

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

INFORME DE MATERIA DE GRADO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICITARIO

TEMA:

**PROYECTO DE EVALUACIÓN SOBRE DISEÑO
DE PIEZAS DECORATIVAS PARA FIESTA INFANTIL EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL.**

AUTORA:

MARÍA MERCEDES MASTARRENO MENÉNDEZ

DIRECTOR:

ING. EDGAR SALAS LUZURIAGA

**AÑO
2010**

AGRADECIMIENTO

A mi esposo *Omar Medina* por haber sido el que me incentivo a emprender este proyecto.

A mis padres *Juanita Menéndez* y *Miguel Mastarreno* que dentro de todas sus preocupaciones me dieron la posibilidad de brillar.

A mis suegros que son como mis padres *Sara Usey* y *Carlos Usey* por su ayuda constante en esta tesis.

A mi mejor amiga *María de los Angeles Hurtado* por ser mi apoyo incondicional en este proyecto tesis.

A mi hermano *Miguel Felipe Mastarreno* y hermanas *María del Rosario*, *María Matilde* y *María del Carmen* porque no han dejado que el significado de familia se quede en solo siete personas.

Ma. Mercedes Mastarreno

DEDICATORIA

A mi hija *Ma. Belén Medina* que es la única fuerza que me hace seguir adelante.

Ma. Mercedes Mastarreno

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.

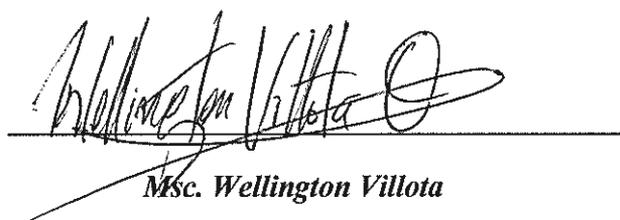
**FIRMA DE LOS MIEMBROS
DEL TRIBUNAL DE GRADO.**

PROFESOR MATERIA DE GRADUACIÓN

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Edgar Salas Luzuriaga', written over a horizontal line.

Ing. Edgar Salas Luzuriaga

DELEGADO DE LA DIRECTORA

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Wellington Villota', written over a horizontal line.

Msc. Wellington Villota

**FIRMA DE AUTOR DE
TESIS DE GRADUACIÓN**

Mercedes Mastarreno

Ma. Mercedes Mastarreno

RESUMEN

Este trabajo detalla los mecanismos para la creación y diseño de piezas decorativas para fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil.

En el capítulo 1, se describen aspectos generales del proyecto como definición ,objetivo, antecedente de la existencia de otras empresas de decoración infantil, la importancia de realizar del estudio del proyecto, el grupo objetivo al cual va dirigido.

En el capítulo 2, se realizaran encuestas donde se determinara el grado de aceptación de la creación y diseño de piezas decorativas para fiestas infantiles, además de conocer los beneficios y costos que el cliente desea obtener y pagar.

En el capítulo 3, se define el nombre de la empresa con su logo y sus respectivas aplicaciones, los equipos necesarios para este proyecto y la ubicación del mismo, se conocerá el personal humano que colaborara en el proyecto, colaboradores vinculados al área administrativa, funciones que deben desempeñar y que requisitos deben reunir. Además también un organigrama conoceremos como esta conformada la empresa.

En el capítulo 4, se desarrolla el balance total de inversión a necesitar, los costos fijos anuales, gastos de equipos, gastos básico, y gastos de publicidad.

Finalmente en el capítulo 5 la autora presenta las conclusiones y recomendaciones pertinentes para que el desarrollo de este proyecto sea viable.

En el medio se desconoce aun el diseño de piezas decorativas para fiestas infantiles con un diseño original y creativo aun en el mercado se tiene la tendencia mayoritaria de las tradicionales sorpresas de que se encuentran en el mercado.

Por eso con este proyecto se trata de difundir de manera profesional y creativa una empresa con un estilo diferente de realizar estas piezas decorativas de manera personalizada, haciendo que el cliente forme partes de las decisiones.

1
692.4
740
2022.10

INDICE GENERAL

	Pág.
CAPÍTULO 1: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	
1. Descripción del proyecto.....	1
1.1 Generalidades.....	2
1.2 Antecedentes.....	3
1.3 Importancia del estudio.....	5
1.4 Objetivos.....	6
1.4.1 Objetivo General.....	6
1.4.2 Objetivo Especifico.....	6
CAPÍTULO 2: ESTUDIO DE MERCADO	
2. Estudio de Mercado.....	8
2.1 Perspectiva de la investigación.....	8
2.2 Planteamiento del problema.....	8
2.3 Objetivos del Estudio.....	9
2.3.1 Objetivos Generales.....	9
2.3.2 Objetivos Específicos.....	9
2.4 Plan de Muestro.....	10
2.5 Diseño de la Encuesta	12
2.6 Presentación de resultados a personas naturales.....	13
2.7 Análisis de la oferta.....	18
2.8 Conclusiones del estudio de mercado.....	20
CAPÍTULO 3: ESTUDIO TECNICO	
3. Estudio Técnico	23
3.1 Descripción del Proyecto.....	23

3.2 Ingeniería del Proyecto.....	24
3.2.1 Identificación.....	24
3.2.2 Manual de Identidad Corporativa.....	24
3.2.2.1 Introducción.....	24
3.2.2.2 Identificadores Básicos.....	24
3.2.2.2.1 Logotipo.....	24
3.2.2.2.2 Versiones.....	26
3.2.2.2.3 Aplicación sobre fondos.....	26
3.2.2.2.4 Grafimetría.....	27
3.2.2.2.5 Reducciones.....	28
3.2.2.2.6 Tipografía Corporativa.....	28
3.2.2.2.7 Iconotipo.....	29
3.2.2.2.8 Colores Corporativos.....	30
3.2.2.2.9 Cromatismo.....	32
3.2.2.2.10 Usos incorrectos.....	32
3.2.2.3 Aplicaciones Gráficas.....	34
3.2.2.3.1 Papelería.....	34
3.2.2.3.2 Credenciales de empleados.....	35
3.2.2.3.3 Anuncio de Revista.....	36
3.2.2.3.4 Página Web.....	38
3.2.2.3.5 Página Web.....	39
3.2.2.3.6 Transporte.....	40
3.2.2.4 Producto / Funciones.....	40
3.2.2.5 Funciones.....	41
3.2.2.5.1 Invitaciones.....	41
3.2.2.5.2 Centro de mesas	42
3.2.2.5.3 Torta.....	43
3.2.2.5.4 Chupeteras.....	43
3.2.2.5.5 Sorpresas... ..	44
3.2.2.5.6 Apliques de pared.....	46
3.2.2.6 Balance de maquinaria, equipos y muebles de oficina.....	47
3.2.2.7 Balance personal.....	47
3.2.2.7.1 Administrador.....	48
3.2.2.7.1.1 Funciones... ..	48

3.2.2.7.1.2 Perfil General del puesto.....	48
3.2.2.7.2 Asistente.....	49
3.2.2.7.2.1 Funciones... ..	49
3.2.2.7.2.2 Perfil General del puesto.....	50
3.2.2.7.3 Ayudante de producción.....	50
3.2.2.7.3.1 Funciones... ..	50
3.2.2.7.3.2 Perfil General del puesto.....	50
3.2.2.7.4 Ejecutivo de ventas.....	51
3.2.2.7.4.1 Funciones... ..	51
3.2.2.7.4.2 Perfil General del puesto.....	51
3.2.2.7.5 Diseñador Grafico.....	52
3.2.2.7.5.1 Funciones... ..	52
3.2.2.7.5.2 Perfil General del puesto.....	52
3.2.2.7.6 Conserje.....	53
3.2.2.7.6.1 Funciones... ..	53
3.2.2.7.6.2 Perfil General del puesto.....	53
3.2.2.8 Organigrama.....	54
3.2.2.9 Localización del proyecto	55

CAPÍTULO 5: ESTUDIO FINANCIERO

4. Estudio Financiero.....	57
4.1 Equipos de oficina.....	57
4.2 Gastos de constitución.....	57
4.3 Gastos de alquiler.....	58
4.4 Gastos de servicios básicos.....	58
4.5 Gastos de publicidad.....	58
4.6 Sueldos y salarios... ..	59
4.7 Gastos.....	59

CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5. Conclusiones y recomendaciones.....	61
5.1 Conclusiones.....	61
5.2 Recomendaciones.....	62

ANEXOS.....	63
--------------------	-----------

BIBLIOGRAFIA.....	75
--------------------------	-----------

INDICE DE TABLAS

CAPÍTULO 3

Tabla # 3.1 Inversiones.....	47
Tabla # 3.2 Balance de personal.....	47

CAPÍTULO 4

Tabla # 4.1 Equipos de oficina.....	57
Tabla # 4.2 Gastos de constitución.....	57
Tabla # 4.3 Gastos de alquiler.....	58
Tabla # 4.4 Gastos de servicios basicos.....	58
Tabla # 4.5 Gastos de publicidad.....	59
Tabla # 4.6 Sueldos y salarios.....	59
Tabla # 4.7 Gastos	59

