

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

EDCOM

INFORME DE MATERIA DE GRADUACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

LICENCIATURA DE DISEÑO Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

TEMA

PROYECTO CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ORGANIZACIÓN DE FIESTAS INFANTILES EN LA CIUDAD DE MACHALA DE LA PROVINCIA DE “EL ORO”, 2010

AUTORES

**PATRICIA PACHECO
LADY ARMIJOS
ANDREA BORJA**

DIRECTOR

MAE. ENRIQUE SALAZAR MEZA

**AÑO
2010**

AGRADECIMIENTO

Al finalizar un trabajo tan arduo y lleno de dificultades como el desarrollo de una tesis.

Debemos agradecer definitivamente a Dios, nuestra Guía, de manera especial y sincera al Mae. Enrique Salazar por aceptarnos para realizar esta tesis bajo su dirección. Su apoyo y confianza en nuestro trabajo y su capacidad para guiar nuestras ideas que ha sido un aporte invaluable, no solamente en el desarrollo de esta tesis, sino también en nuestra formación como investigadoras. Las ideas propias, siempre enmarcadas en su orientación y rigurosidad, han sido la clave del buen trabajo que hemos realizado juntos, el cual no se puede concebir sin su siempre oportuna participación. Muchas gracias

A nuestra familia y a nuestros padres, quienes nos infundieron la ética y el rigor que guían nuestro transitar por la vida, por darnos la estabilidad emocional, económica, sentimental; para poder llegar hasta este logro, que definitivamente no hubiese podido ser realidad sin ustedes.

Madre, serás siempre mi inspiración para alcanzar mis metas, por enseñarme que todo se aprende y que todo esfuerzo es al final recompensa. Tu esfuerzo, se convirtió en tu triunfo y el mío, TE AMO.

Lady Armijos
Andrea Borja
Patricia Pacheco

DEDICATORIA

Mi tesis la dedico con todo mi amor y cariño a ti Dios que me diste la oportunidad de vivir y de regalarme una familia maravillosa.

A mi porción de cielo que bajó hasta acá para hacerme la mujer más feliz y realizada del mundo, gracias porque nunca pensé que de tan pequeño cuerpecito emanara tanta fuerza y entusiasmo para sacar adelante a alguien. TE ADORO HIJITO. A mi esposito Javier Morales por todo su apoyo incondicional también este triunfo es tuyo, gracias negrito.

Con mucho cariño principalmente a mis padres Papito Lucho y Mamita Blanca que me dieron la vida y han estado conmigo en todo momento. Gracias por darme una carrera para mi futuro, por creer en mí, aunque hemos pasado momentos difíciles siempre han estado apoyándome y brindándome todo su amor.

A todos mis amigos pasados y presentes; pasados por ayudarme a crecer y madurar como persona y presentes por estar siempre conmigo apoyándome en todo las circunstancias posibles, también son parte de esta alegría, LOS RECUERDO.

Lady Marisol Armijos Suárez

DEDICATORIA

Dedico mi trabajo de tesis primeramente a Dios, que me dio la oportunidad de nacer y convertirme en lo que soy ahora.

A mis dos Mamis, Aurorita y Enmita, a quienes amo con todo mi corazón, y han sido parte de mi formación humana y profesional y con quienes estaré agradecida por toda la vida, por su dedicación y fé que pusieron en mí.

A todos aquellos amigos y amigas que llevo en mi corazón y que gracias a su apoyo incondicional he logrado superarme y salir adelante.

Y sobre todo le dedico mi tesis a aquel angelito que desde el cielo me cuida y me protege y que si estuviera junto a mi estaría muy orgullosa , a ti mamita Pina, porque desde que estas en cielo mi fortaleza aumentó y ahora me ves culminando mi carrera.

Patricia Alexandra Pacheco Zerda

DEDICATORIA

Mi tesis la dedico con todo mi amor y cariño a ti Dios y a mis padres, quienes me han apoyado incondicionalmente en mi formación personal y profesional, con sus enseñanzas, esfuerzos para guiarme por el camino del bien, gracias por el afecto, tiempo y dedicación pero sobre todo por sus consejos para seguir luchando en cada momento de mi vida, gracias infinitas.

Andrea Cristina Borja Vulgarín

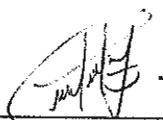
DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad del contenido de este Trabajo Final de Graduación, me corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral

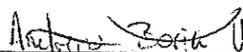
FIRMA DE AUTORES DEL PROYECTO DE GRADUACIÓN



Lady Armijos Suárez



Patricia Pacheco Zerda

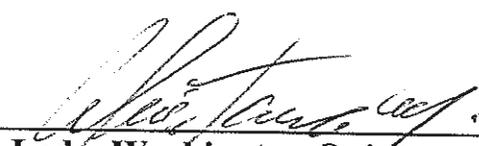


Andrea Borja Vulgarín

FIRMA DEL TRIBUNAL DE GRADO



DIRECTOR
Mae. Enrique Salazar Meza



Lcdo. Washington Quintana
DELEGADO

RESUMEN EJECUTIVO

Magic Park es una empresa que ha tomado en cuenta a la sociedad machaleña como grupo objetivo, quienes acostumbran a participar con frecuencia en eventos sociales de todo tipo, encontrándose con la realidad de que en la ciudad no existen suficientes empresas u organismos que oferten espacios adecuados que satisfagan la demanda social para realizar las fiestas de onomásticos, sobretodo de los niños, fuente de inspiración, alegría y felicidad para la familia.

En tal virtud, se considera relevante el propósito de ingresar al mercado el servicio innovador en la organización de fiestas infantiles en la ciudad de Machala, de tal manera que impacte en la población, por sus múltiples opciones ofertadas para el esparcimiento y diversión de los niños.

Por lo tanto, la creación de una empresa de organización de fiestas infantiles y entretenimiento para niñas y niños, tiende a impulsar una más amplia visión en un ambiente donde la competitividad y el desarrollo continuo son primordiales.

El principal objetivo del proyecto es:

- Diseñar las características de una empresa organizadora de fiestas infantiles, diversión y esparcimiento de niñas y niños ofrecido para la ciudad de Machala de la provincia de El Oro, cumpliendo con los requerimientos y necesidades del mercado, que se encuentra en continuo avance.

Los gestores de la empresa son: Patricia Pacheco Zerda, Lady Armijos Suárez y Andrea Borja Vulgarín, quienes se desenvuelven en una ambiente de publicidad y manejo de imagen, con el respectivo asesoramiento de profesionales en los campos requeridos para la empresa, desarrollarán un proyecto de negocio moderno y atractivo.

La empresa tiene una infraestructura adecuadamente instalada en una dimensión de 600m², en donde consta el área social, oficina, cancha de fútbol, cancha de básquet, zona de recreación, estacionamiento y bodega. Desde sus inicio la empresa tiene establecido 2 tipos de personal, el fijo y el de contrato, que serán requeridos según las necesidades del cliente.

Magic Park requiere una inversión de \$167.227,00 de los cuales se cuenta con el aporte aproximadamente del 48% del mismo que representa \$80.000,00 por parte de los socios.

Para el primer año se estima la venta de 1 a 2 evento por semana que equivale a un promedio de 48 eventos al año, valores que variarán en el transcurso de los años de estimación.

El ingreso anual aproximado es de \$76.100 durante el primer año, cantidad que irá incrementando según la inflación y la demanda del servicio, estimado durante los siguientes 4 años.

La empresa estará ubicada en la Avenida Las Palmeras entre Marcel Laneado y décima norte del Cantón Machala provincia de El Oro, lugar estratégico para el desenvolvimiento de la empresa.

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO 1	PÁGINAS
1. ANÁLISIS DE MERCADO	1
1.1 AMBIENTE EXTERNO DE LA EMPRESA.....	1
1.1.1 ANTECEDENTES Y PROBLEMÁTICA.....	1
1.1.2 MODELO DE NEGOCIO.....	2
1.1.3 LA COMPAÑÍA.....	2
1.1.3.1 MISIÓN.....	3
1.1.3.2 VISIÓN.....	3
1.1.3.3 OBJETIVOS.....	3
1.1.3.4 FILOSOFÍA CORPORATIVA.....	3
1.1.3.5 ORGANIZACIÓN.....	4
1.1.3.6 IMAGEN DE LA EMPRESA	6
1.1.3.7 VENTAJAS COMPETITIVAS.....	7
1.1.3.8 POSICIONAMIENTO.....	7
1.2 ESTRATEGIA DE MARKETING.....	7
1.3 SERVICIO.....	9
1.3.1 DESCRIPCIÓN.....	9
1.3.2 CALIDAD.....	9
1.3.3 PRECIO.....	9
1.3.4 VENTAJAS.....	10
1.4 COMPETIDORES.....	10
1.4.1 CAPACIDAD DE EXPANSIÓN.....	10
1.5 LOS CLIENTES.....	11
1.5.1 GRUPO OBJETIVO.....	11
1.5.2 MERCADO DE LA EMPRESA.....	11
1.5.3 TAMAÑO DE MERCADO.....	11
1.5.4 ANÁLISIS DEL SECTOR.....	12
1.5.4.1 LOCALIZACIÓN.....	12
1.5.4.2 INVESTIGACIÓN DEL MERCADO.....	13
1.5.5 PLAN DE CONTINGENCIA.....	29
 CAPÍTULO 2	
2. ANÁLISIS TÉCNICO.....	31
2.1 ANÁLISIS DE SERVICIO.....	31
2.2 CONDICIONES DE SERVICIO.....	32
2.2.1 MICRO-LOCALIZACIÓN.....	32
2.2.2 FACILIDADES DE SERVICIOS BÁSICOS.....	32
2.2.3 MANEJO DE DESPERDICIOS.....	34
2.2.4 PROVEEDORES.....	35
2.2.5 SITUACIÓN LABORAL DE LA LOCALIDAD.....	35
2.2.6 ÁREA REQUERIDA	35
2.2.7 TIPO DE CONSTRUCCIÓN.....	36
2.2.8 VENTILACIÓN E ILUMINACIÓN.....	36
2.2.9 PUERTAS.....	36
2.2.10 SERVICIOS HIGIÉNICOS.....	36
2.3 EQUIPOS Y MAQUINARIAS.....	36
2.3.1 FORMA DE ADQUISICIÓN DE EQUIPOS.....	37

2.3.2 PERSONAL NECESARIO.....	37
2.3.3 POLÍTICAS DE MANTENIMIENTO Y REPUESTOS.....	37
2.4 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA.....	38
2.5 PLAN DE VENTA	40
2.6 PLAN DE COMPRAS.....	41

CAPÍTULO 3

3 .ANÁLISIS ADMINISTRATIVO LEGAL.....	45
3.1 LEGISLACIÓN LOCAL.....	45
3.2 FORMA LABORAL.....	47
3.3 RECURSOS HUMANOS EN CANTIDAD Y CALIDAD.....	48
3.3.1 DESCRIPCIÓN DE PUESTOS.....	49

CAPÍTULO 4

4. ANÁLISIS FINANCIERO.....	55
4.1 APORTACIONES DE LOS SOCIOS.....	55

ANEXOS

ÍNDICE DE FIGURAS

CAPÍTULO 1

FIGURA NO. 1	ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA	4
FIGURA NO. 2	LOGO DE LA EMPRESA	6
FIGURA NO. 3	POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA.....	12
FIGURA NO. 4	PROVINCIA DE EL ORO	12
FIGURA NO. 5	MUESTRA DEL GÉNERO.....	17
FIGURA NO. 6	POBLACIÓN CON HIJOS MENORES DE 11 AÑOS.....	18
FIGURA NO. 7	INGRESO MENSUAL DE LA POBLACIÓN.....	19
FIGURA NO. 8	NIVEL DE ASISTENCIAS A FIESTAS INFANTILES.....	20
FIGURA NO. 9	IMPLEMENTACIÓN DE OTROS SERVICIOS.....	21
FIGURA NO. 10	CONOCIMIENTO DE LA COMPETENCIA.....	22
FIGURA NO. 11	NIVEL DE LA CALIDAD DE LA COMPETENCIA.....	23
FIGURA NO. 12	DISPOSICIÓN PARA CONTRATAR UN SERVICIO.....	24
FIGURA NO. 13	REALIZACIÓN TOTAL DE FIESTAS INFANTILES.....	25
FIGURA NO. 14	DISPOSICIÓN DE PAGO.....	26
FIGURA NO. 15	INCLUSIÓN TOTAL DEL SERVICIO.....	27
FIGURA NO. 16	MEDIOS DE PUBLICIDAD.....	28
FIGURA NO. 17	PROBABILIDAD DE ADQUIRIR EL SERVICIO.....	29

CAPÍTULO 2

FIGURA NO. 18	CROQUIS DE UBICACIÓN DE LA EMPRESA.....	32
FIGURA NO. 19	VISTA AÉREA DE LA INFRAESTRUCTURA.....	33
FIGURA NO. 20	VISTA AÉREA DE LAS OFICINAS.....	34
FIGURA NO. 21	RECICLADORES.....	34
FIGURA NO. 22	VISTA AÉREA DEL TERRENO.....	38
FIGURA NO. 23	VISTA AÉREA DE ESPACIOS RECREATIVOS.....	39

ÍNDICE DE TABLAS

CAPÍTULO 1

TABLA NO. 1	MEDIOS PUBLICITARIOS Y SOPORTES.....	8
TABLA NO. 2	SEGMENTACIÓN DE MERCADO	11
TABLA NO. 3	MUESTRA DEL GÉNERO.....	17
TABLA NO. 4	POBLACIÓN CON HIJOS MENORES DE 11 AÑOS.....	17
TABLA NO. 5	INGRESO MENSUAL DE LA POBLACIÓN.....	18
TABLA NO. 6	NIVEL DE ASISTENCIA A FIESTAS INFANTILES.....	19
TABLA NO. 7	IMPLEMENTACIÓN DE OTROS SERVICIOS.....	20
TABLA NO. 8	CONOCIMIENTO DE LA COMPETENCIA.....	21
TABLA NO. 9	NIVEL DE LA CALIDAD DE LA COMPETENCIA.....	22
TABLA NO. 10	DISPOSICIÓN PARA CONTRATAR UN SERVICIO.....	23
TABLA NO. 11	REALIZACIÓN TOTAL DE FIESTAS INFANTILES.....	24
TABLA NO. 12	DISPOSICIÓN DE PAGO.....	25
TABLA NO. 13	INCLUSIÓN TOTAL DEL SERVICIO.....	26
TABLA NO. 14	MEDIOS DE PUBLICIDAD.....	27
TABLA NO. 15	PROBABILIDAD DE ADQUIRIR EL SERVICIO.....	28

CAPÍTULO 2

TABLA NO. 16	PRODUCTOS TERMINADOS PARA UN EVENTO MÁXIMO DE 70 PERSONAS.....	41
TABLA NO. 17	PRODUCTOS PARA 80 FUNDAS DE CANGUIL.....	41
TABLA NO. 18	PRODUCTOS PARA 80 ALGODONES DE AZÚCAR.....	42
TABLA NO. 19	PRODUCTOS PARA 80 HOT DOG	42
TABLA NO. 20	PRODUCTOS PARA 80 GRANIZADOS.....	42

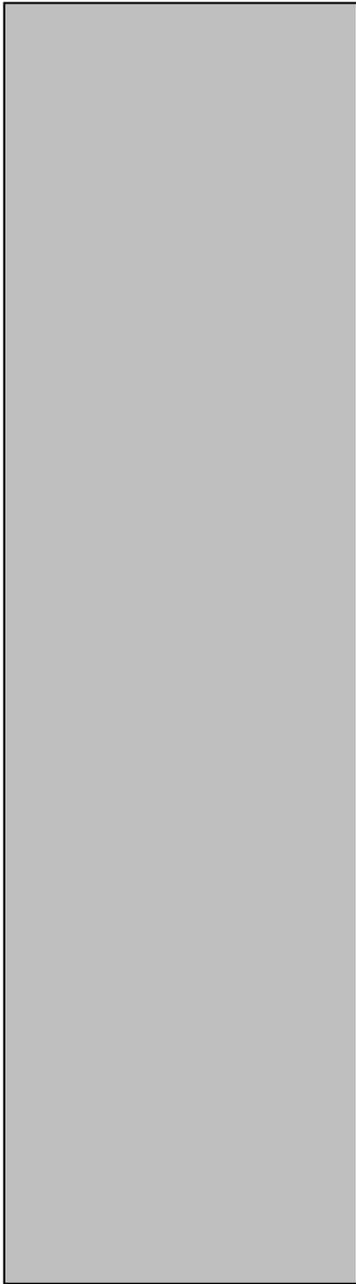
CAPÍTULO 3

TABLA NO. 21	FACTORES DE ESPECIFICACIÓN.....	48
--------------	---------------------------------	----

CAPÍTULO 4

TABLA NO. 22	APORTACIONES DE LOS SOCIOS	55
TABLA NO. 23	INVERSIÓN FIJA TANGIBLE	56
TABLA NO. 24	INSTALACIONES BÁSICAS	57
TABLA NO. 25	MAQUINARIAS Y EQUIPOS	57
TABLA NO. 26	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	58
TABLA NO. 27	MUEBLES Y ENSERES	58
TABLA NO. 28	EQUIPOS DE SERVICIOS	59
TABLA NO. 29	ACTIVOS DIFERIDOS	59
TABLA NO. 30	INVERSIÓN TOTAL DE PROYECTO	60
TABLA NO. 31	INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO	60
TABLA NO. 32	RESUMEN DE LAS INVERSIONES	61
TABLA NO. 33	CUADRO DE INSUMOS	63
TABLA NO. 34	EQUIPOS DE LIMPIEZA POR 6 MESES	64
TABLA NO. 35	ADMINISTRACIÓN Y VENTAS POR AÑO	64
TABLA NO. 36	MATENIMIENTO DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO	65
TABLA NO. 37	CUADRO DE PERSONAL	66
TABLA NO. 38	RESUMEN DE COSTOS.....	67
TABLA NO. 39	DEPRECIACIÓN	70
TABLA NO. 40	DEPRECIACIÓN DE INSTALACIONES	71
TABLA NO. 41	DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA	71

TABLA NO. 42	DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES	72
TABLA NO. 43	DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE SERVICIOS	73
TABLA NO. 44	DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTO	74
TABLA NO. 45	DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS PARA 5 AÑO.....	75
TABLA NO. 46	CUADRO DE AMORTIZACIONES	75
TABLA NO. 47	AMORTIZACIÓN DE PRÉSTAMOS	76
TABLA NO. 48	PRESUPUESTO DE INGRESOS.....	77
TABLA NO. 49	PRESUPUESTO DE COMPRAS	78
TABLA NO. 50	GASTO DE PERSONAL.....	78
TABLA NO. 50	GASTOS DE OPERACIONES	78
TABLA NO. 51	GASTOS DE ADM. Y VENTAS	78



CAPÍTULO 1
ANÁLISIS DE MERCADO

1. ANÁLISIS DE MERCADO

1.1 Ambiente externo de la empresa.

1.1.1 Antecedentes y Problemática

La ciudad de Machala, capital de la provincia de El Oro, ubicada al sur oeste de la costa ecuatoriana, ha experimentado un acelerado desarrollo en el ámbito social, cultural, económico y político, caracterizándose por su producción agrícola, que la ubica como la capital bananera del mundo, paralelamente con un alto desarrollo comercial, toda vez que cuenta con Puerto Bolívar, zona portuaria y aduanera de primer orden, donde se realiza la exportación del banano y de otros productos agrícolas e industriales.

