



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA INGENIERÍA EN MARKETING**

PROYECTO DE TITULACIÓN:

MODALIDAD EMPRENDIMIENTO

TEMA:

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE
SERVICIOS EN ANIMACIONES DE FIESTAS INFANTILES CON
TEMÁTICAS CRISTIANAS Y SECULARES EN LA CIUDAD DE MANTA”**

AUTOR:

INTRIAGO NAVARRETE NELLY JOHANNA

TUTOR:

ING. MARCO IVÁN GRANDA GARCÍA

MANTA – ECUADOR

2019 – 2020 (2)

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo, **INTRIAGO NAVARRETE NELLY JOHANNA**, con cédula de identidad N° 131281904-6, declaro que este trabajo de titulación **“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIOS EN ANIMACIONES DE FIESTAS INFANTILES CON TEMÁTICAS CRISTIANAS Y SECULARES EN LA CIUDAD DE MANTA”** de la modalidad de **PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO** ha sido desarrollado mediante los métodos de investigación existentes, respetando los derechos intelectuales de terceros colocando las respectivas citas bibliográficas. Declaro que este trabajo de investigación es de mi autoría, en virtud de ello me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Viernes, 13 de septiembre del 2019

INTRIAGO NAVARRETE NELLY JOHANNA

C.I. 131281904-6

Certificación

En calidad de tutor del trabajo de titulación asignado a mí representado con el tema:

TEMA:

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIOS EN ANIMACIONES DE FIESTAS INFANTILES CON TEMÁTICAS CRISTIANAS Y SECULARES EN LA CIUDAD DE MANTA”

Presentado por el Señora, Intriago Navarrete Nelly Johanna con cédula de identidad 131281904-6, certifico que el presente proyecto ha sido realizado bajo los parámetros establecidos en los protocolos de titulación de la Carrera de Ingeniería en Marketing, para ser sometido a la Evaluación del Tribunal que el Consejo de la Facultad designe.

Viernes, 13 de septiembre del 2019

Ing. Marco Iván Granda

Director de Tesis

Dedicatoria

Llena de alegría, de amor, satisfacción y mucha esperanza dedico este proyecto a mi Dios que ha es mi fortaleza y cada uno de mis seres queridos que siempre han estado ahí, para apoyarme.

Es para mí un gran honor dedicarles todo este esfuerzo a todos ellos porque aparte de plasmar en este proyecto mis conocimientos obtenidos en el periodo estudiantil, está lleno de muchas horas de sacrificios y dedicación.

A mis padres José Intriago e Irene Navarrete que han sido un pilar fundamental en este proceso estudiantil, a mi esposo Fabricio Párraga que siempre me ha apoyado en todas las decisiones que he tomado, a mi princesa, mi hija preciosa Ketzia Betsabeth Párraga Intriago que es mi inspiración y mi motor para seguir adelante.

A mis hermanos Ligia Intriago, Julián Intriago Alexander Intriago, porque me han impulsado a seguir adelante y siempre han confiado en mí.

Y sin dejar atrás a toda mi familia, agradezco a mis tíos, primos, mis abuelitos y cuñado infinitamente gracias por ser parte de mi vida y por apoyarme tanto.

Agradecimiento

Quiero agradecer a mi Dios Todopoderoso, por guiarme, cuidarme, ayudarme y corregirme siempre, a mi familia por apoyarme en todo, a mis amigos, mis hermanos en Cristo por orar por mí, a la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, por haberme permitido ser parte de su comunidad estudiantil y a mis profesores por haberme transmitido sus conocimientos durante clases y en el proceso de titulación.

Nelly Johanna Intriago Navarrete

Antecedentes Metodológicos

Las fiestas infantiles es una etapa que marca la etapa de la niñez debido que por medio de estas se viven experiencias únicas e inolvidables, los niños se sienten feliz cuando se los celebra y esperan con ansias ese día y los padres son quienes pueden hacer posible este sueño.

“Las fiestas infantiles constituyen una actividad extraordinaria que se espera con ilusión, se vive intensamente y se recuerda como algo agradable. Tiene en cabida en casi todos los ámbitos de la vida cotidiana, en la familia, en la escuela y en el tiempo libre, porque los motivos para celebrar una fiesta son numerosos”. (Garcia & Lull, 2009)

Las fiestas son actividades de ocio participativo y social que se caracteriza por la obtención de descanso respecto a lo que las personas hacen de forma cotidiana, es decir de la rutina diaria, a través de las fiestas ya sea para niños o adultos predominan valores que son positivos para los individuos participantes de esta actividad, donde se puede mencionar la alegría, la amistad, la espontaneidad, la creatividad, la imaginación entre otros. Siempre las fiestas se esperan con gran emoción y más aún cuando ésta es preparada para niños que siempre esperan con ilusión este tiempo y cuando llega el momento de disfrutarla se vive de forma intensa, con experiencias únicas y agradables que se recuerdan a través del tiempo. Cabe mencionar que para vivir todas estas experiencias es necesario que haya una preparación y organización previa, que haga posible que los individuos participantes disfruten de la fiesta y es de ahí que nace la necesidad de brindar servicios que organicen y animen dichas fiestas para lograr el objetivo de que las personas disfruten la misma.

Los faraones llevaron a cabo las primeras celebraciones de cumpleaños alrededor de los años 3000 A.C. en Egipto y en Babilonia se celebrarán en recuerdo y homenaje a

las personas que habían fallecido, y eran fiestas dedicadas a funcionarios de la alta clase en especial a los hombres. Al Rey siempre se le festejaba, a la Reina y sus hijos alguna vez al tiempo, pero aquellas personas de clase media o baja, no eran dignos de festejarse, al contrario eran quienes atendían y servían a los invitados en los festejos de la clase alta, ellos no eran considerados como parte de los invitados.

Los griegos adoptaron la costumbre egipcia de celebrar fiestas de cumpleaños, sus pasteles eran hechos de harina con miel. Según sus creencias decían que eran las diosas de la luna de la casa quienes ponían las velas en representación de la luz lunar y de los rayos del sol de la tierra. Los griegos festejaban a sus deidades griegas una vez por año en total doce fiestas. En cambio, a los niños y niñas no eran dignos de ser festejados pero el jefe de familia sí.

Los romanos fueron quienes iniciaron un cambio definitivo en las celebraciones de las fiestas de cumpleaños. Tal como se lo hace en la actualidad, la era cristiana instauró en el Senado la costumbre de considerar cumpleaños de personajes relevantes. En la actualidad los Gobiernos hacen fiestas y también Organismos Internacionales entre otros que añaden a sus fiestas anuales los festejos por el aniversario de personas importantes. Con el ascenso del cristianismo, la tradición de celebrar las fiestas de cumpleaños terminó. Se creía que los niños nacían con el pecado original de Adán y no merecían festejos. La iglesia consideraba que los egipcios y griegos festejaban en forma pagana.

No fue hasta 245 D.C. cuando un grupo de antiguos historiadores investigaban la fecha exacta del nacimiento de Cristo y esto fue rechazado por la iglesia católica, lo considero un sacrilegio que quisieran festejar el nacimiento como si fuera un Faraón. Fue después que la iglesia cambio de actitud con respecto a las fiestas de cumpleaños y esto marcó la tradición la Navidad y así fue como el mundo occidental recuperó la tradición de celebrar los cumpleaños. (Rodas & Del Castillo , 2014)

Resumen Ejecutivo

El presente proyecto elabora el plan de negocio para la creación de una microempresa de servicios en animaciones de fiestas infantiles con temáticas cristianas y seculares en la ciudad de Manta, siendo esta la actividad principal para así contribuir al desarrollo de la ciudad.

La microempresa “Pequeños de Reino” inicia las actividades creando alianzas estratégicas con las empresas Eventos Yanira y Sala de Eventos D'Clas de la ciudad, esto se lo hace con la finalidad de obtener crecimiento para “Pequeños de Reino”, consiguiendo flujo positivo en los primeros meses de operación.

Habiendo analizado los factores internos y externos de la microempresa se plantea ejecutar estrategias que ayuden a fortalecer las actividades empresariales de “Pequeños de Reino” las cuales consiste en ofertar precios competitivos con el fin de que pueda mantenerse activa y obtener oportunidad de crecimiento dentro de la misma actividad comercial, también se busca consolidar a la organización invirtiendo en publicidad BTL como: Facebook e Instagram que son redes sociales que permitirán dar a conocer los servicios con mayor facilidad a los clientes potenciales, debido que en la actualidad son muy visitadas por los usuarios, utilizar material P.O.P para dar a conocer a la compañía y aplicar Merchandising con el fin llamar la atención visual de los posibles consumidores y así mismo acaparar más mercado.

En el estudio de mercado se pudo identificar una demanda que está dispuesta a contratar los servicios de “Pequeños de Reino” con una aceptación del 95% reflejando una aceptación considerable, permitiendo poner en marcha las actividades de operación.

En los análisis operativos se identificaron todos los requerimientos necesarios para iniciar las operaciones de la empresa. Se realizaron varias cotizaciones para determinar cuál es la mejor opción en relación calidad – costo.

El estudio financiero muestra la inversión total necesaria para la ejecución del proyecto, que es de \$13.883 dólares, el 66% será con capital propio y el 34% con crédito bancario. El indicador financiero valor actual neto (VAN) es de \$8.542 dólares que es mayor a cero, la tasa interna de retorno (TIR) es de 31,5% que es mayor a la tasa de descuento y el periodo de recuperación de la inversión (PRI) es de 3 años 1 mes y 13 días. Los resultados de estos indicadores financieros demuestran que el proyecto es viable económicamente.

Tabla de Contenido

1. ORGANIZACIÓN ESTRATÉGICA	1
1.1. Misión	1
1.2. Visión	1
1.3. Objetivos	1
1.4. Objetivos Estratégicos	2
1.5. Actividad (modelo de negocio)	2
1.6. Oportunidad de negocio detectada	4
1.7. Organigrama Estructural y Funcional	5
1.8. Descripción del emprendedor	7
1.8.1. Equipo, Formación y experiencia.....	8
1.9. Alianzas estratégicas	9
1.10. Análisis FODA	11
1.10.1. Matriz MEFI (Factores Internos).....	12
1.10.2. Matriz MEFE (Factores Externos)	13
1.10.3. Puntos fuertes	14
1.10.4. Puntos débiles.....	14
1.10.5. Oportunidades.....	15
1.10.6. Amenazas.....	15
1.10.7. Estrategias de desarrollo en base al análisis FODA	17
1.11. Legal Jurídico y fiscal	18

1.11.1.	Antecedentes de la empresa y partes constituyentes	18
1.11.2.	Aspectos legales (forma jurídica de le empresa, forma jurídica del trabajo con alianzas).	18
1.11.3.	Modalidad contractual (empleador empleado).	23
1.11.4.	Permisos y licencias necesarias para el funcionamiento y ventas de productos.	23
1.11.5.	Cobertura de responsabilidad de seguros.	24
1.11.6.	Patentes, marcas y otros tipos de registros (protección legal).	25
2.	MERCADO.	27
2.1.	Investigación de mercado.	27
2.1.1.	Evidencias de mercado.	27
2.1.2.	Binomio producto-mercado.	33
2.1.3.	Segmentación.	34
2.1.4.	Muestreo	36
2.1.5.	Justificación del método escogido	36
2.1.6.	Perfil del consumidor	37
2.1.7.	Tamaño actual y proyectado	39
2.1.8.	Presentación de resultados	40
2.1.9.	Análisis general de la investigación de mercado	53
2.1.10.	Tamaño de Mercado	53
2.1.11.	Tendencias de mercado	54
2.1.12.	Factores de Riesgo	54

2.1.13.	Ingresos en base al análisis de mercado	55
2.1.14.	Proyección de ventas e ingresos mensuales y anuales	56
2.2.	Análisis de la competencia.	57
2.2.1.	Descripción de la competencia (competidores claves).....	57
2.2.2.	Competencia directa:	57
2.2.3.	Competencia indirecta:	59
2.2.4.	Comparación con la competencia.....	60
2.2.5.	Ventajas competitivas.....	61
2.2.6.	Barreras de entradas.....	62
2.2.7.	Análisis de las 5 fuerzas de Porter.....	63
2.3.	Precio.	66
2.3.1.	Variables para la fijación de precios.....	66
2.3.2.	Determinación de precios.	67
2.4.	Distribución y localización.	67
2.5.	Estrategias de promoción.	69
2.5.1.	Clientes claves.	69
2.5.2.	Estrategia de captación de clientes.	69
2.5.3.	Diagrama de Gantt.....	79
3.	OPERACIONES	80
3.1.	Producto	80
3.1.1.	Descripción del producto/servicio	80
3.1.2.	Paquetes de animación de “Pequeños de Reino”	81

3.1.3.	Diseño del producto / servicio.....	82
3.1.4.	Aspectos diferenciadores.....	84
3.2.	Proceso productivo.	86
3.2.1.	Proceso de elaboración o servucción.....	86
3.2.2.	Capacidad instalada o tamaño.	87
3.2.3.	Tecnologías necesarias para la producción	87
3.2.4.	Cronograma de producción – servucción	88
3.2.5.	Control de calidad.....	89
3.3.	Equipos e infraestructura necesarios.	89
3.4.	Requerimiento de mano de obra	90
3.5.	Requerimientos de insumos productivos	91
3.6.	Seguridad industrial y medio ambiente.	91
3.6.1.	Normativas de prevención de riesgos.....	91
3.6.2.	Normativas ambientales	92
4.	FINANCIERO	93
4.1.	Sistemas de cobros y pagos	93
4.1.1.	Sistema de cobro.....	93
4.1.2.	Sistema de pago	93
4.2.	Presupuesto de ingresos y costos	93
4.2.1.	Presupuesto de ingresos.....	93
4.2.2.	Presupuesto de costos y gastos	93
4.2.3.	Estados proforma de pérdidas y ganancias.....	96

4.2.4.	Análisis de punto de equilibrio.....	96
4.3.	Inversiones.....	98
4.3.1.	Análisis de inversiones.....	98
4.3.2.	Cronograma de inversiones.....	99
4.4.	Plan de financiamiento.....	99
4.4.1.	El costo del proyecto y su financiamiento.....	99
4.4.2.	Fuente de usos de fondos.....	100
4.4.3.	Estado de Balance General.....	101
4.5.	Evaluación.....	102
4.5.1.	Valor actual neto o valor presente neto.....	102
4.5.2.	Tasa interna de retorno.....	102
4.5.3.	Periodo de recuperación de la inversión.....	103
5.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	104
6.	ANEXOS.....	106

Índice de Tablas

<i>Tabla 1: Objetivos Estratégicos</i>	2
<i>Tabla 2: Equipos, Formación y experiencia</i>	8
<i>Tabla 3: FODA</i>	11
<i>Tabla 4: Matriz MEFI (Factores Internos)</i>	12
<i>Tabla 5: Matriz MEFE (Factores Externos)</i>	13
<i>Tabla 6: Explicación Gráfica de la Matriz MEFI y MEFE</i>	15
<i>Tabla 7: Ejes de los factores X y Y</i>	16
<i>Tabla 8: Estrategias de desarrollo en base al análisis FODA</i>	17
<i>Tabla 9: Matrimonios por mes de inscripción, de la provincia de Manabí y sus cantones de residencia habitual del contrayente</i>	29
<i>Tabla 10: P.E.A. Población Económicamente de Manta</i>	30
<i>Tabla 11: PEA con hijos dependientes y sin hijos/ sin cargo.</i>	31
<i>Tabla 12: Total de niños, niñas de entre 1 y 12 de la ciudad de Manta.</i>	32
<i>Tabla 13: Total de niños, niñas de entre 1 y 12 de la ciudad de Manta de acuerdo a la Zona</i>	32
<i>Tabla 14: PEA ingresos medios</i>	33
<i>Tabla 15: Matriz Ansoff</i>	34
<i>Tabla 16: Segmentación</i>	35
<i>Tabla 17: El papel del cliente</i>	38
<i>Tabla 18: Muestreo.</i>	39
<i>Tabla 19: Género</i>	40
<i>Tabla 20: Rango de edad</i>	41

<i>Tabla 21: Si tiene hijos menores de 12 años continúe con la encuesta, ¿Qué edad tiene su hijo(s)?</i>	42
<i>Tabla 22: ¿Con que frecuencia usted contrata servicio de animaciones de fiestas infantiles a domicilio?</i>	43
<i>Tabla 23: De acuerdo a su experiencia ¿Quién propone la idea de celebrar las fiestas de cumpleaños a sus hijos(as)?</i>	44
<i>Tabla 24: ¿Le satisface a usted realizar fiestas de cumpleaños a sus hijos(as)?</i>	45
<i>Tabla 25: ¿Le gustaría a usted utilizar servicios en animaciones de fiestas infantiles con temáticas cristianas?</i>	46
<i>Tabla 26: ¿Conoce usted empresas que brinden servicios en animaciones de fiestas infantiles con temáticas bíblicas cristianas?</i>	47
<i>Tabla 27: Además de la animación, juegos, dinámicas y sorpresas ¿Qué más le gustaría que contenga el servicio de animaciones de fiestas infantiles?</i>	48
<i>Tabla 28: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por servicio de animación de fiestas infantiles con temáticas cristianas y no cristianas a domicilio?</i>	49
<i>Tabla 29: ¿Dónde le gustaría que este ubicada la empresa?</i>	50
<i>Tabla 30: De las siguientes empresas ¿Cuál usted ha contratado para realizar y animar fiestas infantiles?</i>	51
<i>Tabla 31: ¿A través de que medio le gustaría recibir información sobre el servicio en animaciones de fiestas infantiles?</i>	52
<i>Tabla 32: Tamaño de Mercado</i>	53
<i>Tabla 33: Capacidad Instalada</i>	53
<i>Tabla 34: Tasa de crecimiento del sector económico de servicios sociales</i>	55
<i>Tabla 35: Inflación anual</i>	55
<i>Tabla 36: Proyección de ventas e ingresos mensuales y anuales</i>	56

<i>Tabla 37: Comparación con la competencia directa</i>	61
<i>Tabla 38: Comparación de precios</i>	67
<i>Tabla 39: Distribución y Localización</i>	68
<i>Tabla 40: Costos de Redes Sociales</i>	70
<i>Tabla 41: Costos de publicidad P.O.P.</i>	71
<i>Tabla 42: Costos de Regalos Promocionales (Bolsitos)</i>	75
<i>Tabla 43: Costo de sorteo de animación</i>	75
<i>Tabla 44: Costos de Regalos promocionales (Gorritas Camisetas)</i>	77
<i>Tabla 45: Merchandising</i>	77
<i>Tabla 46: Diagrama de Gantt</i>	79
<i>Tabla 47: Descripción del Producto/servicio</i>	80
<i>Tabla 48: Tecnologías necesarias para la producción</i>	87
<i>Tabla 49: Muebles de oficina</i>	89
<i>Tabla 50: Equipos de oficina</i>	89
<i>Tabla 51: Requerimientos de mano de obra</i>	90
<i>Tabla 52: Servicios profesionales</i>	90
<i>Tabla 53: Requerimientos de insumos productivos</i>	91
<i>Tabla 54: Presupuesto de ingresos</i>	93
<i>Tabla 55: Servicios básicos</i>	93
<i>Tabla 56: Arriendo</i>	94
<i>Tabla 57: Útiles de oficina</i>	94
<i>Tabla 58: Implementos de limpieza</i>	94
<i>Tabla 59: Mantenimientos</i>	94
<i>Tabla 60: Seguros</i>	95
<i>Tabla 61: Publicidad</i>	95

<i>Tabla 62: Estados de pérdidas y ganancias</i>	96
<i>Tabla 63: Punto de equilibrio</i>	97
<i>Tabla 64: Punto de equilibrio ingresos/unidades</i>	97
<i>Tabla 65: Plan de inversión</i>	98
<i>Tabla 66: Costo del proyecto y su financiamiento</i>	99
<i>Tabla 67: Tabla de amortización crédito bancario</i>	100
<i>Tabla 68: Fuente de usos de fondos</i>	100
<i>Tabla 69: Balance general proyectado</i>	101
<i>Tabla 70: Flujos de fondos netos</i>	102
<i>Tabla 71: Periodo de recuperación de la inversión</i>	103

Índice de Gráficos

<i>Figura 1: Modelo Canvas</i>	4
<i>Figura 2: Organigrama estructural y funcional</i>	5
<i>Figura 3: Matriz EFI y EFE</i>	16
<i>Figura 4: Porcentaje de niños y niñas por rango de edad de Ecuador</i>	28
<i>Figura 5: Total de población de la ciudad de Manta.</i>	28
<i>Figura 6: Tasa de nupcialidad por sexo y grupos de edad por 1.000 Habitantes</i>	30
<i>Figura 7: Números de hijos que viven con padres en Ecuador.</i>	31
<i>Figura 8: Total de niños, niñas de entre 0 y 12 de la ciudad de Manta.</i>	32
<i>Figura 9: Ingresos promedios mensuales de Padres de familia en Manta.</i>	33
<i>Figura 10: Género</i>	40
<i>Figura 11: Rango de Edad</i>	41

<i>Figura 12: Si tiene hijos menores de 12 años continúe con la encuesta, ¿Qué edad tiene su hijo(s)?</i>	42
<i>Figura 13: ¿Con que frecuencia usted contrata servicio de animaciones de fiestas infantiles a domicilio?</i>	43
<i>Figura 14: De acuerdo a su experiencia ¿Quién propone la idea de celebrar las fiestas de cumpleaños a sus hijos(as)?</i>	44
<i>Figura 15: ¿Le satisface a usted realizar fiestas de cumpleaños a sus hijos(as)?</i>	45
<i>Figura 16: ¿Le gustaría a usted utilizar servicios en animaciones de fiestas infantiles con temáticas cristianas?</i>	46
<i>Figura 17: ¿Conoce usted empresas que brinden servicios en animaciones de fiestas infantiles con temáticas bíblicas cristianas?</i>	47
<i>Figura 18: Además de la animación, juegos, dinámicas y sorpresas ¿Qué más le gustaría que contenga el servicio de animaciones de fiestas infantiles?</i>	48
<i>Figura 19: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por servicio de animación de fiestas infantiles con temáticas cristianas y no cristianas a domicilio?</i>	49
<i>Figura 20: ¿Dónde le gustaría que este ubicada la empresa?</i>	50
<i>Figura 21: De las siguientes empresas ¿Cuál usted ha contratado para realizar y animar fiestas infantiles?</i>	51
<i>Figura 22: ¿A través de que medio le gustaría recibir información sobre el servicio en animaciones de fiestas infantiles?</i>	52
<i>Figura 23: Fuerzas de Porter</i>	63
<i>Figura 24: Mapa de ubicación</i>	68
<i>Figura 25: Identidad empresarial</i>	69
<i>Figura 26: Arte de publicidad en redes sociales</i>	70
<i>Figura 27: Material POP tríptico</i>	72

<i>Figura 28: Material POP Tarjetas de presentación</i>	<i>73</i>
<i>Figura 29: Material POP Flyers.....</i>	<i>74</i>
<i>Figura 30: Promoción en Redes sociales.....</i>	<i>76</i>
<i>Figura 31: Material POP letrero de identificación luminoso.....</i>	<i>78</i>
<i>Figura 32: Paquete 1 "El Reino de Dios llega a casa".....</i>	<i>81</i>
<i>Figura 33: Paquete 2 de animación de "Pequeños de Reino"</i>	<i>81</i>
<i>Figura 34: Paquete 3 de animación de "Pequeños de Reino"</i>	<i>82</i>
<i>Figura 35: Isólogo de "Pequeños de Reino".....</i>	<i>82</i>
<i>Figura 36: Logotipo de "Pequeños de Reino"</i>	<i>83</i>
<i>Figura 37: Isotipo de "Pequeños de Reino".....</i>	<i>84</i>
<i>Figura 38: Proceso de elaboración o servucción</i>	<i>86</i>
<i>Figura 39: Capacidad Instalada.</i>	<i>87</i>
<i>Figura 40: Cronograma de producción / servucción.....</i>	<i>88</i>
<i>Figura 41: Punto de equilibrio.....</i>	<i>98</i>

1. ORGANIZACIÓN ESTRATÉGICA

1.1. Misión

Pequeños de Reino es una empresa dedicada a brindar servicios personalizados de animaciones de fiestas infantiles creativas y de calidad con temáticas cristianas y seculares, con el fin de satisfacer a nuestros clientes.

1.2. Visión

Alcanzar para el 2027 posicionamiento local y provincial, transformándose en una empresa líder y reconocida en ofertar servicios de animaciones de fiestas infantiles con temáticas al gusto del cliente, logrando satisfacer sus requerimientos a un costo accesible.

1.3. Objetivos

Objetivo general del proyecto

Desarrollar un plan de negocio para la creación de una microempresa de servicios en animaciones de fiestas infantiles con temáticas cristianas y seculares.

Objetivos específicos

- Realizar el estudio de mercado para identificar la demanda en servicios de animaciones infantiles.
- Hacer un análisis estratégico para la etapa introducción de la empresa en el mercado.
- Analizar y evaluar la viabilidad de proyecto desde el punto de vista económico y financiero.

1.4. Objetivos Estratégicos

Tabla 1: *Objetivos Estratégicos*

Tipo de objetivo	Objetivo	Indicador	Meta
Corto plazo	Captar mercado objetivo.	Cantidad de clientes potenciales 10.924 (ingresos medios 10.94%)	2,4% (244 clientes)
	Implementar estrategias de publicidad ATL en medios como redes sociales.	Números de likes y compartir (Base de consumidores potenciales)	5% (546)
Mediano plazo.	Incrementar cartera de clientes.	Aumento de la demanda en función de clientes potenciales.	40%
	Aumentar ventas anuales	Ventas anuales.	3%
Largo plazo.	Posicionar la marca en la mente del consumidor.	% Recordación de la marca/empresa. (Base de consumidores potenciales)	5% (546)

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

1.5. Actividad (modelo de negocio)

El negocio se encargará de dar servicios de animaciones de fiestas infantiles con temáticas cristianas y seculares que integrarán servicios de planeación anticipada, logística del personal y operación de los mismos, según el gusto del cliente, en donde estará inmerso, músicas, disfraces acordes a la temática.

La idea de negocio surgió al detectar a través de la técnica de observación, de la carencia en dar servicios para animaciones de fiestas infantiles especialmente con

temáticas de carácter cristiano, es decir contar a los niños historias bíblicas mediante imitación de personajes bíblicos.

Además, porque se tiene la oportunidad de ser maestra de niños en una iglesia cristiana y estar inmersa en las actividades de entretenimiento y animación infantil de la iglesia y las sucursales en las cuales se congrega.

“Pequeños de Reino” será una empresa de entretenimiento para niños y niñas con animaciones diferentes y personalizadas, los clientes serán los padres de familias que deseen celebrar fiestas o eventos para sus hijos.

El sector en donde se desarrollará el modelo de negocio será el de servicios de entretenimiento infantil, en donde los niños/as se divertirán en dinámicas y juegos, el anhelo de todo padre es ver felices a los hijos, observar el desarrollo y crecimiento, teniendo consigo hermosos recuerdos de cumpleaños o fiestas especiales, donde la inocencia de cada niño se refleja en sus rostros felices.

La empresa “Pequeños de Reino” estará ubicada en la ciudad de Manta en un lugar estratégico. El proyecto aún no está puesto en marcha es decir que la empresa no está iniciada.