CONTENIDO DE FIGURAS

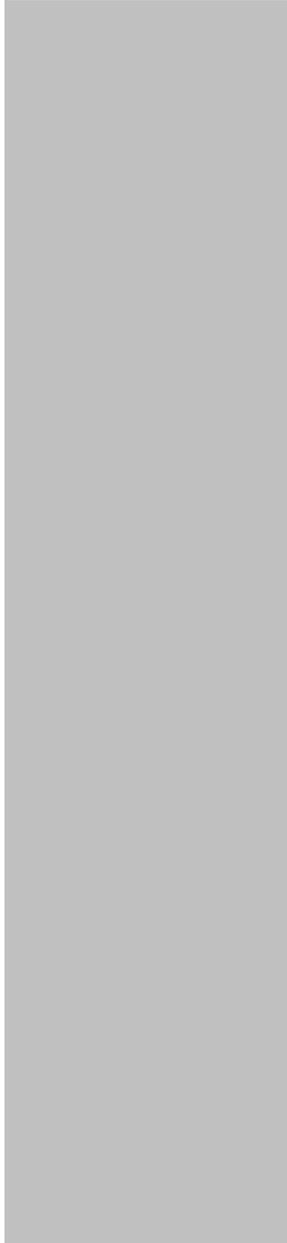
CAPÍTULO 2

Figura # 2.1 Genero.....	13
Figura # 2.2 Edad.....	14
Figura # 2.3 Actividad.....	14
Figura # 2.4 Hijos... ..	15
Figura # 2.5 Frecuencia.....	16
Figura # 2.6 Servicios.....	16
Figura # 2.7 Servicios Personalizado.....	17
Figura # 2.8 Pieza decorativa.....	17
Figura # 2.9 Valor que se dispone a pagar.....	18

CAPÍTULO 3

Figura # 3.1 Versiones.....	26
Figura # 3.2 Aplicación sobre fondos.....	26
Figura # 3.3 Grafimetria.....	27
Figura # 3.4 Reducciones.....	28
Figura # 3.5 Tipografía Corporativa.....	29
Figura # 3.6 Iconotipo.....	30
Figura # 3.7 Colores Corporativos.....	32
Figura # 3.8 Cromatismo.....	32
Figura # 3.9 Usos incorrectos.....	33
Figura # 3.10 Papeleria.....	34
Figura # 3.11 Credenciales de empleados.....	35
Figura # 3.12 Anuncios de revista.....	36
Figura # 3.13 Pagina web.....	38
Figura # 3.14 Pagina web.....	39
Figura # 3.15 Transporte.....	40
Figura # 3.16 Invitacion.....	42
Figura # 3.17 Centro de mesas.....	42

Figura # 3.18 Torta.....	43
Figura # 3.19 Chupeteras.....	44
Figura # 3.20 Sorpresas.....	45
Figura # 3.21 Apliques de pared, murales y demás piezas.....	46
Figura # 3.22 Organigrama.....	54
Figura # 3.23 Localizacion.....	55



CAPITULO I

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1.1 GENERALIDADES

El diseño de piezas decorativas para fiestas infantiles requiere mucho tiempo de planificación, las molestias de organizarlo todo, buscar un espacio apto para la fiesta dónde los niños puedan jugar y divertirse,... Para facilitar el trabajo a los padres actualmente han aflorado empresas que organizan este tipo de fiestas en un recinto propio dónde ellos se encargan de todo.

Queremos aclarar que las fiestas en este tipo de recintos no son económicas. Pero quizás haciendo un balance sí compensen: por la comodidad que nos dan, la tranquilidad de tener a los niños jugando en parques de juegos seguros donde se les puede vigilar.

La organización y la planificación son importantes para que las fiestas infantiles sean un éxito, se tienen que tomar en cuentas varios detalles principalmente la temática de la fiesta es decir en que personaje o tema nos vamos a basar para hacer la decoración. Debemos saber con exactitud y, si es posible, con antelación, cuántas personas acudirán a la fiesta. Esto nos ayudará a poder calcular el espacio que necesitaremos y dónde podremos desarrollar la fiesta.

Las invitaciones serán un reflejo de la decoración por eso es muy importante que ellas tengan un diseño muy creativo y original.

El diseño además de ir aplicado en las invitaciones se plasmara en todos los detalles de la decoración. La mesa principal es el centro de atención mas grande en el cual podemos hacer relevante la temática de la fiesta ya que en ella se incluye varios elementos como son la torta , centro de mesas, cupcakes, chupeteras, sorpresas, globos, elementos decorativos creados en diversos materiales como fomix, plumafon, cartón, tela, papel, etc.

Las mesas de los invitados tiene relación directa con la mesa principal por razones de estética no llevara tantos elementos pues solo lleva un centro de mesa decorado con bocaditos y globos y la mantelería de diversos colores aplica a la mesa y a la silla de

manera armónica con la temática de la fiesta.

Como parte de la decoración la caja de regalos también juega un papel importante porque es la primera impresión que se llevan los invitados.

Los murales son un detalle esencial pues hay se puede plasmar y dar sentido al tema del cual se ha hecho la decoración pues sobre ella podemos aplicar varias técnicas de pintura y manualidades que nos ayudan a crear el ambiente que se necesita y que quiere el cliente, además este el fondo sobre el cual va ir soportado toda nuestra decoración.

Y por ultimo tenemos las sorpresas que al ser un recuerdo que se van a llevar los invitados toma un papel muy importante porque es el detalle que va hacer que te posesiones en el medio y por ende va a tener reconocimiento del consumidor. Esta tiene que ser creativa, practica por ir dirigida especialmente a los niños.

Es por eso que ofrecemos un lugar el diseño y elaboración de piezas decorativas para niños y bebés, confeccionadas artesanalmente, como objetos únicos hechos a mano; con toda la delicadeza y alegría que los niños merecen para su espacio. Combinación de texturas, materiales y colores, fomis, telas, cintas, apliques, y más...

1.2 ANTECEDENTES

Según los registros del 2009 en el Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Guayaquil hay 19 locales de fiestas infantiles registrados con todos los permisos, ya con los datos de esta investigación nosotros los hemos dividido en 3 grupos, los cuales son:

- Organizadores de fiestas con local incluido
- Decoradores y diseñadores de fiestas
- Locales de fiestas infantiles

Los organizadores de fiestas con local incluido son los mas completos en cuanto al servicio porque que ofrecen varios elementos ademas de la decoracion para la

organización de los eventos infantiles entre los más importantes se encuentran: escenografías con globos, animaciones, tortas y bocaditos, mesas, sillas, inflables, etc.

Los más importantes en el medio son:

- Party Packs
- Piruetas
- Play Jump
- Le Mirage
- Chikuelos
- Funparty
- Chiquimar
- Arco Iris

Estos tienen un promedio de tres fiestas infantiles cada fin de semana y de Lunes a Viernes cinco fiestas promedio, por lo general estos locales se encuentran en la zona norte (Urdesa, Ceibos, Alborada, Garzota) y vía a Samborombón.

Entre las que se dedican solamente a ofrecer servicio de producción tenemos:

- Chio Arosemena de Manrique
- Milenita's Parties
- Fiesta
- Karina Velez

Ellos solo se dedican a decorar fiestas infantiles, baby shower, bautizos, cumpleaños en cualquier ambiente, local, casa, oficina, elaboran centros de mesa de motivos decorativos sorpresas, invitaciones, piñatas, apliques de pared, etc.

Esto por lo general son decoradoras que organizan todo desde su casa, mujeres que tienen algún tipo de interés por las manualidades.

Entre los locales de fiestas infantiles más conocidos tenemos:

- FunnyPlace
- Pokes
- El Bosque Magico
- River Park
- Play Zone
- Aventura Park

Ellos te ofrecen el local con sillas, mantelería, mesas, carretas de comidas, globo y juegos mecánicos y animadora, etc.

Estos se encuentran la mayoría en la Garzota y en la vía Samborondon.

1.3 IMPORTANCIA DEL ESTUDIO

Las empresas de realización de eventos infantiles en esta época tienen mucha acogida debido a la facilidad y comodidad que ofrecen, ya que cubren casi todos los detalles de un evento, pero de una manera muy básica. Muchos de estos como Funny Place, Arco Iris, etc., no trabajan de forma creativa y original, sino de forma repetitiva, ofreciendo casi siempre el mismo servicio.

Al plantear este proyecto queremos brindar un producto diferente, de manera que podamos individualizar el servicio para cada ocasión, cubriendo cada detalle de los diferentes piezas decorativas para fiestas infantiles, detalles únicos que comprende: Invitación, centro de mesas, diseño de la torta de fonda, chupeteras, sorpresas, globos, apliques de pared y demás elementos decorativos creados en diversos materiales como fomis, plumafon, cartón, tela, papel, etc.

Cada diseño y elaboración de las piezas decorativas para fiestas infantiles hará que la fiesta sea diferente y muy divertida, demostrando así que no todo lo bonito sea lo más caro, porque al final estos detalles son los que harán que la fiesta sea especial.

1.4 OBJETIVOS

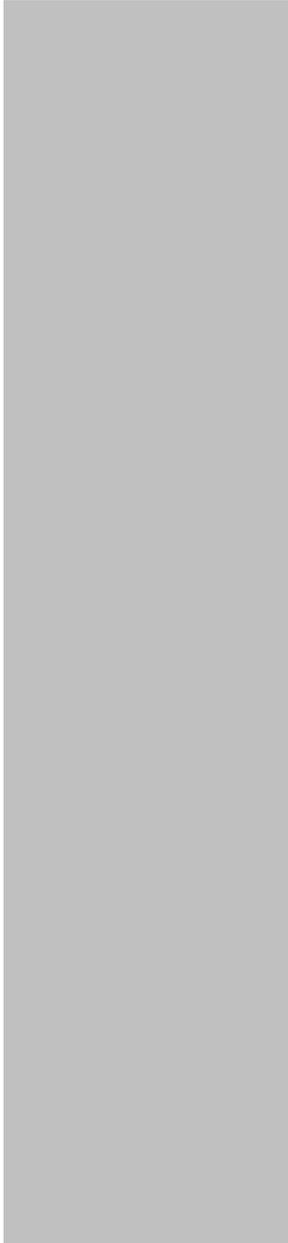
Mediante la realización del proyecto de evaluación sobre diseño y elaboración de piezas decorativas para fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil se pretende como:

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Lograr como objetivo general mejorar en individualizar la decoración de fiestas infantiles, mediante la creación de las piezas decorativas.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Donde, para cumplir con este objetivo, se debe a la vez alcanzar los siguientes **objetivos específicos:**
- Determinar el conocimiento y las características deseadas por parte del consumidor meta, mediante la realización del estudio de mercado.
- Establecer una estrategia adecuada de promoción y publicidad través de un Plan de Marketing.
- Determinar el monto de la inversión necesaria, así como los costos de producción, distribución y comercialización del producto.
- Analizar la factibilidad financiera de llevar acabo el proyecto.



CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1. PERSPECTIVA DE LA INVESTIGACIÓN

El proyecto de investigación se lleva a cabo, para conocer la actitud y la percepción de los potenciales clientes, sus intereses y la acogida que tendría la nueva propuesta sobre diseño de piezas decorativas para fiestas infantiles, que se va a enfocar muchos mas en los detalles que nos eran los mismos trillados sino que serán originales y unicos para que cada fiesta sea original.

La valiosa información proporcionada por los clientes, nos permitirá analizar, procesar y determinar resultados con respecto a la aceptación de la creación de este proyecto, conocer las necesidades en este campo y así sacar conclusiones que lleven a mejorar la creación enfocada en el diseño de piezas decorativas.

La presente investigación esta dirigida a la población de estrato social medio alto y alto que tengan hijos(a) en edades comprendidas entre 1 a 12 años y que cuenten con un flujo de ingreso significativo.

2.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad existen varios lugares en el medio de decoración de fiestas infantiles como Playjump, Piruetas, Arco Iris, y muy pocas empresas que ofrezcan la adecuación y diseño de otros espacios infantiles como Pokes, Funny Place, El bosque mágico, etc. . Estos lugares por lo general no ofrecen un servicio integral que desarrollen un concepto, que además de diversión, distracción y armonía, permitan obtener alguna enseñanza.

Además utilizan los materiales existentes en el mercado o piezas preelaboradas en tiendas infantiles como La Raspa, El conquistador, Fiestas, etc., para realizar los diferentes elementos que van a necesitar. Hoy en día podemos encontrar a la venta o alquiler todo tipo de artículos para realizar los diferentes eventos infantiles como son sorpresas, piñatas, globos, todo tipo de artículo decorativos, saltarines, personajes de cuentos de hadas y personajes del espacio, en fin un sin número de artículos.

Es por eso que se propone el servicio integral de decoración y diseño para eventos y espacios infantiles, en el cual siempre se va a partir de un concepto para desarrollar una idea de manera creativa y poder así plasmarla en los diferentes ambientes en los cuales se va a trabajar con mucha creatividad e imaginación

Los lugares que se implementara la decoración serán locales de fiestas, parques, escuelas, jardín de infantes, casas, guarderías.

En la actualidad todos los niños mas de una vez le celebran sus cumpleaños desde 1 ano hasta los 12 anos, por lo general lo hacen en parques infantiles como Pekes, Playjump el Bosque Mágico entre otros que les ofrecen aparte del local la decoración que por lo general es básica y repetitiva de acuerdo a la temática que se realizara la fiesta.

2.3 OBJETIVOS DEL ESTUDIO

2.3.1 OBJETIVOS GENERALES

- Identificar las actuales oportunidades de mercado para la oferta del servicio.
- Definir el segmento de mercado para el producto.
- Mostrar los resultados sobre el análisis de datos obtenidos de las necesidades que faltan por cubrir en la producción de eventos infantiles.

2.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Determinar el perfil, gusto y preferencias del consumidor potencial del servicio.
- Determinar la frecuencia de la solicitud del servicio de diseño y elaboración de piezas decorativas para fiestas infantiles.
- Conocer la percepción del cliente respecto a las fallencias de las empresas que organizan fiestas infantiles para de esta manera ofrecer un servicio mejorado , original , unico y personalizado.

2.4 PLAN DE MUESTREO

Para determinar el tamaño de la muestra, se seleccionaría como población universo la representada por las familias que habitan en la ciudad de Guayaquil los cuales se dividen en diferentes estratos:

ZONA NORTE

ZONA SUR

VIA A SAMBORONDON

VIA A LA COSTA

Con esta población a través del probabilístico uniforme tomando en cuenta asignaciones de error, niveles de confianza y la tabla de la normal haciendo cálculos correspondientes para obtener la estimación del tamaño de la muestra siendo así estos datos base, los cuales nos ayudarán a extraer los estratos representativos de la población de familias con hijos en edades comprendidas entre 1 a 12 años, consiguiendo así el probabilístico estratificado por afijación proporcional.

Con el fin de establecer el número de encuestas a realizar, se ha decidido trabajar con un nivel de confianza del 95% y un grado de error del 5%.

Se utilizará la siguiente fórmula para calcular el tamaño de la muestra, para el caso de una población finita:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{D^2}$$

Donde:

n: Tamaño de la muestra.

Z: Porcentaje de datos que se alcanza dado un porcentaje de confianza del 95%.

p: Probabilidad de éxito. En este caso “p” representa la probabilidad de las familias con hijos entre 1 a 10 años.

q: Probabilidad de fracaso.

D: Máximo error permisible.

De acuerdo a la tabla normal, el valor “**Z**” asociado a un nivel de confianza del 95%, es de 1.96. Al no contar con información previa, es prudente suponer que la probabilidad de las familias con hijos entre 1 a 10 años utilicen el servicio sea del 50%, y por tanto la probabilidad de fracaso “**q**” se ubique en el 50%. Mientras que el margen de error máximo permisible es del 5%. Resumiendo:

$$\mathbf{Z = 1.96}$$

$$\mathbf{D = 0.05}$$

$$\mathbf{p = 0.50}$$

$$\mathbf{q = 0.50}$$

Sustituyendo los datos en la ecuación “**A**”, se obtiene:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.50) (0.50)}{(0.05)^2}$$

$$\Rightarrow n = 384,16$$

$$\Rightarrow n \cong 400$$

Se concluye por tanto, que se deben de realizar 400 encuestas en la ciudad de Guayaquil, garantizando que los resultados obtenidos sean representativos de la población.

2.5 DISEÑO DE LA ENCUESTA

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL (EDCOM)**

Encuesta “Evaluación sobre diseño y elaboración de piezas decorativas para fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil.”

Indicaciones: Saludos cordiales. La presente encuesta busca determinar las preferencias y necesidades de las personas en lo que a publicidad se refiere, para esto su opinión es fundamental. Sírvase contestar a cada una de las preguntas marcando una “X” en la respuesta que seleccione.

Pregunta 1.- Genero

Femenino Masculino

Pregunta 2.- Edad

18-24 años 25-31 años 32-38 años 39 o más

Pregunta 3.- ¿Cual es su actividad?

Empleado Negocio propio Ama de casa

Pregunta 4.- ¿Edad de sus hijos?

0-2 años 3- 5años 6-8 años 9 o más

Pregunta 5.- ¿Con que frecuencia usted ha contratado una empresa de decoración de fiestas infantiles?

1-3 veces 4- 6 veces Muchas Nunca

Pregunta 6.- ¿Qué servicio usted solicita?

Nota: Si su respuesta es Alquiler de local, decoración, todo incluido, continúe la encuesta, caso contrario termine aquí

Alquiler de local Decoración Todo incluido Ninguno

Pregunta 7.- ¿Le gustaría contar con un servicio creativo y personalizado para la realización de piezas decorativas para fiestas infantiles?

Si No

Pregunta 8.- ¿Preferiría usted que la sorpresa o pieza decorativa infantil quede como un recuerdo para los niños?

Si No

Pregunta 9.- ¿Cuánto esta dispuesto a pagar por el servicio de decoración de fiestas infantiles?

Menos de \$100 Entre \$110 y \$500
Entre \$510 y \$1.000 Más de \$1.000

2.6 Presentación de resultados a personas naturales

Las encuestas se llevaron a cabo en lugares donde se sabe que, personas de estrato social medio alto y alto concurren con frecuencia. Estos lugares fueron los centros comerciales San Marino y Mall del Sol, en los días de fin de semana donde mayor concurrencia, jardín de infantes Garrabatos y Rinconcito a la hora de salida de los niños. Las encuestas realizadas dichos establecimientos comerciales e institucionales, fueron dirigidas a personas mayores de edad.

Pregunta 1.- Genero

El 89 % de los encuestados fueron mujeres, mientras que el 11 % fueron hombres.

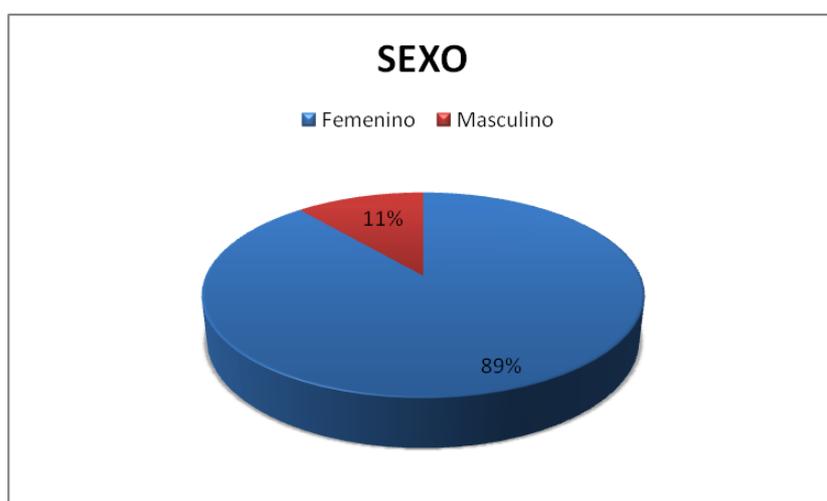


Figura 2-1 Género

Pregunta 2.- Edad

Conocer el rango de edad de los posibles y futuros clientes, ayudará en el momento de planificar las campañas de publicidad y promoción de nuestro servicio.