El desarrollo urbanístico de Machala la ubica entre las ciudades más importantes y hermosas del país, ya que cuenta con importantes proyectos de urbanización como alegres paseos, parques de aguas explosivas y rápidas avenidas. “La ciudad cambia por un lado y por otro mantiene su lado particular, sencillo, lo que le consigna diferencias, afirma sus colores y aumenta el calor interior”.⁽¹⁾

Machala aún tiene la gracia, de ser una ciudad pequeña, ágil, íntima, sin embotellamientos, ni colas perpetuas. No se puede pedir que eso cambie, con tal de ser más moderna, porque es moderna pero no está atrapada en las extravagancias y tributos que cobra la modernidad.

Parecería evidente que el conjunto de valores culturales, tradiciones, usos, costumbres, creencias y significados que llegaron a configurar la identidad de Machala, tuvieron su apogeo o su más nítida representación hasta la segunda mitad del siglo pasado, antes de la explosión demográfica en los años que le siguieron.

Esto no implica admitir forzosamente su desaparición, a partir de entonces; otros fenómenos socioculturales más complejos han tenido lugar y quizás la identidad señalada quedó restringida, en estado latente, aunque siempre palpitante y reclamando espacios.

La interculturalidad es la práctica más universal de los últimos años, pero nunca el desconocimiento de una identidad; por el contrario, la interculturalidad requiere de esa fuente originaria de valores culturales, para funcionar e interactuar.

En el marco de este contexto, la población machaleña caracterizada por su espíritu alegre ha multiplicado sus razones y fechas, de tal manera que sus fiestas populares no son una celebración extraordinaria y se convierten en parte de la cotidianidad.

Aparte de las celebraciones del 9 de mayo, 23 de abril, 25 de Junio y Feria del Banano el 24 de Septiembre, en la mayoría de los barrios (aproximadamente 200) hay por lo menos una fiesta popular, sea de homenaje al patrono o al aniversario de fundación. También existen festejos de gremios y asociaciones, que invariablemente arrancan con desfiles, por las calles principales y más transitadas de la ciudad.

⁽¹⁾ Rodrigo Murillo Carrión

La función elemental de la fiesta popular es mantener vigentes las lealtades, redistribuir un poco los ahorros haciendo el gasto ceremonial a veces ostentoso. El gasto da prestigio al interior de la comunidad. La generosidad se pone de manifiesto aunque llegue al derroche, pero sirve para garantizar la solidaridad y el perdón de algunas culpas.

Los comités ponen dinero, organización y esmero, pudiendo ampliar sus funciones en pro de la seguridad y adelanto de la barriada. Entonces la fiesta popular deja de ser un motivo de distracción y se vuelve una razón de continuidad.

Constantemente las familias de la sociedad machaleña acostumbran a participar con frecuencia en eventos sociales de todo tipo, encontrándose con la realidad de que en la ciudad no existen suficientes empresas u organismos que oferten espacios adecuados que satisfagan la demanda social para realizar las fiestas de onomásticos, sobretodo de los niños, fuente de inspiración, alegría y felicidad para la familia.

En tal virtud se considera relevante el propósito de ingresar al mercado el servicio innovador en la organización de fiestas infantiles en la ciudad de Machala, de tal manera que impacte en la población, por sus múltiples opciones ofertadas para el esparcimiento y diversión de los niños.

1.1.2 Modelo de Negocio

El negocio consiste en brindar el servicio de un pequeño parque de diversiones para la realización de las fiestas infantiles como: la organización original y personalizada de la misma, incluyendo decoración, tarjetería, animación, atención personalizada a los niños, espectáculos artísticos, entre otros, que pueden variar según los requerimientos de los clientes.

Nuestro servicio está dirigido a todas las personas que gusten de celebrar onomásticos de sus hijos de una manera novedosa, que busquen un momento de esparcimiento recreativo para los niños.

También está orientado para aquellas personas que busquen nuevas alternativas para pasar un momento de sana diversión con su familia.

1.1.3 La compañía

Los servicios de Fiestas Infantiles organizados por Magic Park, se brindarán en las instalaciones de la empresa, que serán totalmente adecuadas para la segura y divertida atención de los niños, ubicada en el noroeste de la ciudad de Machala.

Las áreas de esparcimiento al aire libre serán técnicamente construidas:

Se contará con gran variedad de juegos individuales y mecánicos, por tal razón las diferentes áreas internas serán distribuidas, con el objetivo de optimizar espacio y efectivizar el servicio.

La empresa se enfoca inicialmente a brindar servicios de diversión para los niños al aire libre como:

- Canchas de fútbol con césped natural.
- Canchas de básquet.
- Piscina de bolas para los niños más pequeños.
- Un pequeño rincón mágico con columpios, toboganes, inflables, juegos varios como futbolines y pinball.

Además de los servicios que incluyen la organización de la fiesta, y posteriormente conforme incrementa el posicionamiento en el mercado se ampliará la oferta de servicio a otras ramas como una pequeña sala de cine infantil y piscina.

1.1.3.1 MISIÓN

Brindar servicios de organización de fiestas infantiles, dirigido al sector urbano de la ciudad de Machala, ofreciendo a los clientes consumidores del servicio: calidad, eficiencia y profesionalismo para la satisfacción de ellos, fortaleciendo de esta manera el crecimiento constante de la empresa.

1.1.3.2 VISIÓN

Lograr un posicionamiento local y provincial, convirtiéndonos en una empresa líder en la oferta de servicios innovadores para la diversión infantil, que brinde confort y satisfacción con un costo acorde a los requerimientos del cliente.

1.1.3.3 OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Brindar un servicio novedoso y original al mercado meta, para alcanzar un nivel de posicionamiento alto en el transcurso de un año.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Implementar nuevas zonas de recreación dentro del establecimiento, con el fin de ofertar varios servicios y de esta manera satisfacer a nuestros clientes, acorde a las exigencias del medio.
- Empezar una estrategia de marketing continua para mantener el nivel de ventas del servicio según las expectativas de la empresa.

1.1.3.4 FILOSOFÍA CORPORATIVA

- Magic Park tiene establecido sus objetivos y proyecciones, para esto requiere de personal comprometido a la empresa, que busque cumplir con las expectativas de la misma.
- Los empleados y colaboradores se desenvolverán en un ambiente de trabajo ordenado y armonioso, que favorecerá al buen desempeño de los mismos.

- El personal de empresa, requiere estar altamente capacitado, y de esta manera ser eficiente ante la demanda de los clientes.
- Los sueldos y prestaciones sociales estarán dentro de lo que estipula la ley, con esto la empresa pretende brindar una equidad en lo que respecta al desempeño y retribución.

1.1.3.5 ORGANIZACIÓN

Magic Park es una empresa que se caracteriza por el cumplimiento de las disposiciones legales y tributarias que se rigen en el país, para iniciar el funcionamiento de las diversas actividades, actuando como representante legal la señorita Patricia Pacheco Zerda.

Su estructura organizacional es en función de departamentos, la misma que se detalla a continuación:

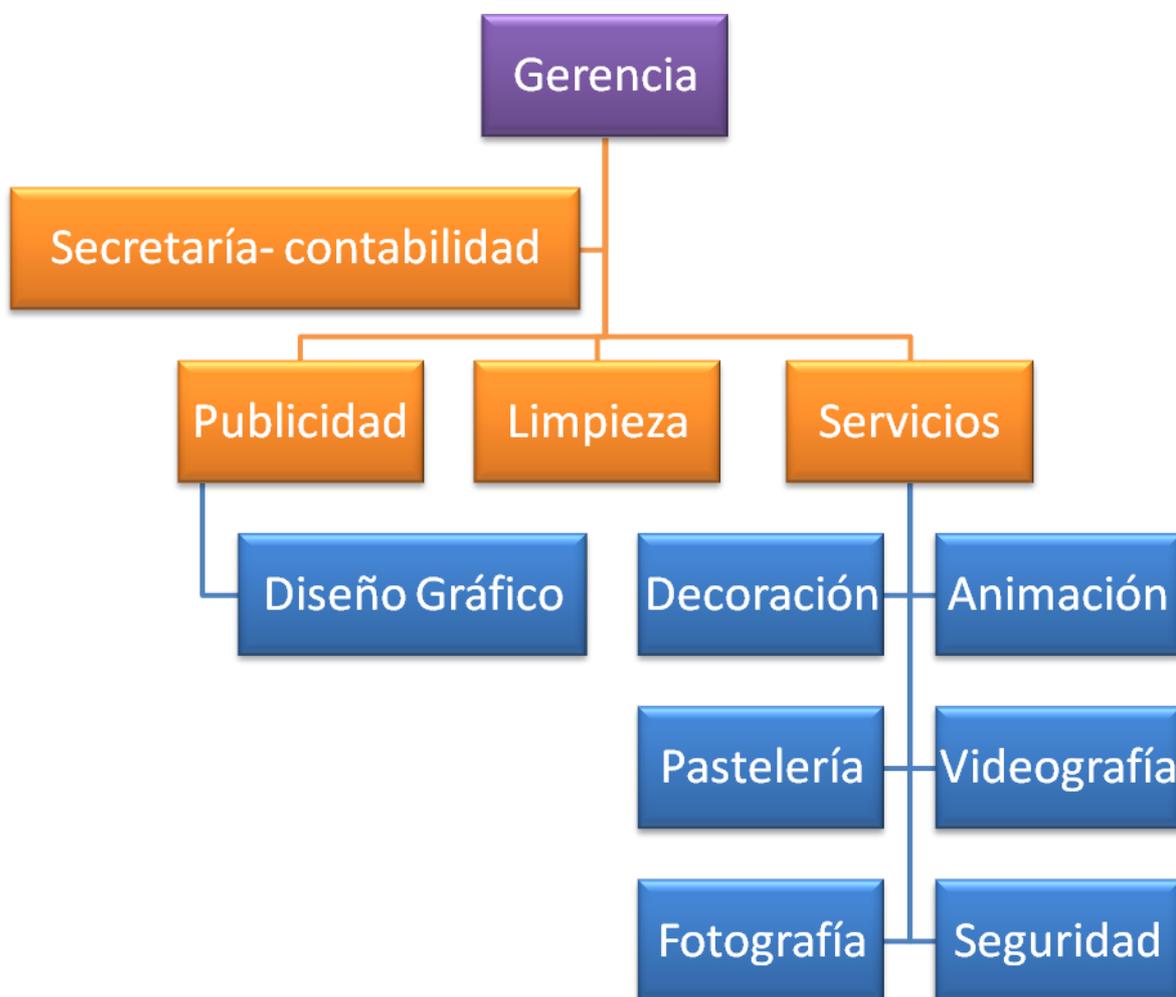


Figura No 1. Organigrama de la Empresa

Áreas Departamentales de la empresa

Gerencia

El objetivo de esta área es brindar el direccionamiento administrativo, operativo, logístico para el funcionamiento de la empresa, estando a su cargo un gerente general.

Secretaría – Contabilidad

El objetivo es brindar asistencia a la gerencia, para coordinar y controlar los recursos económicos de la empresa. Deberá un contador público autorizado.

Publicidad

En este departamento los diseñadores gráficos son los encargados de llevar a cabo la estrategia de marketing del negocio, cumpliendo con los objetivos y metas establecidas dentro del mismo, encargándose de la cuenta de clientes y realizar los respectivos contactos. Además llevar a cabo la publicidad de la empresa y de elaborar la tarjetería de cada fiesta.

Servicio

El objetivo principal de este departamento es brindar con eficiencia y eficacia cada una de las actividades que se realicen en las fiestas infantiles, el cual estará bajo la dirección de un coordinador de eventos, quién se encargará de los contratos de los distintos servicios, optimizando el recurso y los materiales utilizados en las diversas áreas.

Limpieza

En esta área el jefe de mantenimiento coordinará las diversas actividades para conservar los bienes muebles e inmuebles de la empresa, brindando un mantenimiento constante, con el fin de tener una buena imagen de la empresa.

1.1.3.6 IMAGEN DE LA EMPRESA

La empresa se basará en los siguientes esquemas para su imagen.

MARCA

El logo estará representado de la siguiente manera:



Figura No. 2 Logo de la empresa

Icono tipo:

Castillo en color mostaza para connotarnos el tipo de magia que pueden vivir los niños en sus eventos.

Logotipo:

Magic Park, el nombre de la empresa en fuente: Cheddar Salad BTN

Eslogan:

“Fiestas totalmente mágicas”

1.1.3.7 VENTAJAS COMPETITIVAS

Las ventajas competitivas que Magic Park empleará para competir con las demás empresas del mercado, se encuentran bajo enfoques de diferenciación:

- Brindar un buen servicio
- Parque de diversiones
- Originalidad en el trabajo
- Equipo profesional altamente cualificado

1.1.3.8 POSICIONAMIENTO

El posicionamiento de la empresa Magic Park, estará basado en:

- Características principales del servicio: fiestas originales y juegos infantiles novedosos.
- Beneficio que reporta: integración familiar.

Con esto la empresa busca alcanzar una alta aceptación en el grupo objetivo y posicionar una imagen moderna y cómoda.

1.2 ESTRATEGIA DE MARKETING

La empresa desea aplicar la siguiente estrategia:

Estrategia de precios. La empresa entrará al mercado no con precios tan bajos, porque su objetivo no es abarcar toda la población de la ciudad, por ende el precio será determinado por la calidad del servicio, y se mantendrá de esa manera para crear en los consumidores una imagen equitativa entre precio y calidad.

Objetivo general

Ingresar al mercado con una campaña agresiva de persuasión con el fin de tomar posicionamiento en nuestro mercado meta, satisfaciendo sus necesidades y demanda.

Análisis estratégico

La empresa: Magic Park

Categoría del servicio: Fiestas Infantiles

Principales competidores: Celebración Place y Centro De Aventura Infantil Kids

Característica principal de la empresa: Única empresa de Fiestas infantiles con parque de diversiones y áreas verdes.

FODA

Fortaleza

- La empresa cuenta con una amplia gama de juegos infantiles, novedosos y seguros.
- Cuenta con un servicio personalizado de NanyCares (cuidado infantil), en manos de profesionales.

- Ofrece la realización completa de los eventos infantiles, con el fin que los anfitriones disfruten de la fiesta como un invitado más.
- Decoración personalizada, de acuerdo a los requerimientos del cliente.
- Cuenta con una infraestructura moderna de canchas tanto de fútbol como básquet.

Oportunidades

- El mercado de la ciudad de Machala no tiene saturación de negocios o empresas que brinden todo este tipo de servicios, lo que facilitará el posicionamiento de la misma.
- Dado el avance cultural y económico de la ciudad de Machala la demanda de este tipo de servicio ha ido incrementando, para de una u otra forma estar a la par con las grandes ciudades del país como son Quito y Guayaquil.

Debilidades

- El no reconocimiento de la empresa por ser nueva en el mercado.
- El porcentaje de participación en el mercado es inferior al de la competencia.

Amenazas

- La crisis económica mundial.
- Plagiar nuestras ideas innovadoras.

Personalidad de la marca

El consumidor debe de ver a la marca de una forma atractiva, que le incite a conocer más del servicio Magic Park, y a su vez refleje calidad, originalidad y modernidad.

Promesa Básica

Magic Park garantiza un momento de esparcimiento familiar, y diversión para los niños.

Medios publicitarios y soporte

Los diferentes canales de comunicación a través de los cuales se transmitirán los mensajes publicitarios son:

Tabla 1. Medios publicitarios y soportes

Medios publicitarios	Soportes	Formas
Prensa	Diarios Revistas	Anuncios comerciales e insertos
Televisión	Canales	Spots individuales y en programación
Exterior	Valles Fijas Backlight	Imagen y texto
Lugares de Venta	Afiches Fjyer Vallas fijas internas	Exhibidores, carteles e imagen y texto

Fuente y elaboración: Los autores

Promoción

Se realiza una campaña de promoción destinada a los consumidores finales, el objetivo no es solo conseguir que el consumidor adquiriera el servicio durante el período que va a durar la promoción (6 meses) sino también posteriormente a la finalización de la misma.

En un principio, la empresa planteó instrumentos promocionales consistentes en reducciones de precios.

Sin embargo se abandonó esta idea pues se considera peligroso habituar al consumidor a encontrar el servicio a un menor precio, por lo que cuando el servicio tuviese su precio normal, puede considerar que el precio está inflado y en consecuencia no adquieran el servicio a un nuevo precio.

Por esto, la empresa determinó hacer una campaña promocional de regalos unidos al servicio basada en un juguete pequeño pero significativo para el anfitrión y globos con el logo de la empresa como obsequio para todos los niños, de esta manera se premia al consumidor e incrementará la publicidad para la empresa.

El eje de la campaña va a girar alrededor de los padres o madres de familia, que gusten de realizar eventos sociales para los niños de alta calidad y original.

Objetivo

Introducir en el mercado machaleño el servicio mediante una campaña promocional con una duración de 6 meses buscando obtener un consumo habitual significativo del mercado meta.

1.3 EL SERVICIO

1.3.1 Descripción

Magic Park, brinda un servicio de organización de fiestas infantiles, que incluye la organización total o parcial de los eventos, de acuerdo a los requerimientos del cliente, y también las instalaciones totalmente adecuadas con áreas verdes, canchas y un pequeño parque de diversiones.

1.3.2 Calidad

Es un servicio innovador con una perspectiva a un centro de diversión poco común en el medio, en el que se garantiza la eficiencia y calidad del personal que atenderá la demanda de los clientes.

1.3.3 Precio

El precio fijado para este tipo de servicios se mantendrá en un valor estándar en relación a los existentes en el limitado mercado actual, al que se le agrega los diferentes servicios enunciados en líneas precedentes.

1.3.4 Ventajas

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

- Al no tener competidores que saturen el medio, logrará un posicionamiento con mayor facilidad.
- Considerando que brinda un servicio innovador, se incrementaría el número de ventas del servicio.
- Al encontrarse ubicado en una zona céntrica de la ciudad, se facilita el acceso de posibles clientes.
- Al considerar que los precios ofertados representan una cantidad módica, abarcaríamos mayor mercado.

1.4 Competidores

Según investigaciones respectivas, Magic Park ha determinado a Celebración Place y Centro De Aventura Infantil Kids, como sus competidores directos, a pesar que en el mercado no son muy conocidos y las referencias de aquellos que si tienen conocimiento no son muy satisfactorias, debido a sus precios, servicios y ubicación.

En Machala no hay saturación de establecimientos públicos como KFC que podrían considerarse como competidores, ya que ellos brindan este tipo de servicios y en otras ciudades tienen mucha demanda.