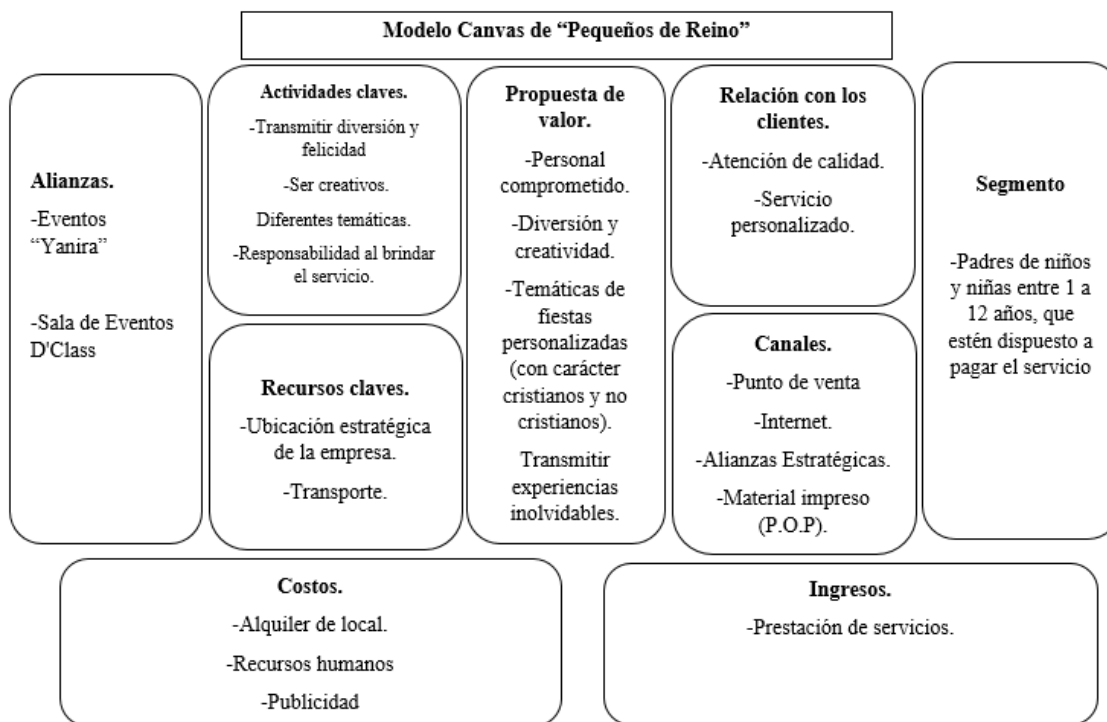


Figura 1: Modelo Canvas

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

1.6. Oportunidad de negocio detectada

Se detectó la oportunidad de brindar servicios de animaciones de fiesta infantiles con temáticas diferentes, teniendo como ventaja el conocimiento del tema del proyecto, debido a que la emprendedora tiene experiencia en trabajar con niños y ser maestra de escuelas dominicales en iglesias cristianas.

Además, se pudo detectar de forma observacional que el mercado de personas cristianas cuando hacen celebraciones infantiles, no encuentran empresas para contratar servicios de animaciones con las temáticas bíblicas, en base a la experiencia, observación y conocimiento de comportamiento de este mercado, se pretende penetrar al mismo.

1.7. Organigrama Estructural y Funcional

La empresa designa actividades, de acuerdo a sus habilidades donde cada área debe cumplir las tareas laborales, trabajando con responsabilidad, creatividad esmero y perseverancia con el fin de satisfacer a la empresa y lo más importante a los consumidores finales.

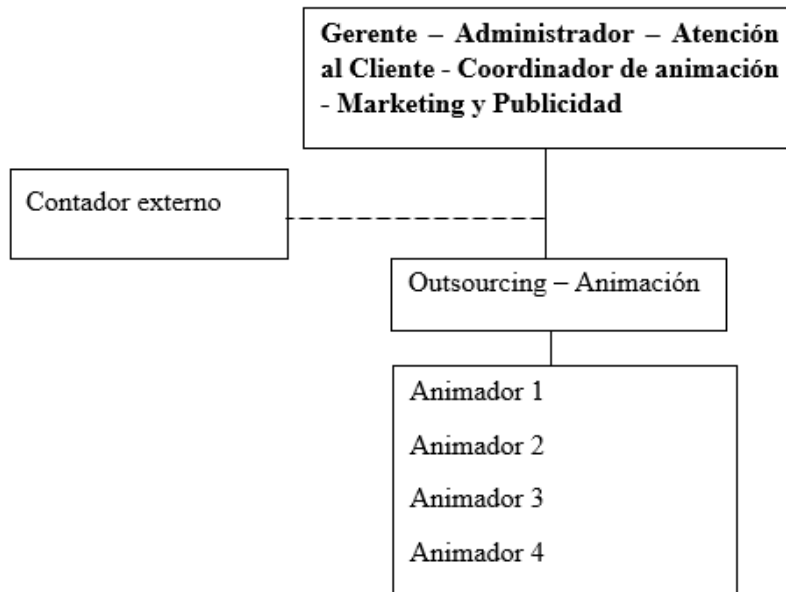


Figura 2: Organigrama estructural y funcional

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

Descripción de los puestos de trabajo

Gerente-Administrador. Persona que se encargará de liderar, controlar las actividades y funciones de la empresa a través del manejo de recursos humanos (personal) y monetarios (ingresos y costos), cumpliendo con los objetivos planteados de la empresa.

Funciones:

- Coordina al personal y fechas de eventos.
- Establece políticas internas de la empresa.
- Controla las finanzas de la empresa.

- Mantiene al día los permisos de funcionamiento de la empresa.
- Motiva a los colaboradores para cumplir los objetivos.
- Ofrece direccionamiento al personal de acuerdo a sus funciones

Habilidades:

- Soluciona y maneja problemas y conflictos.
- Trabaja bajo presión.
- Conoce y analiza el mercado y sus cambios.

Marketing y Publicidad y coordinador de animación. Persona que se encargará de coordinar estrategia de publicidad, estrategias de mercadeo, captación de nuevos clientes y posicionar la empresa en el mercado, además de coordinar eventos y contactar clientes.

Funciones:

- Crea estrategia de marketing.
- Analiza el mercado y sus cambios constantes.
- Ayuda a cumplir con los objetivos de la empresa.
- Gestiona en conjunto con el personal el buen servicio al cliente.
- Capta nuevos clientes.

Habilidades:

- Creativo y analítico.
- Personalidad agradable.
- Escucha y motiva.
- Solucionador de problemas.
- Coordinar los eventos.

Outsourcing - Animación. Personas externas a la empresa que estarán encargada de animar con objetos, dinámicas, juegos y concursos atrayendo la atención de niños/as logrando que se divirtían.

Funciones:

- Animar fiestas infantiles con juegos y dinámicas.
- Interactuar y ayudar en la diversión de los niños, tanto física y mental.
- Fijarse que los niños que no se lastimen en las actividades de animaciones, juegos y concursos.

Habilidades:

- Ser dinámico y creativo.
- Tener conocimiento sobre características de personajes requeridos por clientes.
- Expresar mucha felicidad.
- Saber actuar y pintar caritas

1.8. Descripción del emprendedor

La proponente del plan de negocio será la directa emprendedora y creadora de la idea del negocio, quién se encargará de la realización de las actividades de servicios que la empresa ofrecerá, lo que permitirá el impulso del servicio de animaciones de fiestas infantiles con cualquier tipo de temáticas para los niños de la ciudad de Manta incluyendo los niños con creencias cristianas.

Para este proyecto de emprendimiento estará conformado por: la señora Johanna Intriago que tiene conocimientos de mercadeo, administrar recursos empresariales tanto materiales como humanos y experiencias en animaciones de eventos infantiles.

Las características predominantes que identifican al emprendedor son:

- Decidir y analizar cuáles son los recursos tomados para la actividad que se va a desempeñar, luego monitorear el desempeño de la actividad, ante durante y después del servicio de animaciones de fiestas infantiles.
- Tomar decisiones adecuadas, ante cualquier actividad de la empresa.
- Trabajar con responsabilidad y efectividad.
- Motivar para lograr los objetivos planteados.
- No mezclar los problemas personales con los laborales.
- Dar solución oportuna a posibles problemas.

1.8.1. Equipo, Formación y experiencia

Tabla 2: Equipos, Formación y experiencia

Cargo	Experiencia	Aportes	Formación	Conocimiento
Administrador, Servicio al cliente, Marketing y Publicidad y Coordinador de animación	Experiencia mínima de 1 año, en áreas de trabajo.	Administrar, dinamismo para atención al cliente aplicar estrategias de publicidad y mercadeo.	Título de tercer nivel en mercadotecnia y marketing.	En administración, atención al cliente, aplicación de estrategia de publicidad y mercadeo, captación de nuevos clientes y posicionamiento.
Animaciones - Outsourcing	Experiencia mínima de 6 meses, en áreas de trabajo.	Manejar dinámicas y juegos infantiles con creatividad, alegría y técnicas para pintar caritas.	Conocimiento en el área de trabajo.	En interactuar con niños/as para captar la atención y el interés de los mismos, por medio de juegos y dinámicas.

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

1.9. Alianzas estratégicas

Las alianzas estratégicas es un convenio entre dos o más empresas, con el fin de trabajar en conjunto mediante un compromiso de apoyo entre las partes, logrando beneficios similares que ayuden al crecimiento de ambas básicamente se las hace para conseguir mayor número de clientes, cumplir los deseos y necesidades y aumentar la rentabilidad. (Goorderl, 2012)

Normalmente las alianzas estratégicas se hacen entre organizaciones que no son competidoras entre sí, pero están dirigida al mismo tipo de mercado objetivo y ofrecen productos o servicios complementarios.

Las alianzas estratégicas aplicadas en las empresas son oportunidades que se deben aprovechar al máximo para llegar al éxito, es por eso que la empresa de servicio “Pequeños de Reino” realizará alianzas estratégicas con:

- **Eventos Yanira.** Empresa de servicio de que dedica a la organización e implementación de eventos sociales, corporativos e infantiles, en el lugar que el cliente lo disponga y además cuentan con salón de evento, el cual lo ponen a disposición. La alianza estratégica entre estas dos empresa constará en que “Pequeños de Reino” ofrecerá a Eventos “Yanira” el servicio de animación infantil cuando los clientes lo soliciten, la empresa la incluirá en su lista de contacto para brindar la animación y a cambio, se dará un 10% de descuento del costo de la animación para Eventos “Yanira”, esto se lo hará con el objetivo de obtener reconocimiento de la empresa en el mercado, para dar a conocer “Pequeños de Reino” mostrará trípticos con los paquetes de animación que oferta a Eventos “Yanira” la cual está ubicada en la Calle 12 Vía san Mateo diagonal a la universidad.

- **Sala de Eventos D'Class.** Empresa que está ubicada en la ciudad de Manta en el Barrio Jocay J9 entre J6 y J8 y se dedica a brindar servicios de organización de todo tipo de eventos, incluyendo los infantiles. La alianza que se hará con esta empresa consta de ofrecer los servicios de “Pequeños de Reino” cuando los clientes necesiten servicios de animación de fiestas infantiles, esta empresa tendrá en la lista de contacto a “Pequeños de Reino” y cambio se dará un 10% en base al costo de la animación a Sala de Eventos D'Class se hace esta alianza para que la empresa nueva que está recién incursionando en el mercado pueda obtener reconocimiento de marca. También se dará a conocer los paquetes de animación por medio de trípticos.

1.10. Análisis FODA

Tabla 3: FODA

AMBIENTE INTERNO	AMBIENTE EXTERNO
Fortalezas: <ol style="list-style-type: none">1. Servicios de animaciones de fiestas diferenciados con temáticas personalizadas, animaciones y juegos creativos.2. Conocimiento sobre entretenimiento infantil.3. Servicios de animaciones a domicilios.4. Precios competitivos.5. Existirá un merchandising visual en el local.6. Se dará servicio posventa.	Oportunidades: <ol style="list-style-type: none">1. Tener contactos con empresas privadas para ofertar los servicios de entretenimiento infantil en fechas especiales como navidad y otras.2. Hacer alianzas estratégicas.3. Incremento de la demanda.4. Posibles préstamos monetarios para incrementar los recursos de la empresa.5. Posicionarse en el mercado.6. Ofertar productos complementarios al servicio ofrecido.
Debilidades: <ol style="list-style-type: none">1. No contar con suficiente personal de animación interno para cumplir contrataciones simultáneas.2. No tener experiencia por ser nuevos en el mercado.3. Falta de recursos económicos para innovar en equipos complementarios al servicio.4. Escasa imagen de la empresa en el mercado.5. Servicio que no es de primera necesidad.6. No contar con infraestructura propia.	Amenazas: <ol style="list-style-type: none">1. Incremento de la competencia dentro de la misma industria.2. Mayor control de natalidad en el país.3. Factor climático que afecten la actividad.4. Desempleo, inflación y pobreza.5. Posibles leyes gubernamentales que afecten la actividad.6. Aumento delincriminal en la ciudad.

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

1.10.1. Matriz MEFI (Factores Internos)

“La columna de calificación tiene dos subcolumnas que son Tipo y Número. En la primera el estudiante clasifica los factores críticos de éxito de la siguiente manera: las fortalezas se identifican como Fortaleza Mayor (4) o Fortaleza Menor (3) y las debilidades se identifican como Debilidad Menor (2) o Debilidad Mayor (1). El resultado de sumar y totalizar esta puntuación corresponde a la posición interna de la compañía; cabe recordar que una puntuación por encima de 2,5 significa que la posición interna de la compañía es fuerte, de lo contrario se dice que la compañía tiene una posición interna débil”. (Trujillo, 2018)

Tabla 4: Matriz MEFI (Factores Internos)

FACTORES INTERNOS A ANALIZAR	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDEDARADO
FORTALEZAS.			
Servicios de animaciones de fiestas diferenciados con temáticas personalizadas, animaciones y juegos creativos.	0,12	4	0,48
Conocimiento sobre entretenimiento infantil.	0,08	3	0,24
Servicios de animaciones a domicilios.	0,07	3	0,21
Precios competitivos.	0,08	3	0,24
Existirá un merchandising visual en el local.	0,11	4	0,44
Se dará servicio Posventa	0,12	4	0,48
SUBTOTAL	0,58		2,09
DEBILIDADES.			
1. No contar con suficiente personal de animación interno para cumplir contrataciones simultáneas.	0,10	1	0,10
No tener experiencia por ser nuevos en el mercado.	0,04	2	0,08
Falta de recursos económicos para innovar en equipos complementarios al servicio.	0,08	1	0,08
Escasa imagen de la empresa posicionada en el mercado.	0,05	1	0,05
Servicio que no es de primera necesidad	0,05	2	0,10
No contar con infraestructura propia.	0,10	1	0,10
SUBTOTAL	0,42		0,51
TOTAL.	1,00		2,60

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

La suma total de la matriz MEFI es de 2,60, estando arriba del promedio (2,5) cabe mencionar y destacar que lo más importante consiste en comparar los pesos ponderados entre las fortalezas y debilidades y no solo sumar los pesos ponderados totales de la matriz en general, después de haber sumados las fortalezas versus la debilidades se puede decir que las fortalezas son favorables para la empresa debido a que tiene un total

de pesos ponderados de 2,09 contra un total de pesos ponderados de las debilidades de 0,51 por lo tanto se determina que las fortalezas son optimistas y muy importantes para la organización.

1.10.2. Matriz MEFE (Factores Externos)

“La columna calificación tiene dos subcolumnas tituladas Tipo y Número. En la subcolumna Tipo el estudiante clasifica los factores críticos de éxito como respuesta Superior (4), Respuesta superior a la Media (3), Respuesta Media (2), Respuesta Mala (1). Finalmente, en la columna Puntuación el simulador le muestra al estudiante para cada factor crítico de éxito el resultado de multiplicar la columna Peso con la subcolumna Número. Esta puntuación se suma y se totaliza con el propósito de identificar la posición externa de la compañía; cabe recordar que una puntuación superior a 2,5 significa que la empresa tiene una posición competitiva fuerte para aprovechar las condiciones del entorno, lo contrario deja ver que la compañía tiene una posición competitiva débil”. (Trujillo , 2018)

Tabla 5: Matriz MEFE (Factores Externos)

FACTORES EXTERNO A ANALIZAR	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDEDARADO
OPORTUNIDADES.			
Tener contactos con empresas privadas para ofertar los servicios de entretenimiento infantil en fechas especiales como navidad y otras	0,08	4	0,32
Incremento de la demanda.	0,12	4	0,48
Posibles préstamos monetarios para incrementar los recursos de la empresa.	0,08	4	0,32
Hacer alianzas estratégicas.	0,08	3	0,24
Posicionarse en el mercado.	0,12	4	0,48
Ofertar productos complementarios al servicio ofrecido	0,03	3	0,09
SUBTOTAL	0,51		1,93
AMENAZAS			
Incremento de la competencia dentro de la misma industria.	0,10	2	0,20
Mayor control de natalidad en el país	0,07	2	0,14
Factor climático que afecten la actividad	0,07	2	0,14
Desempleo, inflación y pobreza.	0,10	1	0,10
Posibles leyes gubernamentales que afecten la actividad.	0,08	1	0,08
Amuento delincencial en la ciudad	0,07	2	0,14
SUBTOTAL	0,49		0,80
TOTAL.	1,00		2,73

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

La suma de la matriz MEFE es de 2,73 estando arriba del promedio (2,5) donde se puede notar que el mayor peso se encuentra en las oportunidades con un peso ponderado de 1,93 versus un peso ponderado de 0,80 de las amenazas, entonces se puede decir que el ambiente externo es favorable para la empresa debido a que en las oportunidades se encuentra el mayor peso ponderado.

1.10.3. Puntos fuertes

La empresa “Pequeños de Reino” tendría como puntos fuertes, ser una de las primeras empresas en brindar servicios de animaciones de fiestas enfocada al mercado cristiano, ofreciendo temáticas diferentes con un servicio de calidad bajo una filosofía de: estar en el lugar y el momento que los clientes lo deseen, con el fin de satisfacerlos, además de tener el conocimiento sobre temáticas cristianas y trabajar con niños cristianos lo que ha permitido conocer el mercado. También la empresa estará ubicada en un lugar estratégico donde hay afluencias de personas, utilizando un buen Merchandising y un servicio posventa para saber en qué se ha fallado y mejorar.

1.10.4. Puntos débiles

La empresa “Pequeños de Reino” tendría como puntos débiles no tener el suficiente personal de animación interno para atender a un crecimiento de demanda que se dé con el pasar del tiempo bajo la influencia de los esfuerzos de marketing para captar clientes.

Además de no contar con el capital para la inversión de la creación de la empresa que es uno de los factores claves para poner en marcha el negocio, otro factor en contra sería la falta de experiencia por ser una empresa nueva en el mercado.

1.10.5. Oportunidades

Entrar a un mercado que no está en su totalidad atendido en esta actividad como es el mercado cristiano, otra oportunidad sería el acceso a entidades financieras que brindan préstamos a emprendedores con facilidades de pagos que ayudará a la creación de la empresa.

También se considerará como oportunidad hacer alianzas estratégicas que ayuden a posicionar la empresa en el mercado teniendo beneficios mutuos.

1.10.6. Amenazas

Las amenazas más latentes para “Pequeños de Reino” es la competencia actual que ya tienen una imagen en el mercado, lo que las hace más competitivas y las que podrían aparecerse en el transcurso del tiempo que incursiones con menores precios en el mercado.

Otra amenaza son los cambios macroeconómicos que el país enfrenta, como por ejemplo una economía negativa, donde se incrementaría el desempleo y la pobreza, en la parte socioeconómica hay parejas que se abstienen a tener muchos hijos.

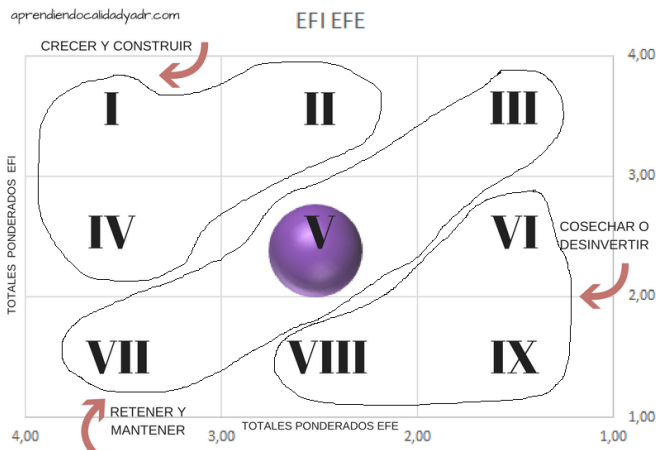
Tabla 6: Explicación Gráfica de la Matriz MEFI y MEFE

-
- Si la esfera se encuentra en los cuadrantes I, II o IV: **Crecer y construir.**
 - Si la esfera se encuentra en los cuadrantes III, V o VI: **Retener y mantener.**
 - Si la esfera se encuentra en los cuadrantes VII, VIII o IX: **Cosechar o desinvertir.**

Tanto en el eje X (EFE), como en el eje Y (EFI)

- Los valores de 1,0 a 1,99 representan una posición interna débil.
- Una puntuación de 2,0 a 2,99 se considera la media.
- Unos resultados entre de 3,0 a 4,0 representan una posición fuerte.

Elaborado por: Gehisy, Herramientas para el análisis del contexto: MEFI y MEFE; Noviembre del 2016.



Elaborado por: Gehisy, Herramientas para el análisis del contexto: MEFI y MEFÉ; Noviembre del 2016

Tabla 7: Ejes de los factores X y Y

Factores Internos	Y	2,60
Factores externos	X	2,59
Media		2,595

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

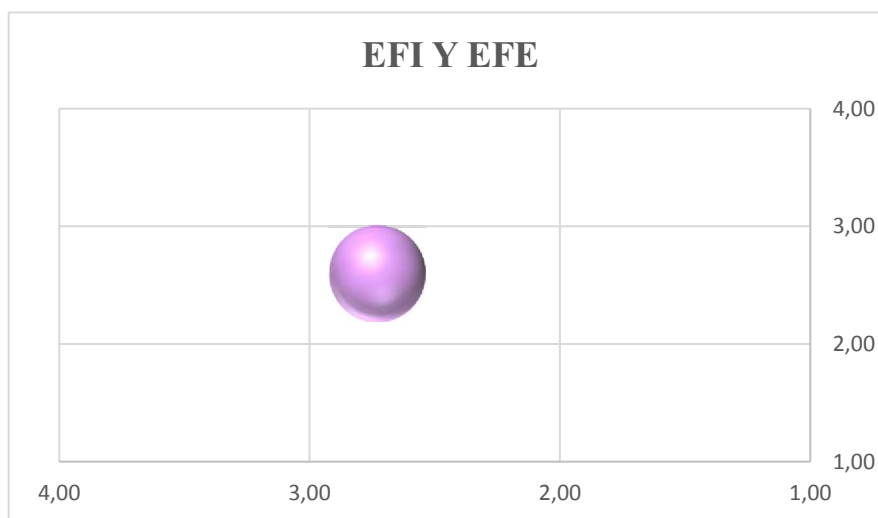


Figura 3: Matriz EFI y EFE

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

Los resultados que la Matriz EFI y EFE muestra, que la empresa está **en retener y mantener la propuesta de negocio**, se debe aplicar estrategias que generen aportación para la empresa.

1.10.7. Estrategias de desarrollo en base al análisis FODA

Tabla 8: Estrategias de desarrollo en base al análisis FODA

ANÁLISIS Y ESTRATEGIAS	
<p style="text-align: center;">FO</p> <ul style="list-style-type: none">▪ (F1 – O3) Brindar servicios con temáticas diferenciadas de la competencia lo que permitirá el posible incremento de la demanda del servicio.▪ (F4- O1) Ofertar precios competitivos del servicio con el fin de obtener contratos de empresas privadas.	<p style="text-align: center;">DO</p> <ul style="list-style-type: none">▪ (D3 – O4) Obtener préstamos económicos para invertir en la empresa y así dar un servicio excelente.▪ (D2 – O2) Obtener alianzas estratégicas con empresa que ya están trabajando en el mercado con servicios complementarios a los nuestros, lo que ayudará a obtener experiencia empresarial.
<p style="text-align: center;">FA</p> <ul style="list-style-type: none">▪ (F2 – A1) Poner en prácticas los conocimientos sobre entretenimiento infantil para contrarrestar el posible incremento de la competencia.▪ (F5 – A1) Aplicación de Merchandising para llamar la atención visual de los posibles consumidores y así acaparar más mercado.	<p style="text-align: center;">DA</p> <ul style="list-style-type: none">▪ (D4 – A1) Usar medios de publicidad BTL, ofertando los servicios y así obtener una buena imagen en el mercado, contrarrestando a la competencia.▪ (D1 – A1) Contratar personal de animación fijo para no quedar mal con el cliente y este no se vaya con la competencia.

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

1.11. Legal Jurídico y fiscal

Hay que tener en cuenta que para que las empresas funcionen y tengan actividad ya sea industrial, comercial o de servicio es necesario que se cumpla leyes y requisitos, esto se lo hace para no tener problemas a futuro con la apertura de la empresa y funcione de manera legal en un Estado, cabe recalcar que esto se lo realiza antes de empezar sus operaciones empresariales.

1.11.1. Antecedentes de la empresa y partes constituyentes

“Pequeños de Reino” es una empresa que brindará servicios de entretenimiento infantil, está dirigida a los más pequeños de la casa, tomando como mercado referente específicamente de la ciudad de Manta, se ha detectado la oportunidad de ofrecer servicios de animaciones de fiestas infantiles con temáticas diferentes.

1.11.2. Aspectos legales (forma jurídica de le empresa, forma jurídica del trabajo con alianzas).

“Pequeños de Reino se constituirá bajo la forma de empresa unipersonal de responsabilidad limitada perteneciente a una persona natural, la misma que será el gerente propietario, el capital estará constituido por el monto total del dinero que el emprendedor destine para la actividad el 66% estará aportado por recursos propios y el 34% por crédito bancario.

Sección 1: De las Generalidades y Naturaleza jurídica

▪ Artículo 1

Toda persona natural con capacidad legal para realizar actos de comercio, podrá desarrollar por intermedio de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada cualquier actividad económica que no estuviere prohibida por la ley, limitando su

responsabilidad civil por las operaciones de la misma al monto del capital que hubiere destinado para ello.

▪ **Artículo 4:**

La empresa unipersonal de responsabilidad limitada deberá siempre pertenecer a una sola persona y no podrá tenerse en copropiedad, salvo el caso de la sucesión por causa de muerte a que se refiere el artículo 37 de esta Ley.

La persona natural a quien pertenece una empresa unipersonal de responsabilidad limitada se llama "gerente-propietario".

Aunque tuviere formada sociedad conyugal al constituirse la empresa, el gerente-propietario o la gerente-propietaria se reputarán, respecto de terceros, esto es, con excepción de su cónyuge, como único dueño o dueña de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada.

No obstante, si el matrimonio se disolviera por cualquier razón durante la existencia de la empresa, su patrimonio deberá ser tomado en cuenta para el cálculo de los respectivos gananciales, y el cónyuge que no hubiere sido el gerente-propietario, o sus herederos, adquirirán un crédito contra la empresa por los gananciales de aquel, que deberá pagarse en el plazo de un año después de la disolución de la sociedad conyugal

La empresa unipersonal de responsabilidad limitada que se constituyere antes del matrimonio, no formará parte de la respectiva sociedad conyugal posterior, ni en todo ni en parte, salvo que expresamente se lo hubiere incorporado en el haber de la sociedad conyugal, mediante capitulaciones matrimoniales.

Sección 3: De la Nacionalidad y Domicilio

- **Artículo 13:**

Toda empresa unipersonal de responsabilidad limitada, que se constituya y se inscriba en el Ecuador tendrá la nacionalidad ecuatoriana y su domicilio principal deberá estar ubicado en un cantón del territorio nacional, pudiendo operar ocasional o habitualmente en cualquier otro lugar de la República o fuera de ella.

El domicilio principal de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, estará en el lugar que se determine en el acto de su constitución y puede diferir del domicilio de su gerente-propietario, así como del lugar de explotación de su negocio.

Sección 5: Del Plazo

- **Artículo 19**

Toda empresa unipersonal de responsabilidad limitada, deberá constituirse por un plazo determinado. Dicho plazo deberá constar en el acto constitutivo en forma expresa y de manera clara.

El plazo de la empresa puede restringirse o prorrogarse de manera expresa de conformidad con esta Ley.

Una vez vencido el plazo de duración de la empresa, ésta deberá disolverse y liquidarse, a no ser que con anterioridad se hubiere otorgado ya la correspondiente escritura pública que contuviere la prórroga respectiva; pero, si dicha escritura no se inscribiere en el Registro Mercantil dentro de los doce meses posteriores a su otorgamiento, la empresa deberá necesariamente liquidarse sin más dilación.