El 6 % agrupa a personas entre 18 y 24 años, el 47 % agrupa adultos entre 25 y 31 años; el 35 % abarcaron mayores entre 32 y 38 años, y el 12 % los comprendieron mayores de 39 años.

Consideramos que, mientras mayor edad tenga el individuo; mayor sería su condición de adquirir nuestro servicio, esto por el factor “experiencia profesional” que todos adquirimos con el tiempo. En este caso estimamos que el 80 % de los ciudadanos que

laboran actualmente podrían prestar nuestro servicio de creación y decoración de fiestas infantiles.

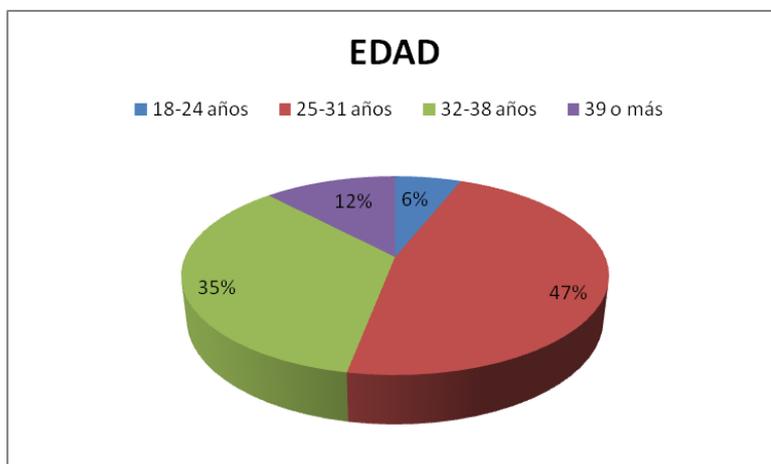


Figura 2-2 Edad

Pregunta 3.- ¿Cual es su actividad?

En la ciudad de Guayaquil el 65 % de los encuestados, son empleados públicos o privados; mientras que el 18% poseen un negocio propio y otros el 17 % son amas de casas, este resultado es una ventaja pues las personas empleadas publicas o privadas no tienen mucho tiempo de organizar una fiesta infantil y estos serian nuestros potenciales clientes.



Figura 2-3 Actividad

Pregunta 4.- ¿Cuántos hijos tiene usted?

La encuesta afirma que el 58 % de los ciudadanos de la ciudad de Guayaquil tienen hijos entre 0 a 2 años, quedando en un segundo plano con un 30% las personas con hijos de 3 a 5 años, 6% las parejas con hijos de 6 a 8 años y por ultimo con un 6% las personas con hijos de 9 o mas años respectivamente.

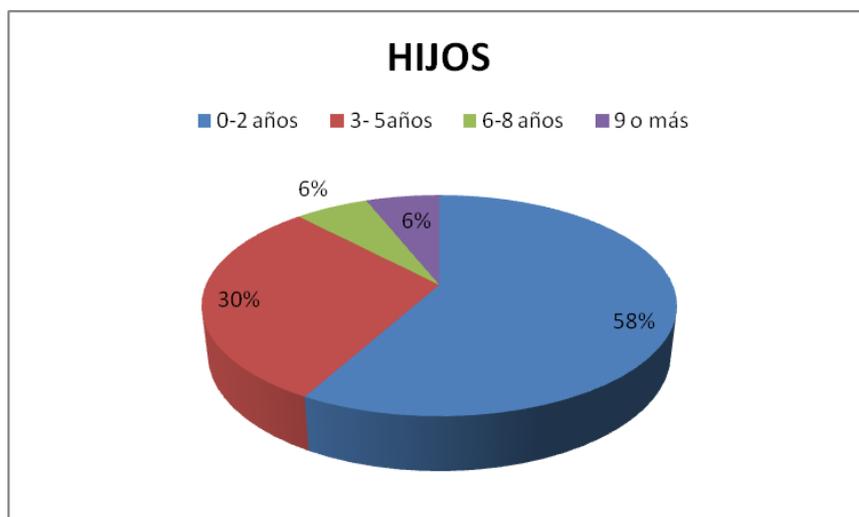


Figura 2-4 Hijos

Pregunta 5.- ¿Con que frecuencia usted ha contratado una empresa de decoración de fiestas infantiles?

La encuesta nos demuestra que un 30% de 1 a 3 veces a utilizado el servicio de creación de piezas y decoración de fiestas infantiles, el 9% de 4 a 6 veces un 3% lo ha usado muchas veces y el 58% no lo ha usado nunca. Este resultado nos da como consecuencia que tenemos un mercado al cual hay que llegar y darles a conocer el servicio que se ofrece pues a veces por desconocimiento no lo usan y la mayoría de estas personas van a un local de ventas de artículos de decoración de fiestas infantiles como Guimsa, El conquistador, etc.

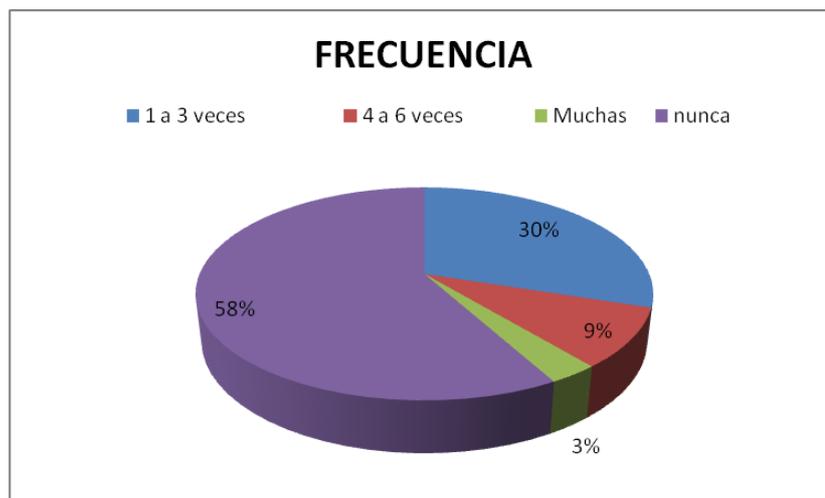


Figura 2-5 Frecuencia

Pregunta 6.- ¿Qué servicio usted solicita?

El 22 % de los encuestados alquilan un local, es decir, bajo normas y condiciones establecidas por una empresa; mientras que el 14% solicita el servicio de decoración, seguido del 20 % de encuestados que solicitan todo el servicio incluido, y el 44 % no solicita ningún servicio.

Esto en conjunto con la anterior pregunta nos da como resultado que hay un gran mercado al quien llegar.



Figura 2-6 Servicios

Pregunta 7.- ¿Le gustaría contar con un servicio creativo y personalizado para la realización de piezas decorativas para fiestas infantiles?

El 60 % de las personas encuestadas que administran una empresa, están totalmente de acuerdo con contar con un servicio creativo y personalizado para la realización de piezas decorativas para fiestas infantiles y el 40% dice que no porque no sabe lo que es personalizado. De esta manera sabemos que tenemos todo un mercado capaz de aceptar y solicitar un servicio diferente y profesional.



Figura 2-7 Servicio Personalizado

Pregunta 8.- ¿Preferiría usted que la sorpresa o pieza decorativa infantil quede como un recuerdo para los niños?

Del 100 % de las personas encuestadas, le interesaría que la sorpresa o pieza infantil quede como un recuerdo para los niños.



Figura 2-8 Pieza decorativa

Pregunta 9.- ¿Cuánto esta dispuesto a pagar por el servicio de decoración de fiestas infantiles?

Nota: Los precios establecidos en las siguientes preguntas, fueron realizados bajo un estudio de precios estándar actuales para la realización de decoración de fiestas infantiles, mostrando diferentes precios según los costos de producción. De esta forma podremos ver que tan consiente está el individuo que desea invertir en su producto o servicio en el tema de la decoración de fiestas infantiles y los costos que este implica.

El 23 % de las personas que, escogieron pagar menos de \$100 para la realización de fiestas infantiles, el 49 % escogió costos entre \$110 y \$500, y un 25% entre \$510 y \$1000 y el restante de un 5% solicitó el pago de más de \$1000.

Esto implica que tenemos un buen mercado en diferentes niveles de clase social a ser llamado a adquirir nuestro servicio.



Figura 2-9 Valor que se dispone a pagar

2.7 Análisis de la oferta

El auge de las empresas que se encargan de la decoración y todos los detalles que implica la organización de eventos de toda índole, así como tiendas especializadas en fiestas y alquiler de espacios para la realización de los eventos, comenzó en nuestro país hace aproximadamente 10 años, y la aceptación por parte de la población ha ido aumentando debido a todas las comodidades que estas ofrecen, porque al contratar a una

de estas empresas toda la responsabilidad de organización recae en ellas, y así muchos clientes se evitan estos momentos de mucho estrés.

En nuestro medio podemos encontrar desde tiendas que nos ofrecen productos elaborados para la decoración de los eventos especialmente infantiles, como empresas que además de la decoración nos dan un servicio más completo que implica alquiler del local, menú, mobiliario, mantelería, show, etc.

Cada una de estas empresas, en la mayoría de los casos, para realizar la decoración de los eventos toma como referencia o temática personajes conocidos en el medio, debido a la gran oferta que encontramos en el mercado, lo cual lo hace repetitivo, no permite ofrecer mayor variedad y por lo tanto la creatividad se ve limitada y se refleja en el resultado final.

Entre las empresas de alquiler de espacios para la realización de eventos tenemos: Playjump, Piruetas, Arco Iris, también encontramos empresas que ofrecen la adecuación y diseño de otros espacios infantiles como Pokes, Funny Place, El bosque mágico, etc. Estos lugares por lo general no ofrecen un servicio integral que desarrollen un concepto, que además de diversión, distracción y armonía, permitan obtener alguna enseñanza.

Además utilizan los materiales existentes en el mercado o piezas preelaboradas en tiendas infantiles como La Raspa, El conquistador, Fiestas, etc., para realizar los diferentes elementos que van a necesitar. Hoy en día podemos encontrar a la venta o alquiler todo tipo de artículos para realizar los diferentes eventos infantiles como son sorpresas, piñatas, globos, todo tipo de artículo decorativos, saltarines, personajes de cuentos de hadas y personajes del espacio, en fin un sin número de artículos.

En esta propuesta tomamos como base la idea de crear las piezas decorativas de la misma forma que lo hacen las empresas que encontramos en el medio, pero dándole un toque personal, utilizando la creatividad de mano del diseño para así obtener como resultado varios elementos creados para cada ocasión de manera única e irrepetible.

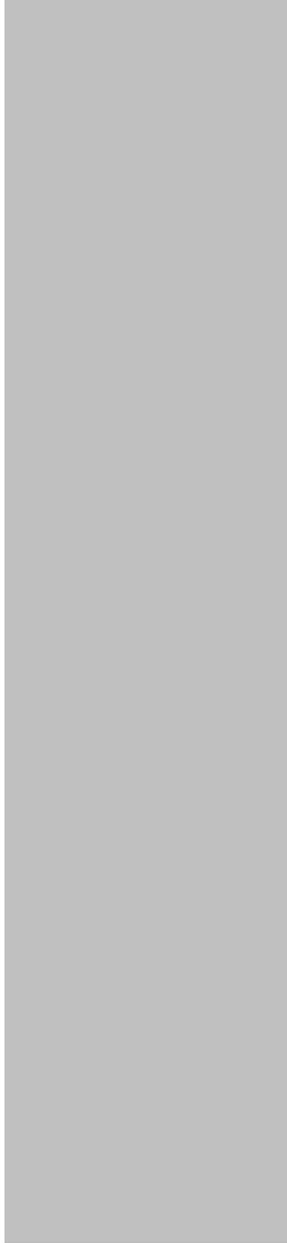
2.8 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

De la presente investigación de mercado realizada, se pueden obtener las siguientes conclusiones:

- El 60 % de las personas encuestadas que administran una empresa, están totalmente de acuerdo con contar con un servicio creativo y personalizado para la realización de piezas decorativas para fiestas infantiles, mientras que un 40% no lo está debido a que no sabe que es personalizado. De esta manera sabemos que tenemos todo un mercado capaz de aceptar y solicitar un servicio diferente y profesional.
- Del 70 % de las personas encuestadas, le interesaría que la sorpresa o pieza infantil quede como un recuerdo para los niños, mientras que el 30% no quiere pues no conocen alternativas de dichas piezas decorativas.
- En la ciudad de Guayaquil el 58% de los ciudadanos tienen hijos entre 0 a 2 años mientras que el 30% tienen de 3 a 5 años un 6% con hijos de 6 a 8 años y el otro 6% con hijos de 9 o más años. Por ende tenemos gran mercado al cual llegar y poder demostrar nuestro trabajo.
- La frecuencia con que los ciudadanos Guayaquileños han contratado el servicio de una empresa de decoración infantil es que un 30% ha solicitado el servicio de 1 a 3 veces un 9% de 4 a 6 veces y solo un 3% lo ha solicitado 3 veces y un 58% que es un gran porcentaje no lo usa, pues dicen que consiguen las mismas cosas que le dan estas empresas en los almacenes que venden este tipo de productos como Guimsa, El conquistador, Fiesta los cuales los encuentran más baratos, no usan el servicio pues consideran que es caro, repetitivo, y no ofrecen casi nada nuevo, por ende tenemos un gran mercado al cual conquistar y demostrar nuestro servicio.
- Un 22% de los encuestados alquilan un local basados en normas y políticas de dicha empresa pues se les hace más fácil y cómodo, otro 14% solicita el

servicio de decoración ya sea en el local que han alquilado, casa , escuela. Y in 20% solicitan todo el servicio y el 44% no solicita el servicio. Por ende tenemos un gran grupo de personas al cual brindarle un buen servicio de diseño de piezas decorativas diferentes a los demás.

- Tenemos a nuestro favor que la mayoría de nuestros encuestados que es el 49% tienen como presupuesto gastar entre \$110 y \$500 dólares y un 25% entre 510 y \$1000 dólares, esto es beneficioso para nuestra empresa pues tenemos clientes interesados en invertir en este tipo de servicio pues el promedio de costo estaría en este nivel, y un 5 solicito el pago de mas de \$1000% dólares. Pero hay un 23% de personas que pagarían menos de \$100 dólares.



CAPITULO III
ESTUDIO TECNICO

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Este proyecto tiene la finalidad de organizar una empresa que se dedique a la creación de piezas decorativas para fiestas infantiles.

Los diferentes departamentos que están ligados a sus tres principales áreas que son diseño, producción y administración se encargan de administrar todos los procesos de producción de un diseño.

El organigrama funcional está encabezado por un director general, responsable último de la empresa ante la administración y ante los clientes, y está estructurado en los siguientes departamentos:

Departamento de servicio al cliente, el cual se encarga de atender y resolver todas las dudas que tenga las personas que llamen o se acerquen a solicitar nuestro servicio.

Departamento de producción, es donde se conciben lo que el cliente solicita, se selecciona material, diseño, forma, colores y todo lo necesario para dar vida a cada artículo que el cliente ha solicitado.

Departamento de montaje, luego de tener todo listo en el departamento de producción el departamento de montaje es el que resuelve artística y técnicamente la realización de cada pieza

Decorativa y de llevar las cosas al lugar del evento y decorar el lugar acorde a las necesidades del cliente.

Departamento financiero, también llamado de administración, que se ocupa de la gestión financiera de los clientes, de los pagos a colaboradores y proveedores contratados para cada decoración, la contabilidad y el control presupuestario.

Parte de los trabajos se realizan internamente pero también es preciso contratar servicios con empresas o profesionales externos, por ello cada departamento (servicio al cliente, diseño y producción principalmente) debe conocer bien este mercado para saber

seleccionar y contratar a los colaboradores y proveedores oportunos. Como podemos ver, el trabajo en equipo es una prioridad es por eso que hay que entenderse implicarse en el proyecto es casi una necesidad.

3.2 INGENIERIA DEL PROYECTO

3.2.1 IDENTIFICACION

SURPRISE, será el nombre que se le dará a la empresa de diseño de piezas decorativas para fiestas infantiles en la ciudad de Guayaquil, de esta manera se presentan las piezas graficas que identificaran a esta empresa, se pone a su disposición un breve Manual Corporativo, sobre el uso de adecuado que se debe dar al logotipo de la entidad.

Recuerde que la imagen es la carta de presentación de toda empresa y su logotipo es el activo de diseño básico de dicha empresa, mantiene igual importancia que su mismo nombre.

3.2.2 MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

3.2.2.1 INTRODUCCIÓN

El manual de Identidad Corporativa presenta los usos correctos del logotipo.

Incluye dos capítulos: El primero incluye los identificadores básicos, el segundo la papelería. Siguiendo estos parámetros no se distorsionará la imagen.

Todas las reproducciones que se hagan de los siguientes elementos del manual deberán ser siempre copia fiel del original y de sus posibles versiones, y habrán de ir siempre con la mejor calidad de impresión.

3.2.2.2 IDENTIFICADORES BASICOS

3.2.2.2.1 LOGOTIPO

Nuestra marca busca ser la imagen de una Empresa innovadora, una alternativa que facilitará los procesos de trabajo dentro de una misma congregación teniendo la posibilidad

de que el departamento creativo y producción se complementen eficientemente, creando en el cliente una idea universal de toda la capacidad innovadora en la que nosotros como empresa de decoración somos capaces de manejar. Por lo tanto, la creación de la imagen (icono) es un proceso de suma importancia, ya que esta ocupa un papel clave en el proceso de aceptación de nuestros futuros clientes.

Una imagen correctamente diseñada refiriéndonos a los términos de diseño, tipografía y color, tiene influencia inmediata sobre el espectador; ya que puede generar una simpatía inmediata hacia ella, o en caso contrario puede generar desconfianza e inseguridad provocando el rechazo inmediato.

Es por eso que el ícono de la marca **SURPRISE** ha sido necesariamente desarrollado mediante un estudio previo entre análisis tipográficos e iconográficos, que han llevado al resultado final que estimamos pertinente. Una imagen moderna y dinámica que incentiva la capacidad de formar parte de los diferentes eventos infantiles, que al mismo tiempo refleja estatus e innovación.

El nombre **SURPRISE** que en español significa sorpresa, fue elegido mediante un análisis que buscaba unificar en una palabra la idea que nuestra empresa quiere proyectar debido a que ofrecemos un servicio innovador y creativo el cual sorprendera en los eventos por la calidad y diseño de las piezas decorativas, y al mismo tiempo cubre las necesidades del medio y llena las expectativas que se reflejan en un resultado efectivo.



3.2.2.2.2 VERSIONES

No existen más versiones para el logotipo, la muestra es su única opción.



Figura 3-1 Versiones

3.2.2.2.3 APLICACIÓN SOBRE FONDOS

Se aceptan las siguientes variaciones en el caso de que no se pueda aplicar el logotipo original.

Sobre fondos oscuros utilizaremos el color blanco en el borde de las letras y el icono.

Sobre fondos de tonos pasteles se utilizara el logotipo en su estado original.

Sobre otros colores que impidan leer con claridad por ejemplo azul o rojo, utilizaremos también un borde blanco alrededor del logo.

En la letra SURPRISE y en el icono de regalo no esta permitido cambiar los colores indicados, excepto cuando se aplica en escalas de grises.



Figura 3-2 Aplicación sobre fondos

Fondo Negro



Fondo Pastel



Fondo Azul

3.2.2.2.4 GRAFIMETRÍA

En esta imagen se presenta la red de trazo aplicable a cualquier sistema de medición para su uso posterior.

Es importante destacar que las líneas de ubicación realizan un trabajo exacto, por lo que es prudente observar al pie de la letra las acotaciones que aquí se muestran.

Figura 3-3 Grafimetria

3.2.2.2.5 REDUCCIONES

Fijamos el mínimo al cual puede llegar a reducirse el logotipo, a fin de mantener la armonía en el conjunto, las proporciones y la finalidad de su perfecta visualización.

Los otros ejemplos de mayor tamaño sirven como referencia o en su caso modelo. No hay un tamaño máximo del logotipo ya que dependerá de su aplicación.



Figura 3-4 Reducciones

3.2.2.2.6 TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

La tipografía usada para la palabra **SURPRISE** es *Cheri Liney*, con stroke, la letra se le dibujo el círculo pues tenía un corazón el cual se modificó para un mejor diseño. Es una fuente que tiene un cierto movimiento que juega entre lo infantil pero moderno,

que es lo que se busca para que la marca tenga una aceptación en un determinado segmento de la población, esta tiene unos bordes en desniveles pues representan un estilo infantil pero armonioso, presenta un dinamismo que connotan los colores que inspira un tipo de letra como esta, se convierte en la tipografía correcta que refleja en conjunto nuestra necesidad de buscar la vanguardia en una empresa contemporánea a nuestra era publicitaria.



Cheri Liney
ABCDEFGHIJKLMN O PQRSTU VWXYZ
1234567890

Figura 3-5 Tipografía Corporativa

3.2.2.2.7 ICONOTIPO

El Iconotipo utilizado ilustra un regalo que predomina sobre un fondo negro. Este representa un elemento de importancia como es la ansiedad por ver descubrir algo y esperar una respuesta ya sea mala o buena. Un simple objeto puede trasladar la forma de ser de una empresa o lo que desea transmitir: interés, agradecimiento, estrechar lazos, aproximación, etc., El qué, cuándo, cómo y de qué forma, se convierten en cuestiones importantes.

Diferenciarse y encontrar algo que nos haga sobresalir de los demás, se hace imprescindible.

Todo este concepto lo referimos al trabajo que nuestra empresa desea proyectar, mostrándonos como una empresa completa y gratificante, la cual abarca todo el medio visual capaz de predominar e innovar.

El logo está desarrollado en 2D con colores planos y formas básicas sencillas pero con un estilo sutil.

Hemos aplicado el principio básico en el diseño “menos es más” queriendo decir que mientras menos elementos se incluyan en una forma visual, más rápido será captado el mensaje. Este principio apunta evitar el ruido visual, e interferencias que pueden connotar mensajes que no sean el mensaje principal que se quiere expresar. Con estas características sencillas el cliente potencial puede identificar nuestra marca.



Figura 3-6 Iconotipo

3.2.2.2.8 COLORES CORPORATIVOS

A continuación se presenta un detalle de las principales alternativas de colores para este estudio y su significado psicológico:

- **Rosado:**

El rosa es un color emocionalmente relajado e influye en los sentimientos convirtiéndolos en amables, suaves y profundos.

Nos hace sentir cariño, amor y protección. También nos aleja de la soledad y nos convierte en personas sensibles.

Las palabras claves del color rosa son: inocencia, amor, entrega total, ayudar al prójimo.

- **Blanco:**

El blanco se asocia a la luz, la bondad, la inocencia, la pureza y la virginidad. Se le considera el color de la perfección.

El blanco significa seguridad, pureza y limpieza.

En publicidad, al blanco se le asocia con la frescura y la limpieza porque es el color de nieve. En la promoción de productos de alta tecnología, el blanco puede utilizarse para comunicar simplicidad.

- **Verde :**

El verde es el color de la naturaleza por excelencia. Representa armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad y frescura.

Tiene una fuerte relación a nivel emocional con la seguridad.

Es el color más relajante para el ojo humano y puede ayudar a mejorar la vista.

- **Negro:**

Contrasta muy bien con colores brillantes. Combinado con colores vivos y poderosos como el naranja o el rojo, produce un efecto agresivo y vigoroso.

Los colores seleccionados para la marca han sido escogidos por su capacidad de transmitir lo que se requiere que SURPRISE se posea en la mente del consumidor.

Estos colores tienen un alto grado de contraste entre sí crean impacto y le añaden a la marca un gran peso visual capaz de atraer miradas de manera casi inconsciente.

El color Rosado, influye en los sentimientos convirtiéndolos en amables, suaves y profundos una vez los ve, es una opción acertada que le da a la marca ese carácter de vitalidad e innovación, entrega total con el trabajo; que la hace una marca moderna y con una larga vigencia en el futuro.

El color Verde connota muchos significados entre los principales está la armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad, estabilidad, responsabilidad y frescura.

Estos dos colores fueron seleccionados por ser complementarios dentro de la rueda cromática, y debido a esto generan impacto visual y por consiguiente, aceptación en el posible consumidor.

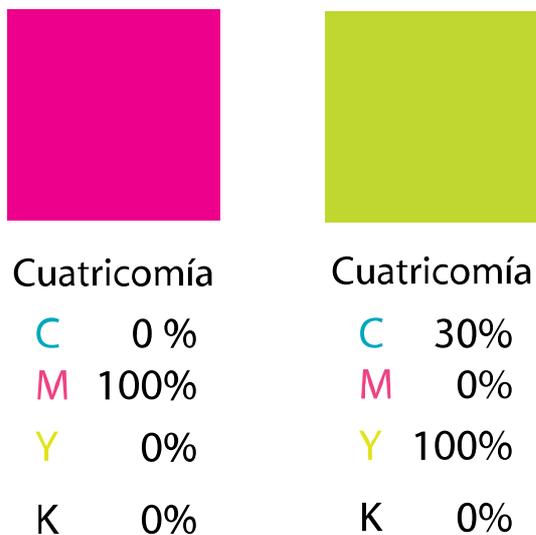


Figura 3-7 Colores Corporativos

3.2.2.2.9 CROMATISMO

A continuación presentamos la versión en escala de grises positivo y negativo.



Figura 3-8 Cromatismo

3.2.2.2.10 USOS INCORRECTOS

Los ejemplos presentados son algunas de las maneras que el logo no puede ser utilizado bajo ningún concepto. Mantener el logo como este manual lo indica es de suma importancia para evitar confusiones.

No debe cambiarse las proporciones, cambiar la ubicación de la tipografía, usar un recuadro blanco cuando el fondo es de color, entre otros.

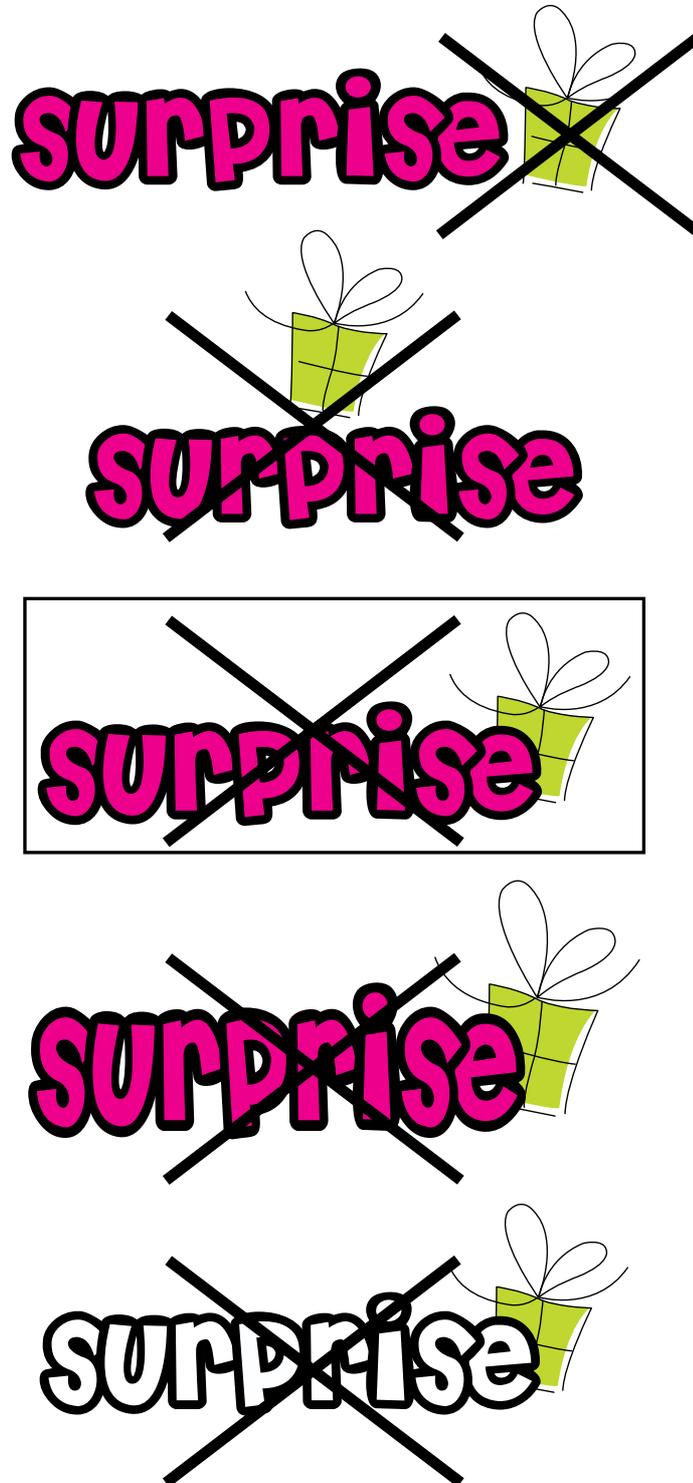


Figura 3-9 Usos Incorrectos

3.2.2.3 APLICACIONES GRÁFICAS

3.2.2.3.1 PAPELERIA

Presentación de la papelería de **SURPRISE**

- Hoja membretada
- Tarjetas de presentación
- Sobres Institucionales



Figura 3-10 Papelería

3.2.2.3.2 CREDENCIALES DE EMPLEADOS



Figura 3-11 Credenciales de empleados

Este documento es el único que certifica a los empleados que colaboran con SURPRISE.