Pero existen algunos lugares que también brindan este tipo de servicio en sus instalaciones como por ejemplo restaurants y heladerías: Ice Cream y Zona Refrescante, que ofertan sus productos conjuntamente con el servicio de la organización de las fiestas, que cubren cierta parte del mercado, y tomando en cuenta también a ciertas empresas de decoración que al ofertar este servicio incluyen juegos para la diversión de los niños que son trasladados al lugar donde se realizan las fiestas.

1.4.1 Capacidad de Expansión

Machala es una ciudad en crecimiento, con una población que se encuentra en una búsqueda continua de superación, tanto económica, intelectual y social, por ende al presentar al mercado un servicio de buena calidad, innovador, creativo y sobre todo totalmente eficiente, se convierte en un medio óptimo para la aceptación y expansión del mismo.

Además, al contar con un personal totalmente capacitado, se aplicarán estrategias de marketing para que la demanda del servicio se mantenga.

DIFERENCIACIÓN DEL SERVICIO CON LOS COMPETIDORES

La empresa Magic Park se diferencia de los otros ofertando un lugar lleno de magia, contando con instalaciones apropiadas para la diversión infantil, bien adecuadas, seguras y con áreas verdes, con atención personalizada, tarjetería y decoraciones originales, a precios cómodos según las expectativas del cliente.

1.5 LOS CLIENTES

1.5.1 Grupo Objetivo

DATOS GEOGRÁFICOS

Provincia: EL Oro

Ciudad y cantón: Machala

Población: Nuestro mercado objetivo económicamente activo consta de 63,454 habitantes aproximadamente entre hombres y mujeres.

DATOS DEMOGRÁFICOS

Género:

Femenino y masculino

Nivel Socio económico:

Media, media alta

DATOS PSICOLÓGICOS:

Personalidad:

Nuestro negocio se enfocará en la población de la Ciudad de Machala, que gusten de realizar eventos de calidad para sus fiestas y sobretodo que gusten de pasar un momento ameno con sus hijos y familiares.

1.5.2 Mercado de la empresa

El mercado de la empresa Magic Park esta segmentado en : mercado total , potencial, objetivo y meta, detallado en la tabla a continuación.

Tabla No. 2 Segmentación de mercado

MERCADO TOTAL	MERCADO POTENCIAL	MERCADO OBJETIVO	MERCADO META
261.551	245,791	63,454	3,173
Población total de la ciudad de Machala	Población urbana de la ciudad de Machala.	Población urbana, nivel socioeconómico medio y medio alto de la ciudad de Machala.	5% Población urbana, nivel socioeconómico medio y medio alto de la ciudad de Machala.

Fuente: Los autores

1.5.3 Tamaño de mercado

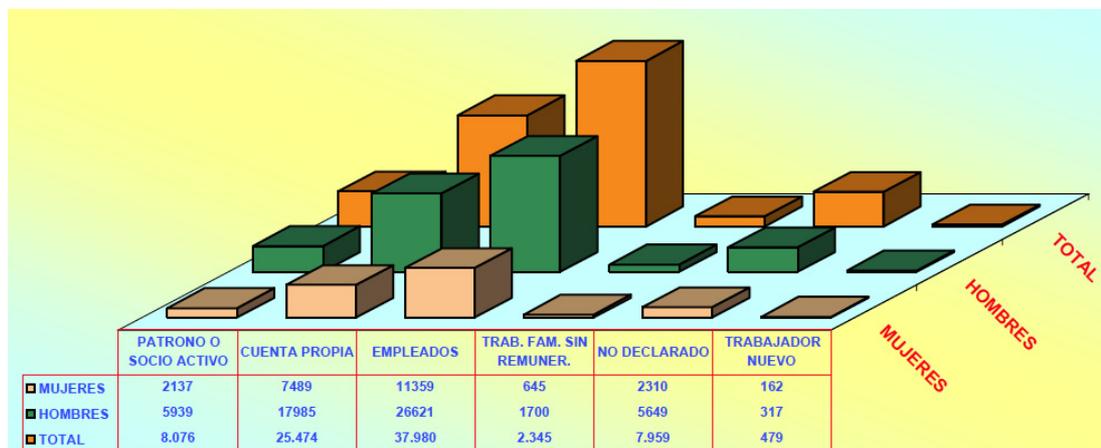
La población de la ciudad de Machala de acuerdo a estudios realizados por el INEC en proyecciones, es de 261,551 habitantes, que representa el 41,4 % del total de la Provincia del El Oro. El cual ha crecido en el último período intercensal, a un ritmo del 2,9 % promedio anual.

El 6,0 % de su población reside en el Área Rural que es 15,760 habitantes, y el Área Urbana es de 245,791 habitantes.

El cantón se caracteriza por ser una población joven, ya que el 42,5 % son menores de 20 años.

Los datos que se arrojan según la población económicamente activa de la ciudad también son tomados en cuenta por la empresa para determinar su mercado, ya que a partir de esta información se podrá obtener el nivel socioeconómico de la población y establecer el tamaño real del mercado.

Figura No 3. Población económicamente activa (género y categoría de ocupación).



Fuente: INEC

1.5.4 Análisis del Sector

1.5.4.1 Localización

La empresa Magic Park se encontrará ubicada en la ciudad de Machala cantón del mismo nombre, en la provincia de El Oro al sur de la costa Ecuatoriana.

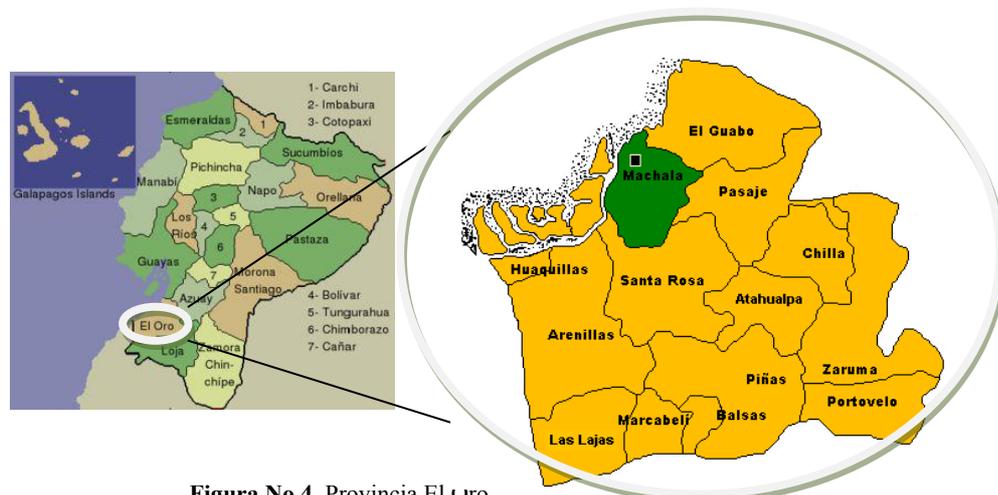


Figura No 4. Provincia El Oro

El cantón Machala está ubicado al noroeste de la provincia de El Oro, tiene una extensión de 349 Km²; cuenta con 6 parroquias:

- 3 urbanas: La Providencia, Jambelí, Puerto Bolívar y 9 de Mayo.
- 3 rurales: El Cambio, La Unión y El Retiro.

Límites del Cantón Machala

Norte Cantón EL Guabo

Sur Cantón Santa Rosa

Este Cantones Pasaje y Santa Rosa

Oeste Océano Pacífico

Descripción del sector económico de Machala

La ciudad de Machala, cuenta con dos sectores que predominan la economía, el primero de ellos es el sector económico primario.

Cuyas principales fuentes de ingreso agrupan actividades provinientes de:

- Agricultura (Banano, Cacao)
- Acuicultura (Camaronera)
- Turismo en menor cantidad.

Mientras que en el sector económico secundario, las principales fuentes de ingresos provienen del:

- Sector público
- Comercial
- Industrial
- Construcción
- Empresarial.

En conclusión Machala es una ciudad en constante avance cultural y económico y dentro de este entorno, se propone ubicar la empresa de organización de fiestas infantiles Magic Park

1.5.4.2 Investigación de Mercado

TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

Observación

Mediante esta técnica se tendrá las características básicas del servicio y la competencia, en lo que respecta característica del servicio en general y grupo objetivo.

Comparación

Gracias a este análisis se obtendrá información sobre las fortalezas y debilidades de la empresa frente al cliente consumidor y de esta manera tomar ventaja de los competidores, o tener una pauta en donde regirse para conocer las necesidades reales del cliente.

Encuestas

Se las realiza con el objetivo de obtener información del mercado potencial en lo que abarca, el grado de aceptación, posicionamiento y recordación de empresas existentes que brinden un servicio similar, y la probabilidad del ingreso de una nueva empresa con un servicio original, eficiente y competitivo en ésta área.

Universo

Las encuestas se las aplico a un grupo determinado de la población económicamente activa de la Ciudad de Machala, que se apegaban a las características establecidas del grupo objetivo de la empresa.

Determinación de la muestra

Se tomó una muestra de 400 encuestas para realizar en la ciudad, tomando en cuenta un margen de error del 5%, y confiabilidad del 96%.

Modelo de la encuesta

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN

LICENCIATURA EN DISEÑO Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

edcom:

ENCUESTA

TEMA DE LA ENCUESTA:

Creación de una empresa de organización de fiestas infantiles en la ciudad de Machala de la provincia de El Oro, 2009.

OBJETIVO DE LA ENCUESTA:

Determinar el nivel de demanda de usuarios para la utilización de servicios de un parque de diversiones con modernos y novedosos juegos de entretenimiento.

INSTRUCCIONES:

- Le pedimos unos minutos de su tiempo para que nos ayude a contestar esta encuesta.
- Los datos serán usados exclusivamente para el trabajo de investigación.
- La información que nos proporcione será utilizada para conocer el grado de aceptación en el mercado de un nuevo servicio de organización de fiestas infantiles con entretenimientos modernos.

1. Información del encuestado

Genero

Femenino

Masculino

¿Cuántos hijos menores de 11 años tiene? ()

¿Cuánto es su ingreso mensual? ()

2. Evaluación del servicio

Marque con x

a) En escala de 1 a 5, donde 5 es más frecuente y 1 es ninguna vez, ¿Con que frecuencia asiste con sus hijos a Fiestas Infantiles?

5 4 3 2 1

b) ¿Cree Ud. Que sus fiestas infantiles deberían contar con otros servicios para la diversión de los niños?

Si No

c) En escala de 1 a 5, donde 5 es alto conocimiento y 1 es desconocimiento, ¿Sabe de algún lugar privado destinado para organizar fiestas infantiles?

5 4 3 2 1

d) En una escala del 1 al 5, donde 5 es "excelente" y 1 es "deficiente", ¿Cuál es el nivel de calidad de los servicios ofertados por los organizadores de fiestas infantiles?

5 4 3 2 1

e) Estaría Ud. dispuesto a contratar los servicios de un centro de fiestas infantiles con nuevas y atractivas diversiones.

Si No

f) Considera que las fiestas infantiles de sus hijos sean organizadas en su totalidad por la empresa ofertante.

Si No

g) ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por una fiesta infantil para sus hijos?

- | | |
|--------------------------|-----------------|
| <input type="checkbox"/> | Menos de \$1000 |
| <input type="checkbox"/> | \$1100 - \$1700 |
| <input type="checkbox"/> | Más de 1800\$ |

h) ¿Cuál de los servicios que se señala a continuación le agradaría que se incluya en las fiestas infantiles que oferta la empresa?

- | | |
|------------------------------------|--------------------------|
| Tarjetería | <input type="checkbox"/> |
| Decoración | <input type="checkbox"/> |
| Musicalización | <input type="checkbox"/> |
| Espectáculos artísticos | <input type="checkbox"/> |
| Animación | <input type="checkbox"/> |
| Atención Personalizada | <input type="checkbox"/> |
| Bocaditos o aperitivos | <input type="checkbox"/> |
| Juegos mecánicos | <input type="checkbox"/> |
| Juegos de recreación al aire libre | <input type="checkbox"/> |
| Otros | <input type="checkbox"/> |

Menciónelos:

i) ¿A través de qué medio o medios le gustaría recibir información sobre nuestro servicio?

- | | |
|-------------------|--------------------------|
| Internet | <input type="checkbox"/> |
| Radio | <input type="checkbox"/> |
| Persona a persona | <input type="checkbox"/> |
| Televisión | <input type="checkbox"/> |
| Medios Impresos | <input type="checkbox"/> |

j) Partiendo de la base que el precio de este servicio le pareciera aceptable... ¿qué probabilidad hay de que lo utilizase?

- | | |
|-------|--------------------------|
| Alta | <input type="checkbox"/> |
| Media | <input type="checkbox"/> |
| Baja | <input type="checkbox"/> |

GRACIAS POR SU ATENCIÓN

GRUPO ENCUESTADOR: Patricia Pacheco, Lady Armijos, Andrea Borja

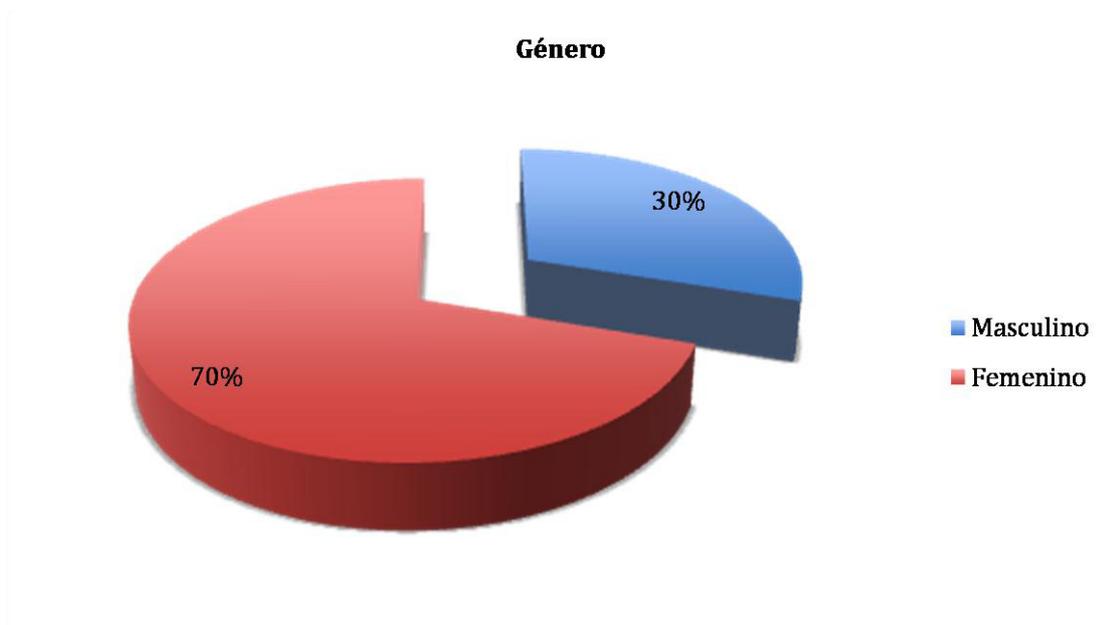
INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA

1. Género

Tabla No 3. Muestra del género

Género	Cantidad
Masculino	120
Femenino	280
TOTAL	400

Figura No 5. Muestra del género



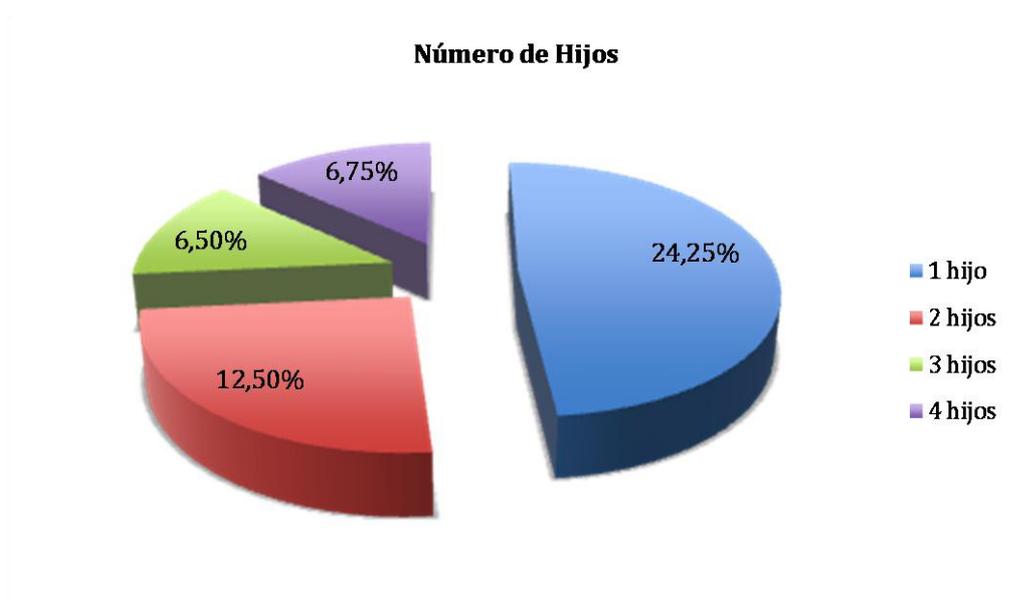
Fuente. Resultado de las encuestas aplicadas

2. Número de Hijos

Tabla No 4. Población con hijos menores de 11 años

Número de Hijos	Cantidad
1 hijo	194
2 hijos	100
3 hijos	52
4 hijos	54
TOTAL	400

Figura No 6. Población con hijos menores de 11 años



Fuente. Resultado de las encuestas aplicadas

Interpretación de Resultados de la Figura No 5 y No 6

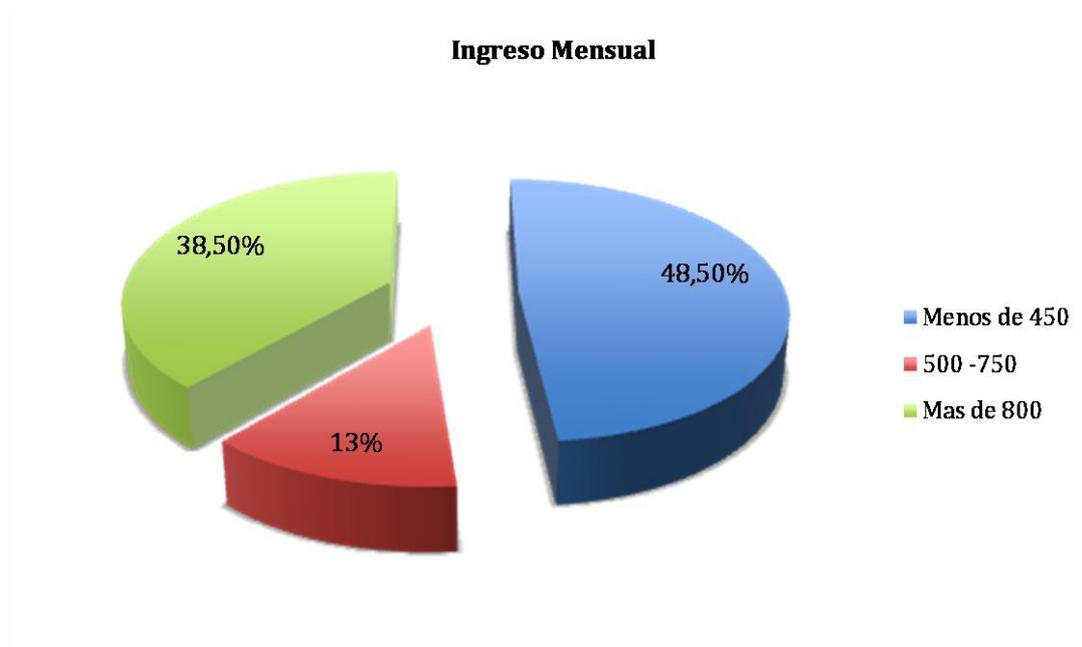
El grupo objetivo, determinado por la muestra que se tomó, cumple con las expectativas establecidas por la misma, ya que el 100% de los encuestados tiene hijos menores de 11 años, lo que los clasifica como mercado altamente idóneo para aplicar el proyecto y en futuros clientes.