Sección 6: Del Capital

▪ Artículo 20

El capital inicial de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, estará constituido por el monto total del dinero que el gerente-propietario hubiere destinado para la actividad de la misma, según el artículo 1 de esta Ley.

▪ Artículo 21

El capital asignado a la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, no podrá ser inferior al producto de la multiplicación de la remuneración básica mínima unificada del trabajador en general, por diez.

Sección 7: De la Constitución, Aprobación e Inscripción

▪ Artículo 30

La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, se constituirá mediante escritura pública otorgada por el gerente-propietario, que contendrá:

1. El nombre, apellidos, nacionalidad, domicilio y estado civil del gerente-propietario;
2. La denominación específica de la empresa;
3. El domicilio fijado como sede de la empresa y las sucursales que la misma tuviere;
4. El objeto a que se dedicará la empresa;
5. El plazo de duración de la misma;
6. El monto del capital asignado a la empresa por el gerente-propietario, de conformidad con el artículo 1 de esta Ley;
7. La determinación del aporte del gerente-propietario;

8. La determinación de la asignación mensual que habrá de percibir de la empresa el gerente-propietario por el desempeño de sus labores dentro de la misma; y,
9. Cualquier otra disposición lícita que el gerente-propietario de la empresa deseara incluir.

Si el gerente-propietario o la gerente-propietaria tuviere formada sociedad conyugal, la escritura de constitución de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada será otorgada también por su cónyuge o conviviente, a fin de que en la misma deje constancia de su consentimiento respecto de dicha constitución.

La relación entre el gerente-propietario y la empresa no tendrá carácter laboral, por lo que dicha relación y la asignación mensual anteriormente mencionada no estarán sujetas al Código del Trabajo ni a la Ley del Seguro Social Obligatorio.

Sección 8: De la Administración y de la Representación Legal

▪ Artículo 38

La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, será administrada por su gerente-propietario, quien, a su vez, será su representante legal.

Para legitimar su personería como representante legal de la empresa el gerente-propietario utilizará una copia certificada actualizada de la escritura pública que contenga el acto constitutivo de la empresa con la correspondiente inscripción en el Registro Mercantil, o una certificación actualizada del Registrador Mercantil en la que se acredite la existencia y denominación de la empresa, domicilio principal, objeto, plazo de duración, capital empresarial y la identidad de su gerente-propietario.

Se entenderá por copia o certificación actualizada la extendida durante los noventa días anteriores.

1.11.3. Modalidad contractual (empleador empleado).

“Pequeños de Reino” contratará con personal operativo, mediante Outsourcing de forma voluntaria que quieran prestar los servicios a la empresa, por lo tanto, se justificará la presentación de servicio mediante nota de ventas o facturas para tener el control en la parte contable.

1.11.4. Permisos y licencias necesarias para el funcionamiento y ventas de productos.

Normativa técnica de empresa de servicio y cuáles son los requisitos para obtener la licencia de funcionamiento.

Toda persona natural o jurídica, nacional o extranjera, para solicitar por primera vez el Permiso de Funcionamiento del establecimiento deberá adjuntar escaneados en formato PDF en el Sistema Informático los siguientes requisitos:

1. Comprobante de pago cuando corresponda después de haber completado la solicitud y adjuntar los requisitos solicitados.

Los siguientes requisitos NO son necesarios adjuntarlos porque serán verificados en línea con las instituciones pertinentes.

1. Número de Cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
2. Nombre o razón social del establecimiento.
3. Número de cédula y datos del responsable técnico de los establecimientos que lo requieren.
4. Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC/RISE)
5. Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad
6. Certificado de Funcionamiento otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
7. Patente Municipal.

Requisito para sacar Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE)

1. Ser persona natural.
2. No tener ingresos mayores a USD 60 mil en el año, o si se encuentra bajo relación de dependencia el ingreso por este concepto no supere la fracción básica del Impuesto a la Renta gravado con tarifa cero por ciento (0%) para cada año.
3. No dedicarse a alguna de las actividades restringidas.
4. No haber sido agente de retención durante los últimos 3 años.

¿Quiénes pueden acogerse al RISE?

Personas naturales que desarrollen actividades de producción, comercialización y transferencia de bienes o prestación de servicios consumidores finales, con las siguientes condiciones: (Ver Anexo 1)

Instalaciones de la empresa

- a) Entrada de los clientes.
- b) Mobiliario: muebles para sentarse entre otros.
- c) Decoración de la empresa interna y externa

Personal

- a) Personal idóneo para el funcionamiento de la empresa.

1.11.5. Cobertura de responsabilidad de seguros.

La creación de una empresa implica muchas responsabilidades y para eso es necesario mantener seguro el negocio, por lo tanto, la empresa “Pequeños de Reino” mantendrá el siguiente seguro:

- Contra robo.

1.11.6. Patentes, marcas y otros tipos de registros (protección legal).

Para las empresas es muy importante patentar la marca para no tener copias en futuro que las conllevaría a problemas legales.

En el Ecuador existen muchas formas de patentar marcas, pero una de las más usadas y fáciles de manejar es la de forma virtual porque acorta el proceso y es hecha en línea.

La marca es básicamente la que representa a una empresa y puede estar constituida por palabras, un diseño, símbolos, números, logotipos, un sonido o la combinación de todos estos que la diferencien del resto de empresas dedicada a la misma actividad y otras actividades.

Algunos beneficios que se tiene al patentar una marca.

- Proviene conflictos con terceros por usar la marca.
- Protege su prioridad del registro de las marcas en otros países.
- El dueño de la marca tiene derecho a franquiciar su producto o servicio.
- Condescender derechos sobre su marca a terceros.
- Se convierte en un activo intangible, el cual en muchas ocasiones llega a convertirse en el activo más valioso de su empresa.

Proceso para obtener el certificado del IEPI

1. Ingresar a la página del IEPI: www.propiedadintelectual.gob.ec
2. Selecciones Programa/Servicios
3. Ingrese opción Casillero Virtual

4. Llene los datos que le solicitan en el Casillero Virtual (si es persona natural ponga sus datos con su número de cédula de ciudadanía y si es persona jurídica coloque los datos con el RUC de la empresa).
5. Una vez que haya dado este procedimiento le llegara a su correo el usuario y contraseña, obteniendo su casillero virtual.
6. Después de haber realizado este procedimiento, regresar a la página principal y usted podrá ingresar a la Solicitudes En Línea.
7. Ingrese con su usuario y contraseña
8. Ingrese a la opción Pagos.
9. Opción Tramites no en línea
10. Opción Generar Comprobante
11. Se despliega una plantilla que usted tiene que llenar los datos, le solicitan que ingrese el código o al menos 3 caracteres de la descripción de la Tasa de Pago: (ingrese el código 1.1.10).
12. Ingrese los datos y botón generar comprobante
13. Imprima el comprobante
14. Asista al Banco Del Pacifico a pagar la tasa de \$16,00
15. Escanee los comprobantes de pago (tanto el que imprimió del IEPI, cómo el que le entregaron en el Banco del Pacifico después de haber pagado.)
16. Envíe vía mail a la siguiente dirección foneticoquito@iepi.gob.ec con copia a cpaez@iepi.gob.ec así como el Nombre exacto de la Marca, que desea verificar.
17. Se le enviará un informe de búsqueda a su correo.

2. MERCADO.

2.1. Investigación de mercado.

2.1.1. Evidencias de mercado.

La investigación de mercado es un proceso fundamental e importante que proporciona información pertinente y actualizada, de los diferentes agentes que actúan en el mercado y su finalidad es obtener la información necesaria y útil para una toma de decisión, dicha investigación de mercado no se debe considerar como una solución a los problemas empresariales sino que se debe tomar como un instrumento que permita minimizar riesgos con posibles consecuencias negativas, y si hace una buena investigación de mercado las decisiones pueden ser más acertadas. (Sanz , 2010)

La nueva idea de negocio tendrá el enfoque en captar el interés de los posibles consumidores del servicio de animaciones de fiestas infantiles con temáticas personalizadas, teniendo como objetivo la satisfacción de los niños homenajeados y sus padres, haciendo que la celebración sea diferentes, única y original teniendo experiencias inolvidables.

El segmento de mercado al cual se va dirigir el proyecto se compone de padres que pertenecen al P.E.A y a niños que influyen en la decisión de compra del servicio. Es necesario aplicar estrategias de publicidad para captar la atención de estos dos targets, para la cual se realizará una investigación de la demanda del servicio ya antes mencionado en la población de padres de niños de 1 a 12 años de edad de la ciudad de Manta.

Teniendo en cuenta que no siempre la persona que adquiere el producto o solicita el servicio es el consumidor final.

Estudio de la demanda o evidencia de mercado.

“La familia es lo más importante para el 41,2% de los ecuatorianos, seguido por el trabajo. De acuerdo a las proyecciones poblacionales en Ecuador existen 4'333.264 niños y niñas entre 0 y 12 años”. (INEC, 2010)



Figura 4: Porcentaje de niños y niñas por rango de edad de Ecuador

Esta estadística dada por INEC muestra que existe una población de niños en el Ecuador en porcentaje considerable, sobre todo los niños menores de 9 años siendo esto favorable para la creación del proyecto debido a que la posible demanda es alta y se puede notar en el gráfico que hay un porcentaje alto de niños pequeños en el Ecuador.

“Del total de la Población del Cantón Manta, 111.403 habitantes son de sexo masculino, representando el 49.19%, y la Población de sexo Femenino alcanza 115.074 habitantes; simbolizando el 50.81 % del total de la población”. (GAD Manta, 2014)

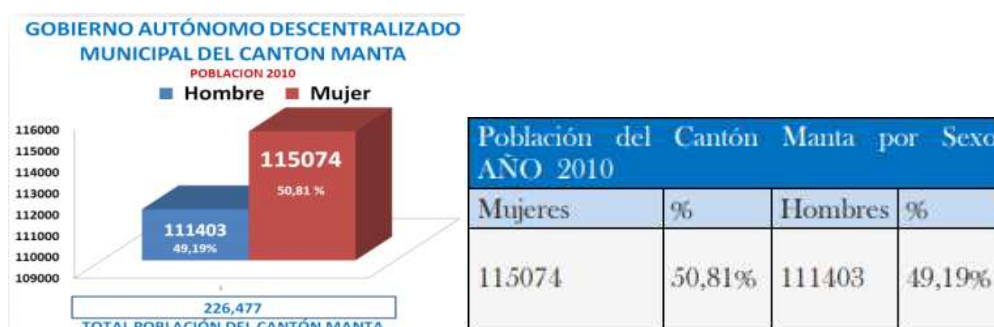


Figura 5: Total de población de la ciudad de Manta.

Fuente: CENSO 2010, INEC

Tabla 9: Matrimonios por mes de inscripción, de la provincia de Manabí y sus cantones de residencia habitual del contrayente

Regiones y provincias de residencia habitual del contrayente	Total Nacional	Mes de inscripción											
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Total Nacional:	60.849	4.497	4.791	5.477	4.759	4.720	4.670	4.828	5.819	4.717	5.312	5.310	5.949
Manabí	3.840	285	321	343	279	270	260	294	331	334	311	379	433
Portoviejo	1.002	79	88	70	73	88	64	73	86	96	81	93	111
Bolívar	71	3	6	10	2	4	3	9	7	7	2	7	11
Chone	264	15	21	19	15	15	18	20	25	36	22	30	28
El Carmen	259	24	21	22	28	20	19	19	21	15	22	29	19
Flavio Alfaro	34	4	2	3	3	1	3	3	2	-	3	5	5
Jipijapa	136	7	14	11	14	11	10	11	8	10	13	9	18
Junín	39	1	8	2	3	-	2	-	6	2	1	6	8
Manta	987	78	72	106	76	52	77	96	81	62	70	99	118
Montecristi	192	10	22	19	11	11	12	13	12	19	15	24	24
Paján	83	5	6	6	5	6	3	5	8	12	13	7	7
Pichincha	35	1	3	6	2	1	1	3	3	-	5	5	5
Rocafuerte	91	4	3	8	8	8	12	3	5	12	5	8	15
Santa Ana	103	4	13	9	5	9	2	2	23	10	9	7	10
Sucre	131	16	14	9	7	6	5	10	11	13	13	18	9
Tosagua	65	3	5	5	5	5	6	6	4	5	9	5	7
24 de Mayo	30	2	1	2	-	7	2	-	1	2	3	2	8
Pedernales	137	9	8	19	6	14	11	13	13	16	10	7	11
Olmedo	21	3	-	1	1	3	1	2	2	2	-	3	3
Puerto López	62	10	4	6	6	4	6	2	5	6	2	7	4
Jama	23	2	-	3	4	1	-	1	3	2	4	1	2
Jaramijó	43	4	6	5	4	4	-	-	3	5	6	2	4
San Vicente	32	1	4	2	1	-	3	3	2	2	3	5	6

Fuente: Registro Estadístico de Matrimonios. Año 2018

De acuerdo con la tabla anterior, se puede decir que dentro de la provincia de Manabí los Cantones con mayores números de inscripciones de matrimonios son; Portoviejo y seguido por Manta, lo que es favorable para poner en marcha el negocio debido a que cuando las personas contraen matrimonio hay una probabilidad de que tengas hijos de forma rápida, lo que provocaría en aumento del mercado.

“Las tasas de nupcialidad representan el número de matrimonios ocurridos por cada 1.000 habitantes. En el gráfico, se puede apreciar que las tasas más altas de nupcialidad (24,23 y 23,67) se ubican en los grupos de edad de entre 25 y 29 años, para el caso de las hombres y mujeres; respectivamente. Otro rango notable es el de 18 a 24 años de edad representando el 19,85 en las mujeres y el rango de edad de 30 a 34 años, representa el 18,55 en los hombres”. (INEC, 2018)

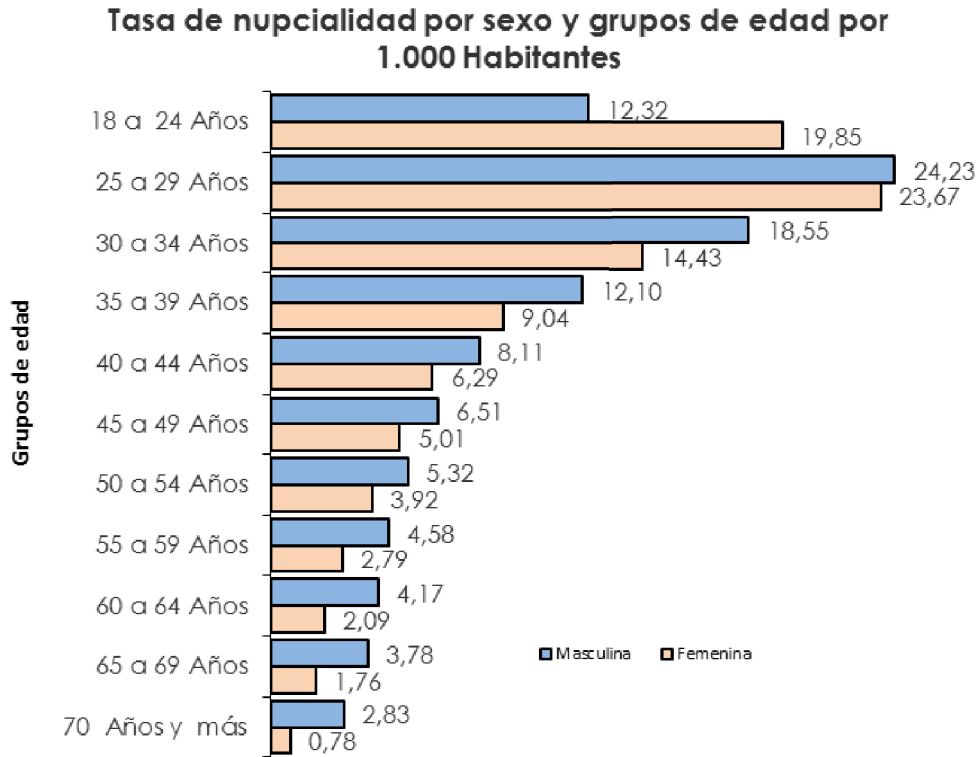


Figura 6: Tasa de nupcialidad por sexo y grupos de edad por 1.000 Habitantes

Fuente: Registro Estadístico de Matrimonios. Año 2018

De acuerdo con el comportamiento de estas tasas, se puede llegar a la conclusión de que las personas tanto hombres como mujeres contraen matrimonios con mayor regularidad entre una edad de 18 a 34 años, siendo esta una población joven capaz de procrear hijos

(Bartolomé, 2012)

Tabla 10: P.E.A. Población Económicamente de Manta

P.E.A. Manta Urbano	111.885
P.E.A. Manta Rural	1.580
Total P.E.A	113.465

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010, INEC

Estos datos son dados por el Censo de población proporcionados por le INEC.

En el gráfico se muestra la población económicamente activa de Manta, es la posible muestra finita de las cuales se puede extraer los datos y porcentaje de manera fácil lo que permitirá llegar al mercado objetivo.

Tabla 11: PEA con hijos dependientes y sin hijos/ sin cargo.

PEA con hijos dependiente de padres	88%	99.849
PEA sin hijos y/ o sin cargo	12%	13.616
TOTAL PEA MANTA	100%	113.465

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010, INEC



Figura 7: Números de hijos que viven con padres en Ecuador.

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010, INEC

Estos datos muestran que la Población Económicamente Activa de Manta (PEA) en su mayoría tienen hijos que dependen de los padres y hay una población de niños considerables para la viabilidad de proyecto.

Tabla 12: Total de niños, niñas de entre 1 y 12 de la ciudad de Manta.

Edad	SEXO		
	Hombre	Mujer	Total
1 a 5	12.398	13.039	25.437
6 a 11	14.916	14.895	29.811
12	2.240	3.257	5.497
Total	29.554	31.191	60.745

Tabla 13: Total de niños, niñas de entre 1 y 12 de la ciudad de Manta de acuerdo a la Zona.

Años	Urbana	Rural	Total
1 a 12	58.352	2.393	60.745
Total	58.352	2.393	60.745

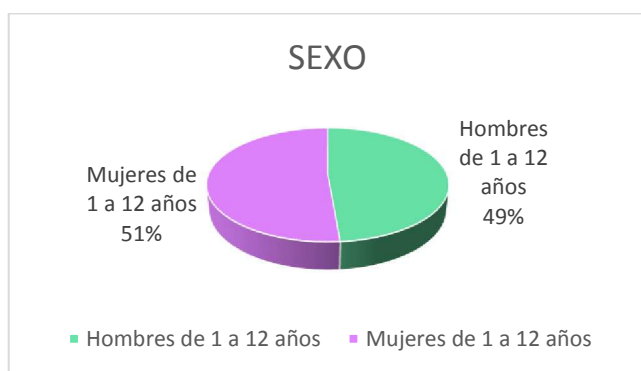


Figura 8: Total de niños, niñas de entre 0 y 12 de la ciudad de Manta.

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010, INEC

Con estos datos proporcionados por INEC se puede notar que la población de niños de la Ciudad de Manta tiene un número considerable, lo que permitiría la viabilidad del proyecto debido a que estos niños son a quienes va dirigido el servicio ofertado en el plan de negocio

Los ingresos promedios mensuales del PEA de la ciudad de Manta oscilan entre los \$400 y \$1.000 dólares, de menos a \$400 representa el 27,60%, de \$400 a \$600 el 41,15%, de \$601 a \$800 un 20,31% y de \$801 a \$1.000 un 10,94%. (Saltos , 2015)



Figura 9: Ingresos promedios mensuales de Padres de familia en Manta.

Tabla 14: PEA ingresos medios

	27.60%	\$601-\$800
PEA INGRESOS MEDIOS	10.94%	\$801-\$1000

Tomando en cuenta los datos dados por esta investigación se puede considerar que la población a la que se va dirigir el plan de negocio será para la Población Económicamente Activa de clase media que tienen los recursos para contratar el servicio que ofrecerá la empresa.

2.1.2. Binomio producto-mercado.

“Pequeños de Reino” ofertará servicio en animaciones de fiesta infantiles con temáticas bíblicas cristianas y seculares estará ubicada en la ciudad de Manta, dirigida a un segmento de mercado infantil de 1 a 12 años con la iniciativa de los padres que busquen hacer de las fiestas de sus hijos, una experiencia inolvidable por medio de un servicio de calidad y personalizado.

Tabla 15: Matriz Ansoff.

M	PRODUCTOS	
	Productos Existentes	Nuevos Productos
E		
R	Penetración del Mercado:	Desarrollo de Producto:
C	Ofertar y vender a más consumidores, utilizando estrategias de diferenciación	Productos nuevos o modificados para los mercados actuales
A		
D	Desarrollo de Mercado:	Diversificación:
O	Identificar y desarrollar nuevos mercados para productos o servicios actuales.	Nuevos productos o servicios para nuevos mercados
S		

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

La empresa “Pequeños de Reino” está dirigido a mercados existentes, con productos existentes teniendo como ventaja la diferenciación, habiendo la oportunidad de entrar a mercados existentes con comportamientos diferentes, que estén dispuestos a demandar los servicios ofertados. La estrategia a implementarse es la diferenciación y para dar a conocer sobre los servicios, se hará publicidad por medio de redes sociales y materiales P.O.P en acompañamiento con alianzas estratégicas.

2.1.3. Segmentación.

La segmentación se trata básicamente de dividir el mercado en segmentos más pequeños, esto permite que los esfuerzos de la investigación vayan directamente hacia un específico segmento de mercado, es por eso que se debe conocer el significado de cada variable de segmentación que se va utilizar en los consumidores de “Pequeños de Reino”

- Segmentación geográfica, hace referencia a la división de mercado tomando en cuenta la diferencia territorial entre un lugar a otro, de los cuales se puede mencionar naciones, ciudades, pueblos, barrios entre otros.

- Segmentación demográfica, consiste en dividir el mercado en grupos de mercados más pequeños tomando en cuenta variables como: edad, raza, religión, nacionalidad, ocupación, sexo, ingresos entre otros, estos ayuda a comprender con mayor exactitud el comportamiento de los consumidores.
- Segmentación psicográfica, hace referencia a la división de los consumidores en grupos con características homogéneas como la personalidad, estilos de vida y clase social.
- Segmentación conductual, los compradores se dividen en grupos según sus actitudes, conocimientos, usos o de manera que responden a un producto o servicio. (Kloter, 2003)

Tabla 16: Segmentación

Variables	Descripción
Geográfica.	Ciudad: Manta. Región: Costa. Población: 226.477 habitantes PEA: 113.465 Clima: seco tropical.
Demográfica.	Edad: 18 a 70 años (familias o padres de niños y niñas de 1 a 12 años de edad) Sexo: Ambos. Religión: Cristianas y seculares
Psicográfica.	Nivel de ingresos: Medios. Estilo de vida: Personas (padres) que quieran celebrar las fiestas de sus hijos con temáticas personalizadas.
Conductual.	Uso de servicio: Deseo de celebrar y vivir experiencias inolvidables en las fiestas infantiles.

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

2.1.4. Muestreo

“Los muestreos no probabilísticos son aquellos en los que la selección de los individuos de la muestra no depende de la probabilidad, sino que se ajusta a otros criterios relacionados con las características de la investigación o de quien hace la muestra”. (Alzina, 2004)

Por medio de este método los sujetos de la muestra por general son seleccionados a criterio del investigador. Dentro de la metodología no probabilística encontramos el “muestreo de conveniencia” que consiste básicamente en obtener una muestra de acuerdo con la convivencia del investigador, acudiendo a poblaciones fácilmente accesibles, este método permite obtener información rápida y económica.

2.1.5. Justificación del método escogido

La información para este plan de negocio se hará por medio de la metodología no probabilística, con muestreo de conveniencia debido a que el investigador del proyecto puede acceder de forma fácil a poblaciones cristianas y también seculares. Referente a la comunidad cristiana, el investigador asiste a una congregación, llamada “Buen Samaritano” ubicada en Altagracia Vía las Orquídeas, en donde se puede obtener información rápida sobre la investigación. Además, ha podido observar los gustos y preferencias a quienes irá en parte dirigida las preguntas de encuestas, también se obtendrá información acudiendo a poblaciones accesibles tomando en cuenta las características de la segmentación que se quiere investigar, conocer sus gustos y preferencias y así obtener la información necesaria para poner en marcha el plan de negocio. Se Realizará las encuestas en lugares estratégicos como son:

- Mall el Pacifico: Zona comercial de Manta donde hay afluencias de personas y más aún padres de familias con sus hijos.

- Iglesia cristiana evangélica “Buen Samaritano”: Zona donde hay gran parte del mercado que se quiere investigar.
- Parque central de la madre: Zona donde hay gran cantidad de afluencias de personas incluyendo padres e hijos.
- Calle 13: Zona comercial transitadas por muchas personas donde hay posibilidad que sean clientes de la empresa.

2.1.6. Perfil del consumidor

“Pequeños de Reino” tendrá un enfoque en el segmento de entretenimiento infantil de la ciudad de Manta, que tiene una población aproximada de 226.477 habitantes, refiriéndonos al P.E.A (113.465 personas) de la ciudad tanto de hombres como mujeres de 18 a 70 años, entre los cuales están los infantes teniendo un número de **60.745** entre niños y niñas, comprendida de entre 1 a 12 años de edad, que los padres tengan un nivel de ingresos mayor o igual a \$800. El servicio está dirigido a niños que provienen de familias cristianas o familias seculares que busquen una animación de la fiesta de sus hijos diferente.

Desde el punto de vista del marketing, no sólo es interesante el análisis del peso de la familia en el comportamiento del consumidor, sino que además resulta de gran interés el conocimiento de qué rol desempeña cada miembro en el proceso de compra de los destinos productos.

A continuación, las distintas funciones que los miembros de la unidad familiar pueden desempeñar en un proceso de compra:

- **Iniciador:** es el que piensa en primer lugar o propone la idea de comprar el producto.
- **Influenciador:** es la persona que de manera explícita o implícita ejerce alguna influencia en la decisión.

- **Decisor:** es quien determina en último término parte de la decisión de compra o bien su totalidad. Decide si se compra, qué debe comprarse, cómo, cuándo y dónde conviene hacerlo.
- **Comprador:** es la persona que realiza físicamente la compra.
- **Usuario:** es la persona o grupo de personas que consumen o utilizan el producto. o servicio (Solé, 2003)

De acuerdo con autor Solé, no siempre la persona que adquiere el producto o servicio es el consumidor final y más aún cuando se está dirigiendo al público infantil debido a hay que incluir a los padres en el mismo mercado objetivo porque ambos influyen en la decisión de compra. Es preciso captar la atención del doble target de niños y adultos.

Tabla 17: El papel del cliente

Papel	Agente
Iniciador	Los niños
Influenciador	Las madres
Decisor	Los padres
Comprador	Los padres
Usuario	Los niños

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

2.1.7. Tamaño actual y proyectado

Tabla 18: Muestreo.

