



ESPE
ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
CAMINO A LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

CARRERA: INGENIERÍA COMERCIAL

MODALIDAD PRESENCIAL

**TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA
COMERCIAL**

**ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA LA
ORGANIZACIÓN DE FIESTAS INFANTILES EN LA
ADMINISTRACIÓN ZONAL ELOY ALFARO, DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO**

MARÍA BELÉN REGALADO MADRID

DIRECTOR: ING. JORGE VILLAVICENCIO
CODIRECTOR: ING. ARCENIO CÓRDOVA

Quito, Septiembre 2010

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis Padres, quienes con esfuerzo y dedicación han hecho de mi una persona de bien y siempre han estado a mi lado apoyándome en todos los momentos de mi vida y todas aquellas personas quienes encontraron en mi felicidad y éxito una razón de gran satisfacción.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por ser él, quien guía mi vida y haberme dado la oportunidad de vivir con plenitud esta etapa de mi vida y permitirme llegar hasta aquí de una forma exitosa; a mis padres Teresa y Jorge, a mi hermano Paúl, a mi cuñada Natalia que como instrumento divino han guiado y cuidado de cada paso que he dado en mi vida, que con su sacrificio y esfuerzo me han permitido ofrecerles este regalo, de igual manera a todas las personas que siempre creyeron en mí, apoyándome de manera incondicional, inspirando valor y perseverancia a mi lado, susurrando buenos augurios a mi oído, a Andrés mi novio por brindarme su amor, apoyo incondicional y confianza para seguir siempre adelante.

Mis más sinceros agradecimientos a los colaboradores de esta tesis, Ing. Jorge Villavicencio-Director e Ing. Arcenio Córdova-Codirector, a la Escuela Politécnica del Ejército que durante este ciclo de aprendizaje fue mi segundo hogar, a mis amigos y compañeros de clases que día a día compartieron conmigo valiosas e inolvidables experiencias.

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

María Belén Regalado Madrid

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado Estudio para la Creación de una Empresa para la Organización de Fiestas Infantiles en la Administración Zonal Eloy Alfaro, Distrito Metropolitano de Quito, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan el pie de las páginas correspondiente, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Sangolquí, septiembre del 2010

María Belén Regalado Madrid

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO

AUTORIZACIÓN

Yo, María Belén Regalado Madrid

Autorizo a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo Estudio para la Creación de una Empresa para la Organización de Fiestas Infantiles en la Administración Zonal Eloy Alfaro, Distrito Metropolitano de Quito, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí, septiembre del 2010

María Belén Regalado Madrid

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO

CERTIFICADO

Ing. Jorge Villavicencio Msc. e Ing. Arcenio Córdova

CERTIFICAN

Que el trabajo titulado Estudio para la Creación de una Empresa para la Organización de Fiestas Infantiles en la Administración Zonal Eloy Alfaro, Distrito Metropolitano de Quito, realizado por María Belén Regalado Madrid, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército.

Debido a su investigación y desarrollo el proyecto de grado es de interés nacional, por lo tanto SI se recomienda su publicación.

El mencionado trabajo consta de dos documentos empastados y dos discos compactos los cuales contienen los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf). Autorizan a nombre del autor, señorita María Belén Regalado Madrid que lo entregue al Ing. Guido Crespo, en su calidad de Director de la Carrera.

Sangolquí, septiembre de 2010

Ing. Jorge Villavicencio Msc.

DIRECTOR

Ing. Arcenio Córdova

CODIRECTOR

ÍNDICE

	Pág.
1. Estudio de Mercado	24
1.1. Objetivos del Estudio de Mercado	24
1.1.1. Objetivos Específicos	24
1.2. Identificación Servicio	25
1.3. Característica del Servicio	27
1.3.1. Clasificación por su Uso y Efecto	27
1.3.2. Servicios Sustitutos y/o Complementarios	28
1.3.3. Normatividad Técnica, Sanitaria y Comercial	28
1.3.3.1. Normatividad Técnica.....	28
1.3.3.2. Normatividad Sanitaria.....	29
1.3.3.3. Normatividad Comercial.....	30
1.4. Determinación de la Demanda Actual	30
1.4.1. Metodología de la Investigación de Campo	30
1.4.1.1. Definición de las Variables.....	31
1.4.1.2. Elaboración del Cuestionario.....	37
1.4.1.3. Aplicación de la Encuesta.....	37
1.4.2. Segmento Objetivo	37
1.4.3. Tamaño del Universo.....	38
1.4.4. Determinación de Éxitos y Fracasos	39
1.4.5. Tamaño de la Muestra	40
1.5. Procesamiento de Datos: codificación y tabulación	41
1.5.1. Presentación y análisis de los resultados	41
1.6. Análisis de la Demanda	70

1.6.1.	Clasificación	70
1.6.2.	Factores de Afectan a la Demanda	70
1.6.2.1.	Tamaño y Crecimiento de la Población	71
1.6.2.2.	Hábitos de Consumo	72
1.6.2.3.	Gustos y Preferencias.....	73
1.6.2.4.	Niveles de Ingresos y Precios	74
1.6.3.	Análisis Histórico de la Demanda	75
1.6.4.	Demanda Actual del Servicio	75
1.6.5.	Proyección de la Demanda	76
1.7.	Análisis de la Oferta	77
1.7.1.	Clasificación	77
1.7.2.	Factores que Afectan a la Oferta	77
1.7.2.1.	Precio	78
1.7.2.2.	Competencia	78
1.7.3.	Comportamiento Histórico de la Oferta	78
1.7.4.	Oferta Actual	79
1.8.	Estimación de la Demanda Insatisfecha	80
1.9.	Análisis de la Demanda Insatisfecha Captada por el Proyecto.....	81
1.9.1.	Análisis de Precios	82
1.9.2.	Precios Históricos y Actuales	82
1.9.3.	Márgenes de Precios	83
1.9.3.1.	Estacionalidad	83
1.9.3.2.	Volumen.....	83
1.9.3.3.	Forma de Pago	83
2.	Estudio Técnico y Ambiental	85

2.1.	Tamaño del Proyecto	85
2.1.1.	Factores Determinantes del Tamaño	85
2.1.1.1.	El Mercado.....	86
2.1.1.2.	Disponibilidad de Recursos Financieros.....	86
2.1.1.3.	Disponibilidad de Mano de Obra.....	86
2.1.1.4.	Disponibilidad de Insumos	87
2.1.2.	Optimización del Tamaño	87
2.2.	Localización del Proyecto.....	88
2.2.1.	Macro Localización	88
2.2.2.	Micro Localización.....	89
2.2.2.1.	Criterios de Selección de Alternativas.....	89
2.2.2.1.1.	Transporte.....	89
2.2.2.1.2.	Acceso	89
2.2.2.1.3.	Servicios básicos	89
2.2.2.1.4.	Fuentes de abastecimiento.....	90
2.2.2.1.5.	Leyes y ordenanzas	90
2.2.2.1.6.	Factores Ambientales	90
2.2.2.2.	Matriz Locacional	91
2.2.2.3.	Selección de la Alternativa Óptima	92
2.2.2.4.	Plano de la Micro Localización	92
2.3.	Ingeniería del Proyecto	93
2.3.1.	Cadena de Valor	93
2.3.2.	Flujograma del Proceso	94
2.3.3.	Distribución de Planta o Lay Out	95
2.3.4.	Requerimiento de Mano de Obra.....	96

2.3.5.	Requerimiento Anual de Materiales, Insumos y Servicios.....	98
2.3.6.	Inversiones.....	99
2.3.7.	Calendario de Ejecución del Proyecto.....	101
2.4.	Estudio de Impacto Ambiental	102
3.	Estudio Organizacional y Legal	104
3.1.	Base Legal.....	104
3.1.1.	Constitución de la Empresa	104
3.1.2.	Tipo de Empresa (sector/actividad, CIU).....	105
3.1.3.	Razón Social, Logotipo, Slogan.	106
3.1.3.1.	Razón Social	106
3.1.3.2.	Slogan	106
3.1.3.3.	Logotipo.....	107
3.2.	Base Filosófica de la Empresa	108
3.2.1.	Visión	108
3.2.2.	Misión.....	109
3.2.3.	Objetivos Estratégicos	109
3.2.4.	Principios y Valores	110
3.2.4.1.	Principios	110
3.2.4.2.	Valores	111
3.2.5.	Estrategia Empresarial.....	112
3.2.5.1.	Estrategia de Competitividad.....	112
3.2.5.2.	Estrategia de Crecimiento.....	113
3.2.5.3.	Estrategia de Competencia.....	113
3.2.5.4.	Estrategia Operativa.....	114
3.3.	Estrategias de Mercadotecnia	115

3.3.1.	Estrategia de Precio	115
3.3.2.	Estrategia de Promoción.....	116
3.3.3.	Estrategia de Servicio	117
3.3.4.	Estrategia de Plaza.....	119
3.3.5.	Estrategia de Distribución	119
3.4.	La Organización.....	120
3.4.1.	Estructura Orgánica	120
3.4.2.	Responsabilidades	120
3.4.3.	Perfiles Profesionales	122
3.5.	Organigrama Estructural y Análisis.....	124
4.	Estudio Financiero.....	127
4.1.	Presupuestos.....	127
4.1.1.	Presupuesto de Inversión	127
4.1.1.1.	Activos Fijos	128
4.1.1.2.	Activos Intangibles	129
4.1.1.3.	Capital de Trabajo.....	129
4.1.2.	Cronograma de Inversiones y Reinversiones	130
4.1.3.	Presupuesto de Operación	133
4.1.3.1.	Presupuesto de Ingresos.....	133
4.1.3.2.	Presupuesto de Egresos.....	135
4.1.3.3.	Estado de Origen y Aplicación de Recursos.....	137
4.1.3.4.	Estructura de Financiamiento	139
4.1.4.	Puntos de Equilibrio	141
4.2.	Estados Financieros Proyectados.....	144
4.2.1.	Del Proyecto	144

4.2.1.1.	Estado de Resultados	144
4.2.1.2.	Flujo Neto de Fondos.....	146
4.2.2.	Del Inversionista.....	147
4.2.2.1.	Estado de Resultados	147
4.2.2.2.	Flujo Neto de Fondos.....	149
4.3.	Evaluación Financiera.....	150
4.3.1.	Determinación de las Tasas de Descuento	150
4.3.2.	Evaluación Financiera del Proyecto	152
4.3.2.1.	Criterios de Evaluación.....	152
4.3.2.1.1.	Tasa Interna de Retorno (TIR%).....	152
4.3.2.1.2.	Valor Actual Neto (VAN).....	153
4.3.2.1.3.	Relación Beneficio Costo (R B/C).....	154
4.3.2.1.4.	Período de Recuperación.....	155
4.3.3.	Evaluación Financiera del Inversionista.....	156
4.3.3.1.	Criterios de Evaluación.....	156
4.3.3.1.1.	Tasa Interna de Retorno (TIR%).....	156
4.3.3.1.2.	Valor Actual Neto (VAN).....	157
4.3.3.1.3.	Relación Beneficio Costo (R B/C).....	157
4.3.4.	Análisis de Sensibilidad	158
5.	Conclusiones y Recomendaciones	160
5.1.	Conclusiones	160
5.2.	Recomendaciones	161

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1: PAQUETES DE SERVICIOS DE FISTAS INFANTILES.....	26
Tabla 2: Definición de las Variables	31
Tabla 3: ESTADOS DE LA CIUDAD DE QUITO	38
Tabla 4: Determinación de Éxitos y de Fracasos	39
Tabla 5: Contrataría el servicio	42
Tabla 6: Elementos de los Paquetes de Servicios.....	43
Tabla 7: Factores de Mayor Relevancia	45
Tabla 8: Cuantas veces al año contrata el servicio	47
Tabla 9: Cuántos hijos entre 1 y 9 años conforman su hogar.....	48
Tabla 10: En qué sector de la Administración Zonal Eloy Alfaro preferiría que se sitúe la empresa.....	50
Tabla 11: Cuánto está dispuesto a pagara por el servicio de organización de fiestas infantiles	52
Tabla 12: Cuál de los siguientes paquetes de servicios seria de su agrado	54
Tabla 13: Cuál es la forma de pago que considera usted más conveniente.....	56
Tabla 14: Publicidad.....	58
Tabla 15: Por qué medios le gustaría recibir el servicio post venta	60
Tabla 16: Conoce otros lugares que le ofrezcan el servicio	61
Tabla 17: Qué le gusto de ese servicio	62
Tabla 18: Qué mejoraría de ese servicio	64
Tabla 19: Qué servicio adicional sugeriría para los paquetes de servicios	66
Tabla 20: Cuál es su ingreso mensual	68
Tabla 21: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	76
Tabla 22: ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA.....	80
Tabla 23: ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA.....	81
Tabla 24: ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA POR PAQUETES DE SERVICIOS	82

Tabla 25: LOCALIZACIÓN POR EL METODO DE ASIGNACION OPTIMA POR PUNTOS.....	91
Tabla 26: TALENTO HUMANO	96
Tabla 27: Generación de empleo: Remuneraciones	97
Tabla 28: Suministros, Servicios y otros gastos.....	98
Tabla 29: INVERSIONES (Dólares).....	99
Tabla 30: RESULTADO DE LA EVALUACIÓN AMBIENTAL (FICHA AMBIENTAL DE LA CFN)	102
Tabla 31: CLASIFICACIÓN DEL CIU.....	105
Tabla 32: PRESUPUESTO DE INVERSIÓN.....	128
Tabla 33: ACTIVOS FIJOS	128
Tabla 34: ACTIVOS DIFERIDOS.....	129
Tabla 35: Cronograma de Inversiones y Reinversiones	131
Tabla 36: INGRESOS ESPERADOS	134
Tabla 37: CONSOLIDADO DE EGRESOS	135
Tabla 38: ORIGEN Y APLICACIÓN DE FONDOS	137
Tabla 39: ESTRUCTURA FINANCIERA	139
Tabla 40: CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.....	143
Tabla 41: ESTADO DE RESULTADOS DEL PROYECTO (Sin Crédito).....	145
Tabla 42: FLUJO DE FONDOS DEL PROYECTO (Sin Crédito).....	146
Tabla 43: ESTADO DE RESULTADOS DEL INVERSIONISTA (Con crédito)	148
Tabla 44: FLUJO DE FONDOS DEL INVERSIONISTA (Con Crédito).....	149
Tabla 45: CÁLCULO DE LA TASA DE DESCUENTO.....	151
Tabla 46: PERIODO DE REPAGO	155
Tabla 47: RESUMEN DE SENSIBILIZACIONES.....	158

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1: Contrataría el servicio	42
Gráfico 2: Elementos de los Paquetes de Servicios.....	44
Gráfico 3: Factores de Mayor Relevancia	46
Gráfico 4: Cuantas veces al año contrata el servicio	47
Gráfico 5: Cuántos hijos entre 1 y 9 años conforman su hogar.....	48
Gráfico 6: En qué sector de la Administración Zonal Eloy Alfaro preferiría que se sitúe la empresa.....	51
Gráfico 7: Cuánto está dispuesto a pagara por el servicio de organización de fiestas infantiles	53
Gráfico 8: Cuál de los siguientes paquetes de servicios seria de su agrado	54
Gráfico 9: Cuál es la forma de pago que considera usted más conveniente.....	56
Gráfico 10: Publicidad.....	58
Gráfico 11: Por qué medios le gustaría recibir el servicio post venta	60
Gráfico 12: Conoce otros lugares que le ofrezcan el servicio	61
Gráfico 13: Qué le gusto de ese servicio	63
Gráfico 14: Qué mejoraría de ese servicio	65
Gráfico 15: Qué servicio adicional sugeriría para los paquetes de servicios	67
Gráfico 16: Cuál es su ingreso mensual	68
Gráfico 17: TIPOS DE DEMANDA	70
Gráfico 18: TIPOS DE OFERTA.....	77
Gráfico 19: Cadena de Valor.....	93
Gráfico 20: Distribución de Planta o Lay Out.....	95
Gráfico 21: LOGOTIPO	107
Gráfico 22: MEZCLA DE MARKETING	115
Gráfico 23: CICLO DE VIDA DEL SERVICIO	118
Gráfico 24: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	124
Gráfico 25: ORGANIGRAMA POSICIONAL.....	124

Gráfico 26: ORGANIGRAMA FUNCIONAL	125
Gráfico 27: ESTRUCTURA FINANCIERA	140
Gráfico 28: VARIACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL TIEMPO DE DURACION DEL PROYECTO	141
Gráfico 29: VARIACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO ANUAL, EN MILES DE DÓLARES.....	142

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo se realizó con el objeto de determinar la viabilidad del estudio de mercado, estudio técnico, organizacional, ambiental y financiero para la creación de una Empresa para la Organización de Fiestas Infantiles en la Administración Zonal Eloy Alfaro, Distrito Metropolitano de Quito.

La investigación de mercado se encontró una demanda insatisfecha para el 2011 de 44.158 familias que requieren del servicio, siendo esta cifra creciente debido al incremento constante de la población en el Distrito Metropolitano.

El servicio de Magic Planet estará enfocado a los niños y niñas de clase media, media alta y alta con edades comprendidas en entre uno y nueve años de edad.

El estudio técnico precisa que la empresa tiene la capacidad de captar el 5% de la demanda insatisfecha de acuerdo a la capacidad operativa de la misma, para el 2011 se estimó una demanda captada por el proyecto de 2.208 familias.

La empresa Magic Planet se ubicará en la Provincia de Pichincha, en el Distrito Metropolitano de Quito, en la Administración Zonal Eloy Alfaro, en el barrio Villaflora, se determinó que este es el lugar más apropiado una vez realizado el estudio locacional. Este sector cuenta con servicios básicos, vías de acceso, transporte, residencias, comercios, centros educativos, clínicas, hospitales, etc.

La empresa se constituirá legalmente según las leyes de la República del Ecuador conforme a las exigencias y requerimientos de las instituciones y autoridades para obtener los permisos y regulaciones correspondientes, la razón social de la empresa será Magic Planet Cia. Ltda.

La empresa ofrecerá diversos paquetes de servicios que varían sus precios según su contenido, además se ofrecerá a la clientela asesoría y personalización en el diseño de paquetes de servicios.

El estudio financiero indica que la implementación de este negocio requiere de una inversión inicial de 29.994,03 dólares americanos, cuyo financiamiento será 30% de capital propio correspondiente a 8.998,21 dólares americanos y se obtendrá mediante crédito el 70% restante, es decir 20.995,82 dólares.

Mediante el análisis financiero se encontró que el valor total de la inversión con financiamiento se recuperará en el 4to año, con una Tasa Interna de Retorno del Proyecto de 24,94%; un Valor Actual Neto del Proyecto de 11.561,05 dólares americanos; y un R B/C del Proyecto de 1,39 dólares americanos.

Considerando el financiamiento, los índices dieron como resultado una Tasa Interna de Retorno del Inversionista de 49,10%; un Valor Actual Neto del Inversionista de 17.217,40 dólares americanos; y un R B/C del inversionista de 0,87 dólares americanos.

Consecuentemente el estudio revela que la idea de negocio es viable y está apta para ponerla en marcha, debido a que los indicadores tanto del proyecto como del inversionista son positivos ya que el mercado objetivo es amplio y creciente.

SUMARY

The present study was realized in order determined the viability of the market research, technical study, organizational, environmental and financially for the creation of a Company for the Organization of Infantile Holidays in the Zonal Administration Eloy Alfaro, Metropolitan District of Quito.

The market research one found an unsatisfied demand for 2011 of 44.158 families that they need of the service, being this increasing number due to the constant increase of the population in the Metropolitan District.

Magic Planet's service will be focused on the children and girls of middle, half high and high class by ages understood in between one and nine years of age.

The technical study adds that the company has the aptitude to catch 5 % of the unsatisfied demand of agreement to the operative capacity of the same one, for 2011 there was estimated a demand caught by the project of 2.208 families.

The company Magic Planet will locate in the Province of Bargain, in the Metropolitan District of Quito, in the Zonal Administration Eloy Alfaro, in the neighborhood Villaflora, I determine that this one is the most appropriate place once realized the study location. This sector possesses basic services, exit ramps, transport, residences, trades, educational centers, clinics, hospitals, etc.

The company will be constituted legally according to the laws of the Republic of the Ecuador in conformity with the requirements and requirements of the institutions and authorities to obtain the permissions and corresponding regulations, the trade name of the company will be Magic Planet Cia. Ltda.

The company will offer diverse packages of services that change his prices according to his content, in addition advising and customization will offer to the clientele in the design of packages of services.

The financial study indicates that the implementation of this business needs of an initial investment of 29.994,03 American dollars, which financing will be 30% of the own capital corresponding to 8.998,21 American dollars and 70% remaining will be obtained by means of credit, that is to say 20.995,82 dollars.

By means of the financial analysis one thought that the total value of the investment with financing will recover in 4th year, with an Internal Rate of Return of the Project of 24,94%; a Current Clear Value of the Project of 11.561,05 American dollars; and a R B/C of the Project of 1,39 American dollars.

Considering the financing, the indexes gave like proved an Internal Rate of Return of the Investor of 49,10 %; a Current Clear Value of the Investor of 17.217,40 American dollars; and a R B/C of the investor of 0,87 American dollars.

Consistently the study reveals that the idea of business is viable and this suitable to start it, due to the fact that the indicators both of the project and of the investor are positive and to that the target market is wide and increasing.

JUSTIFICACIÓN

El crecimiento poblacional del Distrito Metropolitano de Quito es evidente extendiéndose la población hacia los cuatro puntos cardinales de la ciudad, por ello las empresas de producción como las de servicios deben estudiar las necesidades de esta potencial clientela que aun no ha sido atendida en su totalidad.

La Creación de una Empresa para La Organización de Fiestas Infantiles brindará un servicio nuevo a los pobladores de la Administración Zonal Eloy Alfaro, ofreciéndoles actividades, juegos y un espacio físico adecuado para las celebraciones infantiles.

La implementación de este proyecto permite a los niños y padres de familia disfrutar de las fiestas infantiles sin preocupaciones ya que existe personal de la empresa que estará a cargo para que el evento se realice con normalidad.

El proyecto ofrece varias ventajas para los clientes:

- Un espacio adecuado y suficiente para el desarrollo de actividades al aire libre que en los hogares resulta incomodo o casi imposible de hacerlo debido al poco espacio con el que cuentan las construcciones y conjuntos habitacionales que se construyen hoy en día.
- Otra ventaja que ofrece este servicio es que los padres de familia no tendrán que hacer el aseo de sus hogares luego de la fiesta ya que el la empresa se encarga de aseo del local.
- Por otra parte los familiares y/o representantes de los niños no tendrán que interrumpir sus actividades diarias para comprar la decoración, contratar artistas para la fiesta, preparar la comida que se ofrecerá, etc. ya que los paquetes de servicio que ofreceremos incluyen todo este tipo de detalles.

Los servicios que se ofrecerán estarán dirigidos a niños y niñas entre uno y diez años de edad que desean que su cumpleaños sea inolvidable, divertido y diferente.

La empresa conoce la importancia que cada niño tiene para sus padres por ello el servicio se basa en la innovación, calidad, seguridad y satisfacción que permitirá generar felicidad y alegría en sus hijos.

Objetivos del Proyecto

Objetivo General

Determinar la viabilidad del estudio de mercado, estudio técnico, organizacional, ambiental y financiero para la creación de una Empresa para la Organización de Fiestas Infantiles en la Administración Zonal Eloy Alfaro, Distrito Metropolitano de Quito.

Objetivos Específicos

- Analizar el mercado de organización de fiestas infantiles para identificar la demanda insatisfecha del servicio.
- Plantear estrategias de mercado para ofrecer servicios y promociones atractivas para los clientes.
- Investigar los gustos y preferencias de los consumidores así como las costumbres, necesidades y tendencias para ofertar servicios acordes a sus necesidades.
- Establecer la ubicación idónea de la empresa de Organización de Fiestas Infantiles en la Administración Zonal Eloy Alfaro, como resultado de la Investigación de Mercado.

- Contratar personal capacitado con conocimientos y experiencia en el área de eventos.
- Determinar la rentabilidad que generará la empresa.

CAPÍTULO I

ESTUDIO DE MERCADO

1. Estudio de Mercado

Estudio de Mercado “es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado”.¹

1.1. Objetivos del Estudio de Mercado

1.1.1. Objetivos Específicos

- Establecer las características de los potenciales clientes que tendrá la Empresa para la Organización de Fiestas Infantiles.
- Describir las necesidades y requerimientos que demandarían los posibles consumidores de los paquetes de servicios.
- Proponer los paquetes de servicios que estén al alcance del bolsillo de una familia de economía media y media alta.
- Plantear alternativas de promoción para los paquetes de servicios que ofrecerá la empresa.
- Ubicar el lugar más adecuado en la Administración Zonal Eloy Alfaro para instalar el servicio.

¹ <http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml#ESTUDIO>

1.2. Identificación Servicio

El servicio que se ofrecerá es la organización de fiestas infantiles en el sur del Distrito Metropolitano de Quito.

El proyecto pretende brindar a los habitantes de la Administración Zonal Eloy Alfaro la oportunidad de hacer uso de los servicios hoy inexistentes, en esa área para el festejo de celebraciones, primeras comuniones, día del niño, onomásticos y eventos infantiles.

Se ofrecerá diferentes paquetes de servicios sociales para las fiestas esto con la finalidad de que los clientes opten por el de su preferencia, también las personas que deseen diseñar su propio paquete podrán hacerlo según sus gustos, preferencias y con la asesoría de especialistas, de esta forma se podrán personalizar los servicios que ofrece la empresa de organización de fiestas infantiles.

La empresa ofrece diversos paquetes de servicios que varían sus precios según su contenido, para la comodidad de los clientes se ofrecerán los siguientes paquetes y servicios:

Tabla 1: PAQUETES DE SERVICIOS DE FIESTAS INFANTILES			
Paquete 1	Paquete 2	Paquete 3	Paquete 4
Local	Local	Local	Local
Decoración	Decoración	Decoración	Decoración
Piñata	Piñata	Piñata	Piñata
Juegos	Juegos	Juegos	Juegos
	Sorpresa	Sorpresa	Sorpresa
	Títeres o Función de Magia o Caritas Pintadas	Títeres o Función de Magia o Caritas Pintadas	Títeres o Función de Magia o Caritas Pintadas
		Máquina de Canguil	Máquina de Canguil
		Máquina de granizado	Máquina de granizado
			Inflable

Fuente: Investigación directa de campo/2010
 Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

1.3. Característica del Servicio

Se debe hacer una descripción de los productos o servicios que se pretende ofrecer.

1.3.1. Clasificación por su Uso y Efecto

El servicio de organización de fiestas infantiles será para el consumo de niños entre uno y nueve años de edad y las principales ventajas que ofrece este proyecto son:

- La realización del evento es en un local privado que proporciona la empresa organizadora.
 - La empresa se encargará de la planificación integral de la fiesta y de detalles como: la decoración, picaditas, juegos, actividades, distracción idóneas para niños, de esta manera los padres de familia no tendrán que preocuparse por contratar y comprar las cosas necesarias para la fiesta.
 - Los niños y padres de familia podrán disfrutar la totalidad del evento ya que la empresa se encarga del aseo y arreglo de las instalaciones.
 - Los clientes podrán diseñar sus propios paquetes de servicios para las fiestas infantiles ya sea adicionando o disminuyendo servicios.
 - Al situarse la Empresa para la Organización de Fiestas Infantiles en la Administración Zonal Eloy Alfaro se atenderá a los habitantes del sur ya que carecen del servicio que se pretende ofrecer.
-

1.3.2. Servicios Sustitutos y/o Complementarios

Los servicios sustitutos son “Bienes y servicios que satisfacen necesidades similares, por esta razón se pueden reemplazar unos por otros.”²

En el caso de la Empresa para la Organización de Fiestas Infantiles los servicios sustitutos que podrían ser una amenaza son:

- Empresas Organizadoras de Eventos Sociales
- Personas particulares que ofrecen la parcialidad de los servicios.
- Fiestas preparadas por los mismos padres de familia.

1.3.3. Normatividad Técnica, Sanitaria y Comercial

1.3.3.1. Normatividad Técnica

El Honorable Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito emite un permiso de funcionamiento a fin de prevenir incendios y desastres, para ello se debe cumplir con el artículo 350 del Reglamento de Prevención, Mitigación y Protección Contra Incendios del Registro Oficial Edición Especial N° 114 del jueves 2 de abril de 2009 que dice:

“Art. 350.- El propietario del local o la persona interesada para obtener el permiso de funcionamiento debe presentar al Cuerpo de Bomberos la siguiente documentación:

- a) Solicitud de inspección del local;
- b) Informe favorable de la inspección;
- c) Copia del RUC;
- d) Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados).”³

² <http://www.bcv.org.ve/c1/abceconomico.asp>

³ www.bomberosquito.gov.ec/bomberos/index.php?option=com_content&view=article&id=8:permiso-ocasional-de-funcionamiento&catid=2:guia-de-tramites&Itemid=6

Las personas jurídicas y naturales deben tener un permiso municipal llamado Patente que “es un comprobante de pago emitido por la Administración zonal correspondiente por la cancelación anual del impuesto de patente municipales se grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial o industrial y opere en el Distrito Metropolitano de Quito.”⁴

Requisitos:

En caso de inscripción para obtener la patente por primera vez, presentar:

PATENTE PERSONAS NATURALES

- Formulario de declaración del Impuesto de Patente, original y copia;
- RUC original y copia
- Copia de cédula de ciudadanía
- Copia de carta de pago del impuesto predial del año en curso
- Formulario de categorización emitido por la oficina de Control Sanitario (para las actividades comerciales que requieran el permiso sanitario)
- Calificación artesanal (en el caso de los artesanos)

1.3.3.2. Normatividad Sanitaria

Se debe obtener permiso del Ministerio de Salud para ello se deben presentar la siguiente documentación:

“CASAS DE BANQUETES Y CENTROS DE CONVENCIONES

- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Planilla de Inspección.
- Permiso de funcionamiento original del año anterior

⁴ TORRES, Luis, Creación y Formalización de la Microempresa Civil, Quinta Edición, segunda reimpresión, Marzo de 2005

- Licencia anual de funcionamiento otorgada por la Corporación Metropolitana de Turismo.
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los Centros de Salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)
- Copias del permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.”⁵

1.3.3.3. Normatividad Comercial

El Servicio de Rentas Internas exige que las personas naturales y jurídicas que tengan una actividad comercial obtengan un registro único de contribuyente (RUC) y para ello los requisitos son:

- “Cédula de identidad;
- Recibo de agua, luz o teléfono;
- Llenar formulario”⁶

1.4. Determinación de la Demanda Actual

1.4.1. Metodología de la Investigación de Campo

Para el análisis de la investigación de mercados para el presente negocio se va a realizar mediante el cálculo de la muestra según el método de muestreo probabilístico, el mismo que servirá para establecer el número de encuestas que hay que realizar.

Se utilizará la encuesta como método de investigación de campo ya que es uno de los modelos que permite obtener información directa, además su costo es adecuado al igual que el tiempo para su aplicación.

⁵ www.msp.gov.ec/dps/pichincha/images/stories/requisitos_renovacin_1.pdf

⁶ TORRES, Luis, Creación y Formalización de la Microempresa Civil, Quinta Edición, segunda reimpresión, Marzo de 2005

1.4.1.1. Definición de las Variables

Tabla 2: Definición de las Variables					
Objetivo Específico	Variable Genérica	Variable Específica	Escala	Pregunta	Opción Respuesta
1. Establecer las características de los potenciales clientes que tendrá la Empresa para la Organización de Fiestas Infantiles.	Información General	Sector donde vive	Nominal	Sector	-----
	Aceptación del Servicio	Servicio	Nominal	De existir una empresa especializada en la organización de fiestas infantiles y que proporcione un local adecuado, ayude a planificar, organizar y ejecutar el evento. ¿Contrataría este servicio?	Si No

			Razón	¿Cuántos hijos entre uno y nueve años conforman su hogar?	-----
3. Conocer la frecuencia de uso del servicio	Frecuencia del Servicio	Frecuencia	Razón	¿Cuántas veces al año contrata el servicio de organización de fiestas infantiles?	De 1 a 2
					De 3 a 4
					Más de 5
4. Conocer la forma de pago que prefieren los clientes de la Empresa Organizadora de Fiestas Infantiles	Pago	Forma de pago	Nominal	¿Cuál es la forma de pago que considera usted más conveniente para contratar el servicio de organización de fiestas infantiles?	Efectivo
					Tarjeta de crédito
					Otras-----
	Pago	Precio	Razón	¿Cuánto está dispuesto a pagar por el servicio de organización de fiestas infantiles?	USD50 – USD 60
					USD 61- USD 70
					USD 71- USD 80
					Más de USD 80
Pago	Precio	Nominal	¿Cuál de los siguientes paquetes de servicios sería de su agrado?	Paquete 1: Local, Decoración, Piñata, Juegos USD 120	
				Paquete 2: Local, Decoración, Piñata, Juegos, Sorpresas, Títeres ó Función de Magia ó Caritas Pintadas USD 180	

					<p>Paquete 3: Local, Decoración, Piñata, Juegos, Sorpresas, Títeres ó Función de Magia ó Caritas Pintadas, Máquina de Canguil, Máquina de Granizado USD 240</p>
<p>5. Describir las necesidades y requerimientos que demandarían los posibles consumidores de los paquetes de servicios.</p>	<p>Servicio</p>	<p>Paquetes de Servicio</p>	<p>Ordinal</p>	<p>¿Qué elementos le gustaría que integren los paquetes de fiestas infantiles? Enumere del 1 al 5 los que considere más importantes, siendo 1 el más importante.</p>	<p>Paquete 4: Local, Decoración, Piñata, Juegos, Sorpresas, Títeres ó Función de Magia ó Caritas Pintadas, Máquina de Canguil, Máquina de Granizado, Inflable USD 300</p>
					<p>Local</p>
					<p>Decoración</p>
					<p>Picaditas</p>
					<p>Torta</p>
					<p>Títeres</p>
					<p>Piñata</p>
					<p>Animación</p>
					<p>Juegos</p>
					<p>Sorpresa</p>
					<p>Función de Magia</p>
<p>Caritas Pintadas</p>					

			Ordinal	Califique del 1 al 5 los factores que son de mayor relevancia en este tipo de servicios, siendo 1 el más importante.	Máquina de Canguil
					Máquina de granizado
					Inflable
		Seguridad			
		Precio			
		Limpieza			
		Comodidad			
		Fácil Ubicación			
		Paquetes de Servicio			
		Variedad			
		Amabilidad			
		Servicio Post Venta			
		Personal Capacitado			
		Prensa Escrita			
Referencias Personales					
6. Plantear alternativas de promoción para los paquetes de servicios que ofrecerá la empresa.	Publicidad	Medios Promoción	Nominal	De acuerdo a su criterio. ¿Cuáles serían los medios publicitarios idóneos para hacer conocer el servicio?	Hojas Volantes
					Internet
					Radio
					Visita Personal

7. Determinar el lugar más adecuado en la Administración Zonal Eloy Alfaro para vender y promover el servicio.	Atención	Lugar	Nominal	¿En qué sector de la Administración Zonal Eloy Alfaro preferiría usted que se sitúe la Empresa para la Organización de Fiestas Infantiles?	La Mena
					Solanda
					San Bartolo
					La Ferroviaria
					Chimbacalle
					La Magdalena
	Atención al Cliente	Nominal	¿Por qué medios le gustaría recibir el servicio post venta?	Telefónica	
				Internet	
				Personal	
				Otros	
	Nominal	¿Qué servicio adicional sugeriría para los paquetes servicios para fiestas infantiles?	-----		
8. Determinar la existencia de la competencia	Competencia	Competencia	Nominal	¿Conoce otros lugares que le ofrezcan el servicio de organización de fiestas infantiles?	Si
					No
		Nominal	¿Qué le gusto de ese servicio?	-----	

			Nominal	¿Qué mejoraría en ese servicio?	-----
9. Conocer la capacidad de pago de los clientes	Capacidad de pago	Ingresos	Razón	¿Cuál es su ingreso mensual?	Menos de USD 400
					USD 400 – USD 700
					USD 701 – USD 1000
					Mas de USD 1000

Fuente: Investigación directa de campo/2010

Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

1.4.1.2. Elaboración del Cuestionario

El cuestionario fue elaborado mediante una matriz para definir las variables a estudiar, se plantearon las preguntas y las posibles respuestas que podían dar las personas encuestadas. (Ver **ANEXO 2**)

1.4.1.3. Aplicación de la Encuesta

La encuesta se aplicó en centros comerciales, lugares aledaños a centros educativos y lugares de concurrencia masiva.

1.4.2. Segmento Objetivo

Conocer a quienes va dirigido el negocio es de suma importancia por ello se debe identificar de forma correcta quienes podrían ser los potenciales consumidores.

La creación de una empresa para organización de fiestas infantiles va dirigido a los niños y niñas de clase media, media alta y alta con edades comprendidas en entre uno y nueve años.

1.4.3. Tamaño del Universo

“En estadística y en investigación se denomina población o universo a todo grupo de personas u objetos que poseen alguna característica común.” ⁷

Según las proyecciones para el año 2010, en la Administración Zonal Eloy Alfaro, Distrito Metropolitano de Quito habitan 459.532 personas, al aplicar el factor de número promedio de integrantes por familia encontramos que existen 109.412 familias en dicha Administración. (Ver **ANEXO 1**)

Tabla 3: ESTRATOS DE LA CIUDAD DE QUITO

ESTRATOS	%
ALTO/MEDIO ALTO	10%
MEDIO	35%
MEDIO/BAJO	55%
SUMA:	100%

Fuente: Fundación Carvajal (El Comercio, Quito) 2003

Elaborado: María Belén Regalado Madrid/2010

Para determinar el universo, del número de familias existentes se tomará el 45% correspondiente a los estratos alto y medio-alto.

El universo para la Empresa Organizadora de Fiestas Infantiles es de 49.235 familias que habitan la Administración Zonal Eloy Alfaro.

⁷LEIVA Francisco, Nociones de Metodología de Investigación Científica, Quinta Edición Quito-2001

1.4.4. Determinación de Éxitos y Fracazos

Se planteó una pregunta test cerrada, dicotómica a 40 habitantes de la Administración Zonal Eloy Alfaro con la finalidad de conocer la cantidad de éxitos (p) y fracasos (q).

Pregunta:

De existir una empresa especializada en la organización de fiestas infantiles y que proporcione un local adecuado, ayude a planificar, organizar y ejecutar el evento. ¿Contrataría este servicio?

Si No

Tabla 4: Determinación de Éxitos y de Fracazos

Evaluación	Opción	Respuesta	Valor Porcentual
Aciertos (p)	Si	36	90%
No aciertos (q)	No	4	10%
Total		40	100%

Fuente: Investigación directa de campo/2010
Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

$$1 = p + q$$

Una vez aplicada la pregunta a 40 habitantes de de la Administración Zonal Eloy Alfaro, Distrito Metropolitano de Quito se encontró que 36 personas están interesadas en usar el servicio propuesto representando el 90% de aceptación.

1.4.5. Tamaño de la Muestra

“Una muestra, o sea una parte del todo puede ser tomada para realizar la investigación y los resultados se aplican luego al todo, como si hubiera sido investigado en toda su extensión”⁸

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

$\alpha =$	Nivel de Confianza	95%
$Z_c =$		1,96
$p =$	Proporción real estimada de éxito	90%
$1-p =$	Proporción real estimada de fracaso	10%
$e =$	Error Muestral	5%
$N =$	Universo, tamaño de la población	49235

$$n = \frac{(1,96^2) * 49235 * 0,9 * (1 - 0,90)}{0,05^2 * 49235 + (1,96^2) * 0,90 * (1 - 0,90)}$$

$$n = 138$$

La muestra para el estudio de mercado para la Empresa de Organización de Fiestas Infantiles es 138 familias.

⁸ LEIVA Francisco, Nociones de Metodología de Investigación Científica, Quinta Edición Quito-2001

1.5. Procesamiento de Datos: codificación y tabulación

En el procesamiento de datos se hizo un codificación de las encuestas, posteriormente se ingresaron los datos obtenidos en el programa SPSS ya que facilita las obtención de resultados estadísticos.

1.5.1. Presentación y análisis de los resultados

Aplicadas las encuestas a una muestra de ciento treinta y ocho personas se obtuvieron los siguientes resultados.

1. De existir una empresa especializada en la organización de fiestas infantiles y que proporcione un local adecuado, ayude a planificar, organizar y ejecutar el evento. ¿Contrataría este servicio?

Tabla 5: Contrataría el servicio

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	128	92.8	92.8	92.8
	No	10	7.2	7.2	100.0
	Total	138	100.0	100.0	

Gráfico 1: Contrataría el servicio



Análisis:

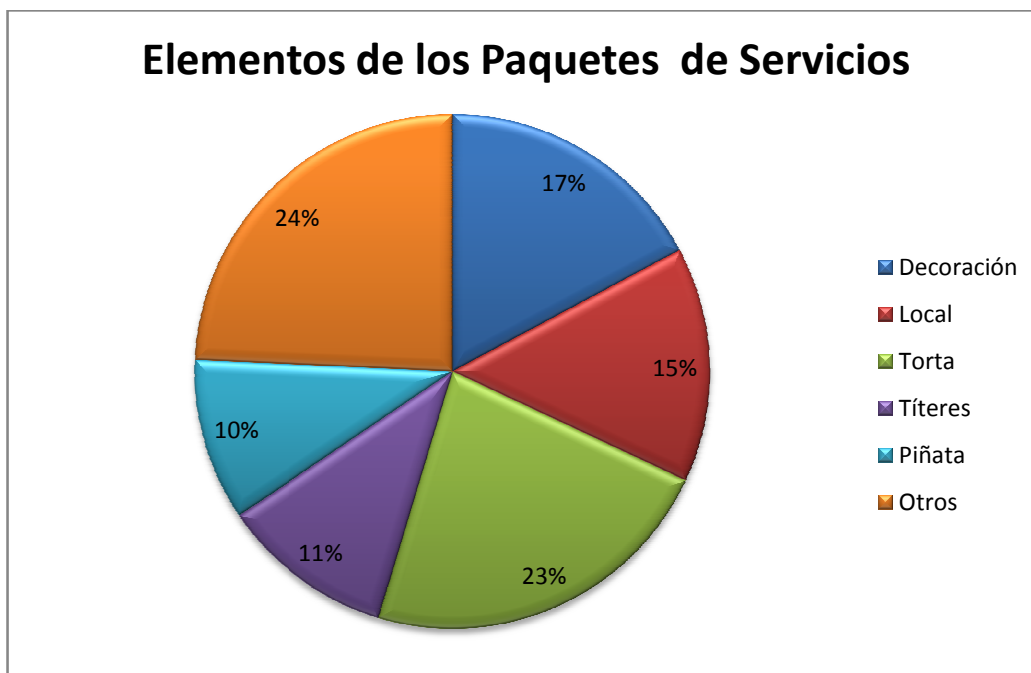
El 92.75% de las personas encuestadas están interesadas en que exista una empresa que ofrezca el servicio de fiestas infantiles. Estos resultados demuestran que la aceptación del servicio es alta en la población de la Administración Zonal Eloy Alfaro.

2. ¿Qué elementos le gustaría que integren los paquetes de fiestas infantiles? Enumere del 1 al 5 los que considere más importantes, siendo 1 el más importante.

Tabla 6: Elementos de los Paquetes de Servicios

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Factores para los paquetes de servicios	Decoración	22	17.2%	17.2%
	Picadas	2	1.6%	1.6%
	Local	19	14.8%	14.8%
	Torta	29	22.7%	22.7%
	Títeres	14	10.9%	10.9%
	Piñata	13	10.2%	10.2%
	Animación	11	8.6%	8.6%
	Sorpresa	6	4.7%	4.7%
	Inflable	2	1.6%	1.6%
	F. Magia	6	4.7%	4.7%
	C. Pintadas	3	2.3%	2.3%
	M. Canguil	1	.8%	.8%
Total	128	100.0%	100.0%	

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Gráfico 2: Elementos de los Paquetes de Servicios**Análisis:**

Los encuestados prefieren que los paquetes de servicios contengan los elementos en el siguiente orden: torta 23%, seguida por la decoración con el 17%, el local con un 15%, títeres 11% y piñata con el 10%, el resto de elementos tienen un valor menor al 10%

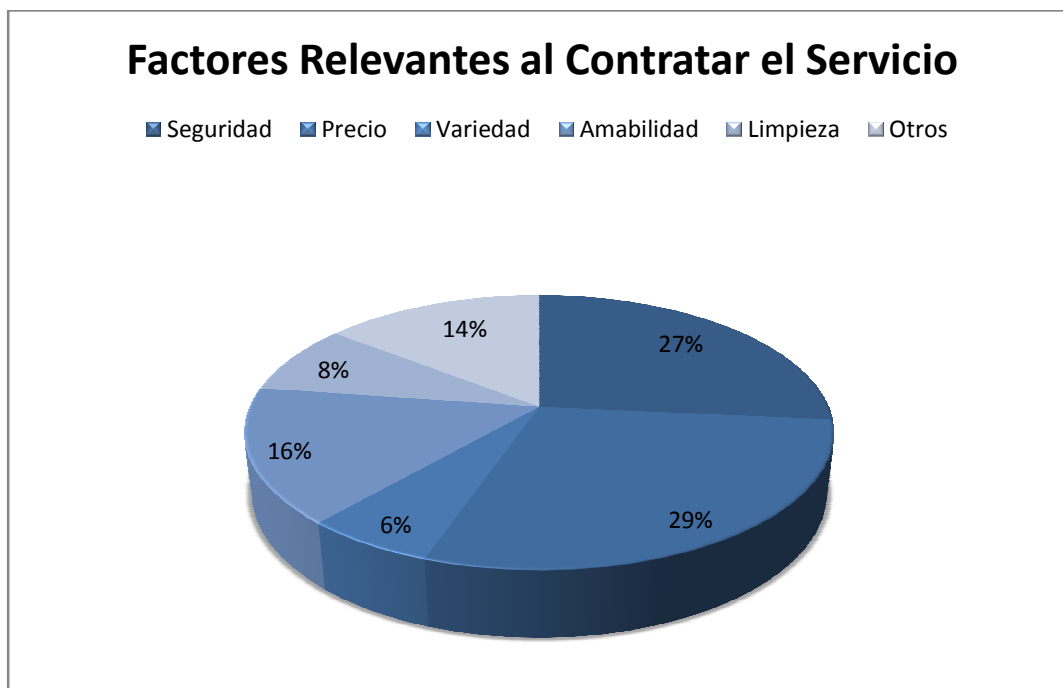
Esta información de preferencia permitirá a la empresa diseñar los paquetes de servicios al conocer las preferencias de los clientes.

3. Califique del 1 al 5 los factores que son de mayor relevancia en este tipo de servicios, siendo 1 el más importante.

Tabla 7: Factores de Mayor Relevancia

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Factores de mayor relevancia	Seguridad	35	26.5%	27.3%
	Precio	38	28.8%	29.7%
	Variedad	8	6.1%	6.2%
	Amabilidad	21	15.9%	16.4%
	Comodidad	4	3.0%	3.1%
	Limpieza	11	8.3%	8.6%
	Paquetes Servicio	5	3.8%	3.9%
	Personal Capacitado	5	3.8%	3.9%
	Fácil Ubicación	5	3.8%	3.9%
	Total	132	100.0%	103.1%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Gráfico 3: Factores de Mayor Relevancia**Análisis:**

Al analizar los factores que inciden en el momento de compra del servicio de organización de fiestas infantiles se encontró que el de mayor importancia es el precio con un 29%, seguida por la seguridad con el 27%, amabilidad 16%, limpieza 8%, variedad 6%, el resto de factores tienen un porcentaje menor al 6%.

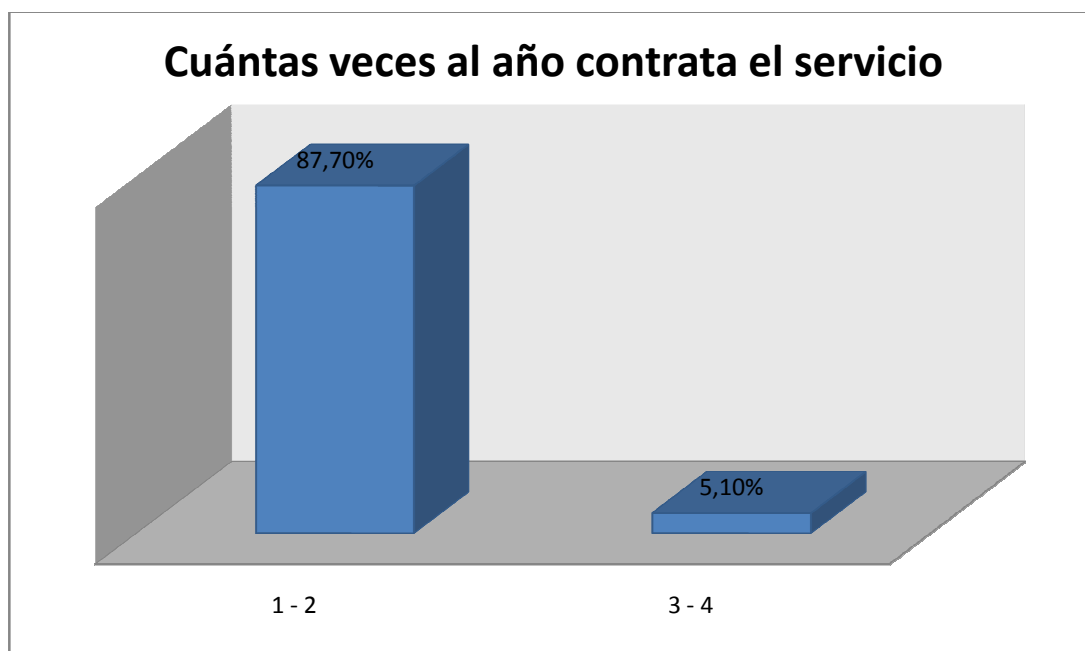
Al conocer los factores que influyen al decidir la compra del servicio se los podrá priorizar para la satisfacción del cliente.

4. ¿Cuántas veces al año contrata el servicio de organización de fiestas infantiles?

Tabla 8: Cuántas veces al año contrata el servicio

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-2	121	87.7	94.5	94.5
	3-4	7	5.1	5.5	100.0
	Total	128	92.8	100.0	
Missing System		10	7.2		
	Total	138	100.0		

Gráfico 4: Cuántas veces al año contrata el servicio



Análisis:

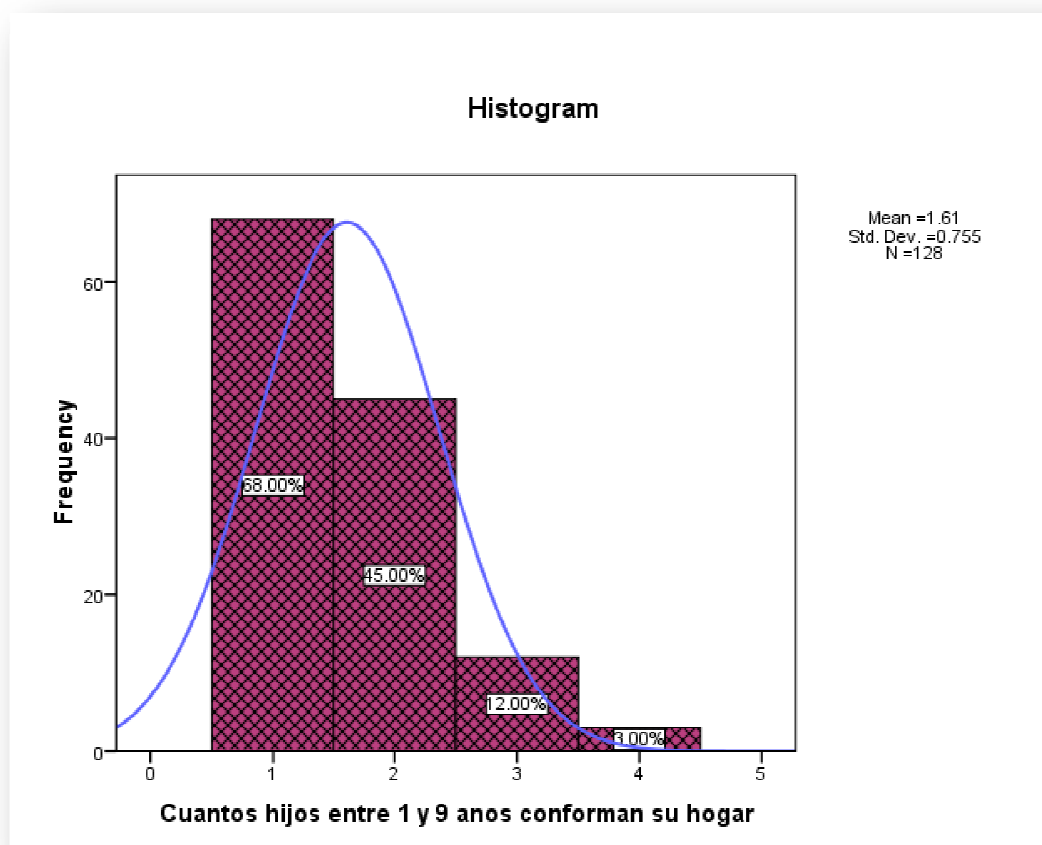
Los resultados de la encuesta demuestran que los padres de familia están dispuestos a contratar el servicio de organización de fiestas infantiles de una a dos veces por año en un 94,53%.

5. ¿Cuántos hijos entre uno y nueve años conforman su hogar?

Tabla 9: Cuántos hijos entre 1 y 9 años conforman su hogar

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	68	49.3	53.1	53.1
	2	45	32.6	35.2	88.3
	3	12	8.7	9.4	97.7
	4	3	2.2	2.3	100.0
Total		128	92.8	100.0	
Missing	System	10	7.2		
Total		138	100.0		

Gráfico 5: Cuántos hijos entre 1 y 9 años conforman su hogar



Análisis:

La mayor parte de los hogares de los encuestados tienen un hijo con el 49% y dos 32%. Esto nos permite conocer la existencia de población infantil en la Administración Zonal Eloy Alfaro.

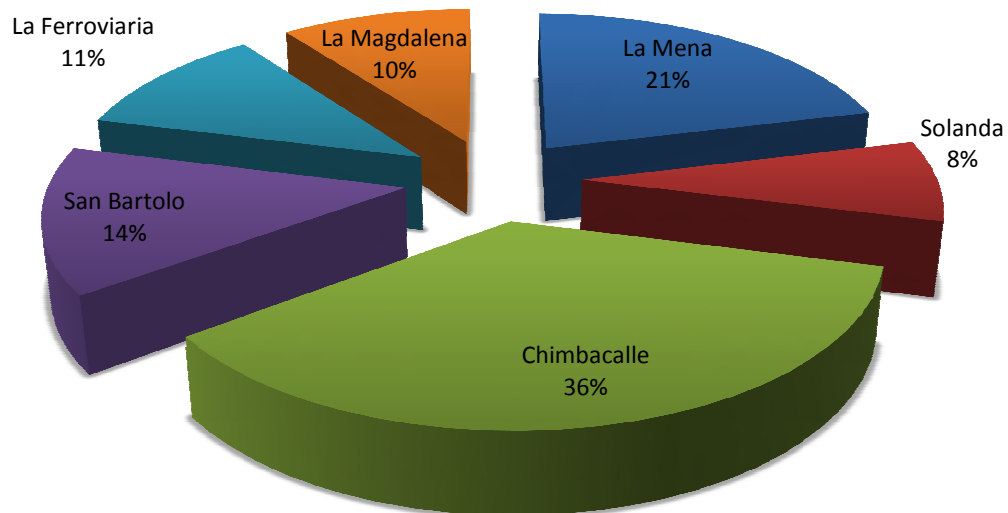
6. ¿En qué sector de la Administración Zonal Eloy Alfaro preferiría usted que se sitúe la Empresa para la Organización de Fiestas Infantiles?

Tabla 10: En qué sector de la Administración Zonal Eloy Alfaro preferiría que se sitúe la empresa

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid La Mena	27	19.6	21.1	21.1
Solanda	10	7.2	7.8	28.9
Chimbacalle	46	33.3	35.9	64.8
San Bartolo	18	13.0	14.1	78.9
La Ferroviaria	14	10.1	10.9	89.8
La Magdalena	13	9.4	10.2	100.0
Total	128	92.8	100.0	
Missing System	10	7.2		
Total	138	100.0		

Gráfico 6: En qué sector de la Administración Zonal Eloy Alfaro preferiría que se sitúe la empresa

En qué sector de la Administración Zonal Eloy Alfaro preferiría que se sitúe la empresa



Análisis:

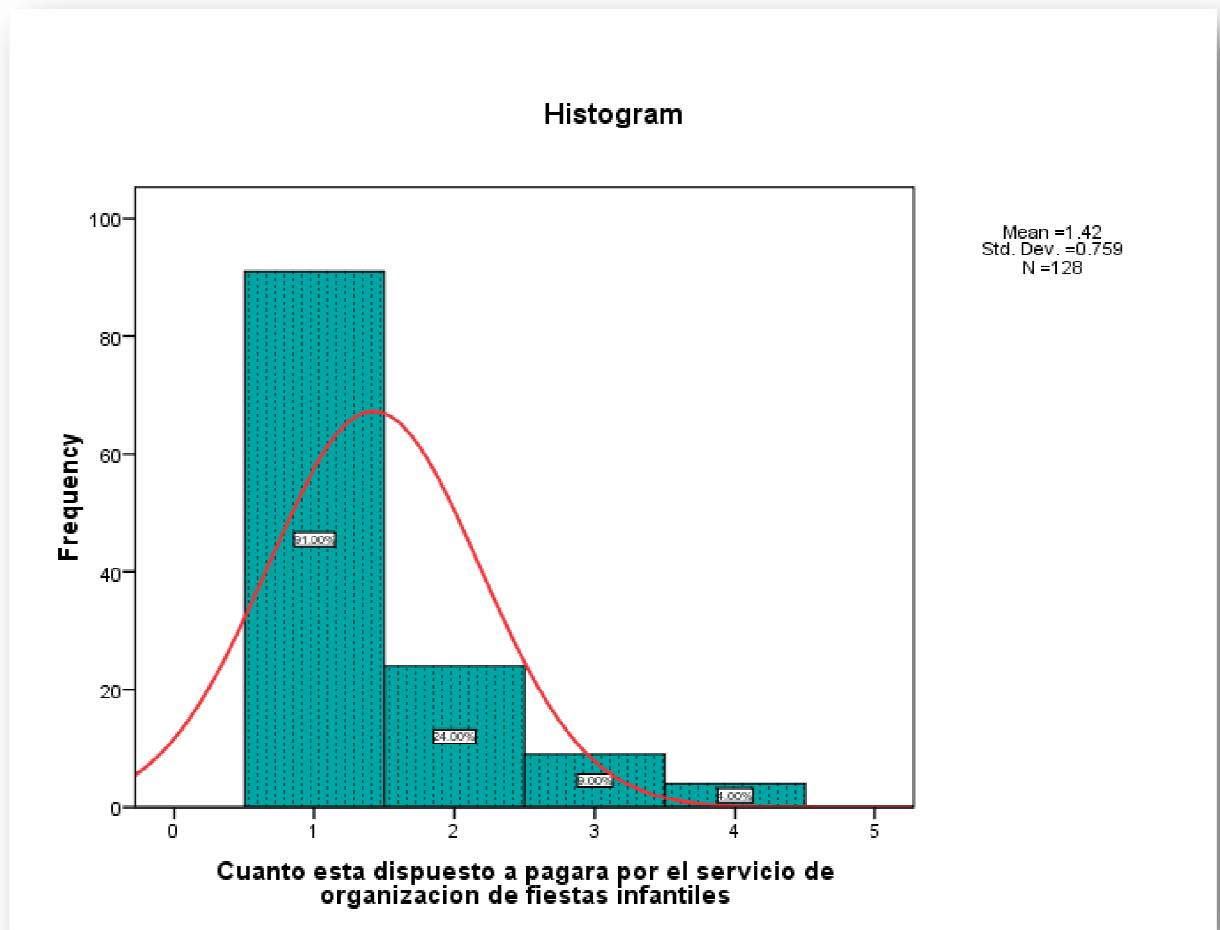
Para conocer el sector más adecuado para la ubicación de la empresa indican los encuestados es el sector de Chimbacalle con el 33,3% seguido de la Mena con el 19,6%.

7. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por el servicio de organización de fiestas infantiles (no incluye alimentos ni adicionales)?

Tabla 11: Cuánto está dispuesto a pagara por el servicio de organización de fiestas infantiles

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	50-60	91	65.9	71.1	71.1
	61-70	24	17.4	18.8	89.8
	71-80	9	6.5	7.0	96.9
	mas80	4	2.9	3.1	100.0
	Total	128	92.8	100.0	
Missing	System	10	7.2		
	Total	138	100.0		

Gráfico 7: Cuánto está dispuesto a pagara por el servicio de organización de fiestas infantiles



Análisis:

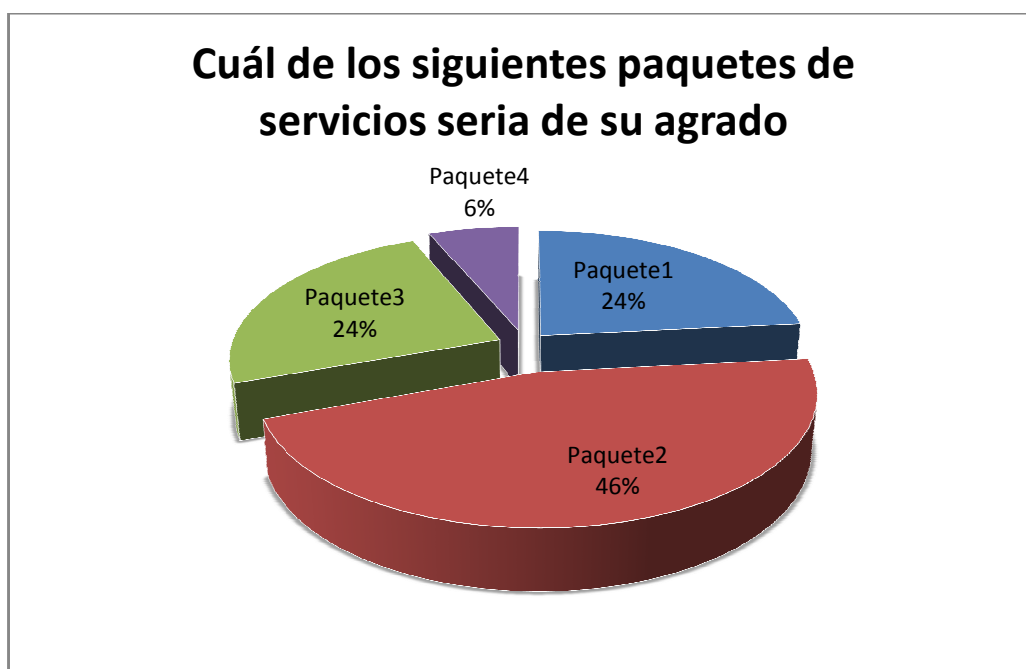
Los resultados dan a conocer que los clientes prefieren en un 65,9% pagar por el servicio de organización entre 50 y 60 dólares.

8. ¿Cuál de los siguientes paquetes de servicios sería de su agrado?

Tabla 12: Cuál de los siguientes paquetes de servicios sería de su agrado

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Paquete1	30	21.7	23.4	23.4
	Paquete2	59	42.8	46.1	69.5
	Paquete3	31	22.5	24.2	93.8
	Paquete4	8	5.8	6.2	100.0
	Total	128	92.8	100.0	
Missing	System	10	7.2		
	Total	138	100.0		

Gráfico 8: Cuál de los siguientes paquetes de servicios sería de su agrado



Análisis:

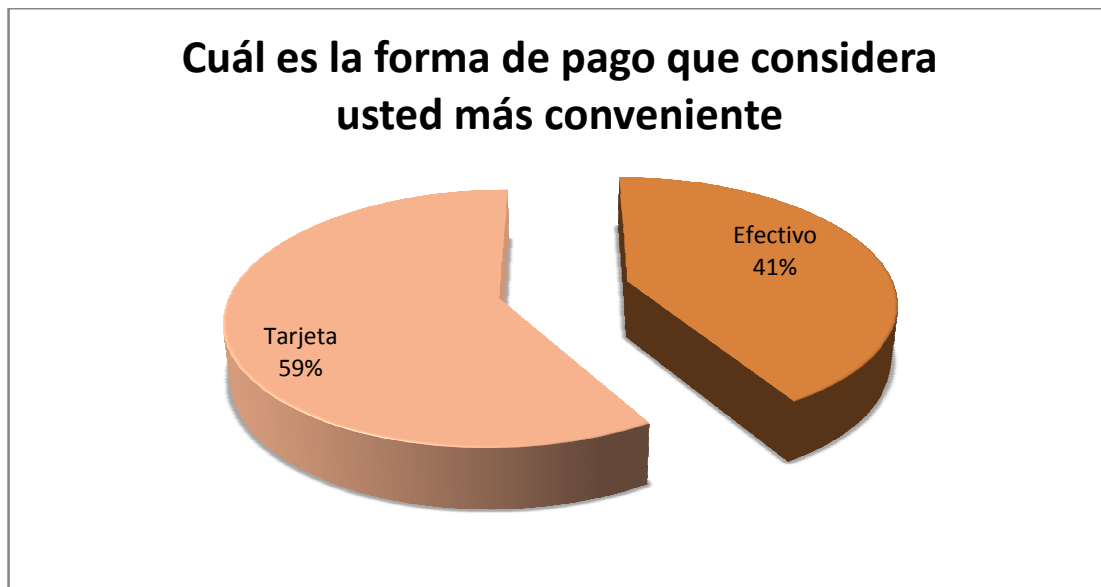
Al preguntar a las personas encuestadas acerca de los paquetes de servicios ellos eligieron el paquete 2 que tiene un costo de 180 dólares en un 42,8%, seguido del paquete 3 con un costo de 240 dólares y el paquete 1 con un costo de 120 con un porcentaje de preferencia del 21,7%.

9. ¿Cuál es la forma de pago que considera usted más conveniente para contratar el servicio de organización de fiestas infantiles?

Tabla 13: Cuál es la forma de pago que considera usted más conveniente

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Efectivo	53	38.4	41.4	41.4
	Tarjeta	75	54.3	58.6	100.0
Total		128	92.8	100.0	
Missing	System	10	7.2		
Total		138	100.0		

Gráfico 9: Cuál es la forma de pago que considera usted más conveniente



Análisis:

Los padres de familia de la Administración Zonal Eloy Alfaro prefieren pagar por los servicios con tarjeta de crédito con un 54,3% seguido por el pago en efectivo con un 38,4%.

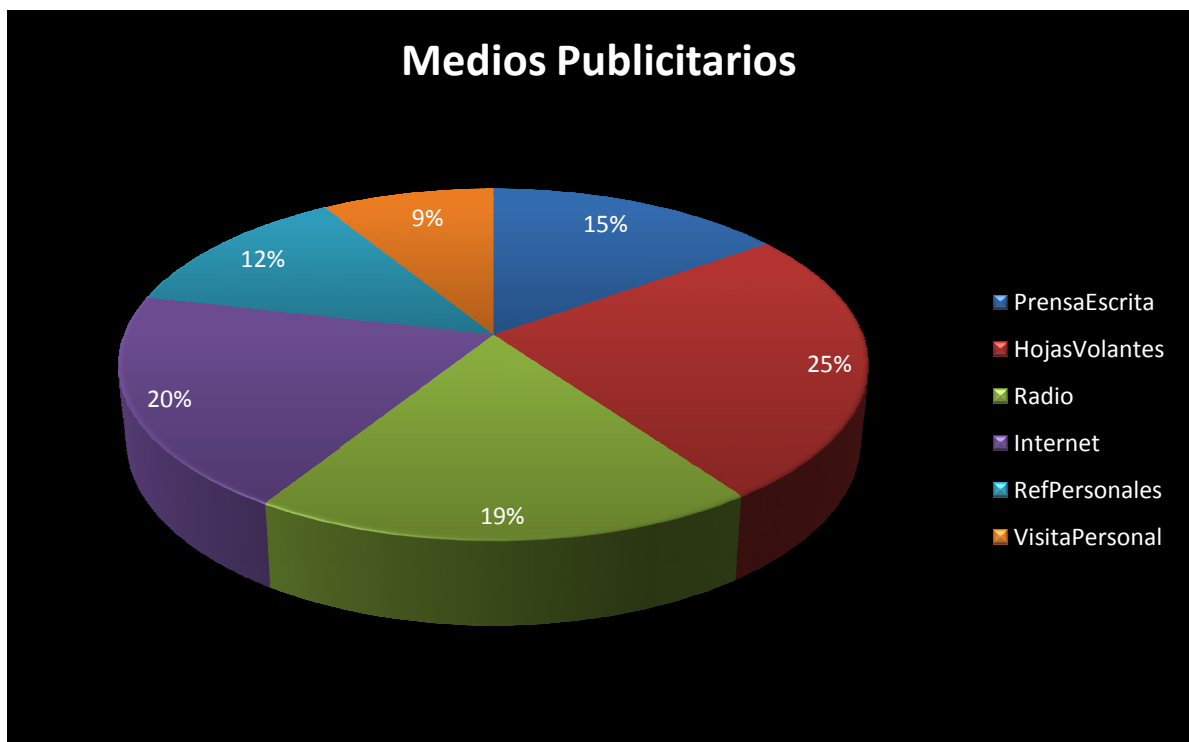
10. De acuerdo a su criterio. ¿Cuáles serían los medios publicitarios idóneos para hacer conocer el servicio?

Tabla 14: Publicidad

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Medios publicitarios para conocer servicios	Prensa Escrita	36	15.1%	28.1%
	Hojas Volantes	60	25.1%	46.9%
	Radio	45	18.8%	35.2%
	Internet	47	19.7%	36.7%
	Ref Personales	30	12.6%	23.4%
	Visita Personal	21	8.8%	16.4%
Total		239	100.0%	186.7%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Gráfico 10: Publicidad



Análisis:

Para conocer los medios que consideran las personas más adecuados para publicitar el servicio se encontró que prefieren las hojas volantes en un 25%, seguido estrechamente por el internet con un 20%, sin dejar muy lejos a la radio con un 19%.

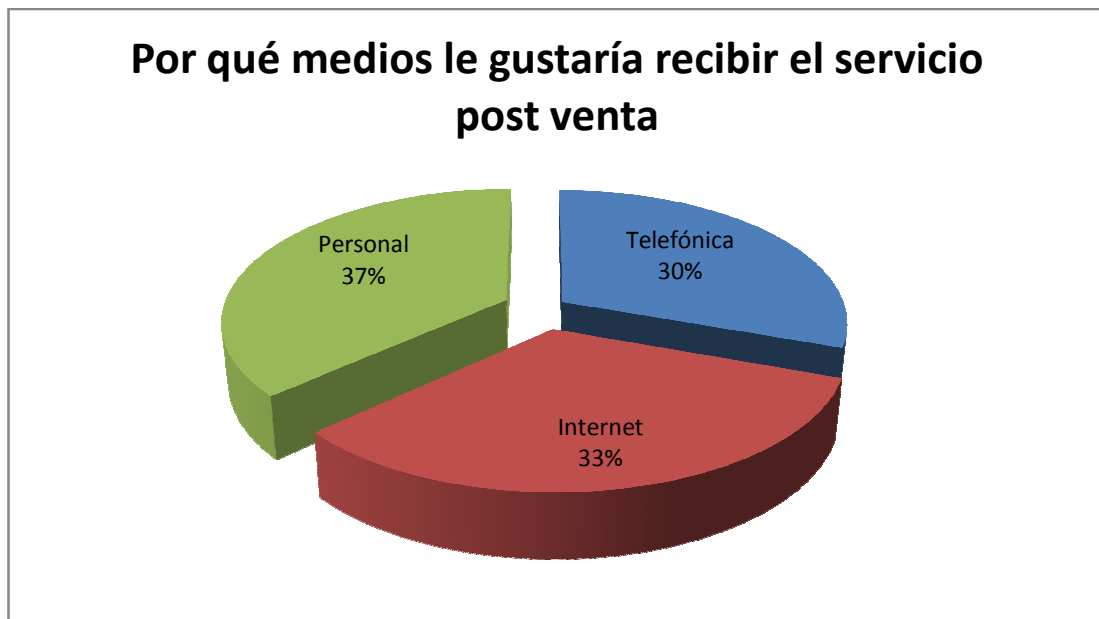
El analizar esta pregunta nos permite conocer la mejor forma de llegar a los potenciales clientes para dar a conocer el servicio a ofrecer.

11. ¿Por qué medios le gustaría recibir el servicio post venta?

Tabla 15: Por qué medios le gustaría recibir el servicio post venta

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Telefónica	39	28.3	30.5	30.5
Internet	42	30.4	32.8	63.3
Personal	47	34.1	36.7	100.0
Total	128	92.8	100.0	
Missing System	10	7.2		
Total	138	100.0		

Gráfico 11: Por qué medios le gustaría recibir el servicio post venta



Análisis:

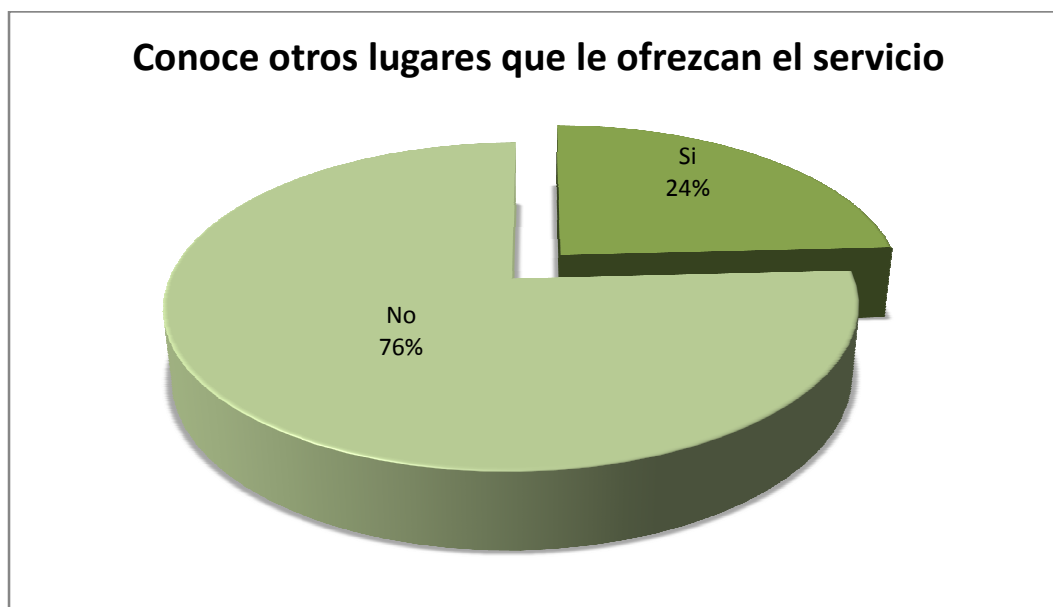
Para recibir el servicio post venta los padres de familia prefieren que se haga de manera personal 34,1%, seguida por el internet con 30,4% y finalmente por medio del teléfono con 28,3%.

12. ¿Conoce otros lugares que le ofrezcan el servicio de organización de fiestas infantiles?

Tabla 16: Conoce otros lugares que le ofrezcan el servicio

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	31	22.5	24.2	24.2
	No	97	70.3	75.8	100.0
Total		128	92.8	100.0	
Missing System		10	7.2		
Total		138	100.0		

Gráfico 12: Conoce otros lugares que le ofrezcan el servicio



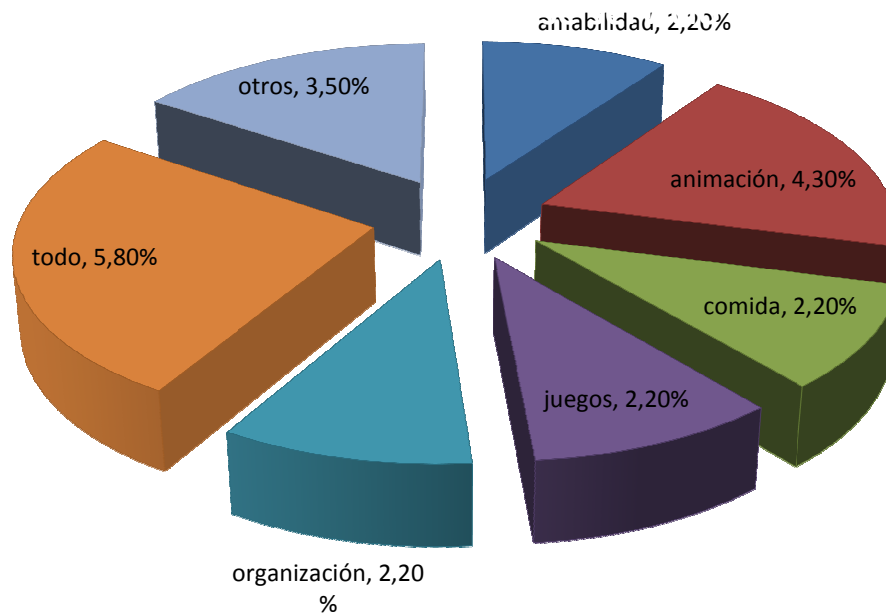
Análisis:

Para conocer la existencia de la competencia se planteo un pregunta y se obtuvo como resultado que el 70,3% de encuestados no conocen otros lugares que ofrezcan el servicio de organización de fiestas infantiles y tan solo el 22,5% si conoce otro lugar que brinde este servicio.

13. ¿Qué le gusto de este servicio?

Tabla 17: Qué le gusto de ese servicio

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	107	77.5	77.5	77.5
amabilidad	3	2.2	2.2	79.7
animación	6	4.3	4.3	84.1
comida	3	2.2	2.2	86.2
juegos	3	2.2	2.2	88.4
local	2	1.4	1.4	89.9
organización	3	2.2	2.2	92.0
puntualidad	1	.7	.7	92.8
todo	8	5.8	5.8	98.6
variedad	2	1.4	1.4	100.0
Total	138	100.0	100.0	

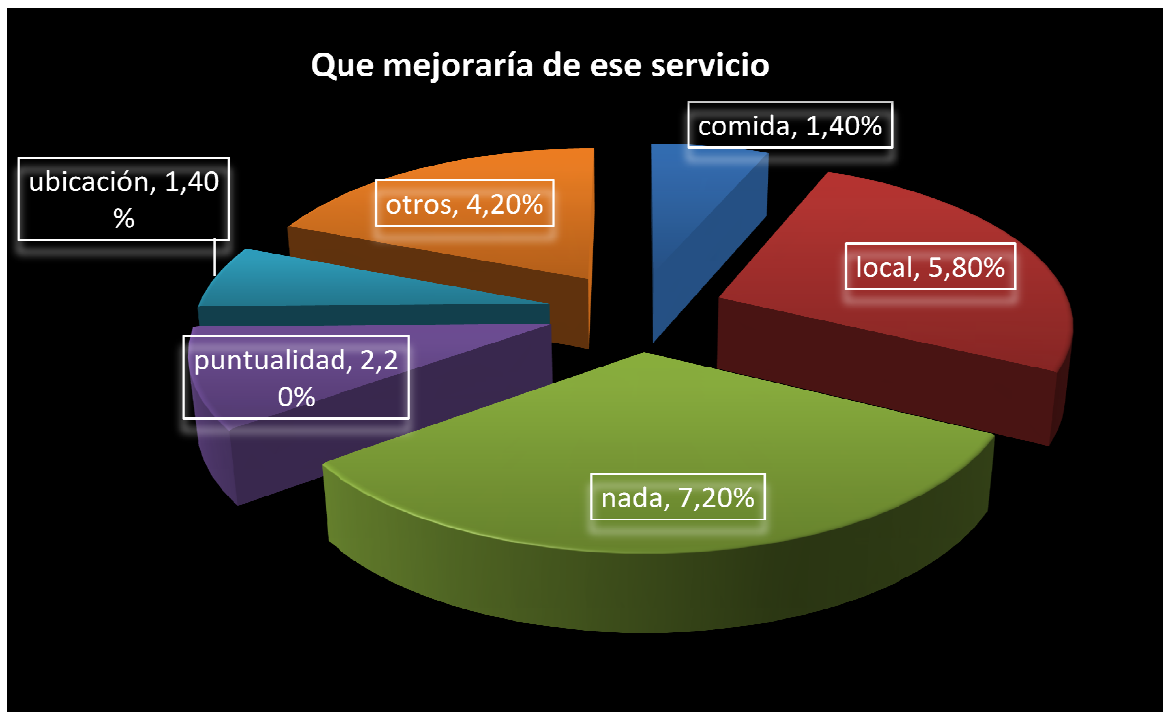
Gráfico 13: Qué le gusto de ese servicio**Análisis:**

Del 22,5% de personas que dijeron conocer otro lugar de organización de fiestas infantiles el 5,8% está satisfecho con el servicio recibido, el 4,3% le gusto en especial la animación de la fiesta.

14. ¿Qué mejoraría en ese servicio?

Tabla 18: Qué mejoraría de ese servicio

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	107	77.5	77.5	77.5
atención	1	.7	.7	78.3
comida	2	1.4	1.4	79.7
juegos	1	.7	.7	80.4
local	8	5.8	5.8	86.2
nada	10	7.2	7.2	93.5
parqueadero	1	.7	.7	94.2
personal	1	.7	.7	94.9
puntualidad	3	2.2	2.2	97.1
sucursales	1	.7	.7	97.8
ubicación	2	1.4	1.4	99.3
variedad	1	.7	.7	100.0
Total	138	100.0	100.0	

Gráfico 14: Qué mejoraría de ese servicio**Análisis:**

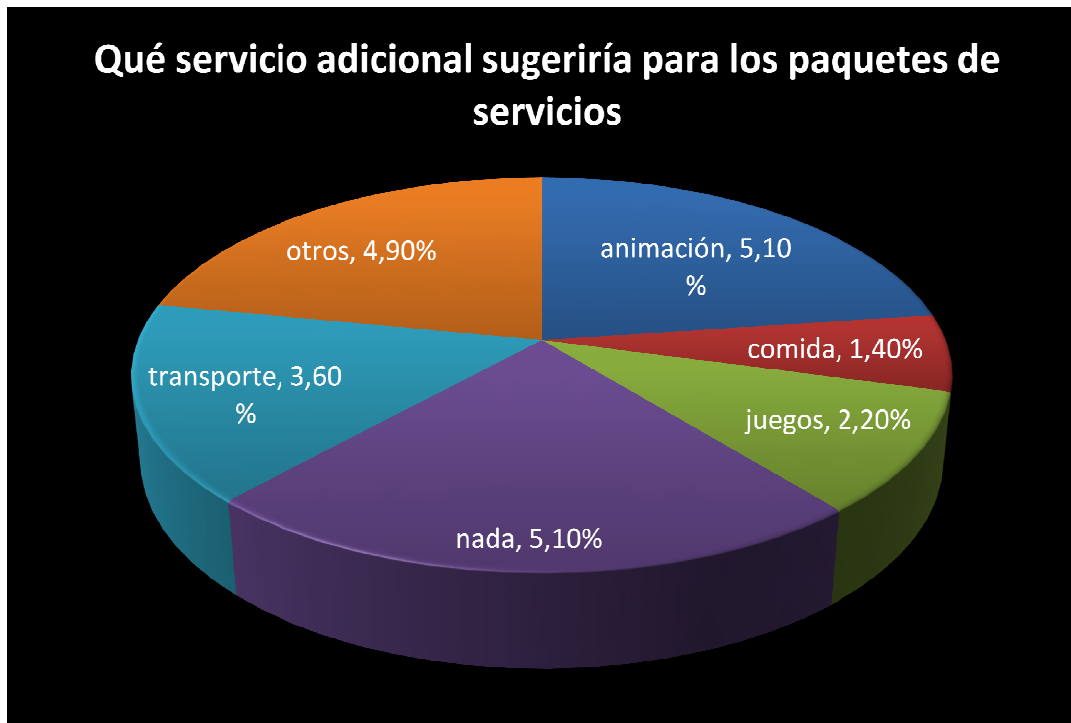
Las personas que conocen el servicio de organización de fiestas infantiles se encuentran conformes con el servicio en 7,2% y mejorarían de este servicio en 5,8% el local, 2,2% la puntualidad, en 1,4% la comida y la ubicación.

15. ¿Qué servicio adicional sugeriría para los paquetes para fiestas infantiles?

Tabla 19: Qué servicio adicional sugeriría para los paquetes de servicios

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	107	77.5	77.5	77.5
animación	7	5.1	5.1	82.6
comida	2	1.4	1.4	84.1
decoración	1	.7	.7	84.8
horarios	1	.7	.7	85.5
inflables	1	.7	.7	86.2
juegos	3	2.2	2.2	88.4
local	1	.7	.7	89.1
nada	7	5.1	5.1	94.2
precio	1	.7	.7	94.9
puntualidad	1	.7	.7	95.7
seguridad	1	.7	.7	96.4
transporte	5	3.6	3.6	100.0
Total	138	100.0	100.0	

Gráfico 15: Qué servicio adicional sugeriría para los paquetes de servicios



Análisis:

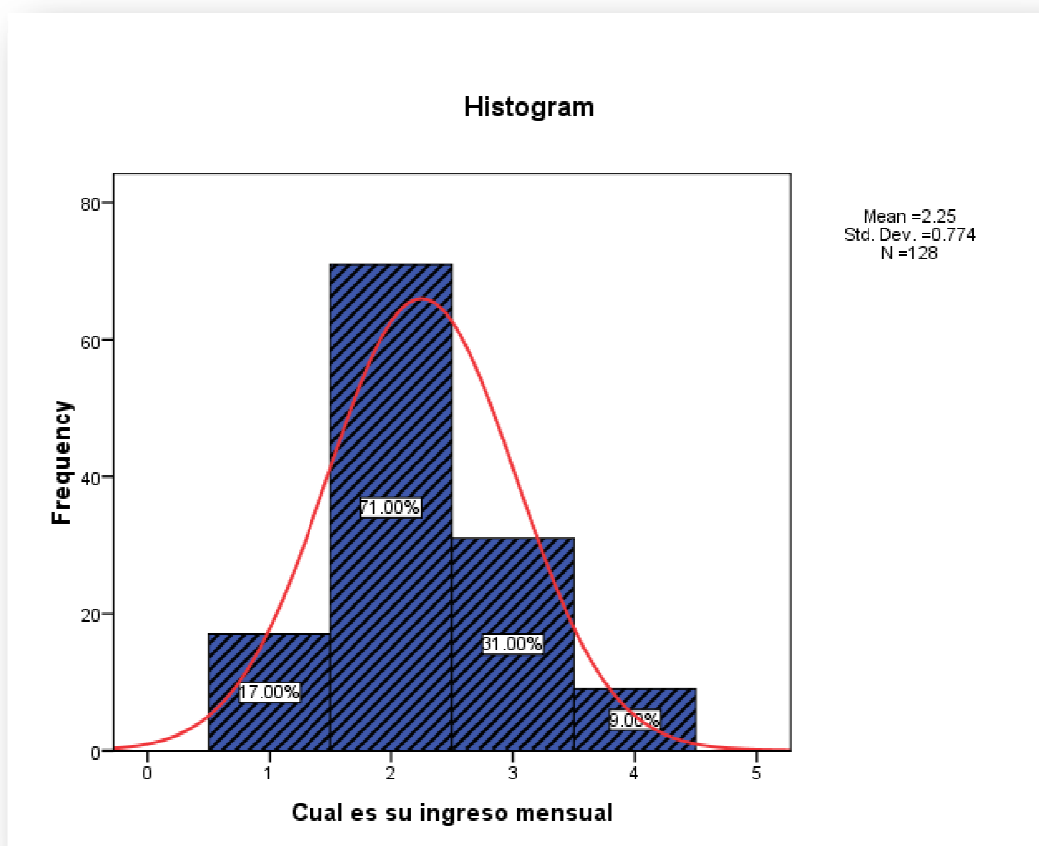
Las personas sugieren para el servicio de organización de fiestas infantiles en 5,1% la animación, el 5,1% no sugiere nada, 3,6% el transporte, 2,2% juegos, 1,4% comida.

16. ¿Cuál es su ingreso mensual?

Tabla 20: Cuál es su ingreso mensual

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid menos 500	17	12.3	13.3	13.3
500-800	71	51.4	55.5	68.8
801-1100	31	22.5	24.2	93.0
Mas 1100	9	6.5	7.0	100.0
Total	128	92.8	100.0	
Missing System	10	7.2		
Total	138	100.0		

Gráfico 16: Cuál es su ingreso mensual



Análisis:

De las personas encuestadas el 51,4% de las personas tienen ingresos entre 500 y 800 dólares, el 22,5% tienen ingresos entre 800 y 1100 dólares.

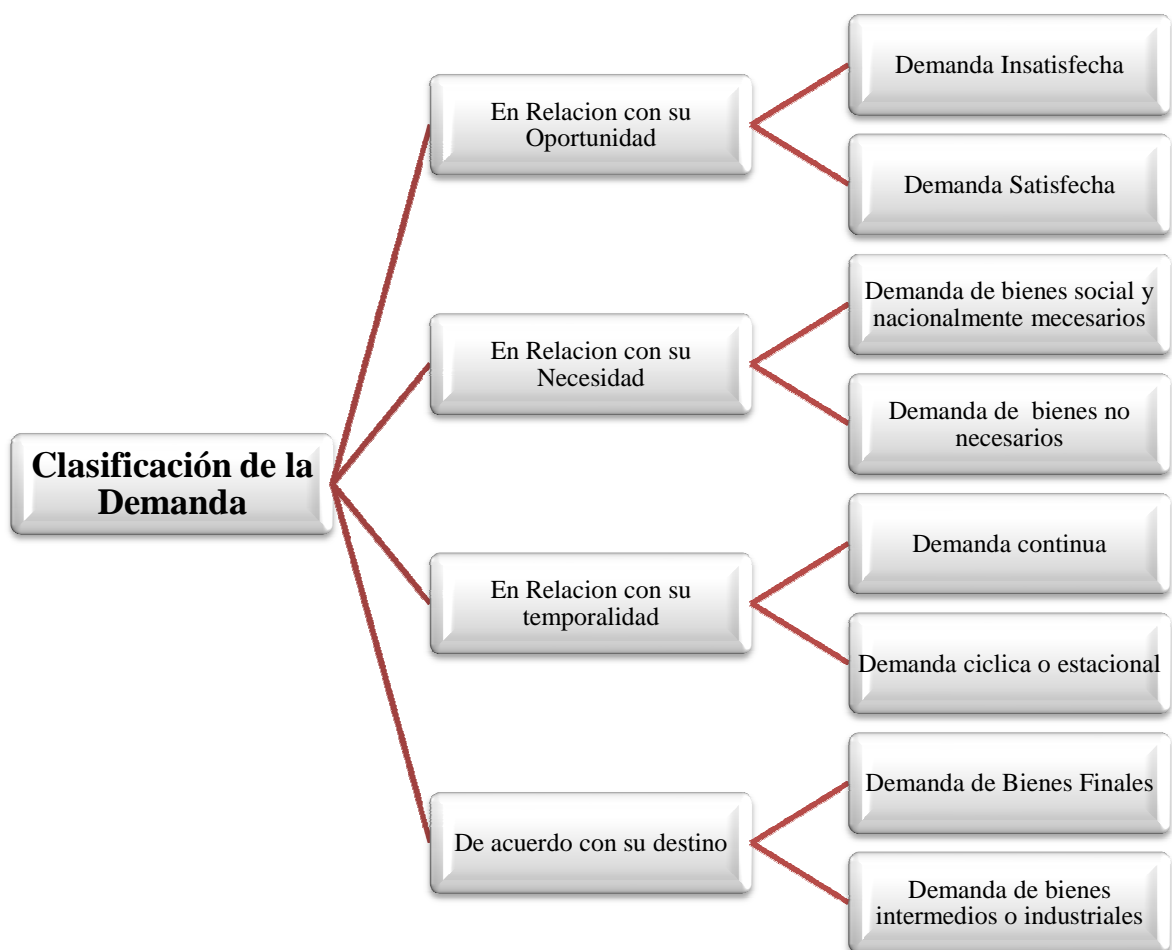
Al conocer los ingresos de las personas se observó que están en la posibilidad de contratar los servicios de la empresa.

1.6. Análisis de la Demanda

“Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”⁹

1.6.1. Clasificación

Gráfico 17: TIPOS DE DEMANDA



Elaboración: María Belén Regalado/2010

Fuente: Baca Urbina, Gabriel, Evaluación de Proyectos, México 2001

1.6.2. Factores de Afectan a la Demanda

⁹ BACA Urbina, Gabriel, Evaluación de Proyectos, México 2001, Pág. 17

El estudio de la demanda es de suma importancia en la elaboración de proyectos, es por esto que se deben determinar cuáles son los factores que afectan el consumo de bienes o servicios.

1.6.2.1. Tamaño y Crecimiento de la Población

El crecimiento urbanístico y poblacional del Distrito Metropolitano de Quito demanda de servicios que cada vez estén más cerca a los nuevos barrios y asentamientos para de esta manera poder atender a las necesidades que se van generando.

Las Proyecciones del INEC indican que para el 2025 la población de niños entre 0 y 9 años será de 4'194.911 y según las proyecciones de la Población de la Administración Zonal Eloy Alfaro se estima que para el mismo año esta administración tendrá 538,258 ¹⁰ habitantes, es por esto que existe una potencial oportunidad de crecimiento para que la Empresa Organizadora de Fiestas Infantiles se ubique en el sector y con el tiempo se consolide como una empresa líder en ofrecer este servicio.

¹⁰ Fuente: Censo de Población y Vivienda 2001; INEC Elaboración: Unidad de Estudios; DMPT-MDMQ

EIDADES	AÑOS QUINQUENALES								
	2.015			2.020			2.025		
	A. SEXOS	HOMBRES	MUJERES	A. SEXOS	HOMBRES	MUJERES	A. SEXOS	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	15.199.665	7.604.525	7.595.140	16.193.984	8.091.163	8.102.821	17.113.313	8.538.430	8.574.883
0- 4	1.417.814	724.305	693.509	1.406.798	718.998	687.800	1.383.859	707.629	676.230
5- 9	1.422.140	725.718	696.422	1.412.470	721.118	691.352	1.401.905	716.079	685.826
10-14	1.431.639	729.650	701.989	1.418.552	723.592	694.960	1.409.147	719.143	690.004
15-19	1.426.899	726.381	700.518	1.425.943	726.053	699.890	1.413.298	720.270	693.028
20-24	1.348.658	683.597	665.061	1.417.506	719.713	697.793	1.417.210	719.853	697.357
25-29	1.278.682	644.313	634.369	1.337.234	675.086	662.148	1.406.303	711.364	694.939
30-34	1.170.327	585.806	584.521	1.266.505	635.409	631.096	1.325.301	666.357	658.944
35-39	1.046.430	521.035	525.395	1.157.565	576.855	580.710	1.253.498	626.271	627.227
40-44	934.047	463.167	470.880	1.032.643	511.813	520.830	1.143.124	567.176	575.948
45-49	830.317	409.983	420.334	917.998	452.853	465.145	1.015.762	500.927	514.835
50-54	714.066	351.476	362.590	811.848	398.529	413.319	898.453	440.671	457.782
55-59	604.788	296.181	308.607	692.790	338.721	354.069	788.565	384.484	404.081
60-64	506.380	245.911	260.469	579.393	281.004	298.389	664.656	321.772	342.884
65-69	362.889	174.351	188.538	476.404	228.007	248.397	546.047	260.915	285.132
70-74	277.964	131.051	146.913	331.621	156.189	175.432	436.359	204.565	231.794
75-79	209.384	96.538	112.846	242.904	111.667	131.237	290.624	133.252	157.372
80+	217.241	95.062	122.179	265.810	115.556	150.254	319.202	137.702	181.500

Fuente:

http://www.inec.gov.ec/web/guest/ecu_est/est_soc/cen_pob_viv/pro_pob?p_p_id=20&p_p_action=0&p_p_state=maximized&p_p_mode=view&_20_struts_action=%2Fdocument_library%2Fview&_20_folderId=155251

Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

1.6.2.2. Hábitos de Consumo

En el Ecuador es común festejar eventos sociales como matrimonios, quince años, aniversarios, bautizos, primeras comuniones, confirmaciones, bautizos, cumpleaños.

Hace varios años las fiestas se celebraban en la casas, sin embargo con cambio de estilo de vida, la influencia de otras culturas, el espacio reducido de las viviendas que existen hoy en día, entre otros factores nace la necesidad de contar con locales espaciosos y adecuados para ofrecer una fiesta.

En los últimos años se ofrecen locales especializados para celebrar fiestas infantiles y esta oferta ha sido acogida por el público.

1.6.2.3. Gustos y Preferencias

Los padres de familia prefieren organizar las fiestas de sus hijos en locales especializados y que cuenten con el espacio adecuado de esta manera se evitan todo el trajín de la organización y de las dificultades que conlleva hacer una fiesta en el hogar, acorde al estudio de mercado el 92,8% de los encuestados desean el servicio de organización de fiestas infantiles en la Administración Zonal Eloy Alfaro, Distrito Metropolitano de Quito.

Por otra parte existen familias que prefieren contratar el servicio completo o la parcialidad de ellos para que la fiesta se organice en sus casas. De los paquetes de servicios propuestos a las personas encuestadas el 42% desean el paquete dos que está conformado por el local, la decoración, piñata, juegos, sorpresa y títeres o función de magia o caritas pintadas.

1.6.2.4. Niveles de Ingresos y Precios

El estudio de los ingresos se efectúa con el fin de conocer el nivel económico que tienen las personas que integran la muestra ensayada, el 51,4% de la muestra cuenta con ingresos entre 500 y 800 dólares lo que indica que tienen capacidad de compra de los servicios.

Los padres de familia destinan una parte de sus ingresos para el ahorro y estos son utilizados en muchas ocasiones con fines diferentes; es decir fuera de lo rutinario como es el caso de salud, diversión, festejos, vacaciones.

1.6.3. Análisis Histórico de la Demanda

En el Ecuador se empezaron a celebrar los cumpleaños a partir del Nacimiento de la Gran Colombia, hoy en día esta es una práctica de toda clase social y es común entre los habitantes de nuestro país.

Al inicio las fiestas en el Ecuador se celebraban en los hogares de las familias, con decoración que normalmente eran globos y serpentinas, se elaboraban pasteles caseros, comida para la gente adulta que también asistía, cosas de picar y ollas encantadas o piñata.

Los padres de familia en la actualidad no cuentan con el tiempo y espacio necesario para organizar fiestas infantiles es por ello que buscan la forma más práctica de festejar junto a las personas allegadas.

1.6.4. Demanda Actual del Servicio

Conocer la demanda actual es necesario para realizar una proyección de la misma, sin embargo se debe tomar en cuenta que el mercado es cambiante.

Partiendo del estudio de mercado realizado a 138 personas se pudo determinar que el 92,8% de la población de la Administración Zonal Eloy Alfaro demanda el servicio de organización de fiestas infantiles. La demanda actual es de 45.690 familias.

1.6.5. Proyección de la Demanda

La proyección de la demanda se hace en base al crecimiento poblacional de la Administración Zonal Eloy Alfaro la cual tiene un crecimiento proyectado de 1,2 % para el 2010.

Tabla 21: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	
AÑO	DEMANDA
2010	45.690
2011	46.238
2012	46.793
2013	47.355
2014	47.923
2015	48.498
2016	49.080
2017	49.669
2018	50.265
2019	50.868
2020	51.479
2021	52.096

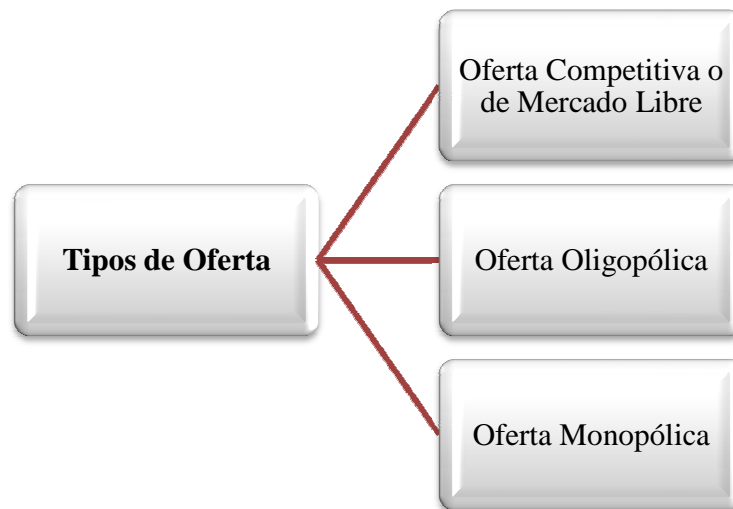
Fuente: Fundación Carvajal (El Comercio, Quito) 2003
Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

1.7. Análisis de la Oferta

“Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.”¹¹

1.7.1. Clasificación

Gráfico 18: TIPOS DE OFERTA



Fuente: Baca Urbina, Gabriel, Evaluación de Proyectos, México 2001
Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

1.7.2. Factores que Afectan a la Oferta

Hacer un correcto análisis de la oferta permitirá llegar a los potenciales clientes de una mejor manera ya que la empresa tendrá conocimientos de los gustos y preferencias de los mismos

¹¹ BACA Urbina, Gabriel, Evaluación de Proyectos, México 2001, Pág. 43

1.7.2.1. Precio

Conocer y definir el segmento meta es de suma importancia antes de fijar el precio que tendrá el servicio que se ofrece.

El estudio de mercado primordial para conocer cuánto están dispuestos a pagar los potenciales clientes por los paquetes de servicios de fiestas infantiles. Se puede usar como referencia los precios que tienen otras empresas con similar giro del negocio.

1.7.2.2. Competencia

En cuanto a la competencia, en la Administración Zonal Eloy Alfaro, se identifica únicamente a la empresa Mc Donalds que está ubicada en el centro comercial “El Recreo”. Además existen personas que ofrecen la parcialidad de los servicios para las fiestas infantiles.

1.7.3. Comportamiento Histórico de la Oferta

En el Distrito Metropolitano de Quito existen hace varios años atrás empresas dedicadas a prestar servicios parcializados para organizar fiestas infantiles en los hogares como es el caso de magos, payasos, títeres, etc.

En los últimos años con el repunte de las empresas de servicios se ha observado en la ciudad de Quito la existencia de empresas organizadoras de fiestas infantiles que dan este servicio en locales y a domicilio pero en su mayoría estas empresas están ubicadas al centro norte la de ciudad o en los valles aledaños a la capital, dejando un poco de lado al sur de la ciudad.

1.7.4. Oferta Actual

Identificar la oferta existente en el mercado permitirá a la empresa tomar acciones y estrategias para ingresar y mantenerse frente a sus competidores.

En la Administración Zonal Eloy Alfaro se ha podido identificar un lugar que ofrece el servicio de celebración de fiestas infantiles llamado Mac Donalds ubicado en el Centro Comercial El Recreo, aplicando el método de observación no se identifico otra empresa que ofrezca servicios similares.

Se estimó la oferta actual en 2080 niños anualmente; no se sabe de inversiones.

El estudio de mercado refleja que el 70,3% de las personas encuestadas no conocen un lugar en la Administración Zonal Eloy Alfaro que ofrezca el servicio de organización de fiestas infantiles.

1.8. Estimación de la Demanda Insatisfecha

El cálculo de la demanda insatisfecha se obtiene de la diferencia entre la oferta y la demanda:

Tabla 22: ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA			
AÑO	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA INSATISFECHA
2010	2.080	45.690	-43.610
2011	2.080	46.238	-44.158
2012	2.080	46.793	-44.713
2013	2.080	47.355	-45.275
2014	2.080	47.923	-45.843
2015	2.080	48.498	-46.418
2016	2.080	49.080	-47.000
2017	2.080	49.669	-47.589
2018	2.080	50.265	-48.185
2019	2.080	50.868	-48.788
2020	2.080	51.479	-49.399
2021	2.080	52.096	-50.016

Fuente: Investigación directa de campo/2010
 Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

1.9. Análisis de la Demanda Insatisfecha Captada por el Proyecto

La demanda insatisfecha indica que existe un mercado potencial para el servicio de organización de fiestas infantiles. La empresa captará el 5% de la población.

Tabla 23: ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA				
AÑO	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA CAPTADA POR EL PROYECTO
2010	2.080	45.690	-43.610	2.181
2011	2.080	46.238	-44.158	2.208
2012	2.080	46.793	-44.713	2.236
2013	2.080	47.355	-45.275	2.264
2014	2.080	47.923	-45.843	2.292
2015	2.080	48.498	-46.418	2.321
2016	2.080	49.080	-47.000	2.350
2017	2.080	49.669	-47.589	2.379
2018	2.080	50.265	-48.185	2.409
2019	2.080	50.868	-48.788	2.439
2020	2.080	51.479	-49.399	2.470
2021	2.080	52.096	-50.016	2.501

Fuente: Investigación directa de campo/2010
Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

Tabla 24: ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA POR PAQUETES DE SERVICIOS			
Demanda Captada por el Proyecto 2010	Paquetes de Servicios	%	Demanda por Paquete de Servicios
2181	Paquete 1	21,70%	473
	Paquete 2	42,80%	933
	Paquete 3	22,50%	491
	Paquete 4	5,80%	126

Fuente: Investigación directa de campo/2010
Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

1.9.1. Análisis de Precios

“El precio es la cantidad monetaria a que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar, un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.”¹²

1.9.2. Precios Históricos y Actuales

No existe información de los precios históricos, sin embargo se puede señalar que los precios de los servicios de organización de fiestas infantiles tienden a subir.

Una vez aplicadas las encuestas se puede determinar que el 65,9% de los padres de familia están dispuestos a pagar entre \$50 y \$60 dólares por el servicio de organización de fiestas infantiles.

El 42,8% de los padres de familia prefieren el paquete número dos que tiene un precio de \$ 180.

¹² BACA Urbina, Gabriel, Evaluación de Proyectos, México 2001, Pág. 41

1.9.3. Márgenes de Precios

Para fijar los precios se debe tomar en cuenta varios factores como son: la demanda de los clientes, los costos, la competencia, los productos o servicios sustitutos.

1.9.3.1. Estacionalidad

El servicio de organización de fiestas infantiles no cuenta con una estacionalidad definida ya que los cumpleaños de los niños son dispersos a lo largo del año.

Sin embargo cabe recalcar que el mayor número de nacimientos por ende de cumpleaños son en los meses de agosto y septiembre

1.9.3.2. Volumen

El volumen de venta esperado para el año 2011 es de 2208 niños, aproximadamente por mes se atenderán 184 niños.

Para cada evento la empresa para la organización de fiestas infantiles tendrá una capacidad máxima de 30 niños.

1.9.3.3. Forma de Pago

Las formas de pago que se utilizarán serán en efectivo y con tarjeta de crédito para la comodidad de los clientes se harán convenios con diferentes establecimientos que ofrecen este servicio de pago.

CAPÍTULO II

ESTUDIO TECNICO Y AMBIENTAL

2. Estudio Técnico y Ambiental

Mediante el estudio técnico y ambiental se podrá determinar el tamaño, requerimiento de personal, localización e impacto ambiental que tendrá la empresa para la organización de fiestas infantiles.

“El Estudio Técnico busca responder a las interrogantes básicas: ¿Cuánto, dónde, cómo y con qué producirá mi empresa?”¹³

2.1. Tamaño del Proyecto

“El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción.”¹⁴

El tamaño del proyecto está relacionado directamente con la capacidad de respuesta del servicio y el número de niños asistentes al evento.

Se estima que el número de familias que podrá atender la empresa para el año 2011 es de 2208.

2.1.1. Factores Determinantes del Tamaño

Existen diversos factores que influyen para determinar el tamaño del proyecto, contribuyendo u obstaculizando la entrega del servicio de organización de fiestas infantiles a los clientes, entre estos factores se encuentran los siguientes:

¹³ CÓRDOBA Urbina Gabriel, Formulación y Evaluación de Proyectos, Colombia 2006

¹⁴ BACA Urbina, Gabriel, Evaluación de Proyectos, México 2001, Pág. 86

2.1.1.1. El Mercado

Una vez realizado el estudio de mercado y analizados los resultados se pudo conocer que existe una demanda suficiente del servicio en la Administración Zonal Eloy Alfaro, Distrito Metropolitano de Quito.

La demanda insatisfecha captada por la empresa de organización de fiestas infantiles para el año 2011 es de 2.208 familias que comprenden el 5% de la demanda insatisfecha.

2.1.1.2. Disponibilidad de Recursos Financieros

La disponibilidad de recursos financieros está estrechamente ligada con el tamaño del proyecto, ya que depende de la cantidad de dinero con la que se cuente para implementar un proyecto grande, mediano o pequeño.

Para la implementación de la empresa de organización de fiestas infantiles se financiará con el 30% de capital propio y el 70% mediante crédito.

2.1.1.3. Disponibilidad de Mano de Obra

Debido al alto grado de desempleo existente en el país la disponibilidad de mano de obra es favorable para la empresa.

La empresa requerirá mano de obra calificada, que tenga experiencia en el trabajo con niños y niñas de preferencia personas que tengan preparación en el área de educación infantil.

2.1.1.4. Disponibilidad de Insumos

Disponer de la cantidad, calidad y características necesarias de las materias primas es vital para dar el servicio de organización de fiestas infantiles.

Los insumos para la ejecución de los eventos infantiles son de fácil acceso ya que no requieren de manejo especial o equipo para trasladarlo.

2.1.2. Optimización del Tamaño

La empresa para la organización de fiestas infantiles tendrá la capacidad para atender a treinta niños y niñas por evento, se podrán realizar dos eventos diarios y semanalmente se atenderán alrededor de siete fiestas.

2.2. Localización del Proyecto

Para determinar la localización del proyecto es indispensable hacer un análisis de macro y micro localización, de esta manera se podrán evaluar los posibles lugares para instalar la empresa y escoger aquel que brinde las posibilidades de una mayor rentabilidad y crecimiento en el mercado.

2.2.1. Macro Localización

“La macro localización de la empresa se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto.”¹⁵



La empresa de organización de fiestas infantiles se ubicara en:
 Provincia: Pichincha
 Cantón: Quito

¹⁵ www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf

2.2.2. Micro Localización

“El análisis de micro localización indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida.”

2.2.2.1. Criterios de Selección de Alternativas

2.2.2.1.1. Transporte

Existen alrededor de seis líneas de buses que permiten acceder a la ubicación del negocio, además existe el servicio de Trole bus que sirve a todo el sur de la ciudad.

2.2.2.1.2. Acceso

La Administración Zonal Eloy Alfaro cuenta con diversas vías de acceso desde los diferente puntos de la ciudad como son Av. Alonso de Angulo, Av. Rodrigo de Chávez, Av. Napo, Los Túneles, todas estas vías son de doble sentido permitiendo la circulación en sentido sur norte y norte sur.

2.2.2.1.3. Servicios básicos

La Administración Zonal Eloy Alfaro cuenta con todos servicios básicos, agua, luz, teléfono, internet, alumbrado público, alcantarillado, calles pavimentadas, entre otros.

En el sector existen alrededor de ocho centros educativos cercanos a la ubicación del negocio, además se encuentra cerca a una zona comercial, instituciones bancarias, hospitales, clínicas, centros comerciales, universidades, policía nacional, cuerpo de bomberos.

2.2.2.1.4. Fuentes de abastecimiento

Para la ejecución de los diferentes paquetes de servicios, en la zona existen cerca locales que permitan conseguir la decoración, alimentación y todo aquello relacionado con pastelería, golosinas para la organización de fiestas infantiles.

2.2.2.1.5. Leyes y ordenanzas

Previo a la ejecución del presente estudio se sujetará todas las leyes, normativas, disposiciones, ordenanzas municipales, reglamentos del Cuerpo de Bomberos, Ministerio de Salud Pública.

2.2.2.1.6. Factores Ambientales

Mediante la evaluación de varios aspectos como el manejo de desechos, uso de del agua, uso del aire, entre otros se pudo establecer que la empresa para la organización de fiestas infantiles obtuvo un porcentaje del 33% lo que significa que es neutral al ambiente, para la valoración ambiental por actividades productivas obtuvo 2 puntos. (Ver **ANEXO 3**)

2.2.2.2. Matriz Locacional

Tabla 25: LOCALIZACIÓN POR EL MÉTODO DE ASIGNACIÓN OPTIMA POR PUNTOS								
CALIFICACIÓN : DE 1 A 10								
Nº	FACTOR RELEVANTE	PESO: SUMATORI A = 1	Av. Mariscal Sucre La Mena		Av. Pedro de Alfaro Villaflora		Av. Maldonado San Bartolo	
1	MP	0,40	5	2,00	8	3,20	6	2,40
2	MOD	0,15	6	0,90	8	1,20	7	1,05
3	INSUMOS	0,15	6	0,90	7	1,05	6	0,90
4	INFRAESTRUCTURA	0,15	8	1,20	9	1,35	6	0,90
5	MERCADO	0,15	4	0,60	7	1,05	7	1,05
	SUMATORIA :	1,00		5,60		7,85		6,30
	COMPROBACIÓN:	O.K.						
Técnicamente, la Empresa debería ubicarse en :			Av. Pedro de Alfaro Villaflora					

Fuente: Investigación directa de campo/2010
Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

2.2.2.3. Selección de la Alternativa Óptima

El lugar escogido para la instalación de la empresa para la organización de fiestas infantiles “Magic Planet” es la parroquia Villaflora ya que cuenta favorablemente con todos los elementos para ubicar el negocio.

2.2.2.4. Plano de la Micro Localización



Fuente: www.reservas.net/alojamiento_hoteles/quito_mapasplanos.htm

La empresa de organización de fiestas infantiles se ubicará en:

Parroquia: Villaflora (Administración Zonal Eloy Alfaro), tal como se señala en el plano.

2.3. Ingeniería del Proyecto

“El objetivo general de estudio ingeniería del proyecto es resolver lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta”¹⁶

2.3.1. Cadena de Valor

La cadena de valor describe los pasos y el proceso que se deberá seguir para brindar el servicio.

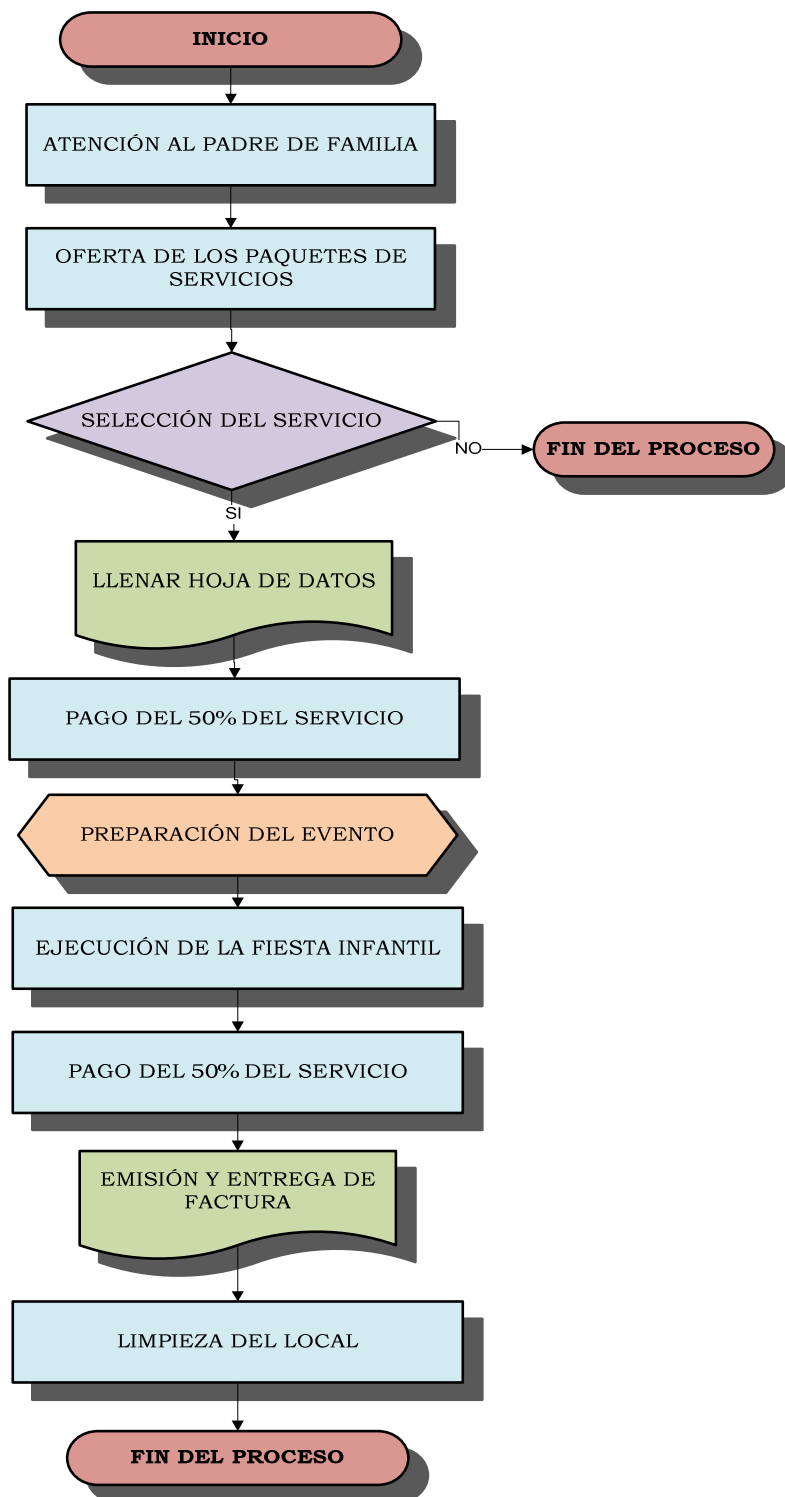
Gráfico 19: Cadena de Valor



Fuente: Investigación directa de campo/2010
Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

¹⁶ BACA Urbina, Gabriel, Evaluación de Proyectos, México 2001, Pág. 93

2.3.2. Flujograma del Proceso



2.3.3. Distribución de Planta o Lay Out

Para la distribución del local será necesario tomar en cuenta el área de construcción y las áreas verdes, de esta manera se aprovechará adecuadamente el espacio disponible.

Gráfico 20: Distribución de Planta o Lay Out



2.3.4. Requerimiento de Mano de Obra

La empresa de organización de fiestas infantiles requiere de personal capacitado para trabajar con niños y niñas en actividades de entretenimiento al aire libre.

Tabla 26: TALENTO HUMANO						
MANO DE OBRA DIRECTA		NUMERO DE TRABAJADORES				
FUNCIÓN		UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO A DIEZ
Artistas		3	4	4	5	5
Suma		3	4	4	5	5
MANO DE OBRA INDIRECTA						
FUNCIÓN		UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO A DIEZ
Supervisor		1	1	1	1	1
Limpieza		1	1	1	1	1
Suma		2	2	2	2	2
PERSONAL ADMINISTRATIVO						
FUNCIÓN		UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO A DIEZ
Gerente/Propietario		1	1	1	1	1
Asistente Administrativa y Financiera		1	1	1	1	1
Suma		2	2	2	2	2
PERSONAL DE VENTAS						
FUNCIÓN		UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO A DIEZ
Promotora de ventas		1	1	1	1	1
Suma		1	1	1	1	1
Generación de empleo directo: Puestos permanentes						
MANO DE OBRA DIRECTA	37,5%	3	4	4	5	5
MANO DE OBRA INDIRECTA	25,0%	2	2	2	2	2
PERSONAL ADMINISTRATIVO	25,0%	2	2	2	2	2
PERSONAL DE VENTAS	12,5%	1	1	1	1	1
Revisar distribución del personal						
TOTAL	100 %	8	9	9	10	10

Fuente: Investigación directa de campo/2010
Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

Tabla 27: Generación de empleo: Remuneraciones

DÓLARES						
MANO DE OBRA DIRECTA						
FUNCIÓN/Años	COSTO	DÓLARES				
	UNITARIO ANUAL	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO A DIEZ
Artistas	3.240,0	9.720,0	12.960,0	12.960,0	16.200,0	16.200,0
SUMA		9.720,0	12.960,0	12.960,0	16.200,0	16.200,0
MANO DE OBRA INDIRECTA						
FUNCIÓN		UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
Supervisor	4.860,0	4.860,0	4.860,0	4.860,0	4.860,0	4.860,0
Limpieza	3.888,0	3.888,0	3.888,0	3.888,0	3.888,0	3.888,0
SUMA		8.748,0	8.748,0	8.748,0	8.748,0	8.748,0
PERSONAL ADMINISTRATIVO						
FUNCIÓN		UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
Gerente/Propietario	6.480,0	6.480,0	6.480,0	6.480,0	6.480,0	6.480,0
Asistente Administrativa y Financiera	1.620,0	1.620,0	1.620,0	1.620,0	1.620,0	1.620,0
SUMA		8.100,0	8.100,0	8.100,0	8.100,0	8.100,0
PERSONAL DE VENTAS						
FUNCIÓN		UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
Promotora de ventas	3.888,0	3.888,0	3.888,0	3.888,0	3.888,0	3.888,0
SUMA		3.888,0	3.888,0	3.888,0	3.888,0	3.888,0
Generación de empleo directo: Distribución porcentual y Recursos monetarios requeridos						
MANO DE OBRA DIRECTA	31,9%	9.720,0	12.960,0	12.960,0	16.200,0	16.200,0
MANO DE OBRA INDIRECTA	28,7%	8.748,0	8.748,0	8.748,0	8.748,0	8.748,0
PERSONAL ADMINISTRATIVO	26,6%	8.100,0	8.100,0	8.100,0	8.100,0	8.100,0
PERSONAL DE VENTAS	12,8%	3.888,0	3.888,0	3.888,0	3.888,0	3.888,0
TOTAL	100,0%	30.456,0	33.696,0	33.696,0	36.936,0	36.936,0

Fuente: Investigación directa de campo/2010

Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

2.3.5. Requerimiento Anual de Materiales, Insumos y Servicios

Para la ejecución del servicio de organización de fiestas infantiles se debe establecer previamente que materiales son necesarios.

Tabla 28: Suministros, Servicios y otros gastos					
	Valores en dólares				
	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO A DIEZ
	Costo Fijo:				
Consumo de agua	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0
Consumo de energía	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0
Consumo telefónico e internet	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0
Arrendamiento de oficinas	2.700,0	2.700,0	2.700,0	2.700,0	2.700,0
Combustibles	480,0	480,0	480,0	480,0	480,0
Útiles de oficina y limpieza	360,0	360,0	360,0	360,0	360,0
	Costo Variable:				
Decoración	1.920,0	2.016,0	2.116,8	2.222,6	2.333,8
Globos	1.920,0	2.016,0	2.116,8	2.222,6	2.333,8
Total suministros y servicios	8.580,0	8.772,0	8.973,6	9.185,3	9.407,5

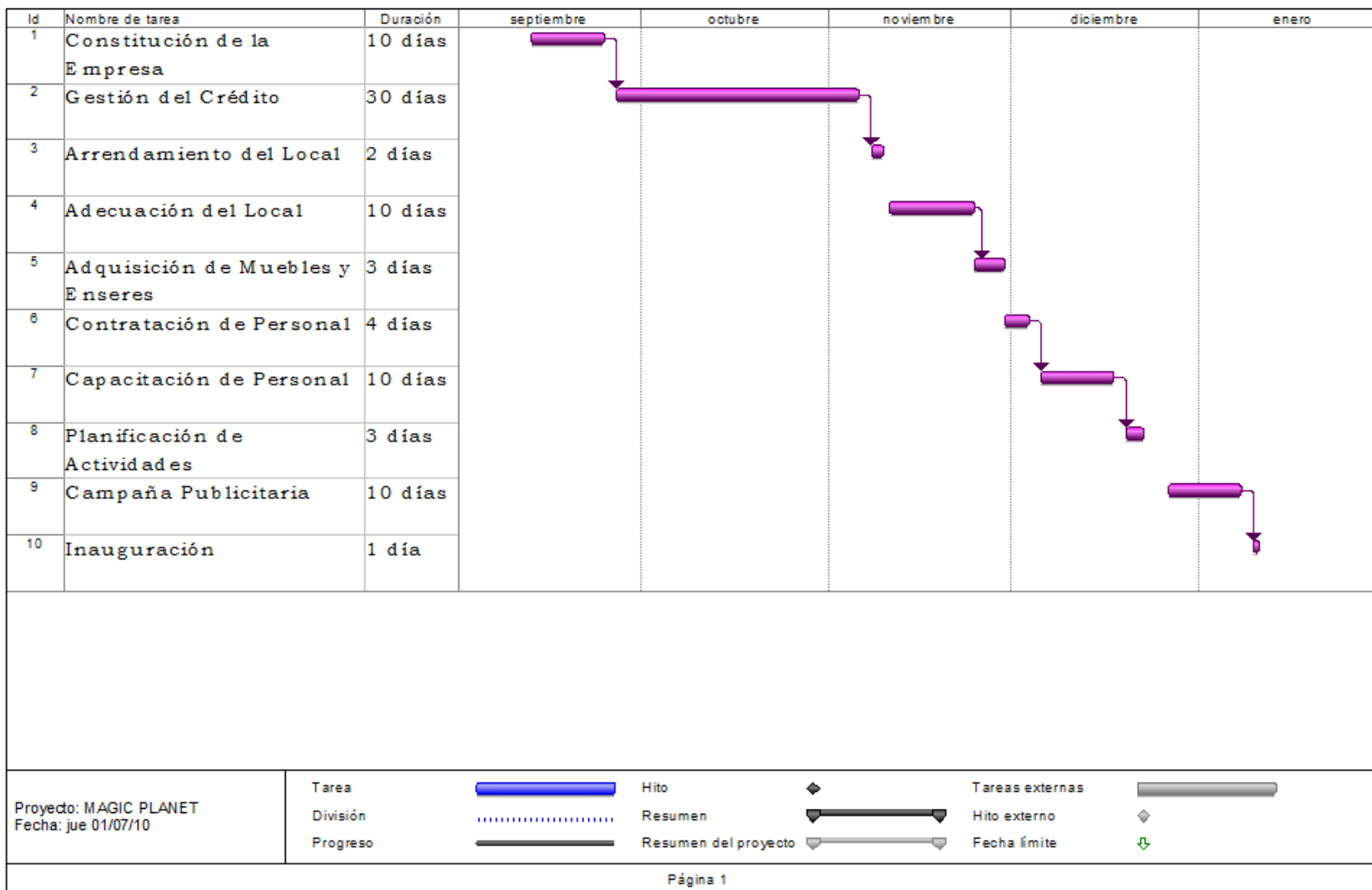
Fuente: Investigación directa de campo/2010
Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

2.3.6. Inversiones

Tabla 29: INVERSIONES (Dólares)												
							Año de reinversión:					VALOR DE LOS ACTIVOS FIJOS AL FINAL DEL HORIZONTE DEL PROYECTO
	CAN T	V. UNITARIO	V. TOTAL	%	Vida Útil	O	1	2	3	4	5 al 10	
1. MAQUINARIA Y EQUIPO PARA:												
PRODUCCIÓN: Computador e impresora	1	850,0	850,0	4,1%	3	850,0			850,0			283,3
Vehículo	1	15.000,0	15.000,0	72,6%	7	15.000,0						6.428,6
Equipo de Audio con micrófono	1	800,0	800,0	3,9%	5	800,0					800,0	640,0
Infladora	1	130,0	130,0	0,6%	4	130,0				130,0		32,5
Maquina de Granizado	1	200,0	200,0	1,0%	4	200,0				200,0		50,0
Maquina de Canguil	1	200,0	200,0	1,0%	4	200,0				200,0		50,0
Filmadora	1	500,0	500,0	2,4%	1	500,0	500,0					500,0
ADMINISTRACIÓN: computadora	1	800,0	800,0	3,9%	3	800,0			800,0			266,7
VENTAS: computadora portátil	1	1.200,0	1.200,0	5,8%	3	1.200,0			1.200,0			400,0
Repuestos y accesorios	1	984,0	984,0	4,8%	5	984,0					984,0	787,2
		Suma	20.664,0	68,9%		20.664,0	500,0		2.850,0	530,0	1.784,0	9.438,3
2. CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES PARA:												
PRODUCCIÓN: Adecuación del local	1,0	1.200,0	1.200,0	49,0%	3	1.200,0			1.200,0			400,0
Seguridades	1,0	850,0	850,0	34,7%	8	850,0						531,3
ADMINISTRACIÓN: Adecuación oficina	1,0	200,0	200,0	8,2%	4	200,0				200,0		50,0
VENTAS: Adecuación oficina	1,0	200,0	200,0	8,2%	4	200,0				200,0		50,0
		Suma	2.450,0	8,2%		2.450,0			1.200,0	400,0		1.031,3
3. MUEBLES, ENSERES Y OTRAS INVERSIONES PARA:												
PRODUCCIÓN: Escritorios, sillas estantes	1,0	1.500,0	1.500,0	38,5%	3	1.500,0			1.500,0			500,0
Implementos varios lote	1,0	300,0	300,0	7,7%	4	300,0				300,0		75,0
Plataforma portátil 3x2m	1,0	600,0	600,0	15,4%	4	600,0				600,0		150,0
Saltarín	1,0	1.000,0	1.000,0	25,6%	5	1.000,0					1.000,0	800,0

ADMINISTRACIÓN: escritorio y sillas	1,0	250,0	250,0	6,4%	5	250,0					250,0	200,0
VENTAS: escritorio y sillas	1,0	250,0	250,0	6,4%	5	250,0					250,0	200,0
		Suma	3.900,0	13,0%		3.900,0			1.500,0	900	1500	1925
4. DIFERIDAS Y OTRAS AMORTIZABLES												
Costo del estudio	1	2.000,00	2.000,0	80,0%		2.000,0						
Gastos de constitución	1	300,00	300,0	12,0%		300,0						
Gastos de capacitación	1	200,00	200,0	8,0%		200,0						
Suma:			2.500,0	8,3%	Reinversiones:	29.514,0	500,0		5.550,0	1.830,0	3.284,0	
CAPITAL DE TRABAJO INICIAL			480,0	1,6%	Capital de trabajo	480,0						
INVERSIÓN TOTAL INICIAL:			29.994,0	100,0%	TOTAL INVERSIÓN	29.994,0	500,0		5.550,0	1.830,0	3.284,0	12.394,5

2.3.7. Calendario de Ejecución del Proyecto



2.4. Estudio de Impacto Ambiental

Una vez elaborado el estudio de impacto ambiental de la empresa de organización de fiestas infantiles se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 30: RESULTADO DE LA EVALUACIÓN AMBIENTAL (FICHA AMBIENTAL DE LA CFN)

(UCA - CFN)			
PUNTAJE:	33	CATEGORÍA AMBIENTAL:	CRITERIO:
PORCENTAJE:	33 %	CLASE 2	Neutral al ambiente

Fuente: Investigación directa de campo/2010
Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

La implementación de la empresa para la organización de fiestas infantiles no tiene un impacto negativo en el ambiente los resultados demuestran que la presencia de la empresa es neutral al ambiente.

CAPÍTULO III

ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

3. Estudio Organizacional y Legal

En el presente capítulo se pretende conocer los motivos para la creación de la empresa, la razón social que identificará a la organización, la forma en la cual se producirán los servicios a ofrecer, entre otras interrogantes que son necesarias responder para sentar las bases del funcionamiento de la empresa.

3.1. Base Legal

Para la creación y funcionamiento de una empresa en el Ecuador es indispensable tener los papeles en regla y contar con los permisos necesarios, para ello la empresa debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Escritura de constitución
- Nombramiento del representante legal
- Capital Suscrito
- R.U.C
- Patente
- Permisos de Bomberos

3.1.1. Constitución de la Empresa

La empresa se constituirá como empresa unipersonal cuya razón social será Magic Planet Cia. Ltda.

El capital solo podrá aportarse en efectivo, y su valor mínimo será por lo menos diez veces la remuneración básica mínima unificada del trabajador en general. Al

momento de la constitución o del aumento de capital, deberá entregarse a la empresa el 100% del aporte, constituyéndose título traslativo de dominio.¹⁷

El capital mínimo para la constitución de la empresa será de 2.400 dólares americanos; para la constitución, cambio de denominación, y demás actos societarios deberá estar sujeto a la aprobación de un Juez de lo Civil. (Ver **ANEXO 4**)

3.1.2. Tipo de Empresa (sector/actividad, CIU)

Según el Código Industrial Internacional Uniforme la Empresa para la Organización de Fiestas Infantiles pertenece al sector de los servicios comerciales, sociales y personales; y la actividad es otros servicios de diversión y culturales.

Tabla 31: CLASIFICACIÓN DEL CIU

DIGITO	9	Sector de Servicios Comerciales, Sociales y Personales
CÓDIGO C.I.U.	9400	Servicios de Diversión, Esparcimiento y Culturales
CÓDIGO DE LA ACTIVIDAD	9414	Otros Servicios de Diversión y Culturales.

Fuente: CIU

Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

¹⁷ Dr. VILLACRECES Carbo Gerardo Javier , Artículo publicado en la Revista Novedades Jurídicas de Ediciones Legales, Marzo 2006

3.1.3. Razón Social, Logotipo, Slogan.

Mediante el diseño del logotipo y del slogan se dará a conocer la empresa y los servicios que ofrece al mercado.

3.1.3.1. Razón Social

La razón social de la empresa para la organización de fiestas infantiles será: **Magic Planet**

Se escogió este nombre debido a que refleja las características del servicio que se pretende ofrecer a los niños, niñas y padres de familia un planeta mágico lleno de diversión.

3.1.3.2. Slogan

El Slogan de la empresa Magic Planet será: fiestas totalmente mágicas.



fiestas totalmente mágicas

3.1.3.3. Logotipo

El diseño y los colores han sido escogidos para llamar la atención de los clientes y al mismo tiempo que reflejen la imagen que desea proyectar la empresa.

Gráfico 21: LOGOTIPO



Fuente: Investigación directa de campo/2010
Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

3.2. Base Filosófica de la Empresa

La base filosófica de la empresa “es la estructura conceptual que la organización define para orientar o inspirar el comportamiento de la organización y que responde a las cuestiones fundamentales de la existencia de la misma. La filosofía de la empresa representa la forma de pensar oficial de la organización.”¹⁸

3.2.1. Visión

“Futuro relativamente remoto donde la empresa se desarrolla en las mejores condiciones posibles de acuerdo a los sueños y esperanzas del propietario o director ejecutivo”¹⁹

Las empresas no son perfectas pero son perfectibles o son sujetas a mejoramiento continuo y eso es lo que se busca en la visión.

VISIÓN (2015)

Ser la empresa líder en la organización de fiestas infantiles mediante la entrega de servicios innovadores y de calidad, anticipándose a los cambios del mercado que puedan generarse.

¹⁸ <http://www.monografias.com/trabajos25/estrategias/estrategias2.shtml>

¹⁹ ANDRADE, S, Planificación Estratégica, Pág. 26, Lima, 2001

3.2.2. Misión

“La misión es una expresión del propósito de la organización: lo que desea lograr en el entorno más amplio. Actúa como una mano invisible que guía al personal de la organización”²⁰

MISIÓN

Establecer a Magic Planet como la empresa líder en la organización de fiestas infantiles, dentro de un marco de puntualidad, seguridad y responsabilidad, generando la mayor diversión y entreteniéndolos a los niños y niñas de la Administración Zonal Eloy Alfaro, Distrito Metropolitano de Quito.

3.2.3. Objetivos Estratégicos

- Generar servicios de calidad para los padres de familia y para los niños y niñas.
- Establecer precios adecuados para los diferentes paquetes de servicios de acuerdo al segmento de mercado al cual está dirigido el servicio.
- Lograr niveles óptimos de rentabilidad para alcanzar un crecimiento y desarrollo de la empresa.
- Ofrecer a los clientes un servicio personalizado y con asesoría de especialistas para la contratación de paquetes de servicios.

²⁰ KOTLER, Philip, Fundamentos de Marketing, 6ta edición, Pág. 45, México, 2003

-
- Promover la capacitación continua del personal a fin de mejorar el servicio que se ofrece en el mercado.

3.2.4. Principios y Valores

Para toda organización es necesario predefinir los principios y valores que se emplearan en el curso normal de las actividades de esta forma todo el personal podrá conocerlos y aplicarlos en sus labores.

3.2.4.1. Principios

“Elementos éticos aplicados que guían las decisiones de la empresa, y definen el liderazgo de la misma”²¹

Los principios en los que la empresa enfatizará al personal son los siguientes:

- Trabajo en equipo.
- Capacitación y mejoramiento continuo.
- Innovación permanente de los servicios.
- Sistema de Información en base a decisiones.
- Proactividad en la gestión.
- Puntualidad en la entrega de servicios.
- Crecimiento de mercado de organización de fiestas infantiles.
- Consideración tanto al personal como a nuestros clientes.

²¹ SALAZAR, Francis, Estrategia Ver 1.0, 2007, Pág. 144

3.2.4.2. Valores

“Descriptores morales que muestran la responsabilidad ética y sociales el desarrollo de las labores del negocio”²²

➤ Respeto:

Para la empresa Magic Planet el respeto significa, aceptar la forma de pensar de cada persona, lo que es una manifestación de cortesía y consideración.

➤ Perseverancia

Persistencia para alcanzar las metas propuesta por la organización.

➤ Creatividad

Los colaboradores de la empresa Magic Planet serán escuchados abiertamente para dar sus ideas sobre mejoras para ofrecer el servicio de organización de fiestas infantiles.

➤ Transparencia

Este valor debe estar implícito en todos los actos que los empleados de la empresa realicen como el servicio, declaraciones de impuestos, etc.

➤ Colaboración

La colaboración del personal en los eventos y en las oficinas es indispensable ya que con esto se conseguirá agilizar u mejorar los procesos.

²² SALAZAR, Francis, Estrategia Ver 1.0, 2007, Pág. 144

- **Puntualidad**
Para la entrega de servicios es necesario crear una cultura de puntualidad que permitirá la optimización de recursos y la satisfacción del cliente.

- **Lealtad**
El compromiso que debe existir entre la empresa y los empleados es indispensable para lograr marcar la diferencia de las otras empresas y crear nuevas ventajas competitivas en el mercado.

- **Responsabilidad Social**
La organización esta presta colaborar con la sociedad para su desarrollo, también está comprometida con la conservación del medio ambiente.

3.2.5. Estrategia Empresarial

“La estrategia es escoger un conjunto único de recursos y actividades para entregar al mercado, una mezcla única de valor. Una estrategia exitosa es aquella que atrae clientes de posiciones establecidas o a nuevos clientes al mercado”.²³

3.2.5.1. Estrategia de Competitividad

Esta estrategia permite a la empresa ser más competitivas dentro del mercado en el que se desarrollan, además le permiten a la empresa captar más clientes.

- Se ofrecerá un servicio personalizado y diferenciado para satisfacer las necesidades de los clientes.

²³ PORTER Michael, Futuro con Calidad, Pág. 11.

- La empresa atenderá a un sector de la ciudad que no cuenta con el servicio de organización de fiestas infantiles.

3.2.5.2. Estrategia de Crecimiento

La estrategia de crecimiento más adecuada para la empresa Magic Planet es la de Crecimiento Intensivo y dentro de esta, la sub clasificación de Desarrollo del Mercado.

- Se ofrecerá un servicio nuevo para el segmento de mercado en el que se pretende incursionar.
- Mediante seguimiento post venta del servicio se conocerá los cambios en las preferencias de consumo de los clientes.
- Optimizar los recursos materiales, económicos y humanos de la organización mediante el uso de tecnología.
- Se diseñará una campaña de marketing y publicidad apropiada para el segmento de mercado al cual se enfocarán los servicios, de esta manera se busca captar la mayor clientela posible.

3.2.5.3. Estrategia de Competencia

- La empresa contara con una estrategia de diferenciación del servicio, ofreciendo servicios novedosos y completos para la celebración de las fiestas infantiles.
-

- Se implementara una estrategia para la optimización de los recursos esto contribuirá a la disminución de costos y permitirá la fijación de precios competitivos en el mercado.

3.2.5.4. Estrategia Operativa

- Contar con personal capacitado para trabajar con niños y niñas cuya edad oscile entre uno y nueve años.
 - Capacitar constantemente al personal en su área específica de trabajo y en la atención a los clientes.
 - Motivar al personal para obtener mejores resultados en la entrega del servicio.
 - Diseñar y aplicar un proceso de control de calidad de los servicios.
-

3.3. Estrategias de Mercadotecnia

Gráfico 22: MEZCLA DE MARKETING



Fuente: Investigación directa de campo/2010
Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

3.3.1. Estrategia de Precio

“Precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, un precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio.”²⁴

Los precios que la empresa establecerá para sus servicios estarán dados por los siguientes factores:

- Generar un precio competitivo en el mercado.

²⁴ STATON, William, Fundamentos de Marketing, Decima Edición, México, Pág. 85

- Lograr una participación en el mercado.
- Fijar precios adecuados para cada paquete de servicios.
- Obtener un rendimiento sobre la inversión.
- Maximizar las utilidades.

3.3.2. Estrategia de Promoción

“Se necesitan estrategias para combinar los métodos individuales, como publicidad, venta personal, y promoción de ventas, en una campaña bien coordinada.”²⁵

- La principal estrategia que utilizará la empresa es la publicidad agresiva con la finalidad de dar a conocer a los clientes el servicio que se ofrecerá.
- La publicidad para dar a conocer el servicio en la ciudad de Quito, la misma que se realizara en la Administración Zonal Eloy Alfaro y tendrá como base a medios de comunicación como: hojas volantes, rótulos, mensajes publicitarios y tarjetas de presentación de cada uno de los miembros de la empresa.

(Ver **ANEXO 5**)

²⁵ STATON, William, Fundamentos de Marketing, Decima Edición, México, Pág. 85

3.3.3. Estrategia de Servicio

“Estrategia para administrar los productos actuales a lo largo del tiempo, incorporar otros nuevos y abandonar los que fracasan. También se toman decisiones estratégicas sobre el uso de marcas, el empaque y otras características del producto como las garantías”²⁶



El servicio que se comercializará es el de organización de fiestas infantiles en la Administración Zonal Eloy Alfaro, Distrito Metropolitano de Quito.



➤ Características del Servicio

- Consumo no duradero
- Intangible
- Servicio Personalizado
- Asesoría para la elaboración de paquetes de servicio

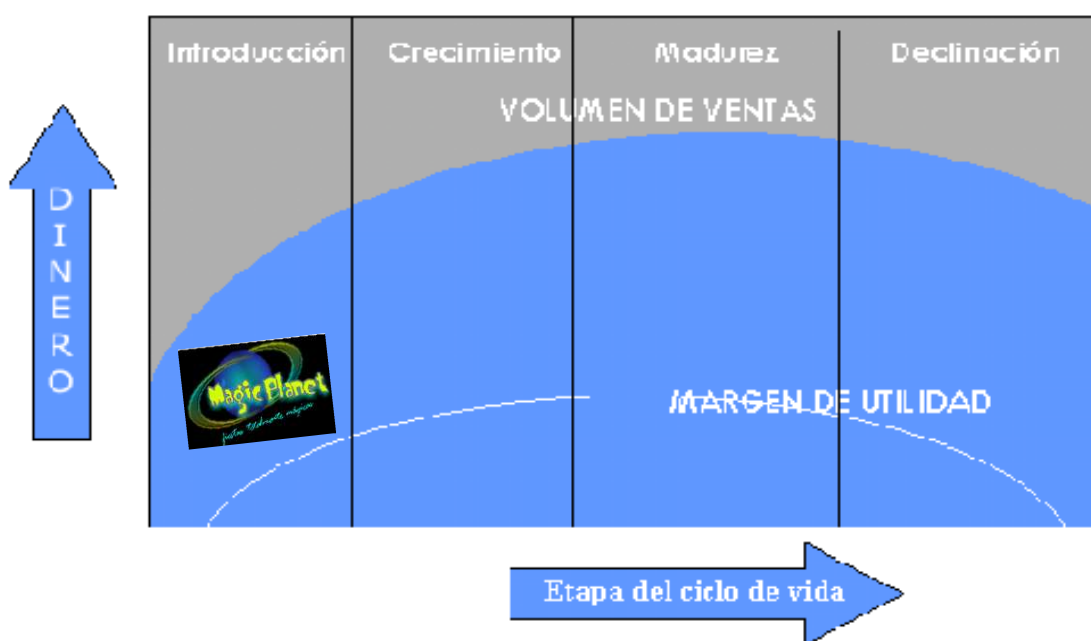
²⁶ STATON, William, Fundamentos de Marketing, Decima Edición, México, Pág. 85

➤ Ciclo de Vida del Servicio

Los productos y servicios tienen ciclos de vida que pueden dividirse en cuatro etapas: introducción, crecimiento, madurez y declinación. El ciclo puede ilustrarse con las curvas del volumen de ventas y utilidades. Las formas de dichas curvas varían de un producto o servicio a otro.

Magic Planet es una empresa que se encuentra en la etapa de INTRODUCCIÓN ya que ofrece un servicio nuevo para un segmento de mercado poco atendido.

Gráfico 23: CICLO DE VIDA DEL SERVICIO



Fuente: www.gestiopolis.com/marketing/mujeres/admini1111.gif

Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

3.4. La Organización

“Organización es la estructuración técnica de las relaciones que deben existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos de un organismo social, con el fin de lograr su máxima eficiencia dentro de los planes y objetivos señalados”²⁸

3.4.1. Estructura Orgánica

La estructura orgánica de la empresa Magic Planet estará dada por la jerarquización y división de funciones de las áreas y del personal.

La estructura orgánica estará conformada por:

- Gerencia
- Departamento de Contabilidad
- Departamento Operativo
- Departamento de Mercadeo

3.4.2. Responsabilidades

- Gerencia

La gerencia tendrá las siguientes responsabilidades:

- Representar legalmente a la empresa para la organización de fiestas infantiles Magic Planet.
- Diseñar programas de capacitación para el personal que labora la empresa.

²⁸ REYES, Agustín, Administración de Empresas Teoría y Practica, Segunda Parte, México 2001, Pág. 212

- Planificar, organizar dirigir y coordinar las actividades técnicas administrativas y financieras de la empresa.
- Búsqueda de financiamiento.
- Plantear y cambiar servicios y paquetes de servicios para las fiestas infantiles.
- Reclutamiento, contratación y Administración del recurso humano de la organización.
- Diseñar una campaña publicitaria para dar a conocer el servicio que se ofrecerá.

➤ Departamento de Contabilidad

El departamento de contabilidad tendrá las siguientes responsabilidades:

- Llevar correctamente los registros contables.
- Declaración y pagos de impuestos.
- Preparación de informes financieros y estadísticos al cierre del ejercicio contable.
- Dotar de información necesaria para la toma de decisiones dentro de la organización.

➤ Departamento Operativo

El departamento operativo tendrá las siguientes responsabilidades:

- Planificación, organización, ejecución y control de las fiestas infantiles.
 - Decoración y animación de las fiestas infantiles.
 - Actos de magia, caritas pintadas y actividades para los niños y niñas.
 - Supervisión de los niños y niñas que asistan a los eventos.
-

➤ Departamento de Mercadeo

El departamento de Mercadeo tendrá las siguientes responsabilidades:

- Realizar las campañas publicitarias para promocionar el servicio.
- Elaborar las promociones y descuentos para el servicio.
- Encargado de manejar el servicio post venta.
- Diseñar la imagen más adecuada para la empresa de organización de fiestas infantiles.

3.4.3. Perfiles Profesionales

➤ Gerente

- Ingeniero Comercial
- Entre 25 y 35 años de edad
- Conocimientos del idioma ingles
- Experiencia mínima de 2 años en cargos similares
- Manejo de Microsoft Windows

➤ Contador

- Contador Público Autorizado CPA
- Edad entre 25 y 38 años
- Manejo de paquetes contables
- Conocimientos del idioma ingles
- Conocimientos actualizados para declaraciones al SRI y Seguro Social

➤ Coordinador de Eventos

- Parvulario-Administrador
 - Edad entre 25 y 35 años
-

- Experiencia mínima 1 año en cargos similares
- Conocimientos en cloud
- Conocimientos de pedagogía

➤ Artistas

- Estudios en arte
- Edad entre 22 y 30 años
- Carismático
- Experiencia mínima 1 año en cargos similares
- Experiencia en trabajo con niños y niñas
- Conocimientos de cloud, títeres y pintucaritas

➤ Publicista

- Título universitario en marketing, mercadeo o afines.
 - Edad entre 20 y 35 años
 - Experiencia mínima de 1 años
 - Manejo de office y programas de publicidad.
-

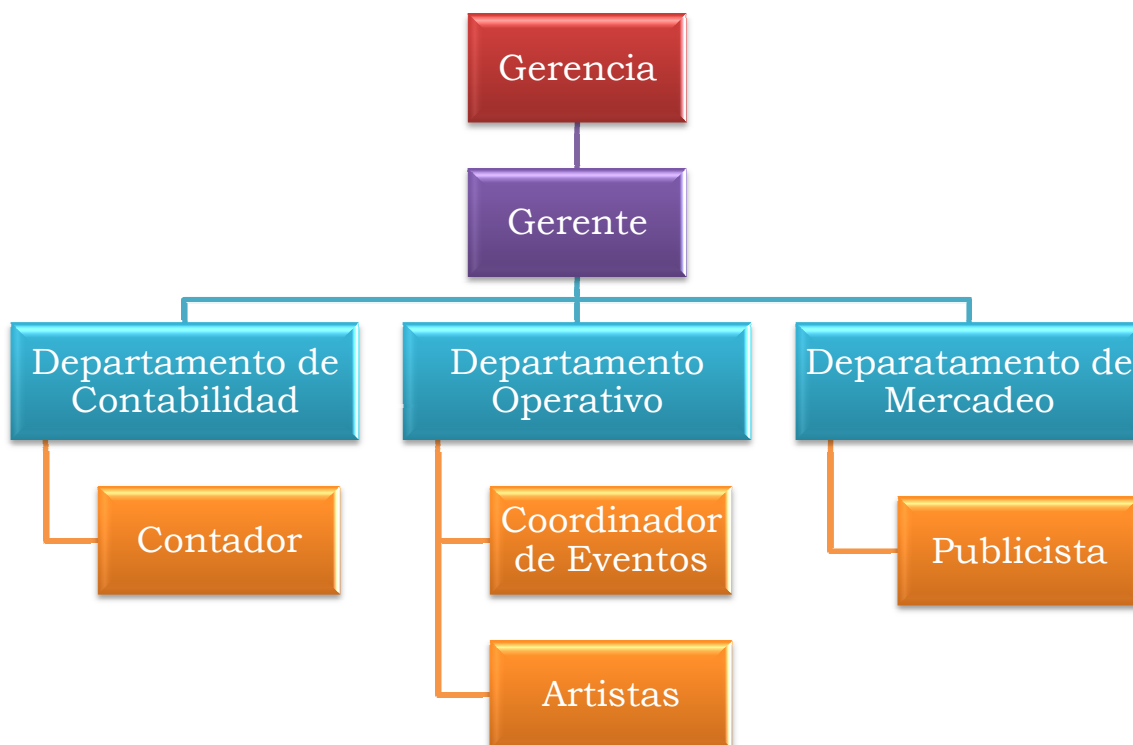
3.5. Organigrama Estructural y Análisis

Gráfico 24: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



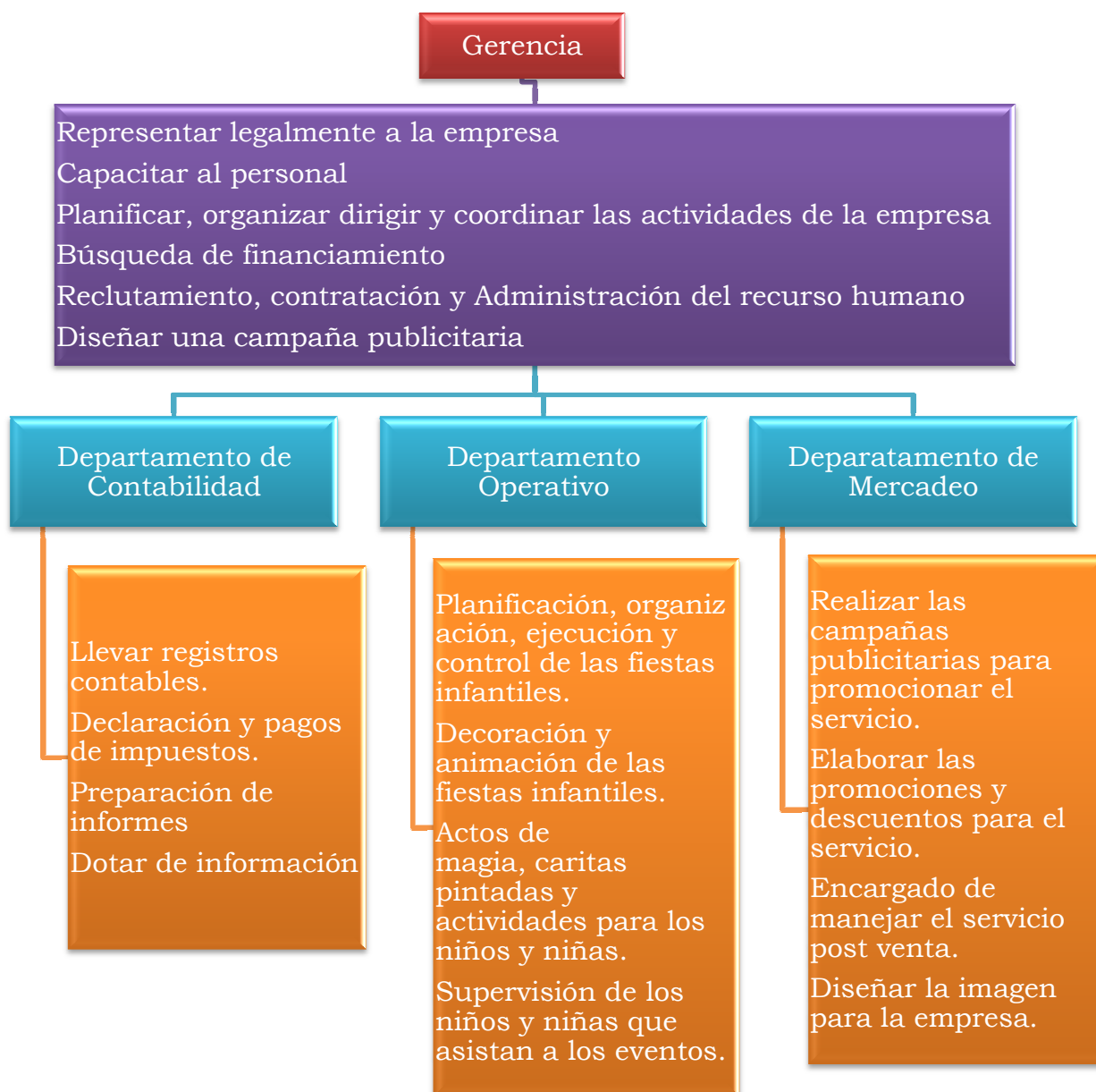
Fuente: Investigación directa de campo/2010
 Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

Gráfico 25: ORGANIGRAMA POSICIONAL



Fuente: Investigación directa de campo/2010
 Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

Gráfico 26: ORGANIGRAMA FUNCIONAL



Fuente: Investigación directa de campo/2010
 Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

CAPÍTULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

4. Estudio Financiero

“El objetivo de esta etapa es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad”²⁹

4.1. Presupuestos

“Un presupuesto es un plan integrador y coordinador que expresa en términos financieros con respecto a las operaciones y recursos que forman parte de una empresa para un periodo determinado, con el fin de lograr los objetivos fijados por la alta gerencia.”³⁰

4.1.1. Presupuesto de Inversión

Consiste en el análisis y elección de las inversiones adecuadas que realizará la empresa Magic Planet, además dicho presupuesto permite una correcta planificación del dinero en bienes tangibles, intangibles y capital de trabajo.

²⁹ SAPAG Nassir, Preparación y Evaluación de Proyectos, Cuarta Edición, Pág. 26

³⁰ www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/41/presupuesto.htm

Tabla 32: PRESUPUESTO DE INVERSIÓN	
Dólares	
ACTIVOS FIJOS	27.014,0
Maquinaria y Equipo	1.830,0
Equipos de Computación	2.850,0
Vehículo	15.000,0
Repuestos y accesorios	984,0
Construcciones e Instalaciones	2.450,0
Muebles, enseres y otras Inversiones	3.900,0
ACTIVOS DIFERIDOS	2.500,0
Costo del estudio	2.000,0
Gastos de constitución	300,0
Gastos de capacitación	200,0
TOTAL ACTIVOS	29.514,0
CAPITAL DE TRABAJO	480,0
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	<u>29.994,0</u>

Fuente: Investigación directa de campo/2010
Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

4.1.1.1. Activos Fijos

Son aquellos bienes tangibles que intervienen de forma directa o indirecta sobre el funcionamiento de la empresa y en la producción del servicio, los activos fijos se compran una sola vez terminada su vida económicamente útil.

Tabla 33: ACTIVOS FIJOS	
Dólares	
Maquinaria y Equipo	1.830,0
Equipos de Computación	2.850,0
Vehículo	15.000,0
Repuestos y accesorios	984,0
Construcciones e Instalaciones	2.450,0
Muebles, enseres y otras Inversiones	3.900,0
TOTAL ACTIVOS FIJOS	27.014,0

Fuente: Investigación directa de campo/2010
Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

4.1.1.2. Activos Intangibles

Los activos intangibles son aquellos que no son palpables pero contribuyen eficazmente para iniciar con éxito el funcionamiento de la empresa y la prestación de los servicios.

Tabla 34: ACTIVOS DIFERIDOS		
Dólares		
Costo del estudio	2.000,0	
Gastos de constitución	300,0	
Gastos de capacitación	200,0	
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS		2.500,0

Fuente: Investigación directa de campo/2010
Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

4.1.1.3. Capital de Trabajo

El capital de trabajo es la cantidad de dinero necesaria para cumplir el ciclo productivo de la empresa, y se recupera al final del proyecto.

El ciclo productivo inicia con la adquisición de las materias primas y finaliza con la venta de los productos o servicios y con la recuperación monetaria para así iniciar un nuevo ciclo productivo.

El ciclo de caja de la empresa Magic Planet es de 5 días que comienza con la producción del servicio hasta la venta y recuperación del dinero invertido, para el ciclo productivo la empresa requiere 480,00 dólares.

El capital de trabajo para la empresa Magic Planet circula y se recupera cada cinco días y corresponde a un monto pequeño debido a que las fiestas infantiles se realizan en días determinados en los que son contratados.

CAPITAL DE TRABAJO \$ 480,0

Fuente: Investigación directa de campo/2010

Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

4.1.2. Cronograma de Inversiones y Reinversiones

Con la elaboración del cronograma de inversiones y reinversiones se conocen los años en los que deberán ser reemplazados los activos fijos que pertenecen a la empresa, de esta manera se planifican las inversiones futuras y se prevé la cantidad de dinero que se necesitará para renovarlos.

La empresa Magic Planet presenta la necesidad de inversión a partir del tercer año debido a que los equipos de computación necesitan ser renovados.

A lo largo de los diez años proyectados se deben hacer reinversiones, siendo el séptimo año el que requiere de mayor cantidad de dinero para renovar el vehículo perteneciente a la empresa por un valor de 15.000 dólares como se muestra en la tabla a continuación expuesta.

Tabla 35: Cronograma de Inversiones y Reinversiones

Dólares											
	VALOR TOTAL	cero	Uno Dos	tres	cuatro	cinco	seis	siete	ocho	nueve	diez
MAQUINARIA Y EQUIPO PARA:											
Computador e impresora	850,0	850,0		850,0			850,0			850,0	
Vehículo	15.000,0	15.000,0						15.000,0			
Equipo de Audio con micrófono	800,0	800,0				800,0					800,0
Infladora	130,0	130,0					130,0				
Maquina de Granizado	200,0	200,0					200,0				
Maquina de Canguil	200,0	200,0					200,0				
Filmadora	500,0	500,0				500,0					500,0
Computadora	800,0	800,0		800,0			800,0			800,0	
Computadora portátil	1.200,0	1.200,0		1.200,0			1.200,0			1.200,0	
Repuestos y accesorios	984,0	984,0				984,0					984,0
	<u>20.664,0</u>	<u>20.664,0</u>		<u>2.850,0</u>		<u>2.284,0</u>	<u>3.380,0</u>	<u>15.000,0</u>		<u>2.850,0</u>	<u>2.284,0</u>
CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES PARA:											
Adecuación del local	1.200,0	1.200,0				1.200,0					1.200,0
Seguridades	850,0	850,0						850,0			
Adecuación oficina	400,0	400,0			400,0				400,0		
	<u>2.450,0</u>	<u>2.450,0</u>			<u>400,0</u>	<u>1.200,0</u>			<u>1.250,0</u>		<u>1.200,0</u>
MUEBLES, ENSERES Y OTRAS INVERSIONES PARA:											
Escritorios, sillas estantes	2.000,0	2.000,0					2.000,0				
Implementos varios lote	300,0	300,0					300,0				
Plataforma portátil 3x2m	600,0	600,0					600,0				
Saltarín	1.000,0	1.000,0				1.000,0					1.000,0
	<u>3.900,0</u>	<u>3.900,0</u>				<u>1000,0</u>	<u>2900,0</u>				<u>1000,0</u>
DIFERIDAS Y OTRAS AMORTIZABLES											

Costo del estudio	2.000,0	2.000,0									
Gastos de constitución	300,0	300,0									
Gastos de capacitación	200,0	200,0									
	2.500,0	29.514,0		2.850,0	400,0	4.484,0	6.280,0	15.000,0	1.250,0	2.850,0	4.484,0
CAPITAL DE TRABAJO INICIAL	480,0	480,0									
INVERSIÓN TOTAL INICIAL	<u>29.994,0</u>	<u>29.994,0</u>		<u>2.850,0</u>	<u>400,0</u>	<u>4.484,0</u>	<u>6.280,0</u>	<u>15.000,0</u>	<u>1.250,0</u>	<u>2.850,0</u>	<u>4.484,0</u>

Fuente: Investigación directa de campo/2010

Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

4.1.3. Presupuesto de Operación

A través del presupuesto de operación se estiman los ingresos provenientes de la operación de la empresa y los egresos en los que tendrá que incurrir la empresa para la ejecución del servicio a través de los años.

4.1.3.1. Presupuesto de Ingresos

El presupuesto de ingresos permite estimar los ingresos que tendrá la empresa en un periodo determinado.

Los ingresos para la empresa Magic Planet estarán conformados por las entradas de dinero provenientes de las ventas del servicio de organización de ventas y de la venta de activos cuya vida útil terminó.

Tabla 36: INGRESOS ESPERADOS										
Dólares										
CONCEPTO/AÑO	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
INGRESOS:										
Evento 1	10.567,1	11.095,4	11.650,2	12.232,7	12.844,3	12.844,3	12.844,3	12.844,3	12.844,3	12.844,3
Evento 2	31.227,0	32.788,4	34.427,8	36.149,2	37.956,7	37.956,7	37.956,7	37.956,7	37.956,7	37.956,7
Evento 3	21.856,7	22.949,5	24.097,0	25.301,8	26.566,9	26.566,9	26.566,9	26.566,9	26.566,9	26.566,9
Evento 4	6.999,6	7.349,5	7.717,0	8.102,9	8.508,0	8.508,0	8.508,0	8.508,0	8.508,0	8.508,0
OTROS INGRESOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Venta de desechos/obsoletos	-	-	142,5	20,0	175,0	307,5	750,0	62,5	142,5	175,0
TOTAL INGRESOS PROYECTADOS	70.650,3	74.182,8	78.034,5	81.806,6	86.050,9	86.183,4	86.625,9	85.938,4	86.018,4	86.050,9

Fuente: Investigación directa de campo/2010

Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

2.5 Capital de trabajo	480										
Suma inv. y reinversiones =	29.994			2.850	400	4.484	6.280	15.000	1.250	2.850	4.484
CONSOLIDADOS CON DEPREC/AMORTIZACIONES											
Producción/servicios	24.114	43.376	47.645	49.576	53.100	58.776	58.072	69.292	55.142	55.142	58.776
Administrativos	1.250	12.534	12.534	13.334	12.734	12.534	13.084	12.034	12.234	12.834	12.034
Ventas	1.650	5.593	5.593	6.793	5.793	5.593	7.043	5.593	5.793	6.793	5.593
Diferidos	2.500										
Capital de trabajo	480										
TOTAL	29.994	61.503	65.772	69.703	71.627	76.903	78.199	86.919	73.169	74.769	76.403
CONSOLIDADO SIN DEPREC/AMORTZ.	CERO	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
Producción/servicios	24.114	39.459	43.728	45.658	49.183	54.858	54.154	65.374	51.224	51.224	54.858
Administrativos	1.250	11.676	11.676	12.476	11.876	11.676	12.726	11.676	11.876	12.476	11.676
Ventas	1.650	5.102	5.102	6.302	5.302	5.102	6.552	5.102	5.302	6.302	5.102
Diferidos	2.500										
Capital de trabajo	480										
TOTAL	29.994	56.236	60.505	64.435	66.360	71.635	73.431	82.151	68.401	70.001	71.635
DEPRECIACIONES AMORTIZACIONES											
Producción/servicios		3.918	3.918	3.918	3.918	3.918	3.918	3.918	3.918	3.918	3.918
Administrativos		858	858	858	858	858	358	358	358	358	358
Suma :		4.776	4.776	4.776	4.776	4.776	4.276	4.276	4.276	4.276	4.276
Ventas		492	492	492	492	492	492	492	492	492	492
Total depreciaciones y amortizaciones		5.268	5.268	5.268	5.268	5.268	4.768	4.768	4.768	4.768	4.768
SERVICIO DE LA DEUDA											
Capital =		3.114	3.581	4.118	4.736	5.446					
Intereses =		3.149	2.682	2.145	1.527	817					
Cuota Anual =		6.263	6.263	6.263	6.263	6.263					

Fuente: Investigación directa de campo/2010
Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

4.1.3.3. Estado de Origen y Aplicación de Recursos

El estado de origen y aplicación de recursos permite identificar la procedencia de los recursos que dispondrá la empresa ya sea que estos provengan de fondos propios o aportes externos.

Tabla 38: ORIGEN Y APLICACIÓN DE FONDOS

Fuentes y usos de fondos	Dólares		
	VALOR TOTAL	Financiamiento	
		Recursos Propios 30%	Aportes externos 70%
MAQUINARIA Y EQUIPO PARA:			
PRODUCCIÓN :			
Computador e impresora	850,00	255,00	595,00
Vehículo	15.000,00	4.500,00	10.500,00
Equipo de Audio con micrófono	800,00	240,00	560,00
Infladora	130,00	39,00	91,00
Maquina de Granizado	200,00	60,00	140,00
Maquina de Canguil	200,00	60,00	140,00
Filmadora	500,00	150,00	350,00
ADMINISTRACIÓN:			
Computadora	800,00	240,00	560,00
VENTAS:			
Computadora portátil	1.200,00	360,00	840,00
Repuestos y accesorios	984,00	295,20	688,80
Suma	20.664,00	6.199,20	14.464,80
CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES PARA:			
PRODUCCIÓN:			
Adecuación del local	1.200,00	360,00	840,00
Seguridades	850,00	255,00	595,00
ADMINISTRACIÓN:			
Adecuación oficina	200,00	60,00	140,00
VENTAS:			
Adecuación oficina	200,00	60,00	140,00
Suma	2.450,00	735,00	1.715,00
MUEBLES, ENSERES Y OTRAS INVERSIONES PARA:			
PRODUCCIÓN:			
Escrit, sillas estantes	1.500,00	450,00	1.050,00
Implementos varios	300,00	90,00	210,00
Plataforma portátil 3x2m	600,00	180,00	420,00
Saltarín	1.000,00	300,00	700,00
ADMINISTRACIÓN:			

Escritorio y sillas	250,00	75,00	175,00
VENTAS:			
Escritorio y sillas	250,00	75,00	175,00
Suma	3.900,00	1.170,00	2.730,00
DIFERIDAS Y OTRAS AMORTIZABLES			
Costo del estudio	2.000,00	600,00	1.400,00
Gastos de constitución	300,00	90,00	210,00
Gastos de capacitación	200,00	60,00	140,00
Suma:	2.500,00	750,00	1.750,00
Inversión Total Inicial	29.994,03	8.998,21	20.995,82
Capital de trabajo	480,03	144,01	336,02
Total de la inversión inicial	29.994,03	8.998,21	20.995,82

Fuente: Investigación directa de campo/2010

Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

4.1.3.4. Estructura de Financiamiento

La estructura financiera de Magic Planet estará conformada por el 30% de capital propio correspondiente a 8.998,21 dólares americanos y se obtendrá mediante crédito el 70% restante, es decir 20.995,82 dólares.

Para acceder al financiamiento correspondiente a 20.995,82 dólares se recurrirá al Banco Pichincha mediante el crédito para pequeñas y medianas empresas ya que en este crédito no existen montos máximos de dinero. (Ver ANEXO 6)

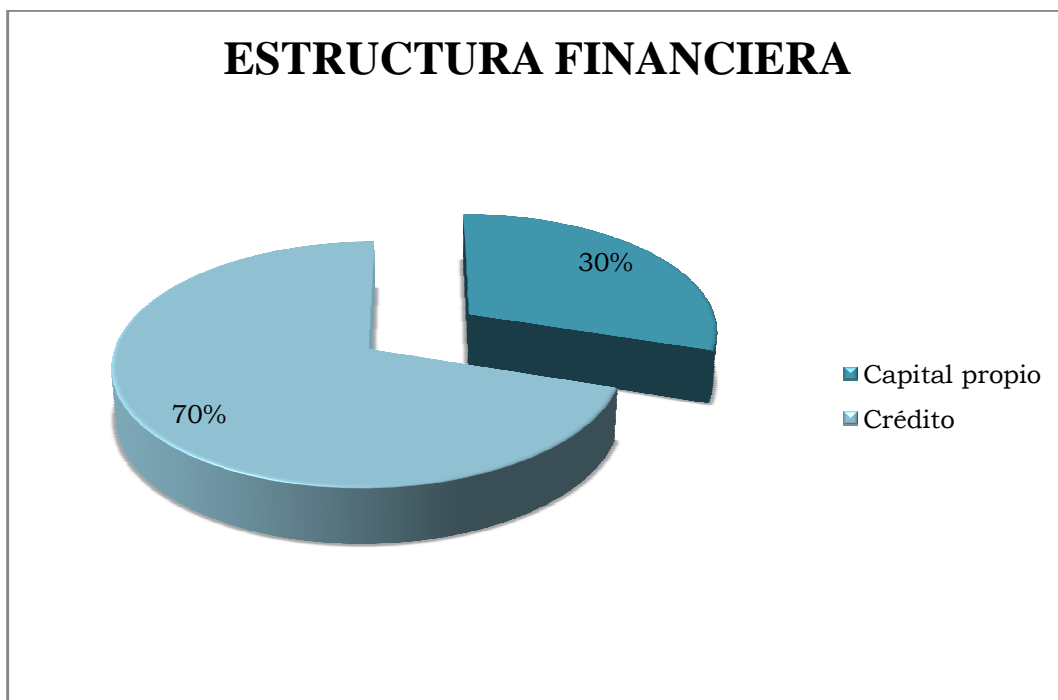
Tabla 39: ESTRUCTURA FINANCIERA

Capital propio	\$ 8.998,21	30,0%
Crédito	\$ 20.995,82	70,0%
Suma:	\$ 29.994,03	100,0%

Fuente: Investigación directa de campo/2010

Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

Gráfico 27: ESTRUCTURA FINANCIERA

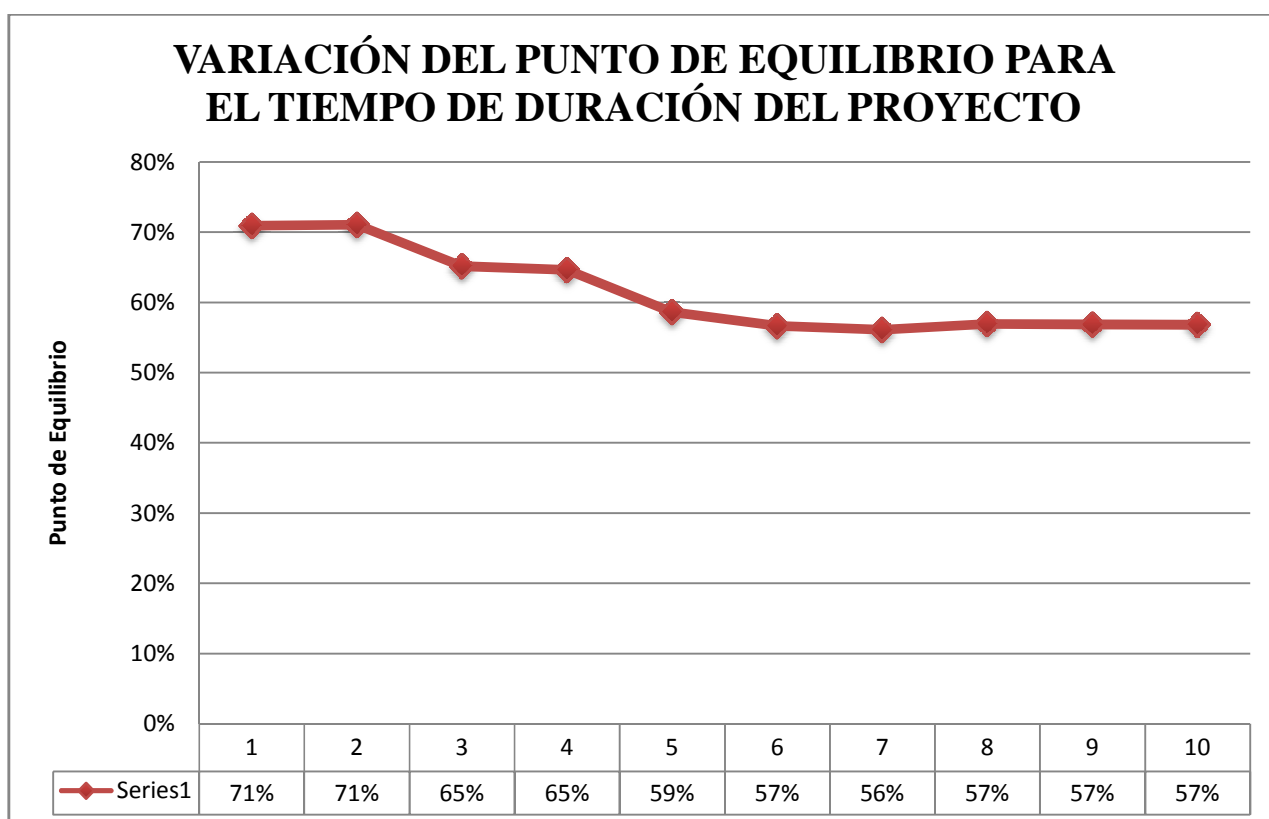


Fuente: Investigación directa de campo/2010
Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

4.1.4. Puntos de Equilibrio

“Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto ($IT = CT$). Un punto de equilibrio es usado comúnmente en las empresas u organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender determinado producto.”³¹

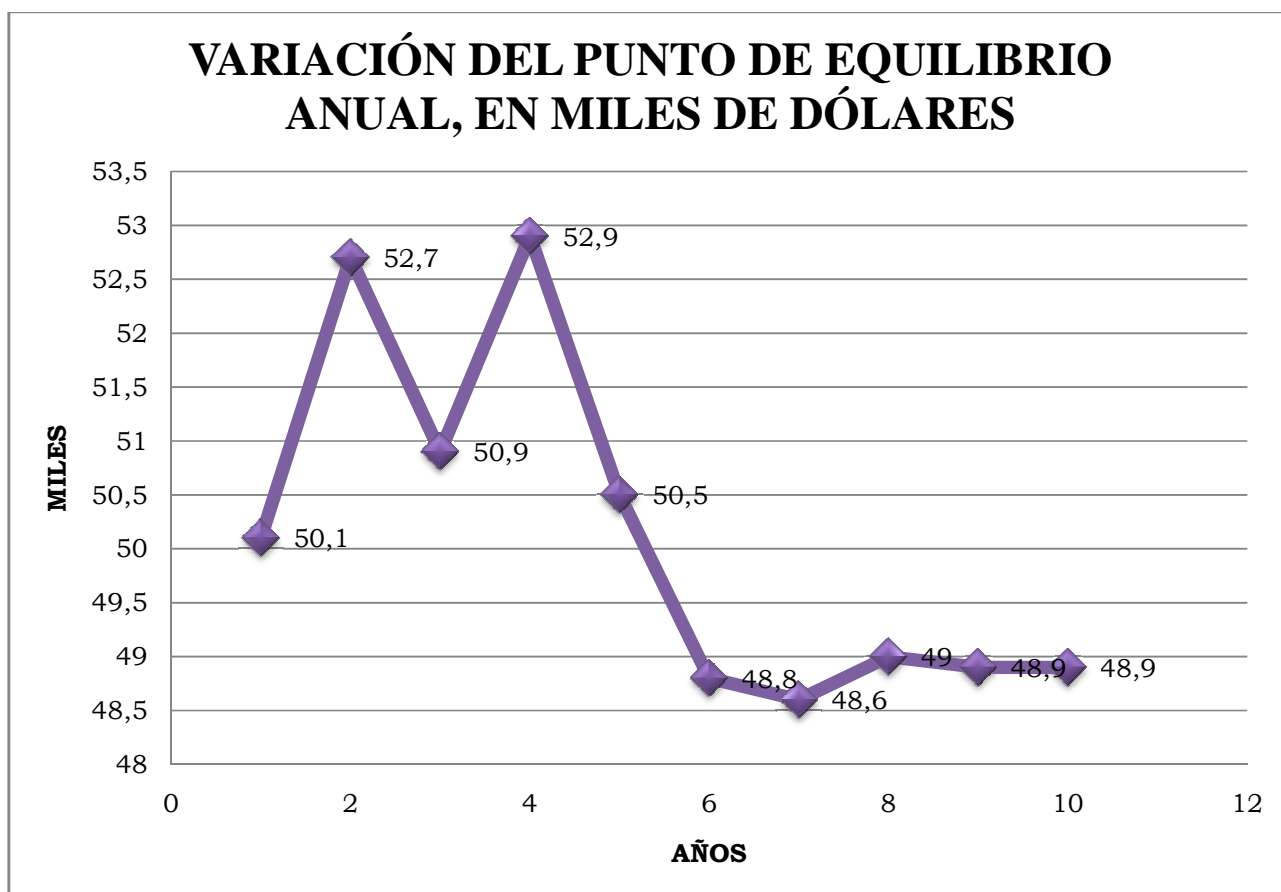
Gráfico 28: VARIACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL TIEMPO DE DURACIÓN DEL PROYECTO



Fuente: Investigación directa de campo/2010
Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

³¹ http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_del_punto_de_equilibrio

Gráfico 29: VARIACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO ANUAL, EN MILES DE DÓLARES



Fuente: Investigación directa de campo/2010
Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

Tabla 40: CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Dólares											
Concepto/años	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ	
COSTOS FIJOS	28.625,37	28.158,27	27.621,11	27.003,37	26.292,96	25.476,00	25.476,00	25.476,00	25.476,00	25.476,00	
COSTOS VARIABLES	30.302,40	34.571,52	35.652,10	40.026,70	41.218,04	41.218,04	41.218,04	41.218,04	41.218,04	41.218,04	
VENTAS TOTALES	70.650,32	74.182,83	78.034,47	81.806,57	86.050,90	86.183,40	86.625,90	85.938,40	86.018,40	86.050,90	
Punto de equilibrio											
Unidades monetarias totales: Dólares	50.123,82	52.733,94	50.856,01	52.873,61	50.465,95	48.828,88	48.601,30	48.956,82	48.914,89	48.897,90	
Venta Nacional	50.123,82	52.733,94	50.856,01	52.873,61	50.465,95	48.828,88	48.601,30	48.956,82	48.914,89	48.897,90	
Venta Internacional											
% al punto de equilibrio financiero (PE):	71%	71%	65%	65%	59%	57%	56%	57%	57%	57%	
Promedio PE financiero	61%										
Evaluación :	ACEPTABLE										
PRODUCCIÓN PARA LLEGAR AL PUNTO DE EQUILIBRIO	Unidades físicas producidas para alcanzar el punto de equilibrio										
Producto Venta /Unidad	AÑO	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
Evento 1	Nacional	62,5	65,7	63,4	65,9	62,9	60,9	60,6	61,0	61,0	60,9
	Internacional										
Evento 2	Nacional	123,1	129,5	124,9	129,8	123,9	119,9	119,3	120,2	120,1	120,1
	Internacional										
Evento 3	Nacional	64,6	68,0	65,6	68,2	65,1	62,9	62,6	63,1	63,1	63,0
	Internacional										
Evento 4	Nacional	16,6	17,4	16,8	17,5	16,7	16,1	16,1	16,2	16,2	16,1
	Internacional										

Fuente: Investigación directa de campo/2010

Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

4.2. Estados Financieros Proyectados

“Los estados pro-forma proyectados son estados financieros esperados en el futuro, basados en las condiciones que se espera encontrar y las acciones que se planea emprender.”³²

4.2.1. Del Proyecto

4.2.1.1. Estado de Resultados

El Estado de Resultados del Proyecto refleja los ingresos y gastos además permite conocer la utilidad o pérdida del ejercicio. Se caracteriza por que se toma en cuenta únicamente el capital propio.

³² VAN James, Fundamentos de Administración Financiera, Prentice Hall, 11 Edición, Pág. 188

Tabla 41: ESTADO DE RESULTADOS DEL PROYECTO (Sin Crédito)

Dólares

CONCEPTO/AÑO:	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
(+) Ingreso Ventas Netas	70.650,3	74.182,8	78.034,5	81.806,6	86.050,9	86.183,4	86.625,9	85.938,4	86.018,4	98.699,6
(-) Costos de Fabricación (ventas)	43.376,1	47.645,2	49.575,8	53.100,4	58.775,7	58.071,7	69.291,7	55.141,7	55.141,7	58.775,7
(=) UTILIDAD BRUTA VENTAS	27.274,2	26.537,6	28.458,7	28.706,2	27.275,2	28.111,7	17.334,2	30.796,7	30.876,7	39.923,9
(-) Gastos Administrativos	12.533,8	12.533,8	13.333,8	12.733,8	12.533,8	13.083,8	12.033,8	12.233,8	12.833,8	12.033,8
(-) Gastos de Ventas	5.593,2	5.593,2	6.793,2	5.793,2	5.593,2	7.043,2	5.593,2	5.793,2	6.793,2	5.593,2
(=) UTILIDAD (pérdida) OPERACIONAL	9.147,2	8.410,6	8.331,7	10.179,2	9.148,2	7.984,7	0,0	12.769,7	11.249,7	22.296,9
(-) Gastos Financieros										
(-) Otros Egresos	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
(+) Otros Ingresos										
(=) Utilidad/perdida, antes de participación	9.147,2	8.410,6	8.331,7	10.179,2	9.148,2	7.984,7	0,0	12.769,7	11.249,7	22.296,9
(-) 15% Participación trabajadores	1.372,1	1.261,6	1.249,8	1.526,9	1.372,2	1.197,7	0,0	1.915,5	1.687,5	3.344,5
(=) Utilidad Antes Impuesto a la Renta	7.775,2	7.149,0	7.081,9	8.652,3	7.776,0	6.787,0	0,0	10.854,2	9.562,2	18.952,4
(-) Impuesto la Renta 25%	1.943,8	1.787,3	1.770,5	2.163,1	1.944,0	1.696,7	0,0	2.713,6	2.390,6	4.738,1
(=) UTILIDAD NETA	5.831,4	5.361,8	5.311,5	6.489,2	5.832,0	5.090,2	0,0	8.140,7	7.171,7	14.214,3
Reserva Legal (10% Utilidad)	583,1	536,2	531,1	648,9	583,2	509,0	0,0	814,1	717,2	1.421,4

Fuente: Investigación directa de campo/2010

Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

4.2.1.2. Flujo Neto de Fondos

Tabla 42: FLUJO DE FONDOS DEL PROYECTO (Sin Crédito)

Dólares

CONCEPTO/AÑOS	CERO	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
(+) Ingresos de la Operación		70.650,32	74.182,83	78.034,47	81.806,57	86.050,90	86.183,40	86.625,90	85.938,40	86.018,40	98.219,59
(-) Costo de Operación		56.235,50	60.504,62	64.435,20	66.359,80	71.635,14	73.431,14	82.151,14	68.401,14	70.001,14	71.635,14
(-) Depreciación		4.767,57	4.767,57	4.767,57	4.767,57	4.767,57	4.767,57	4.767,57	4.767,57	4.767,57	4.767,57
(-) Amortización		500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	-	-	-	-	-
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN E IMPUESTOS	-	9.147,24	8.410,64	8.331,70	10.179,20	9.148,19	7.984,69	-292,81	12.769,69	11.249,69	21.816,88
(-) Participación Trabajadores 15% de la utilidad	-	1.372,09	1.261,60	1.249,76	1.526,88	1.372,23	1.197,70	-	1.915,45	1.687,45	3.272,53
(=) UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	7.775,16	7.149,04	7.081,95	8.652,32	7.775,96	6.786,99	-292,81	10.854,24	9.562,24	18.544,35
(-) Impuesto a la renta 25%	-	1.943,79	1.787,26	1.770,49	2.163,08	1.943,99	1.696,75	-	2.713,56	2.390,56	4.636,09
(=) UTILIDAD/PERDIDA NETA	-	5.831,37	5.361,78	5.311,46	6.489,24	5.831,97	5.090,24	-292,81	8.140,68	7.171,68	13.908,26
(+) Depreciación		4.767,57	4.767,57	4.767,57	4.767,57	4.767,57	4.767,57	4.767,57	4.767,57	4.767,57	4.767,57
(+) Amortización											
(+) Amortización Activos Diferidos		500,00	500,00	500,00	500,00	500,00					
(-) Valor de la Inversión y Reinversión	29.514,00	-	-	2.850,00	400,00	4.484,00	6.280,00	15.000,00	1.250,00	2.850,00	4.484,00
(-) Capital de Trabajo	480,03	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(+) Recuperación del Capital de Trabajo											480,03
FLUJO DE FONDOS NETOS DEL PROYECTO	-29.994,03	11.098,94	10.629,36	7.729,04	11.356,81	6.615,55	3.577,81	-10.525,23	11.658,25	9.089,25	14.671,87

Fuente: Investigación directa de campo/2010

Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

4.2.2. Del Inversionista

4.2.2.1. Estado de Resultados

El Estado de Resultados del Inversionista refleja los ingresos y gastos, además permite conocer la utilidad o pérdida del ejercicio. El Estado de Resultados del Inversionista se caracteriza por que se toma en cuenta el financiamiento, es decir, el crédito y el capital propio.

Tabla 43: ESTADO DE RESULTADOS DEL INVERSIONISTA (Con crédito)

Dólares										
CONCEPTO/AÑO:	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
(+) Ingreso por ventas netas	70.650,3	74.182,8	78.034,5	81.806,6	86.050,9	86.183,4	86.625,9	85.938,4	86.018,4	98.699,6
(-) Costos de fabricación (ventas)	43.376,1	47.645,2	49.575,8	53.100,4	58.775,7	58.071,7	69.291,7	55.141,7	55.141,7	58.775,7
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	27.274,2	26.537,6	28.458,7	28.706,2	27.275,2	28.111,7	17.334,2	30.796,7	30.876,7	39.923,9
(-) Gastos administrativos	12.533,8	12.533,8	13.333,8	12.733,8	12.533,8	13.083,8	12.033,8	12.233,8	12.833,8	12.033,8
(-) Gastos de ventas	5.593,2	5.593,2	6.793,2	5.793,2	5.593,2	7.043,2	5.593,2	5.793,2	6.793,2	5.593,2
(=) UTILIDAD (pérdida) OPERACIONAL	9.147,2	8.410,6	8.331,7	10.179,2	9.148,2	7.984,7	0,0	12.769,7	11.249,7	22.296,9
(-) Gastos financieros	3.149,4	2.682,3	2.145,1	1.527,4	817,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
(-) Otros egresos	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
(+) Otros ingresos										
(=) Utilidad/perdida Bruta	5.997,9	5.728,4	6.186,6	8.651,8	8.331,2	7.984,7	0,0	12.769,7	11.249,7	22.296,9
(-) 15 % participación de trabajadores	899,7	859,3	928,0	1.297,8	1.249,7	1.197,7	0,0	1.915,5	1.687,5	3.344,5
(=) utilidad antes impuesto a la renta	5.098,2	4.869,1	5.258,6	7.354,1	7.081,5	6.787,0	0,0	10.854,2	9.562,2	18.952,4
(-) Impuesto la renta 25%	1.274,5	1.217,3	1.314,7	1.838,5	1.770,4	1.696,7	0,0	2.713,6	2.390,6	4.738,1
(=) UTILIDAD NETA	3.823,6	3.651,8	3.944,0	5.515,5	5.311,2	5.090,2	0,0	8.140,7	7.171,7	14.214,3
Reserva legal (10% utilidad)	382,4	365,2	394,4	551,6	531,1	509,0	0,0	814,1	717,2	1.421,4

Fuente: Investigación directa de campo/2010

Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

4.2.2.2. Flujo Neto de Fondos

Tabla 44: FLUJO DE FONDOS DEL INVERSIONISTA (Con Crédito)

Dólares

CONCEPTO/AÑOS	CERO	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
(+) Ingresos de la Operación	-	70.650,32	74.182,83	78.034,47	81.806,57	86.050,90	86.183,40	86.625,90	85.938,40	86.018,40	98.219,59
(-) Costo de Operación		56.235,50	60.504,62	64.435,20	66.359,80	71.635,14	73.431,14	82.151,14	68.401,14	70.001,14	71.635,14
(-) Depreciación		4.767,57	4.767,57	4.767,57	4.767,57	4.767,57	4.767,57	4.767,57	4.767,57	4.767,57	4.767,57
(-) Amortización		500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	-	-	-	-	-
(-) Pago Intereses por los Créditos recibidos		3.149,37	2.682,27	2.145,11	1.527,37	816,96	-	-	-	-	-
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN E IMPUESTOS	-	5.997,87	5.728,37	6.186,60	8.651,83	8.331,23	7.984,69	-292,81	12.769,69	11.249,69	21.816,88
(-) Participación de trabajadores 15% de la utilidad	-	899,68	859,25	927,99	1.297,78	1.249,68	1.197,70	-	1.915,45	1.687,45	3.272,53
(=) UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	5.098,19	4.869,11	5.258,61	7.354,06	7.081,54	6.786,99	-292,81	10.854,24	9.562,24	18.544,35
(-) Impuesto a la Renta 25%	-	1.274,55	1.217,28	1.314,65	1.838,51	1.770,39	1.696,75	-	2.713,56	2.390,56	4.636,09
(=) UTILIDAD/PERDIDA NETA	-	3.823,64	3.651,83	3.943,96	5.515,54	5.311,16	5.090,24	-292,81	8.140,68	7.171,68	13.908,26
(+) Depreciación	-	4.767,57	4.767,57	4.767,57	4.767,57	4.767,57	4.767,57	4.767,57	4.767,57	4.767,57	4.767,57
(+) Amortización											
(+) Amortización activos diferidos		500,00	500,00	500,00	500,00	500,00					
(-) Valor de la Inversión y Reinversión	29.514,00	-	-	2.850,00	400,00	4.484,00	6.280,00	15.000,00	1.250,00	2.850,00	4.484,00
(-) Capital de Trabajo	480,03	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(+) Recuperación del Capital de Trabajo											480,03
(+) Crédito Recibido	20.995,82	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(-) Pago del Capital (Amortización del Principal)		3.114,01	3.581,11	4.118,27	4.736,02	5.446,42	-	-	-	-	-
FLUJO DE FONDOS NETOS DEL INVERSIONISTA	-8.998,21	5.977,21	5.338,30	2.243,26	5.647,10	648,31	3.577,81	-10.525,23	11.658,25	9.089,25	14.671,87

Fuente: Investigación directa de campo/2010

Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

4.3. Evaluación Financiera

Para la realización de la evaluación financiera se toman en cuenta los índices financieros, los cuales indican la viabilidad del proyecto, para esto se requieren los flujos de fondos proyectados del proyecto y del inversionista

La decisión de seleccionar una inversión se puede realizar mediante la aplicación de los diversos métodos de evaluación, los cuales se los agrupa en dos secciones: Métodos Estáticos o Convencionales que excluyen el valor del dinero en el tiempo y los Métodos Dinámicos o de Descuento que por el contrario si toman en consideración la oportunidad en el tiempo que tienen los flujos de efectivo.³³

4.3.1. Determinación de las Tasas de Descuento

La Tasa de Descuento tiene como objeto el trasladar los flujos de fondos futuros a valor presente, esto se conoce también como Factor de Actualización; a su vez esta constituye la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento de un proyecto o el Costo Promedio Ponderado del Capital. (TMAR; CPPK)

La Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento del Proyecto (TMAR) es de 14,00%, y la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento del Inversionista (TMAR) es 10,89%.

³³ TESIS/SOL-GEN-Javier González 2009

Tabla 45: CÁLCULO DE LA TASA DE DESCUENTO

PARA EL PROYECTO: financiamiento con recursos propios	
Tasa pasiva a largo plazo, Bonos o % Inflación:	10,00%
Tasa Pasiva en Ahorros	2,00%
Tasa de riesgo (máximo 5%)	2,00%
Tasa ajustada por el riesgo :	14,00%

PARA EL INVERSIONISTA: con crédito			
TASA ACTIVA DE INTERÉS QUE LE COBRA LA IFI		15,00%	
FINANCIAMIENTO	% APORTACIÓN	TASA INDIVIDUAL	PONDERACIÓN
CRÉDITO	70,00%	9,563%	6,6938%
PROPIO	30,00%	14,000%	4,2000%
	100,00%	CPPK =	10,89%

CPPK = Costo promedio ponderado del capital o Tasa de Descuento

CPPK DEL CRÉDITO = TASA ACTIVA MULTIPLICADA POR .6375

Cálculo de la Tasa Impositiva			
CONCEPTO	PORCENTAJE		
		100,00%	
Participación de Trabajadores	15%	11,25%	75,00%
Impuesto Renta	25%	25%	
	Tasa impositiva	36,25%	
	Factor impositivo	63,75%	0,6375

Fuente: Investigación directa de campo/2010

Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

4.3.2. Evaluación Financiera del Proyecto

La Evaluación Financiera de Proyectos es el proceso mediante el cual una vez definida la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la rentabilidad de un proyecto.

Antes que mostrar el resultado contable de una operación en la cual puede haber una utilidad o una pérdida, tiene como propósito principal determinar la conveniencia de emprender o no un proyecto de inversión.³⁴

4.3.2.1. Criterios de Evaluación

Los métodos de evaluación financiera están caracterizados por determinar las alternativas factibles u óptimas de inversión utilizando entre otros los siguientes indicadores: VAN (Valor actual neto), TIR% (Tasa interna de retorno) y B/C (Relación beneficio costo). Los tres métodos consideran el valor del dinero en el tiempo.³⁵

4.3.2.1.1. Tasa Interna de Retorno (TIR%)

“Se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea cero”³⁶

Si la Tasa Interna de Retorno (TIR) es mayor o igual al costo de oportunidad del capital TMAR o costo promedio ponderado, que tiene el inversionista o empresa, se debe aceptar el proyecto.

³⁴ www.gestiopolis.com/finanzas-contaduria/evaluacion-financiera-de-proyectos-precios-corrientes-y-constantes.htm

³⁵ ACHING, Cesar, Matemáticas Financieras para Toma de Decisiones Empresariales

³⁶ MENESES, Edilberto, Preparación y Evaluación de Proyectos, Edición 2001, Pag. 128

La empresa Magic Planet tiene una TMAR del Proyecto de 14,00% y un TIR del Proyecto de 24,94%; por lo tanto el TIR es mayor a la TMAR por lo tanto es un proyecto viable.

$$TIR = T_1 + (T_2 - T_1) \left(\frac{V_1}{V_1 - V_2} \right)$$

$$TIR \geq TMAR$$

$$24,94 \% \geq 14,00\%$$

4.3.2.1.2. Valor Actual Neto (VAN)

“El VAN mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios deducida la inversión. Actualiza a una determinada tasa de descuento i los flujos futuros. Este indicador permite seleccionar la mejor alternativa de inversión entre grupos de alternativas mutuamente excluyentes.”³⁷

En el caso de que el VAN sea positivo o igual a cero, se obtendrá un rendimiento mayor o igual al costo de oportunidad del capital, de tal forma que la inversión es rentable. De obtener un resultado negativo en el valor del Van el proyecto se rechazará.

$$FA = \frac{C}{(1 + t)^n}$$

FA: Factor de Actualización

C: Capital

t: TMAR

n: período

$$VAN \geq 0$$

³⁷ ACHING, Cesar, Matemáticas Financieras para Toma de Decisiones Empresariales

$$VAN = 11.561,05 \geq 0$$

El VAN de la empresa Magic Planet es de 11.561,05; por lo tanto se demuestra la factibilidad del proyecto, siendo financieramente atractiva la inversión.

4.3.2.1.3. Relación Beneficio Costo (R B/C)

Para el cálculo de la relación beneficio costo se toma en cuenta “la diferencia está en que la sumatoria del flujo de fondos a valor presente o entradas netas de caja actualizadas, se divide para la inversión inicial.”³⁸

$$R \frac{B}{C} = \frac{\sum Valor Actual}{Inversión Inicial}$$

$$R \frac{B}{C} \geq 0$$

$$1,39 \geq 0$$

El R B/C demuestra que por cada dólar que invierta la empresa obtendrá 1,39 dólares de ingresos.

³⁸ LARA Juan, Administración Financiera, Edición 2007, Pág. 107

4.3.2.1.4. Período de Recuperación

“El plazo de recuperación de una inversión o período de repago, señala el tiempo necesario para recuperar la inversión inicial, sobre la base del flujo de fondos que genere en cada período durante la vida útil del proyecto.”³⁹

$$\text{Factor de Repago} = \frac{\text{Inversión Inicial} - \text{Flujo Acumulado Año Anterior al Año Considerado}}{\text{Flujo Neto del Año Considerado}}$$

$$\text{Factor de Repago} = 0,041$$

$$\text{Año de Repago} = \text{Factor de Repago} + \text{Año Anterior al Año Considerado}$$

$$\text{Año de Repago} = 4,041$$

Tabla 46: PERIODO DE REPAGO	
AÑOS:	4,00
MESES:	-
DÍAS:	14,47

Fuente: Investigación directa de campo/2010

Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

La inversión requerida para el proyecto se recuperara en cuatro años y quince días, tiempo adecuado ya que el tiempo de vida útil es mayor, es decir cinco años.

³⁹ LARA Juan, Administración Financiera, Edición 2007, Pág. 103

4.3.3. Evaluación Financiera del Inversionista

4.3.3.1. Criterios de Evaluación

Para la evaluación financiera del inversionista se tomara en cuenta: la Tasa Interna de Retorno (TIR), el Valor Actual Neto (VAN) y la Relación Beneficio Costo (R B/C).

4.3.3.1.1. Tasa Interna de Retorno (TIR%)

En la empresa Magic Planet la TMAR del Inversionista es de 10,89% y un TIR del Inversionista de 49,10%; por lo tanto el TIR es mayor a la TMAR por lo tanto es un proyecto viable.

$$TIR = T_1 + (T_2 - T_1) \left(\frac{V_1}{V_1 - V_2} \right)$$

$$TIR \geq TMAR$$

$$49,10\% \geq 10,89\%$$

4.3.3.1.2. Valor Actual Neto (VAN)

El VAN de la empresa Magic Planet es de 17.217,40; por lo tanto se demuestra la factibilidad del proyecto, siendo la inversión financieramente atractiva.

$$FA = \frac{C}{(1 + t)^n}$$

FA: Factor de Actualización

C: Capital

t: TMAR

n: período

$$VAN \geq 0$$

$$VAN = 17.217,40 \geq 0$$

4.3.3.1.3. Relación Beneficio Costo (R B/C)

$$R \frac{B}{C} = \frac{\sum \text{Valor Actual}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$R \frac{B}{C} \geq 0$$

$$0,87 \geq 0$$

El R B/C demuestra que por cada dólar que invierta la empresa generará 0,87 dólares de ingresos.

4.3.4. Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad permite conocer el impacto que tendrán ciertos factores de un proyecto al cambiar algunas variables.

Tabla 47: RESUMEN DE SENSIBILIZACIONES				
CONCEPTOS:	Variación %	TIR %	VAN	EVALUACIÓN
Aumento de costos	5%		-8.787,2	Sensible
Disminución de ingresos	5%		-9.365,3	Sensible
Disminución ingresos y aumento de costos simultáneamente			-29.713,6	Sensible
Aumento a la M.O.D.	8%	19,61%	5.630,1	No sensible
Aumento al personal	10%	19,20%	5.308,0	No sensible
Aumento de materia prima	3%	22,29%	8.591,0	No sensible
Aumento en Suministros, Servicios	10%	20,65%	6.817,9	No sensible
Normal		24,93%	11.561,1	RENTABLE
TMAR: Tasa mínima aceptable de rendimiento del proyecto		14,00%		
No sensible = significa que el proyecto sigue siendo rentable a pesar de la variación en el factor crítico considerado				
Sensible = hay que tomar providencias aplicando las estrategias adecuadas y analizar los valores de mercado (precios).				
El proyecto es más sensible a una disminución de ingresos que al aumento de costos, ESTRATEGIA: mejor control de Caja y vendedores				

Fuente: Investigación directa de campo/2010

Elaboración: María Belén Regalado Madrid/2010

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5. Conclusiones y Recomendaciones

5.1. Conclusiones

- En base a los estudios: de mercado, técnico, ambiental, organizacional, legal y financiero se determinó que el proyecto es rentable.
 - Con el estudio de mercado se identificó que la demanda insatisfecha del servicio de organización de fiestas infantiles en la Administración Zonal Eloy Alfaro es suficiente y creciente, siendo esta la base para diseñar el tamaño de la empresa.
 - Mediante el estudio técnico y ambiental se pudo establecer que la empresa tiene las herramientas necesarias para poner en marcha al proyecto, en cuanto a lo ambiental se encuentra calificada como neutral al medio ambiente; es decir no causa impacto negativo sobre el mismo.
 - Al realizar la evaluación financiera se encontró que tanto los índices financieros del inversionista (con financiamiento) como los del proyecto (sin financiamiento) son valores positivos por lo que es conveniente invertir en este negocio
-

5.2. Recomendaciones

- Se recomienda poner en marcha el proyecto, ya que se determinó su rentabilidad y viabilidad mediante los estudios realizados
 - La empresa debe contar con personal apto para brindar el servicio por ello se debe capacitar al personal que iniciará las operaciones del negocio.
 - Realizar una campaña de promoción y publicidad agresiva con la finalidad de dar a conocer el servicio que se está ofertando en el mercado.
 - Establecer políticas de innovación y mejoramiento continuo del servicio, de esta forma se podrá ofrecer servicios novedosos y atractivos para los clientes.
-

Bibliografía

- ✓ ACHING, Cesar, Matemáticas Financieras para Toma de Decisiones Empresariales
 - ✓ ANDRADE, S, Planificación Estratégica, Lima, 2001
 - ✓ BACA Urbina, Gabriel, Evaluación de Proyectos, México 2001
 - ✓ CÓRDOBA Urbina Gabriel, Formulación y Evaluación de Proyectos, Colombia 2006
 - ✓ KOTLER, Philip, Fundamentos de Marketing, 6ta edición, México, 2003
 - ✓ LARA Juan, Administración Financiera, Edición 2007
 - ✓ LEIVA Francisco, Nociones de Metodología de Investigación Científica, Quinta Edición Quito-2001
 - ✓ MENESES, Edilberto, Preparación y Evaluación de Proyectos, Edición 2001
 - ✓ PORTER Michael, Futuro con Calidad
 - ✓ REYES, Agustín, Administración de Empresas Teoría y Práctica, Segunda Parte, México 2001
 - ✓ SALAZAR, Francis, Estrategia Ver 1.0, 2007
 - ✓ SAPAG Nassir, Preparación y Evaluación de Proyectos, Cuarta Edición
 - ✓ STATON, William, Fundamentos de Marketing, Decima Edición, México
-

- ✓ TORRES, Luis, Creación y Formalización de la Microempresa Civil, Quinta Edición, segunda reimpresión, Marzo de 2005

 - ✓ VAN James, Fundamentos de Administración Financiera, Prentice Hall, 11 Edición

 - ✓ VILLACRECES Carbo Gerardo Javier, Artículo publicado en la Revista Novedades Jurídicas de Ediciones Legales, Marzo 2006

 - ✓ VILLAVICENCIO Jorge Antonio, Carpeta Virtual, 2010
-

Webgrafía

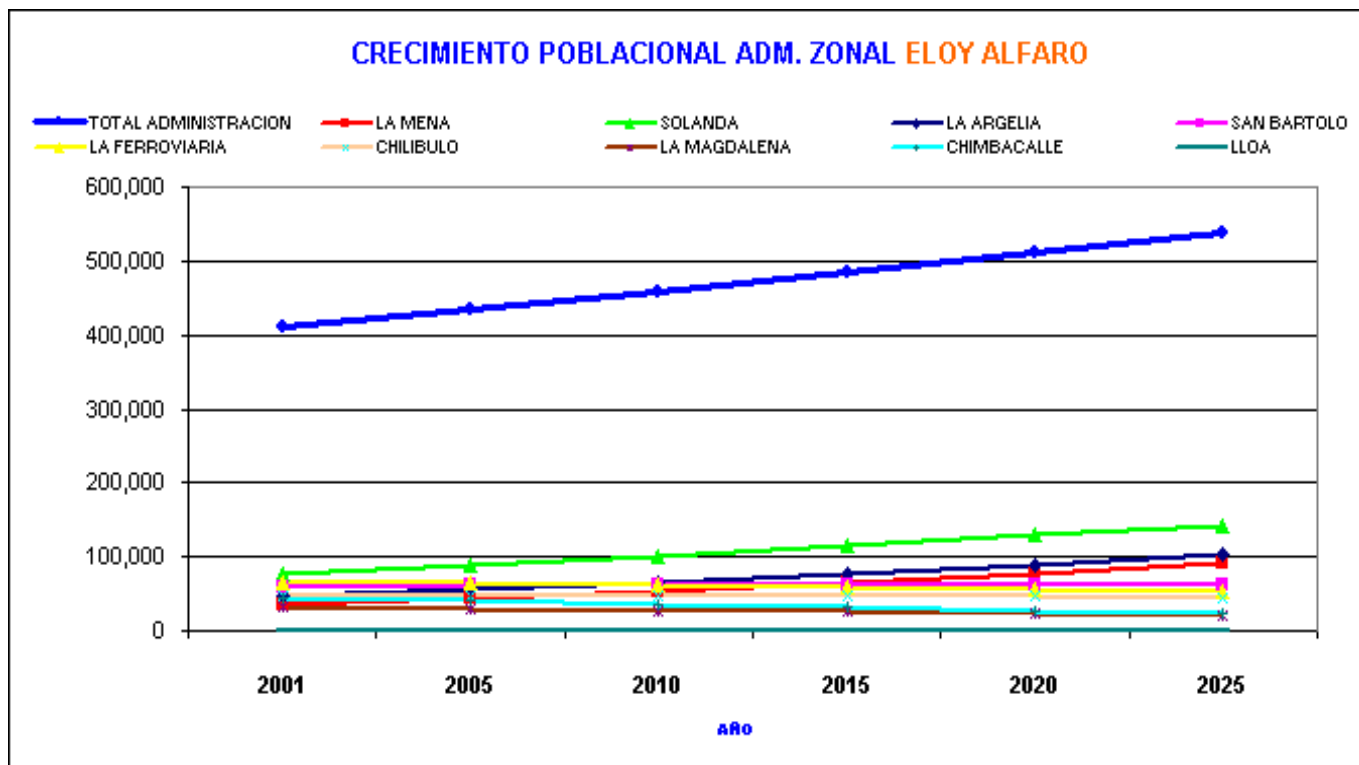
- ✓ www.msp.gov.ec
 - ✓ www.economia.unam.mxwww.monografias.com
 - ✓ www.bcv.org.ve
 - ✓ www.bomberosquito.gov.ec
 - ✓ www.gestiopolis.com
 - ✓ www.wikipedia.org
-

ANEXOS

ANEXO 1: PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN

**PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN ZONAL ELOY ALFARO
POR QUINQUENOS SEGÚN PARROQUIAS**

PARROQUIAS		Población Censo		Tasa de crecimiento demográfico%	Incremento%	Proyección año y Tasa de Crecimiento(tc)									
		1990	2001			2005	tc	2010	tc	2015	tc	2020	tc	2025	tc
TOTAL ADMINISTRACIÓN		354,565	412,297	1.4	16	433,290	1.2	459,532	1.2	485,774	1.1	512,016	1.1	538,258	1.0
LA MENA	U	22,374	36,825	4.6	65	43,510	4.3	53,106	4.1	64,137	3.8	76,655	3.6	90,684	3.4
SOLANDA	U	53,662	78,223	3.5	46	88,273	3.1	101,487	2.8	115,161	2.6	128,972	2.3	142,559	2.0
LA ARGELIA	U	30,008	47,137	4.2	57	54,716	3.8	65,255	3.6	76,923	3.3	89,634	3.1	103,256	2.9
SAN BARTOLO	U	53,356	60,381	1.1	13	62,015	0.7	63,206	0.4	63,400	0.1	62,580	-0.3	60,778	-0.6
LA FERROVIARIA	U	65,610	66,261	0.1	1	65,278	-0.4	63,138	-0.7	60,082	-1.0	56,243	-1.3	51,786	-1.6
CHILIBULO	U	42,794	47,035	0.9	10	47,792	0.4	48,055	0.1	47,549	-0.2	46,290	-0.5	44,335	-0.9
LA MAGDALENA	U	34,767	31,831	-0.8	-8	30,264	-1.3	28,004	-1.5	25,498	-1.9	22,842	-2.2	20,131	-2.5
CHIMBACALLE	U	50,637	43,173	-1.4	-15	40,009	-1.9	35,868	-2.2	31,652	-2.5	27,491	-2.8	23,497	-3.1
LLOA	R	1,357	1,431	0.5	5	1,432	0.02	1,413	-0.3	1,371	-0.6	1,310	-0.9	1,230	-1.2



Fuente: Censo de Población y Vivienda 2001; INEC
 Elaboración: Unidad de Estudios; DMPT-MDMQ
 Información adicional: eeestevez@quito.gov.ec

ANEXO 2: ENCUESTA

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

ENCUESTA

Número de Encuesta:
Fecha: Día Mes Año

Código:.....

INSTRUCCIONES

- Marque con una X en el lugar que sea conveniente
- Conteste con espontaneidad a las preguntas
- Esta información será confidencial

DATOS:

Sector donde vive:

1. De existir una empresa especializada en la organización de fiestas infantiles y que proporcione un local adecuado, ayude a planificar, organizar y ejecutar el evento. ¿Contrataría este servicio?
- Si No

Si su respuesta a la pregunta anterior es no aquí termina la encuesta.

2. ¿Qué elementos le gustaría que integren los paquetes de fiestas infantiles? Enumere del 1 al 5 los que considere más importantes, siendo 1 el más importante.

Decoración	<input type="checkbox"/>	Piñata	<input type="checkbox"/>	Caritas Pintadas	<input type="checkbox"/>
Picaditas	<input type="checkbox"/>	Animación	<input type="checkbox"/>	Máquina de Granizado	<input type="checkbox"/>
Local	<input type="checkbox"/>	Sorpresa	<input type="checkbox"/>	Máquina de Canguil	<input type="checkbox"/>
Torta	<input type="checkbox"/>	Inflable	<input type="checkbox"/>		
Títeres	<input type="checkbox"/>	Función de Magia	<input type="checkbox"/>		

3. Califique del 1 al 5 los factores que son de mayor relevancia en este tipo de servicios, siendo 1 el más importante.

Seguridad	<input type="checkbox"/>	Comodidad	<input type="checkbox"/>	Servicio Post Venta	<input type="checkbox"/>
Precio	<input type="checkbox"/>	Limpieza	<input type="checkbox"/>	Personal Capacitado	<input type="checkbox"/>
Variedad	<input type="checkbox"/>	Paquetes de Servicio	<input type="checkbox"/>	Fácil Ubicación	<input type="checkbox"/>
Amabilidad	<input type="checkbox"/>				

4. ¿Cuántas veces al año contrata el servicio de organización de fiestas infantiles?

De 1 a 2 De 3 a 4 Más de 5

5. ¿Cuántos hijos entre uno y nueve años conforman su hogar?

.....

6. ¿En qué sector de la Administración Zonal Eloy Alfaro preferiría usted que se sitúe la Empresa para la Organización de Fiestas Infantiles?

La Mena	<input type="checkbox"/>	Chimbacalle	<input type="checkbox"/>	La Ferroviaria	<input type="checkbox"/>
Solanda	<input type="checkbox"/>	San Bartolo	<input type="checkbox"/>	La Magdalena	<input type="checkbox"/>

7. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por el servicio de organización de fiestas infantiles (no incluye alimentos ni adicionales)?

USD 50 – USD 60 USD 71 - USD 80
 USD 61- USD 70 Más de USD 80

8. ¿Cuál de los siguientes paquetes de servicios sería de su agrado?

Paquete 1:	Local, Decoración, Piñata, Juegos	USD 120	<input type="checkbox"/>
Paquete 2:	Local, Decoración, Piñata, Juegos, Sorpresas, Títeres ó Función de Magia ó Caritas Pintadas	USD 180	<input type="checkbox"/>
Paquete 3:	Local, Decoración, Piñata, Juegos, Sorpresas, Títeres ó Función de Magia ó Caritas Pintadas, Máquina de Canguil, Máquina de Granizado	USD 240	<input type="checkbox"/>
Paquete 4:	Local, Decoración, Piñata, Juegos, Sorpresas, Títeres ó Función de Magia ó Caritas Pintadas, Máquina de Canguil, Máquina de Granizado, Inflable	USD 300	<input type="checkbox"/>

9. ¿Cuál es la forma de pago que considera usted más conveniente para contratar el servicio de organización de fiestas infantiles?

Efectivo Tarjeta de Crédito Otras.....

10. De acuerdo a su criterio. ¿Cuáles serían los medios publicitarios idóneos para hacer conocer el servicio?

Prensa Escrita Radio Referencias Personales
 Hojas Volantes Internet Visita Personal

11. ¿Por qué medios le gustaría recibir el servicio post venta?

Telefónica Internet Personal Otros.....

12. ¿Conoce otros lugares que le ofrezcan el servicio de organización de fiestas infantiles?

Si No

Si su respuesta a la pregunta anterior es no, pase a la pregunta número 15

13. ¿Qué le gusto de este servicio?

.....

14. ¿Qué mejoraría en ese servicio?

.....

15. ¿Qué servicio adicional sugeriría para los paquetes para fiestas infantiles?

.....

16. ¿Cuál es su ingreso mensual?

Menos de USD 500 USD 801 – USD 1100
 USD 500 – USD 800 Más de USD 1100

Sector donde vive

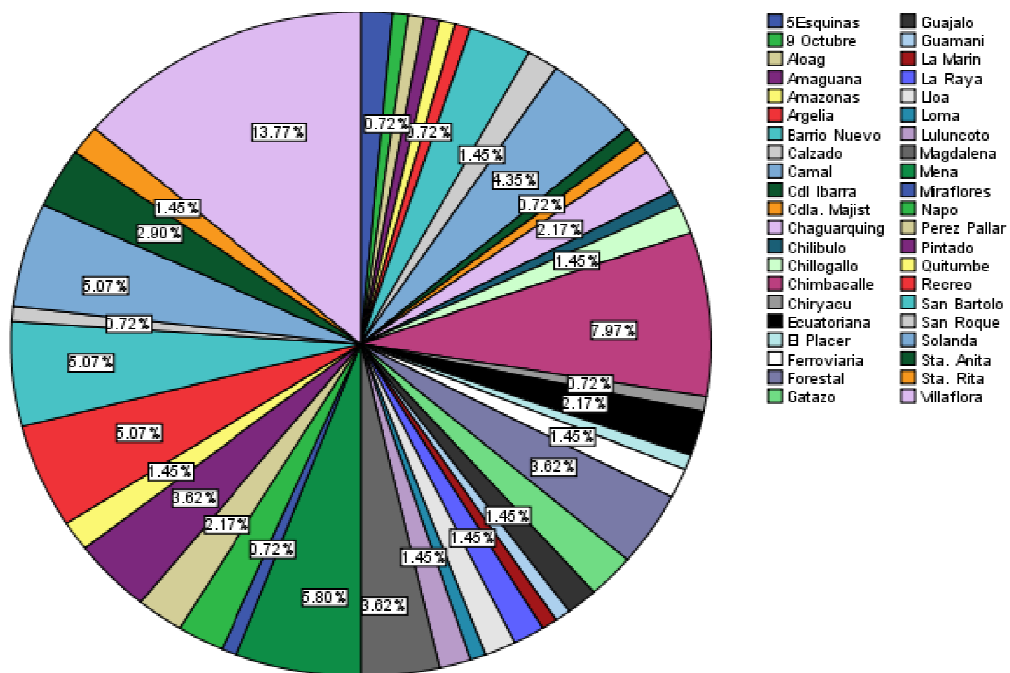
Sector donde vive

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5Esquinas	2	1.4	1.4	1.4
	9 Octubre	1	.7	.7	2.2
	Aloag	1	.7	.7	2.9
	Amaguana	1	.7	.7	3.6
	Amazonas	1	.7	.7	4.3
	Argelia	1	.7	.7	5.1
	Barrio Nuevo	4	2.9	2.9	8.0
	Calzado	2	1.4	1.4	9.4
	Camal	6	4.3	4.3	13.8
	Cdla Ibarra	1	.7	.7	14.5
	Cdla. Majist	1	.7	.7	15.2
	Chaguarquingo	3	2.2	2.2	17.4
	Chilibulo	1	.7	.7	18.1
	Chillogallo	2	1.4	1.4	19.6
	Chimbacalle	11	8.0	8.0	27.5
	Chiryacu	1	.7	.7	28.3
	Ecuatoriana	3	2.2	2.2	30.4
	El Placer	1	.7	.7	31.2
	Ferroviana	2	1.4	1.4	32.6

Forestal	5	3.6	3.6	36.2
Gatazo	3	2.2	2.2	38.4
Guajalo	2	1.4	1.4	39.9
Guamani	1	.7	.7	40.6
La Marín	1	.7	.7	41.3
La Raya	2	1.4	1.4	42.8
Lloa	2	1.4	1.4	44.2
Loma	1	.7	.7	44.9
Luluncoto	2	1.4	1.4	46.4
Magdalena	5	3.6	3.6	50.0
Mena	8	5.8	5.8	55.8
Miraflores	1	.7	.7	56.5
Napo	3	2.2	2.2	58.7
Pérez Pallar	3	2.2	2.2	60.9
Pintado	5	3.6	3.6	64.5
Quitumbe	2	1.4	1.4	65.9
Recreo	7	5.1	5.1	71.0
San Bartolo	7	5.1	5.1	76.1
San Roque	1	.7	.7	76.8
Solanda	7	5.1	5.1	81.9
Sta. Anita	4	2.9	2.9	84.8
Sta. Rita	2	1.4	1.4	86.2

Villaflores	19	13.8	13.8	100.0
Total	138	100.0	100.0	

Sector donde vive



ANEXO 3: FICHA AMBIENTAL

FICHA DE EVALUACIÓN AMBIENTAL			
(UCA - CFN)			
PUNTAJE:	33	CATEGORÍA AMBIENTAL:	CRITERIO:
PORCENTAJE:	33%		
		CLASE 2	Neutral al ambiente
VALORACIÓN PRELIMINAR			
VALORACIÓN :	2		

CONTAMINACIÓN AL AIRE

2. Señale la fuente principal de energía del proyecto:

			Calificación
a	Electricidad		4
b	Gas		8
c	Búnker		5
d	Gasolina	5	5
e	Diesel		5
f	Madera		5
g	Ninguna		
Puntaje		5	

1. Ruido en el área comprendida del proyecto es:

			Calificación
a	Muy alto		8
b	Alto		6
c	Medio	4	4
d	Bajo		2
e	Ninguno		
Puntaje		4	

CONTAMINACIÓN AL AGUA

2. Especifique el tipo de sustancias que contienen el aguas de desecho

			Calificación
a	Detergentes		5
b	Colorantes		8
c	Ácidos		7
d	Lejías		6
e	Preservantes		4
f	Saborizantes		3
g	Materia orgánica	4	4
h	Plaguicidas		8
i	Otros compuestos (lubricantes, etc.)		10
j	No hay aguas de desecho		
Puntaje		4	

3. Describa el camino de las aguas de desecho

			Calificación
a	Alcantarillado	4	4
b	Calle		8
c	Río		8
d	Quebrada		8
e	Tanque séptico		4
f	Recicladas		2
g	No hay aguas de desecho		
Puntaje		4	

DESECHOS SÓLIDOS

4. Especifique el tipo de desechos sólidos generados

			Calificación
a	Papel		5
b	Plástico		8
c	Textiles (retazos)		7
d	Metales		8
e	Desechos orgánicos	5	5
f	No hay desechos sólidos		0
Puntaje		5	

5. Especifique el destino de los desechos sólidos

			Calificación
a	Recolector de basura	2	2
b	Alcantarillado		6
c	Calle		8
d	Río		8
e	Quebrada		8
f	Quemados		4
g	Enterrados		3
h	Reusados o reciclados		1
i	No hay desechos sólidos		
Puntaje		2	

ANEXO 4: EMPRESAS UNIPERSONALES

REFLEXIONES EN RELACIÓN A LA LEY DE EMPRESAS UNIPERSONALES DE RESPONSABILIDAD LIMITADA (EURL)

Por: Dr. Gerardo Javier Villacreces Carbo

Artículo publicado en la Revista Novedades Jurídicas de Ediciones Legales

Marzo 2006

Las leyes no solamente que deben ser justas, sino que también deben ser acordes para los tiempos actuales.- En estos momentos vemos hasta cierto punto con asombro, como el mundo cada vez se une más por motivos económicos y comerciales, rompiendo con los antiguos conceptos de separación por motivos de orden político o de fronteras.- Así vemos por ejemplo como China se levanta poderosamente frente al mundo, independientemente de su ideología política, o como con el internet ya no existen fronteras, todo indica que comercialmente hablando las fronteras ahora son más mentales que físicas.- Parecería ser que los líderes mundiales de los países grandes han entendido meridianamente, que su éxito gubernamental, ya no radica en defender tesis ideológicas políticas, sino más en que sus pueblos gocen de bienestar económico, y para eso luchan constantemente por ser más eficientes, producir competitivamente y vender sus excedentes al resto de la comunidad internacional.

Una economía dolarizada como la nuestra, muy dependiente de los ingresos petroleros y de las remesas del exterior, no puede darse el lujo de dormirse sobre los laureles, debe estar lista para competir con aquellos productos y/o servicios especializados que se puedan producir y que el mundo demande.- Y para esto el cuerpo legal juega un papel importante, ya que debe brindar todo el apoyo, a fin de gozar de instrumentos jurídicos eficientes (útiles y ágiles) que brindando seguridad, estimulen a los nacionales a producir bienes o servicios, desde las distintas trincheras que puedan ocupar.-

El Comercio en su edición del lunes 27 de febrero del presente año, recoge un artículo relacionado con las empresas unipersonales de responsabilidad limitada EURL y señala que esta ley busca impulsar el desarrollo de la microempresa, sin perjuicio de que pueda ser utilizada también por comerciantes que no se hayan formalizado societariamente.-

La Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada (EURL), desde poco tiempo atrás en vigencia en el Ecuador (R.O.# 196 del 26-01-06), contempla los siguientes temas relevantes:

I

Naturaleza Jurídica y Generalidades

Exclusivamente pueden ser socios de este tipo de empresas, personas naturales con capacidad legal para realizar actos de comercio (cc art.3 Código de Comercio).-

La ley identifica al dueño de las EURL como “gerente – propietario” (GP).

La EURL tendrá el carácter de mercantil, y su GP tendrá la calidad de comerciante.

Las EURL son personas jurídicas distintas e independientes de las personas naturales propietarias de las mismas, razón por la cual los patrimonios de unas y otras son patrimonios separados, en tal virtud el GP no es responsable patrimonialmente frente a las obligaciones de la empresa ni viceversa.-

La persona natural dueña de este tipo de empresas, limita su responsabilidad frente a terceros que contraten con la sociedad, dentro del orden civil, hasta el monto del capital aportado, salvo los siguientes casos:

a.- Si el GP utilizare en beneficio propio dinero que no sea utilidades líquidas y realizadas o bienes.-

- b.- Si la empresa hubiere realizado actos ajenos a su objeto o prohibidos.-
- c.- Si no se hubiere realizado efectivamente el aporte de capital.-
- d.- Si un juez calificare de fraudulenta a la quiebra.-
- e.- Si el GP al realizar un acto o contrato no especificare que lo hace a nombre de la misma.-
- f.- Si la empresa en proceso de formación, realizare operaciones antes de la inscripción en el Registro Mercantil de su domicilio principal de la escritura pública correspondiente.-
- g.- Si se informase a terceros que la empresa tiene un capital mayor al efectivamente existente.-
- h.- En los demás casos contemplados en la Ley.-

La inscripción en el Registro Mercantil surte los mismos efectos que la matrícula de comercio.-

Las EURL deberán siempre ser de propiedad de una sola persona natural, por consiguiente no puede existir copropiedad sobre la misma, salvo el caso de sucesión por causa de muerte, ya sea por disposición legal o testamentaria.- En el caso de que el heredero o legatario fuere una sola persona, la empresa podrá continuar su existencia, pero se deberá anteponer a la denominación de la misma las palabras “sucesor de” para lo cual se deberá cumplir con toda la formalidad del caso (escritura pública, publicación extracto, aprobación del juez, inscripción registro mercantil).- Si en cambio existieren varios herederos o legatarios, la empresa deberá transformarse necesariamente en una compañía anónima o limitada, o disolverse y liquidarse, salvo que los sucesores hubieren transferido sus derechos y acciones hereditarios a favor de una sola persona natural, caso en el cual cabe la modificación correspondiente en la denominación de la empresa, y lo cual se deberá también realizar por escritura pública, publicación extracto, aprobación del juez, inscripción registro mercantil).- El hecho de que siempre una EURL sea de una sola persona natural, tal como lo prescribe el art. 4 de la ley, sugiere que la empresa no podrá ser

vendida como tal o sus derechos cedidos (aclarándose que los activos y pasivos de la misma, sí pueden ser enajenados), lo cual a mi parecer no solo que es inconstitucional sino que conlleva un gran perjuicio económico para el propietario, ya que se le desmotiva a que su empresa una vez que haya adquirido prestigio pueda ser adquirida por un tercero. Tómese en cuenta que las empresas valen no solo por su patrimonio, sino también por su nombre, por su trayectoria, por la confianza ganada con el esfuerzo y el trabajo, por su clientela, o pensemos en el caso que el GP ya no pueda trabajar por cualquier motivo, la empresa tendría que ser deshuesada a fin de venderla por partes, será esto justo para el propietario?

El art. 6 de la ley establece que una misma persona natural puede constituir varias EURL, siempre y cuando el objeto social de cada una sea diferente y sus denominaciones no generen confusión.- Al respecto cabe comentar lo poco práctico de dicha disposición, ya que si la idea es apoyar a los microempresarios, porqué ponerles trabas, cuando lo elemental es que con una sola empresa puedan desarrollar varias actividades, tal como ocurre con las compañías anónimas o de responsabilidad limitada sujetas a la ley de compañías?

II

De la Denominación

La denominación deberá ser específica, y deberá estar integrada con por lo menos el nombre (esto es nombres y apellidos completos o su primer nombre y apellido paterno) y/o iniciales del GP, al que se le agregará la expresión EURL. Adicionalmente se deberá mencionar el género de la actividad económica de la empresa.-

El Art. 11 prescribe que la defensa y protección de la denominación sólo podrá realizarse judicialmente, lo cual a mi modo de ver limita o perjudica al GP, ya que le impediría de utilizar los procedimientos contemplados en la Ley de Propiedad Intelectual.-

En los documentos en que la empresa intervenga, se deberá indicar además de la denominación, el domicilio principal, su plazo y la cuantía del capital empresarial, salvo en la suscripción de pagarés, letras de cambio, cheques y otros instrumentos similares.- Con la gravedad de que si se incumpliere lo mencionado, el GP será personalmente responsable de las obligaciones que asuma la EURL.-

La ley absurdamente prohíbe que la denominación de la EURL pueda ser enajenada ni aún en el caso de liquidación.- En muchas ocasiones la denominación de una empresa tiene un valor económico muy importante, sin embargo la ley perjudica al microempresario de esta manera.

III

Nacionalidad y Domicilio

El domicilio principal será el designado en la escritura de constitución, y puede ser distinto del domicilio del GP o del lugar en donde se realice la explotación del negocio.-

IV

Del objeto

Como ya se mencionó, las EURL sólo podrán tener un objeto social o desarrollar una sola actividad empresarial. Dicho objeto deberá estar escrito de manera clara y concisa en la escritura.- Como vemos una disposición a todas luces perjudicial para los GP.-

El art. 18 de la ley contempla acertadamente la prohibición en el sentido de que, la EURL no pueda constituir cauciones para garantizar obligaciones de terceros.-

La ley establece también con acierto, que las EURL no podrán dedicarse a actividades bancarias, de seguros, capitalización y ahorro, mutualismo, cambio de moneda, de arrendamiento mercantil, de fideicomiso mercantil, de captación de dinero, de mandato e intermediación financiera, de emisión de tarjetas de crédito de circulación general, de emisión de cheques viajeros, de afianzamiento, ni a ninguna de las actividades contempladas en la Ley de Mercado de Valores, Ley General de Instituciones del Sistema Financiero y ley de seguros.

V

Del capital

Al capital aportado la ley lo designa como “capital empresarial” o “capital asignado”.-

El capital solo podrá aportarse en efectivo, y su valor mínimo será por lo menos diez veces la remuneración básica mínima unificada del trabajador en general. Al momento de la constitución o del aumento de capital, deberá entregarse a la empresa el 100% del aporte, constituyéndose título traslativo de dominio.- Es curioso notar como la ley nuevamente limita al microempresario, impidiéndole de hacer aportes en especie, de bienes que guarden relación con su objeto.

Al momento de la constitución se deberá abrir en una entidad bancaria una Cuenta de Integración de Capital, para los aumentos de capital en cambio ya no será necesaria dicha apertura de cuenta.- Los aumentos de capital únicamente podrán darse mediante nuevo aporte en efectivo del GP o por reinversión de utilidades o capitalización de las reservas.

VI

De la constitución, aprobación e inscripción

Las EURL se constituirán mediante escritura pública, en la que comparecerá el GP. Dicho instrumento deberá contener lo siguiente: nombres y apellidos, nacionalidad, estado civil y domicilio del GP.- Si el GP tuviere sociedad conyugal o de bienes, deberá también comparecer el cónyuge o conviviente, a fin de brindar su consentimiento respecto a dicha constitución.- Adicionalmente en la escritura de constitución deberá constar la denominación, domicilio principal y las sucursales de haberlas, el objeto, el plazo, el capital asignado, la determinación del aporte del GP, el valor mensual que ha de recibir de la empresa el GP por el desempeño de sus labores (aclarándose que no existe vínculo laboral

entre el GP y la empresa, por consiguiente no existe obligación de afiliación patronal al IESS), y cualquier otra disposición aplicable legalmente que el GP desee que conste en la escritura de conformación de la EURL.-

El art. 31 de la ley prescribe que otorgada la escritura de constitución, la misma deberá ser aprobada por un juez de lo civil del domicilio principal. En esta parte cabe a mi modo de ver otro comentario, ya que para muchos abogados así como para el público en general, lo relacionado a la función judicial, genera en muchos casos demoras y desgastes, salvo honrosas excepciones. No hubiera sido mejor y más ágil simplemente permitir que los Notarios aprueben estas escrituras?

El juez una vez verificado que se ha cumplido con todos los requisitos, ordenará la publicación del extracto en uno de los periódicos de mayor circulación del domicilio principal. Dentro de los 20 días plazo de la publicación del extracto, cualquier acreedor personal del GP podrá oponerse fundamentadamente. Dicha oposición se ventilará ante el mismo juez por la vía verbal sumaria.- De no presentarse oposición o de ser infundada, el juez aprobará la constitución y ordenará su inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal, y de haber sucursales se practicará la inscripción también en tales cantones.-

El cambio de domicilio, modificación del plazo, de objeto, aumento o disminución de capital, apertura de sucursales y liquidación voluntaria se sujetará al mismo trámite referido.-

Este tipo de empresas no podrán transformarse a ninguna de las sociedades regladas por la Ley de Compañías, con la salvedad del caso de muerte del GP en el que los herederos o legatarios sean más de una persona y resolvieren transformarse.

VII

De la administración y representación legal

La representación legal sin limitación alguna la ejercerá el GP. Acreditará su personería mediante una copia certificada actualizada de la escritura pública de constitución, o con una certificación del Registrador Mercantil en la cual conste la existencia, denominación, domicilio principal, objeto, plazo, capital empresarial y el nombre del GP.-

El GP podrá nombrar Apoderados Generales o Especiales.-

El GP y los apoderados quedan impedidos de realizar por cuenta propia o de terceros la misma actividad a la que se dedica la EURL.-

El art. 43 de la ley establece ilógicamente que el GP, los apoderados así como sus respectivos cónyuges, ascendientes o descendientes, no podrán otorgar ningún tipo de caución por cuenta propia para asegurar el cumplimiento de las obligaciones de la EURL.- Al parecer los legisladores tampoco cayeron en cuenta, que muchas veces a fin de obtener financiamiento, los bancos exigen garantías reales, que si no dispone la empresa muy bien pudieran constituirse fiadores hipotecarios su dueño o apoderados, lo cual desde ningún punto de vista puede perjudicar a la empresa, más bien lo contrario.- Una vez más la ley limita injustamente el desarrollo económico de este tipo de empresas.

VIII

De la contabilidad y de los resultados

Por lo menos el 10% de las utilidades anuales líquidas deberá el GP destinarlas a un fondo de reserva legal hasta completar por lo menos el 50% del capital asignado.- El GP de igual manera no podrá retirar las utilidades mientras no se encuentren totalmente amortizadas o compensadas las pérdidas de años anteriores.

De las decisiones que tomare el GP frente a los resultados del ejercicio anterior, se deberá dejar constancia fechada y firmada por el GP así como por el contador, todo esto dentro del primer trimestre. Un ejemplar de dicha acta así como del balance general y el estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, deberán protocolizarse ante una Notaría del Cantón en donde esté ubicado el domicilio principal.- Los Notarios deberán llevar un protocolo especial para la guarda de dichos documentos, de los cuales solo se podrá obtener copia por orden judicial o a pedido del GP.

Las utilidades de la EURL tendrá el mismo tratamiento tributario que establece la ley para las compañías anónimas y para los dividendos que éstas entregan a sus accionistas.

La quiebra de la EURL no comprende al GP, salvo que fuere declarada fraudulenta, caso en el cual los bienes particulares del GP podrán ser embargados a petición de parte.

IX

De la disolución y liquidación

El GP o sus sucesores podrán en cualquier momento declarar voluntariamente disuelta la EURL mediante escritura pública.-

La disolución forzosa se dará en los siguientes casos: por expiración del plazo; auto de quiebra ejecutoriado; por cambio del domicilio principal al extranjero; por conclusión de la actividad empresarial o imposibilidad de cumplirla; por la pérdida total de las reservas o de más del 50% del capital asignado; a petición de parte interesada; por motivos de muerte del GP y sus herederos o legatarios sean varias personas no dispuestas a ceder sus derechos y acciones hereditarias a una sola persona natural o por no transformarse en este caso a una compañía anónima o de responsabilidad limitada; o por cualquier otro motivo establecido en la ley.

X

La ley establece que las EURL podrán afiliarse al respectivo gremio y/o cámara, de esto se colige que el Registrador Mercantil no podrá en este tipo de empresas exigir la afiliación a la cámara respectiva, ya que como consta en el cuerpo legal, dicha afiliación es optativa y no obligatoria.-

Las compañías anónimas deberán tener por lo menos dos accionistas y ya no podrán subsistir con uno solo, salvo que se trate de una empresa anónima cuyo capital pertenezca al sector público.-

Las compañías anónimas o limitadas que en la actualidad tienen un solo accionista o socio, tienen el plazo de un año a partir del 26 de enero del 2006 a fin de transformarse en una EURL o en su defecto aumentar el número de accionistas o socios a mínimo dos.-

XI

Conclusiones

Parece ser que los señores diputados una vez más demuestran su grado de falta de conexión con las necesidades de la sociedad civil, pues esta ley si bien es cierto tiene elementos interesantes, no deja de ser poco práctica y llena de formalidades en especial por la necesidad de intervención de los jueces, lo cual le genera lentitud a su aplicación, mientras que los negocios requieren más bien agilidad.- Pero será esto responsabilidad exclusiva de la Función Legislativa?, o no tendremos también responsabilidad en esto los abogados y los Colegios de abogados que no participan activamente a través de sus especialistas en la discusión previa de estos temas, tal como sí ocurre con otros sectores?

En todo caso resulta inexplicable, que si la intención del legislador era brindar un vehículo jurídico a un sector importante como es la microempresa y a los comerciantes que operan particularmente, cómo puede ser que en vez de motivar dicha formalización empresarial a través de un mecanismo ágil, se lo complique innecesariamente con tanta “tramitología” que conlleva tiempo y costos, cuando lo obvio hubiera sido como queda anotado que sean los Notarios quienes aprueben este tipo de empresas.- El legislador vuelve a repetir el error materializado en el Registro Oficial # 532 del 25 de febrero del 2005, cuando se publicaron las reformas a la Ley de Arbitraje y Mediación, y en virtud de las cuales lamentablemente dicha reforma sin comprender la razón por la cual los usuarios del Arbitraje lo utilizamos en nuestras actividades y transacciones, esto es, no solamente por evitar congestionamientos procesales, sino sobre todo por “desconfianza” procesal, insistió equívocamente el legislador estableciendo que ahora la “acción” (antes recurso) de nulidad del Laudo Arbitral se lo plantee, dentro del término de 10 días contados desde que se ejecutorió el laudo, ante el árbitro o tribunal arbitral a fin de que éste dentro del término de 3 días remita a su vez el proceso a la Función Judicial y de manera particular al Presidente de la Corte Superior de Justicia. Como vemos, se cae nuevamente en la Función Judicial,

grave error de la reforma, que en vez de fortalecer al Arbitraje y a la Mediación, nuevamente lo debilitó con dicha acción de nulidad.

Los profesionales del derecho debemos amar y defender incondicionalmente a la Justicia y a la Verdad, pero la justicia no solo debe materializarse en los tribunales, sino también debe presentarse en las leyes y así orientarse a la colectividad en su conjunto y a los clientes en particular, ya que resulta injusto que en base a leyes llenas de trámites se justifiquen innecesariamente alargadas intervenciones de abogados.- Debemos tomar en cuenta que, lo apropiado es que se dicten normas ágiles y claras, ya que de esa manera se está transmitiendo seguridad y estimulando la generación de mayor número de empresas y por ende dinamizando la economía y por ende el desarrollo del profesional del derecho.

**ANEXO 5: TARJETA DE
PRESENTACIÓN Y HOJA
VOLANTE**



**María Belén
Regalado Madrid**
GERENTE

Dirección: Villaflores Pedro de Alfaro Oe-135 y
Juan de Padilla
Teléfono: 087818975
E-mail: pekitas94@hotmail.com

Organización de fiestas infantiles, decoración, torta, animación, payasos, caritas pintadas, magia, títeres, máquina de canguil, máquina de granizado, inflables y mucha diversión.



Organizamos tu fiesta infantil
con la mayor diversión que
puedas imaginar!

Se ofrece servicios variados para celebrar eventos infantiles como: decoración, picaditas, torta, piñata, animación, juegos, sorpresas, títeres, función de magia, caritas pintadas, máquina de canguil, máquina de granizado, inflables. Además brindamos asesoría para la elaboración de paquetes de servicios.



Dirección: Villaflores Pedro de Alfaro
Oe-135 y Juan de Padilla
Teléfono: 087818975



ANEXO 6: FINANCIAMIENTO