3. Ingreso Mensual

Tabla No 5. Ingreso mensual de la población

Rango de Ingreso Mensual	Cantidad
Menos de 450	194
Entre 500 – 750	52
Mas de 800	154
TOTAL	400

Figura No 7. Ingreso mensual de la población



Fuente. Resultado de las encuestas aplicadas

Interpretación de Resultados de la Figura No 7

El 48.5% de la población tiene un ingreso menor al de \$ 450, el 38.5% de la misma tiene un ingreso entre \$ 500 y \$ 750 y el 13% tiene un ingreso de mas de \$ 800, de lo que se puede interpretar, que más de la mitad de la muestra de población se la puede ubicar en el nivel socioeconómico determinado por la empresa que es medio y medio alto.

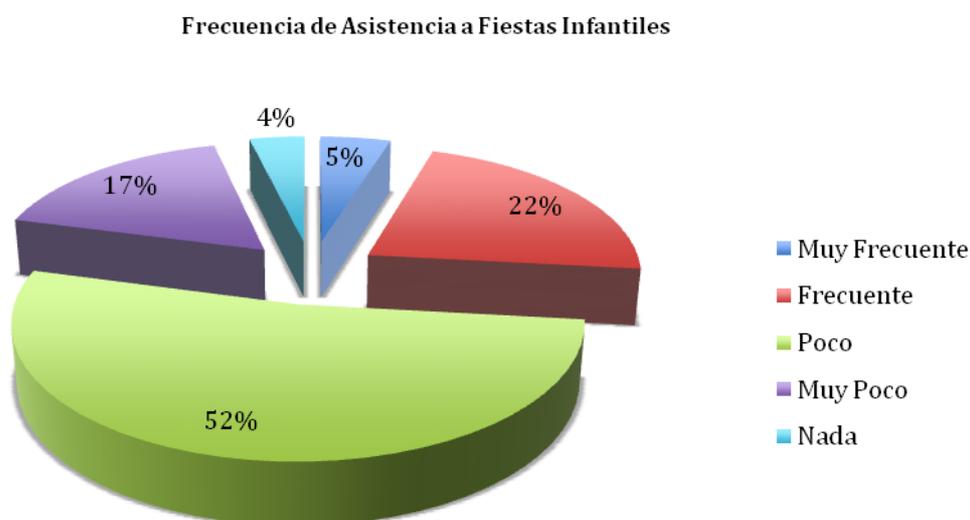
2. Evaluación del servicio

a. Frecuencia de Asistencia a Fiestas Infantiles

Tabla No 6. Nivel de asistencia a fiestas infantiles

Rango de Asistencia	Cantidad
Muy frecuente	18
Frecuente	82
Poco	196
Muy poco	64
Nada	14
TOTAL	400

Figura No 8. Nivel de asistencia a fiestas infantiles



Fuente. Resultado de las encuestas aplicadas

Interpretación de la Figura No. 8

Del cuadro se puede interpretar que el 4 % de la población no asiste a fiesta infantiles, esto representa un porcentaje mínimo a compararlo con el 96% que determina un nivel de asistencia entre muy poco y muy frecuente, lo que conlleva a conocer que el medio se encuentra relacionado con un ambiente de eventos sociales infantiles y la asistencia a los mismos es común, por ende la empresa podría tener mayor ventaja al ingresar al mercado.

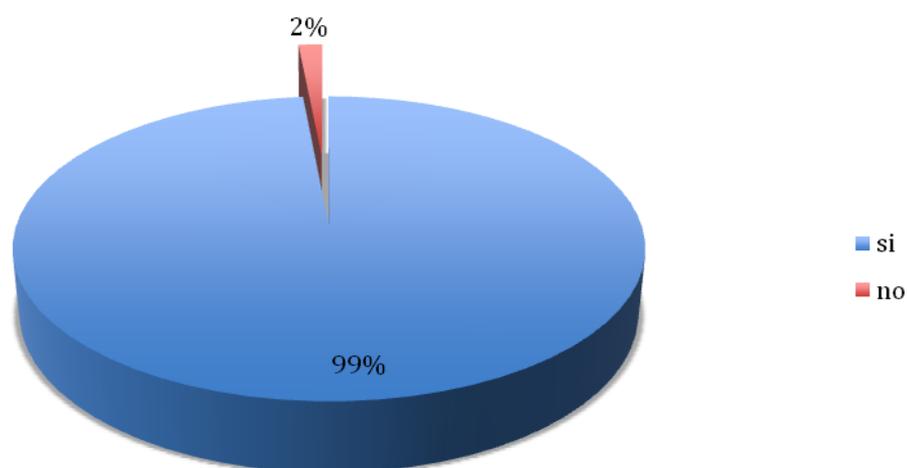
b. Implementación de otros servicios para las fiestas infantiles

Tabla No 7. Implementación de otros servicios

OPINIÓN	CANTIDAD
Si	394
No	6
TOTAL	400

Figura No 9. Implementación de otros servicios

Aceptación de implementación



Fuente. Resultado de las encuestas aplicadas

Interpretación de la Figura No. 9

Al obtener un 98% de aprobación para implementar con servicios modernos y novedosos para fiestas infantiles, la empresa determina que al ingresar en el mercado tendrá una gran aceptación.

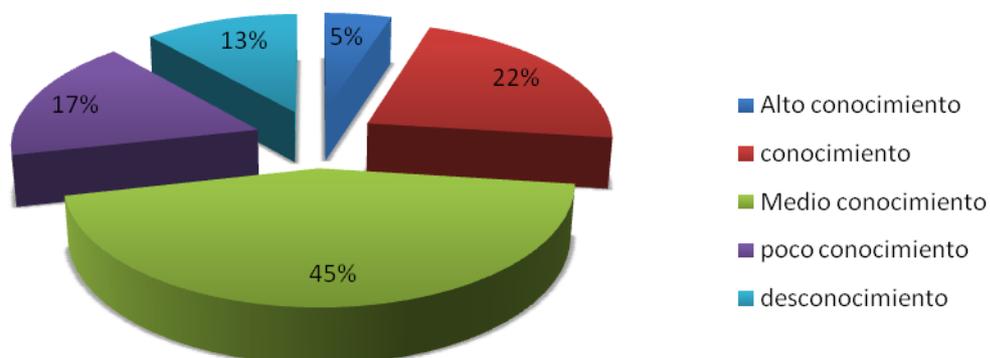
c. Conocimiento de la competencia

Tabla No 8. Conocimiento de la competencia

Rango de Conocimiento	Cantidad
Alto conocimiento	20
Conocimiento	88
Medio Conocimiento	178
Poco Conocimiento	68
Desconocimiento	46
TOTAL	400

Figura No 10. Conocimiento de la competencia

Conocimiento de la Competencia



Fuente. Resultado de las encuestas aplicadas

Interpretación de la Figura No. 10

De acuerdo a los resultados arrojados en las encuestas realizadas se determinó, que el 45% del grupo objetivo posee conocimiento medio de los servicios de fiestas infantiles.

d. Calidad de la competencia

Tabla No 9. Nivel de Calidad de la competencia

Rango de calidad	Cantidad
Excelente	2
Muy bueno	44
Bueno	246
Regular	96
Deficiente	12
TOTAL	400

Figura No 11. Nivel de Calidad de la competencia



Fuente. Resultado de las encuestas aplicadas

Interpretación de la Figura No. 11

Tomando en cuenta los resultados de las encuestas, el 62% corresponde a un nivel de calidad bueno de servicios ofertados, en relación a la competencia.

e. Disposición para contratar un servicio nuevo de fiestas infantiles

Tabla No 10. Disposición para contratar un servicio

OPINIÓN	CANTIDAD
Si	392
No	8
TOTAL	400

Figura No 12. Disposición para contratar un servicio nuevo de fiestas infantiles



Fuente. Resultado de las encuestas aplicadas

Interpretación de la Figura No. 12

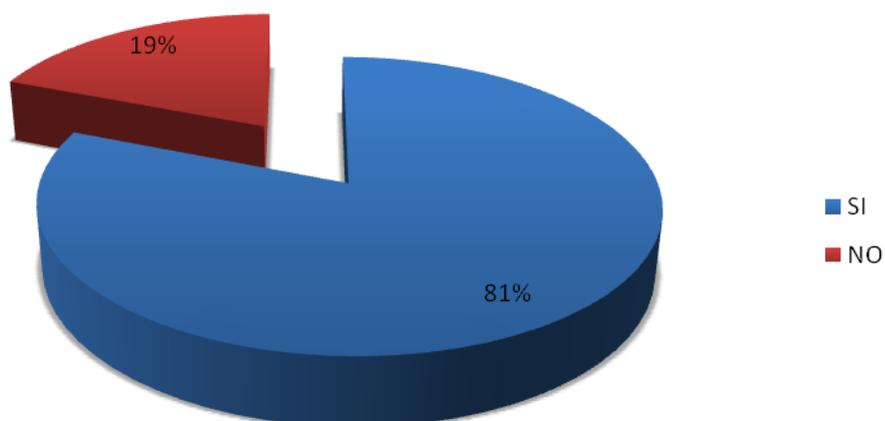
El 98% del grupo objetivo tiene plena disposición de contratar el servicio de fiestas infantiles.

f. Consideración de la realización total de fiestas infantiles

Tabla No 11. Realización total de fiestas infantiles

OPINIÓN	CANTIDAD
Si	324
No	76
TOTAL	400

Figura No 13. Realización total de fiestas infantiles
Consideración de realización total de fiestas



Fuente. Resultado de las encuestas aplicadas

Interpretación de la Figura No. 13

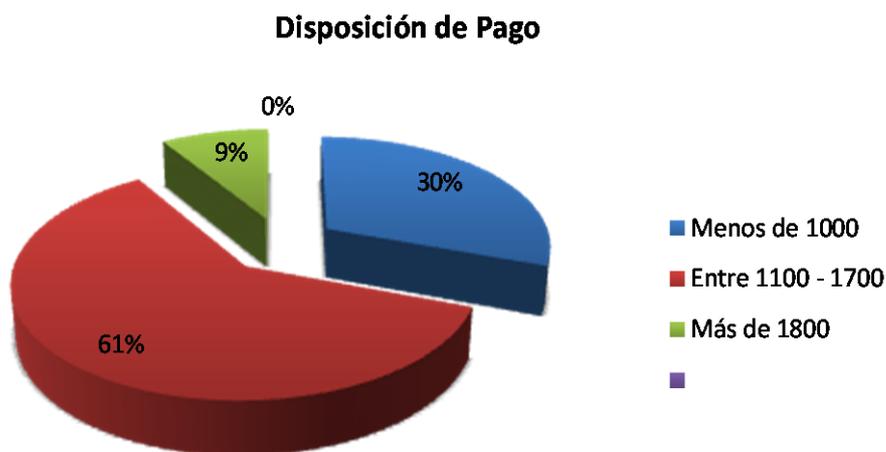
Con el 81% el mercado considera que es muy recomendable que los eventos infantiles sean realizados por la empresa.

g. Disposición de Pago

Tabla No 12. Disposición de Pago

RANGO DE PAGO	CANTIDAD
Menos de 1000	122
Entre 1100 – 1700	242
Mas de 1800	36
TOTAL	400

Figura No 14. Disposición de Pago



Fuente. Resultado de las encuestas aplicadas

Interpretación de la Figura No. 14

El rango de precios para este tipo de servicios varía desde \$700 a más de \$1800, teniendo mayor preferencia el de \$1100-1700 que abarca el 61% del mercado meta, los cuales tienen disposición de pago para la respectiva realización de las fiestas infantiles.

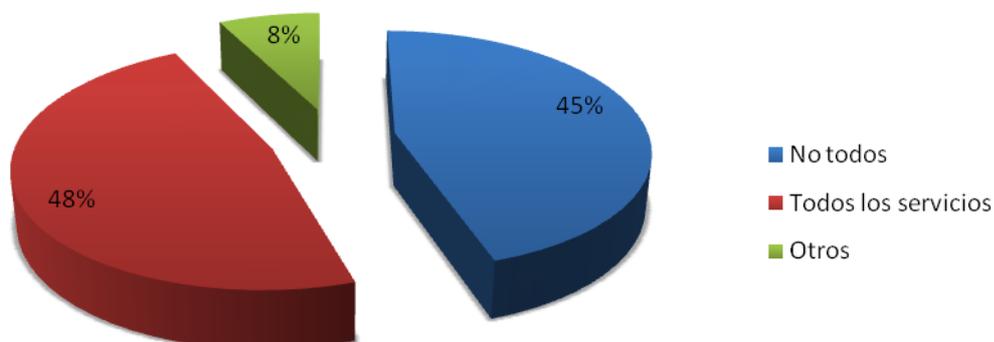
h. Inclusión total de servicios

Tabla No 13. Inclusión total de servicios

Servicios	CANTIDAD
No todos	180
Todos los servicios	190
Otros	30
TOTAL	400

Figura No 15. Inclusión total de servicios

Inclusión total de servicios



Fuente. Resultado de las encuestas aplicadas

Interpretación de la Figura No. 15

Con el análisis del 47% la empresa establece que el mercado requiere incluir todos los servicios de manera más efectiva y novedosa para la realización de las fiestas infantiles con el fin de manera satisfacer a los clientes.

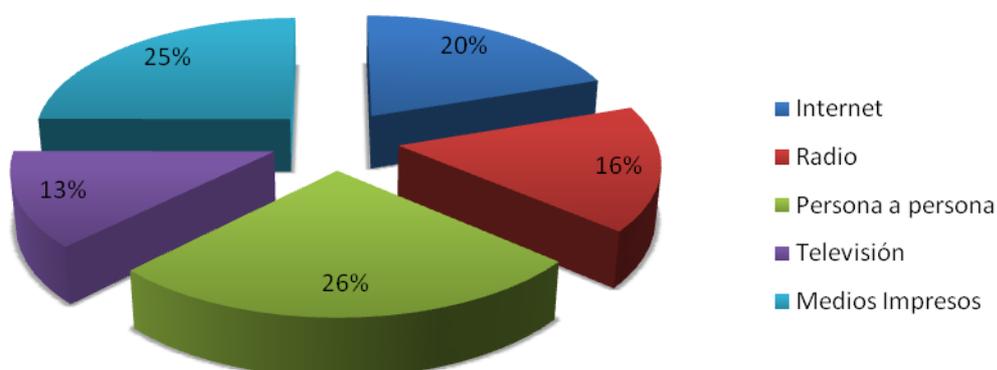
i. Medios de publicidad

Tabla No 14. Medios de publicidad

Medios	CANTIDAD
Internet	128
Radio	110
Persona a Persona	170
Televisión	82
Medios Impresos	162
TOTAL	400

Figura No 16. Medios de publicidad

Medios de Comunicación



Fuente. Resultado de las encuestas aplicadas

Interpretación de la Figura No. 16

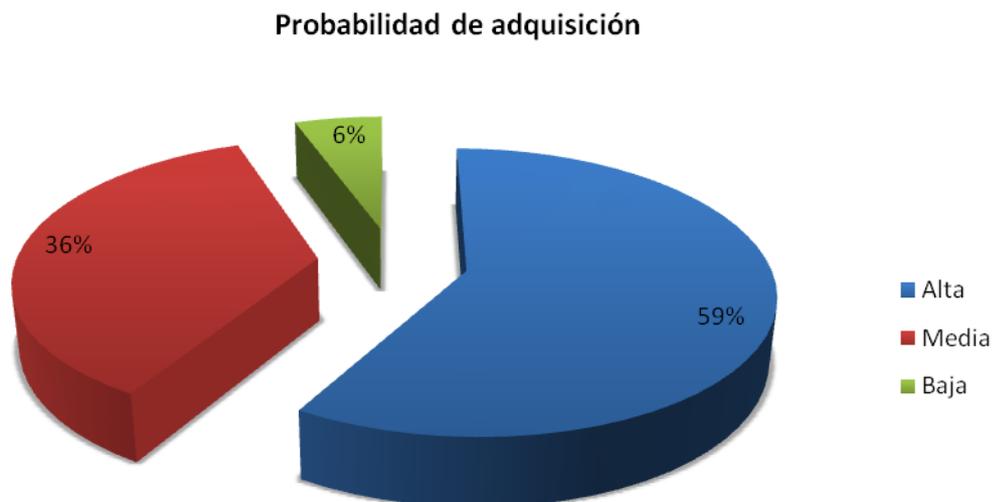
El 26% del mercado objetivo sugiere que la mejor manera de tener publicidad sea realizada de persona a persona sin dejar a tras los demás medios de comunicación.

Probabilidad de adquirir el servicio

Tabla No 15. Probabilidad de adquirir el servicio

Grado de Probabilidad	CANTIDAD
Alta	234
Media	144
Baja	22
TOTAL	400

Figura No 17. Probabilidad de adquirir el servicio



Fuente. Resultado de las encuestas aplicadas

Interpretación de la Figura No. 17

La probabilidad de adquisición del servicio para la realización de fiestas infantiles es alta que abarca el 58% de aceptación del mercado meta.

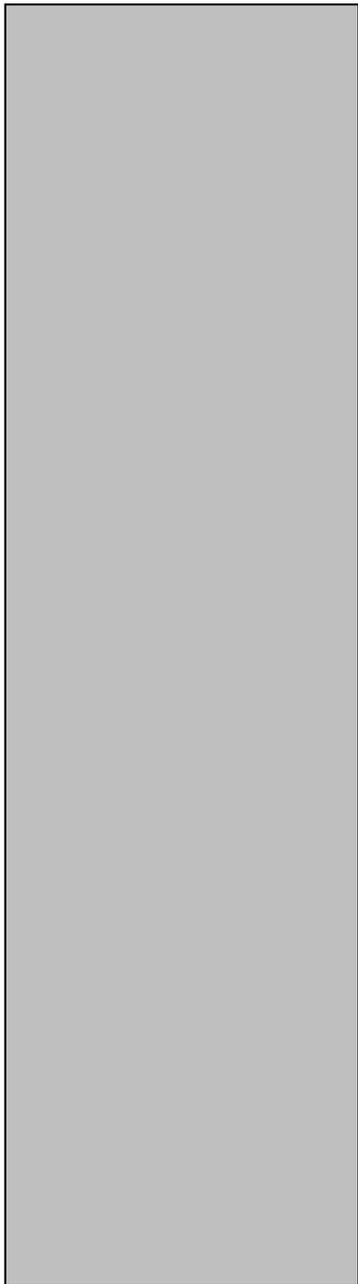
Conclusión

De acuerdo a las encuestas realizadas se determina, que la población tiene gran interés en la realización de fiestas infantiles, pero lamentablemente el medio no brinda información de servicios que satisfagan totalmente sus necesidades, por ende al ingresar Magic Park como una empresa nueva, con una buena campaña de comunicación masiva se puede alcanzar un posicionamiento alto en poco tiempo, teniendo claro que nuestro grupo objetivo es toda la población económicamente activa de Machala, de clase media y media alta.