Datos	Donde:
n= incógnita de la muestra	n=?
Z= nivel de confianza.	Z= 1.96
P= probabilidad de concurrencia.	P= 0.5
Q= probabilidad de no concurrencia.	Q= 0.5
N= población	N= 113.465 (PEA de Manta)
e= nivel de significación.	e= 0.05

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

Fórmula para calcular la muestra finita

$$n = \frac{(N)(Z)^2(P)(Q)}{(e)^2(N - 1) + (Z)^2(P)(Q)}$$

$$n = \frac{(113.465)(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,05)^2(113.465 - 1) + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{(113.465)(3,8416)(0,5)(0,5)}{(0,0025)(113.465 - 1) + (3,8416)(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{108.971,786}{283,66 + 0,9604}$$

$$n = \frac{108.971,786}{284,6204} = \mathbf{385 \text{ Personas}}$$

La fórmula finita de la muestra dio como resultado un total de 385 personas a las cuales se les debe de realizar las encuestas, tomando en consideración la (PEA) Población Económicamente activa Manta, con una probabilidad de concurrencia (P) de 0,5 una probabilidad de no concurrencia (Q) 0,5 y un nivel de confianza (Z) de 1.96

2.1.8. Presentación de resultados

Tabla 19: Género

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	68	18%
Femenino	317	82%
LGBT	0	0%
Total	385	100%

Fuente: Encuesta realizada a la Población Económicamente Activa de Manta

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

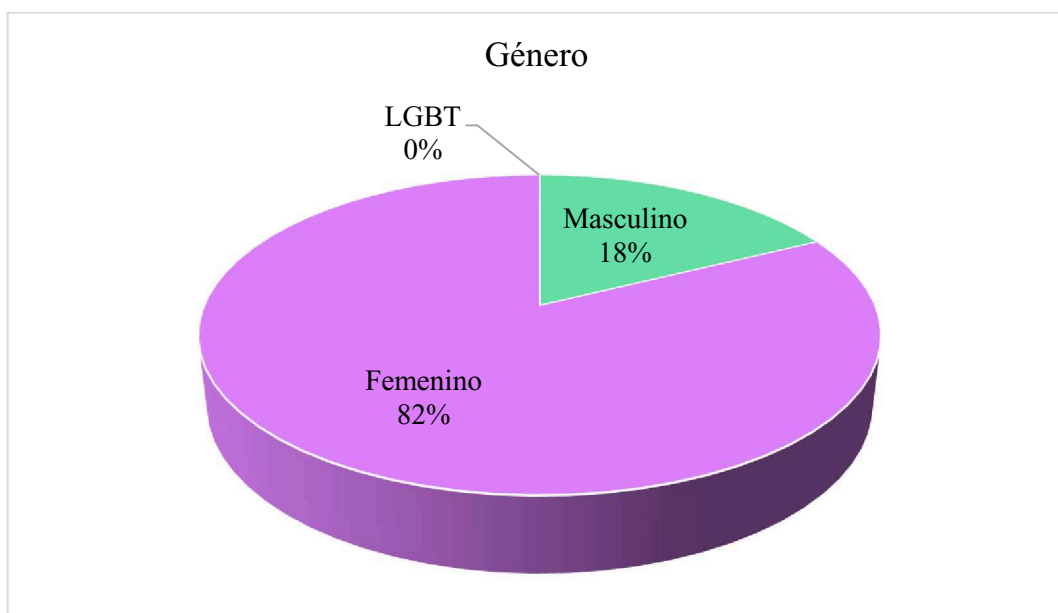


Figura 10: Género

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

Interpretación de Resultados.

De acuerdo con las encuestas realizadas un 82% de las personas son de género femenino, un 18% de género masculinos y 0% de género LGBT, lo que da que la mayoría de personas encuestadas son mujeres.

Tabla 20: Rango de edad

Variable	Frecuencia	Porcentaje
18– 25 años	52	13%
26 – 33años	122	32%
34 – 41 años	129	34%
42- 49años	77	20%
50 en adelante	5	1%
Total	385	100%

Fuente: Encuesta realizada a la Población Económicamente Activa de Manta

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

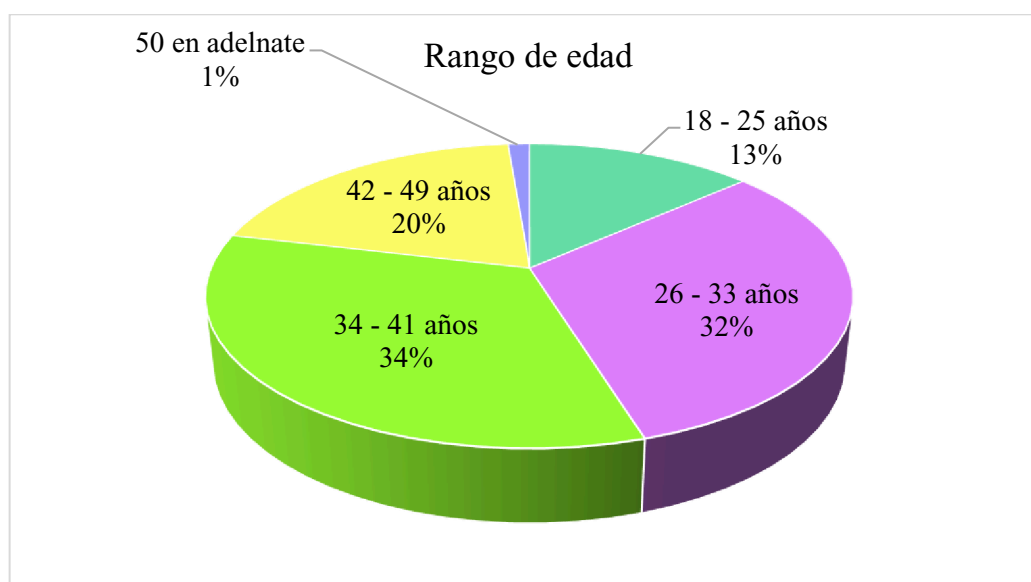


Figura 11: Rango de Edad

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

Interpretación de Resultados.

El mayor número de personas encuestadas 34% respondieron tener un rango de edad de 34 a 41, le sigue con 32% edad entre 26 a 33 años, un 20% dijo tener un rango de edad entre 42 a 49, un 13% entre 18 a 25 y solo un 1% dijo tener 50 años en adelante.

Tabla 21: Si tiene hijos menores de 12 años continúe con la encuesta, ¿Qué edad tiene su hijo(s)?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
1-3 años	101	26%
4-6 años	104	27%
7- 9 años	121	32%
10- 12 años	59	15%
Total	385	100%

Fuente: Encuesta realizada a la Población Económicamente Activa de Manta

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

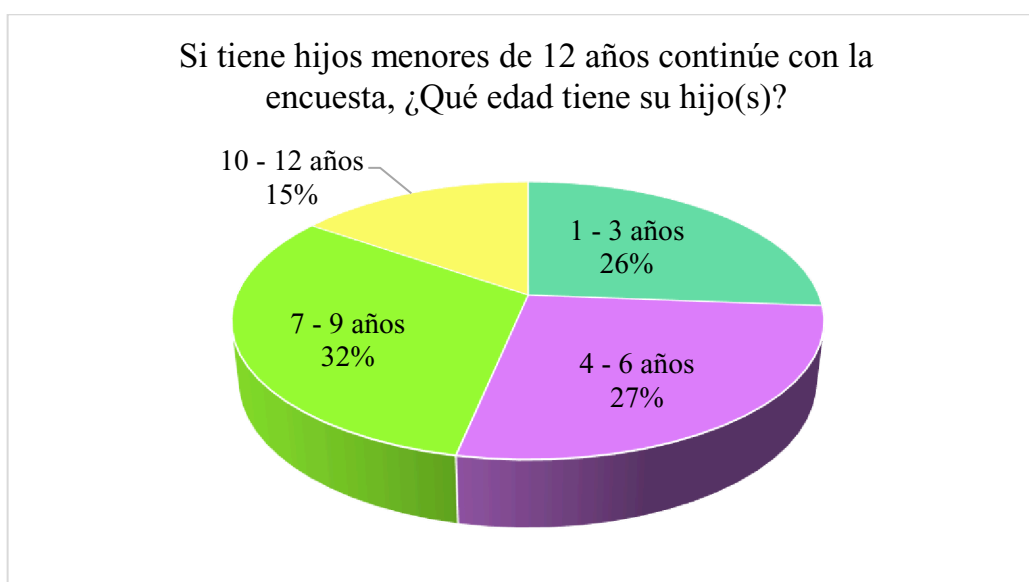


Figura 12: Si tiene hijos menores de 12 años continúe con la encuesta, ¿Qué edad tiene su hijo(s)?

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

Interpretación de Resultados.

De acuerdo con los datos, el mayor número de personas encuestadas dijeron tener hijos entre 7 a 9 años con 32%, entre 4 a 6 años, un 27% entre 1 a 3 años un 26% y de 10 a 12 un 15%. Es decir que el mayor mercado potencial esta entre un rango de edad 4 a 9 años.

Tabla 22: ¿Con que frecuencia usted contrata servicio de animaciones de fiestas infantiles a domicilio?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Bimestral	0	0%
Trimestral	0	0%
Semestral	40	10%
Anual	345	90%
Total	385	100%

Fuente: Encuesta realizada a la Población Económicamente Activa de Manta

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

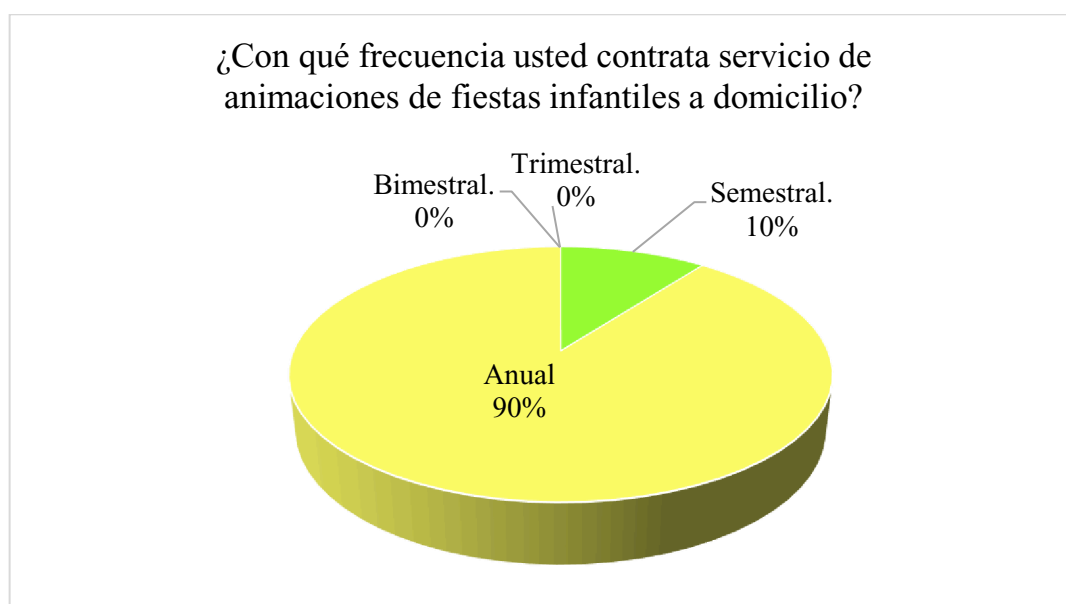


Figura 13: ¿Con que frecuencia usted contrata servicio de animaciones de fiestas infantiles a domicilio?

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

Interpretación de Resultados

Según la encuesta el mayor número de personas encuestadas con el 90% dijeron que ellos contratan el servicio a domicilio anualmente y tan solo un 10% dijeron que contratan cada semestre, lo que quiere decir que la frecuencia mayor de contratación del servicio es de forma anual.

Tabla 23: De acuerdo a su experiencia ¿Quién propone la idea de celebrar las fiestas de cumpleaños a sus hijos(as)?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Niños (as)	205	53%
Madre	116	30%
Padre	45	12%
Abuelos	10	3%
Tíos	9	2%
Total	385	100%

Fuente: Encuesta realizada a la Población Económicamente Activa de Manta
Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

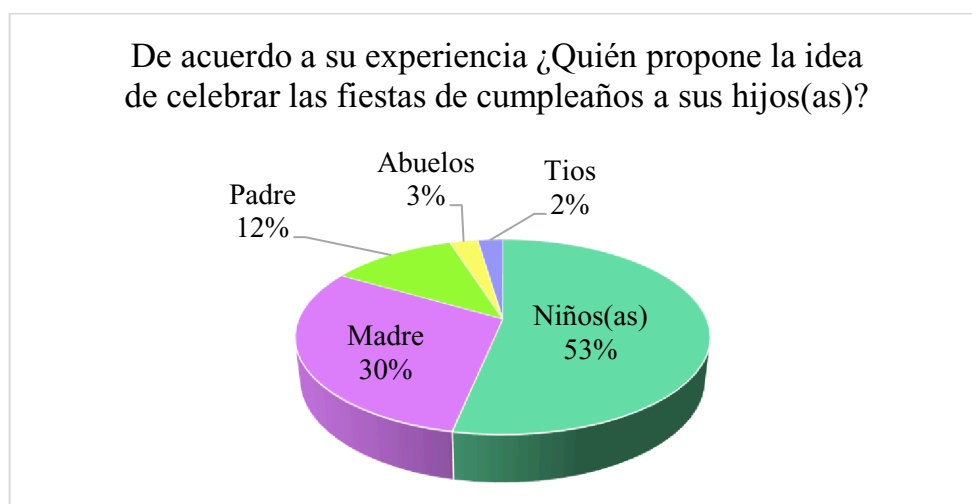


Figura 14: De acuerdo a su experiencia ¿Quién propone la idea de celebrar las fiestas de cumpleaños a sus hijos(as)?

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

Interpretación de Resultados.

De acuerdo con los datos de la encuesta el mayor número de personas encuestadas con 53% respondió que son los niños quienes proponen hacer la fiesta, seguido con un 30% respondió que son las madres, un 12% los padres, 3% los abuelos, y un 2% los tíos, entonces se pudo concluir que los niños y las madres son a quienes se debe incentivar para prestar el servicio de animación de fiesta.

Tabla 24: ¿Le satisface a usted realizar fiestas de cumpleaños a sus hijos(as)?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	364	95%
Un poco de acuerdo	21	5%
Indiferente	0	0%
Un poco en desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	385	100%

Fuente: Encuesta realizada a la Población Económicamente Activa de Manta

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

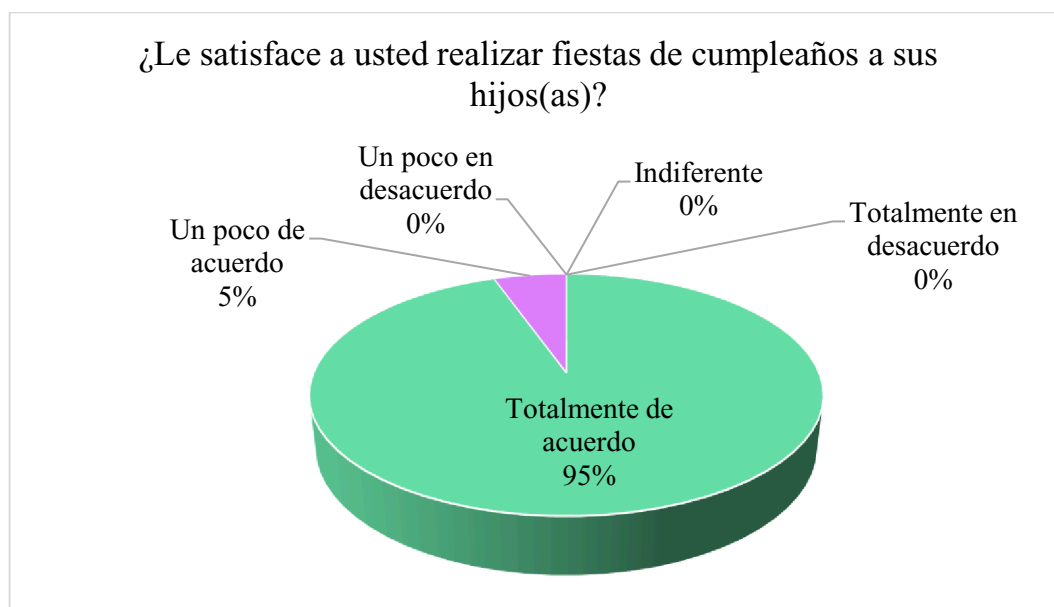


Figura 15: ¿Le satisface a usted realizar fiestas de cumpleaños a sus hijos(as)?

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

Interpretación de Resultados.

De acuerdo con los datos recopilados se pudo obtener el mayor porcentaje de encuestados están de acuerdo en celebrar fiestas a sus niños con un 95% y una minoría con un 5% respondió que está un poco de acuerdo, pero en su gran mayoría si les gusta la idea de celebrar fiestas a sus hijos.

Tabla 25: ¿Le gustaría a usted utilizar servicios en animaciones de fiestas infantiles con temáticas cristianas?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	365	95%
Un poco de acuerdo	20	5%
Indiferente	0	0%
Un poco en desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	385	100%

Fuente: Encuesta realizada a la Población Económicamente Activa de Manta
Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

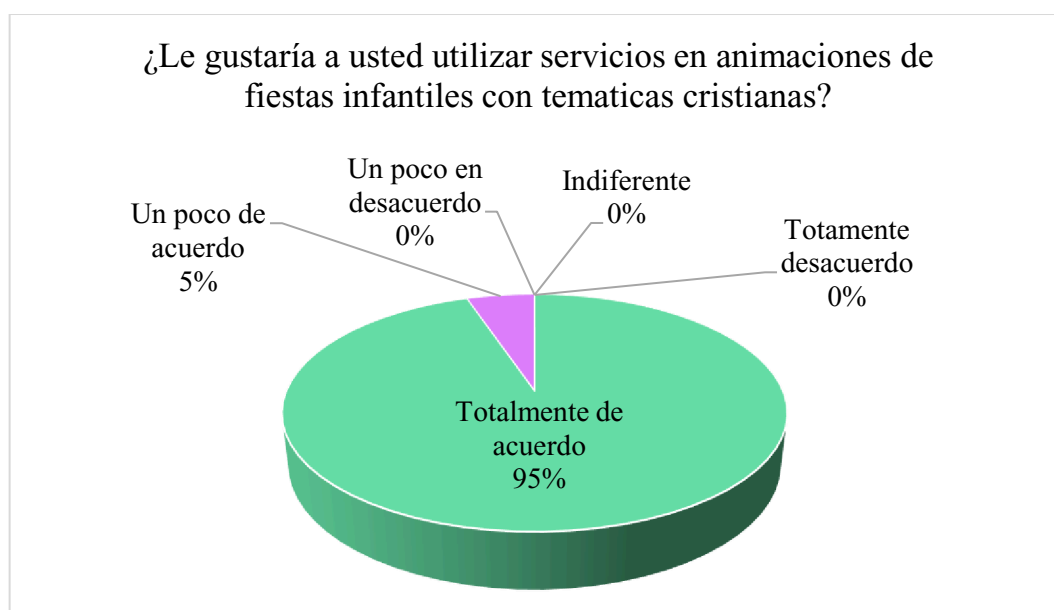


Figura 16: ¿Le gustaría a usted utilizar servicios en animaciones de fiestas infantiles con temáticas cristianas?

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

Interpretación de Resultados.

Los datos muestran que un 95% de personas encuestadas respondieron que, si les gustaría utilizar servicios de animaciones de fiestas infantiles, lo que es favorable para el proyecto y tan solo un 5% respondieron que están un poco de acuerdo.

Tabla 26: ¿Conoce usted empresas que brinden servicios en animaciones de fiestas infantiles con temáticas bíblicas cristianas?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	15	4%
No	370	96%
Total	385	100%

Fuente: Encuesta realizada a la Población Económicamente Activa de Manta

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

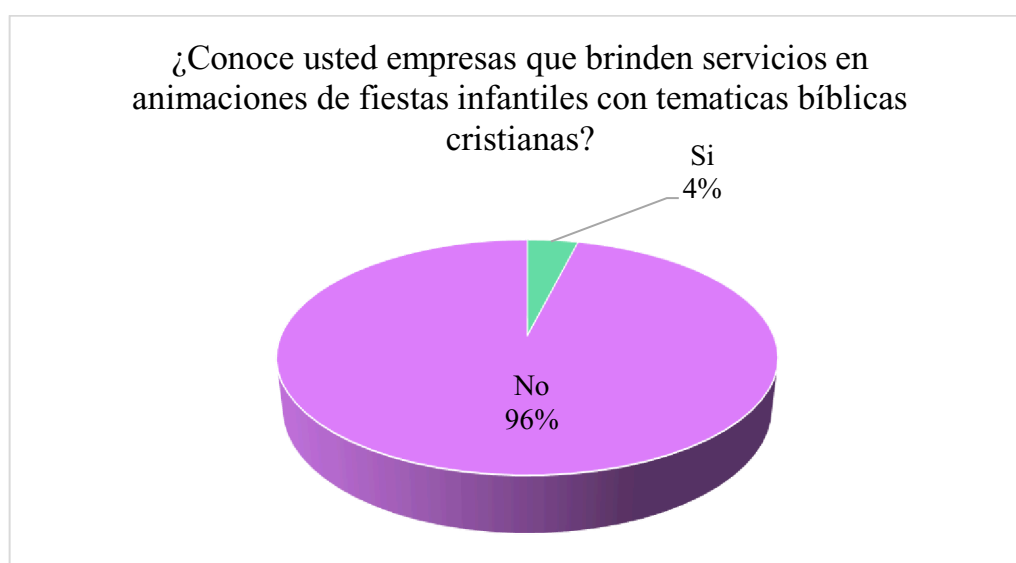


Figura 17: ¿Conoce usted empresas que brinden servicios en animaciones de fiestas infantiles con temáticas bíblicas cristianas?

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

Interpretación de Resultados.

Los datos muestran que un 96% de personas encuestadas respondieron que no conocen este tipo de animaciones y un 4% respondieron que, si conocen, y que la empresa está ubicada en la ciudad Guayaquil – Durán llamada Nueva Generación.

Tabla 27: Además de la animación, juegos, dinámicas y sorpresas ¿Qué más le gustaría que contenga el servicio de animaciones de fiestas infantiles?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Obra de teatro con títeres	8	2%
Castillo inflable	79	21%
Sesión de fotos	298	77%
Otros	0	0%
Total	385	100%

Fuente: Encuesta realizada a la Población Económicamente Activa de Manta

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

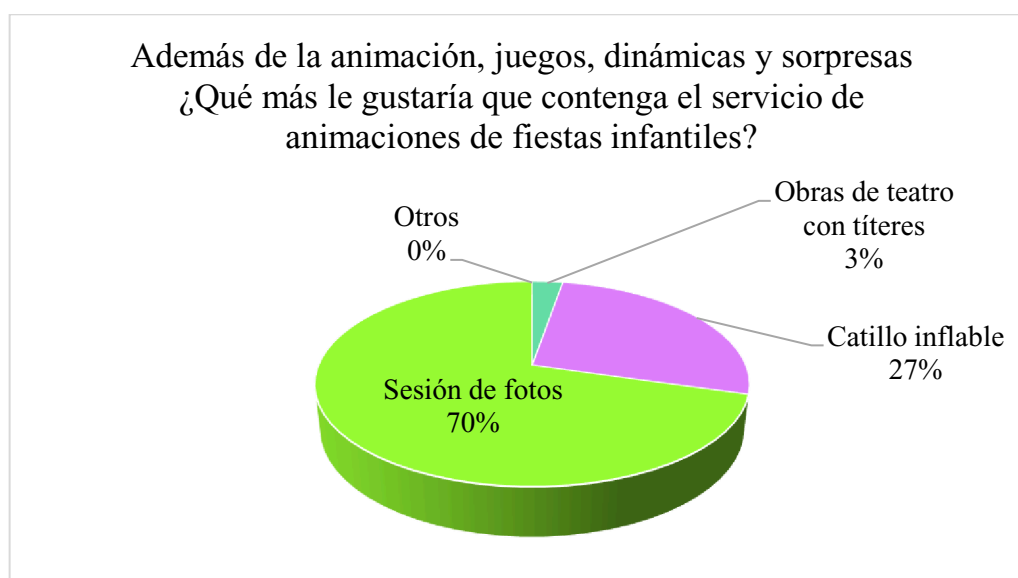


Figura 18: Además de la animación, juegos, dinámicas y sorpresas ¿Qué más le gustaría que contenga el servicio de animaciones de fiestas infantiles?

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

Interpretación de Resultados.

Según los datos recopilados en la encuesta se pudo observar que la mayor cantidad de personas encuestadas respondieron que prefieren el servicio adicional sesión de fotos con un 77%, un 21% escogió castillo inflable y un 2% respondió que les gustaría obra de teatro con títeres.

Tabla 28: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por servicio de animación de fiestas infantiles con temáticas cristianas y no cristianas a domicilio?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
\$75 a \$85	377	98%
\$86 a \$95	4	1%
\$96 a \$105	3	0,7%
\$106 en adelante	1	0,3%
Total	385	100%

Fuente: Encuesta realizada a la Población Económicamente Activa de Manta

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

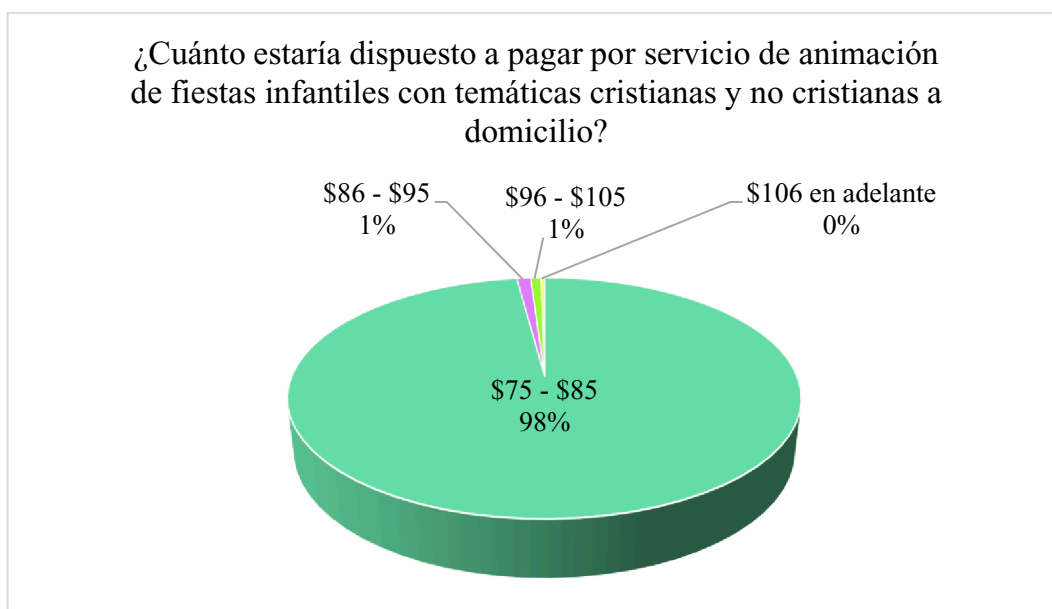


Figura 19: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por servicio de animación de fiestas infantiles con temáticas cristianas y no cristianas a domicilio?

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

Interpretación de Resultados.

Los datos muestran que el mayor porcentaje de las personas encuestadas con un 98% está dispuesta a pagar por el servicio de animación entre \$75 a \$85, siendo un precio cómodo para los clientes.

Tabla 29: ¿Dónde le gustaría que este ubicada la empresa?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Calle 13	102	27%
Avenida 4 de Noviembre	125	32%
Avenida Flavio Reyes	105	27%
Centro de Manta	53	14%
Total	385	100%

Fuente: Encuesta realizada a la Población Económicamente Activa de Manta

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

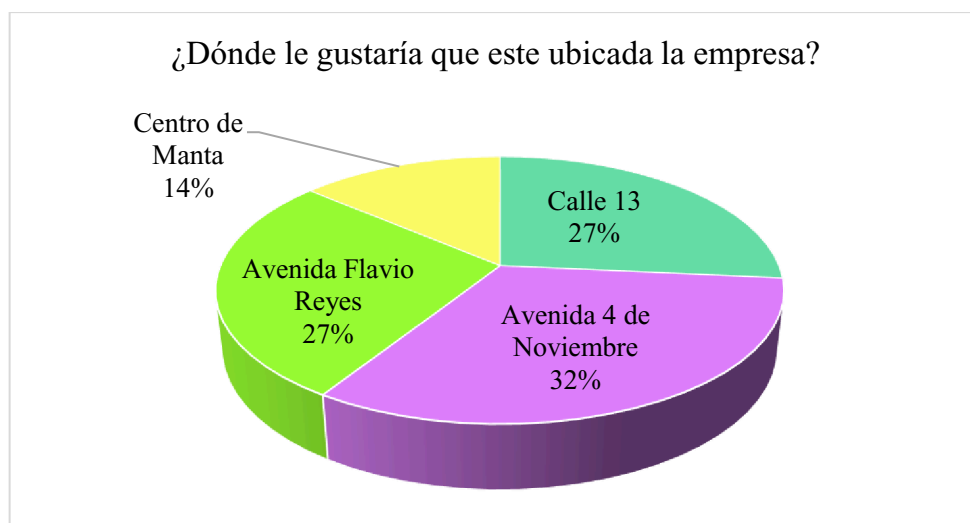


Figura 20: ¿Dónde le gustaría que este ubicada la empresa?

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

Interpretación de Resultados.

Según la muestra, las personas respondieron que les gustaría que la empresa esté ubicada en la Avenida 4 de noviembre con 32%, en la Avenida Flavio Reyes con 27%, en la Calle 13 con 27% y un 14% que esté ubicada en el Centro de Manta, siendo el lugar escogido con mayor porcentaje, pero no muy alejado de las otras variables, la Avenida 4 de noviembre.

Tabla 30: De las siguientes empresas ¿Cuál usted ha contratado para realizar y animar fiestas infantiles?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Animaciones “Mundo Mágico Fly Fly”	102	27%
Animaciones “Burbujitas de Colores”	48	12%
Animaciones “Plim Plim”	33	9%
Chiqui Johy	99	26%
Ainoha fiestas y eventos	35	9%
Otras	68	17%
Total	385	100%

Fuente: Encuesta realizada a la Población Económicamente Activa de Manta

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

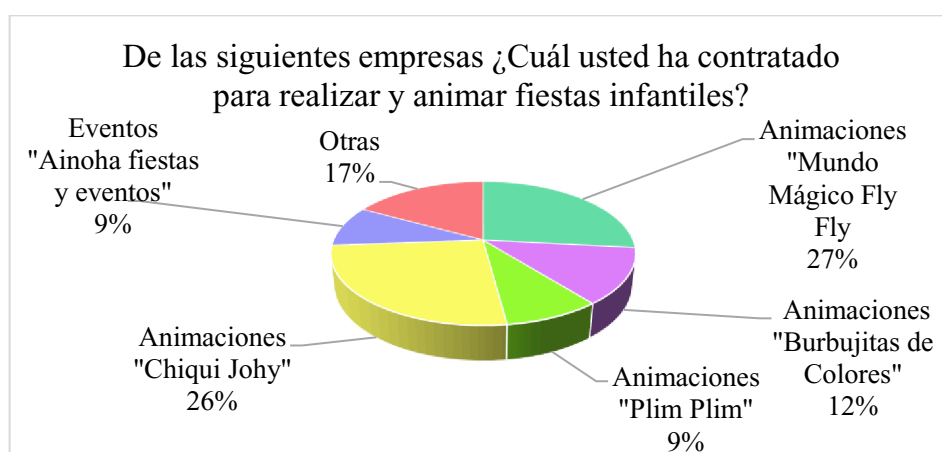


Figura 21: De las siguientes empresas ¿Cuál usted ha contratado para realizar y animar fiestas infantiles?

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

Interpretación de Resultados.

Según los resultados el 27% ha contratado los servicios de animaciones “Mundo Mágico Fly Fly”, 26% Chiqui Johy, 12% Animaciones “Burbujitas de Colores”, 9% Animaciones “Plim Plim”, 9% Eventos “Ainoha” Fiestas y eventos y el 17% respondieron que otras empresas. Por los datos arrojados nuestra mayor competencia sería Eventos “Mundo Mágico Fly Fly” y “Chiqui Johy”.

Tabla 31: ¿A través de que medio le gustaría recibir información sobre el servicio en animaciones de fiestas infantiles?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Redes Sociales	271	71%
Hojas volantes	27	7%
Periódicos	47	12%
Radio	35	9%
Otros	5	1%
Total	385	100%

Fuente: Encuesta realizada a la Población Económicamente Activa de Manta
Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

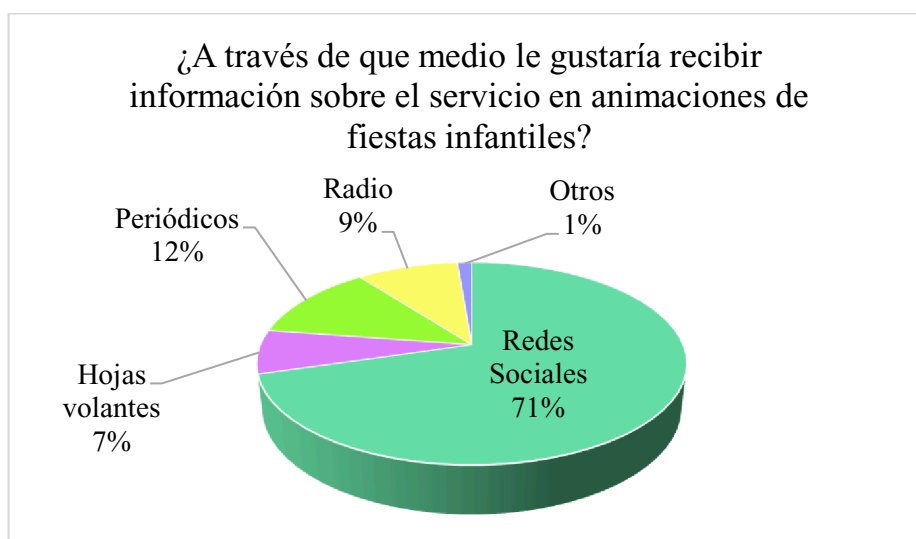


Figura 22: ¿A través de que medio le gustaría recibir información sobre el servicio en animaciones de fiestas infantiles?

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

Interpretación de Resultados.

De acuerdo con la encuesta, las personas les gustaría recibir información sobre servicio en su mayoría por las redes sociales con 71%, seguido por periódicos y radios, con un 12% y 9% respectivamente, estos medios de comunicación son los que probablemente podrían tener mayor preferencia en el mercado.

2.1.9. Análisis general de la investigación de mercado

Con la información recabada en la investigación de mercado se ha detectado que el servicio a ofrecer será aceptado, además de conocer los medios de comunicación que a los consumidores les gustaría recibir información sobre el servicio, enfocando esfuerzo del marketing comunicacional aplicando estrategias que llamen la atención de los consumidores, también se pudo detectar cuanto están dispuestos a pagar por el servicio y conocer la competencia directa.

2.1.10. Tamaño de Mercado

Tabla 32: Tamaño de Mercado

MERCADO	Detalle	PORCENTAJE	PERSONAS
Mercado Total		100,00%	226.477
Poblacion economicamente activa	% de personas que tienen ingresos economicos	50,10%	113.465
Rango de edades del mercado Potencial	padres o familiar de 18 a 70 años	88,00%	99.849
Poblacion infantil	% de padres de niños y niñas de 1 a 12 años de clase media	10,94%	10.924
Mercado Potencial	% de persona que aceptan el servicio	95,00%	10.377
Mercado Disponible Calificado	Mercado dispuesto un precio promedio	98,00%	10.170
Mercado Meta	Mercado que la empresa en capacidad de atender	2,40%	244

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

Tabla 33: Capacidad Instalada

Capacidad Instalada	Mensual	Proyección de ventas (65%)
Servicio a domicilio	34	
Total	34	22

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

Según la capacidad instalada de la empresa “Pequeños de Reino” es de 34 servicios, teniendo en cuenta que no siempre las ventas son fijas y varían por temporadas, se hizo una proyección de ventas del 65% sobre la capacidad instalada para las de

variaciones en las ventas, lo que dio un total de 22 servicios mensuales, los mismos que se podrán cumplir con un mercado conocido y que son clientes seguros para la empresa como son las iglesias cristianas y miembros de las mismas, justificando en parte los servicios proyectados.

2.1.11. Tendencias de mercado

El mercado de niños es un mercado muy influyente dentro sociedad, debido a que la mayoría de sus padres quieren ver a sus hijos felices, cumplir sus sueños a través experiencias que queden en su memoria. En la actualidad el crecimiento de familias cristianas se está dando en pasos acelerados, y las mismas educan y orientan a sus hijos para que crezcan en función de un conjunto de reglas, valores y normas con bases bíblicas cristianas que los acerca a un ser Espiritual (Dios) estos movimientos cristianos constituyen unos de los grupos religiosos más dinámicos de todo el mundo por su capacidad de introducirse en la trama de cada cultura y actuar sobre ella, existe estudio que manifiestan que varios países de América Latina como Brasil, Chile, Guatemala Argentina tiene una tasa de crecimiento del 9% anual pero donde hay más crecimiento es en Argentina. (Algranti, 2010)

2.1.12. Factores de Riesgo.

Los factores de riesgos son una constante amenaza para cualquier tipo de organización y hay muchos que no se pueden controlar debido a que son externos, las empresas son vulnerables a estos riesgos. Para la implementación de este proyecto los factores de riesgo más destacados son:

Riesgos sociales y legales:

- La aprobación por parte del gobierno a implementar leyes sociales que afecten al crecimiento de nuestro mercado como es la aprobación del aborto legal, ya en

varios países del mundo lo han aprobado y en otros hay excepciones como violaciones, riesgo maternal y deformaciones del feto, al implementarse en su totalidad sin excepción, esta ley en el Ecuador, el mercado meta disminuiría, porque hay muchas mujeres jóvenes que se embarazan y para no truncar con sus aspiraciones deciden no tener al bebé

- Índice de pobreza extrema para junio del 2019 es de 9,5% y la pobreza por ingresos para la misma fecha se ubicó en un 25,5% a comparación del año 2018 para el mes de junio se ubicaron en 9,0% y 24,5% respectivamente, tomando en cuenta opiniones de padres se puede decir que por lo general no quieren tener más de tres hijos por familia. (INEC D. d., 2019)

Riesgo financiero:

- No contar con los recursos económicos que permitan la puesta en marcha del proyecto, la parte financiera influye mucho para crear una empresa desde sus inicios y al estar ya constituida la misma, debido a que se necesita dinero para invertir en nuevas tecnologías que permitan la expansión del negocio.

2.1.13. Ingresos en base al análisis de mercado

Tabla 34: Tasa de crecimiento del sector económico de servicios sociales

Crecimiento de la Industria del Sector de Servicio
3,60%

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

Tabla 35: Inflación anual

Inflación	
2014	3,67%
2015	3,38%
2016	1,12%
2017	0,20%
2018	0,27%
Total	8,64%
X	1,73%

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

2.1.14. Proyección de ventas e ingresos mensuales y anuales

Tabla 36: Proyección de ventas e ingresos mensuales y anuales

				Incremento Volumen	3,0%	3,0%	3,0%	3,0%
				Incremento Precios	0%	0%	0%	0%
				Inflación	2%	2%	2%	2%
Producto	Cantidad	Precio	T.I Mensual	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
EL Reino de la diversión llega a casa	9	\$ 70,00	\$ 626,5	\$ 7.518	\$ 7.874	\$ 8.247	\$ 8.638	\$ 9.048
El Gran Reino de la diversión llega a casa	9	\$ 85,00	\$ 760,7	\$ 9.128	\$ 9.561	\$ 10.014	\$ 10.489	\$ 10.986
El Super Reino de la diversión llega a casa	4	\$ 100,00	\$ 447,5	\$ 5.370	\$ 5.624	\$ 5.891	\$ 6.170	\$ 6.463
Totales \$			\$ 1.834,6	\$ 22.016	\$ 23.059	\$ 24.152	\$ 25.297	\$ 26.497
Totales Unid	22			268	277	285	293	302
PVP Promedio		\$ 82,00		\$ 82,00	\$ 83,39	\$ 84,80	\$ 86,23	\$ 87,69

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

Tomado en cuenta la media de la tasa de la inflación anual de cinco años anteriores (1,73%) y la tasa de crecimiento del sector económico de la industria (3,60%) a la cual va estar dirigido el proyecto, se puede analizar que la empresa tendrá un ingreso mensual de \$1.834,6 y un ingreso anual \$22.016 y así se ha proyectado para los años siguientes.

2.2. Análisis de la competencia.

2.2.1. Descripción de la competencia (competidores claves).

La competencia es uno de los factores más importante que se debe tener en cuenta a la hora de querer ingresar a un mercado similar, por tanto, es necesario analizarla para saber lo que está haciendo en el mercado, que pueda ser perjudicial económicamente para “Pequeños de Reino”.

2.2.2. Competencia directa:

- **Eventos y Animaciones “Mundo Mágico Fly Fly”:** Esta empresa también está enfocada al segmento infantil, brindando servicios de animaciones de fiestas, se encuentra ubicada en la ciudad de Manta por la Calle principal de la Universidad, a 2 cuadras del Redondel los Eléctricos, utiliza los medios publicitarios como son las redes sociales., tiene varios paquetes de animaciones. (Ver Anexo 3)
- **Animaciones “Chiqui Johy”:** Empresa que está posicionada en el mercado Mantense, está enfocada al mercado infantil, dedicada a prestar servicios profesionales en Shows Infantiles, cuenta con un grupo de jóvenes quienes hacen las animaciones, también brinda servicios a domicilio, y tiene precios medios, utiliza las redes sociales para darse a conocer y está ubicada en la vía Circunvalación “California”, cuenta con paquetes de animaciones. (Ver Anexo 4)
- **Ainhoa Fiestas y Eventos:** Es una empresa que dedica a brindar servicio de animación de fiestas infantiles, baby shower, entre otros además cuenta con servicio de decoración para todo tipo de evento social, utiliza las redes sociales para hacer publicidad, la oficina de la empresa está ubicada Calle 16 Avenida 27 diagonal a la cancha sintética del Barrio Santa Mónica. (Ver Anexo 5)

- **Animaciones “Burbujita de Colores”:** Es una empresa que se dedica a brindar servicio de animación de fiesta infantil, siendo su público objetivo los niños, usa redes sociales para hacer publicidades y subir fotos y videos de animaciones en eventos, está ubicada Las Cumbres vía principal, tiene variados paquetes de animación. (Ver Anexo 6)

- **Animaciones “Plim Plim”:** Es una empresa que atiende al público infantil brindando animaciones de fiesta, utiliza las redes sociales para publicitar sus servicios, aparte de dar servicios de animación también ofrece sorpresas con mimo, ya sea para cumpleaños o fechas especiales como San Valentín, día de la madre entre otros, ofrece paquetes para animaciones de fiestas infantiles. (Ver Anexo 7)

- **Animaciones “Isla de Colores”:** Empresa dedicada a dar animaciones de fiestas infantiles, está ubicada en Vía Circunvalación, se publicita por medio de Redes Sociales como Facebook, tiene paquetes de animaciones. (Ver Anexo 8)

- **Animaciones “Diverfull”:** Empresa dedicada a dar servicios de animaciones infantiles, cuentan con servicios de fotos profesionales que están incluidos en el servicio, no trabaja mucho con las redes sociales, cuenta con el siguiente paquete de animación. (Ver Anexo 9)

- **Animaciones Infantiles “Magic Party”:** Es una empresa que tiene como mercado al público infantil, no tiene mucha interacción en las redes sociales, tiene paquetes de animación con precios cómodos. (Ver Anexo 10)

- **Tío Yoyo:** Empresa que brinda animaciones de fiestas infantiles, está ubicado en la ciudad de Portoviejo y también hace animaciones en la ciudad de Manta, además cuenta con servicios música, decoración. (Ver Anexo 11)
- **Marcus Mago.** Brinda shows de magia, conocimiento en el arte ilusionista, se presenta en todo tipo de evento, incluyendo las fiestas infantiles.
- **Will el Mago.** Ofrece artes de magia, cuenta con título profesional de la escuela magia, su servicio los hace en cumpleaños de niños y adultos, declaraciones de amor entrega de detalles con magia, aparición en quinceañera, aparición en bodas, se lo puede contactar en Redes Sociales como Facebook, twitter e Instagram y también se lo puede contratar por WhatsApp.
- **Vida Mágica.** Realiza artes de magia para todo de tipo de evento, se lo puede contactar por Redes Sociales y por WhatsApp.

2.2.3. Competencia indirecta:

“La competencia indirecta, está dada por productos y servicios que tienen una diferenciación significativa, pero que satisfacen las mismas necesidades y/o deseos”. (Salas, López , & Loli, 2004)

“Competencia indirecta, que está formada por productos sustitutos o aquellos que actualmente no son competidores, pero que pueden serlo en el futuro porque satisfacen las mismas necesidades”. (Rivera & De Garcillán, 2007)

La competencia indirecta está compuesta por aquellos productos o servicios que tienen una diferenciación significativa, pero sin embargo satisfacen las mismas necesidades, dichos productos o servicios, con el pasar del tiempo pueden llegar a

convertirse en una competencia directa, para Rivera y De Garcillán en su libro Dirección de Marketing, dicen que la competencia indirecta no son competencias actuales, pero se pueden volver competidores en el futuro.

Para la empresa “Pequeños de Reino” la competencia indirecta son:

- **Mimos.** Personas que dan servicios para entregar detalles ya sea para cumpleaños, día de la madre, para enamorados entre otros. Sus servicios lo hacen con show, transmitiendo un mensaje de forma corporal, según lo investigado sobre estos personajes, ellos solo reciben a los invitados con figuras en globoforma, este servicio tiene un valor \$25 pero sin los globos.
- **Animación con títeres.** Persona que hace animaciones con títeres, haciendo diversos shows, contando cuentos o historias con estos personajes atrayendo la atención de los niños.
- **Alquiler de juegos inflables.** Empresas que se dedican a alquilar juegos inflables como castillos, toboganes entre otros.

A futuro las empresas antes mencionadas se podrían convertir para “Pequeños de Reino” una competencia directa, debido a que podrían ampliar sus servicios de animaciones de fiestas infantiles.

2.2.4. Comparación con la competencia

Para la comparación de la competencia es necesario saber cuáles son los puntos fuertes y débiles de cada empresa competidora.

Las calificaciones se han comparado desde el punto de vista de las 4p's del marketing y al final se hace la comparación con “Pequeños de Reino” con la competencia directa.

1. Se califica del 1 al 4, siendo 1 malo y 4 muy bueno.
2. Se da peso de relevancia a cada criterio y se califica.
3. Se multiplican los pesos y las calificaciones.
4. Se suman las calificaciones las calificaciones ponderadas y se hace la comparación numérica.

Al final se obtiene el mayor competidor de “Pequeños de Reino” es la empresa “Chiqui Johy”

Tabla 37: Comparación con la competencia directa

Grupos	Peso	"Mundo Mágico Fly Fly"		"Chiqui Johy"		"Almoba Fiestas Y Eventos"		"Burbujita de Colores"		"Pipa Pipa"		"Isla de Colores"		"DiverFall"		"Magic Party"		"Tio Yoyo"		"Pequeños de Reino"	
		Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada
Producto/servicio																					
Calidad	0,10	4	0,40	4	0,40	3	0,30	2	0,20	3	0,30	2	0,20	1	0,10	2	0,20	4	0,40	4	0,40
Diseño	0,07	3	0,21	4	0,28	2	0,14	2	0,14	2	0,14	1	0,07	1	0,07	1	0,07	3	0,21	3	0,21
Garantía	0,10	4	0,40	4	0,40	3	0,30	2	0,20	3	0,30	1	0,10	1	0,10	1	0,10	4	0,40	4	0,40
Subtotal			1,01		1,08		0,74		0,54		0,74		0,37		0,27		0,37		1,01		1,01
Precio																					
Lista de precios	0,08	4	0,32	4	0,32	2	0,16	3	0,24	3	0,24	2	0,16	2	0,16	3	0,24	3	0,24	3	0,24
Descuentos	0,06	2	0,12	2	0,12	2	0,12	2	0,12	2	0,12	3	0,18	2	0,12	2	0,12	2	0,12	3	0,18
Subtotal			0,44		0,44		0,28		0,36		0,36		0,34		0,28		0,36		0,36		0,42
Promoción																					
Promoción de ventas	0,10	3	0,30	2	0,20	2	0,20	2	0,20	1	0,10	2	0,20	1	0,10	2	0,20	2	0,20	3	0,30
Publicidad	0,09	3	0,27	4	0,36	2	0,18	2	0,18	2	0,18	1	0,09	1	0,09	1	0,09	3	0,27	3	0,27
Relaciones públicas	0,04	2	0,08	2	0,08	1	0,04	1	0,04	1	0,04	1	0,04	1	0,04	1	0,04	2	0,08	3	0,12
Mkt directo	0,05	2	0,10	3	0,15	3	0,15	1	0,05	1	0,05	1	0,05	1	0,05	1	0,05	2	0,10	4	0,20
Subtotal			0,75		0,79		0,57		0,47		0,37		0,38		0,28		0,38		0,65		0,89
Distribución																					
Canales	0,07	4	0,28	4	0,28	3	0,21	1	0,07	2	0,14	1	0,07	1	0,07	1	0,07	3	0,21	4	0,28
Localización	0,05	4	0,20	4	0,20	3	0,15	2	0,10	2	0,10	2	0,10	1	0,05	1	0,05	3	0,15	4	0,20
Transporte	0,02	4	0,08	4	0,08	3	0,06	1	0,02	2	0,04	2	0,04	2	0,04	2	0,04	4	0,08	4	0,08
Subtotal			0,56		0,56		0,42		0,19		0,28		0,21		0,16		0,16		0,44		0,56
Otros																					
Merchandising	0,07	3	0,21	4	0,28	2	0,14	2	0,14	3	0,21	1	0,07	1	0,07	1	0,07	4	0,28	4	0,28
Segmentación	0,10	4	0,40	3	0,30	2	0,20	2	0,20	3	0,30	1	0,10	2	0,20	3	0,30	4	0,40	4	0,40
Subtotal			0,61		0,58		0,34		0,34		0,51		0,17		0,27		0,37		0,68		0,68
SUMA TOTAL	1,00		3,37		3,45		2,35		1,90		2,26		1,47		1,26		1,64		3,14		3,56

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

2.2.5. Ventajas competitivas.

Es necesario para toda empresa tener una ventaja competitiva, lo que le permite dar guerra en el mercado, el poder ofrecer al mercado productos o servicios que tengan un plus adicional se hace esencial, y para lograr esto es necesario trabajar con pasión y

dedicación para diferenciarse de la competencia “Pequeños de Reino” tendrá como ventaja competitiva:

- **La diferenciación:** ofrecerá al mercado un servicio de calidad, acompañado de la creatividad que brinde experiencias únicas para los niños, niñas y padres, además de brindar servicios de animaciones de fiestas infantiles con temáticas personalizadas dándole un plus a las temáticas pasando de las comunes a temáticas de carácter cristiano que no se brinda en la ciudad de Manta.

2.2.6. Barreras de entradas.

- **Capital inicial:** El capital para iniciar un proyecto es esencial, a través del capital las empresas pueden desarrollar sus actividades económicas de manera más eficiente y eficaz, además que pueden implementar la tecnología a mayor escala, para poder sobrevivir en un mundo competitivo y globalizado, es por eso que “Pequeños de Reino” al no contar con un capital propio, puede tener barreras de entrada al mercado debido a que tendría que buscar financiamiento bancario que proporcione pagos de cuotas del préstamo cómodos para resistir hasta que llegue el año del período de la recuperación de la inversión (PRI).
- **Competencia activa en el mercado:** La competencia es otro factor de barreras de entrada a cualquier negocio, debido a que las mismas pueden lograr que los nuevos proyectos no tengan acogida en el mercado a través de sus estrategias y experiencias empresariales, además de que los consumidores ya tienen conocimientos de sus existencias y esto hace que sean competitivas.

2.2.7. Análisis de las 5 fuerzas de Porter.

Las 5 fuerzas de Porter son fundamentales para las empresas, por medio del análisis de las mismas se pueden aprovechar los recursos y superar a la competencia aplicando estrategias que minimicen las amenazas.

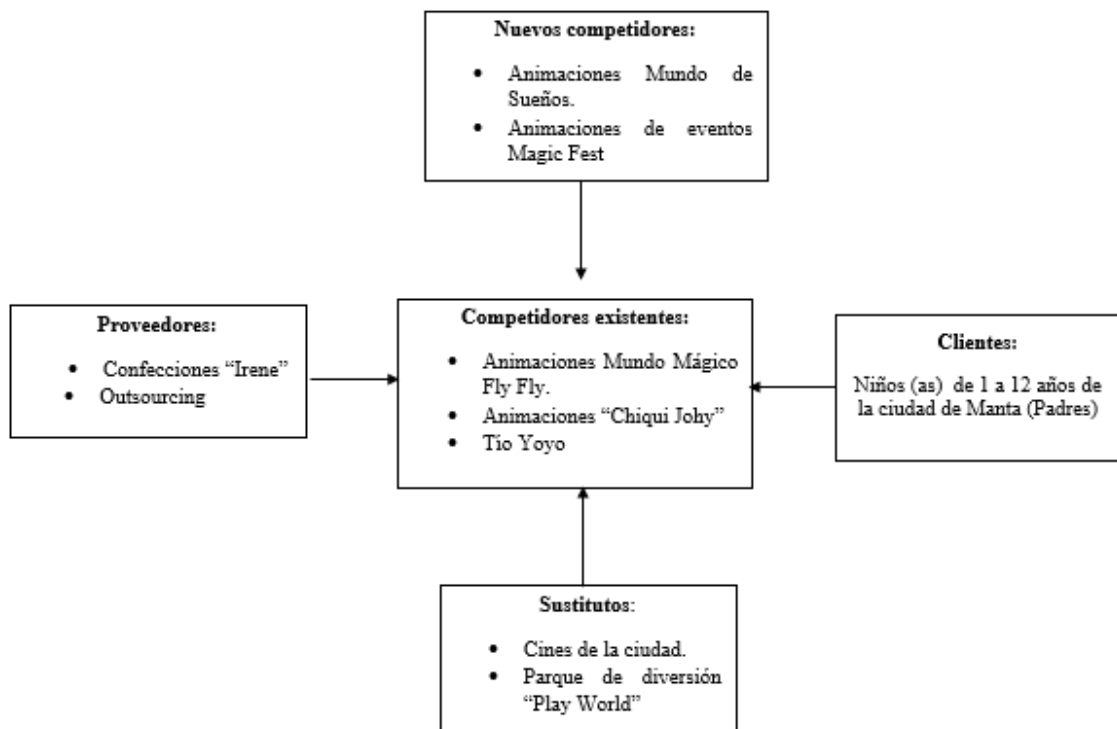


Figura 23: Fuerzas de Porter

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

Nuevos competidores:

El ingreso de nuevos servicios de animaciones de fiestas al mercado hace que la competencia aumente para el proyecto, en las que puede mencionarse que:

Animaciones “Mundo de Sueños” y Animaciones de eventos “Magic Fest” que son empresas que han entrado al mercado a competir con sus servicios que los manejan de forma virtual, por donde pueden contactar con sus clientes, sin embargo, el grado de competencia es medio debido a que no tienen un lugar de ubicación físico o una empresa,

donde el cliente la pueda contactar de esa de forma personal y tampoco se dirigen al mercado cristiano.

Las amenazas de nuevos competidores son altas debido a que no hay barreras de entradas que limiten la incursión de la nueva competencia, se puede decir que para la empresa hay un poder de negociación bajo.

Sustitutos:

- **Cines:** Empresas que se dedican a brindar la exhibición de películas, que llaman la atención del público infantil, esta actividad comercial reemplaza las animaciones de fiestas porque hay niños que para su cumpleaños solo quieren ver películas en cines.

- **Play World.** Empresa dedica a brindar servicios de entretenimiento familiar, cuenta con juegos lúdicos, también brinda cursos vacacionales de: Autoestima y Socialización, Estados físicos y Deporte, Ingles, Inteligencia Emocional y Liderazgo y Comunicación y para niños de 0 a 6 años clases de Estimulación Temprana, además cuentan con una cafetería, tiene precios de entrada a sus instalaciones de acuerdo a los días de la semana y por jugador y acompañante.
(Ver Anexo 12)

En el análisis de los productos sustitutos, el poder de negociación es bajo para “Pequeños de Reino” debido a que existen servicios que sustituyen la actividad de la empresa, teniendo que los sustitutos su de negociación es bajo debido a que existen muchas empresas que pueden sustituir sus servicios ofertados.

Clientes:

El enfoque del negocio está dirigido al entretenimiento infantil, niños y niñas de 1 a 12 años, padres y familiares de los mismos que tengan el poder adquisitivo para contratar el servicio, en la ciudad de Manta, con temáticas al gusto del cliente, pero cabe recalcar que también se ofrecerá temáticas cristianas.

El poder de negociación de los clientes en animaciones de fiestas infantiles seculares es alto debido a que existen muchas empresas que lo ofertan y en cuanto al servicio en animaciones de fiestas infantiles con temáticas bíblicas cristianas el poder de negociación es bajo debido a que no existen empresas que oferten este tipo de servicios.

Proveedores:

Los proveedores de una organización son parte fundamentales para desarrollar y ejercer actividades de la misma, los proveedores de “Pequeños de Reino” serán confecciones “Irene” quien confeccionará los trajes o disfraces temáticos para dar el servicio, además se hará prestaciones de servicios de Outsourcing de personal de animaciones, los cuales se contratarán por medio de facturación o nota de venta para justificar los costos variables en la parte contable.

El poder de negociación de los proveedores es bajo porque existe otras empresas que pueden ofertar los insumos necesarios para llevar a cabo el servicio y para “Pequeños de Reino” el poder de negociación de los proveedores por ende es alto, porque se puede escoger a quienes se le compran.

Competidores existentes:

La competencia entre las empresas es algo que nunca termina debido a que cada día las mismas quieren superarse y conseguir el éxito empresarial deseado, por lo tanto, es una guerra que se vive a diario. Para “Pequeños de Reino” la competencia más directa

es Animaciones “Chqui Johy”, “Mundo Mágico Fly Fly” y Tío Yoyo las cuales también están enfocadas al público infantil y tienen reconocimiento en el mercado.

Además “Pequeños de Reino” tiene competencia indirecta a Marcus Mago, Will el Mago, Vida Mágica y Animación con títeres, que son empresas que se dedican a dar servicios de animación para todo evento social entre las cuales están inmersas las fiestas infantiles

“Pequeños de Reino” en base a el análisis de los competidores existentes, el poder de negociación es alto debido a que no existen empresas en la ciudad de Manta que oferten servicios de animaciones de fiestas infantiles con temáticas cristiana, pero en cuanto al servicio de animaciones de fiestas infantiles con temáticas seculares el poder de negociación para “Pequeños de Reino” es bajo debido a que la competencia directa lo oferta.

2.3. Precio.

2.3.1. Variables para la fijación de precios.

El precio es una de las variables del Marketing Mix y es el único que genera ingresos para la empresa el resto de variables genera gastos, hay que mencionar que el precio es susceptible a la percepción de los consumidores quiere decir que si baja o sube el precio este podrá afectar de forma positiva o negativa en los consumidores, las variables más comunes para fijar precios son:

- Los costos.
- La competencia.
- El mercado que está dispuesto a pagar por el servicio.

2.3.2. Determinación de precios.

La determinación de precios juega un papel muy importante dentro de las empresas, debido a que los mismos determinan los ingresos y por ende la rentabilidad. Para determinarlos es necesario tomar en cuenta varios factores como los costos, la competencia, el mercado que está dispuesto a pagar por ese producto o servicio de acuerdo con su percepción, como esta mencionado en el punto anterior. Por lo tanto, la determinación de precios para la empresa “Pequeños de Reino” se basan a los de la competencia que tienes precios entre \$45 a \$400 y en lo que está dispuesto a pagar el mercado meta de acuerdo con las encuestas realizadas, que está en un rango de \$75 a \$85 por servicio.

Tabla 38: Comparación de precios

Paquetes de animación	"Mundo Mágico Fly Fly"	"Chiqui Johnny"	Ainhoa Fiestas y Eventos	"Burbujita de Colores"	"Plim Plim"	"Isla de Colores"	"Diverfull"	"Magic Party"	Tio Yoyo	"Pequeños de Reino"
Paquete N° 1	\$ 60,00	\$ 170,00	\$ 70,00	\$ 45,00	\$ 60,00	\$ 50,00	\$ 120,00	\$ 50,00	\$ 200,00	\$ 70,00
Paquete N° 2	\$ 80,00	\$ 270,00	\$ 100,00	\$ 60,00	\$ 70,00	\$ 60,00		\$ 65,00	\$ 250,00	\$ 85,00
Paquete N° 3	\$ 110,00	\$ 270,00		\$ 70,00	\$ 80,00			\$ 75,00	\$ 300,00	\$ 100,00
Paquete N° 4	\$ 130,00	\$ 370,00		\$ 90,00	\$ 100,00			\$ 80,00		
Paquete N° 5	\$ 150,00	\$ 400,00								
Paquete N° 6	\$ 180,00									

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

2.4. Distribución y localización.

La distribución de “Pequeños de Reino” será de venta directa en la empresa y también se hará negociaciones por medio de las redes sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp, para atender la demanda del mercado y también porque son herramientas rápidas para obtener información y hacer negociaciones. Para la localización de la empresa se analizaron 2 escenarios posibles para el arrendamiento de la oficina, el método que se utilizó fue valorar 4 factores importantes, se le agrego una valoración a cada factor, luego se le hace la ponderación respectiva y se suman los resultados, el de mayor puntaje

sería el lugar más óptimo para ubicar la empresa, los factores analizar fueron: Ubicación Estratégica; Zona comercial de la ciudad de Manta, Acceso de transporte público; para que los clientes puedan llegar con mayor facilidad a la oficina de la empresa, Seguridad; cercanía de un UPC de la policía, y también se tomó en cuenta una de las preguntas de la investigación de mercado referente a la ubicación de la empresa.

La calificación tendrá un peso entre 5 y 1 siendo 5 la calificación perfecta y 1 calificación baja y menos conveniente. El escenario con mayor calificación ponderada sería el lugar más idóneo para ubicar la oficina.

Tabla 39: Distribución y Localización

Escenario A:	Avenida 4 de Noviembre
Escenario B:	Calle 15 Avenida 24

Factores relevantes	Peso	Escenario A:		Escenario B:	
		Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada
Ubicación Estratégica	0,60	5	3,00	4	2,40
Acceso de transporte público	0,10	5	0,50	4	0,40
Seguridad	0,30	4	1,20	4	1,20
SUMA	1,00		4,70		4,00

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

Según los datos obtenidos a través de las calificaciones ponderadas, con un puntaje de 4,70 la empresa estará ubicada en la avenida 4 por Autobahn

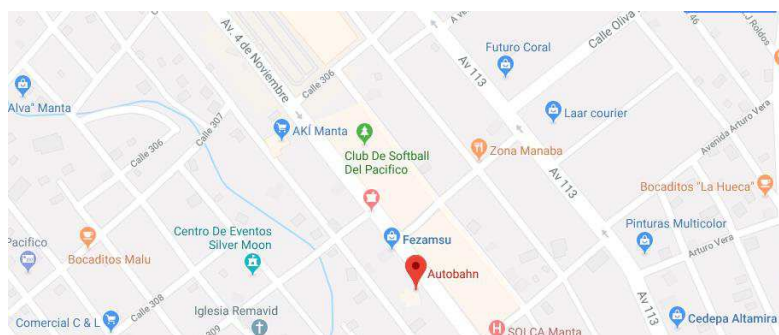


Figura 24: Mapa de ubicación

2.5. Estrategias de promoción.

2.5.1. Clientes claves.

Los clientes son la parte más importante de toda empresa, se puede decir que los clientes son la razón de ser de todo negocio debido a que sin cliente no hay empresa. Por lo tanto, para la empresa “Pequeños de Reino” los clientes son muy importantes y esenciales, para los cuales se harán los mayores esfuerzos de marketing con la finalidad de captar el mercado objetivo permitiendo aumentar la cuota de mercado.

2.5.2. Estrategia de captación de clientes.

La estrategia promocional es fundamental para las organizaciones, porque ayudan a posicionar la marca en la mente del consumidor, es por eso que los mercadólogos las utilizan como parte de la comunicación entre la empresa y el cliente. Las estrategias que aplicará la empresa “Pequeños de Reino” son las siguientes:

- **Identidad empresarial:**



Figura 25: Identidad empresarial

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

- **Redes sociales:** En las cuentas de Facebook e Instagram de la empresa se creará marketing de contenido visual de nuestros servicios para atraer a los clientes generando una comunicación e interacción entre la empresa y posibles clientes.

"PEQUEÑOS DE REINO"

ENTRA A NUESTRO REINO DE LA DIVERSIÓN

Animaciones de fiestas infantiles super divertidas directamente a tu casa

¡Contamos con temáticas Cristianas!

Festejamos a los más pequeños de la casa

Dirección: Avenida 4 Noviembre (Al lado de Autobahn)

0986926459 - 0980897724

@pequeños_de.reino

Animaciones Pequeños de Reino

Figura 26: Arte de publicidad en redes sociales

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

Tabla 40: Costos de Redes Sociales.

Redes Sociales				
Cuentas	Valor Bimestral	Valor Anual	Alcance	Peso
Facebook	\$4	\$24	300 - 500 usuarios	2.3GB
Instagram	\$4	\$24	350 – 550 usuarios	2.3GB
TOTAL	\$8	\$48		

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

Para la publicidad en las redes sociales se determinó, que se va a subir un arte cada 2 meses, cada publicación costará \$4 esto se lo hará para el primer año, que tendrá un costo anual de \$48 con el fin de llegar a más público y la empresa pueda obtener posicionamiento

Además, la empresa por cada servicio brindado obtendrá una base de datos de números de teléfonos y de correos electrónicos de sus clientes, para hacer email marketing.

- **Material P.O.P.** Es una categoría de Marketing que sirve para hacer reconocer la marca en el mercado y básicamente es una publicidad puesta en los puntos de venta, en el caso de “Pequeños de reino” será distribuidos en las instalaciones de la empresa, en lugar donde se esté dando el servicio y en una pequeña porción será mostrado a las empresas con quien se estará haciendo alianzas estratégicas, esto con el fin de que ellos conozcan de los servicios ofertados.

Tabla 41: Costos de publicidad P.O.P.

Material P.O.P.				
Material	Cantidad	Valor Unitario	Valor Anual	Total
Trípticos	300	\$ 0,15	\$ 45,00	\$ 45,00
Tarjetas de presentación	400	\$ 0,03	\$ 10,80	\$ 10,80
Flyers	1000	\$ 0,07	\$ 65,00	\$ 65,00
TOTAL				\$120,80

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

La tabla anterior muestra el presupuesto a invertir en el material POP, se harán 300 trípticos, teniendo un valor unitario de \$ 0,15 y un valor anual de \$ 45, serán entregados a los clientes y a las empresas donde se haría las alianzas estratégicas, se las visitará cada 3 meses para reforzar la misma.

Las tarjetas de presentación y los flyers se invertirán un total de \$ 75,80 anual y entregarán a los clientes en las instalaciones de la empresa y donde se esté dando el servicio.



Pequeños De Reino
Animaciones Infantiles

Animaciones de fiestas infantiles super divertidas



Entra a nuestro mundo de diversión

Pequeños de Reino te ofrece divertidos paquetes de animación solo para ti




¡Diviértete con nosotros!

Brindamos temáticas personalizadas



Contamos con temáticas Cristinas








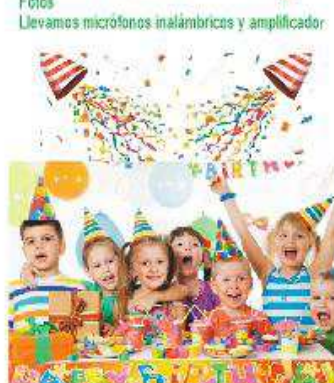
Paquete N°1 El Reino de la diversión	Paquete N°2 El Gran Reino de la diversión	Paquete N°3 El super Reino de la diversión
<p>2 horas de animación 1 animador(a) vestido acorde a la temática Música para animación Presentación del cumpleaños Palabras de bienvenida (papito o mamita) Concursos de niñas Concursos de niños Concursos mamá e hijos Dinámicas Bailes generales Romper piñata Cantar cumpleaños Repartición de sorpresas Fotos Llevamos micrófonos inalámbricos y amplificador</p> 	<p>Nos quedamos toda la fiesta 1 animador(a) vestido acorde a la temática Música para animación Media hora de caritas pintadas Presentación del cumpleaños Palabras de bienvenida (papito o mamita) Media hora de caritas pintadas Concursos de niñas Concursos de niños Concursos mamá e hijos Contar un cuento o historia Bíblica (45 minutos) Dinámicas Bailes generales Romper piñata Cantar cumpleaños Repartición de sorpresas Fotos Llevamos micrófonos inalámbricos y amplificador</p> 	<p>Nos quedamos toda la fiesta 2 animadores -vestidos acorde a la temática Música para animación Presentación del cumpleaños Palabras de bienvenida (papito o mamita) Media hora de caritas pintadas Concursos de niñas Concursos de niños Concursos mamá e hijos Contar un cuento o historia Bíblica (15 minutos) Dinámicas Bailes generales Media hora de glocflexia Romper piñata Cantar cumpleaños Repartición de sorpresas Fotos Llevamos micrófonos inalámbricos y amplificador</p> 
		

Figura 27: Material POP tríptico

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete



Animaciones “Pequeños de Reino”

Entra a nuestro Reino de la diversión

Johanna Intriago
Gerente/coordinadora

 0986926459 - 0980897724

 @pequeños_de.reino

 Animaciones Pequeños de Reino

Oficina
Av 4 de Noviembre
(frente al Edificio del Bies)

*Juegos *Dinámicas *Cartas pintadas *Globoflexia *Cuentos *Contar historias Bíblicas
*Música para animación *Hora loca *Concursos para mamá *Concursos para papá
También Contamos con temáticas Cristianas



Pequeños De Reino
Animaciones Infantiles

Figura 28: Material POP Tarjetas de presentación

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

"PEQUEÑOS DE REINO"

ENTRA A NUESTRO REINO DE LA DIVERSIÓN


Animaciones Infantiles

¡Contamos con Temáticas Cristianas!!

Animaciones de fiestas infantiles super divertidas directamente a tu casa

Festejamos a los más pequeños de la casa

 Dirección: Avenida 4 Noviembre (Al lado de Autobahn)

 0986926459 - 0980897724

 Animaciones Pequeños de Reino  @pequeños_de.reino






Paquete N°1 El Reino de la diversión llega a casa	Paquete N°2 El Gran Reino de la diversión llega a casa	Paquete N°3 El super Reino de la diversión llega a casa
<p>2 horas de animación 1 animador(a) vestido acorde a la temática Música para animación Presentación del cumpleaños Palabras de bienvenida (papito o mamita) Concursos de niñas Concursos de niños Concursos mamá e hijos Dinámicas Bailes generales Romper piñata Cantar cumpleaños Repartición de sorpresas Fotos Llevamos micrófonos inalámbricos y amplificador</p> 	<p>Nos quedamos toda la fiesta 1 animador(a) vestido acorde a la temática Música para animación Media hora de caritas pintadas Presentación del cumpleaños Palabras de bienvenida (papito o mamita) Media hora de caritas pintadas Concursos de niñas Concursos de niños Concursos mamá e hijos Contar un cuento o historia Bíblica (45 minutos) Dinámicas Bailes generales Romper piñata Cantar cumpleaños Repartición de sorpresas Fotos Llevamos micrófonos inalámbricos y amplificador</p> 	<p>Nos quedamos toda la fiesta 2 animadores vestidos acorde a la temática Música para animación Presentación del cumpleaños Palabras de bienvenida (papito o mamita) Media hora de caritas pintadas Concursos de niñas Concursos de niños Concursos mamá e hijos Contar un cuento o historia Bíblica (15 minutos) Dinámicas Bailes generales Media hora de gimnasia Romper piñata Cantar cumpleaños Repartición de sorpresas Fotos Llevamos micrófonos inalámbricos y amplificador</p> 
 		

Figura 29: Material POP Flyers

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

- **Regalos promocionales.**

Para atraer y posicionar la marca “Pequeños de Reino” entregará pequeños obsequios.

Tabla 42: Costos de Regalos Promocionales (Bolsitos).

Confecciones y sublimados Joshua			
Abril			
	Cantidad	Costo por unidad	Total
Bolsitos con Isólogo	44	\$2,00	\$88

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

- ✓ Bolsitos con la marca de la empresa de color blanco, uno para el cumpleaños (a) y el otro para un niño(a), escogiendo al niño más animado de la fiesta donde se estará informando en proceso de la animación. Esta promoción será para todo el mes abril que es inicio de clases de la Región Costa.



Tabla 43: Costo de sorteo de animación

Sorteo de animación			
Junio			
	Cantidad	Costo por unidad	Total
Sorteo	1	\$70	\$70

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

- ✓ **Sorteo de una animación.** El sorteo se estará haciendo en Facebook, exclusivamente para las Escuelas de la ciudad de Manta que quieran participar, el sorteo consistirá en que los usuarios de Facebook deberán compartir la publicación subida en ese mes apoyando alguna escuela en especial, la que más apoyo tenga esa será la ganadora, la animación se hará en junio para celebrar el Día del Niño.



Figura 30: Promoción en Redes sociales

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

Tabla 44: Costos de Regalos promocionales (Gorritas Camisetas)

Confecciones y sublimados Joshua			
Diciembre			
	Cantidad	Costo por unidad	Total
Gorrita con Isólogo	22	\$2,50	\$ 55
Camisetas con Isólogo	22	\$3,50	\$ 77
TOTAL			\$132

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

- ✓ Una gorrita para él o la cumpleañera en el mes diciembre.
- ✓ Una camiseta para un niño o niña de la fiesta.



▪ **Merchandising.**

Aplicar un Merchandising visual para atraer a los clientes potenciales, a través de la decoración de la empresa tanto interna como de forma externa.

Tabla 45: Merchandising

Material P.O.P.				
Material	Cantidad	Valor Unitario	Valor Anual	Total
Letrero luminoso	1	\$ 100	\$ 100	\$ 100
Pintura de figuras infantiles	1	\$ 80	\$ 80	\$ 80
TOTAL				\$ 180

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete



Figura 31: Material POP letrero de identificación luminoso

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

2.5.3. Diagrama de Gantt

Tabla 46: Diagrama de Gantt

ACTIVIDADES	2020																																																															
	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE																			
	Semanas				Semanas				Semanas				Semanas				Semanas				Semanas				Semanas				Semanas				Semanas				Semanas				Semanas																							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4																
Redes Sociales	■								■								■								■								■								■								■								■							
Flyers						■								■								■												■																				■										
Trípticos	■												■												■								■																															
Tarjetas de presentación		■					■				■				■				■				■				■				■				■				■				■				■				■													
Regalos promocionales (gorras y camisetas)																																																																
Regalos promocionales (bolsos)													■																																																			
Animación gratis																	■																																															
Letro Luminoso	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■																
Pintura de figuras infantiles	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■																

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

Esta tabla muestra las actividades publicitarias y promocionales que la empresa “Pequeños de Reino” ejecutará durante un año, detallando el tiempo de duración ya sea en meses o días. En las redes sociales se harán publicidades la primera semana cada dos meses, los flyers se entregarán la segunda semana cada dos meses, los trípticos se distribuirán en las instalaciones de “Pequeños de Reino” y a las empresas aliadas la primera semana cada tres meses, las tarjetas de presentación se entregarán en las instalaciones de la empresa la tercera semana de cada mes, los regalos promocionales de gorras y camisetas se obsequiarán todos los fines de semana del mes diciembre, los bolsos se darán todos los fines de semana del mes de abril, la animación gratis se hará un día en el mes de junio y el letrero luminoso y pintura de figuras infantiles estará todo el año.

3. OPERACIONES

3.1. Producto

3.1.1. Descripción del producto/servicio

El servicio que ofertará la empresa “Pequeños de Reino” será animaciones de fiesta infantiles, teniendo como objetivo cumplir con las expectativas y satisfacer a los clientes, con temáticas cristianas y seculares, hacer que las experiencias vividas en las fiestas sean inolvidables para los niños y sus padres. A continuación, la descripción del servicio.

Tabla 47: Descripción del Producto/servicio

Servicio	Descripción
Temáticas cristianas	Contar historias bíblicas a través de imitación de personajes bíblicos, juegos, dinámicas y concursos relacionadas con la temática.
Otras temáticas	Animaciones con personajes de Disney y otros personajes infantiles a través juegos dinámicas y concursos.

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

3.1.2. Paquetes de animación de “Pequeños de Reino”

Paquete 1: El Reino de la diversión llega a casa

Paquete #1
El Reino de la diversión llega a casa

- 2 horas
- 1 animador (a) vestido acorde a la temática
- Música para animación
- Presentación de cumpleaños
- Palabras de bienvenida (mamita o papito)
- Concursos de niñas
- Concursos de niños
- Concurso de mamás e hijos
- Dinámicas
- Bailes generales
- Romper piñata
- Cantar cumpleaños
- Repartición de sorpresas
- Fotos
- Llevamos micrófono inalámbrico y amplificador

\$70

Pequeños De Reino Animaciones Infantiles

Figura 32: Paquete 1 "El Reino de Dios llega a casa"

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

Paquete 2: El Gran Reino de la diversión llega a casa

Paquete #2
El Gran Reino de la diversión llega a casa

- Nos quedamos toda la fiesta
- 1 animador vestido acorde a la temática
- Música para animación
- Presentación de cumpleaños
- Media hora de caritas pintadas
- Palabras de bienvenida (mamita o papito)
- Concursos de niñas
- Concursos de niños
- Concurso de mamás e hijos
- Contar 1 cuento o historia bíblica (15 minutos)
- Concursos de papás
- Dinámicas
- Bailes generales
- Romper piñata
- Cantar cumpleaños
- Repartición de sorpresas
- Fotos
- Llevamos micrófono inalámbrico y amplificador

\$85

Pequeños De Reino Animaciones Infantiles

Figura 33: Paquete 2 de animación de "Pequeños de Reino"

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

Paquete 3: El Súper Reino de la diversión llega a casa

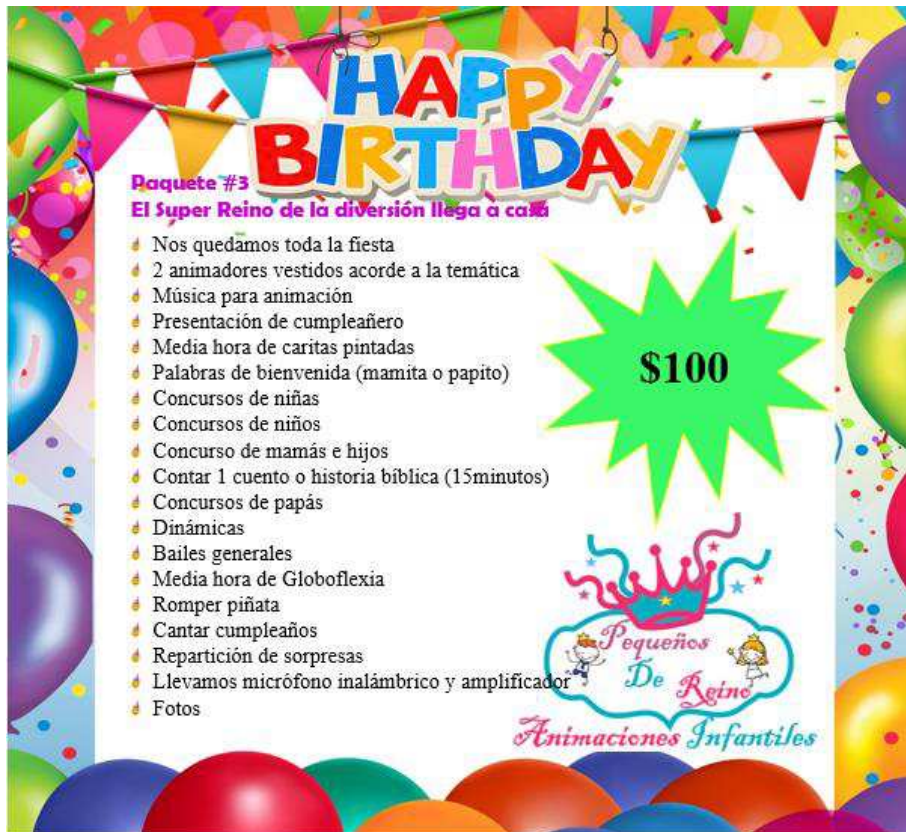


Figura 34: Paquete 3 de animación de "Pequeños de Reino"

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

3.1.3. Diseño del producto / servicio.

3.1.3.1. Isólogo



Figura 35: Isólogo de "Pequeños de Reino"

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

En el Isólogo de la empresa predominan los colores, rosado y azul celeste, basándonos en la psicología de colores que significan:

- **Rosado:** induce a la relajación y a estado de ánimo de amistad, amor y ciertos matices protectores, transmite carácter de inocencia, de optimismo, alegría y de generosidad, también se asocia mucho a lo femenino, a sueños y a las ilusiones.
- **Azul celeste:** es refrescante y agradable, trasmite lealtad y confianza, además de ser el color que asocia a la masculinidad.

3.1.3.2. Logotipo



Figura 36: Logotipo de “Pequeños de Reino”

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

El Logotipo de la empresa nace de considerar a los niños como parte de un Reino especial donde se les dé, toda la atención posible, tratados como príncipes y princesas que es como se lo merecen.

3.1.3.3. Isotipo



Figura 37: Isotipo de "Pequeños de Reino"

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

En la simbología del Isotipo de “Pequeños de Reino” la corona; representa al reino, las líneas onduladas y las estrellas; representa diversión y fiesta, los niños con sus coronas puestas; representa cada niño homenajeado, la forma de tratarlos para que sean felices.

- Slogan: ***“Entra a nuestro Reino de diversión”***

El Slogan representa invitar a cada uno de los niños y niñas a disfrutar de su fiesta, donde la diversión se haga presente.

3.1.4. Aspectos diferenciadores

Los aspectos diferenciadores son importantes para todas las empresas ya sean pequeñas, medianas o grandes, estos aspectos son aquellos que le permiten sobrevivir en el mercado y diferenciándose de la competencia.

La empresa “Pequeños de Reino” tendrá los siguientes aspectos diferenciadores:

- **Servicio Posventa.** Obtener una base de datos para contactar de los clientes que han contratado el servicio y preguntarles sobre si se cumplió con las expectativas esperadas por los mismos.
- **Implementar la filosofía de responsabilidad y compromiso.** brindar el servicio en el lugar y el momento que los clientes lo necesiten, logrando generar confianza hacia la empresa y a la vez obtener reconocimiento de marca y fidelización.
- **Temáticas diferentes.** Brindar temáticas diferentes que aún no están ofertadas en el mercado como por ejemplo temáticas con carácter cristianos, que permita transmitir mensajes bíblicos a la niñez.
- **Ubicación.** Se pretende ubicar a la empresa en una zona estratégica comercial de la ciudad de Manta como es la Avenida 4 de noviembre, al lado de Autobahn donde hay afluencias de personas con el fin de que sea visualizada por los posibles clientes atrayéndolos con un buen Merchandising tanto interno como externo en la empresa.