Detalles:

- Nombre y Apellido
- Cargo
- Cedula de ciudadanía

3.2.2.3.3 ANUNCIO DE REVISTA

Se publicara los anuncios en Revista Mama especializada en niños que siempre publica ediciones especiales de fiestas infantiles, bautizos, baby shower ademas cuenta con un gran reconocimiento en el medio.

surprise

Diseño exclusivos

Sorpresa
Piñatas
Centro de Mesas
Apliques de pared
Invitaciones
Tortas

Diseño unico y personalizado para tus fiestas infantiles.

www.surprise.com
URDESA: Av. Las Lomas No. 425 y calle 5ta.
Telf: 2298789 Cel: 092114427

The advertisement features a vibrant blue background with yellow starburst patterns. At the top left, the word 'surprise' is written in a large, pink, bubbly font with a white outline. To its right is a yellow gift box with a white ribbon and a large yellow star. Below these elements are two photo-like images of party setups: one with a colorful balloon arch and another with a table covered in a straw skirt and decorated with balloons. In the bottom left corner, a cartoon giraffe wearing a blue and white striped party hat and a red and white striped tie is looking towards the center. To the right of the giraffe is a list of services in white text. At the bottom, there is a pink wavy border containing the website URL, address, and phone numbers.

Figura 3-12 Anuncios de Revista

Los anuncios serán de cuarto de página con medida de 19,26 cm x 5,43 cm y aparecerán en seis ediciones de la revista al año y un anuncio de página completa que saldrá solamente en el especial de fiestas infantiles.

Los anuncios de prensa que saldrán en el Diario El Universo en el suplemento La Revista que tiene una gran acogida en el público y gran circulación, el anuncio se publicará solamente en la edición especial de fiestas, en cuarto de página medida 19,26cm x 5,43cm y Sambo que es una revista dirigida a jóvenes y mujeres adultas que buscan estar al día con muchos temas circula mensualmente para suscriptores y llega aun nivel social alto el anuncio será de medidas de 12,03cm x 20,81cm tendrán el mismo diseño.

Existirán volantes medidas 15cm x 21cm, las mismas que serán entregadas en punto de afluencia masiva como centros comerciales, jardines y dejarlas en consultorios médicos, este diseño será igual a los anteriores pues se quiere dar a conocer la marca y posesionarla en los consumidores.

3.2.2.3.4 PAGINA WEB

En el sitio www.surprise.com , será el enlace que direccionará a las personas a navegar en empresa de diseño y decoración de fiestas infantiles; a continuación un boceto del home de SURPRISE.

El sitio brindara un espacio requerido por las personas, es un espacio dinámico donde encontrarán novedades, recursos tales como: tarjetas , decoración, eventos, empresa, contacto, etc.

De igual manera dentro del sitio se encontrarán los trabajos hechos por SURPRISE para difundir nuestro trabajo, diseños, clientes y el enlace a unirse a Club Surprise mediante el Facebook para una participación constante de nuestros clientes y estar al tanto de los eventos que hemos ofrecidos.

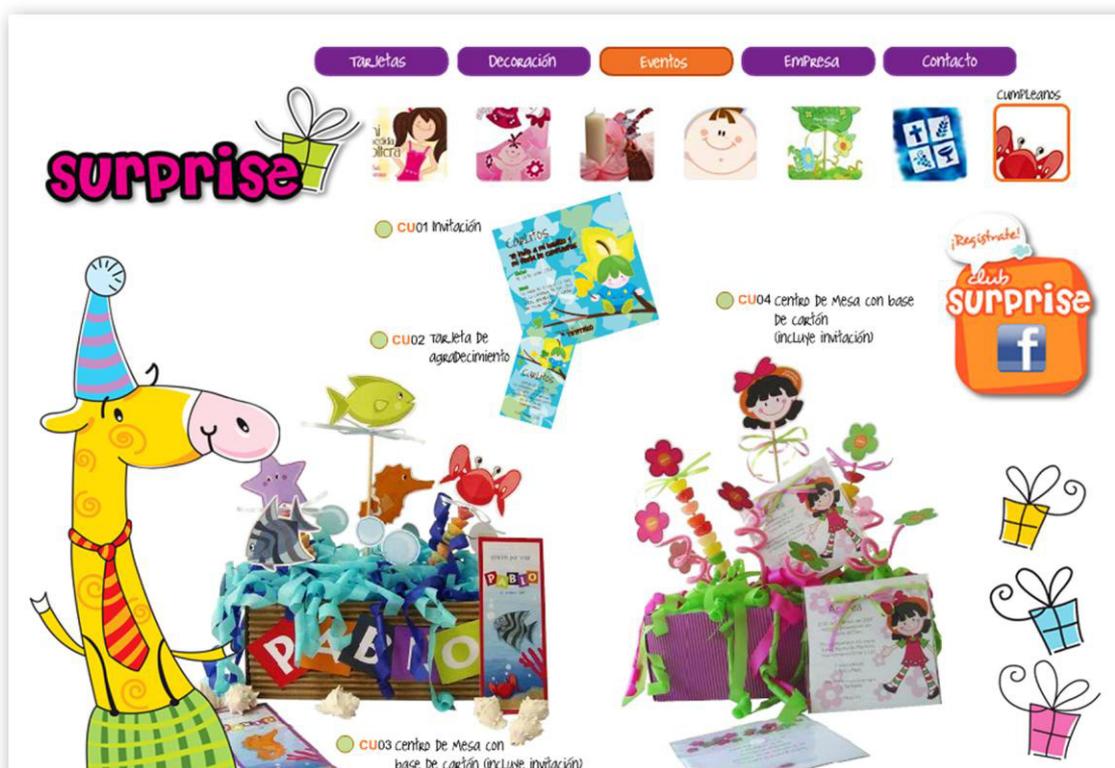


Figura 3-13 Pagina Web

3.2.2.3.5 PAGINA WEB

Presentamos el formulario de contacto, este boceto servirá para conformar la base de datos de SURPRISE y para atender los requerimientos de nuestros clientes.

The image shows a contact form for 'SURPRISE'. At the top, there is a navigation menu with buttons for 'Tarjetas', 'Decoración', 'Eventos', 'Empresa', and 'Contacto'. The 'Contacto' button is highlighted. On the left, there is a cartoon illustration of a yellow giraffe wearing a blue and pink striped party hat and a red and yellow striped tie, standing next to several wrapped gifts. The word 'SURPRISE' is written in large, pink, bubbly letters. The main text of the form reads: 'Si deseas hacer tus pedidos, o sólo pedir informes contactate con SURPRISE. Déjanos conocerte mejor. Danos tu nombre y tu apellido', 'tu teléfono o tu celular', 'tu e-mail', '¿De qué país eres?', 'quieres pedir informes sobre los siguientes productos', 'Danos tus comentarios', and '¿Cómo nos conociste?'. There is an orange 'enviar' button at the bottom right. At the very bottom, the address 'Urdesa: Av. Las Lomas No. 425 y calle 5ta. Telf: 2298789 Cel: 092114427' is displayed.

Figura 3-14 Pagina Web

Los campos solicitados en el formulario son los siguientes:

- Nombre y Apellidos
- Teléfono
- E-mail
- País
- Pedido de los productos
- Comentarios
- Como conociste de nuestra empresa

3.2.2.3.6 TRANSPORTE

SURPRISE tendrá un camión que será el que transporta todas las piezas decorativas.



Figura 3-15 Transporte

3.2.2.4 PRODUCTO / FUNCIONES

SURPRISE es una empresa ajustada a la industria del diseño de piezas decorativas para fiestas infantiles, que apareció de la idea de acoplar el diseño gráfico aplicando la tecnología y procesos manuales en el desarrollo de piezas decorativas para los diferentes eventos infantiles, como son matiné, baby shower, primera comunión, bautizo, confirmación y fechas especiales como navidad, Halloween, día del niño, etc. Buscando presidirlos bajo una misma empresa integrada.

El nombre **SURPRISE** que en español significa sorpresa, fue elegido mediante un análisis que buscaba unificar en una palabra la idea que nuestra empresa quiere proyectar debido a que ofrecemos un servicio innovador y creativo el cual sorprendera en los eventos por la calidad y diseño de las piezas decorativas, y al mismo tiempo cubre las necesidades del medio y llena las expectativas que se reflejan en un resultado efectivo. En la estrategia de marca venderemos un servicio para diferentes eventos que abarquen el área infantil bajo una misma marca.

3.2.2.5 FUNCIONES

El servicio que ofrece **SURPRISE**, es el servicio de diseño y decoración de piezas infantiles crear los diferentes servicios, productos que se necesitan para la creación de un evento infantil, que se producen en la ciudad; a disposición de los clientes.

Dentro del servicio se incluye una amplia gama de elementos a disposición del cliente que se mencionan a continuación:

Piezas decorativas:

- Invitación
- Centro de mesas
- Diseño de la torta de fondant
- Chupeteras
- Sorpresas
- Globos
- Piñata
- Apliques de pared
- Álbum fotográfico personalizado

3.2.2.5.1 INVITACIONES

La invitación es la primera pieza con que los invitados se deben de sorprender por eso debe tener una idea original y además debe de ser conservada.

Ponemos a consideración una invitación que es un CD, el cual puede ser de la música del personaje que va hacer la fiesta o alguna película infantil en su portada lleva los datos de la fiesta el nombre del homenajeado, fecha, etc.



Figura 3-16 Invitacion

3.2.2.5.2 CENTRO DE MESAS

El centro de mesa es una de las atracciones principales de las mesas de los invitados tiene que ser original con mucho detalle y único.



Figura 3-17 Centro de Mesas

3.2.2.5.3 TORTA

La torta es una de las prioridades de la fiesta sin ella no existiría y lo mas esperado por los invitados, por ende tiene que estar espectacular porque va a estar a la vista de todos los presentes.



Figura 3-18 Torta

3.2.2.5.4 CHUPETERAS

Las chupeteras tienen que estar a la par con la decoración de la mesa principal es una gran soporte para esta pues teniendo un buen diseño y un buen balance dan armonía a la mesa donde estarán fotografiados cada uno de los recuerdos.



Figura 3-19 Chupeteras

3.2.2.5.4 SORPRESAS

Aparte de la torta esta es la pieza decorativa por la que todos nuestros clientes se esmeran pues es el deleite que le dan a cada invitado al finalizar la fiesta y así la espera por ellos de venir a otra fiesta y recibir la magnifica pieza que les quedara de recuerdo para cualquier uso que le den a esta.

Además para nosotros como SURPRISE es la pieza en la cual debemos usar toda nuestra creatividad, pues es la publicidad que nos damos a cada uno de los invitados que asistan a la fiesta infantil ya que nos llamaran y solicitaran nuestro servicio al ver algo diferente y original pues esto es una cadena nadie quiere ser menor que nadie y la tentación de lograr algo mas innovador y mejor hará que llamen sin dudar.



Figura 3-20 Sopresas

3.2.2.5.5 APLIQUES DE PARED / MURALES / Y DEMAS PIEZAS DECORATIVAS.

Estas deben de ir en conjunto con la mesa de principal y formar un gran y bonito espectáculo a la vista del espectador desde la entrada hasta el final , pues ningún detalle debe de perder concordancia.



Figura 3-21 Apliques de pared , murales , y demas piezas decorativas.

3.2.2.6 BALANCE DE MAQUINARIA, EQUIPOS Y MUEBLES DE OFICINA.

Para poder desarrollar este proyecto se tiene los siguientes requerimientos básicos a nivel de herramientas tecnológicas y equipo de trabajo:

INVERSIONES	
Maquinaria y Equipos	
1 Guillotina	\$40,00
1 Impresora Laser	\$420,00
1 Aire acondicionado	\$520,00
1 Telefono	\$40,00
3 Repisas	\$270,00
1 Emplastificadora	\$250,00
2 Mesas de corte	\$200,00
2 Escritorio	\$240,00
4 Sillas	\$240,00
2 Computadoras	\$1200,00
1 Vehiculo	\$15,000,00
Registro de marca	\$ 200,00
Registro sanitario	\$ 100,00
Permiso de funcionamiento	\$ 130,00
Licencias de programas	\$600,00

Tabla 3.1 Inversiones

3.2.2.7 BALANCE DE PERSONAL

Una vez constituido la empresa legalmente necesitamos reclutar al siguiente personal:

ADMINISTRADOR	Dirigir y contribuir en el desarrollo y mejora continua de la organización para lograr los objetivos establecidos
ASISTENTE	Dirigir y organizar la agenda y el manejo de clientes
AYUDANTE DE PRODUCCION	Elaboración y montaje en el desarrollo de las piezas decorativas
EJECUTIVO DE VENTAS	Promoción y venta de los servicios decorativos.
DISEÑADOR	Diseño relacionado con el desarrollo de las piezas decorativas
CONSERJE	Montaje y limpieza de la oficina y equipos

Tabla 3.2 Balance de personal

Los mismos que desempeñaran las siguientes funciones:

3.2.2.7 .1 ADMINISTRADOR

3.2.2.7.1.1 FUNCIONES

- Designar todas las posiciones gerenciales.
- Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.
- Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas.
- Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, empleados y proveedores para mantener el buen funcionamiento de la empresa.
- Lograr que las personas quieran hacer lo que tienen que hacer y no hacer lo que ellos quieren hacer

3.2.2.7.1.2 PERFIL GENERAL DEL PUESTO

Formación Académica.

Estudios universitarios en Ingeniería Comercial o Administración de Empresas.

Experiencia Previa.

Mínimo 3 años de experiencia en el cargo o en posiciones similares.

Habilidades

Bases contables

Resolución de problemas

Iniciativa,

Trabajo bajo presión

Facilidad de Trabajar en Equipo

Manejo de utilitarios de Microsoft.

Características Generales

Sexo: Mujer

Edad: Entre 25 a 30 años.

Estado Civil: Indiferente.

3.2.2.7.2 ASISTENTE

3.2.2.7.2.1 FUNCIONES

- Opera una central telefónica pequeña, haciendo y recibiendo llamadas telefónicas, conectando las mismas con las diferentes extensiones.
- Atiende al público que solicita información dándole la orientación requerida.
- Anota en libros de control diario las llamadas efectuadas y recibidas por el personal y el tiempo empleado.
- Mantiene el control de llamadas locales y a larga distancia mediante registro de número de llamadas y tiempo empleado.
- Recibe la correspondencia y mensajes dirigidos a la unidad.
- Anota los mensajes dirigidos a las diferentes personas y secciones de la unidad.
- Entrega la correspondencia recibida a las diferentes personas y secciones, así como también los mensajes recibidos.
- Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización.
- Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
- Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.

- Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

3.2.2.7.2 PERFIL GENERAL DEL PUESTO

Formación Académica.

Bachiller en Contabilidad -Comercio, o Secretariado.

Experiencia Previa.

No Indispensable.

Conocimientos Especiales y Habilidades

Habilidades comunicativas.

Vocación de servicio.

Amabilidad.

Manejo de utilitarios.

Características Generales

Sexo: Femenino

Edad: Entre 18 a 35 años.

Estado Civil: Indiferente.

3.2.2.7.3 AYUDANTE DE PRODUCCION

3.2.2.7.3.1 FUNCIONES

- Ayuda a elaborar las piezas decorativas.
- Ayudar a ensablar los ambientes en los eventos.
- Ayuda a desmontar los equipos.

3.2.2.7.3.2 PERFIL GENERAL DEL PUESTO

Formación Académica.

Bachiller en cualquier area

Experiencia Previa.

No Indispensable.

Conocimientos Especiales y Habilidades

Habilidades comunicativas.

Vocación de servicio.

Amabilidad.

Manejo de utilitarios.

Características Generales

Sexo: Masculino

Edad: Entre 18 a 35 años.

Estado Civil: Indiferente.

3.2.2.7.4 EJECUTIVO DE VENTAS

3.2.2.7.4.1 FUNCIONES

- Prospección del mercado para detectar nuevos clientes.
- Presentación y venta de los productos y servicios por medio de técnicas de negociación.
- Recogida de pedidos, (si es política de la compañía).
- Atención de reclamos.
- Seguimiento y cobro de morosos, (si es política de la compañía).

3.2.2.7.4.2 PERFIL GENERAL DEL PUESTO

Formación Académica.

Bachiller en ciencias contables.

Experiencia Previa.

Si Indispensable.

Conocimientos Especiales y Habilidades

Habilidades comunicativas.

Vocación de servicio.

Amabilidad.

Manejo de utilitarios.

Características Generales

Sexo: Masculino o Femenino

Edad: Entre 18 a 35 años.

Estado Civil: Indiferente.

3.2.2.7.5 DISENADOR GRAFICO

3.2.2.7.5.1 FUNCIONES

- Proponer las diferentes ideas de innovación para la imagen de la organización.
- Planificador y coordinador del proceso creativo y productivo en el departamento de imagen de la empresa. Generar de una forma oportuna y correcta la información de soporte para las propuestas.
- Diseñador de todos los aspectos visuales y gráficos en la realización de las piezas decorativas.
- Asesor de comunicación visual.

3.2.2.7.5.2 PERFIL GENERAL DEL PUESTO

Formación Académica.

Lcdo. En Diseño Gráfico y Publicitario

Experiencia Previa.

Si Indispensable.

Conocimientos Especiales y Habilidades

Habilidades comunicativas.

Vocación de servicio.

Amabilidad.

Manejo de todos los programas de diseño.

Creativo.

3.2.2.7.6 CONSERJE

3.2.2.7.6.1 FUNCIONES

- Garantizar la buena imagen y mantener el orden y aseo de las instalaciones y activos de la empresa.
- Repartir correspondencia internamente en la Empresa a cada uno de los usuarios.
- Mantener en buen funcionamiento el dispensador de agua.
- Mantener el stock necesario en los dispensadores de aseo personal en los baños: PH, Toallas de mano y Jabón.
- Mantener en correcto funcionamiento dispensadores, chapas, brazos hidráulicos, así como bombillos y lámparas.
- