasificación CIIU.....	23
Tabla 6: Análisis de la competencia.....	31
Tabla 7: Análisis Porter.....	35
Tabla 8: Costo para el Cliente de Servicios Ofertados.....	40
Tabla 9: Precio que el cliente está dispuesto a pagar.....	40
Tabla 10: Punto de equilibrio.....	42
Tabla 11: Escenario con ganancia.....	43
Tabla 12: Estrategias de Marketing.....	46
Tabla 13: Gasto Publicitarios.....	47
Tabla 14: Proyección de ventas en base a capacidad instalada.....	48
Tabla 15: Proyección de ventas primer año.....	48
Tabla 16: Proyección de ventas cinco años.....	49
Tabla 17: Detalle de Paquetes.....	51
Tabla 18: Costo de Paquetes.....	57
Tabla 19: Items para eventos.....	58
Tabla 20: Desglose de opciones.....	58
Tabla 21: Materiales de Oficina.....	59
Tabla 22: Cargos y Sueldos.....	59
Tabla 23: Gastos Operacionales.....	60
Tabla 24: Presupuesto.....	60
Tabla 25: Eventos y facturación por mes.....	61
Tabla 26: Temporada Alta.....	61
Tabla 27: Temporada Baja.....	61

Tabla 28: Plan de compras.....	62
Tabla 29: KPI's.....	63
Tabla 30: Eventos por capacidad instalada.....	66
Tabla 31: Proyección decrecimiento.....	66
Tabla 32: Ventas por paquetes.....	67
Tabla 33: Activos.....	68
Tabla 34: Gastos.....	68
Tabla 35: Estructura de Capital.....	68
Tabla 36: Estado de Resultados Anual.....	69
Tabla 37: Estado de Situación o Balance General.....	70
Tabla 38: Estado Flujos de Efectivo.....	72
Tabla 39 Flujos de Caja.....	73
Tabla 40: Evaluación de Flujos.....	75
Tabla 41: Datos para cálculos financieros.....	75

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Evolución de celebración de fiestas infantiles.....	2
Figura 2: Logotipo Abracadabra.....	5
Figura 3: Logotipo Magic Events.....	5
Figura 4: Logotipo Abracadabra Manta.....	6
Figura 5: Logotipo de la empresa.....	9
Figura 6: Estructura Organizacional.....	15
Figura 7: Ubicación de Oficinas.....	20
Figura 8: PIB del Ecuador y la industria Otros Servicios.....	24
Figura 9: VAB por Industria.....	25
Figura 10: Variación interanual Otros Servicios.....	26
Figura 11: Fiestas Temáticas.....	27
Figura 12: Análisis del Mercado.....	29
Figura 16: Flujograma del proceso.....	53
Figura 17: Cadena de Valor.....	54

CAPITULO 1: INTRODUCCIÓN

1.1. Antecedentes que permiten comprender el tema

El presente plan de negocios consiste en sustentar la implementación de una empresa organizadora de eventos, específicamente fiestas infantiles, que brinde a la sociedad un aliado al momento de celebrar una fecha especial de sus hijos, sobrinos, nietos o ahijados.

El servicio a ofrecer depende de las necesidades de cada cliente, permitiendo absoluta flexibilidad al momento de armar su evento.

Una de las razones por la cual los padres de familia contratan un organizador de eventos es la falta de tiempo para encargarse de todos los aspectos necesarios para la fiesta de los niños, por tanto el servicio ofrecido consiste en la organización integral y ejecución de este tipo de eventos, brindando la posibilidad de que el cliente escoja el sector y las características donde se realizará el evento, por ejemplo, campo abierto, lugar cerrado, local rentado, casa comunal, club, decoración, juegos, shows de entretenimiento, comida, entrega de invitaciones y en general todo el proceso logístico que conlleva la organización de una fiesta infantil, permitiendo así que tanto los padres como los niños puedan disfrutar al 100% del evento.

La Organización de eventos se encuentra dentro del sector servicios, el mismo que en la Economía Ecuatoriana aporta cerca del 60% del Producto Interno Bruto (PIB) nacional que cerró al 2016 al 1.5%. (BCE, 2017), además este sector genera el 39.4% de empleos del país, (INEC, 2016).

1.2. Razones por las cuales se escogió el tema

Se conoce la importancia de convertir el día del cumpleaños de un ser querido en un día especial, en un momento mágico e inolvidable tanto para el homenajeado

como para los invitados que lo acompañan en su celebración, es por esto que surge la idea de traspasar ese sueño personal a una empresa de servicios que permita que otros niños se deleiten con las fiestas temáticas que les permite transportarse a un mundo de aventura e ilusión.

Adicionalmente el Sector Servicios al 2017 presentó una tasa de crecimiento del 7% (BCE, 2017) Encontrándose dentro de los tres sectores con mayores crecimientos trimestrales en el 2017 (ECONOMIPEDIA, 2018), Estas cifras permiten levantar la hipótesis de que un proyecto en este Sector sería rentable.

1.3. Pertinencia del tema a desarrollar

El negocio consiste en la prestación de servicios para la organización y ejecución de fiestas infantiles para niños de 1 a 6 años en la ciudad de Quito, brindando alternativas y soluciones prácticas a las familias que no disponen del tiempo necesario, por su trabajo, y requieren de estas facilidades para la realización de las fiestas infantiles de sus hijos.

Con el paso del tiempo se ha podido evidenciar que la tendencia en la organización de eventos infantiles ha dado un giro notable, cambiando de pequeñas reuniones en casa a grandes fiestas temáticas.

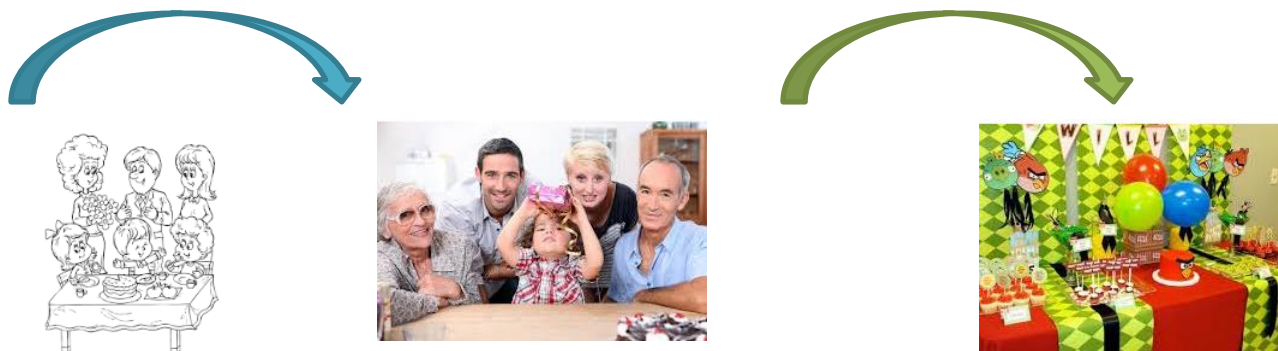


Figura 1. Evolución de celebración de fiestas infantiles.

Las fiestas temáticas permiten brindarle un mundo soñado a los niños transportándoles a un lugar mágico en base a la temática elegida.

El presente estudio busca los siguientes objetivos:

Objetivo General:

Formular un Plan de Negocios para determinar la factibilidad de una empresa que brinda servicios de Organización de Eventos Infantiles en el Norte de la Ciudad de Quito.

Objetivos Específicos:

- Desarrollar un Estudio de Mercado que permita caracterizar la población interesada en la contratación de servicios de organización de fiestas infantiles para niños de 1 a 6 años en la ciudad de Quito.
- Estructurar la empresa de manera organizativa y operacional con una estrategia que permita brindar servicios de organización de fiestas infantiles, basada en la calidad y permanente innovación de los procesos necesarios para brindar servicios de alta calidad.
- Desarrollar el Plan Financiero del negocio para determinar la factibilidad del mismo.

1.4. Diagnóstico del entorno actual

El Sector de Eventos y Servicios en Pichincha tiene 115 socios activos y es el cuarto sector de ocho existentes en Pichincha por tamaño (CAPEIPI, 2017).

Al 2017 la Superintendencia de Compañías presenta para la provincia de Pichincha cantón Quito 114 empresas dentro de la sección N82 y la división N8230.00 (SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, VALORES Y SEGUROS, 2017)

Según el Banco Central del Ecuador en el 2015 el sector servicios aporta 350.000 millones a la producción nacional y genera 1,9 millones de empleos, siendo esta última otra de las razones por la que surge la idea de emprender, generar empleo a personas que disfruten de hacer felices a los niños y adultos que participan de una fiesta, ya que se pretende regalar un momento mágico no solo para los niños, también que los adultos asistentes se sientan como niños con las actividades que se desarrollen durante el evento.

1.5. Conclusiones del capítulo

Este capítulo permite tener una visión general del plan de negocio para la formación de una empresa relacionada a la organización de fiestas infantiles para niños entre 1 a 6 años que viven en el norte de la ciudad de Quito y que forman parte de la clase media – alta y alta que están dispuestos a contratar los servicios mencionados.

Se concluye la necesidad de establecer que la falta de tiempo de los padres de familia por obligaciones laborales hace que exista una demanda por la contratación de este tipo de servicios y se establecen importantes tendencias que permiten prever que el público objetivo puede crecer, razón por la cual el estudio es pertinente.

Por otra parte, el sector servicios aporta de manera significativa a la economía del país, 60% del PIB y 1,9 millones de empleos, cifras importantes para considerar que se tiene un atractivo nicho de mercado.

CAPITULO 2: REVISIÓN DE LA LITERATURA ACADEMICA DEL AREA

2.1. Proyectos similares que se hayan diseñado, analizado y/o puesto en práctica previamente.

Entre los proyectos de organización de fiestas infantiles que se han diseñado previamente están:



Figura 2. Logotipo
Abracadabra

Abracadabra: El proyecto se analizó para la creación de la empresa en la ciudad de Cuenca, el proyecto presenta la estructura de la empresa, Estudio de Mercado, Plan de Marketing, Proveedores, Competidores, Estudio Técnico y Análisis Técnico, Económico y Financiero, Llegando a la conclusión que el proyecto es factible de implementar. (Alvear & Tapia, 2008)



Figura 3. Logotipo
Magic Events

Magic Events: Este proyecto se analizó para la creación de la empresa en la ciudad de Quito, el proyecto presenta la Estructura Organizacional, Análisis de la Industria, Análisis de la Competencia, Análisis FODA, Estrategias de Mercado, Plan de Operaciones y Plan Financiero, llegando a la conclusión que el proyecto es factible de implementar y que se requiere de 400 eventos al año para llegar al punto de equilibrio. (Carrera, 2008)

Abracadabra Manabí: Este proyecto se analizó para la creación de la empresa en la provincia de Manabí, el proyecto presenta Análisis de la



Figura 4. Logotipo
Abracadabra Manabí

Industria, Análisis del Mercado, Estrategia de Negocio, Cadena de Valor y Procesos de la Empresa, Marco Legal, Plan de Marketing, Evaluación Financiera, Análisis de Riesgos, Llegando a la conclusión de que el proyecto es viable. (Loor, 2008)

2.2. Hallazgos de la revisión de la literatura académica

El artículo 383 de la Constitución de la República del Ecuador señala que se garantiza el derecho de las personas a disfrutar de tiempo libre y de esparcimiento para lo cual se considera las condiciones físicas, sociales y ambientales para su disfrute y desarrollo de la personalidad.

Ana Carballal Pérez y Marta Serrano Acosta Psicopedagoga y Psicólogas de profesión, mencionan en su guía infantil que un gran tesoro que se posee en la infancia es la imaginación, por tanto recomiendan promover el desarrollo de la creatividad ya que esta capacidad les ayuda a expresarse por sí mismos, a desarrollar su pensamiento abstracto, en resolución de problemas y para relacionarse mejor a lo largo de toda su vida (Guía Infantil, 2016).

Según Stenberg la creatividad permite generar ideas nuevas de alta calidad, se trata de que en cualquier tipo de problema de la cotidianidad la persona puede dar respuestas originales, novedosas y atractivas. También el autor menciona que todas las personas tenemos creatividad en diferente medida, unos la desarrollan más que otros ya que no es tarea fácil y por esta razón se requiere entretenimiento. (Díaz, 2016).

El negocio propuesto ofrecerá justamente diversión y festejos llenos de creatividad, logrando transportar a los más pequeños del hogar a un mundo de

fantasía a través de la decoración y la atención del personal capacitado para el efecto, aportando a cultivar el tesoro más grande de los niños que es la imaginación.

Para determinar la factibilidad de implementar una empresa que ofrece servicios de organización de eventos infantiles, el tipo de investigación que se llevará a cabo es de tipo exploratorio con el objetivo de entender cuáles son las tendencias del mercado, Además de revisar la bibliografía, marco legal y datos estadísticos, también se utilizará el tipo de investigación descriptiva al utilizar fuentes primarias y secundarias de información, se procederá a entrevistar a un experto que aporte con información relevante para la investigación.

Referente a la evaluación financiera, se utilizará la metodología de cálculo del VAN, TIR y recuperación de inversión con flujos de caja descontados, además se requiere revisar la segmentación, demanda de productos y estrategia comercial.

2.3. Conclusiones del capítulo

Los Proyectos desarrollados permiten visualizar con un enfoque más amplio la idea de negocio a implementar y permitirá elaborar este estudio de factibilidad con un atributo diferenciador a lo que se ofrece en el mercado, enfocado en la flexibilidad del servicio y las actividades que permitirán que no solo los pequeños disfruten, también lo harán los adultos que los acompañen de tal forma que sean ellos quienes no quieran que se termine pronto el evento y salir lo antes posible por lo aburrido que pueda resultarles, permitir que los grandes se diviertan como niños y que los niños dejen volar su imaginación y creatividad durante el tiempo que dure el evento. Cabe resaltar que con los detalles y características que se incluirán en los eventos se aportará de manera directa a la imaginación infantil uno de los grandes tesoros de la infancia.

CAPITULO 3: ESTRATEGIA GENÉRICA Y MERCADO

3.1. Naturaleza y filosofía del negocio

La naturaleza del negocio se basa en satisfacer las necesidades de los padres de familia de dejar en manos de expertos la elaboración de un evento lleno de magia, alegría y creatividad a la hora de festejar a sus niños, ya sea por falta de tiempo, habilidades en organización y decoración de eventos o simplemente porque prefieren llegar con energía a disfrutar del evento y no estar cansados a causa de lo que implica la organización del mismo.

La filosofía del negocio es ser fuente de empleo para personas que disfrutan de hacer felices a niños y adultos. También es la de crear momentos mágicos e inolvidables para el niño agasajado y todos sus invitados, transportándolos a un mundo diferente en base a la temática escogida.

3.2. Estilo corporativo, imagen.

El nombre de la empresa será Organizadora de Eventos Sarahí Tinajero, lo que se intenta posicionar es el nombre propio ya que no existirá un lugar físico específico donde se llevará a cabo los eventos.

Se busca ser lo más flexible posible en el servicio que se preste al cliente, ya que el evento se organiza en el sector y zona de preferencia como concepto diferenciador por tanto el local se rentará en base al pedido y especificaciones del cliente. Por esta razón se posicionará un nombre y no un lugar.



Figura 5. Logotipo de la empresa

3.3. Enfoque social, impacto en la comunidad.

El enfoque social o impacto en la comunidad que generará la empresa es el de generar empleo a todas las personas que formarán parte esencial del equipo así como también a los proveedores de bienes y servicios por ejemplo renta de inflables, juegos, bocaditos, dulces, máquinas de algodón de azúcar, granizados, canguil, helados, Magos, títeres, máquinas de burbujas, animadores, personajes, vajilla y demás ítems requeridos en un evento.

3.4. Misión y visión.

3.4.1 Misión:

Hacer felices a los niños de la ciudad de una manera divertida, proporcionando comodidad a los padres en la organización de eventos, generando rentabilidad para crear empleo.

3.4.2 Visión:

Ser la primera opción en la mente del consumidor para la organización de eventos, de tal forma que la empresa se convierta en generadora de empleo para personas que gusten de hacer felices a niños para que el evento sea mágico

3.5. Objetivos de crecimiento y financieros.

El objetivo inicial es realizar 177 eventos en el año con una facturación de \$72.050.

TABLA 1.
Proyección de ventas

Detalle	VENTAS				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas proyectadas P1	51	51	51	58	60
Ventas proyectadas P2	45	45	45	48	54
Ventas proyectadas P3	81	81	83	90	90
Total # de eventos	177	177	179	196	204
Facturación P1	\$ 17.815	\$ 18.163	\$ 18.875	\$ 19.753	\$ 20.735
Facturación P2	\$ 17.258	\$ 17.578	\$ 18.226	\$ 19.024	\$ 19.917
Facturación P3	\$ 36.977	\$ 37.652	\$ 39.017	\$ 40.697	\$ 42.576
Total de Facturación	\$ 72.050	\$ 73.393	\$ 76.118	\$ 79.474	\$ 83.228

En base a la información recopilada de la competencia y de la entrevista al experto se estima que en un inicio se podrá realizar hasta cuatro eventos infantiles en promedio a la semana, los cuales se irán incrementando una vez

que las campañas publicitarias sean lanzadas y sea conocida en el mercado.

En el análisis financiero se está considerando un porcentaje de crecimiento bastante conservador. Según datos investigados, el crecimiento proyectado actual de la industria (prestación de servicios) es del 7% anual. (BCE, 2017) Sin embargo las tasas de crecimiento planteadas para los primeros años en este estudio serán las siguientes:

Tabla 2.
Proyección de crecimiento

CRECIMIENTO EVENTOS Y FACTURACIÓN	
CRECIMIENTO	VENTAS
Crecimiento Industria actual	7,00%
Crecimiento proyectado segundo año	5,00%
Crecimiento proyectado tercer año	6,00%
Crecimiento proyectado cuarto año	7,00%
Crecimiento proyectado quinto año	7,00%

Para lograr el número de eventos propuestos se trabajará en la fidelización de clientes, La mejor publicidad de una empresa es un cliente satisfecho ya que el recomendará en su círculo social a la empresa que haya cumplido sus expectativas, por tanto se brindará un servicio diferenciador y de calidad que permita a la empresa mantenerse en la mente del consumidor y que con el efecto boca a boca se pueda cerrar nuevos contratos. Así también invertir en pauta en redes sociales, presencia en página web, acercamiento con aliados estratégicos como escuelas y guarderías.

Al ser un negocio que no necesitará de un lugar físico se requerirá un capital propio de \$3,738.00 y un préstamo de \$2,492.00, el mismo que se utilizará para la adquisición inicial propiedad, planta y equipo un valor de \$1.230 USD y \$5.000 USD se utilizarán para dar un mayor flujo de efectivo el primer año.

Tabla 3.

Adquisición de Propiedad, Planta y Equipo.

<i>Ítem</i>	<i>Cantidad (unidades)</i>	<i>Costo Unitario</i>	<i>Costo Total</i>
Computadoras	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Impresora	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Infocus	1	\$ 420,00	\$ 420,00
Pizarra liquida	1	\$ 130,00	\$ 130,00

3.6. Información Legal

3.6.1. Tipo de empresa

La empresa funcionará bajo la figura de Persona Natural no obligada a llevar contabilidad para lo cual es indispensable la creación del Registro Único de Contribuyentes (RUC), entregar facturas por los servicios prestados y presentar las declaraciones mensuales de impuestos.

Dependiendo del monto de facturación, activos y gastos en el año, el contribuyente es categorizado por el SRI como:

- ✓ Obligado a llevar Contabilidad: Personas naturales que operen con un capital propio y que al inicio de cada ejercicio impositivo hayan superado 9 fracciones básicas o que los ingresos brutos anuales de esas actividades, hayan sido superiores a 15 fracciones básicas. En esta instancia la contabilidad debe ser responsabilidad de un Contador Público legalmente autorizado e inscrito en el Registro Único de Contribuyentes (RUC)” (SRI, 2015).

- ✓ No Obligado a llevar contabilidad: Si la persona natural está por debajo de los valores indicados en el párrafo anterior, no estará obligado a llevar contabilidad, sin que sea necesaria una autorización por parte del SRI. (SRI, 2015).

3.6.2 Estado legal actual o para constitución;

El nombre Legal de la empresa será Sarahi Tinajero Organizadora de Eventos, las ventajas de que la empresa funcione bajo la figura de Persona Natural no obligada a llevar contabilidad entre otras son la facilidad en la constitución de la empresa para iniciar sus actividades, la documentación requerida es mínima, no requiere mucha inversión, no requiere llevar contabilidad, se puede liquidar o vender fácilmente la empresa, no hay restricción para ampliar o reducir el patrimonio, entre otros.

Su desventaja es que la persona asume a título personal todas las obligaciones que se contraigan con la empresa esto implica que las garantías estén respaldadas por su patrimonio personal.

El trámite a seguir es:

Creación del RUC: Este trámite se lo realiza en el SRI con la original y copia del Documento de identificación, Documento de votación, Original de una factura de cualquiera de los servicios básicos: Luz, agua, teléfono, internet o televisión pagada, otorgado por una institución pública que brinde estos servicios.

Con estos documentos otorgan un turno y un formulario a llenar con toda la información de identificación y ubicación, Posteriormente se ingresa los datos al sistema y se imprime el RUC, este documento es el que faculta solicitar en una imprenta la impresión de facturas que permite el inicio de actividades económicas.

Posteriormente se debe realizar la presentación de las declaraciones mensuales de IVA, para lo cual se debe subir las declaraciones que han sido elaboradas en el programa DIMM. (SRI, 2015)

Adicionalmente:

- Se requiere el registro de marca en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI)
- La compañía se registrará al Código de Trabajo y Ley de Seguridad Social

3.6.3 Gastos de constitución

Los gastos en los que se incurriría para iniciar las actividades de Organización de Eventos Sarahí Tinajero son:

Tabla 4.

Gastos por Inicio de Actividades

DESCRIPCIÓN DE GASTO	VALOR
Emisión de Facturas	\$ 10,00
Cámara de Comercio	\$ 210,00
Búsqueda fonética para registro de marca	\$ 16,00
IEPI Registro de Marca	\$ 500,00

Fuente: (IEPI, 2018)

3.6.4 Capital social. Socios, participantes.

El Capital con el que se iniciará la empresa está conformado de la siguiente manera:

Capital Propio 60%:	3.738,00
Deuda L/P 40%:	2.492,00
Total Capital 100%:	6.230,00

De este capital se utilizará para la adquisición inicial propiedad, planta y equipo un valor de \$1.230 USD y \$5.000 USD se utilizarán para dar un mayor flujo de efectivo el primer año como se mencionó en la Tabla 3: Adquisición de Propiedad, Planta y Equipo.

3.7. Estructura Organizacional

La estructura Organizacional de Organización de Eventos Sarahí Tinajero será vertical, permitiendo que la jerarquía denote una mejor organización y clara distribución de funciones entre las diferentes áreas. Estará conformada de la siguiente manera:

3.7.1. Organigrama:

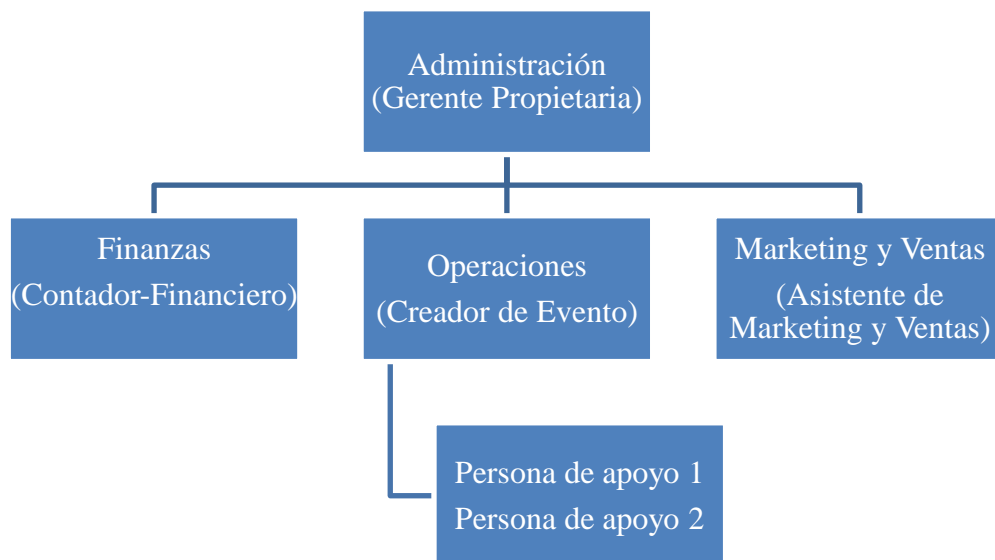


Figura 6. Estructura Organizacional

3.7.2 Descriptivo de Funciones:

3.7.1.2.1 Gerente Propietaria

Persona que representará legalmente a la empresa, con título de tercer nivel y maestría en Administración de Empresas, Marketing o similares, con experiencia en organización de eventos y servicio al cliente de al menos 2 años.

APTITUDES: para este cargo se requiere capacidad de liderazgo, creación de negocios, negociación con proveedores y clientes, facilidad de solucionar conflictos, busca de soluciones en momentos de estrés, innovación, facilidad de adaptación al cambio.

RESPONSABILIDADES:

- Desarrollar la estrategia de la Organización
- Autorizar decisiones importantes
- Cierre de contratos
- Contratar personal
- Resolver Conflictos
- Evaluar desempeño de colaboradores
- Capacitación, Motivación y manejo de personal
- Ejercer la representación legal de la empresa.

Salario 400 USD mensuales.

3.7.1.2.2 Contador Financiero

Persona que administrará los recursos económicos y financieros de la empresa, con título de tercer nivel en finanzas o acorde a esta área, con experiencia de al menos 3 años.

APTITUDES: para este cargo se requiere orientación al logro, toma de decisiones financieras adecuadas que permitan la sostenibilidad de la empresa.

RESPONSABILIDADES:

- Pago a proveedores.
- Pago de nómina interna, salarios y beneficios de ley.
- Pago de impuestos.
- Manejo de recursos económicos y financieros.
- Elaboración de balances.

Salario 250 USD mensuales, la figura de contratación de este servicio es como pago de honorarios con la finalidad de abaratar los costos fijos de la empresa.

3.7.1.2.3 Creador de evento

Persona que administrará los recursos e implementos para la elaboración de las fiestas infantiles y el organizador y creador de la animación de la fiesta, con título de tercer nivel en administración de empresas, Pedagogía, Psicóloga infantil o acorde a esta área, con experiencia de al menos 2 años.

APTITUDES: para este cargo se requiere orientación al logro, Polivalente, Proactividad, Actitud y orientación al servicio, Imaginativo / creativo.

RESPONSABILIDADES:

- Diseño y coordinación de cada evento
- Administrar los recursos para prestar el servicio
- Compra de insumos relacionado a los eventos
- Desarrollar y organizar eventos recreativos

- Elaborar juegos integrativos

Salario 150 USD mensuales, la figura de contratación de este servicio es como pago de honorarios con la finalidad de abaratar los costos fijos de la empresa, la contratación de los servicios se realiza cuando se ha cerrado un contrato.

3.7.1.2.4 Asistente de Marketing y Ventas

Persona que elabora publicidad y campañas promocionales, con título de tercer nivel en marketing y Ventas, con experiencia de al menos 2 años.

APTITUDES: para este cargo se requiere orientación al logro, Proactividad, Actitud y orientación al servicio, Imaginativo / creativo.

RESPONSABILIDADES:

- Diseño y coordinación de campañas
- Manejo de redes sociales
- Negociaciones y cierres de contratos
- Incremento de clientes

Salario básico 375 USD mensuales.

3.7.1.2.5 Personal de Apoyo

Persona que apoya en la decoración y limpieza, no se requiere experiencia.

APTITUDES: para este cargo se requiere orientación al servicio, Polivalente.

RESPONSABILIDADES:

- Apoyo para armar escenario

- Seguir instrucciones del Creador de Eventos
- Limpieza del sitio antes y después del evento
- Apoyo en desarmar el evento

Salario básico 80 USD mensuales, la figura de contratación de este servicio es como pago de honorarios con la finalidad de abaratar los costos fijos de la empresa, la contratación de los servicios se realiza cuando se ha cerrado un contrato.

3.8. Ubicación

3.8.1 Lugar donde se ubicará la empresa

La Oficina de Sarahí Tinajero Organizadora de Eventos se realizará inicialmente en el domicilio ubicado en la Ricardo Sáenz N45 y Coloma Silva en el Edificio San Emiliano piso 3. Los eventos contarán con locales rentados, dependiendo de a la decisión del cliente ya sea en el norte o en los valles por cercanía a su domicilio o escuela de los niños, campo abierto, club, salón comunal, en el propio domicilio del cliente, etc.

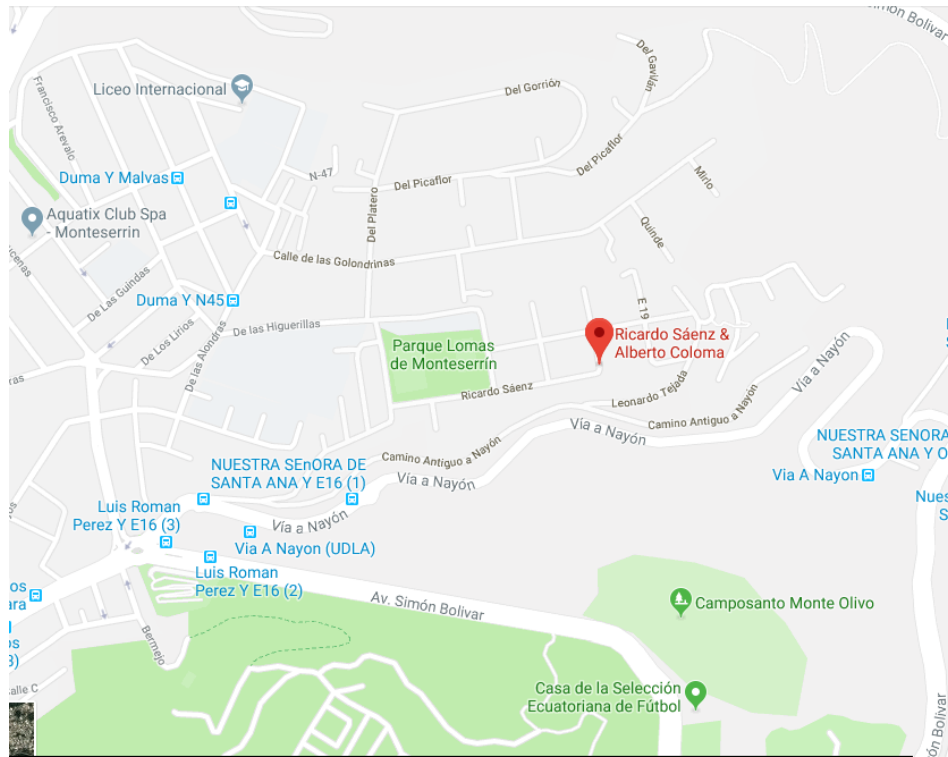


Figura 7. Ubicación de Oficinas (Google, 2018)

3.8.2. Subsidiarias

Sarahí Tinajero Organizadora de Eventos, no requiere de Subsidiarias ya que debe darse a conocer por prestación de servicios es por eso que se posicionará el nombre personal y no un nombre comercial que este atado a un sitio o lugar específico.

3.9. Análisis de la Industria

3.9.1. Entorno Macroeconómico y Político

La corrupción de los últimos 10 años afectó a la reputación del país y de la Región.

- Explotación Petrolera y Minera

- Obras de construcción represas y plantas hidroeléctricas, acueductos, poliductos, proyectos de vialidad así como proyectos hidroeléctricos y termoeléctricos.
- Disminución precios internacionales del petróleo y aumento del endeudamiento externo.
- Privilegios y vinculaciones con grupos económicos como Eljuri de Cuenca, o el grupo Nobis, de la empresaria guayaquileña Isabel Noboa

Esta conducta política evidenció un desinterés de otros países en invertir en el país además de los propios ecuatorianos quienes preferían invertir fuera por el miedo a perder su dinero si invertían en Ecuador, esto provoca menos flujo y circulación de efectivo y por ende una contracción económica que lleva a las familias ecuatorianas a disminuir el gasto y priorizarlos en los de primera necesidad lo que haría que se vea afectado el Sector Servicios específicamente Organización de Fiestas Infantiles que es el giro de negocio de la empresa.

- El actual Presidente Lenín Moreno abre nuevamente las puertas a las conversaciones, acuerdos y negociaciones con Estados Unidos.
- El actual gobierno presenta posición democrática y anti-corrupción
- El actual Presidente de la República ha logrado moderar diferencias con las organizaciones sociales y sindicales, principalmente la CONAIE.
- Obtuvo importantes apoyos sociales e institucionales, Fuerzas Armadas, por parte del Jefe del Comando Conjunto, cuando proclamó el respeto militar a la libertad y el respaldo a la lucha contra la corrupción.
- Garantizó respeto a la autonomía institucional, en las decisiones de la Fiscalía General del Estado, para que se investigue y sancione a determinados ex funcionarios vinculados a diversos casos de corrupción.
- Plan de Reactivación Económica:
 - Aumento de 22% al 25% IR a las grandes empresas.
 - Apoyo y promoción a la pequeña y mediana empresa

- Restricción a la importación de productos de consumo suntuario.
- Potestad de los bancos privados de manejar el dinero electrónico.
- CEDATOS establece que la aprobación del Presidente se encuentra en un 75%, con una credibilidad del 67%, generando así una estabilidad positiva de gobierno.
- A septiembre del 2018, el 3.7% de los empleos que genera el Ecuador corresponden a Otros Servicios en donde se encuentra el sector de organización de eventos (INEC, 2018)

Esta posición política permite que suceda lo inverso a lo mencionado anteriormente, es decir que los países al ver estabilidad y seriedad en el gobierno están dispuestos a invertir en Ecuador, se mueve la economía y es beneficios para todos los sectores e industrias ya que permite su crecimiento y desenvolvimiento adecuado.

- La tecnología incentiva a las empresas a mejorar constantemente, de manera especial en la agilidad con la que brinda su servicio.
- Creciente desarrollo de tecnología de la información, permite la creación de apps, para todo tipo de servicio, con el objetivo de generar una experiencia agradable, útil y fácil.

Las constantes mejoras que se viven a nivel tecnológico facilitarían la creación de una app que permita a los clientes escoger el evento, visualizarlo en fotos y además tener una cotización en línea del servicio que requieren, adicional a eso podrán plantear diferentes escenarios de acuerdo a los gustos, preferencias y presupuestos al alcance de su teléfono celular, finalmente podrán solicitar atención personalizada en caso de tener dudas o sugerencias.

3.9.2. Análisis del Sector

La organización de eventos infantiles se encuentra dentro de la categoría de Actividades de Servicios Administrativos y de apoyo según la clasificación CIU Clasificación Industrial Internacional Uniforme.

Tabla 5.

Clasificación CIU

CODIGO	DESCRIPCIÓN	NIVEL
N	ACTIVIDADES DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS Y DE APOYO.	1
N82	ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS Y DE APOYO DE OFICINA Y OTRAS ACTIVIDADES DE APOYO A LAS EMPRESAS.	2
N823	ORGANIZACIÓN DE CONVENCIONES Y EXPOSICIONES COMERCIALES.	3
N8230	ORGANIZACIÓN DE CONVENCIONES Y EXPOSICIONES COMERCIALES.	4
N8230.0	ORGANIZACIÓN DE CONVENCIONES Y EXPOSICIONES COMERCIALES.	5
N8230.00	Organización, promoción y/o gestión de eventos como exposiciones comerciales o empresariales, convenciones, conferencias y reuniones, estén incluidas o no la gestión de esas instalaciones y la dotación de personal necesario para su funcionamiento.	6

Fuente: Anexo de clasificación de actividades CIU SRI 2017

En este sentido la empresa se ubicaría dentro del Sector Servicios / Actividades de servicios administrativos y de apoyo / Organización, Promoción y/o gestión de eventos como exposiciones comerciales o empresariales, convenciones, conferencias y reuniones, estén incluidas o no la gestión de estas instalaciones y la dotación de personal necesario para su funcionamiento.

3.9.2.1. Tamaño de la Industria

Al 2017 la Superintendencia de Compañías presenta para la provincia de Pichincha cantón Quito 114 empresas dentro de la sección N82 y la división N8230.00 (SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, VALORES Y SEGUROS, 2017)

Al 31 agosto del 2018 el PIB proyectado del Ecuador para el 2018 es del 2% (TELEGRAFO, 2018)

En la figura número 8 se observa el PIB de la industria “Otros Servicios” desde el año 2012 al 2016, considerando dentro de “Otros Servicios” a actividades inmobiliarias, entretenimiento y recreación ya que no existe información única de la rama de organización de eventos.



Figura 8. PIB del Ecuador y la industria Otros Servicios BCE, 2017.

Se toma como referencia el crecimiento de “Sector Servicios” que al 2017 presentó una tasa de crecimiento del 7% (BCE, 2017).

La variación del Valor Agregado Bruto (VAB) mide el valor del conjunto de bienes y servicios que se producen en un país en un período de tiempo determinado, descontando los impuestos indirectos y los consumos intermedios. (ECONOMIPEDIA, 2018)

En la figura número 9 se puede observar el VAB por industria, en el que “Otros Servicios” (actividades inmobiliarias, de entretenimiento y de recreación) tiene un

crecimiento del 2.4 encontrándose dentro de los tres sectores con mayores crecimientos trimestrales en el 2017.

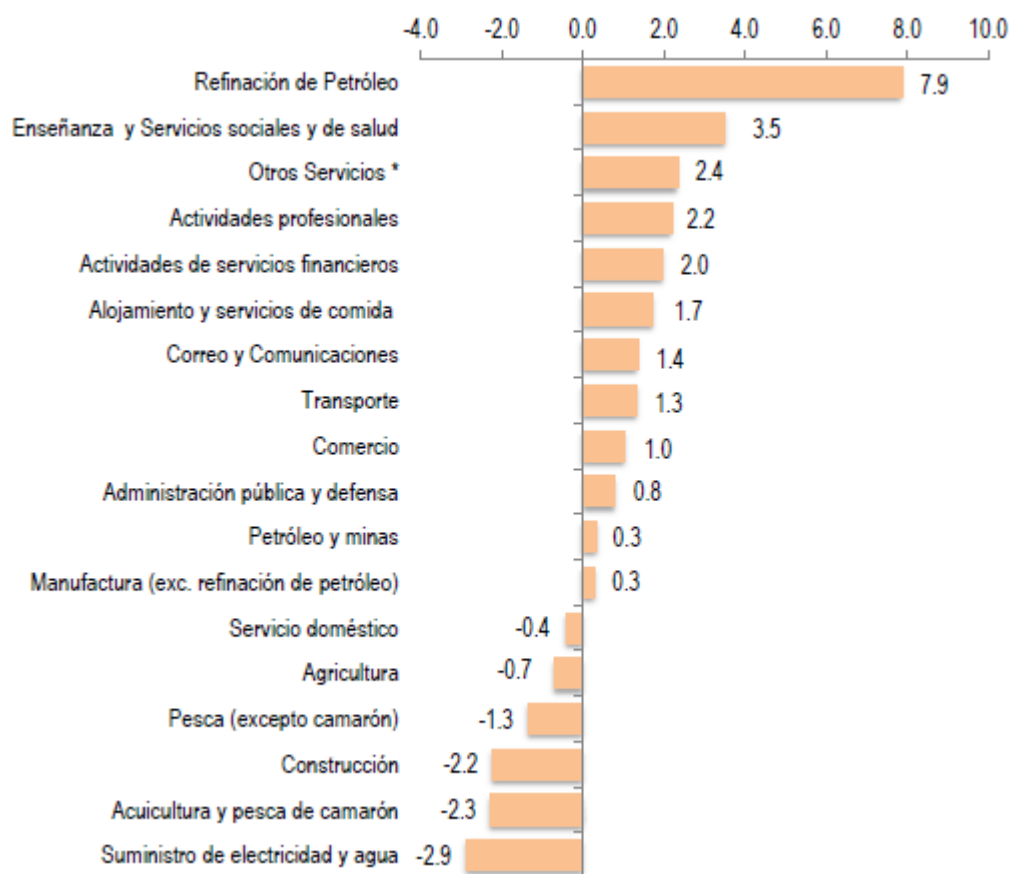


Figura 9. VAB por Industria (BCE, 2017)

En la variación interanual Otros servicios presentan un crecimiento del 4.0 como lo indica la figura número 10.

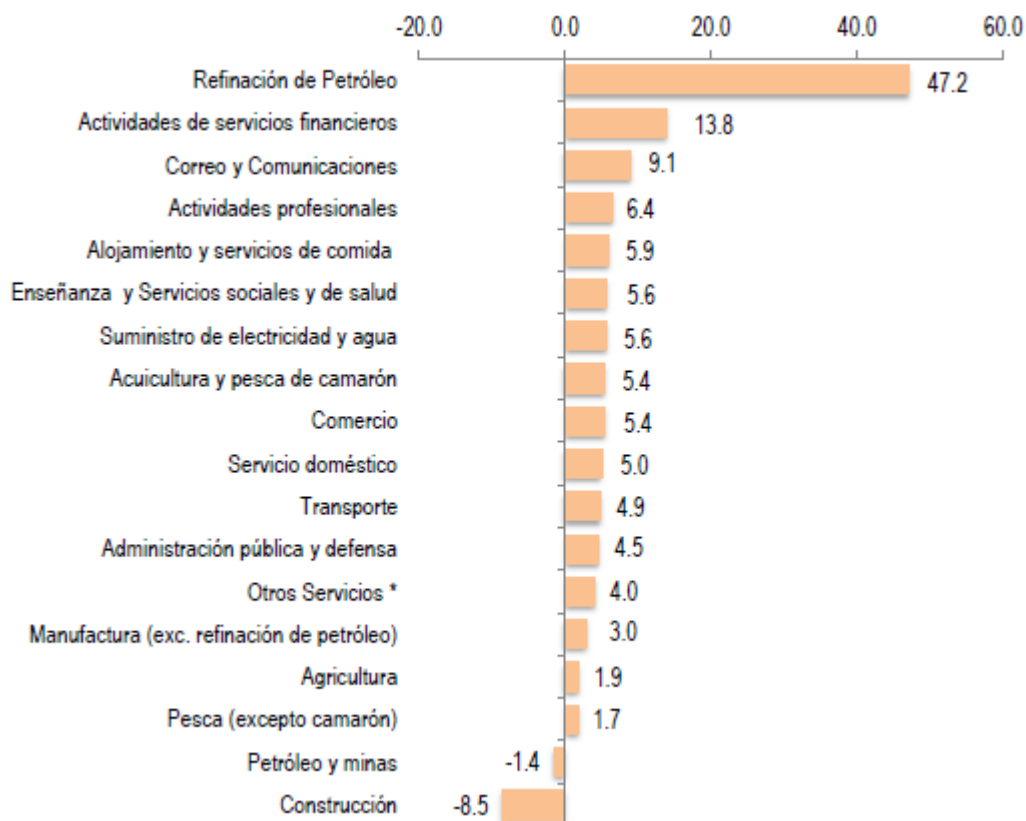


Figura 10. Variación interanual Otros Servicios (BCE, 2017)

Los servicios aportan cerca del 60% del Producto Interno Bruto (PIB) nacional, Esta área genera cerca de 1,9 millones de empleos en el país según cifras del Banco Central del Ecuador (BCE).

Mientras que la economía ecuatoriana creció 1.9% en el primer trimestre del 2018.

3.9.2.2. Ciclos económicos

El servicio de organización de eventos infantiles pese a que tiene meses de menos transaccionalidad, no se considera estacional debido a que si las escuelas están de vacaciones los niños no dejan de ser festejados en sus cumpleaños, adicionalmente, el otro mes que tiene bajo movimiento es diciembre sin embargo

es una oportunidad muy grande para que se convierta en un mes altamente transaccional ya que se podría hacer tendencia el evento infantil navideño. Las madres están en búsqueda de tiempo con amigas y debido al tiempo que le dedican a sus hijos coordinan “Play Dates” en la cual mientras sus hijos juegan y se divierten las madres conversan y también disfrutan de ese tiempo, De esta tendencia se desprenden los play dates temáticos por fechas especiales como Halloween, Navidad, Pascuas, Día del niño y demás.

Una organizadora de eventos puede aprovechar de esta situación para brindar eventos acordes a estas necesidades y obtener transaccionalidad en los meses bajos.



Figura 11. Fiestas temáticas

Las políticas económicas que podrían afectar al desenvolvimiento de este giro de negocio es el aumento de las tasas de desempleo ya que al ser un producto que no es de la canasta básica las familias podrían prescindir de este servicio, generando una disminución de las ventas. Sin embargo en base a las medidas económicas planteadas en el 2018 referentes a la inversión privada se espera que este año no aumente la tasa de desempleo, a marzo del 2018 el porcentaje se mantuvo en 4,4% referente a marzo del 2017 (INEC, 2018).

Para Wesley Mitchell, los ciclos económicos son fenómenos específicos de las economías basadas en el dinero y la actividad comercial, en las que la actividad económica está organizada (Mitchell, 1923).

El francés Clement Juglar demostró con pruebas estadísticas que las crisis no eran fenómenos aislados, sino parte de una fluctuación cíclica de la actividad comercial bursátil e industrial y que los períodos de prosperidad y crisis se seguían unos a otros (Juglar, 1862)

En el caso de la empresa de organización de eventos también se estima que exista ciclicidad en los meses de Febrero, Agosto y Diciembre para el caso de la Sierra ya que se ata a un mes corto y festivo, período de vacaciones y navidad respectivamente.

3.9.3. Análisis del Mercado

Segmentación aplicable a la idea de negocio considerando los aspectos Geográficos, Demográficos, Psicográficos y Conductual. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010).



Figura 12. Análisis del Mercado

- El segmento del negocio son los hogares de la ciudad de Quito de la zona urbana en la que exista niños entre 1 a 6 años de edad.
- En Ecuador existen 2.005.639 niños entre 1 a 6 años. Correspondiendo a la zona urbana de Quito 193.260 niños en ese rango de edad (INEC, 2018).
- El estilo de vida va atado a los ingresos y gastos de cada hogar, el ingreso promedio mensual en el área urbana es de 1.046,3 con un gasto promedio de 943,2. (BCE, 2017).

Se realizó la entrevista a un experto obteniendo información relevante referente a fiestas infantiles y sus nuevas tendencias. Se mencionó los lugares en los que generalmente se llevan a cabo las fiestas infantiles: En casa, Local, Brounch, etc., además los diferenciadores como las temáticas que escogió cada niño; los personajes; las sorpresas; los saltarines; máquina de burbujas; payasos, animadores; magos; títeres; diferentes máquinas como canguil, granizado, hot dogs; entre otros.

Se mencionó también la importancia de contratar el servicio de organización de eventos ya que les permite compartir tiempo con los invitados y sobre todo con su hijo/a cumpleaños/a lo que no sucede cuando organizan la reunión de forma directa ya que están más preocupados por atender a los invitados y los detalles que de disfrutar del evento.

En la zona urbana de Quito existen 193.260 niños en el rango de edad al cual se va a enfocar Organización de eventos Sarahí Tinajero.

3.9.4. Análisis de la Competencia

Se realizó una investigación en web y testeo a clientes de los lugares más conocidos en Quito para organizar una fiesta infantil, obteniendo como resultado la siguiente lista de lugares donde las personas realizarían una fiesta infantil.

- Mc Donalds – Burger King
- Reino Mágico
- Play Zone
- * Mr Joy
- * Chikis
- * Mini City

Como organización de eventos a domicilio mencionaron:

- Abracadabra
- Diverty Fiesta

A continuación se presenta el segmento al cual se dirigen los principales competidores, sus precios y la imagen que tiene ante los clientes:

Tabla 6.

Análisis de la competencia

Competencia	Servicios	Segmento	Precio
Chikis	- Instalaciones en lugar específico (Las Higuerillas, Monteserrín) - Chiki Jungla - Chiki Spa - Chiki Chef - Chiki Circuito - Refrigerio - Animación	- Edad de 1 a 12 años - Nivel socioeconómico medio alto / alto - Sector urbano	Paquetes de: - 650,00 - 1000,00 - 1500,00
Reino Mágico	- Instalaciones en lugar específico (Laureles y Río Coca) - Teatro - Piscina de pelotas - Decoración - Títeres, animación - Caras pintadas - Refrigerio - Saltarines	- Edad de 1 a 12 años - Nivel socioeconómico medio alto / alto - Sector urbano	\$ 26,00 por niño
Mr Joy	- Instalaciones en lugar específico (Cumbaya, El Bosque) - Juegos - Salón para el cumpleaños - Refrigerio - Animación	- Edad de 1 a 12 años - Nivel socioeconómico medio alto / alto - Sector urbano y Valle	Paquetes de: - 13,50 por niño - 18,00 por niño - 23,00 por niño
Abracadabra	- Servicio a domicilio - Animación - Juegos para adultos y niños - Decoración	- Edad de 1 a 12 años - Nivel socioeconómico medio alto / alto - Sector urbano y Valle	\$ 280,00
Diversity Fiesta	- Servicio a domicilio - Show Musical - Personajes Temáticos - Saltarines - Animación	- Edad de 1 a 12 años - Nivel socioeconómico medio alto / alto - Sector urbano y Valle	\$ 230,00

3.9.4.1 Análisis del costo del Servicio

Para aceptar un contrato de organización de una fiesta infantil existe un valor mínimo para que justifique toda la logística que representa.

Estos valores se han fijado por paquete considerando un mínimo de 15 niños.

Paquete 1

El costo del paquete número 1 es de \$169.33, fijado como precio para el cliente en \$268.50 este valor incluye Gelatina, Plato fuerte, jugo, juegos lúdicos, sillas, decoración de ambiente básico.

El lugar del evento es a convenir según las preferencias del cliente. El detalle del paquete se presenta a continuación:

- Jugos: individuales por niño (natura o huesitos o similares)
- Gelatina: 1 pozuelo por niño
- Plato fuerte: a escoger por el cliente (hot dog, pizza, salchipapas o Nuggets)
- Juegos lúdicos: 3 por evento
- Decoración de la mesa principal: mantel de plástico, platos desechables, 30 servilletas, vela del cumpleaños,
- Decoración de ambiente: 25 globos, 2 paquetes serpentinas, 1 poster temático de la fiesta, mesa pequeña de dibujo, parlante musical.
- Sillas: una por niño.

Paquete 2

El costo del paquete número 2 es de \$185.43, fijado como precio para el cliente en \$302.70 este valor incluye Gelatina, Plato fuerte, jugo, juegos lúdicos, piñata, snacks, sillas, decoración de ambiente básico.

El lugar del evento es a convenir según las preferencias del cliente. El detalle del paquete se presenta a continuación:

- Jugos: individuales por niño (natura o huesitos o similares)
- Gelatina: 1 pozuelo por niño
- Plato fuerte: a escoger por el cliente (hot dog, pizza, salchipapas o Nuggets)

- Juegos lúdicos: 3 por evento
- Piñata: caramelos surtidos con 30 juguetes.
- Decoración de la mesa principal: mantel de plástico, platos desechables, 30 servilletas, 2 platos de snacks surtidos, vela del cumpleaños,
- Decoración de ambiente: 25 globos, 2 paquetes serpentinas, 1 poster temático de la fiesta, mini sala de pufs, mesa pequeña de dibujo, parlante musical.
- Sillas: una por niño.

Paquete 3

El costo del paquete número 3 es de \$229.33, fijado como precio para el cliente en \$375.70, este valor incluye Gelatina, Plato fuerte, jugo, juegos lúdicos, piñata, snacks, sillas, decoración de ambiente básico.

El lugar del evento es a convenir según las preferencias del cliente. El detalle del paquete se presenta a continuación:

- Jugos: individuales por niño (natura o huesitos o similares)
- Gelatina: 1 pozuelo por niño
- Plato fuerte: a escoger por el cliente (hot dog, pizza, salchipapas o Nuggets)
- Juegos lúdicos: 3 por evento
- Piñata: caramelos surtidos con 40 juguetes.
- Decoración de la mesa principal: mantel de plástico, platos desechables, 30 servilletas, 4 platos de snacks surtidos, vela del cumpleaños, 1 cup cake por niño.
- Decoración de ambiente: 25 globos, 2 paquetes serpentinas, 1 poster temático de la fiesta, mini sala de pufs, mesa pequeña de dibujo, espacio de golf, espacio de bolos, parlante musical.
- Sillas: una por niño.

La oferta de valor de la empresa “Organizadora de eventos Sarahí Tinajero” es la flexibilidad por tanto adicional de los ítems básicos mencionados se ofrece al cliente la posibilidad de contratar cualquier servicio que requiera para el evento.

Se adjunta la lista de servicios en el Anexo número 2, se especifica los valores de cada uno y adicionalmente se presenta lista de opciones que se puede incorporar, estas últimas se cotizan previo al evento por la variación de precio que pueda presentar ya que depende de proveedores y disponibilidad de los mismos.

Se proyecta que la venta del paquete número 1 sea del 30%; el paquete número 2 del 27% y el paquete número 3 sea del 43%, basados en las cifras del nivel de vida del segmento objetivo. El estilo de vida va atado a los ingresos y gastos de cada hogar, el ingreso promedio mensual en el área urbana es de 1.046,3 con un gasto promedio de 943,2 (BCE, 2017).

3.9.4.2 Análisis PORTER

Para analizar el entorno competitivo nos basaremos en las 5 fuerzas de Porter:

- Amenaza de nuevos competidores ALTA
- Poder de negociación de los clientes MEDIA
- Poder de negociación de los Proveedores BAJA
- Amenaza de productos sustitutos ALTA
- Rivalidad entre competidores existentes ALTA

Tabla 7.

Análisis Porter

Nuevos entrantes	Proveedores
<ul style="list-style-type: none"> - No se requiere una inversión elevada para iniciar con las actividades de organización de eventos infantiles a domicilio. - Barreras de entrada escasas - Know How fácilmente desarrollable en base a creatividad e innovación. 	<p>Existen muchas opciones de Proveedores de insumos para fiestas infantiles, fuerte competencia de Proveedores.</p> <p>Existen Proveedores como: Fantasías Vera, Locales del Centro, Disfraces Imperio, Proveedores de máquinas como canguil, algodón de azúcar, canguilera, hot dog, granizados, saltarines, animadores, magos, entre otros.</p>
Rivalidad entre competidores	
Cada Competidor genera estrategias de mercado diferentes basados en promociones enfocados a paquetes promocionales, extras en la animación o comida.	
Producto sustituto	Clientes
<ul style="list-style-type: none"> - Paquetes turísticos. - Actividades recreacionales diversas. - Premios, bonificaciones o regalos. - Padres de familia que organizan solos el festejo de sus hijos. - Locales comerciales como: Mr. Joy, Museo del Comic, KFC, Mc Donalds, Burger King, Multicines, Pista de Hielo, entre otros. 	El cliente tiene un alto poder de decisión y en base a la oferta del servicio en el mercado puede escoger en base a su criterio enfocado en mejor calidad, servicio, experiencia, servicios innovadores, entre otros.

3.9.5. Análisis FODA

A continuación se establece las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que presenta el servicio de Organización de Eventos.

FORTALEZAS:

- Servicio a domicilio, facilidad de prestar el servicio en cualquier dirección escogida por el cliente y no con la restricción de un lugar fijo.
- Flexibilidad para selección de productos y servicios
- Costos accesibles
- Variedad de temáticas en base a los gustos de los niños

OPORTUNIDADES:

- El cambio de gusto y preferencias de los consumidores da oportunidad a la prestación de nuevos servicios para la organización de eventos.
- Alta influencia de los hijos sobre los padres para la elaboración de fiestas infantiles con temáticas acordes a los programas favoritos y de moda.
- Padres de familia que no disponen de tiempo suficiente para organizar directamente la fiesta de sus hijos.

DEBILIDADES:

- Menos años de experiencia en comparación a la competencia.
- Marca no posicionada en el mercado.
- Dependencia de Proveedores para los servicios de animación.
- Pocos ayudantes para elaboración de eventos simultáneos

AMENAZAS:

- Un número importante de competidores en esta industria
- Constantes cambios en la demanda de los clientes sobre la temática de los eventos, que requiere de mayor inversión y diversificación.
- Variedad de servicios sustitutos.

Luego de realizar el análisis FODA se desarrollan las siguientes estrategias:

- Promocionar las diferentes temáticas que se pueden realizar con la mayor creatividad y originalidad.

- Generar satisfacción en el servicio de tal forma que se genere un boca a boca positivo para la marca.
- Elaborar paquetes acordes a las diferentes necesidades de los clientes.
- Influenciar a los niños a través de visitas a Guarderías y Escuelas con demostraciones de actividades y personajes de su interés.
- Desarrollar con frecuencia nuevos shows y temáticas para ofrecer a los clientes.

- Capacitar constantemente al personal tanto en servicio, animación, actividades lúdicas y la mejor forma de llegar a los niños y padres.

3.9.6. Estrategias de Mercado

3.9.6.1. Concepto del Producto o Servicio

Sarahí Tinajero Organizadora de Eventos ofrece servicios de calidad para festejar a los niños entre 1 a 6 años de la ciudad de Quito en fechas especiales como sus cumpleaños, día del niño, navidad, Pascua, Halloween y demás fechas consideradas para celebrar a los pequeños del hogar, brindando tranquilidad a los padres de familia que no disponen del tiempo o habilidad necesaria y prefieren contratar este servicio.

Como lo menciona Kloter, Se debe reunir cinco condiciones para que exista intercambio, la primera es que exista dos partes para realizar la transacción, por tanto la segunda es que cada una de las partes tenga algo que sea de valor para la otra parte, la tercera es que cada parte sea capaz de comunicarse, la cuarta que cada parte esté en la decisión de aceptar o rechazar la oferta y finalmente que cada parte considere lo apropiado para negociar. (Kotler, 1999)

Con este imput importante del autor clásico se considera que para generar valor a la oferta de parte de la empresa, la contratación del servicio será flexible, los paquetes se armarán a medida y según la necesidad y la preferencia de cada cliente, abiertos a atender todas las necesidades inclusive con proveedores nuevos a petición de nuestros clientes, cumpliendo la premisa de comunicación.

Lo esencial es ofrecer productos a precios más asequibles de los que puede ofrecer la competencia. Otra de las ventajas del proyecto es brindar gran variedad de servicios complementarios en la organización de cumpleaños infantiles ya que se maximizará la integración de servicios y productos (subcontratados). En el futuro se contará con una APP disponible para plataformas de Android y iPhone mediante la cual los clientes podrán acceder a toda la gama de servicios, fotografías e incluso cotizar directamente según los servicios seleccionados.

3.9.6.2. Estrategia de Distribución

El servicio de fiestas infantiles utilizará el canal de distribución directo ya que no existen intermediarios para la contratación del servicio.

Los servicios adicionales contratados se entregarán por parte de cada proveedor al lugar destinado para el evento, sin generar costos adicionales para el cliente, por ejemplo si se contrata un saltarín, el proveedor debe entregarlo en el punto de la fiesta y de la misma forma lo retira de este lugar por lo que no genera costo de transportación de los implementos.

3.9.6.3. Estrategia de Precios

- Se creará un programa de recompensas en base a un catálogo de productos y la acumulación de puntos que los clientes podrán usar en sus próximos eventos.

- Creación de combos valorados por niños y con mínimo de invitados según el combo.
- Facilidades y costos del transporte, esta variable dependiente del lugar en donde se encuentre el local, incrementará su valor en las afueras de la ciudad y el servicio de transporte encarecerá el costo del mismo. Por lo cual se requiere que el local se encuentre en un punto céntrico en el norte de la ciudad de Quito.
- Localización del mercado objetivo: Es una variable fundamental e importante para que el cliente pueda encontrar el servicio requerido tanto en la web, en redes sociales o por recomendación generada por el boca a boca. En cada evento se contará con presencia de marca tanto en los productos como en la entrega de tarjetas de presentación a los invitados al finalizar el evento.
- Se solicitará el 60% como anticipo y el 40% antes de iniciar el evento. Una vez cancelado el anticipo no habrá devolución. Se propondrá replantear la fecha del evento sin que esto perjudique contratos ya establecidos previamente.
- Los pagos se realizarán en efectivo, cheque certificado o transferencia bancaria.

Tabla 8.

Costo de Servicios Ofertados para el Cliente

Tipo	Item	costo unitario Paquete #1	costo unitario Paquete #2	costo unitario Paquete #3	Unidad
Comida	Gelatina	0,50	0,50	0,50	1 x niño
	Plato fuerte	2,50	2,50	2,50	1 x niño
	jugos	0,30	0,30	0,30	1 x niño
	Snacks		1,00	1,80	1 x niño
Diversión	Juegos ludicos	0,50	0,50	0,50	1 x niño
	Piñata		1,20	2,20	1 x evento
Decoración tematica	Mesa principal	2,00	2,50	3,00	1 x niño
	Sillas	0,05	0,05	0,05	1 x niño
	Decoración ambient	4,85	5,55	9,05	1 x niño
PERSONAL	Sueldo por evento	108,00	108,00	108,00	1 x evento
	Costo total x niño	17,90	20,18	25,05	
	Costo evento	268,50	302,70	375,70	

Tabla 9.

Precio de Servicios Ofertados al Cliente

Costos de los servicios ofertados en los eventos infantiles					
Tipo	Item	costo unitario Paquete #1	costo unitario Paquete #2	costo unitario Paquete #3	Unidad
Comida	Gelatina	0,10	0,10	0,10	1 x niño
	Plato fuerte	1,20	1,20	1,20	1 x niño
	jugos	0,10	0,10	0,10	1 x niño
	Snacks		0,50	0,90	1 x niño
Diversión	Juegos ludicos	0,10	0,10	0,10	1 x niño
	Piñata		0,90	1,70	1 x evento
Decoración tematica	mesa principal	1,40	1,75	2,10	1 x evento
	alquiler mesa plástico	0,20	0,20	0,20	
	mantel	0,10	0,10	0,10	
	platos	0,10	0,20	0,30	
	servilletas	0,08	0,16	0,24	
	vasos	0,10	0,20	0,30	
	Decorativo Mesa + globos y serpentinas	0,82	0,89	0,96	
	sillas	0,30	0,30	0,30	
	Decoración ambiente	3,40	3,89	6,34	1 x niño
PERSONAL	Sueldo por evento	90,00	90,00	90,00	1 x evento
	Costo total x niño	11,29	12,36	15,29	
	Costo evento	169,33	185,43	229,33	
	Costo pedidos extras			56,57	

PUNTO DE EQUILIBRIO:

El punto de equilibrio hace referencia al nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos. Esto supone que la empresa, en su punto de equilibrio, tiene un beneficio que es igual a cero, es decir no gana dinero, pero tampoco pierde. (Perez, 2009)

Para poder determinar el punto de equilibrio aplicamos la siguiente fórmula:

$$QE = \frac{\text{Costo Fijo}}{(\text{PvuA}-\text{CvuA}) * 30\% + (\text{PvuB}-\text{CvuB}) * 30\% + (\text{PvuC}-\text{CvuC}) * 30\%}$$

$$QE = \frac{\$ 17.283,17}{111,60}$$

$$QE = 155$$

En la tabla número 8 podemos observar los costos marginales unitarios y ponderados que nos permiten reemplazar la fórmula detallada anteriormente. Los costos fijos los obtenemos del Estado de Resultados anual al sumar los Gastos sueldos más Gastos operacionales más gastos de depreciación. El Estado de Resultados se lo puede revisar en el anexo número 4.

Tabla 10.

Punto de equilibrio

Costos Fijos		\$ 17.283,17				
PRODUCTO	PRECIO	COSTO VARIABLE	PONDERACIÓN	CMG UNITARIA	CMG PONDERADA	
PAQUETE 1	\$ 268,50	\$ 182,08	30%	\$ 86,43	\$ 25,93	
PAQUETE 2	\$ 302,70	\$ 198,18	27%	\$ 104,53	\$ 28,22	
PAQUETE 3	\$ 375,70	\$ 242,08	43%	\$ 133,63	\$ 57,46	
					\$ 111,61	

Unidades	155
Dinero	\$ 50.147

Comprobación					
PRODUCTO	# VENDIDO	PRECIO	VENTA TOTAL	CMG total obtenida	
PAQUETE 1	46	\$ 268,50	\$ 12.474	4.015	
PAQUETE 2	42	\$ 302,70	\$ 12.656	4.370	
PAQUETE 3	67	\$ 375,70	\$ 25.017	8.898	
			\$ 50.147	17.283	

Como podemos visualizar en la tabla número 8, se necesita 155 eventos al año para lograr el punto de equilibrio con una facturación de \$50.147.

Para un escenario de ganancia se plantea 250 eventos con una facturación de \$78.682 como se muestra en la tabla # 9.

Tabla 11.

Escenario con ganancia

Costos Fijos		\$ 17.283,17				
PRODUCTO	PRECIO	COSTO VARIABLE	PONDERACIÓN	CMG UNITARIA	CMG PONDERADA	
PAQUETE 1	\$ 268,50	\$ 98,93	31%	\$ 169,58	\$ 52,57	
PAQUETE 2	\$ 302,70	\$ 132,53	38%	\$ 170,18	\$ 64,67	
PAQUETE 3	\$ 375,70	\$ 192,53	31%	\$ 183,18	\$ 56,78	
					\$ 174,02	
Unidades		250				
Dinero		\$ 78.682				
Comprobación						
PRODUCTO	# VENDIDO	PRECIO	VENTA TOTAL	CMG total obtenida		
PAQUETE 1	78	\$ 268,50	\$ 20.809	13.142		
PAQUETE 2	95	\$ 302,70	\$ 28.757	16.167		
PAQUETE 3	78	\$ 375,70	\$ 29.117	14.196		
			\$ 78.682	43.505		

Para obtener el punto de equilibrio primero se determinó los costos fijos, posteriormente se obtuvo el costo marginal unitario al restar el precio de un evento menos su respectivo costo, luego el costo marginal ponderado se obtuvo al multiplicar el costo marginal unitario por la ponderación asignada.

Finalmente para obtener el número de eventos dividimos el valor de los costos fijos para la suma del costo marginal ponderado, teniendo como resultado 250 eventos y una facturación de \$78.682

Se calculó en términos de ingresos y número de eventos a realizar en el periodo dado de un año.

Este cálculo nos permite encontrar el punto en el que los ingresos son iguales a los gastos por lo tanto no hay pérdida ni ganancia.

3.9.6.4. Estrategias de Promoción

Organizadora de Eventos Sarahí Tinajero se promocionará a través de internet por medio de una página web, redes sociales más importantes y a partir del quinto año por medio de una APP digital. En todos estos canales se dará a conocer todos los servicios que se ofrece y las campañas promocionales permanentes y de temporada.

Se aplicará también Relaciones Públicas generando alianzas con escuelas y guarderías para captar este mercado ofreciendo un descuento especial como beneficio de contrato empresarial.

Finalmente, al brindar un servicio de calidad se estima realizar venta personalizada a referidos por parte de nuestros propios clientes.

3.9.6.5. Estrategias de Comunicación

La estrategia de comunicación se basará en los siguientes medios:

- Redes Sociales a través de una fan page donde se atraerá al público objetivo de forma organizada y también con anuncios y posteos patrocinados.
- Página Web donde se mostrarán todos los servicios y oferta de valor.
- Correo electrónico por el cual se enviará promociones y notas importantes y relevantes que generen fidelidad de los clientes ya existentes y nuevos clientes interesados.
- Se buscará alianzas con escuelas y guarderías para brindar el servicio a estas instituciones o por su intermedio a los padres de familia de los alumnos, en esta estrategia es necesario la elaboración de material POP (Point of Purchase)

Para esta estrategia comunicacional se asignará el 2.5% de las ventas mensuales que corresponde en promedio a \$150.10, se puede ver en la tabla # 11 el detalle de ventas y el porcentaje equivalente asignado a Gastos de Comunicación.

3.9.6.6. Estrategias de Servicio

El perfil requerido para ser parte de los proveedores o equipo de Sarahí Tinajero Organizadora de Eventos es de alto nivel entre las cualidades que se consideran para el perfil son:

- Puntualidad
- Ética
- Integridad
- Servicio de calidad
- Actitud de atención al cliente
- Resolución de conflictos

Los proveedores con los que se trabajará son de alta calidad y escogidos de la manera más rigurosa para garantizar la excelencia en el servicio.

Posterior al evento se realiza encuestas a los clientes para conocer su nivel de satisfacción e incluso buscar oportunidades de mejora, Esta encuesta se la realizará al finalizar el evento con dos preguntas muy sencilla dirigida al padre de familia:

Primera Pregunta: ¿Cómo califica usted el servicio recibido? Opción de respuesta

Múltiple:

- Muy Malo
- Malo
- Bueno.
- Muy bueno

- Excelente

Segunda Pregunta: En caso de que la respuesta sea diferente a Excelente que sugerencia puede proporcionar para mejorar el servicio.

En caso de que el Padre de Familia no disponga de tiempo o energía para contestar en ese momento la pregunta se solicitará el apoyo para contestar la encuesta que se enviará por correo electrónico y comunicándole que en base a su respuesta se otorgará un premio especial en su siguiente evento, para lo cual se entregará un código promocional digital o físico según como sea la respuesta del cliente a la encuesta.

El presupuesto que se asignará para la impresión de los boletos que contengan el código promocional forma parte del presupuesto para comunicación e impresión de material POP.

El regalo se otorgará en función del número de invitados al siguiente evento y se podrá dar a escoger al cliente entre Cup cakes, gelatinas, o algún implemento decorativo para el evento, el presupuesto asignado será de \$10.00.

3.9.6.7. Presupuesto

Los costos en los que se incurrirá para la implementación de la empresa en la aplicación de cada estrategia se visualizan a continuación:

Tabla 12.

Estrategias de Marketing

DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN INICIAL
Facebook	\$ 150,00
Página Web	\$ 500,00
POP para Guarderías	\$ 200,00
TOTAL	\$ 850,00

Posteriormente se proyecta la utilización del 2.5% de las ventas mensuales para fines publicitarios, el valor mensualizado del primer año correspondiente a este rubro se lo puede visualizar en la tabla número 11.

Tabla 13.

Gasto Publicitarios

	Mes	Eventos totales	Facturación total	Gasto Publicidad
Año 1	Enero	16	\$ 6.476,15	\$ 161,90
	Febrero	11	\$ 4.588,20	\$ 114,71
	Marzo	16	\$ 6.476,15	\$ 161,90
	Abril	15	\$ 6.476,15	\$ 161,90
	Mayo	16	\$ 6.476,15	\$ 161,90
	Junio	16	\$ 6.476,15	\$ 161,90
	Julio	16	\$ 6.476,15	\$ 161,90
	Agosto	11	\$ 4.588,20	\$ 114,71
	Septiembre	16	\$ 6.476,15	\$ 161,90
	Octubre	15	\$ 6.476,15	\$ 161,90
	Noviembre	15	\$ 6.476,15	\$ 161,90
	Diciembre	11	\$ 4.588,20	\$ 114,71

El presupuesto para Gastos de Publicidad se distribuye de la siguiente manera:

- Facebook 50%
- POP para guarderías 50%

3.9.6.8. Proyecciones de Ventas

La proyección inicial es de 4 eventos máximo a la semana, en el centro-norte de Quito, en la tabla # 12 se puede visualizar la proyección de ventas.

Tabla 14.

Proyección de ventas en base a capacidad instalada

EVENTOS POR CAPACIDAD INSTALADA	
Eventos proyectados por semana	4
Eventos proyectados por mes	16
Eventos proyectados por año	192

Para alcanzar el punto de equilibrio en el primer año se deberá realizar 46 eventos del paquete número 1; 42 del paquete número dos y 67 eventos del paquete número tres, sumando 155 eventos en total durante el primer año, con un precio de venta de \$268,50 el paquete uno; \$302,70 el paquete dos; \$375,70 el paquete tres considerando un mínimo de 15 niños por evento.

En la tabla # 15 se detalla la proyección de ventas del primer año.

Tabla 15.

Proyección de ventas primer año

Detalle	Año 1											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
% Crecimiento en # eventos			0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Ventas proyectadas(eventos por mes) P1	5	2	5	5	5	5	5	2	5	5	5	2
Ventas proyectadas(eventos por mes) P2	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
Ventas proyectadas(eventos por mes) P3	7	6	7	7	7	7	7	6	7	7	7	6
Eventos totales	16	11	16	16	16	16	16	11	16	16	16	11
% Crecimiento en ventas			0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Facturación P1	1.747	699	1.747	1.747	1.747	1.747	1.747	699	1.747	1.747	1.747	699
Facturación P2	1.534	1.151	1.534	1.534	1.534	1.534	1.534	1.151	1.534	1.534	1.534	1.151
Facturación P3	3.196	2.739	3.196	3.196	3.196	3.196	3.196	2.739	3.196	3.196	3.196	2.739
Facturación total	6.476	4.588	6.476	6.476	6.476	6.476	6.476	4.588	6.476	6.476	6.476	4.588

Se determina las ventas anuales de los primeros cinco años de funcionamiento de Organizadora de Eventos Sarahí Tinajero en la tabla número 16:

Tabla 16.

Proyección de ventas cinco años

VENTAS					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas proyectadas P1	51	51	51	58	60
Ventas proyectadas P2	45	45	45	48	54
Ventas proyectadas P3	78	72	72	81	81
Total # de eventos	174	168	168	187	195
Facturación P1	\$ 17.815	\$ 18.163	\$ 18.875	\$ 19.753	\$ 20.735
Facturación P2	\$ 17.258	\$ 17.578	\$ 18.226	\$ 19.024	\$ 19.917
Facturación P3	\$ 36.977	\$ 37.652	\$ 39.017	\$ 40.697	\$ 42.576
Total de Facturación	\$ 72.050	\$ 73.393	\$ 76.118	\$ 79.474	\$ 83.228

Se proyecta el crecimiento para el segundo año del 5%, para el tercer año del 6% y para el cuarto y quinto año el 7%, Siendo estos escenarios muy conservadores ya que el crecimiento de la Industria es del 7% anual (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, 2016).

3.10. Conclusiones del capítulo

- El supuesto en el cual se establece el presente proyecto se basará en que la capacidad instalada máxima inicial es atender 4 eventos máximo a la semana. A su vez se considera que la población de este sector, se encuentra interesada en realizar fiestas para niños entre las edades de 1 a 6 años, y que desea contratar un servicio de calidad que brinde la posibilidad de crear el evento de manera rápida y de alta calidad que cubra todas las expectativas.
- Al ser un servicio con un alto nivel de competencia se debe considerar los distintos riesgos que la empresa deberá enfrentar, como pérdidas proveniente de movimientos adversos en los precios de mercado, al ser un negocio que requiere de varios proveedores, el mercado tiene una gran influencia en el costo de los materiales y servicios que se brindan al cliente.

- Al existir mucha competencia en el mercado es preciso que existan diferenciadores importantes como son el servicio de calidad, la flexibilidad para escoger paquetes y lugar donde se realizará el evento y no puede quedarse de lado la innovación, al quinto año se contará con una APP disponible para plataformas de Android y iPhone mediante la cual los clientes podrán acceder a toda la gama de servicios, fotografías e incluso cotizar directamente según los servicios seleccionados.

CAPITULO 4. OPERACIONES

4.1. Estado de Desarrollo

Organizadora de Eventos Sarahí Tinajero está dirigida al sector urbano de la ciudad de Quito a padres de familia del nivel socioeconómico medio alto y alto de la ciudad y ofrece tres paquetes base a sus clientes.

Tabla 17.

Detalle de paquetes

Tipo	Item	Paquete #1	Paquete #2	Paquete #3	Unidad
Comida	Gelatina	x	x	x	1 x niño
	Plato fuerte	x	x	x	1 x niño
	jugos	x	x	x	1 x niño
	Snacks		x	x	1 x niño
Diversión	Juegos ludicos	x	x	x	1 x niño
	Piñata		x	x	1 x evento
Decoración temática	Mesa principal	x	x	x	1 x niño
	Sillas	x	x	x	1 x niño
	Decoración ambiente	x	x	x	1 x niño
Personal	Sueldo por evento	x	x	x	1 x evento

La diferenciación entre los paquetes se da por la cantidad de piezas que contenga cada ítem.

En cuanto a la sección de comida, tanto la gelatina, el plato fuerte y el jugo es el mismo para cualquier paquete.

Los snacks varían entre el paquete dos y tres ya que este último tiene una variedad adicional de snack.

Los juegos lúdicos son los mismos en cualquiera de los paquetes.

La piñata se diferencia ya que el paquete dos contiene 6 ítems por niño y en el paquete tres hay 8 ítems por niño.

La decoración de la mesa como el ambiente varía según el paquete de igual forma en número de ítems a utilizar.

Las sillas y la presencia de una persona por evento se mantienen en los tres paquetes.

4.1.1 Estrategia Operativa

Organizadora de Eventos Sarahí Tinajero actualmente no se encuentra operativa sin embargo como parte de su estrategia de operación se enfocará en un servicio de calidad en la animación del evento con personal altamente capacitado, puntualidad desde las reuniones de planificación como el día propio del evento, además la empresa brindará un servicio ágil e innovador, ofreciendo todas las temáticas de temporada y de moda. Contará con los mejores proveedores de la ciudad garantizando calidad en todos los servicios sean estos de diversión o alimenticios.

El proceso establecido para llevar a cabo un evento de inicio a fin se lo puede revisar en la figura #16.

4.2. Descripción del Proceso

El proceso inicia cuando un cliente está interesado en contratar los servicios de Organizadora de Eventos Sarahí Tinajero, el Creador del evento ofrece al cliente los diferentes paquetes disponibles y todos los servicios adicionales que se ofrecen. El cliente elige el paquete, la temática, el día, el lugar y la hora del evento. A continuación el Creador del evento planifica cada detalle del paquete seleccionado y reserva los servicios correspondientes a proveedores.

Es indispensable contar con el 50% de anticipo por parte del cliente para asegurar el evento y a su vez reservar los servicios con los proveedores.

El día del evento, el creador del evento garantiza el pago del 50% restante para proceder con la decoración y ambientación del lugar, para lo cual se apoya en el personal designado al evento.

Al finalizar el evento se realiza una encuesta de satisfacción al cliente y finalmente se limpia el lugar.

A continuación se puede visualizar el flujo del proceso:

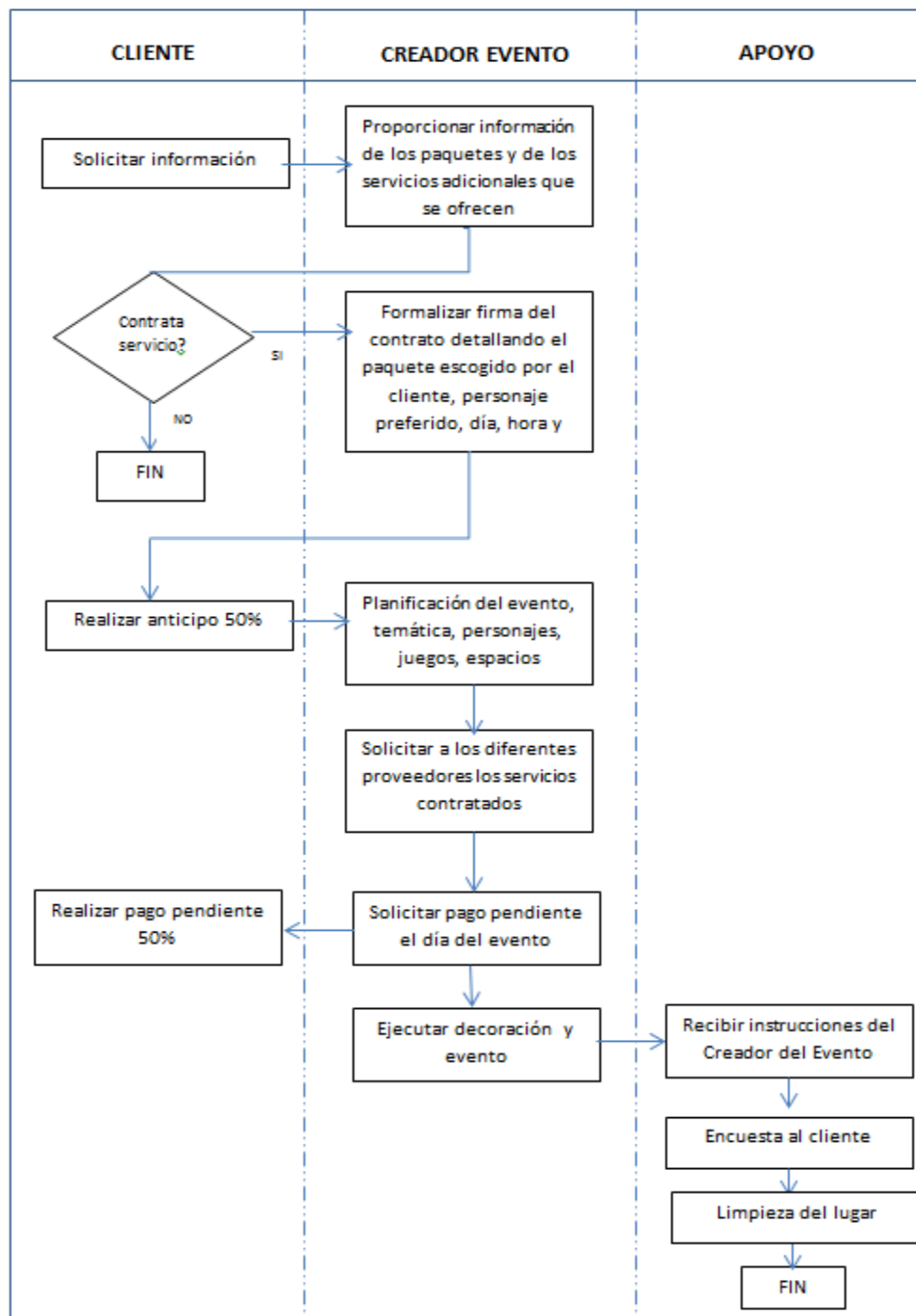


Figura 13. Flujograma del proceso

4.2.2 Cadena de Valor

En el siguiente gráfico se puede observar la cadena de valor:

ACTIVIDADES SECUNDARIAS	ADMINISTRACIÓN GENERAL Y FINANCIERA: Persona altamente capacitada para ejecutar el cargo de Contador.																					
	RECURSOS HUMANOS: Proceso eficiente de selección de personal, capacitación, motivación, incentivos.																					
	DISEÑO E INNOVACIÓN DE PRODUCTOS: Innovación constante de nuevas temáticas y servicios para el cliente.																					
	TECNOLOGÍA: Marketing digital, página web, redes sociales, app a crearse al quinto año.																					
	ACTIVIDADES PRIMARIAS	ABASTECIMIENTO	OPERACIONES	LOGISTICA DE SALIDA	MARKETING Y VENTAS	SERVICIO																
* Materiales y decoración	* Bocaditos	* Juegos recreacionales	* Personajes temáticos	* Shows	* Máquinas de snacks	* Contratos con proveedores de inmobiliario y catering	* Reserva del lugar	* Contrato con proveedores de shows	* Compra de items según paquete	* Realización del evento en base a paquete seleccionado	* Movilización de materiales al lugar escogido	* Decoración y ambientación del lugar	* Ejecución del Evento	* Cierre del evento	* Elaboración de las estrategias de Márketing	* Planificación de campañas publicitarias	* Ejecución de campañas publicitarias	* Marketing digital	* Calidad en el servicio de todo el personal (filosofía Disney)	* Seguridad de los niños, personal capacitado para solventar imprevistos y primeros auxilios	* Encuesta de satisfacción y recomendaciones	* Programas de Fidelización

Figura 14. Cadena de Valor

4.2.2.1 ABASTECIMIENTO

La empresa deberá abastecerse de los materiales de decoración, bocaditos y picaditas, juegos recreacionales, personajes temáticos, implementos para cada show, máquinas de snacks.

4.2.2.2 OPERACIONES

El creador del evento debe formalizar la contratación de los servicios con un contrato detallado del paquete seleccionado y de los servicios adicionales solicitados. Se solicita el pago de un anticipo correspondiente al 50% para iniciar con los preparativos y el 50% restante el día del evento previo a dar inicio a las actividades.

El día del evento se decora y ambienta el lugar, posteriormente se ejecuta la fiesta con los juegos preparados, piñata y demás servicios como caritas pintadas, shows, etc.

4.2.2.3 LOGISTICA DE SALIDA

Ejecución del evento en el día, lugar y hora establecida por el cliente. Al finalizar el evento se realiza una encuesta de satisfacción y se analiza oportunidades de mejora.

Se cierra el evento con la retirada de todos los equipos y con la limpieza del lugar.

4.2.2.4 MARKETING Y VENTAS

Se planifica y ejecuta campañas publicitarias con objetivos de recordación de marca, fidelización, incremento en ventas.

El manejo de Marketing digital también se centra en esta área, redes sociales, página web y app.

Elaboración de material POP, BTL y ATL en caso de que amerite.

4.2.2.5 SERVICIO

Se ofrece calidad del servicio a través de personal altamente capacitado y motivado para la realización de eventos, juego y diversión garantizada.

Adicionalmente el personal está capacitado en primeros auxilios y solución de conflictos brindando mayor seguridad y confianza.

4.2.3 ACTIVIDADES DE APOYO

4.2.3.1 ADMINISTRACIÓN GENERAL Y FINANCIERA

La parte financiera se llevará a cabo por personal altamente capacitado en la rama quien desempeñará el cargo de Contador a quien se le paga por honorarios.

4.2.3.2 RECURSOS HUMANOS

Adecuado proceso de selección del personal a cargo de la Gerente quien además es la responsable de la capacitación, motivación e incentivos del personal.

4.2.3.3 DISEÑO E INNOVACIÓN DE PRODUCTOS

Innovación permanente en cuanto a las temáticas a desarrollarse, adicional como parte de la innovación podemos resaltar la creación del app que permita al cliente escoger y diseñar su evento a la medida permitiéndole visualizar fotos y además contar con una cotización en línea, de tal forma que pueda reemplazar los ítems según su gusto y presupuesto, por ejemplo si el show de títeres no es de su interés modificarlo por show de personajes o por saltarines o por caritas pintadas o por máquinas de snack según su preferencia.

4.2.3.4 TECNOLOGÍA

Parte de la tecnología es el Marketing digital que se empleará para potencializar la empresa, contacto por redes sociales, página web, app, son las herramientas que permitirán dar a conocer los paquetes y servicios en general que ofrece la empresa.

4.3. Necesidades y Requerimientos

4.3.1 Materiales para eventos

Las materias primas e insumos que se requieren para la ejecución de un evento se detallan a continuación:

4.3.1.1 Paquetes:

Tabla 18.

Costo de paquetes

Tipo	Item	costo unitario Paquete #1	costo unitario Paquete #2	costo unitario Paquete #3	Unidad
Comida	Gelatina	0,10	0,10	0,10	1 x niño
	Plato fuerte	1,20	1,20	1,20	1 x niño
	jugos	0,10	0,10	0,10	1 x niño
	Snacks		0,50	0,90	1 x niño
Diversión	Juegos ludicos	0,10	0,10	0,10	1 x niño
	Piñata		0,90	1,70	1 x evento
Decoración tematica	mesa principal	1,40	1,75	2,10	1 x evento
	<i>alquiler mesa plástico</i>	0,20	0,20	0,20	
	<i>mantel</i>	0,10	0,10	0,10	
	<i>platos</i>	0,10	0,20	0,30	
	<i>servilletas</i>	0,08	0,16	0,24	
	<i>vasos</i>	0,10	0,20	0,30	
	<i>Mesa + globos y serpentinas</i>	0,82	0,89	0,96	
	<i>sillas</i>	0,30	0,30	0,30	1 x niño
	Decoración ambiente	3,40	3,89	6,34	1 x niño
PERSONAL	Sueldo por evento	90,00	90,00	90,00	1 x evento
	Costo total x niño	11,29	12,36	15,29	
	Costo evento	169,33	185,43	229,33	
	Costo pedidos extras			56,57	

4.3.1.2 Servicios Adicionales

Tabla 19.
Items para eventos

Items que se cotizan próximos al evento	
Descripción	Valor aproximado
Carpas	\$ 80,00
Decoración temática completa	\$ 300,00
Coctel de bienvenida para padres e hijos	\$ 100,00
Mini Golf + bolos + piscina pelotas+ basquet	\$ 40,00
Sala de puff	\$ 15,00
Dj	\$ 120,00
Arreglos con Globos	\$ 50,00
Marco de Fotos	\$ 25,00
Renta de Local	\$ 300,00
Limpieza de Local	\$ 50,00
Caritas pintadas	\$ 50,00
Iluminación	\$ 50,00
Animadores especiales (no comunes)	\$ 200,00
Arreglos florales	\$ 80,00
Maquina de algodón de Azucar	\$ 25,00
Máquina de Canguil	\$ 25,00
Máquina de burbujas	\$ 100,00
Cualquier servicio que requiera el cliente	

Tabla 20.
Desglose de opciones

Descripción	Valor unitario
Invitaciones	\$ 0,10
Sorpresas 6 ítems	\$ 5,80
Chupete	\$ 0,10
Chocolate	\$ 1,00
Juguete simple	\$ 2,00
Juguete simple	\$ 2,00
Galletas	\$ 0,20
Surtido	\$ 0,50
Sorpresas 8 ítems	\$ 8,80
Chupete	\$ 0,10
Chocolate	\$ 1,00
Juguete simple	\$ 1,50
Juguete simple	\$ 1,50
Juguete temático	\$ 2,00
Juguete temático	\$ 2,00
Galletas	\$ 0,20
Surtido	\$ 0,50
Premios para concursos	\$ 2,00
Piñata opción 1	\$ 15,00
Piñata opción 2	\$ 20,00
Snacks opción 1	\$ 20,00
Snacks opción 2	\$ 40,00
Pastel Temático	\$ 85,00
Animadores opción 1	\$ 85,00
Animadores opción 2	\$ 130,00

4.3.2 Materiales para Oficina

Los materiales que se requieren para la operación de la empresa son:

Tabla 21.

Materiales de Oficina

<i>Ítem</i>	<i>Cantidad (unidades)</i>	<i>Costo Unitario</i>	<i>Costo Total</i>	<i>Vida Útil (años)</i>
Computadoras	1	\$ 500,00	\$ 500,00	3
Impresora	1	\$ 180,00	\$ 180,00	3
Infocus	1	\$ 420,00	\$ 420,00	3
Pizarra líquida	1	\$ 130,00	\$ 130,00	10

4.3.3 Mano de obra

Los gastos en los que se incurren por mano de obra se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 22.

Cargos y Sueldos

<i>Cargo</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Sueldo</i>
Gerente Propietario	1	\$ 500,00
Asistente Marketing	1	\$ 375,00
Creador del Evento	1	\$ 150,00
Personal apoyo 1	1	\$ 80,00
Personal apoyo 2	1	\$ 80,00
Contador - Financiero	1	\$ 250,00

El Gerente Propietario y el Asistente de Marketing y Ventas reciben sueldo fijo mensual y el Creador del Evento, Personal de apoyo 1, personal de apoyo 2 y el Contador Financiero reciben pago bajo la figura de honorarios o servicios profesionales.

4.3.4 Gastos Operacionales

Los gastos de operación en los que debe incurrir la empresa mes a mes se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 23.

Gastos Operacionales

Gastos Operacionales	
Suministros de Oficina	\$ 40,00
Movilización	\$ 150,00
Servicios Básicos	\$ 80,00
Uniformes	\$ 150,00
Publicidad estimada en base a ventas	2,50%
Publicidad inicial	\$ 850,00
Gastos de inicio de operaciones	\$ 800,00

4.3.5 Cuantificación del presupuesto requerido

La empresa requerirá el presupuesto en base al detalle de la siguiente tabla:

Tabla 24.

Presupuesto

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos sueldos	12.581,89	13.414,35	13.432,11	19.059,36	19.089,88
Gastos generales	2.890,89	2.909,47	2.946,33	2.997,73	3.061,05
Gastos de depreciación	379,67	379,67	379,67	13,00	13,00
Gastos de intereses	162,56	-	-	-	-
TOTAL	16.015,00	16.703,48	16.758,10	22.070,09	22.163,93

4.4. Plan de Producción

En base al plan de ventas de Organizadora de Eventos Sarahí Tinajero se estima la realización de 168 eventos el primer año, de 171 eventos el segundo y tercer año, de 184 eventos el cuarto año y de 198 eventos el quinto año.

Tabla 25.

Eventos y facturación por mes

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas proyectadas P1	51	51	51	58	60
Ventas proyectadas P2	45	45	45	48	54
Ventas proyectadas P3	78	72	72	81	81
Total # de eventos	174	168	168	187	195
Facturación P1	\$ 17.815	\$ 18.163	\$ 18.875	\$ 19.753	\$ 20.735
Facturación P2	\$ 17.258	\$ 17.578	\$ 18.226	\$ 19.024	\$ 19.917
Facturación P3	\$ 36.977	\$ 37.652	\$ 39.017	\$ 40.697	\$ 42.576
Total de Facturación	\$ 72.050	\$ 73.393	\$ 76.118	\$ 79.474	\$ 83.228

Los eventos por mes se detallan a continuación:

Tabla 26.

Temporada Alta

DETALLE DE PAQUETE	# EVENTOS	VALORES EXTRAS	V/. UNITARIO	V/. TOTAL
Paquete #1	5	15	80,81	1.746,55
Paquete #2	4	15	80,81	1.534,04
Paquete #3	7	15	80,81	3.195,57
Total Mes	16	45	242,43	6.476,15

Tabla 27.

Temporada baja:

DETALLE DE PAQUETE	# EVENTOS	# NIÑOS	VALORES EXTRAS	V/. UNITARIO	V/. TOTAL
Paquete #1	2	15	80,81	17,90	698,62
Paquete #2	3	15	80,81	20,18	1.150,53
Paquete #3	6	15	80,81	25,05	2.739,06
Total Mes	11	45	242,43	63,13	4.588,20

Los eventos se estiman realizar en el transcurso de viernes, sábados y domingos. Los meses de temporada baja se consideran Febrero, Agosto y Diciembre, el resto de meses se consideran de temporada alta.

4.5. Plan de compras

Basado en el plan de Producción se determina que la ejecución de compras se realizará una vez que se formalicen los contratos y con el tiempo suficiente y necesario previo al evento.

En el siguiente cuadro se podrá visualizar la importancia de los diferentes proveedores y el tiempo necesario para la solicitud de cada servicio.

Tabla 28.

Plan de compras

SERVICIO	IMPORTANCIA PROVEEDOR	PROVEEDORES	ANTICIPACIÓN DE PEDIDOS
Pastel Bocaditos Galletas temáticas Cup cakes	1	Proveedor 1	2 días
		Proveedor 2	3 días
		Proveedor 3	2 días
Inflables Máquinas de snacks	3	Proveedor 1	7 días
		Proveedor 2	15 días
		Proveedor 3	4 días
Catering	4	Proveedor 1	2 días
		Proveedor 2	2 días
		Proveedor 3	2 días
Personajes temáticos	2	Proveedor 1	15 días
		Proveedor 2	15 días
		Proveedor 3	15 días
Alquiler de vajilla, mesas y demás insumos	5	Proveedor 1	6 días
		Proveedor 2	8 días
		Proveedor 3	3 días
Snacks Jugos Piñatas Juguetes Globos Serpentinas Decoración en general	6	Proveedor 1	Al instante
		Proveedor 2	Al instante
		Proveedor 3	Al instante

La contratación de todos los proveedores se realiza luego de recibir el pago del 50% de anticipo de cada evento, valor que garantiza llevar a cabo las reservas y pagos de anticipos a su vez a los proveedores, por tanto se cancela el 50% a cada proveedor para asegurar su cumplimiento el día del evento y 50% luego de finalizar el evento. Por el giro de negocio no es necesario manejarse con políticas de pago posteriores, por el contrario la negociación de descuentos por parte de los proveedores se puede realizar por el pronto pago y el número de eventos que se trabaje con el proveedor.

4.6. KPI's de desempeño del proceso productivo

4.6.1. Defina los KPI's del proceso productivo o de servicio de su proyecto.

Para poder medir el desempeño del personal es indispensable plantearse indicadores de gestión con la finalidad de fortalecer a quien esté débil en el cumplimiento del mismo o motivar al que mejor desempeño presente. A continuación se presenta la tabla de KPI's planteada para la empresa.

Tabla 29.

KPI's

RESPONSABLE	INDICADOR	PERIODICIDAD	RATIO	OBJETIVO
Gerente Propietario	Capacitación al personal	Anual	(Número de capacitaciones realizadas/número de capacitaciones programadas)*100%	95%
	Satisfacción del personal	Anual	(Número de empleados satisfechos/número de total de empleados)*100%	95%
Asistente Marketing y Ventas	Cantidad de eventos	Mensuales	(Número de eventos realizados/ para el número de eventos programados)*100% 16 mes temporada alta 9 mes temporada baja	100%
	Calidad de eventos	Mensuales	(Número de clientes satisfechos/ total de clientes)*100%	95%
	Efectividad Campañas	Mensuales	Cuantos clientes se concretaron a través de una campaña	50%
Creador del Evento	Calidad de eventos	Mensuales	(Número de clientes satisfechos/ total de clientes)*100%	95%
Personal apoyo	Calidad de eventos	Mensuales	(Número de clientes satisfechos/ total de clientes)*100%	95%

La satisfacción del personal se obtendrá de encuestas digitales a los colaboradores que podrán ser contestadas de manera anónima para que sus respuestas sean objetivas, posteriormente se comunicará las acciones a emprender para mejorar el clima laboral y la satisfacción de los colaboradores para que tengan constancia que sus aportes son tomados en cuenta.

La satisfacción de los clientes se obtendrá de encuestas realizadas a los clientes, esta encuesta se la realizará al finalizar el evento o posterior al evento por medio de correo electrónico, será dirigida al padre de familia y su mecánica se detalla en la Estrategia de Servicio.

4.7. Conclusiones del capítulo

- La flexibilidad para armar paquetes a conveniencia del cliente permitirán captar más clientes con un alto nivel de satisfacción.
- Las actividades primarias que necesitan mayor atención por ser importantes dentro de la cadena de valor es la relación con proveedores así como tener opciones múltiples de proveedores de servicios requeridos para los eventos infantiles y la logística de salida es decir el servicio y proactividad a brindar durante el evento, sin descuidar el contacto previo y post venta.
- Para poder medir el desempeño del personal es indispensable plantearse indicadores de gestión con la finalidad de fortalecer a quien esté débil en el cumplimiento del mismo o motivar al que mejor desempeño presente.
- Los procesos claros permitirán dar un servicio ordenado y de calidad desde el primer encuentro con un posible cliente al brindarle información sobre los paquetes que se ofrecen, durante la coordinación del evento y sobre todo en la ejecución del evento. Como parte del proceso es importante que se realice la encuesta de satisfacción al finalizar cada evento ya que de este proceso se validan Kpi's del personal y sobre todo se obtiene las oportunidades de mejora para siguientes eventos.

- Los eventos se estiman realizar en el transcurso de viernes, sábados y domingos. Los meses de temporada baja se consideran Febrero, Agosto y Diciembre, el resto de meses se consideran de temporada alta.
- Basado en el plan de Producción se determina que la ejecución de compras se realizará una vez que se formalicen los contratos y con el tiempo suficiente y necesario previo al evento.

CAPITULO 5. PLAN FINANCIERO

5.1. Supuestos a considerar para la elaboración del plan financiero.

El Plan Financiero permitirá concluir si es factible la implementación de la empresa Organizadora de Eventos Sarahí Tinajero, así como permitirá establecer el punto de equilibrio de eventos a realizar durante los 5 primeros años.

A continuación se detallan los supuestos considerados en el Plan Financiero:

Tabla 30.

Eventos por capacidad instalada

EVENTOS POR CAPACIDAD INSTALADA	
Eventos proyectados por semana	4
Eventos proyectados por mes	16
Eventos proyectados por año	192

Tabla 31.

Proyección de Crecimiento

CRECIMIENTO EVENTOS Y FACTURACIÓN	
CRECIMIENTO	VENTAS
Crecimiento Industria actual	7,00%
Crecimiento proyectado segundo año	5,00%
Crecimiento proyectado tercer año	6,00%
Crecimiento proyectado cuarto año	7,00%
Crecimiento proyectado quinto año	7,00%

Tabla 32.

Ventas por paquetes

VENTA DE PAQUETES MENSUALES TEMPORADA ALTA AÑO 1					
DETALLE DE PAQUETE	# EVENTOS		VALORES EXTRAS	V/. UNITARIO	V/. TOTAL
Paquete #1	5	15	80,81	17,90	1.746,55
Paquete #2	4	15	80,81	20,18	1.534,04
Paquete #3	7	15	80,81	25,05	3.195,57
Total Mes	16	45	242,43	63,13	6.476,15

VENTA DE PAQUETES MENSUALES TEMPORADA BAJA					
DETALLE DE PAQUETE	# EVENTOS	# NIÑOS	VALORES EXTRAS	V/. UNITARIO	V/. TOTAL
Paquete #1	2	15	80,81	17,90	698,62
Paquete #2	3	15	80,81	20,18	1.150,53
Paquete #3	6	15	80,81	25,05	2.739,06
Total Mes	11	45	242,43	63,13	4.588,20

MESES BAJOS
Febrero
Agosto
Diciembre

5.1.1 Inversión Inicial

Para conocer la inversión inicial que se necesitará para la creación de Organizadora de Eventos Sarahí Tinajero es necesario conocer los activos y los gastos en los que se incurrirá para el funcionamiento de la empresa, se detallan en las siguientes tablas:

Tabla 33.

Activos

<i>Ítem</i>	<i>Cantidad (unidades)</i>	<i>Costo Unitario</i>	<i>Costo Total</i>
Computadoras	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Impresora	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Infocus	1	\$ 420,00	\$ 420,00
Pizarra liquida	1	\$ 130,00	\$ 130,00

Tabla 34.

Gastos

Gastos Operacionales	Valor	Frecuencia
Suministros oficina (*)	\$ 40,00	mensuales
Movilización (*)	\$ 150,00	mensuales
Servicios básicos(*)	\$ 80,00	mensuales
Uniformes(*)	\$ 150,00	un solo pago inicial
Publicidad (estimada mensual)	2,50%	valor ventas mensuales
Publicidad inicial	\$ 850,00	Evento de lanzamiento
Gastos para iniciar con funcionamiento de la empresa	\$ 800,00	un solo pago inicial

Se concluye que la inversión inicial estará compuesta de la siguiente manera:

Tabla 35.

Estructura de capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL		
Propio	60,00%	3.738,00
Deuda L/P	40,0%	2.492,00

5.2. Estados Financieros Proyectados

5.2.1. Estados de resultados.

El estado de resultados nos permite visualizar las ventas y costos proyectados durante 5 años y determinar la utilidad neta de cada año.

Tabla 36.

Estado de Resultados Anual

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
TOTAL INGRESOS VENTAS	\$ 72.049,99	\$ 73.392,88	\$ 76.118,13	\$ 79.473,85	\$ 83.227,64
Costo total de servicios prestados	\$ 47.824,08	\$ 48.302,32	\$ 49.268,36	\$ 50.746,41	\$ 52.776,27
UTILIDAD BRUTA	\$ 24.225,91	\$ 25.090,56	\$ 26.849,77	\$ 28.727,43	\$ 30.451,37
Gastos sueldos	\$ 14.833,50	\$ 16.047,24	\$ 16.611,10	\$ 17.321,57	\$ 18.200,18
Gastos operacionales	\$ 2.070,00	\$ 2.341,50	\$ 2.364,33	\$ 2.444,33	\$ 2.439,80
Gastos de depreciación	\$ 379,67	\$ 379,67	\$ 379,67	\$ 13,00	\$ 13,00
Gastos de amortización	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD ANTES DE INTERES	\$ 6.942,74	\$ 6.322,16	\$ 7.494,67	\$ 8.948,54	\$ 9.798,40
Gastos de intereses	\$ 162,56	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 6.780,19	\$ 6.322,16	\$ 7.494,67	\$ 8.948,54	\$ 9.798,40
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$ 1.017,03	\$ 932,62	\$ 1.124,20	\$ 1.337,54	\$ 1.518,11
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 5.763,16	\$ 5.389,54	\$ 6.370,47	\$ 7.611,00	\$ 8.280,29
22% IMPUESTO A LA RENTA	\$ 1.267,90	\$ 1.162,66	\$ 1.401,50	\$ 1.667,47	\$ 1.892,58
UTILIDAD NETA	\$ 4.495,26	\$ 4.226,88	\$ 4.968,97	\$ 5.943,53	\$ 6.387,71
MARGEN BRUTO	34%	34%	35%	36%	37%
MARGEN OPERACIONAL	10%	9%	10%	11%	12%
MARGEN NETO	6%	6%	7%	7%	8%

En el estado de resultados podemos visualizar que a medida que las ventas aumentan cada año los costos por servicios prestados y los gastos igual aumentan.

El valor de gastos de intereses solo se refleja el primer año debido a que el crédito es por un valor de 2,492.00 con cuotas mensuales de 221,21, lo que permiten

terminar de cancelar la deuda en el primer año, ver tabla de amortización en el anexo 5.

El balance presenta utilidad positiva todos los años.

5.2.2. Estado de situación o balance general

El balance general es un informe financiero que nos permite visualizar la situación económica y financiera de la empresa para cinco años proyectados.

Tabla 37.

Estado de Situación o Balance General

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<u>ACTIVOS</u>					
<i>Corrientes</i>	7.687,41	12.262,78	17.606,75	23.538,73	29.952,56
<i>Efectivo</i>	7.687,41	12.262,78	17.606,75	23.538,73	29.952,56
Cuentas por Cobrar	-	-	-	-	-
<i>No Corrientes</i>	850,33	470,67	91,00	78,00	65,00
Propiedad, Planta y Equipo	1.230,00	1.230,00	1.230,00	1.230,00	1.230,00
Depreciación acumulada	(379,67)	(759,33)	(1.139,00)	(1.152,00)	(1.165,00)
<u>PASIVOS</u>					
<i>Corrientes</i>	304,48	273,30	268,64	244,08	257,21
Cuentas por pagar proveedores	56,57	56,57	56,57	56,57	56,57
Impuestos por pagar	85,91	48,26	35,17	-	-
IESS por pagar	162,00	168,48	176,90	187,52	200,64
<i>No Corrientes</i>	-	-	-	-	-
Deuda a largo plazo	-	-	-	-	-
<u>PATRIMONIO</u>	8.233,26	12.460,15	17.429,11	23.372,64	29.760,35
Capital	3.738,00	3.738,00	3.738,00	3.738,00	3.738,00
Utilidades retenidas	4.495,26	8.722,15	13.691,11	19.634,64	26.022,35
Comprobación	-	-	-	-	-
Activo corriente	7.687,41	12.262,78	17.606,75	23.538,73	29.952,56
Pasivo corriente	304,48	273,30	268,64	244,08	257,21
Capital neto de trabajo	7.382,93	11.989,48	17.338,11	23.294,64	29.695,35

La empresa no presenta cuentas por cobrar ya que el cobro de cada evento se realiza previo al evento, el 50% contra firma de contrato y el 50% restante previo al inicio del evento.

En cuentas por pagar proveedores se refleja el costo de insumos extras que puede contratar un cliente para un evento, se considera solo uno ya que el pago a proveedores se realiza con el abono del primer 50%. Se gestiona con Proveedores que el pago se puede realizar hasta máximo 15 días después de cada evento.

Los impuestos por pagar consideran el 15% por participación de trabajadores y el 22% de Impuesto a la Renta.

El IES por pagar considera el Aporte al IESS personal y patronal de cada colaborador.

5.2.3. Estado de flujos de efectivo

Los flujos de efectivo nos permiten visualizar las entradas y salidas de caja o efectivo en el transcurso de los cinco años proyectados, es un indicador clave para determinar la liquidez de una empresa.

Tabla 38.

Estado Flujos de Efectivo

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Actividades Operacionales						
Utilidad Neta	-	4.495,26	4.226,88	4.968,97	5.943,53	6.387,71
Depreciaciones y amortización	-	-	-	-	-	-
+ Depreciación	-	379,67	379,67	379,67	13,00	13,00
+ Amortización	-	-	-	-	-	-
- Δ CxC	-	-	-	-	-	-
+ Δ CxP PROVEEDORES	-	56,57	-	-	-	-
+ Δ Impuestos	-	85,91	(37,65)	(13,08)	(35,17)	-
+ Δ IESS por pagar	-	162,00	6,48	8,42	10,61	13,13
Actividades de Inversión	-	-	-	-	-	-
- Adquisición PPE	(1.230,00)	-	-	-	-	-
Actividades de Financiamiento	-	-	-	-	-	-
+ Δ Deuda Largo Plazo	2.492,00	(2.492,00)	-	-	-	-
+ Δ Capital	3.738,00	-	-	-	-	-
INCREMENTO NETO EN EFECTIVO	5.000,00	2.687,41	4.575,38	5.343,97	5.931,97	6.413,83
EFECTIVO PRINCIPIOS DE PERIODO	-	7.849,54	12.353,67	17.794,69	23.869,49	30.448,80
TOTAL EFECTIVO FINAL DE PERÍODO	5.000,00	7.687,41	12.262,78	17.606,75	23.538,73	29.952,56
Capital de trabajo requerido	5.000,00	-	-	-	-	-

En este Estado de Flujo de efectivo podemos observar que hasta el quinto año se tiene utilidad positiva y que en el primer año se cancelan las deudas. Además el efectivo al final del período de igual forma es positivo.

5.2.3.4 Flujos de Caja:

El flujo de Caja permite determinar el flujo del proyecto y el flujo del inversionista necesarios para el cálculo del VAN y el TIR.

Tabla 39.

Flujos de Caja

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS Y PA	\$ -	\$ 6.942,74	\$ 6.322,16	\$ 7.494,67	\$ 8.948,54	\$ 9.798,40
(+) Gastos de depreciación	\$ -	\$ 379,67	\$ 379,67	\$ 379,67	\$ 13,00	\$ 13,00
(+) Gastos de amortización	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$ -	\$ 1.017,03	\$ 932,62	\$ 1.124,20	\$ 1.337,54	\$ 1.518,11
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA	\$ -	\$ 1.267,90	\$ 1.162,66	\$ 1.401,50	\$ 1.667,47	\$ 1.892,58
(=) I. FLUJO DE EFECTIVO OPERATIVO NETO (F.E.O)	\$ -	\$ 5.037,49	\$ 4.606,55	\$ 5.348,63	\$ 5.956,53	\$ 6.400,71
INVERSIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO	\$ (5.000,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) VARIACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO	\$ -	\$ 7.382,93	\$ 11.989,48	\$ 17.338,11	\$ 23.294,64	\$ 29.695,35
(+) RECUPERACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 29.695,35
(=) II. VARIACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO	\$ (5.000,00)	\$ 7.382,93	\$ 11.989,48	\$ 17.338,11	\$ 23.294,64	\$ 29.695,35
INVERSIONES	\$ (1.230,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
RECUPERACIONES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Recuperación maquinaria	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Recuperación vehículos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Recuperación equipo de computación	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
III. GASTOS DE CAPITAL (CAPEX)	\$ (1.230,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	\$ (6.230,00)	\$ 7.687,41	\$ 12.262,78	\$ 17.606,75	\$ 23.538,73	\$ 29.952,56
FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA						
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	\$ (6.230,00)	\$ 7.687,41	\$ 12.262,78	\$ 17.606,75	\$ 23.538,73	\$ 29.952,56
(+) Préstamo	\$ 2.492,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Gastos de interés	\$ -	\$ (162,56)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Amortización del capital	\$ -	\$ (2.492,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Escudo Fiscal	\$ -	\$ 54,90	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
IV. FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA	\$ (3.738,00)	\$ 5.087,75	\$ 12.262,78	\$ 17.606,75	\$ 23.538,73	\$ 29.952,56

De la inversión inicial de capital no se utiliza al 100% en la implementación ya que sirve de provisión para los primeros meses. El valor utilizado en inversión de equipos y materiales de oficina es de 1.230,00.

Se puede observar que el flujo de caja del inversionista es positivo en todos los años.

5.2.4. Análisis de relaciones financieras: Índices aplicables a la empresa e industria, además de VAN, TIR, PRI y análisis de punto de equilibrio.

“El valor actual neto (VAN) es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto. Si tras medir los flujos de los futuros ingresos y egresos y descontar la inversión inicial queda alguna ganancia, el proyecto es viable.

VAN < 0 el proyecto no es rentable. Cuando la inversión es mayor que el BNA (VAN negativo o menor que 0) significa que no se satisface la TD.

VAN = 0 el proyecto es rentable, porque ya está incorporado ganancia de la TD. Cuando el BNA es igual a la inversión (VAN igual a 0) se ha cumplido con la TD.

VAN > 0 el proyecto es rentable. Cuando el BNA es mayor que la inversión (VAN mayor a 0) se ha cumplido con dicha tasa y además, se ha generado una ganancia o beneficio adicional.” (ESAN, 2017).

La tasa interna de retorno (TIR) es un indicador financiero muy parecido al valor actual neto (VAN), pero a diferencia de este no es un indicador de valor sino de rentabilidad. Para hallar la TIR empleamos la fórmula del VAN.

“El período de recuperación de la inversión (PRI) es un indicador que mide en cuánto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente. Puede revelarnos con precisión, en años, meses y días, la fecha en la cual será cubierta la inversión inicial.

Para calcular el PRI se usa la siguiente fórmula:

$$PRI = a + (b - c)/d$$

Dónde:

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

B = Inversión Inicial.

C = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

D = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.” (ESAN, 2017)

a	1
b	6.230
c	6.082
d	190
PR=	1,78

$$(0.37*12)= 4.44$$

$$(0.44*30)= 13.2$$

La recuperación se realizará en un año, 4 meses y 13 días.

“El WACC es el Weighted Average Cost of Capital, por sus siglas en inglés, o coste medio ponderado del capital, y es utilizado como tasa de descuento para valorar empresas o proyectos de inversión mediante el método del descuento de flujos de caja esperados.” (FINANCLICK, 2018)

Tabla 40.

Evaluación de Flujos

EVALUACIÓN FLUJOS DEL PROYECTO		EVALUACIÓN FLUJO DEL INVERSIONISTA	
VAN	\$284,92	VAN	\$3.157,13
TIR	13,65%	TIR	17,47%

Para determinar el WACC y CAPM se considera los datos descritos en la siguiente tabla:

Tabla 41.

Datos para cálculos financieros

Riesgo Financiero	
Tasa libre de riesgo	2,96%
MRp	6,38%
Beta	1,17
Riesgo País	6,13%
Participación Trabajadores	15,00%
D	2.492,00
E	3.738,00
Gasto Interés	162,56
Tasa de interés Rd	6,52%
Razón Deuda/Capital	66,67%
Costo Deuda Actual	11,83%

A continuación se detalla de donde se obtiene cada dato:

Tasa libre de riesgo: Se utiliza Los bonos del tesoro de los Estados Unidos al 15 de Septiembre del 2018.

Rendimiento del mercado: Precio S&P 500 al 15 de Septiembre del 2017 y 2018, elevado a la uno, menos uno.

Beta: Dato obtenido del promedio de la industria. (Damoradan, 2018)

Beta apalancada: $Beta * (1 + ((1 - \text{escudo fiscal}) * \text{Razón Deuda Capital}))$

Riesgo país: Basado en el costo de la deuda ecuatoriana. (Banco Central del Ecuador, 2018)

Tasa de impuestos: Tabla de retención en la fuente para personas naturales

Participación de trabajadores: Código de Trabajo Art. 97

Escudo fiscal: Reforma Tributaria

Razón Deuda/ Capital: Deuda Largo Plazo para Capital Propio

Costo Deuda Actual: Tasa de interés anual

“El cálculo del WACC tiene en cuenta tanto el nivel de fondos propios de la empresa y su coste, como el nivel de endeudamiento y su coste financiero, así como la tasa impositiva que debe afrontar la empresa. Por tanto, tiene en cuenta todas las fuentes de recursos de la empresa, ya sean propias o ajenas.

La fórmula para calcular el WACC es:

$$WACC \equiv \frac{D}{D+E} (\text{costo de deuda}) * (1-T) + \frac{E}{D+E} (\text{costo de patrimonio})$$

Dónde:

D= Deuda

E= Patrimonio (precio mercado de la acción)

T= Tasa de Impuesto

El CAPM se calcula con la siguiente fórmula:

$$E(R_i) = R_f + \beta_i [E(R_m) - R_f]$$

Dónde:

$E(R_i)$ = Retorno esperado de la acción i

R_f = tasa libre de riesgo

$E(R_m)$ = retorno esperado del portafolio de mercado

B_i = Beta de la inversión i

$$E_r = r_f + \beta(MRP) + RP$$

WACC: 10.46%

CAPM: 13.09%

Podemos observar que la TIR es mayor que el WACC demostrando que el proyecto es atractivo para la inversionista.

5.2.5. Impacto económico, Regional, Social, Ambiental.

Organizadora de eventos Sarahí Tinajero contribuirá económicamente al país a través de sus aportaciones al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social y Servicio de Rentas Internas proveniente de la contratación de trabajadores y las ventas respectivamente.

Se espera que a medida de que la empresa sea más conocida y genere más contratos para la organización de fiestas infantiles, el número de empleos dentro del organigrama aumenten, además del empleo indirecto a proveedores.

5.3 Conclusiones

Organizadora de eventos Sarahí Tinajero requiere un capital de \$ 6.230 de los cuales el 60% corresponde a capital propio y el 40% a préstamo bancario con una tasa de interés del 11.84%, con proyección a cancelar la deuda al finalizar el primer año.

Los Estados Financieros están proyectados para cinco años, el estado de resultados se basa en las ventas y costos variables proyectados para poder determinar la utilidad antes de intereses e impuestos.

El punto de equilibrio el primer año para no tener pérdidas y ganancias es de 155 eventos que equivalen a USD 50.149 dólares.

Se analiza otro escenario optimista en el cual se debe realizar 250 eventos en el año generando una facturación de USD 78.682 dólares.

El cálculo del VAN es positivo lo que nos determina que el proyecto es rentable.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El objetivo principal de esta tesis fue determinar la factibilidad de implementar una empresa Organizadora de eventos infantiles en la ciudad de Quito, al obtener un VAN positivo logramos cumplir el objetivo general del plan de negocios.

Las actividades primarias que necesitan mayor atención por ser importantes dentro de la cadena de valor es la relación con proveedores así como tener opciones múltiples de proveedores de servicios requeridos para los eventos infantiles y la logística de salida es decir el servicio y proactividad a brindar durante el evento, sin descuidar el contacto previo y post venta.

Cumpliendo uno de los objetivos específicos se plantea un organigrama funcional para la empresa el cual se conforma por la Gerencia, Contador, Creador de Evento, Asistente de Marketing y Personal de Apoyo. Por optimización de recursos se establece dos tipos de contrataciones, la una es contrato fijo y la otra es bajo la figura de pago por Honorarios, esto mientras se logra estabilizar financieramente la empresa, se considera a futuro contratación fija para todo el equipo.

Se recomienda considerar para finalizar el quinto año la creación de un APP que permita al usuario cotizar y armar su paquete en línea según sus gustos, preferencias y presupuesto.

REFERENCIAS

- Alvear, & Tapia. (2008). Proyecto para la organización de eventos infantiles. Cuenca, Ecuador.
- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (07 de 2016). *BANCO CENTRAL DEL ECUADOR*. Recuperado el 18 de 10 de 2017, de <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/754>
- BCE. (07 de 2017). *BANCO CENTRAL DEL ECUADOR*. Recuperado el 11 de 08 de 2018, de <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/754>
- CAPEIPI. (09 de 2017). *CÁMARA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PICHINCHA*. Recuperado el 18 de 10 de 2017, de <https://eventos.capeipi.org.ec/>
- Carrera, C. (2008). Plan de Negocios para la implementación de una empresa organizadora de eventos infantiles. Quito, Ecuador.
- Damoradan. (2018). Recuperado el 03 de 12 de 2018, de <http://www.betasdamodaran.com/>
- Diaz, R. (2016). *Educapanama*. Recuperado el 05 de 08 de 2018, de www.educapanama.edu.pa/?q=download/file/5580
- ECONOMIPEDIA. (2018). Recuperado el 19 de 11 de 2018, de <https://economipedia.com/definiciones/valor-agregado-bruto-vab.html>
- ESAN. (24 de 01 de 2017). *CONEXION ESAN*. Recuperado el 27 de 11 de 2018, de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/el-pri-uno-de-los-indicadores-que-mas-llama-la-atencion-de-los-inversionistas/>
- FINANCLICK. (2018). *FINANCLICK*. Recuperado el 27 de 11 de 2018, de <https://www.financlick.es/que-es-el-wacc-y-como-interpretarlo-n-81-es>
- Guia Infantil. (14 de 09 de 2016). *Guia Infantil*. Recuperado el 05 de 08 de 2018, de <https://www.guiainfantil.com/articulos/educacion/motivacion/el-desarrollo-de-la-creatividad-de-los-ninos/>
- IEPI. (2018). *Tarifario de tasas con descuentos*. Quito: Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.
- INEC. (2010). *INSTITUTO ECUATORIANO DE ESTADÍSTICAS Y CENSO*. Recuperado el 2017 de 09 de 18, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>

- INEC. (2016). *INEC*. Recuperado el 18 de 10 de 2017, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Libros/Panorama%20Laboral%202016_final2908.pdf
- INEC. (03 de 2018). Recuperado el 18 de 08 de 2018, de <http://www.lacamara.org/website/wp-content/uploads/2017/03/IPE-250-Cifras-Empleo-mar-2018-1.pdf>
- INEC. (09 de 2018). *Ecuador en cifras*. Recuperado el 01 de 11 de 2018, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2018/Septiembre-2018/092018_Mercado%20Laboral.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Ecuador en cifras*. Recuperado el 15 de 09 de 2017, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- Juglar, J. C. (1862). *Las crisis comerciales y su reaparición periódica en Francia, Inglaterra y Estados Unidos*.
- Kotler, P. (1999). *El marketing según Kotler: cómo crear, ganar y dominar los mercados*. Grupo Planeta (GBS), 1999.
- Loor, L. (2008). *Plan de Negocios para la implementación de una empresa organizadora de eventos infantiles*. Quito, Ecuador.
- Mitchell, W. C. (1923). *Los Ciclos Económicos*. México, 2ª ed. 1956.: Fondo de Cultura Económica.
- Perez, J. (2009). *Definición de punto de equilibrio*. Obtenido de <https://definicion.de/punto-de-equilibrio/>
- SRI, S. d. (2015). *REGLAMENTO PARA LA APLICACIÓN DE LA LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO*. Quito: Decreto 580 (Registro Oficial 448, 28-II-2015).
- SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, VALORES Y SEGUROS. (09 de 2017). Recuperado el 25 de 10 de 2017, de http://appscvs.supercias.gob.ec/portallInformacion/sector_societario.zul
- TELEGRAFO, E. (14 de 08 de 2018). *La proyección del PIB para 2018 . La proyección del PIB para 2018* , págs. <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/pib-ecuador-proyeccion-bce>.

ANEXOS

ANEXOS

ANEXO1: ENTREVISTA A EXPERTO

PREGUNTAS	RESPUESTAS DEL EXPERTO
¿En su experiencia, las fiestas infantiles solicitadas con mayor frecuencia para niños, son de que rango de edad?	La mayor demanda de este servicio es para niños entre 3 a 8 años
¿Qué evento es el más rentable?	Normalmente la ganancia del organizador de eventos es un % en base al valor del evento por tanto mientras más alto sea el presupuesto que el cliente tenga para el evento, mayor será la ganancia del Organizador de eventos. En el caso de fiestas infantiles el trabajo es menos intenso que el organizar un matrimonio, por tanto eso también cuenta al momento de evaluar el costo y el valor propuesto.
¿Qué es lo que más llama la atención al cliente al momento de contratar el servicio de Organización?	Los clientes buscan seriedad y confianza en la empresa con la que van a trabajar, mientras más transparente seas en la información. No menos importante es tu imagen y trayectoria; Imagen desde la tarjeta de presentación, tu presentación personal y la formalidad con la que trabajes y trayectoria ya que muchas veces prefieren ver tu trabajo realizado anteriormente para tomar una decisión si irse con la competencia o quedarse contigo, por tanto fotos del trabajo que realizas es muy importante para tu portafolio de presentación.
¿Qué productos o servicios resultan más rentables el momento de armar un paquete?	Depende el modelo de negocio que tengas: * Si te contratan solo para organización de eventos * Si contratan únicamente insumos por separado (bocaditos, pasteles, catering, servicio de bebidas, decoración, entretenimiento) En el primer caso como se mencionó anteriormente depende del presupuesto que tengan para el evento y el % que te hayas planteado ganar (aproximadamente debe ser un 30%). En el segundo caso normalmente en comida es el insumo que te puede traer mayor rentabilidad.

¿En su experiencia cuantas fiestas infantiles se realizan por semana?

Depende mucho de la capacidad instalada que tenga tu negocio sin embargo se debe considerar que las fiestas infantiles se realizan con frecuencia en el fin de semana con mayor frecuencia los Sábados y Domingos.

Se debe considerar el tiempo que te toma armar el evento por tanto no podrías tener más de dos por día por lo tanto 4 entre sábado y domingo a menos que cuentes con personal de confianza que lleve a cabo eventos paralelos a la misma hora.

ANEXO 2: ITEMS ADICIONALES PARA EVENTOS

Descripción	Valor unitario
Invitaciones	0,10
Sorpresas 6 items	5,80
Chupete	0,10
Chocolate	1,00
Juguete simple	2,00
Juguete simple	2,00
Galletas	0,20
Surtido	0,50
Sorpresas 8 items	8,80
Chupete	0,10
Chocolate	1,00
Juguete simple	1,50
Juguete simple	1,50
Juguete temático	2,00
Juguete temático	2,00
Galletas	0,20
Surtido	0,50
Premios para concursos	2,00
Piñata opción 1	15,00
Piñata opción 2	20,00
Snacks opción 1	20,00
Snacks opción 2	40,00
Pastel Temático	85,00
Animadores opción 1	85,00
Animadores opción 2	130,00

Items que se cotizan próximos al evento	
Descripción	
Carpas	
Decoración temática completa	
Coctel de bienvenida para padres e hijos	
Mini Golf + bolos + piscina pelotas+ basquet	
Sala de puff	
Dj	
Arreglos con Globos	
Marco de Fotos	
Renta de Local	
Limpieza de Local	
Caritas pintadas	
Iluminación	
Animadores especiales (no comunes)	
Arreglos florales	
Cualquier servicio que requiera el cliente	

ANEXO 3: TABLA DE AMORTIZACIÓN CRÉDITO BANCARIO

Saldo inicial	Pago mensual (cuota)	Gasto Interés	Amortización al capital	Saldo final
2.492,00	(221,21)	24,57	(196,65)	2.295,35
2.295,35	(221,21)	22,63	(198,58)	2.096,77
2.096,77	(221,21)	20,67	(200,54)	1.896,23
1.896,23	(221,21)	18,69	(202,52)	1.693,71
1.693,71	(221,21)	16,70	(204,52)	1.489,19
1.489,19	(221,21)	14,68	(206,53)	1.282,66
1.282,66	(221,21)	12,64	(208,57)	1.074,09
1.074,09	(221,21)	10,59	(210,62)	863,47
863,47	(221,21)	8,51	(212,70)	650,77
650,77	(221,21)	6,42	(214,80)	435,97
435,97	(221,21)	4,30	(216,92)	219,05
219,05	(221,21)	2,16	(219,05)	0,00

ANEXO 4: ESTADO DE RESULTADOS ANUAL

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
TOTAL INGRESOS VENTAS	\$ 72.049,99	\$ 73.392,88	\$ 76.118,13	\$ 79.473,85	\$ 83.227,64
Costo total de servicios prestados	\$ 47.824,08	\$ 48.302,32	\$ 49.268,36	\$ 50.746,41	\$ 52.776,27
UTILIDAD BRUTA	\$ 24.225,91	\$ 25.090,56	\$ 26.849,77	\$ 28.727,43	\$ 30.451,37
Gastos sueldos	\$ 14.833,50	\$ 16.047,24	\$ 16.611,10	\$ 17.321,57	\$ 18.200,18
Gastos operacionales	\$ 2.070,00	\$ 2.341,50	\$ 2.364,33	\$ 2.444,33	\$ 2.439,80
Gastos de depreciación	\$ 379,67	\$ 379,67	\$ 379,67	\$ 13,00	\$ 13,00
Gastos de amortización	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD ANTES DE INTERES	\$ 6.942,74	\$ 6.322,16	\$ 7.494,67	\$ 8.948,54	\$ 9.798,40
Gastos de intereses	\$ 162,56	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 6.780,19	\$ 6.322,16	\$ 7.494,67	\$ 8.948,54	\$ 9.798,40
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$ 1.017,03	\$ 932,62	\$ 1.124,20	\$ 1.337,54	\$ 1.518,11
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 5.763,16	\$ 5.389,54	\$ 6.370,47	\$ 7.611,00	\$ 8.280,29
22% IMPUESTO A LA RENTA	\$ 1.267,90	\$ 1.162,66	\$ 1.401,50	\$ 1.667,47	\$ 1.892,58
UTILIDAD NETA	\$ 4.495,26	\$ 4.226,88	\$ 4.968,97	\$ 5.943,53	\$ 6.387,71
MARGEN BRUTO	34%	34%	35%	36%	37%
MARGEN OPERACIONAL	10%	9%	10%	11%	12%
MARGEN NETO	6%	6%	7%	7%	8%