1.5.5 Plan de Contingencia

La empresa invertirá en infraestructura y activos destinados para fiestas, es por esto que determina el siguiente plan de contingencia:

Ofrecer a escuelas e instituciones educativas, las locaciones y ciertos servicios como alimentación, para eventos como integraciones familiares, jornadas deportivas, convivencias, o para cualquier ocasión que se presente.



CAPÍTULO 2

ANÁLISIS TÉCNICO

2. ANÁLISIS TÉCNICO

2.1 Análisis del servicio

Magic Park, está dirigido al sector urbano del Cantón Machala y ofrece los siguientes servicios:

- Servicio de tarjetería con una impresión de alta calidad y diseños personalizados y originales.
- Decoración según el gusto del cliente, con diversos motivos de personajes de Disney y demás caricaturas de preferencias de los niños, abarcando la presentación de mantelería acorde al motivo seleccionado por el cliente.
- Personal especializado para el área de musicalización y animación.
- Servicio de break el mismo que incluye un área de carretas de:
 - Hot dogs
 - Algodón de azúcar
 - Canguil
 - Helados
 - Granizados
 - Bocaditos de dulce
 - Sandwiches
 - Pizza
 - Juegos de integración para los niños como concursos
 - Piñata
 - Sorpresas.
- Cuidado especializado para los niños, que estará bajo la responsabilidad de profesionales en párvulos.
- Pequeño parque de diversiones, que podrá hacer vivir al niño la mágica experiencia de divertirse en una fiesta.
Éste parque contará con:
 - cancha de césped natural para fútbol
 - cancha de básquet
 - piscina de pelotas
 - un rincón mágico con diferentes tipos de juegos para niñas y niños de diferentes edades.

2.2 Condiciones de Servicio

2.2.1 Micro-localización

La ubicación de la empresa se establece en la Avenida Las Palmeras entre Marcel Laneado y décima norte del Cantón Machala provincia de El Oro como se muestra en la siguiente ilustración.

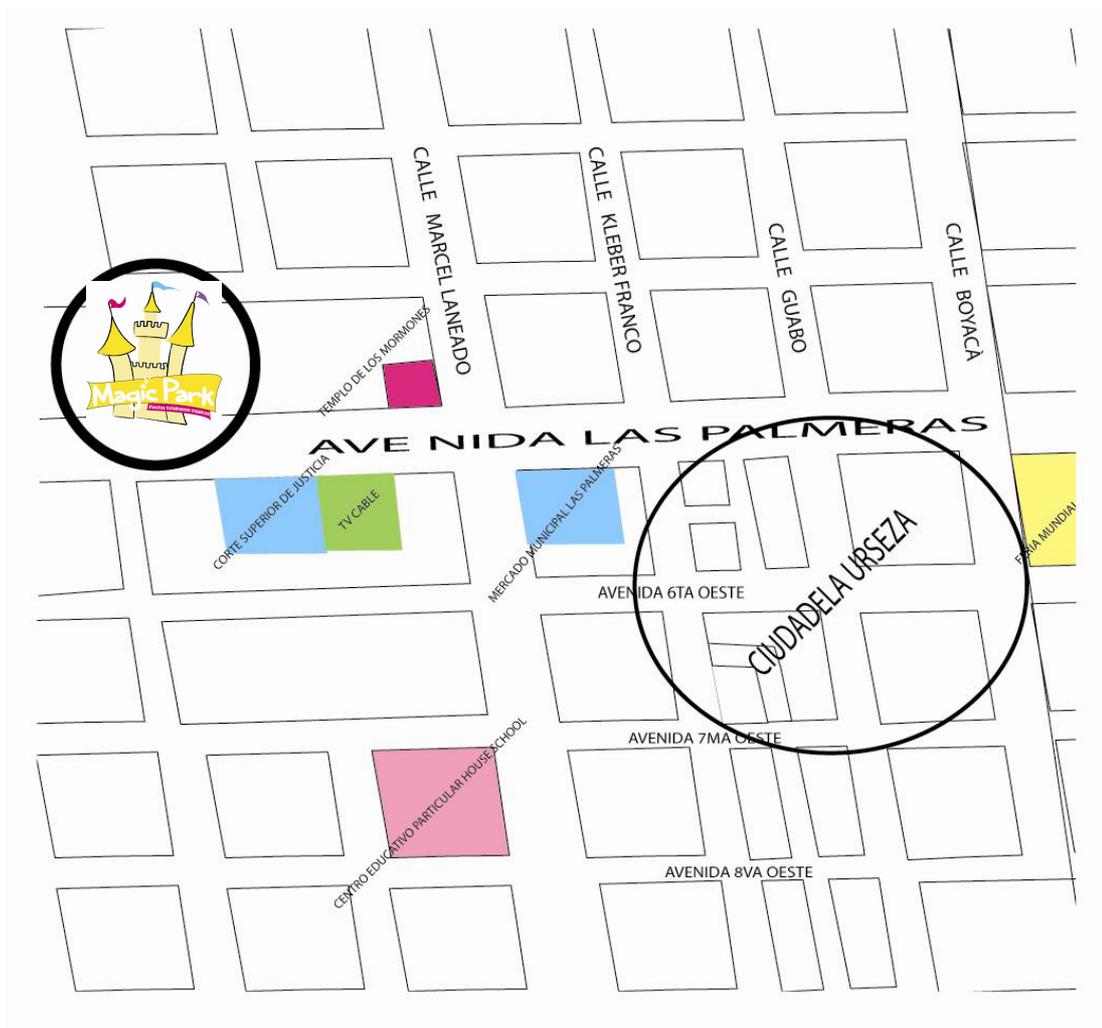


Figura No. 18 Croquis de ubicación de la Empresa

2.2.2 Facilidades de servicios básicos

La empresa consta con las respectivas instalaciones de servicios básicos como agua, energía eléctrica, teléfono y alcantarillado, que se presenta a continuación:

Local para eventos

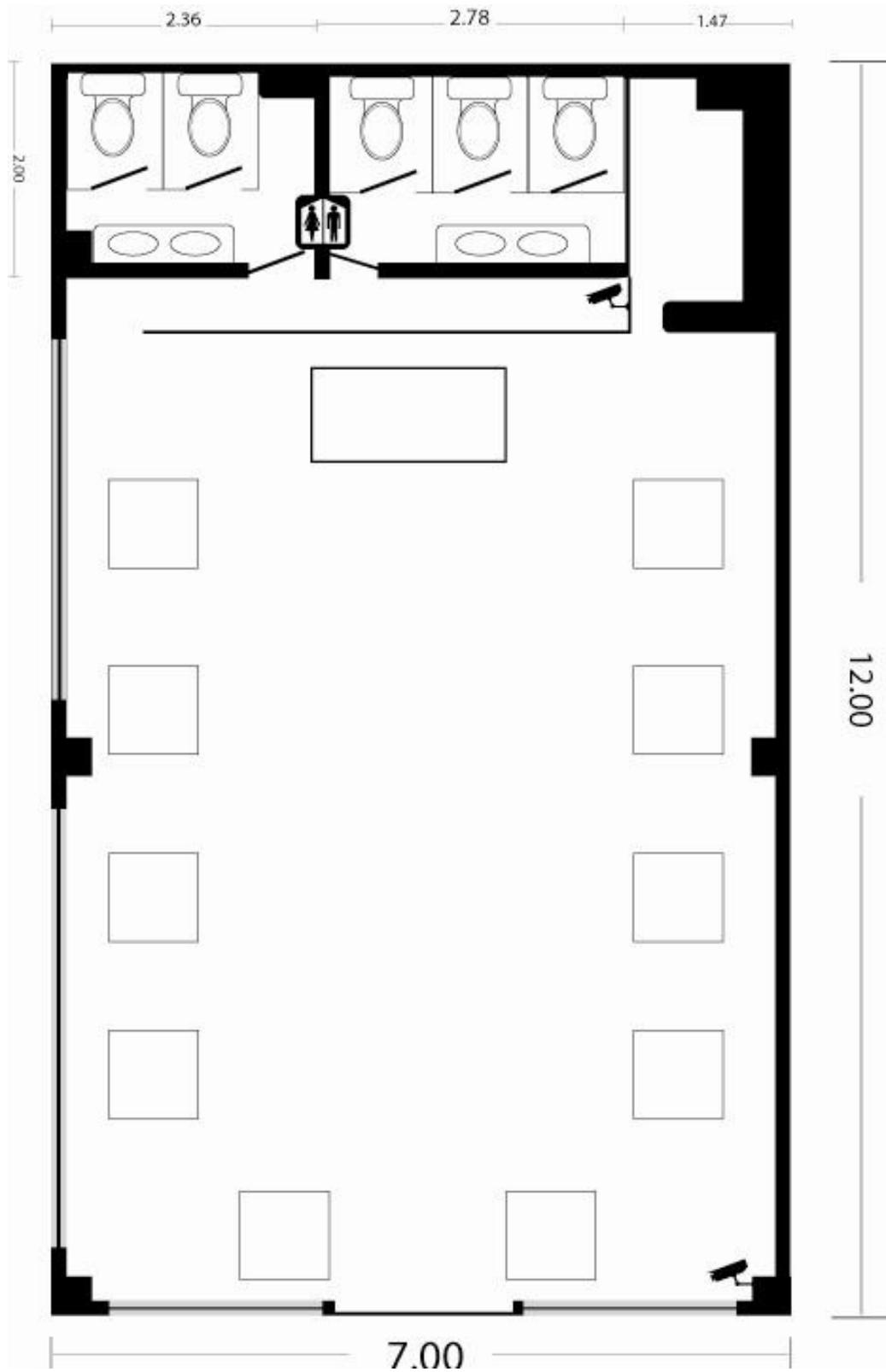


Figura No. 19 Vista Aérea de la infraestructura

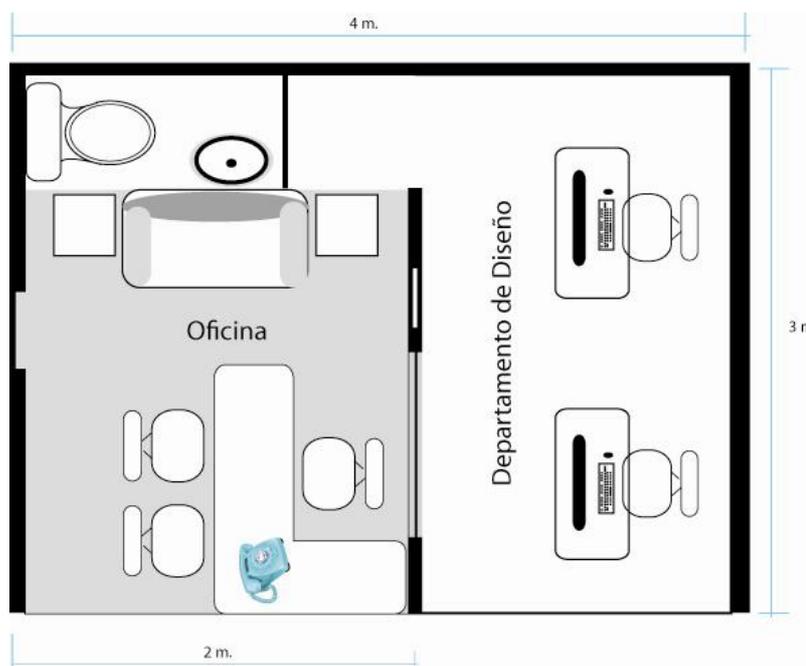


Figura No 20. Vista Aérea de las Oficinas.
Instalaciones de los servicios de oficina

2.2.3 Manejo de Desperdicios



Figura No. 21 Recicladores

La empresa Margic Park, llevará un control de desperdicios sólidos con una campaña de reciclaje, que impulsará a los niños a tomar conciencia de la importancia de reciclar en estos días, al igual que los desechos orgánicos expedidos por la empresa, que serán almacenados de manera segura e higiénica.

De esta manera aportará al aseo público de la ciudad y a preservar el medio ambiente.

2.2.4 Proveedores

Para el funcionamiento de la empresa en diferentes servicios, la empresa mantiene contacto con los siguientes proveedores:

- Bimbo
- Plumrose
- Coca Cola
- Pinguino
- Pure Water
- Chesco Pizzería
- Carnicentro, distribuidor de carne
- Dolupa
- Vivi Dulcería

Tomando en cuenta las situaciones de precios, accesibilidad y negociación que garantice la utilidad de la empresa.

2.2.5 Situación laboral de la localidad

El mercado laboral de Machala entre abril y septiembre de este año ha experimentado variaciones en los índices de la población económicamente activa (PEA).

Por lo general la población se desempeña en diferentes áreas laborales como la agricultura y la acuicultura, pero en la actualidad las actividades empresariales y comerciales han aumentado, y se han convertido en la mayor fuente de empleo e ingresos para la ciudad.

Según informe del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos –INEC-, se señala que hubo un aumento de 1.037 individuos en la cantidad que conforman la PEA entre el segundo y el tercer trimestre de 2009 en la capital orense.

En efecto, el reporte del INEC indica que durante el segundo trimestre (abril-junio) la PEA de Machala fue de 123.438 personas, mientras que en el tercer trimestre (julio-septiembre) el número fue de 124.475 personas.

Al tomar como mercado meta la población económicamente activa del sector urbano de la ciudad de Machala, podemos darnos cuenta que las cifras arrojadas por el INEC, son convenientes para la empresa, tanto para su ingreso al mercado y posicionamiento.

2.2.6 Área Requerida

Para el funcionamiento de la empresa, se realizaron estudios de áreas que se requieren para el correcto funcionamiento, como:

- Área de recreación 10 x 13m.
- Canchas de fútbol y básquet 11 x 11m.
- Local 12 x 7m.
- Oficina 4 x3m.
- Estacionamiento 20 x 4m

2.2.7 Tipo de Construcción

Las instalaciones son de base de hormigón y estructura de acero, para mayor durabilidad y seguridad de la estructura de la empresa.

2.2.8 Ventilación e Iluminación

Iluminación y Ventilación natural

El local para los eventos recibirá luz del día y ventilación del espacio urbano. Las áreas de las claraboyas para la iluminación y ventilación laterales o cenitales, serán en lo posible uniformemente distribuidas.

Ventilación de baños retretes e urinarios

La ventilación de baños y retretes puede realizarse por conductos de las siguientes características:

Los baños o retretes se podrán ventilar desde el techo mediante claraboyas. Estas tendrán una abertura mínima de 0,50 m² y área de ventilación por ventanillas regulables, de no menos de 0,12 m² en el total, ubicadas en sus caras verticales.

Ventilación de Depósitos

La oficina cuenta con aire acondicionado, para mantener un ambiente

Los equipos a utilizar se instalarán de tal forma que no causen perjuicios o molestias a los asistentes del local y/o linderos.

La autorización se acordará bajo responsabilidad del usuario y a condición de cesar toda actividad personal en los locales afectados por mal funcionamiento de la instalación.

2.2.9 Puertas

La empresa contará con puertas principales para acceso al área de recreación y local, tomando en cuenta la seguridad requerida.

En caso de emergencia, la empresa cuenta con una salida, ubicada en la parte lateral izquierda del local.

2.2.10 Servicios Higiénicos

El local está condicionado con dos baños, para uso de los niños y padres. También la oficina cuenta con un baño para el uso del personal.

2.3 Equipo y Maquinarias

La empresa consta de equipos para el cumplimiento de algunos servicios como:

- Macintosh eMac
- Computadora Pentium 4

Para la elaboración de tarjetas de invitación, edición de videos, para el uso de la empresa en sus publicidades.

- Cámara Fotográfica
- Cámara de Video
- Impresora Láser
- Plotter canon iPF650 24''

También cuenta con maquinaria para la elaboración de productos como:

- Hot dog
- Algodón de Azúcar
- Canguil
- Granizados

2.3.1 Formas de adquisición de equipos

Dentro de los costos de inversión está incluida la adquisición de maquinaria, necesaria para el desarrollo de los diferentes productos ofertados por la empresa. El sistema de adquisición determinado por la empresa es realizar la compra a 6 meses plazo mínimo para saldar en su totalidad la deuda, de ésta manera se evitará una variación de flujo de caja para la empresa.

2.3.2 Personal necesario

El personal requerido para las maquinarias que se van a adquirir son:

- 1 persona para el manejo de la máquina de canguil
- 1 persona para el manejo de la máquina de granizado
- 1 persona para el manejo de la máquina de hot dog
- 1 persona para el manejo de la máquina de algodón de azúcar

2.3.3 Políticas de mantenimiento y repuestos

La empresa establece que el mantenimiento de la maquinaria se llevará a cabo cada tres meses, en el que se incluirá la limpieza total.

Con respecto al mantenimiento de equipo de oficina se depurará la información cada seis meses, para evitar la saturación del equipo y mal funcionamiento.

Gracias a la garantía de la maquinaria y equipo de oficina, la empresa podrá acudir a servicio técnico cada vez que se presente una falla.

En caso de que la empresa requiera de una nueva adquisición no se podrá llevarse a cabo durante los tres primeros años de funcionamiento, para evitar posibles desfinanciamientos.

2.4 Distribución de planta

La distribución en planta implica la ordenación de espacios necesarios para movimiento de material, almacenamiento, equipos, administración, servicios para el personal, etc.

Por ende, en la siguiente ilustración se muestra la distribución de los departamentos y equipos de la empresa.



Figura No. 22 Vista Aérea del terreno.
Repartición de las áreas y los departamentos

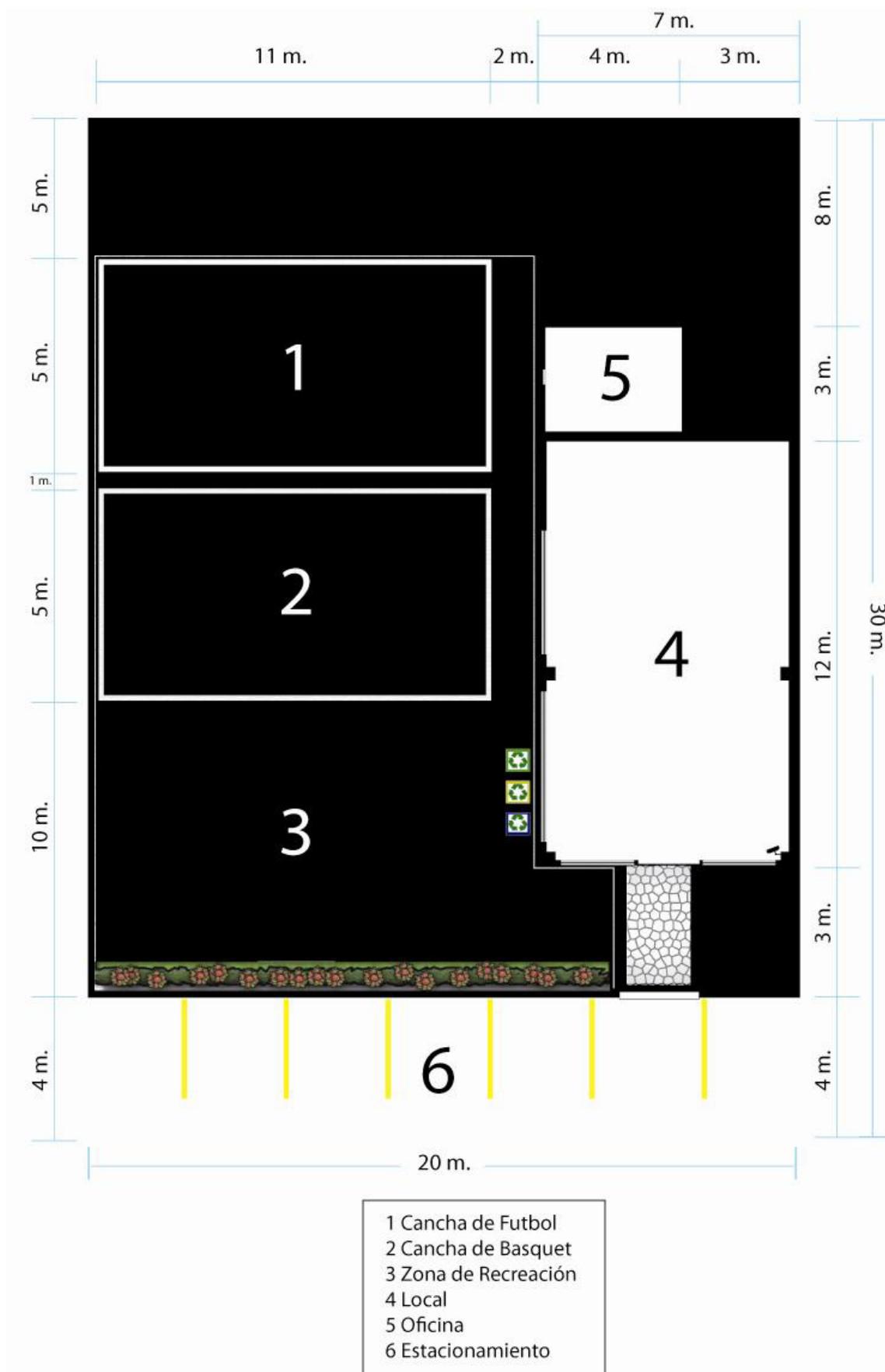


Figura No. 23 Vista aérea de espacios recreativos.

2.5 Plan de de venta

El servicio se ofrecerá de manera directa a los clientes, quienes tendrán que firmar un contrato en donde especifiquen los servicios que desean abarcar en sus eventos, y dependiendo del monto total, se cancelará el 50% por adelantado, esta fase de la negociación estará en manos de la secretaria- contadora, quién llevará la cartera de clientes y se encargará de detectar las necesidades de los mismos.

Tanto los servicios como, los productos que se ofrecerán en los eventos, deberán tener la aprobación previa y control de calidad, y de esta manera brindar total satisfacción al cliente y la optimización de los recursos.

<p style="text-align: center;">Plan I</p> <ul style="list-style-type: none"> • Animador • Personal de cuidado • Hora Loca • Mimos • Titeres • Cancha de Futbol • Cancha de Básquet • Mini parque de diversiones • Juegos Básicos • Carreta de Hot dog • Carreta de Algodón de Azúcar • Carreta de Granizado • Carreta de Canguil • Helados • Bocaditos • Torta • Decoración • Sorpresas • Piñatas • Bebidas • Regalos 	<p style="text-align: center;">Plan II</p> <ul style="list-style-type: none"> • Animador • Personal de Cuidados • Hora Loca • Cancha de Futbol o Basquet • Mini parque de diversiones • Juegos Básicos • Carreta de Hot dog • Carreta de Algodón de Azúcar • Carreta de Granizado • Carreta de Canguil • Helados • Bocaditos • Torta • Decoración • Sorpresas • Piñatas • Bebidas • Regalos 	
<p style="text-align: center;">Plan III</p> <ul style="list-style-type: none"> • Animador • Personal de Cuidados • Hora Loca • Mini parque de diversiones • Juegos Básicos • Carreta de Hot dog • Algodón de Azúcar • Carreta de Granizado o Canguil • Helados • Bocaditos • Torta • Decoración • Sorpresas • Piñatas • Bebidas • Regalos 	<p style="text-align: center;">Plan IV</p> <ul style="list-style-type: none"> • Animador • Hora Loca • Juegos Básicos • Carreta de Hot dog o Algodón de Azúcar • Carreta de Canguil o Granizado • Helados • Bocaditos • Torta • Decoración • Sorpresas • Piñatas • Bebidas • Regalos 	<p style="text-align: center;">Plan V</p> <ul style="list-style-type: none"> • Animador • Hora Loca • Juegos Básicos • Carreta de Hot dog • Carreta de Canguil • Helados • Bocaditos • Torta • Decoración • Sorpresas • Piñatas • Bebidas

2.6 Plan de Compras

El programa de adquisición de materia prima, materiales, productos terminados y otros, será determinada tras el análisis de las necesidades de compras, los siguientes cuadros determinaran la cantidad máxima de 70 personas que asistirán por evento.

PRODUCTOS TERMINADOS

Productos	Cantidad por evento
Bebidas gaseosas de 3 litros	6
Agua (botella)	50
Pizza familiares (12 porciones por cada pizza)	8
Helados	80
Bocaditos	700
Fundas de caramelos	3
Fundas de chupetes	2
Fundas de bombones	2
Fundas de mini tango	2
Fundas de gomitas	2
Piñatas	2
Sorpresas	40
Juguetes (niños y niñas)	40
Juguetes para concursos	3
Fundas de Juguetes para piñatas	2
Platos descartables	80
Vasos descartables	100
Cucharas descartables	80
Conos de cartulina para canguil	80
Palillos para algodón de azúcar	80
Sorbetes	80
Servilletas (paquetes)	2
Charola de cartulina para hot dog	80
Charola triangular para rebanada de pizza	80
Globos para la decoración	200
Serpentinas (paquetes)	2
Arreglos de foami	10

Tabla No 16. Productos terminados para un evento máximo de 70 personas.

PRODUCTOS NO TERMINADOS

Para la fabricación de 80 fundas de Canguil se requiere de:

Productos	Cantidad
Canguil en grano	3 libras
Aceite	1 litro
Sal	100 g

Tabla 17. Productos para 80 fundas de canguil

Para la fabricación de 80 fundas de Algodón de Azúcar se requiere de:

Productos	Cantidad
Azúcar	500 g
Colorante	500 g

Tabla 18. Productos para 80 algodones de azúcar.

Para la fabricación de 80 hot dog se requiere de:

Productos	Cantidad
Salchichas	80
Pan	80
Mayonesa	500 g
Mostaza	500 g
Salsa de Tomate	500 g

Tabla 19. Productos para 80 hot dog.

Para la fabricación de 80 Granizados se requiere de:

Productos	Cantidad
Hielo	1 paca
Colorantes	1000 c ³

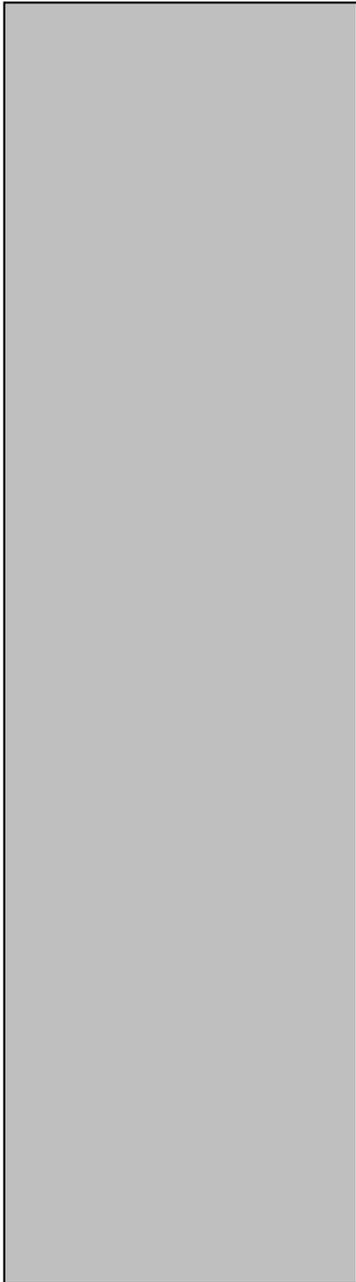
Tabla 20. Productos para 80 granizados

Con la estimación de productos tanto desarrollado como no desarrollado por cada evento, la empresa determina la cantidad de materia prima y productos terminados para adquirir, en un periodo de tiempo de 8 días, lo que determina que la cantidad de productos mensual será cuatro veces más las cantidades especificadas en las tablas.

Políticas de inventario

La empresa establece las siguientes políticas de inventario:

- Con respecto a los costos de inversión como juegos de recreación, juguetes, sillas, mesas, etc., la empresa no podrá realizar una nueva compra durante los tres primeros años, en caso de presentarse algún desperfecto deberá ser remplazado con una nueva adquisición para seguir ofreciendo el servicio requerido.
- La compra de materia prima para los productos no elaborados, solo se realizará basándose en los requerimientos del evento, es decir, será renovada semanalmente.
- No se podrá incrementar nuevos servicios que requieran de infraestructura adicional, durante el primer año, para de esta manera evitar que el capital de la empresa se vea afectado.



CAPÍTULO 3
ANÁLISIS ADMINISTRATIVO
Y LEGAL

3. Análisis Administrativo y legal

3.1 Legislación Local

Para el funcionamiento de la empresa, se necesita solicitar los respectivos permisos a la municipalidad, por lo cual se deberá cumplir con los requisitos que se encuentran establecidos a continuación:

- Normas de construcción
- Tres juegos de planos de la construcción
- Recibos de pago de los Colegios de: Arquitectos e Ingenieros Civiles
- Solicitud de construcción (ventanilla de recaudación)
- Copia fotostática de la escritura
- Certificado de no adeudar al Municipio (Rentas)
- Formulario del INEC
- Un CD con el archivo de los planos a aprobarse
- Los planos serán firmados por el propietario, proyectista y responsabilidad técnica con su respectivo registro profesional y municipal.
- Liquidación de los valores en Planeamiento Urbano.
- Pago (ventanilla de recaudación)

Para los letreros o rótulos que la empresa instalará para publicitar su negocio, también se determinan ciertos requisitos:

- Certificado de Avalúo
- Solicitud
- Copia de Cédula
- Liquidación de los valores en Planeamiento Urbano.
- Pago (ventanilla de recaudación)

Gestión para funcionamiento de la empresa afiliada en la Cámara de Comercio.

1. Oficio de solicitud a la Cámara de Comercio de afiliación
2. Registro de datos y firmas de documentación en la Cámara:
 - Copia del RUC
 - 2 copias a color de la cédula
 - 2 copias del certificado de votación
 - 2 fotos tamaño carnet
 - Planillas de luz o agua
 - Valor por el trámite: \$ 52,00
3. Certificado de la Cámara de afiliación (validez 3 meses para el trámite)

4. Trámite de la Cámara para matrícula de comercio, petición ante el juez, someterse a un sorteo
5. Trámite y notificación del juez
6. Notificación al socio para retirar documento
7. Proceder al trámite del número de matrícula de comercio (vía telefónica)
8. El socio realiza trámite personal ante registro mercantil de acuerdo a la cuantía del negocio:
 - Mínimo de \$300 para personas naturales
 - \$800, para sociedad
 - \$400 para compañías limitadas, en base a esto, el registro cobra este valor.

Requisitos para la inscripción en el Registro Mercantil

- Tres escrituras o protocolizaciones (mínimo) primera, segunda y tercera copia
- Tres resoluciones (mínimo) aprobando las escrituras o protocolizaciones.
- Certificado de afiliación a una de las Cámaras de la Producción del Cantón en donde se encuentra el domicilio de la empresa, según su objeto social.
- Publicación del extracto (periódico)
- Razones Notariales que indiquen que los Notarios han tomado nota de las resoluciones aprobatorias al margen de las matrices de las escrituras respectivas.
- Copia de la cédula de ciudadanía y el certificado de votación del compareciente
- Certificado de inscripción en el Registro de Dirección Financiera Tributaria del Municipio.

Obligaciones Tributarias

Los requisitos de inscripción del Registro Único de Contribuyente (RUC):

Para la inscripción del representante legal y gerente general de una empresa deberán presentar los siguientes requisitos:

- Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad o de ciudadanía o del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa vigente (extranjeros residentes Visa 10 y no residentes Visa 12).
- Los ecuatorianos, presentarán el original del certificado de votación del último proceso electoral, hasta un año posterior a su emisión por parte del Tribunal Supremo Electoral.

Para la inscripción de la organización en el Servicio de Rentas internas para el cumplimiento de las obligaciones tributarias, deberán presentar los siguientes requisitos:

- Formulario RUC-01-A y RUC-01.B suscritos por el representante legal.
- Original y copia, certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.
- Original y copia, certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Original y Copia de la hoja de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías.

- Adicionalmente se deberá adjuntar Carta suscrita por el contador del sujeto pasivo (con copia de cédula de identidad adjunta), certificando su relación laboral o contractual con el contribuyente.

Para la verificación del domicilio y de los establecimientos donde realiza su actividad económica, presentarán el original y entregarán una copia de cualquiera de los siguientes documentos que se encuentren a nombre del sujeto pasivo:

- Planilla de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o agua potable, de uno de los últimos 3 meses anteriores a la fecha de inscripción; o,
- Contrato de arrendamiento vigente a la fecha de inscripción legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato; o,
- Pago de impuestos prediales, puede corresponder al año actual o al anterior a la fecha de inscripción.
- Cuando no sea posible entregar cualquiera de los documentos antes señalados a nombre del sujeto pasivo, se deberá presentar una comunicación al SRI indicando que se ha cedido en forma gratuita el uso del inmueble (carta de cesión)

Si la inscripción es posterior a los 30 días de iniciada la actividad económica, deberá presentar:

- Copia del formulario 106 en el que conste el pago de la multa respectiva, con el código 8075 correspondiente a Multas RUC.

Las obligaciones tributarias serán:

- Declaración mensual del IVA
- Declaración de Retenciones en la fuente
- Declaración del Impuesto a la Renta Anual
- Presentación mensual de Anexo de Renta por otros conceptos REOC.

3.2 Forma Laboral

El empleador tiene como obligación hacer constar legalmente dentro de la Inspectoría de Trabajo a sus trabajadores dentro de este departamento donde deben presentar los siguientes documentos:

- Contrato de trabajo
- Copia de cédula
- Copia de votación
- La cuantía y forma de pago de la remuneración
- Tiempo de duración del contrato
- Lugar en que debe ejecutar las labores.
- La declaración de si se establece o no sanciones, y en caso de establecer la forma de determinarlas y las garantías para su efectividad.

Inscripción en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

La empresa Magic Park, inscribirá a sus trabajadores en el Instituto de Seguridad Social, desde el primer día de sus labores dentro de la misma, y así mismo, reconocerá todos los beneficios sociales que correspondan. La documentación que deberá presentar para la afiliación de sus empleados en el I.E.S.S es la siguiente:

- Copia de la escritura de constitución de la empresa.
- Copia del RUC
- Copia de nombramiento de gerente de la empresa.
- Copias de cédula y certificación de votación del gerente de la empresa.
- Copia de la planilla de luz, agua, teléfono o contrato de arrendamiento.
- Llenar el formulario de inscripción patronal.
- Copia de los contratos del trabajo del personal que labora, legalizados en la Inspectoría de Trabajo.
- Copias de cédula y certificado de votación de los trabajadores.
- Adquirir la tarjeta de entrada para los trabajadores.

3.3 Recursos Humanos en cantidad y calidad

Magic Park ha estructurado en su organización los siguientes cargos:

- Gerente
- Secretaria-Contador
- Diseñadores Gráficos
- Personal de Servicio artístico
- Personal de Limpieza

FACTORES DE ESPECIFICACIÓN CARGOS EN GENERAL

GRUPOS	FACTORES A EVALUAR
Requisitos intelectuales	<ul style="list-style-type: none">• Formación profesional.• Creatividad
Requisitos físicos	<ul style="list-style-type: none">• Concentración• Destreza
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none">• Manejo de software.• Aplicación de relaciones humanas (inter e intrapersonal).
Condiciones de trabajo	<ul style="list-style-type: none">• Ambiente de trabajo físico.• Ambiente de trabajo psicológico.

Tabla No. 21. Factores de especificación

3.3.1 DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
TÍTULO:	Gerente
PROPÓSITO:	Brindar el direccionamiento administrativo, operativo, logístico para el funcionamiento de la empresa.
REPORTA A:	Socios
COORDINA CON:	Secretaria contadora
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none">✓ Direccionar la sección administrativa de la empresa.✓ Chequear que las operaciones y funcionamiento de la empresa se desarrollen con normalidad.
RESPONSABILIDADES:	<ul style="list-style-type: none">✓ Establecer contactos con nuevos clientes.✓ Mantener la Confidencialidad.✓ Cumplir con el horario establecido de la empresa.
REQUISITOS:	<ul style="list-style-type: none">✓ Disponibilidad de tiempo completo✓ Puntualidad u horarios de trabajo✓ Educación universitaria: CARRERAS A FINES CON ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS✓ Experiencia en administración de empresas

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
TÍTULO:	Diseñador Gráfico
PROPÓSITO:	Diseñar y diagramar de manera eficaz y puntual, la tarjetería que demanden los clientes y la publicidad de la empresa.
REPORTA A:	Gerente
COORDINA CON:	Con el cliente para dar las respectivas observaciones o sugerencias previo la impresión.
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none">✓ Diseñar todo tipo de publicidad, dípticos, trípticos, tarjetas de presentación, etc.✓ Diagramar y diseñar de manera creativa las tarjetas de invitación.
RESPONSABILIDADES:	<ul style="list-style-type: none">✓ Comunicar al cliente directamente las indicaciones técnicas.✓ Trabajar en equipo manteniendo comunicación con todo el grupo de trabajo.✓ Conservar los diseños dentro de la empresa.✓ Mantener la Confidencialidad de todos los trabajos.
REQUISITOS:	<ul style="list-style-type: none">✓ Disponibilidad de tiempo completo✓ Puntualidad u horarios de trabajo✓ Educación universitaria: Licenciatura en Diseño Grafico y Publicidad✓ Conocimientos de software de diseño (manipulación y dominio)✓ Creatividad y originalidad✓ Sin experiencia pero con deseos de superación.

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
TÍTULO:	Secretaria - Contadora
PROPÓSITO:	Mantener y contactar una lista de clientes estable, hacer conocer a los clientes de nuestro trabajo, llevar el control contable de la empresa.
REPORTA A:	Gerente
COORDINA CON:	Los diseñadores para dar a conocer la cartera de clientes y el tiempo estipulado para la entrega del respectivo trabajo.
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none">✓ Contactar con la lista de clientes de la empresa y hacer contratos.✓ Receptar toda la información e indicaciones de los trabajos a realizar.
RESPONSABILIDADES:	<ul style="list-style-type: none">✓ Documentar, cheques y dinero en efectivo.✓ Realización de los diferentes tramites de la empresa.✓ Mantener contacto con los clientes.
REQUISITOS:	<ul style="list-style-type: none">✓ Disponibilidad de tiempo completo.✓ Puntualidad✓ Cumplir con los horarios de trabajo establecidos✓ Educación universitaria: Carreras a fines con Gestión Empresarial, Contabilidad o Finanzas✓ Predisposición

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
TÍTULO:	Servicio de Limpieza
PROPÓSITO:	Limpieza y mantenimiento de instalaciones.
REPORTA A:	Gerente
COORDINA CON:	La secretaria o personal de servicio artístico.
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none">✓ Limpieza y distribución de espacios libres y bodega.✓ Mantenimiento de áreas verdes.
RESPONSABILIDADES:	<ul style="list-style-type: none">✓ Cuidado de área verde.✓ Limpieza del establecimiento.✓ Cuidado y buen estado de los implementos de los juegos infantiles.
REQUISITOS:	<ul style="list-style-type: none">✓ Disponibilidad de tiempo completo✓ Puntualidad✓ Cumplir con los horarios de trabajo✓ Educación: Bachiller✓ Sin experiencia

SISTEMA DE COMPENSACIÓN

MAGIC PARK, considera el aspecto de la compensación de personas que laboran en la misma, sujetándose a las disposiciones laborales que están en vigencia en el país, amparados en el código de trabajo, el mismo que determina un sistema de remuneración básico al trabajador, así como también la asignación de los beneficios sociales, brindando de esta manera la seguridad para el personal.

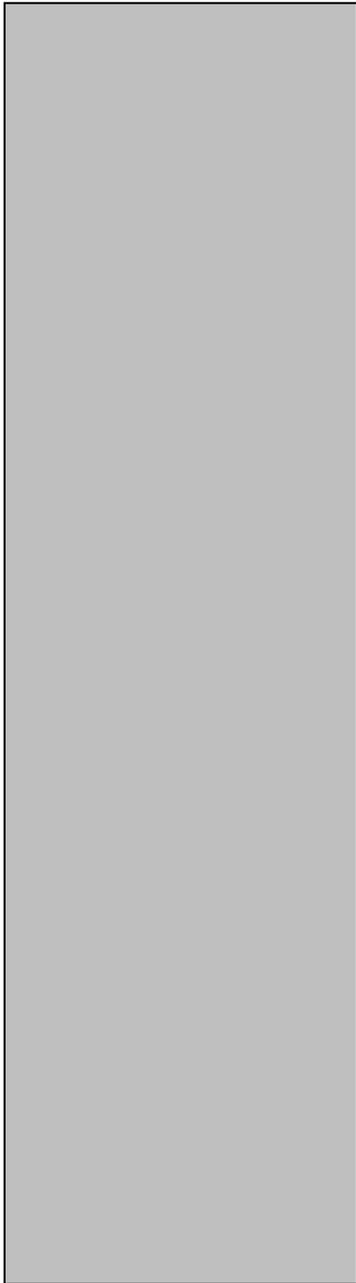
Cabe recalcar que la empresa cuenta con el servicio temporal del personal de servicios artísticos, que involucra hora loca, mimos, títeres, animadores, etc., quienes formarán parte de la empresa con contratos temporales por evento.

PERSONAL ADMINISTRATIVO Y PUBLICIDAD

- ✓ Sueldo básico \$280
- ✓ Asegurado al IEES(descuento del 9.35%) estipulado por la ley, este porcentaje se descuenta del sueldo ya que la empresa debe pagar al IEES el 20.50%
- ✓ Reciben la décima cuarta remuneración o bono escolar (Abril).
- ✓ Décimo tercer sueldo que reciben en diciembre que equivale a todo lo que el trabajador ha recibido en el año dividido para 12.
- ✓ Vacaciones pagadas por 15 días , el pago es directo o indirecto.
- ✓ Fondos de reserva
- ✓ Horas extras del 50%

PERSONAL DE SERVICIO

- ✓ Sueldo básico \$200
- ✓ Asegurado al IEES(descuento del 9.35%) estipulado por la ley, este porcentaje se descuenta del sueldo ya que la empresa debe pagar al IEES el 20.50%
- ✓ Décimo tercer sueldo que reciben en diciembre que equivale a todo lo que el trabajador a recibido en el año dividido para 12.
- ✓ Vacaciones pagadas por 15días , el pago es directo o indirecto.
- ✓ Horas extras del 50%



CAPÍTULO 4
ANÁLISIS FINANCIERO

4. Análisis Financiero

4.1. Aportaciones de los socios

El presente estudio tiene como fin conocer la factibilidad del proyecto para lo cual se determinó la inversión inicial, los ingresos y egresos, entre otros cálculos, obteniendo la utilidad del período. Dicho estudio ha sido proyectado a cinco años con la finalidad de analizar las variaciones que presentan durante este plazo.

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

Socios	%	US \$
Socio 1	40	27.000,00
Socio 2	30	26.500,00
Socio 3	30	26.500,00
TOTAL	100%	80.000,00

Tabla 22. Aportaciones de los Socios.

Valor que equivaldrá aproximadamente al 48% de la inversión total, que suma \$167.227,00.

Terreno

El terreno destinado para la construcción de Magic Park tiene una dimensión de 600 m², cada metro cuadrado tiene un costo de \$30,00, el total de la inversión para el terreno es de \$18.000,00.

Construcción

La infraestructura tanto del área de oficina, área social, cancha de básquet, cancha de fútbol, zona de recreación, estacionamiento, cerramiento y otras instalaciones necesarias para la empresa, tienen un monto total de \$72.563,00

Tabla No. 23
INVERSIÓN ANUAL
ACTIVOS FIJOS

INVERSIÓN FIJA TANGIBLE

INFRAESTRUCTURA				
Área	Detalle	Dimensión (m2)	Costo por m2 (\$)	Total (\$)
Terreno		600,00	30,00	18.000,00
CONSTRUCCIONES				
Administrativo	Oficinas Administrativo	12,00	220,00	2.640,00
Área social	Cubierta	88,00	45,00	3.960,00
	Contrapiso	84,00	12,50	1.050,00
	Mampostería (paredes)	84,00	10,00	840,00
	Mampostería (enlucido)	84,00	7,00	588,00
	Acabado	84,00	25,00	2.100,00
	Cancha de Fútbol	55,00	50,00	2.750,00
	Cancha de Básquet	55,00	37,00	2.035,00
	Zona de recreación	170,00	50,00	8.500,00
	Construcción de pasillos	28,00	20,00	560,00
	Estacionamiento	80,00	27,00	2.160,00
Seguridad	Garita	6,00	130,00	780,00
	Baterías Sanitarias	7,00	200,00	1.400,00
	Construcción de bodega	220,00	60,00	13.200,00
	Cerramiento	600,00	50,00	30.000,00
SUBTOTAL				72.563,00
TOTAL				\$ 90.563,00

Tabla No. 24
INVERSIÓN ANUAL
ACTIVOS FIJOS

INSTALACIONES BÁSICAS			
Cantidad	Denominación	P. Unit (\$)	V. Total (\$)
1	Telefonía e Internet	400,00	400,00
1	Sistema de agua	50,00	50,00
1	Sistema de luz	80,00	80,00
1	Sistema de Climatización	2.000,00	2.000,00
1	Sistema de seguridad de incendios	200,00	200,00
			2.730,00

Tabla No 25.
INVERSIÓN ANUAL
ACTIVOS FIJOS

MAQUINARIA Y EQUIPOS			
Cantidad	Denominación	P. Unit (\$)	V. Total (\$)
1	Carreta de Hot dog	889,00	889,00
1	Carreta de Algodón de azúcar	628,00	628,00
1	Carreta de Granizado	260,00	260,00
1	Carreta de Canguil	339,00	339,00
1	Microondas	250,00	250,00
1	Congeladores	450,00	450,00
TOTAL			2.816,00

Tabla No. 26
INVERSIÓN ANUAL
ACTIVOS FIJOS

EQUIPO DE COMPUTACION			
Cantidad	Denominación	P. Unit (\$)	V. Total (\$)
2	Machintosh	1.000,00	2.000,00
1	Plotter	3.000,00	3.000,00
1	Impresora Laser	130,00	130,00
1	Computadora	600,00	600,00
1	Cámara Fotográfica	200,00	200,00
1	Sumadora	35,00	35,00
1	Calculadora	6,00	6,00
1	Grabadora	32,00	32,00
1	Cámara de video	250,00	250,00
TOTAL			6.253,00

Tabla No. 27
INVERSIÓN ANUAL
ACTIVOS FIJOS

MUEBLES Y ENSERES			
Cantidad	Denominación	P. Unit (\$)	V. Total (\$)
3	Escritorios	180,00	540,00
2	Sillas	45,00	90,00
2	Sillas ejecutivas	110,00	220,00
150	Sillas de niños	3,00	450,00
300	Sillas para adultos	6,00	1.800,00
100	Mesas	18,00	1.800,00
1	Sofá	170,00	170,00
TOTAL			5.070,00

Tabla No. 28
INVERSIÓN ANUAL
ACTIVOS FIJOS

EQUIPO DE SERVICIO			
Cantidad	Denominación	P. Unit (\$)	V. Total (\$)
1	Cama elástica	400,00	400,00
1	Pinball	250,00	250,00
2	Futbolín	131,00	262,00
4	Casas de juegos (columpios)	120,00	480,00
2	Casa de juego para niñas	350,00	700,00
1	Juego de Aros de básquet	50,00	50,00
2	Pelota de básquet	20,00	40,00
2	Pelota de fútbol	39,00	78,00
1	Juego de Arcos	146,00	146,00
2	Columpio bebé	11,00	22,00
1	Sube y baja	35,00	35,00
2	Inflable	12,00	24,00
1	Twister	37,00	37,00
1	Pelota de twister	21,00	21,00
12	T ball Hopper (saltador)	34,00	408,00
12	Kanguroball	18,00	216,00
TOTAL			3.169,00

Tabla No. 29
INVERSIÓN ANUAL
ACTIVOS DIFERIDOS

Cantidad	Denominación	P. unit \$	V. Total \$
1	Estudio de factibilidad, diseño, planos	1.000,00	1.000,00
1	Gastos de puesta en marcha o arranque	850,00	850,00
TOTAL			1.850,00

Tabla No. 30
INVERSIÓN ANUAL
INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

TANGIBLE	V. Total \$
Terreno	18.000,00
Construcciones	72.563,00
Servicios básicos	2.730,00
Maquinaria y Equipos	2.816,00
Equipo de computación	6.253,00
Equipos de Servicio	3.169,00
Muebles y enseres	5.070,00
Total de la Inversión Tangible	110.601,00
Total de la Inversión Intangible	1.850,00

Tabla No. 31
INVERSIÓN ANUAL
INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO

ESPECIFICACIONES	VALOR \$
Materiales directos	19,036
Mano de obra indirecta	12,537
Personal de Contrato	19,080
Servicios básicos	1,206
Seguros	778
Mantenimientos	300
Publicidad	900
Limpieza	146
Costos de ventas (Fijos) de un evento	725
TOTAL	54,707

Tabla No. 32
INVERSIÓN ANUAL
RESUMEN DE LAS INVERSIONES

DESCRIPCION	VALOR \$
Activos fijos	110,601
Activos diferidos	1,850
Capital de trabajo (operación)	54,707
Total	167,158

Total de la inversión \$	167,158	100%
Aporte de los socios \$	80,000	48%
Financiamiento \$	87,158	52%

Descripción de Planes de Venta

Plan I

- Animador
- Personal de cuidado
- Hora Loca
- Mimos
- Títeres
- Cancha de Futbol
- Cancha de Básquet
- Mini parque de diversiones
- Juegos Básicos
- Carreta de Hot dog
- Carreta de Algodón de Azúcar
- Carreta de Granizado
- Carreta de Canguil
- Helados
- Bocaditos
- Torta
- Decoración
- Sorpresas
- Piñatas
- Bebidas
- Regalos

Plan II

- Animador
- Personal de Cuidados
- Hora Loca
- Cancha de Futbol o Basquet
- Mini parque de diversiones
- Juegos Básicos
- Carreta de Hot dog
- Carreta de Algodón de Azúcar
- Carreta de Granizado
- Carreta de Canguil
- Helados
- Bocaditos
- Torta
- Decoración
- Sorpresas
- Piñatas
- Bebidas
- Regalos

Plan III

- Animador
- Personal de Cuidados
- Hora Loca
- Mini parque de diversiones
- Juegos Básicos
- Carreta de Hot dog
- Algodón de Azúcar
- Carreta de Granizado o Canguil
- Helados
- Bocaditos
- Torta
- Decoración
- Sorpresas
- Piñatas
- Bebidas
- Regalos

Plan IV

- Animador
- Hora Loca
- Juegos Básicos
- Carreta de Hot dog o Algodón de Azúcar
- Carreta de Canguil o Granizado
- Helados
- Bocaditos
- Torta
- Decoración
- Sorpresas
- Piñatas
- Bebidas
- Regalos

Plan V

- Animador
- Hora Loca
- Juegos Básicos
- Carreta de Hot dog
- Carreta de Canguil
- Helados
- Bocaditos
- Torta
- Decoración
- Sorpresas
- Piñatas
- Bebidas

Tabla No. 33
CUADRO DE INSUMOS

GASTOS EN INSUMOS Y MANTENIMIENTO
MATERIALES DIRECTOS X MES

Detalle	Cantidad	Precio unid. \$	Total \$
Tinta	4	100,00	400,00
Cartulinas	16	\$ 1,20	19,20
Silicón	4	\$ 2,00	8,00
escarcha	3	\$ 1,00	3,00
Cintas	5	\$ 12,00	60,00
Papel calco	16	\$ 0,75	12,00
Globos (funda de 100 unidades)	8	\$ 3,20	25,60
Aceite (litros)	4	\$ 1,20	4,80
Sal (libras)	4	\$ 0,30	1,20
Mayonesa (envase de 1000g)	4	\$ 4,50	18,00
Mostaza (envase de 1000g)	4	\$ 4,00	16,00
Salsa de tomate (envase de 1000g)	4	\$ 4,00	16,00
Hielo (pacas)	4	\$ 5,00	20,00
Colorante (litros)	8	\$ 2,50	20,00
Canguil (libras)	12	\$ 0,50	6,00
Azúcar (libras)	12	\$ 0,40	4,80
Colorante (libras)	4	\$ 3,00	12,00
Salchichas (libras)	16	\$ 2,30	36,80
Pan (paquetes de 6)	54	\$ 2,40	129,60
Helados (unidades)	320	\$ 0,50	160,00
Bebidas (3 Litros)	24	\$ 1,10	26,40
Agua (botella)	200	\$ 0,20	40,00
Pizza (familiar)	32	\$ 15,00	480,00
Bocaditos (ciento)	12	\$ 1,50	18,00
Caramelos	12	\$ 3,00	36,00
Chupetes	8	\$ 2,00	16,00
Bombones	8	\$ 3,00	24,00
Mini tango	8	\$ 3,00	24,00
Gomita	8	\$ 4,00	32,00
Piñatas	8	\$ 5,00	40,00
Juguetes para niños y niñas (unidad)	160	\$ 3,00	480,00

Detalle	Cantidad	Precio unid. \$	Total \$
Sorpresas	160	\$ 2,00	320,00
Juguetes para concurso	16	\$ 4,00	64,00
Juguetes para piñatas (fundas)	8	\$ 2,00	16,00
Platos descartables (paquetes de 12 u.)	28	\$ 2,00	56,00
Vasos descartables (paquetes de 25 u.)	16	\$ 2,00	32,00
Cucharas descartables (paquete de 100u)	4	\$ 2,00	8,00
Conos de cartulina para canguil (paquete de 100)	4	\$ 15,00	60,00
Palillos para algodón de azúcar (paquete de 100)	4	\$ 2,00	8,00
Charoles para Hot dog (paquete de 100)	4	\$ 15,00	60,00
Charoles para pizza (paquete de 100)	4	\$ 15,00	60,00
Servilletas (paquete de 100)	4	\$ 1,50	6,00
Sorbetes (paquete de 100)	4	\$ 0,80	3,20
Arreglos de Fomix	40	\$ 6,00	240,00
Materiales varios	1	50,00	50,00
TOTAL			3.173

Tabla No. 34

EQUIPO DE LIMPIEZA X 6 MESES

Detalle	Cantidad	Precio unid. \$	Total \$
Escobas	2,00	3,00	6,00
Mangueras	2,00	20,00	40,00
Materiales varios	1,00	100,00	100,00
			146,00

Tabla No. 35

ADMINISTRACIÓN y VENTAS X AÑO

Especificaciones	Valor \$	
Gastos generales ventas	600,00	
Papelería	360,00	
		960,00

MANTENIMIENTO DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO X 6 MESES

Especificaciones	Valor \$
Lubricación	200
Limpieza	100
	300,00

PUBLICIDAD X MES

Especificaciones	Valor \$
Spots y publicidad	150
	150

SERVICIOS BASICOS X MES

Especificaciones	Valor (\$)
Agua	15,00
Energía eléctrica	126,00
Teléfono	30,00
Internet	30,00
	201,00
Seguros	129,65

Tabla No. 37
CUADRO DE PERSONAL

ROL DE PAGO EMPRESA "MAGIC PARK"									
CARGO	CANTIDAD	SUELDO BÁSICO	IESS	XIII	XIV	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	SUB TOTAL	TOTAL
PERSONAL ADMINISTRATIVO									
GERENTE	1	\$ 300.00	\$ 36.45	\$ 25.00	\$ 16.67	\$ 25.00	\$ 12.50	\$ 415.62	\$ 415.62
SECRETARIA - CONTADORA	1	\$ 260.00	\$ 31.59	\$ 21.67	\$ 16.67	\$ 21.67	\$ 10.83	\$ 362.42	\$ 362.42
DISEÑADOR GRÁFICO	2	\$ 250.00	\$ 30.38	\$ 20.83	\$ 16.67	\$ 20.83	\$ 10.42	\$ 349.13	\$ 698.25
AUXILIAR DE SERVICIO	2	\$ 218.00	\$ 26.49	\$ 18.17	\$ 16.67	\$ 18.17	\$ 9.08	\$ 306.57	\$ 613.14
TOTALES		\$ 1,028.00	\$ 124.90	\$ 85.67	\$ 66.67	\$ 85.67	\$ 42.83	\$ 1,433.74	\$ 2,089.43

CARGO	No. Contrato	Cant.	Sueldo x contrato	Total
Operarios de maquinarias	4	4	50.00	800.00
Nany cares	4	2	50.00	400.00
Animador	4	1	100.00	400.00
Mimo	4	1	30.00	120.00
Hora Loca	4	1	280.00	1,120.00
Pastelería	4	1	85.00	340.00
Total Mensual	24.00	10.00		3,180.00
TOTAL ANUAL				38,160.00

**Tabla No. 38
CUADRO DE COSTOS TOTALES
RESUMEN DE COSTOS**

ESPECIFICACIONES	VALOR X MES	VALOR X 6 MES	VALOR X AÑO
Materiales directos	3,173	19,036	38,071
Mano de obra indirecta	2,089	12,537	25,073
Personal de Contrato	3,180	19,080	38,160
Servicios básicos	201	1,206	2,412
Seguros	130	778	1,556
Mantenimientos		300	3,600
Publicidad	150	900	1,800
Limpieza		146	1,752
Costos de ventas (Fijos)			1,450
TOTAL			113,874

GASTO DE PLAN DE VENTA

PLANES	COSTO \$
Plan I	
• Animador	100
• Personal de cuidado	50
• Hora Loca	280
• Mimos	30
• Títeres	25
• Cancha de Futbol	20
• Cancha de Básquet	20
• Mini parque de diversiones	20
• Juegos Básicos	20
• Carreta de Hot dog	55
• Carreta de Algodón de Azúcar	55
• Carreta de Granizado	55
• Carreta de Canguil	55
• Helados	55
• Bocaditos	40
• Torta	40
• Decoración	60
• Sorpresas	40
• Piñatas	30
• Bebidas	20
• Regalos	130
GASTO TOTAL	1200

Plan II	COSTO \$
• Animador	100
• Personal de Cuidados	50
• Hora Loca	280
• Cancha de Futbol o Básquet	20
• Mini parque de diversiones	20
• Juegos Básicos	20
• Carreta de Hot dog	55
• Carreta de Algodón de Azúcar	55
• Carreta de Granizado	55
• Carreta de Canguil	55
• Helados	55
• Bocaditos	40
• Torta	40
• Decoración	60
• Sorpresas	40
• Piñatas	30
• Bebidas	20
• Regalos	130
GASTO TOTAL	1125

Plan III	COSTO \$
Animador	100
Personal de Cuidados	50
Hora Loca	280
Mini parque de diversiones	20
Juegos Básicos	20
Carreta de Hot dog	55
Algodón de Azúcar	55
Carreta de Granizado o Canguil	55
Helados	40
Bocaditos	40
Torta	40
Decoración	60
Sorpresas	40
Piñatas	30
Bebidas	20
Regalos	130
GASTO TOTAL	1035

Plan IV	COSTO \$
Animador	100
Hora Loca	280
Juegos Básicos	20
Mini parque de diversiones	20
Carreta de Hot dog	55
Algodón de Azúcar	55
Carreta de Canguil o Granizado	55
Helados	40
Bocaditos	40
Torta	40
Decoración	60
Sorpresas	40
Piñatas	30
Bebidas	20
Regalos	130
GASTO TOTAL	985

Plan V	COSTO \$
Animador	100
Hora Loca	280
Juegos Básicos	20
Mini parque de diversiones	20
Carreta de Hot dog	55
Carreta de Canguil	55
Helados	40
Bocaditos	40
Torta	40
Decoración	60
Sorpresas	40
Piñatas	30
Bebidas	20
Regalos	130
GASTO TOTAL	930

Tabla No. 39
CUADRO DE DEPRECIACIONES

CUADRO DE DEPRECIACIONES INFRAESTRUCTURA							
Nº	DESCRIPCIÓN	VALOR INICIAL TOTAL	VALOR RESIDUAL (15%)	VALOR A DEPRECIAR	VIDA ÚTIL AÑOS	%	DEPRECIACIÓN ANUAL
1	Oficinas Administrativo	2.640,00	396,00	2.244,00	20	5%	112,20
1	Área Social	8.538,00	1.280,70	7.257,30	20	5%	362,87
1	Cancha de Fútbol	2.750,00	412,50	2.337,50	20	5%	116,88
1	Cancha de Básquet	2.035,00	305,25	1.729,75	20	5%	86,49
1	Zona de recreación	8.500,00	1.275,00	7.225,00	20	5%	361,25
1	Construcción de pasillos	560,00	84,00	476,00	20	5%	23,80
1	Estacionamiento	2.160,00	324,00	1.836,00	20	5%	91,80
1	Seguridad	780,00	117,00	663,00	20	5%	33,15
1	Baterías Sanitarias	1.400,00	210,00	1.190,00	20	5%	59,50
1	Construcción de bodega	13.200,00	1.980,00	11.220,00	20	5%	561,00
1	Cerramiento	30.000,00	4.500,00	25.500,00	20	5%	1.275,00
TOTAL		72.563,00					3.083,93

Tabla No. 40
CUADRO DE DEPRECIACIONES

CUADRO DE DEPRECIACIONES DE INSTALACIONES								
Nº	DESCRIPCIÓN	VALOR INICIAL UNITARIO	VALOR INICIAL TOTAL	VALOR RESIDUAL (15%)	VALOR A DEPRECIAR	VIDA UTIL AÑOS	%	DEPRECIACIÓN ANUAL
1	Telefonía e internet	400,00	400,00	60,00	340,00	20	5%	17,00
1	Sistema de agua	50,00	50,00	7,50	42,50	20	5%	2,12
1	Sistema de luz	80,00	80,00	12,00	68,00	20	5%	3,40
1	Sistema de Climatización	2.000,00	2.000,00	300,00	1.700,00	20	5%	85,00
1	Sistema de seguridad de incendios	200,00	200,00	30,00	170,00	20	5%	8,50
TOTAL			2.730,00					116,01

Tabla No. 41
CUADRO DE DEPRECIACIONES

CUADRO DE DEPRECIACIONES DE MAQUINARIA								
Nº	DESCRIPCIÓN	VALOR INICIAL UNITARIO	VALOR INICIAL TOTAL	VALOR RESIDUAL (15%)	VALOR A DEPRECIAR	VIDA UTIL AÑOS	%	DEPRECIACIÓN ANUAL
1	Carreta de Hot dog	889	889,00	133,35	755,65	10	10%	75,57
1	Carreta de Algodón de azúcar	628	628,00	94,20	533,80	10	10%	53,38
1	Carreta de Granizado	260	260,00	39,00	221,00	10	10%	22,10
1	Carreta de Canguil	339	339,00	50,85	288,15	10	10%	28,82
1	Microondas	250	250,00	37,50	212,50	10	10%	21,25
1	Congeladores	450	450,00	67,50	382,50	10	10%	38,25
TOTAL			2.816,00					239,36

Tabla No. 42
CUADRO DE DEPRECIACIONES

CUADRO DE DEPRECIACIONES MUEBLES Y ENSERES								
N°	DESCRIPCIÓN	VALOR INICIAL UNITARIO	VALOR INICIAL TOTAL	VALOR RESIDUAL (15%)	VALOR A DEPRECIAR	VIDA ÚTIL AÑOS	%	DEPRECIACIÓN ANUAL
3	Escritorios	180,00	540,00	81,00	459,00	10	10%	45,89
2	Sillas	45,00	90,00	13,50	76,50	10	10%	7,64
2	Sillas ejecutivas	110,00	220,00	33,00	187,00	10	10%	18,69
150	Sillas de niños	3,00	450,00	67,50	382,50	10	10%	38,24
300	Sillas para adultos	6,00	1.800,00	270,00	1.530,00	10	10%	152,99
100	Mesas	18,00	1.800,00	270,00	1.530,00	10	10%	152,99
1	Sofá	170,00	170,00	25,50	1.774,50	10	10%	177,44
TOTAL			5.070,00					593,88

Tabla No. 43
CUADRO DE DEPRECIACIONES

CUADRO DE EQUIPOS DE SERVICIO								
N°	DESCRIPCIÓN	VALOR INICIAL UNITARIO	VALOR INICIAL TOTAL	VALOR RESIDUAL (15%)	VALOR A DEPRECIAR	VIDA ÚTIL AÑOS	%	DEPRECIACION ANUAL
1	Cama elástica	400,00	400,00	60,00	340,00	5	20%	67,96
1	Pinball	250,00	250,00	37,50	212,50	5	20%	42,46
2	Futbolín	131,00	262,00	39,30	222,70	5	20%	44,50
4	Casas de juegos (columpios)	120,00	480,00	72,00	408,00	5	20%	81,56
2	Casa de juego para niñas	350,00	700,00	105,00	595,00	5	20%	118,96
1	Juego de Aro de básquet	50,00	50,00	7,50	42,50	5	20%	8,46
2	Pelota de básquet	20,00	40,00	6,00	34,00	5	20%	6,76
2	Pelota de fútbol	39,00	78,00	11,70	66,30	5	20%	13,22
1	Juego de Arcos	146,00	146,00	21,90	124,10	5	20%	24,78
2	Columpio bebé	11,00	22,00	3,30	18,70	5	20%	3,70
1	Subey baja	35,00	35,00	5,25	29,75	5	20%	5,91
2	Inflable	12,00	24,00	3,60	20,40	5	20%	4,04
1	Twister	37,00	37,00	5,55	31,45	5	20%	6,25
1	Pelota de twister	21,00	21,00	3,15	17,85	5	20%	3,53
12	T ball Hopper (saltador)	34,00	408,00	61,20	346,80	5	20%	69,32
12	Kanguroball	18,00	216,00	32,40	183,60	5	20%	36,68
TOTAL			3.169,00					370,66

Tabla No. 44
CUADRO DE DEPRECIACIONES

CUADRO DE DEPRECIACIONES EQUIPO DE COMPUTO									
N°	DESCRIPCIÓN	VALOR INICIAL UNITARIO	VALOR INICIAL TOTAL	VALOR RESIDUAL (15%)	VALOR A DEPRECIAR	VIDA ÚTIL AÑOS	%	DEPRECIACIÓN ANUAL	
2	Machintosh	1.000,00	2.000,00	300,00	1.700,00	3	33%	566,56	
1	Plotter	3.000,00	3.000,00	450,00	2.550,00	3	33%	849,89	
1	Impresora Laser	130,00	130,00	19,50	110,50	3	33%	36,72	
1	Computadora	600,00	600,00	90,00	510,00	3	33%	169,89	
1	Cámara Fotográfica	200,00	200,00	30,00	170,00	3	33%	56,56	
1	Sumadora	35,00	35,00	5,25	29,75	3	33%	9,81	
1	Calculadora	6,00	6,00	0,90	5,10	3	33%	1,59	
1	Grabadora	32,00	32,00	4,80	27,20	3	33%	8,96	
1	Cámara de video	250,00	250,00	37,50	212,50	3	33%	70,72	
TOTAL			6.253,00					1.770,68	
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS		92.601,00						6.174,52	

Tabla No. 45
CUADRO DE DEPRECIACIONES

DESCRIPCIÓN	VALOR ACTIVO	Dep.año1	Dep.año2	Dep.año3	Dep.año4	Dep.año5
Construcciones	72.563,00	3.083,93	3.083,93	3.083,93	3.083,93	3.083,93
Servicios básicos	2.730,00	116,01	116,01	116,01	116,01	116,01
Maquinaria y Equipos	2.816,00	239,36	239,36	239,36	239,36	239,36
Equipo de computación	6.253,00	1.770,68	1.770,68	1.770,68	1.770,68	1.770,68
Equipos de Servicio	3.169,00	370,66	370,66	370,66	370,66	370,66
Muebles y enseres	5.070,00	593,88	593,88	593,88	593,88	593,88
TOTAL		6.174,52	6.174,52	6.174,52	6.174,52	6.174,52

Tabla No. 46
CUADRO DE AMORTIZACIONES

Especificación	Valor	%	1	2	3	4	5
Activos diferidos	1.850,00	20	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00

Tabla No. 47
TABLA DE PRÉSTAMOS
TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

Institu. Financiera	Corporación Financiera Nacional - CFN
Monto en USD	\$ 87,158.08
Tasa de Interés	9.50%
Plazo(años)	10
Moneda	Dólares
Forma de Pago	Semestral
Núm. Periodos	20

Nº	Saldo	Interés	Pago	Cuota
0	\$ 87,158.08	\$ -	\$ -	\$ -
1	\$ 84,451.78	\$ 4,140.01	\$ 2,706.30	\$ 6,846.31
2	\$ 81,616.94	\$ 4,011.46	\$ 2,834.85	\$ 6,846.31
3	\$ 78,647.43	\$ 3,876.80	\$ 2,969.50	\$ 6,846.31
4	\$ 75,536.88	\$ 3,735.75	\$ 3,110.56	\$ 6,846.31
5	\$ 72,278.57	\$ 3,588.00	\$ 3,258.31	\$ 6,846.31
6	\$ 68,865.49	\$ 3,433.23	\$ 3,413.08	\$ 6,846.31
7	\$ 65,290.30	\$ 3,271.11	\$ 3,575.20	\$ 6,846.31
8	\$ 61,545.28	\$ 3,101.29	\$ 3,745.02	\$ 6,846.31
9	\$ 57,622.37	\$ 2,923.40	\$ 3,922.91	\$ 6,846.31
10	\$ 53,513.13	\$ 2,737.06	\$ 4,109.25	\$ 6,846.31
11	\$ 49,208.69	\$ 2,541.87	\$ 4,304.43	\$ 6,846.31
12	\$ 44,699.80	\$ 2,337.41	\$ 4,508.90	\$ 6,846.31
13	\$ 39,976.73	\$ 2,123.24	\$ 4,723.07	\$ 6,846.31
14	\$ 35,029.31	\$ 1,898.89	\$ 4,947.41	\$ 6,846.31
15	\$ 29,846.90	\$ 1,663.89	\$ 5,182.42	\$ 6,846.31
16	\$ 24,418.32	\$ 1,417.73	\$ 5,428.58	\$ 6,846.31
17	\$ 18,731.88	\$ 1,159.87	\$ 5,686.44	\$ 6,846.31
18	\$ 12,775.33	\$ 889.76	\$ 5,956.54	\$ 6,846.31
19	\$ 6,535.86	\$ 606.83	\$ 6,239.48	\$ 6,846.31
20	\$ 0.00	\$ 310.45	\$ 6,535.86	\$ 6,846.31
	SUMAN	\$ 49,768.08	\$ 87,158.08	\$ 136,926.16

Tabla No. 48
Cuadro de presupuesto de ingresos

DESCRIPCIÓN	AÑO 1				AÑO 2				AÑO 3				AÑO 4				AÑO 5								
	P.V.P	Vta. X semana	Vta. X mes	Vta. x año	Total	P.V.P	Vta. X semana	Vta. X mes	Vta. x año	Total	P.V.P	Vta. X semana	Vta. X mes	Vta. x año	Total	P.V.P	Vta. X semana	Vta. X mes	Vta. x año	Total					
Plan I	2,000	1	1	12	24000	2100	1	1	12	25200	2205	1	2	24	52920	2315	1	2	24	55566	2431	1	2	24	58344
Plan II	1,800	1	1	12	21600	1890	1	1	12	22680	1985	1	2	24	47628	2084	1	2	24	50009	2188	1	2	24	52510
Plan III	1500	1	1	12	18000	1575	1	2	24	37800	1654	1	2	24	39690	1736	1	2	24	41675	1823	1	3	36	65637
Plan IV	1300	0	0	0	0	1365	1	1	12	16380	1433	1	1	12	17199	1505	1	2	24	36118	1580	1	2	24	37924
Plan V	1000	1	1	12	12000	1050	1	1	12	12600	1103	1	2	24	26460	1158	1	2	24	27783	1216	1	3	36	43758
TOTAL ANUAL			4	48	75600			6	72	114660			9	108	183897			10	120	211151			12	144	258174

**Tabla No 49
CUADRO DE PRESUPUESTO DE COMPRAS**

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Insumos	38.071,20	51.396,12	66.814,96	76.837,20	84.520,92
Total	38.071,20	51.396,12	66.814,96	76.837,20	84.520,92

**Tabla No 50
CUADRO DE GASTO DE PERSONAL**

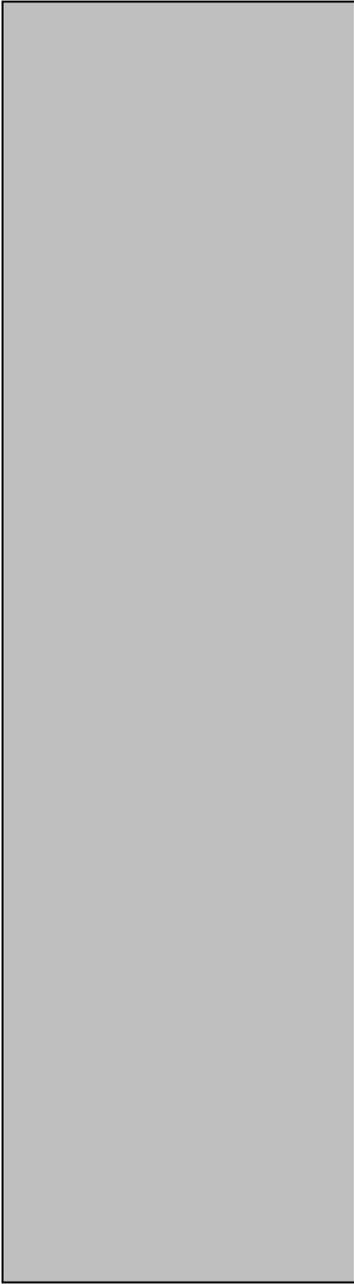
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Personal Indirecto	25.073,17	28.834,14	36.042,68	43.251,21	49.738,90
Personal de Contrato	38.160,00	43.884,00	54.855,00	65.826,00	75.699,90
Total	63.233,17	72.718,14	90.897,68	109.077,21	125.438,80

**Tabla No 51
CUADRO DE GASTO DE OPERACIÓN**

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicios básicos	2.412,00	2.773,80	3.051,18	3.356,30	3.691,93
Seguros	1.555,80	1.789,17	1.968,09	2.164,90	2.381,39
Mantenimiento	3.600,00	3.960,00	4.554,00	5.464,80	6.557,76
Limpieza	292,00	335,80	402,96	483,55	580,26
Total	7.859,80	8.858,77	9.976,23	11.469,55	13.211,34

**Tabla No 52
CUADRO DE GASTO DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS**

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de administ, y ventas	960,00	1.104,00	1.214,40	1.335,84	1.469,42
Publicidad	1.800,00	1.980,00	2.277,00	2.732,40	3.278,88
Total	2.760,00	3.084,00	3.491,40	4.068,24	4.748,30



ANEXOS



Avenida Las Palmeras, Terreno para el proyecto.



Terreno para el proyecto.



Proyecciones. Modelado 3D de la infraestructura de la empresa.



Proyecciones. Modelado 3D de Distribución de áreas de la empresa.



KFC. Nueva instalación del competidor potencial de la empresa.



Celebration Place. Instalaciones del competidor directo de la empresa.