3.2. Proceso productivo.

3.2.1. Proceso de elaboración o servucción.

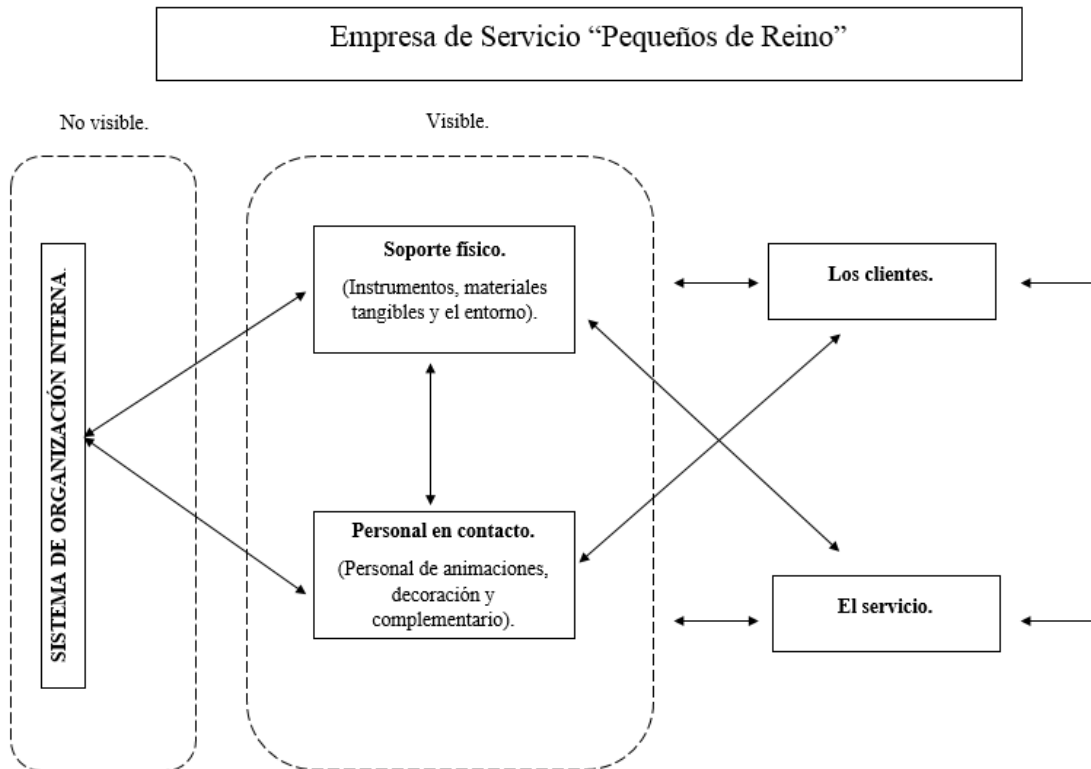


Figura 38: Proceso de elaboración o servucción

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

En el proceso de elaboración servucción se manifiesta la relación que hay, entre el sistema de organización interna que son los elementos visibles y no visibles que generan un servicio y los clientes que lo reciben, esto se vuelve un ciclo en cada servicio brindado, es decir que todos los elementos se conectan entre sí, para llegar a relacionarse con el cliente y una vez terminado el servicio a un cliente, se vuelve a iniciar el ciclo con otro cliente.

3.2.2. Capacidad instalada o tamaño.

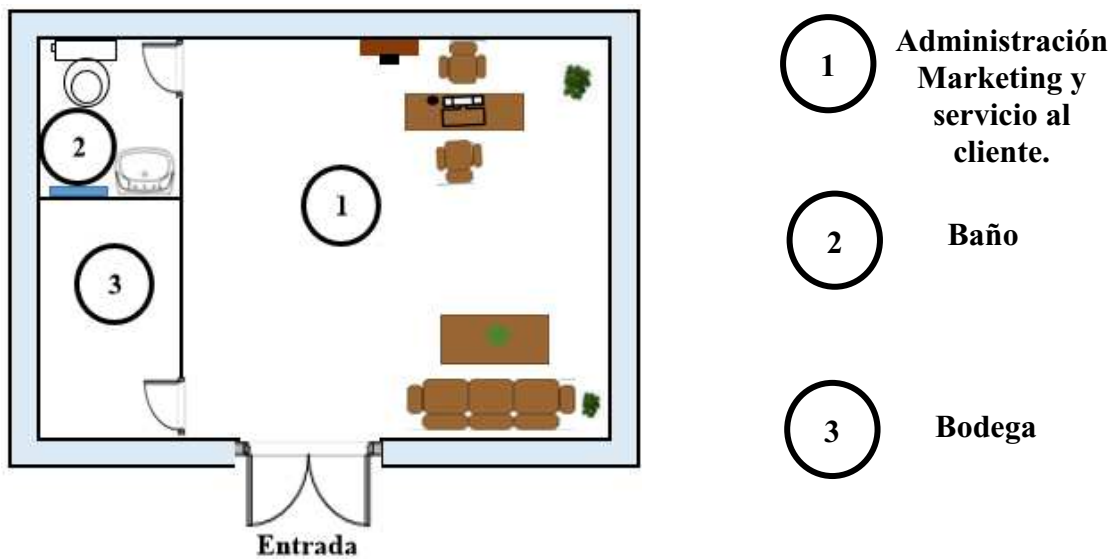


Figura 39: Capacidad Instalada.

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

Especificaciones:

- 32m2 del local
- Baño
- Bodega

3.2.3. Tecnologías necesarias para la producción

Para iniciar con las actividades del negocio la empresa necesita las siguientes tecnologías:

Tabla 48: Tecnologías necesarias para la producción

Equipos necesarios para la producción			
Detalle	Cantidad	Precio	Total
Pendrives	5	\$ 4,60	\$ 23,00
Micrófonos inalámbricos diadema	3	\$ 20,00	\$ 60,00
Disfraces Bíblicos	10	\$ 10,00	\$ 100,00
Otros disfraces	15	\$ 15,00	\$ 225,00
Amplificadores	5	\$ 120,00	\$ 600,00
TOTAL			\$ 1.008,00

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

En la tabla anterior se especifican todos los equipos necesarios para producir los servicios ofertados por la empresa.

3.2.4. Cronograma de producción – servucción

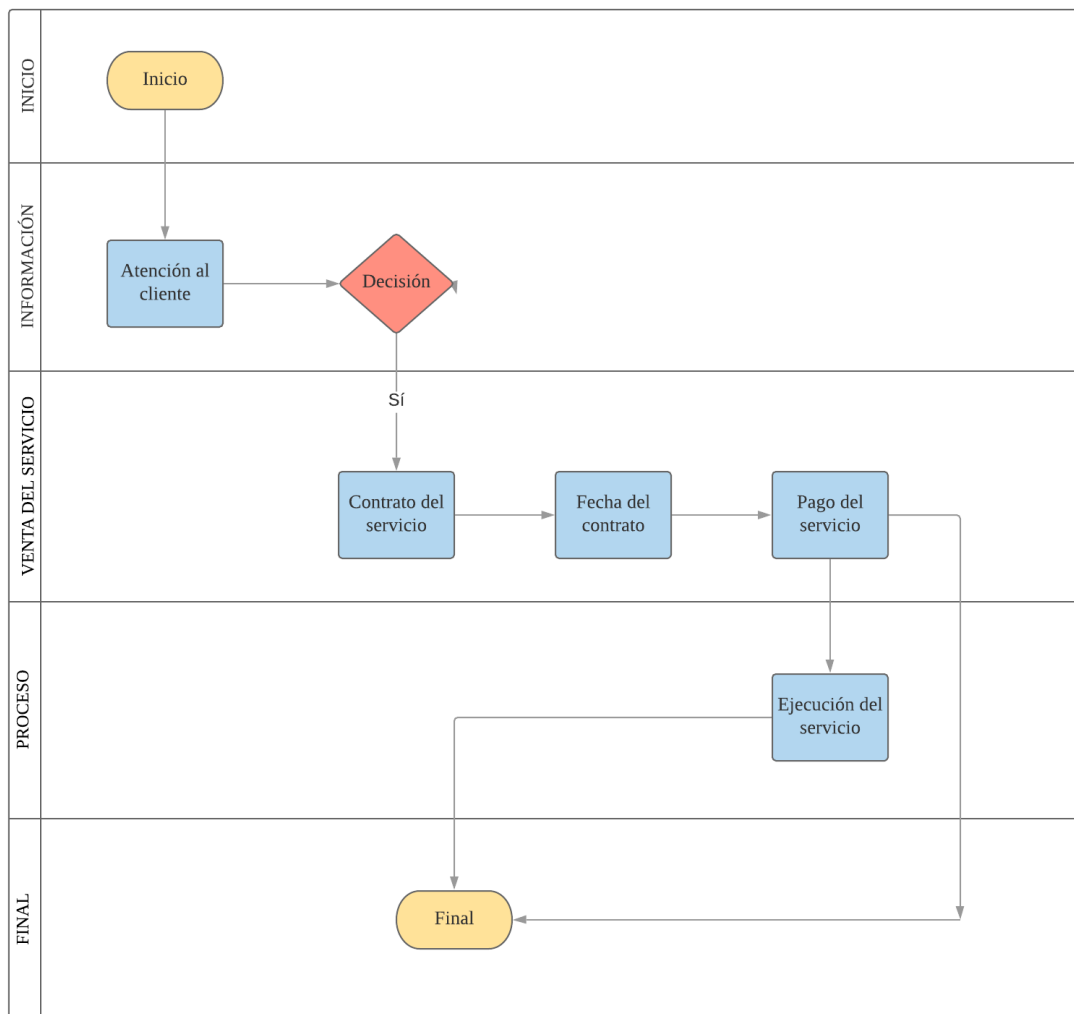


Figura 40: Cronograma de producción / servucción.

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

El gráfico muestra el cronograma de servucción de la empresa, desde la llegada de los clientes que solicitan el servicio y quienes los atienden previo a la ejecución del mismo. Pero cabe recalcar que, dependiendo de la fidelidad y confianza hacia el cliente, el orden de pago se podría mover a la etapa final del cronograma. Cada símbolo representa un determinado proceso en el cronograma. (Ver Anexo 13)

3.2.5. Control de calidad.

La empresa “Pequeños de Reino” hará un control de calidad del servicio mediante el servicio posventa, a través de la base datos realizando llamadas a los clientes, esto se lo hace con el fin de saber, si el servicio ha impactado en los mismos, tomar correcciones y seguir mejorando en los procesos de calidad.

3.3. Equipos e infraestructura necesarios.

La empresa “Pequeños de Reino” estará ubicada en la ciudad de Manta y necesita para el funcionamiento los siguientes equipos e infraestructura:

- Local físico que cuente con:
 - ✓ Baño
- Muebles de oficina.
- Equipo de computación.

Tabla 49: Muebles de oficina

MUEBLES DE OFICINA			
Activo	Cantidad	Precio	Total
Silla	5	\$ 20,00	\$ 100,00
Escritorio	1	\$ 58,00	\$ 58,00
Archivador	1	\$ 45,00	\$ 45,00
TOTAL			203,00

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

Tabla 50: Equipos de oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
Activo	Cantidad	Precio	Total
Computadora	1	\$ 310,00	\$ 310,00
Impresora	1	\$ 110,00	\$ 110,00
TOTAL			420,00

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

3.4. Requerimiento de mano de obra

Tabla 51: Requerimientos de mano de obra.

SUELDOS EMPLEADOS PRIMER AÑO								
CARGO PERSONAL	Remuneración \$			Beneficios \$				Total anual
	Mensual	Comisiones	T. Anual	13er S.	14to S.	Vacac.	A. Patronal	
Administrador- Coordinador	394	-	4.728	394	394	197	527,2	6.240
Total	394	-	4.728	394	394	197	527	6.240

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

Tabla 52: Servicios profesionales

SERVICIOS PROFESIONALES					
Item	Unid. Totales	P. unitario	Total Mes	Total anual	
Contador	0,2	40,00	6,7	80,00	
Totales			6,7	80,00	

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

3.5. Requerimientos de insumos productivos

Tabla 53: Requerimientos de insumos productivos.

COSTOS VARIABLES ANUALES					
Cantidad total proyectadas a	268	Unidades mensuales proyectadas			22
Materia prima	Unid. Totales	Unid/Medi	P. unitario	Total Mes	Total anual
	-		-	-	-
Servicio de animación Outsourcing	26,8	Servicio	12,00	322,2	3.866
Gasolina	22,4	Galón	1,85	41,4	497
Globos largos	4,5	Funda	3,00	13,4	161
Pintura para caritas	6,7	Caja	2,25	15,1	181
Totales	60			392	4.705

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

3.6. Seguridad industrial y medio ambiente.

3.6.1. Normativas de prevención de riesgos.

Todas las empresas bajo cualquier actividad deben tener normativas de prevención de riesgos laborales es por eso que la empresa “Pequeños de Reino” va aplicar medidas de prevención de entre los riesgos más comunes que se podrían sufrir son:

- Causas de incendio.
- Golpes y caídas.

A continuación, analizaremos cada uno los riesgos expuesto anteriormente y su prevención:

- **Causas de incendio.** Las instalaciones eléctricas con defectos lo que podría producir incendio, es necesario revisar de forma constante las instalaciones eléctricas.

Golpes y caídas. Tener buena iluminación dentro de la oficina, no mojar el piso cuando no sea necesario para evitar accidentes para las personas que atienden y como para los clientes que visitan.

3.6.2. Normativas ambientales

La empresa “Pequeños de Reino” no causará ningún impacto al ambiente debido a que no utilizará ningún desecho para las actividades y mantendrá limpio el espacio donde funcionará la oficina, también la basura recolectada estará a la disposición en el momento que el camión recolector de basura pase por la zona, para que haya no problemas de derramamiento de los desechos.

4. FINANCIERO

4.1. Sistemas de cobros y pagos

4.1.1. Sistema de cobro

La empresa “Pequeños de Reino” generará nota de venta a sus clientes después de esto se receiptan los pagos en efectivo y vía transferencia bancaria.

4.1.2. Sistema de pago

Para realizar los pagos a los proveedores “Pequeños de Reino” los efectuará por medio de pagos en efectivo y vía transferencias bancarias.

4.2. Presupuesto de ingresos y costos

4.2.1. Presupuesto de ingresos

La empresa presenta ingresos por concepto de ventas de los servicios que oferta.

Tabla 54: Presupuesto de ingresos

Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
\$ 22.016	\$ 23.059	\$ 24.152	\$ 25.297	\$ 26.497

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

4.2.2. Presupuesto de costos y gastos

Tabla 55: Servicios básicos

SERVICIOS BASICOS					
Item	Unid. Totales	P. unitario	Total Mes	Total anual	
Luz	1	15,00	15,00	180,00	
Agua	1	10,00	10,00	120,00	
Internet	1	25,00	25,00	300,00	
Plan celular	1	20,00	20,00	240,00	
Totales			70,00	840,00	

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

Tabla 56: Arriendo

ARRIENDOS				
Item	Unid. Totales	P. unitario	Total Mes	Total anual
Arriendo de local	1	200,00	200,00	2.400,00
Totales			200,00	2.400,00

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

Tabla 57: Útiles de oficina

UTILES DE OFICINA				
Item	Unid. Totales	P. unitario	Total Mes	Total anual
Resma	0,1	\$ 3,50	\$ 0,35	\$ 4,20
Tinta	0,1	\$ 18,00	\$ 1,80	\$ 21,60
Folder	0,1	\$ 2,50	\$ 0,25	\$ 3,00
Esferos	1,0	\$ 0,30	\$ 0,30	\$ 3,60
Caja de clips	0,1	\$ 1,00	\$ 0,08	\$ 1,00
Totales			\$ 2,78	\$ 33,40

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

Tabla 58: Implementos de limpieza

IMPLEMENTOS DE LIMPIEZA				
Item	Unid. Totales	P. unitario	Total Mes	Total anual
Escoba	0,1	\$ 2,00	\$ 0,20	\$ 2,40
Cloro (Galon)	0,3	\$ 1,00	\$ 0,25	\$ 3,00
Trapeador	0,1	\$ 2,00	\$ 0,22	\$ 2,67
Fundas de basura	10,0	\$ 0,04	\$ 0,40	\$ 4,80
Desinfectante	0,2	\$ 6,00	\$ 1,00	\$ 12,00
Totales			\$ 2,07	\$ 24,87

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

Tabla 59: Mantenimientos

MATENIMIENTOS				
Item	Unid. Totales	P. unitario	Total Mes	Total anual
M Equipos Informatico	0,1	\$ 20,00	\$ 2,22	\$ 26,67
M Instalaciones	0,1	\$ 80,00	\$ 6,67	\$ 80,00
Totales			\$ 8,89	\$ 106,67

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

Tabla 60: Seguros

SEGUROS				
Materia prima	Unid. Totales	P. unitario	Total Mes	Total anual
Seguros	1,0	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 240,00
Totales			\$ 20,00	\$ 240,00

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

Tabla 61: Publicidad

PUBLICIDAD	
Materia prima	Año 1
Material POP 300 Trípticos	\$ 45,00
Material POP 400 Tarjetas de presentación	\$ 10,80
Material POP letrero luminoso para la empresa	\$ 100,00
Materia POP 1000 Flyers	\$ 65,00
Promoción camisetas	\$ 77,00
Promoción de animación gratis	\$ 70,00
Promoción Bolsos	\$ 88,00
Promoción Gorras	\$ 55,00
Redes Sociales Facebook e Instagram	\$ 48,00
Merchandising- pintar en las paredes internas y externas figuras infantiles	\$ 80,00
Totales	\$ 638,80

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

4.2.3. Estados proforma de pérdidas y ganancias

Se muestra el estado de pérdidas y ganancias, a efectos de conocer la utilidad o la pérdida de la empresa.

Tabla 62: Estados de pérdidas y ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
Rubros	1	2	3	4	5
VENTAS NETAS	\$ 22.015,54	\$ 23.059,23	\$ 24.152,40	\$ 25.297,39	\$ 26.496,66
COSTO DE VENTAS					
(-)Costos directos	\$ 4.705,15	\$ 4.784,67	\$ 4.865,53	\$ 4.947,76	\$ 5.031,37
(-)Gastos indirectos	\$ 387,04	\$ 393,58	\$ 400,23	\$ 407,00	\$ 413,87
(-)Depreciación	\$ 1.868,59	\$ 1.868,59	\$ 1.868,59	\$ 1.728,60	\$ 1.728,60
UTILIDAD BRUTA	\$ 15.054,76	\$ 16.012,39	\$ 17.018,05	\$ 18.214,04	\$ 19.322,82
(-)Gastos de administración (A2)	\$ 9.142,45	\$ 9.697,45	\$ 9.861,34	\$ 10.028,00	\$ 10.197,47
(-)Gastos de venta (A2)	\$ 1.134,42	\$ 503,99	\$ 512,51	\$ 521,17	\$ 529,98
(-)Amort. de activos diferidos	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 42,00
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 4.735,90	\$ 5.768,95	\$ 6.602,20	\$ 7.622,87	\$ 8.553,37
(-)Gastos financieros (Tabla amort)	\$ 569,55	\$ 479,90	\$ 379,49	\$ 267,03	\$ 141,07
V.A.I.PE	\$ 4.166,34	\$ 5.289,05	\$ 6.222,71	\$ 7.355,84	\$ 8.412,29
(-)Particip. Empl. 15%	\$ 624,95	\$ 793,36	\$ 933,41	\$ 1.103,38	\$ 1.261,84
V.A IMP. RENTA.	\$ 3.541,39	\$ 4.495,69	\$ 5.289,30	\$ 6.252,47	\$ 7.150,45
(-)Impuesto a la renta 25%	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD NETA	\$ 3.541,39	\$ 4.495,69	\$ 5.289,30	\$ 6.252,47	\$ 7.150,45

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

En la tabla anterior se muestra el Impuesto a la Renta sin valores monetarios, debido a que la empresa por ser pequeña y de persona natural los ingresos no superan los \$60.000 al año, por eso no está obligada a pagar dicho impuesto.

4.2.4. Análisis de punto de equilibrio

El punto de equilibrio, refleja que los servicios mensuales son de 14 unidades, por encima de esta cantidad se registra utilidad. En valor monetario el punto de equilibrio es de \$ 1.130 por arriba de esta cantidad se registra utilidad para la empresa.

Tabla 63: Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO MENSUAL	
Indicador	Valor
Costos Fijos	889
Unidades a Vender	22
Precio de venta u.	82,00
Costo variable u.	17,53
P. E. en unidades	14
P. E. en en US\$	1.130

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

Tabla 64: Punto de equilibrio ingresos/unidades

Unidades	T. Costos Fijos	C. V. U	T.C.V	T. Costos	PVP Prom.	Ingresos.	Rentab.
2	889	17,5	35	924	82,0	164	(760)
4	889	17,5	70	959	82,0	328	(631)
6	889	17,5	105	994	82,0	492	(502)
8	889	17,5	140	1.029	82,0	656	(373)
10	889	17,5	175	1.064	82,0	820	(244)
12	889	17,5	210	1.099	82,0	984	(115)
14	889	17,5	245	1.134	82,0	1.148	14
16	889	17,5	280	1.169	82,0	1.312	143
18	889	17,5	315	1.204	82,0	1.476	272
20	889	17,5	351	1.239	82,0	1.640	401
22	889	17,5	386	1.274	82,0	1.804	530
24	889	17,5	421	1.309	82,0	1.968	659
26	889	17,5	456	1.344	82,0	2.132	788
28	889	17,5	491	1.379	82,0	2.296	917
30	889	17,5	526	1.414	82,0	2.460	1.046
32	889	17,5	561	1.449	82,0	2.624	1.175
34	889	17,5	596	1.485	82,0	2.788	1.303
36	889	17,5	631	1.520	82,0	2.952	1.432
38	889	17,5	666	1.555	82,0	3.116	1.561
40	889	17,5	701	1.590	82,0	3.280	1.690

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

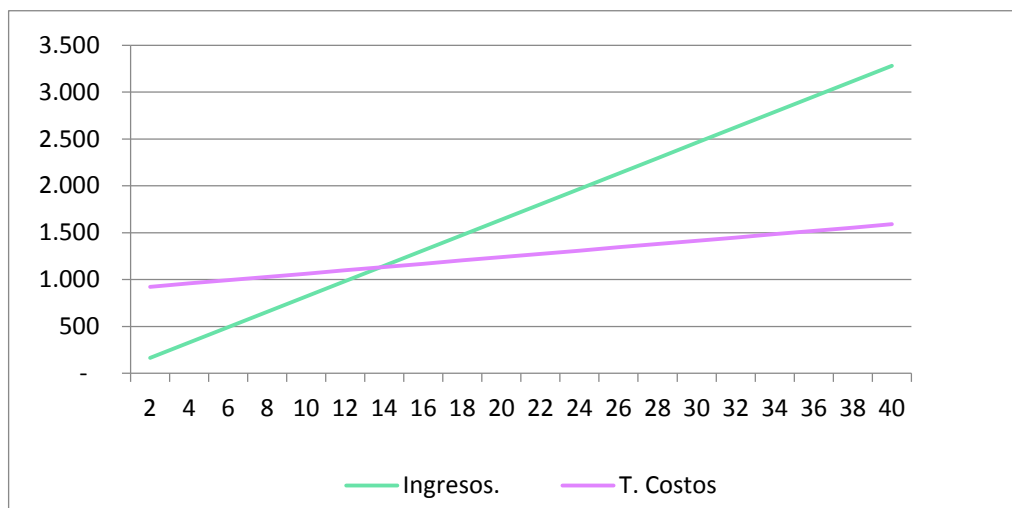


Figura 41: Punto de equilibrio

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

4.3. Inversiones

4.3.1. Análisis de inversiones

Tabla 65: Plan de inversión

PLAN DE INVERSIÓN				
Inversión fija	Monto	Aporte	Credito	Total
ACTIVOS				
Terreno	-	-	-	-
Edificio	-	-	-	-
Adecuaciones	150	150	-	150
Maquinarias, equipos y herramientas	1.428	120	1.308	1.428
Vehículo	8.000	8.000	-	8.000
Muebles y equipos de oficina	203	203	-	203
Gastos de Constitución	210	210	-	210
TOTAL	9.991	8.683	1.308	9.991
CAPITAL DE TRABAJO				
Costo directo	1.176	23	1.153	1.176
Costo indirecto	97	97	-0	97
Gastos Administrativos	2.286		2.286	2.286
Gastos de ventas	284	284	-0	284
TOTAL	3.842	404	3.438	3.842
INVERSIÓN TOTAL= INV.FIJA.+CAP.TRABAJO				13.833

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

4.3.2. Cronograma de inversiones

La inversión será aporte del dueño el cual se realizará al inicio de las operaciones, mientras que el préstamo bancario se utilizará para el capital de trabajo del primer trimestre del año de las operaciones.

4.4. Plan de financiamiento

4.4.1. El costo del proyecto y su financiamiento

Tabla 66: Costo del proyecto y su financiamiento

INVERSIONES		
INVERSIÓN	\$	%
ACTIVO FIJO	9.991	72%
ACTIVO CIRCULANTE	3.842	28%
TOTAL	13.833	100%

ORIGEN DE FONDOS		
DETALLE	MONTO	%
Recursos propio	9.087	66%
Crédito bancario	4.746	34%
TOTAL	13.833	100%

ESTRUCTURA ACCIONARIA		
DETALLE	MONTO	%
Johanna Intriago	9.087	100%
TOTAL	9.087	100%

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

El crédito bancario será realizado a través de la banca privada en este caso el Banco del Pacifico será la entidad que haga el financiamiento del proyecto.

Tabla 67: Tabla de amortización crédito bancario

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO					
CRÉDITO BANCARIO EN DOLARES					
FORMA DE PAGO: en amortizaciones anuales iguales					
MONTO		4.746,26	PAGO	\$1.316,66	
INTERÉS (ie)		12,00%	PERIODO	5	
Periodo	Saldo Inicial	Pago de interés	Pago de capital	Cuota Total	Saldo final
0					
1	4.746	570	747	1.317	3.999
2	3.999	480	837	1.317	3.162
3	3.162	379	937	1.317	2.225
4	2.225	267	1.050	1.317	1.176
5	1.176	141	1.176	1.317	-

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

4.4.2. Fuente de usos de fondos

Tabla 68: Fuente de usos de fondos

FLUJO DE FONDOS NETOS						
Rubros	0	1	2	3	4	5
Utilidad Neta		3.541	4.496	5.289	6.252	7.150
(+)Depreciación		1.869	1.869	1.869	1.729	1.729
(+)Amort. de activos diferidos		42	42	42	42	42
(-)Costo de inversión fija	9.991	-	-	-	-	-
(-)Capital de trabajo	3.842	-	-	-	-	-
(-)Pago del capital (amortización)		747	837	937	1.050	1.176
Prestamo						
Flujo de fondos Netos	-13.833	4.705	5.570	6.263	6.973	7.703

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

4.4.3. Estado de Balance General

Tabla 69: Balance general proyectado

		BALANCE GENERAL PROYECTADO					
	Rubros	0	1	2	3	4	5
	Caja	3.842	9.172	14.910	21.313	28.456	36.360
	TOTAL ACT. CTE.	3.842	9.172	14.910	21.313	28.456	36.360
	ACTIVOS FIJOS						
	Inversión fija	9.781	9.781	9.781	9.781	9.781	9.781
	Depreciación acumulada (-)		-1.869	-3.737	-5.606	-7.334	-9.063
ACTIVOS	TOTAL ACT. FIJO NETO	9.781	7.912	6.044	4.175	2.447	718
	ACTIVOS DIFERIDOS						
	Gastos preoperativos	210	210	210	210	210	210
	Amortización acumuladas (-)	-	-42	-84	-126	-168	-210
	TOTAL ACT. DIF. NETO	210	168	126	84	42	-
	TOTAL ACTIVOS	13.833	17.252	21.080	25.572	30.945	37.078
	Part. Empl. Por pagar	-	625	793	933	1.103	1.262
	Imp. por pagar a la renta	-	-	-	-	-	-
	TOTAL PAS. CTE.	-	625	793	933	1.103	1.262
PASIVO	PASIVO LARGO PLAZO						
	Crédito bancario	4.746	3.999	3.162	2.225	1.176	-
	TOTAL PAS. LARGO PLAZO	4.746	3.999	3.162	2.225	1.176	-
	TOTAL PASIVOS	4.746	4.624	3.956	3.159	2.279	1.262
PATRIMONIO	Capital	9.087	9.087	9.087	9.087	9.087	9.087
	Utilida ejercicio anterior	-	-	3.541	8.037	13.326	19.579
	Utilidad presente ejercicio	-	3.541	4.496	5.289	6.252	7.150
	TOTAL PATRIMONIO	9.087	12.628	17.124	22.413	28.666	35.816
	TOTAL PAS. Y PATR.	13.833	17.252	21.080	25.572	30.945	37.078

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

4.5. Evaluación

Tabla 70: Flujos de fondos netos

FLUJO DE FONDOS NETOS						
Rubros	0	1	2	3	4	5
Utilidad Neta		3.539	4.494	5.288	6.251	7.150
(+)Depreciación		1.869	1.869	1.869	1.729	1.729
(+)Amort. de activos diferidos		42	42	42	42	42
(-)Costo de inversión fija	9.991	-	-	-	-	-
(-)Capital de trabajo	3.842	-	-	-	-	-
(-)Pago del capital (amortización)		751	841	942	1.055	1.181
Prestamo						
Flujo de fondos Netos	-13.833	4.699	5.563	6.257	6.967	7.697
<hr/>						
VAN	8.519					
Tasa de descuento	11,2%				Tasa de descuento	
TIR	31,5%				Tasa Int. Pasiva	5,93%
ROI (retorno de la inversión)	0,62				Riesgo País	5,28%

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

4.5.1. Valor actual neto o valor presente neto

El valor actual neto obtenido para la ejecución de este proyecto es de \$8.519 este valor nos garantiza la recuperación de la inversión. La tasa de descuento está compuesta de la tasa interna pasiva; valor que pagan las entidades bancarias por el dinero captado a través de cuentas de ahorros y el riesgo país es un indicador de la estabilidad de cada país.

4.5.2. Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno toma en cuenta los flujos de efectivo generados durante los primeros 5 años de operaciones de la empresa lo que genera un 31,5%, valor que es superior a la tasa de descuento del 11,2%, con estos valores el proyecto en términos financieros es rentable.

4.5.3. Periodo de recuperación de la inversión

Tabla 71: Periodo de recuperación de la inversión

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN					
Años	Inversión	FFN	VP FFN	VP Acum.	Recup.
-	-13.833				-13.833
1		4.699	4.225	4.225	-9.608
2		5.563	4.498	8.724	-5.110
3		6.257	4.549	13.273	-561
4		6.967	4.555	17.828	3.994
5		7.697	4.525	22.352	8.519

Fórmula:

$$PR = a + [(b - c) / d]$$

Donde:

- **a**= Año anterior inmediato a que se recupera la inversión.
- **b**= Inversión inicial.
- **c**= Suma de lo flujos de efectivo anteriores.
- **d**= FNE del año en que se satisface la inversión.

a	3
b	13.833
c	13.273
d	4.555
PRI	3,12

3 años 1 mes 14 días

Elaborado por: Nelly Johanna Intriago Navarrete

El periodo de recuperación de la inversión de este proyecto es de 3 años, 2 meses y 9 días. Considerando los factores externos planteados en el estudio de mercado, este tiempo de recuperación puede ser menor teniendo en cuenta la ejecución de las estrategias que se prevén efectuar durante los 5 años de duración del plan de negocio.

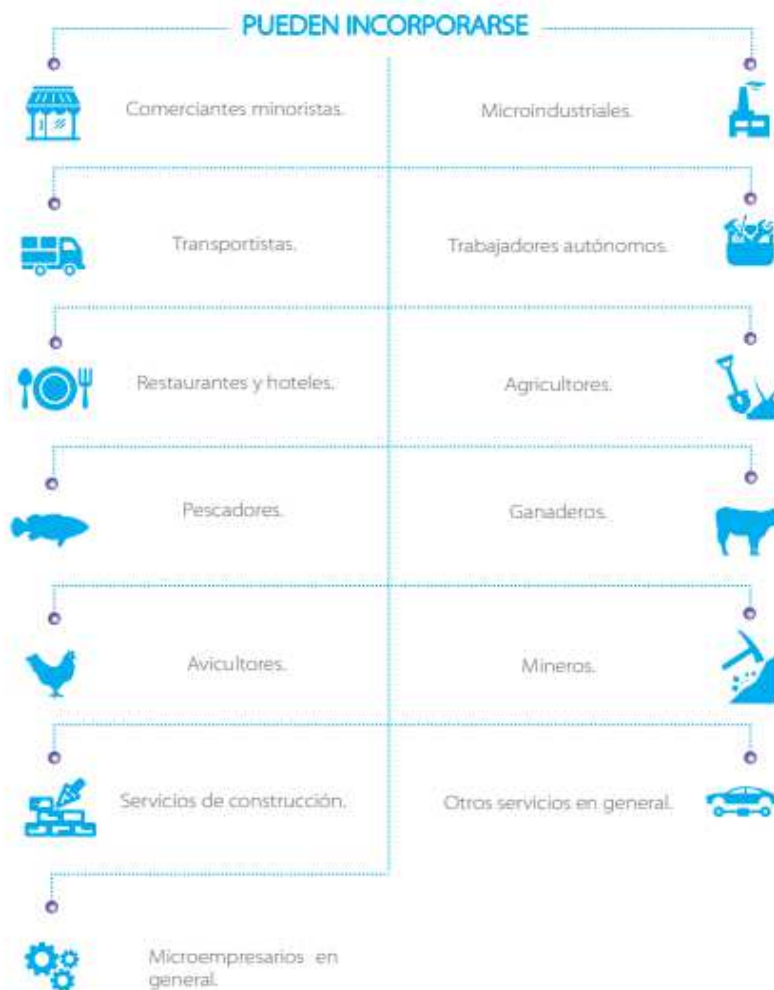
5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Algranti, J. (2010). MITO, LIDERAZGO Y POLÍTICA EN EL MUNDO EVANGÉLICO. *Revista de Antropología Experimental*, 196. Recuperado el 21 de Marzo de 2019
- Alzina, R. (2004). *Metodología de la investigación educativa*. Madrid: Editorial La Muralla. Recuperado el 12 de Febrero de 2019
- Bartolomé, J. (2012). *Implementación de un plan de marketing deportivo para el equipo Delfin Sporting Club de la ciudad de Manta en el periodo 2012-2013*. Ecuador: 3Ciencias, 2018. Recuperado el 18 de Enero de 2019
- GAD Manta. (2014). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Manta 2014-2019*. Manta: GAD Manta. Recuperado el 14 de Enero de 2019
- Garcia, A., & Lull, J. (2009). *El juego infantil y su metodología*. Madrid, España : Editex. Recuperado el 12 de Noviembre de 2018
- Goorderl, J. (2012). *Administración de Pequeñas Empresas: Lanzamiento Y Crecimiento de Iniciativas de Emprendimiento*. México: Cengage Learning Editores. Recuperado el 10 de Diciembre de 2018
- INEC. (2010). *Población de niños y niñas del Ecuador entre 0 y 12*. Ecuador: INEC. Recuperado el 14 de Enero de 2019, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/en-ecuador-hay-43-millones-de-ninos-y-ninas/>
- INEC. (2018). *Registro Estadístico de Matrimonios*. Ecuador: INEC. Recuperado el 14 de Enero de 2019
- INEC, D. d. (2019). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subdesempleo (ENEMDU), Junio 2019 Pobreza y Desigualdad*. Quito: INEC. Recuperado el 29 de Marzo de 2019

- Kloter, P. (2003). *Dirección de Marketing: Coceptos esenciales*. México: Pearson Educación. Recuperado el 12 de Febrero de 2019
- Rivera , J., & De Garcillán, M. (2007). *Dirección de marketing*. Madrid: ESIC Editorial. Recuperado el 30 de Abril de 2019
- Rodas , D., & Del Castillo , S. (2014). *Plan de negocios para la creacion de una empresa organizadora de fiestas infantiles a domicilio en la ciudad de Quito y Los Valles de Cumbayá y Tumbaco*. Quito: Universidad De Las Américas. Recuperado el 12 de Noviembre de 2018
- Salas, S., López , J., & Loli, C. (2004). *Tienes un buen producto. Identifica mercados*. Lima: International Potato Center. Recuperado el 18 de Abril de 2019
- Salto , E. (2015). *Viabilidad Económica y Financiera para la creación de un centro de entretenimeinto para niños para ubicarse en la ciudad de Manta*. Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Recuperado el 21 de Enero de 2019
- Sanz , M. (2010). *Introducción a la Investigación de Mercados*. España: ESIC Editorial. Recuperado el 4 de Enero de 2019
- Solé, M. L. (2003). *Los consumidores del siglo XXI*. España: ESIC Editorial. Recuperado el 5 de Marzo de 2019
- Trujillo , L. (2018). *Experiencias de innovación educativa: Tomo 1*. Colombia: Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano,. Recuperado el 28 de Diciembre de 2018

6. ANEXOS

Anexo 1 - ¿Quiénes pueden acogerse al RISE?



Anexo 2 – Modelo de encuesta

**CUESTIONARIO PARA CONOCER ASPECTOS IMPORTANTES SOBRE:
“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE
SERVICIO EN ANIMACIONES DE FIESTAS INFANTILES CON TEMÁTICAS
CRISTIANAS Y SECULARES EN LA CIUDAD DE MANTA”.**

1. Genero

Masculino		Femenino		LGBTI	
-----------	--	----------	--	-------	--

2. Rango de edad

18 a 25 años		26 a 33 años		34 a 41 años		42 a 49 años		50 en adelante	
--------------	--	--------------	--	--------------	--	--------------	--	----------------	--

3. Si tiene hijos menores de 12 años continúe con la encuesta, ¿Qué edad tiene su hijo(s)?

Edad		Edad		Edad		Edad	
------	--	------	--	------	--	------	--

4. ¿Con que frecuencia usted contrata servicio de animaciones de fiestas infantiles a domicilio?

Bimestral		Trimestral		Semestral		Anual	
-----------	--	------------	--	-----------	--	-------	--

5. De acuerdo a su experiencia ¿Quién propone la idea de celebrar las fiestas de cumpleaños a sus hijos(as)?

Niños (as)		Madre		Padre		Abuelos		Tíos	
------------	--	-------	--	-------	--	---------	--	------	--

(1) Totalmente en desacuerdo	(2) Un poco en desacuerdo	(3) Indiferente	(4) Un poco de acuerdo	(5) Totalmente de acuerdo
-------------------------------------	----------------------------------	------------------------	-------------------------------	----------------------------------

6. ¿Le satisface a usted realizar fiestas de cumpleaños a sus hijos(as)?									
7. ¿Le gustaría a usted utilizar servicios en animaciones de fiestas infantiles con temáticas cristianas?									

8. ¿Conoce usted empresas que brinden servicios en animaciones de fiestas infantiles con temáticas bíblicas cristianas?

Si	
No	

9. Además de la animación, juegos, dinámicas y sorpresas ¿Qué más le gustaría que contenga el servicio de animaciones de fiestas infantiles?

Obra de teatro con títeres	<input type="checkbox"/>
Castillos inflables.	<input type="checkbox"/>
Sesión de fotos	<input type="checkbox"/>
Otros (especifique) _____	

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por servicio de animación de fiestas infantiles con temáticas cristinas y no cristianas a domicilio?

\$70- \$80		\$81 - \$90		\$91- \$100		\$101 en adelante	
------------	--	-------------	--	-------------	--	-------------------	--

11. ¿Dónde le gustaría que este ubicada la empresa?

Calle 13	<input type="checkbox"/>
Avenida 4 de Noviembre	<input type="checkbox"/>
Avenida Flavio Reyes	<input type="checkbox"/>
Centro de Manta	<input type="checkbox"/>

12. De las siguientes empresas ¿Cuál usted ha contratado para realizar y animar fiestas infantiles?

Eventos “Mundo Mágico Fly Fly”	<input type="checkbox"/>
Animaciones “Burbujitas de Colores”	<input type="checkbox"/>
Animaciones “Plim Plim”	<input type="checkbox"/>
Chiqui Johy	<input type="checkbox"/>
Ainoha fiestas y eventos	<input type="checkbox"/>
Otras (especifique) _____	

13. ¿A través de que medio le gustaría recibir información sobre el servicio en animaciones de fiestas infantiles?

Redes Sociales		Volantes		Periódicos		Radios		Otros	
----------------	--	----------	--	------------	--	--------	--	-------	--

Anexo 3 – Eventos y animaciones “Mundo Mágico Fly Fly”

<p>Paquete # 1 = \$60</p> <ul style="list-style-type: none">▪ 1 Persona (Animador/A)▪ Juegos de Niños▪ Juegos de Niñas▪ Cumpleaños Feliz▪ Piñata▪ Duración 1 hora <p>Incluimos materiales didácticos para concursos lúdicos de acuerdo a cada una de las edades.</p>	<p>Paquete #2 = \$80</p> <ul style="list-style-type: none">▪ 1 Persona (Animador/A)▪ Juegos de Niños▪ Juegos de Niñas▪ Juego de Mamás▪ Dinámicas Grupales▪ Cumpleaños Feliz▪ Piñata▪ Duración Toda La Fiesta <p>Incluimos materiales didácticos para concursos lúdicos de acuerdo a cada una de las edades.</p>
--	---

<p>Paquete #3 = \$110</p> <ul style="list-style-type: none">▪ 2 Personas (Animador/a – personaje de la fiesta (ayudante))▪ Bienvenida A Los Invitados▪ Caritas Pintadas▪ Juegos de Niños▪ Juegos de Niñas▪ Juego de Mamás▪ Dinámicas Grupales▪ Cumpleaños Feliz▪ Piñata▪ Duración 2 horas <p>Incluimos materiales didácticos para concursos lúdicos de acuerdo a cada una de las edades</p>	<p>Paquete #4 = \$130</p> <ul style="list-style-type: none">▪ 2 Personas (Animador/A – Personaje de La Fiesta (Ayudante))▪ Bienvenida A Los Invitados▪ Caritas Pintadas▪ Globoflexia▪ 2 Caballetes doble cara para pintar incluye figuras para colorear dependiendo de la temática y lápices de colores.▪ Juegos de Niños▪ Juegos de Niñas▪ Juego de Mamás▪ Juego de Papas▪ Dinámicas Grupales▪ Cumpleaños Feliz▪ Piñata▪ Duración 3:30 horas▪ Casa de cuentos (Show de títeres)▪ Incluimos materiales didácticos para concursos lúdicos de acuerdo a cada una de las edades
<p>Paquete #5 = \$150</p> <ul style="list-style-type: none">▪ 3 Personas (animador/a - personaje de la fiesta - ayudante)▪ Bienvenida a los invitados▪ Caritas Pintadas▪ Globoflexia▪ 2 Caballetes Para Pintar▪ Juegos De Niños▪ Juegos De Niñas▪ Juego De Mamás	<p>Paquete #6 - Show Especial Familia “Mickey Mouse” = \$180</p> <ul style="list-style-type: none">▪ 4 Personas (animador/a – Mickey, Minnie y Deisy)▪ Bienvenida a los invitados

- Juego De Papás
- Juego de bebés
- Dinámicas Grupales
- Cumpleaños Feliz
- Piñata
- Duración toda la fiesta.
- Casa de cuentos (show de títeres)
- Entrega de sorpresas

Incluimos materiales didácticos para concursos lúdicos de acuerdo a cada una de las edades

- Caritas Pintadas
- Globoflexia
- 2 Caballetes Para Pintar
- Juegos de Niños
- Juegos de Niñas
- Juego de Mamas
- Juego de Papas
- Juego de Bebes
- Dinámicas Grupales
- Cumpleaños Feliz
- Piñata
- Duración toda la fiesta.
- Casa de cuentos (Show de Títeres, entrega de sorpresas)

Servicios De Máquinas

- Canguilera (Pop Corn) = \$ 55
- Hot Dog (Incluye Calentador) = \$1.25 A Partir De 50 Unidades
- Granizado (Higiénico) = \$70 /100 Unidades
- Algodón De Azucar = \$70 /100 Unidades
- Juego Inflable = \$60
- Burbujas = \$20
- Servicio De Sonido = \$30

Súper Oferta \$100 (Todo)

- Máquina de Canguil
- Máquina de Burbujas
- Inflables Salta Salta



Anexo 4 - Animaciones “Chiqui Johy”

\$170

**PAQUETE BÁSICO
CHIQUI JOHY**

- * 2 Animadores disfrazados del personaje del evento durante 1 hora y media
- * 1 hora de Caritas Pintadas
- * Música (Amplificación durante la animación)
- * Juegos, dinámicas, concursos y bailes
- * Cumpleaños feliz
- * Rompe la Piñata
- * Entrega de sorpresas



Más info: www.chiquijohy.com Mail: ventas@chiquijohy.com Telef.: 0992449395 / 0987437894
 Animacion Chiqui Johy chiqui_johy Manta - Manabí-Ecuador

\$270

**PAQUETE SALTARÍN
CHIQUI JOHY**

- * 2 Animadores disfrazados del personaje del evento durante 1 hora y media
- * 1 hora de Caritas Pintadas
- * Música (Amplificación durante la animación)
- * Juegos, dinámicas, concursos y bailes
- * Cumpleaños feliz / Rompe la Piñata
- * Entrega de sorpresas
- * Salta salta doble uso: con o sin agua
- * Supervisor de Salta salta



Más info: www.chiquijohy.com Mail: ventas@chiquijohy.com Telef.: 0992449395 / 0987437894
 Animacion Chiqui Johy chiqui_johy Manta - Manabí-Ecuador

\$270

**PAQUETE SUPER
CHIQUI JOHY**

- * 2 Animadores disfrazados del personaje del evento durante 1 hora y media
- * 1 hora de Caritas Pintadas
- * Música (Amplificación durante la animación)
- * Juegos, dinámicas, concursos y bailes
- * Cumpleaños feliz / Rompe la Piñata
- * Entrega de sorpresas
- * Máquina de granizados 100 Unid.
- * Máquina de caguil 100 Unid.



Más info: www.chiquijohy.com Mail: ventas@chiquijohy.com Telef.: 0992449395 / 0987437894
 Animacion Chiqui Johy chiqui_johy Manta - Manabí-Ecuador

\$370

**PAQUETE PREMIUM
CHIQUI JOHY**

- * 2 Animadores disfrazados del personaje del evento durante 1 hora y media
- * 1 hora de Caritas Pintadas
- * Música (Amplificación durante la animación)
- * Juegos, dinámicas, concursos y bailes
- * Cumpleaños feliz / Rompe la Piñata
- * Entrega de sorpresas
- * Máquina de granizados 100 Unid.
- * Máquina de caguil 100 Unid.
- * Salta Salta inflable - Supervisor.



Más info: www.chiquijohy.com Mail: ventas@chiquijohy.com Telef.: 0992449395 / 0987437894
 Animacion Chiqui Johy chiqui_johy Manta - Manabí-Ecuador

\$400

**PAQUETE DIVERSION
CHIQUI JOHY**

- * Show especial: Frozen-Toy Story-Disney Minions-Princesas-Navideños
- * 2 Animadores disfrazados del personaje del evento durante 1 hora y media
- * 1 hora de Caritas Pintadas
- * Música (Amplificación durante la animación)
- * Juegos, dinámicas, concursos y bailes
- * Cumpleaños feliz / Rompe la Piñata
- * Entrega de sorpresas



Más info: www.chiquijohy.com Mail: ventas@chiquijohy.com Telef.: 0992449395 / 0987437894
 Animacion Chiqui Johy chiqui_johy Manta - Manabí-Ecuador



Anexo 5 - Ainhoa Fiestas y Eventos

ANIMACIÓN DE FIESTAS INFANTILES LE INCLUYE:

- 3 horas de diversión
- 1 animadora vestida acorde a la temática
- Cáritas pintadas
- Presentación del cumpleaños
- Concursos niños y adultos
- Dinámicas y bailes
- Mini hora loca le incluye antifaces, pitos y globos
- Cumpleaños feliz
- Se rompe la piñata
- Sesión de fotos al momento de entregar las sorpresas

Precio \$70

1 Muñeco (a) de acuerdo a la temática \$ 30 adicionales

Total paquete + muñeco \$100



Anexo 6 – Animaciones “Brujita de Colores”

<p>ANIMACIONES BURBUJITAS DE COLORES</p> <p>COMBO DE \$ 45.00</p> <ul style="list-style-type: none"> ✦ 1 animadora (2 HORAS) ✦ Baile de entrada ✦ Mini Belleza ✦ Juegos de niñas ✦ Juegos de niños ✦ Juegos interactivos papitos e hijos. ✦ Juegos de mamitas ✦ Juegos de papitos ✦ Se le canta el cumpleaños ✦ Participación de la piñata ✦ Repartición de sorpresas 	<p>ANIMACIONES BURBUJITAS DE COLORES</p> <p>COMBO DE \$ 60.00</p> <ul style="list-style-type: none"> ✦ 1 animadora (toda la fiesta) ✦ Baile de entrada ✦ Carita Pintadas ✦ Mini hora loca ✦ Juegos de niñas ✦ Juegos de niños ✦ Juegos interactivos papitos e hijos. ✦ Juegos de mamitas ✦ Juegos de papitos ✦ Se le canta el cumpleaños ✦ Participación de la piñata ✦ Repartición de sorpresas
<p>ANIMACIONES BURBUJITAS DE COLORES</p> <p>COMBO DE \$ 70.00</p> <ul style="list-style-type: none"> ✦ 2 animadores (Nos quedamos toda la fiesta) ✦ Baile de entrada ✦ Caritas pintadas ✦ Globoflexia ✦ Mini hora loca ✦ Mini Belleza ✦ Juegos de niñas ✦ Juegos de niños ✦ Juegos interactivos papitos e hijos. ✦ Juegos de mamitas ✦ Juegos de papitos ✦ Se le canta el cumpleaños ✦ Participación de la piñata ✦ Repartición de sorpresas 	<p>ANIMACIONES BURBUJITAS DE COLORES</p> <p>COMBO DE \$ 90.00</p> <ul style="list-style-type: none"> ✦ 2 animadores (Nos quedamos toda la fiesta). ✦ Caritas pintadas ✦ Baile de entrada ✦ Mini dinámica. ✦ Cuenta cuentos (1 CUENTO). ✦ Globoflexia (Se incluye material) ✦ Mini hora loca ✦ Mini Belleza ✦ Juegos de niñas ✦ Juegos de niños ✦ Juegos interactivos papitos e hijos. ✦ Juegos de mamitas ✦ Juegos de papitos ✦ Se le canta el cumpleaños ✦ Participación de la piñata ✦ Repartición de sorpresas

Anexo 7 – Animaciones “Plim Plim”

<p>Paquete 1</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Un animador(a)▪ Concursos de niños▪ Concursos de niñas▪ Dinámicas▪ Bailes generales▪ Cumpleaños▪ Piñata▪ Entrega de sorpresas▪ Duración del servicio es de 2 horas <p>Valor \$60</p>	<p>Paquete 2</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Un animador(a)▪ Caritas pintadas▪ Concursos de niños▪ Concursos de niñas▪ Dinámicas▪ Bailes generales▪ Concursos de mama▪ Concursos de papa▪ Cumpleaños▪ Piñata▪ Entrega de sorpresas▪ Duración del servicio es de 2 horas <p>Valor \$70</p>
<p>Paquete 3</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Un animador(a)▪ Caritas pintadas▪ Globoflexia▪ Concursos de niños▪ Concursos de niñas▪ Dinámicas▪ Bailes generales▪ Concursos de mamás▪ Concursos de papás▪ Cumpleaños▪ Piñata▪ Entrega de sorpresas▪ Duración del servicio es de 2 horas <p>Valor \$80</p>	<p>Paquete 4</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Dos animadores(as)▪ Caritas pintadas▪ Globoflexia▪ Concursos de niños▪ Concursos de niñas▪ Dinámicas▪ Bailes generales▪ Concursos de mama▪ Concursos de papa▪ Cumpleaños▪ Piñata▪ Entrega de sorpresas▪ Duración del servicio es de 2 horas <p>Valor \$100</p>

Anexo 8 - Animaciones “Isla de Colores”

Paquete 1	Paquete 2
<ul style="list-style-type: none">▪ 1 animadora con excelente imagen▪ Presentación especial para el cumpleaños▪ Dinámicas Súper divertidas para nuestros niños▪ Juegos nuevos, actuales, seguros y muy divertidos▪ Juegos interactivos para Niños y Niñas▪ Juegos para para Mamis y Papis▪ Mini hora loca (Incluye 12 globos)▪ Participación en la piñata▪ Entrega de Sorpresas▪ Cantó del cumpleaños▪ Llevamos Micrófono Inalámbrico▪ Pent drive▪ 3 horas animando.▪ Valor \$50	<ul style="list-style-type: none">▪ 1 animadora con excelente imagen▪ Presentación especial para el cumpleaños▪ Caritas pintadas para los niños▪ Dinámicas Súper divertidas para nuestros niños▪ Juegos nuevos, actuales, seguros y muy divertidos▪ Juegos interactivos para Niños y Niñas▪ Juegos para para Mamis y Papis▪ Mini hora loca (Incluye 12 globos)▪ Participación en la piñata▪ Entrega de Sorpresas▪ Cantó del cumpleaños▪ Llevamos Micrófono Inalámbrico▪ Pent drive▪ Nos quedamos toda la fiesta▪ Valor \$60

Anexo 9 - Animaciones “Diverfull”

Paquete
<ul style="list-style-type: none">▪ Introducción Musical▪ 1 Animador▪ 2 horas Animación y Entretenimiento▪ Caritas Pintadas PARA TODOS LOS NIÑOS DE LA FIESTA▪ Dinámicas para niños▪ Dinámicas para niñas▪ Dinámicas para Papitos▪ Dinámicas para Mamitas▪ Intervención en la Piñata▪ Intervención en el canto al cumpleaños/a▪ Intervención en la entrega de las sorpresas▪ Fotos profesionales <p>Valor \$120</p>

Anexo 10 - Animaciones Infantiles “Magic Party”

COMBO GLOBOS PARTY

- 1 Personaje de Disney (Animadora)
- 3 Horas de Animación
- Presentación al Cumpleaño
 - Dinámicas
 - Concursos
- Entrega de Sorpresas
- Participación en la Piñata
- Cantamos el Feliz Cumpleaño
 - Globoflexia
- 30 Min. De Caritas Pintadas

Por tan Solo
\$ 75.00

COMBO MEGA LOCA PARTY

- 1 Personaje de Disney (Animadora)
- 4 Horas de Animación
- 30 Min De Caritas Pintadas
- Presentación al Cumpleaño
 - Dinámicas
 - Concursos
- Entrega de Sorpresas
- Participación en la Piñata
- Cantamos el Feliz Cumpleaño
 - Mini Hora Loca (Niños)

Por tan Solo
\$ 80.00

COMBO SUPER PARTY

- 1 Personaje de Disney (Animadora)
- 2 Horas de Animación
- Presentación al Cumpleaño
 - Dinámicas
 - Concursos
- Entrega de Sorpresas
- Participación en la Piñata
- Cantamos el Feliz Cumpleaño
 - 30 Min. De Caritas Pintadas

Por tan Solo
\$ 50.00


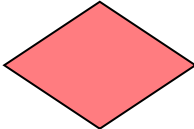


Anexo 11 - Tío Yoyo

<p>Paquete 1</p> <ul style="list-style-type: none">▪ 3 animadores▪ Títeres▪ Concursos de niñas▪ Concursos de niños▪ Música infantil▪ Globoforma▪ Dinámicas▪ Burbujas▪ Serpentinatas▪ Micrófonos inalámbricos▪ Integración familiar▪ Cantar cumpleaños▪ Piñata▪ Decoración▪ Entrega de sorpresas▪ Duración del servicio toda la fiesta <p>Valor \$200</p>	<p>Paquete 2</p> <ul style="list-style-type: none">▪ 3 animadores▪ Disco móvil▪ Títeres▪ Concursos de niñas▪ Concursos de niños▪ Música infantil▪ Globoforma▪ Dinámicas▪ Burbujas▪ Serpentinatas▪ Micrófonos inalámbricos▪ Integración familiar▪ Cantar cumpleaños▪ Piñata▪ Decoración▪ Entrega de sorpresas▪ Duración del servicio toda la fiesta <p>Valor \$250</p>
<p>Paquete 3</p> <ul style="list-style-type: none">▪ 3 animadores▪ Disco móvil▪ Títeres▪ Concursos de niñas▪ Concursos de niños▪ Música infantil▪ Globoforma▪ Dinámicas▪ Caritas pintadas▪ Burbujas▪ Serpentinatas▪ Micrófonos inalámbricos▪ Integración familiar▪ Cantar cumpleaños▪ Piñata▪ Decoración▪ Entrega de sorpresas▪ Duración del servicio toda la fiesta <p>Valor \$300</p>	

Anexo 12 – Precios Play World

VALOR DE ENTRADA	LUNES A JUEVES	VIERNES	SÁBADO A DOMINGO Y FERIADOS	
	15:00 a 21:00	15:00 a 21:00	10:00 A 12:00	14:00 A 21:30
JUGADOR	\$ 3,50	\$ 5,50	\$ 3,50	\$ 5,50
ACOMPañANTE	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50

Anexo 13 – Simbología cronograma de servucción

Circulo	Diamante	Cuadrado	Flecha
			
Comienzo y final del proceso	Punto de decisión y dirección del flujo del trabajo según respuesta si y no	Pasos y actividades	Flujo de influencia/acción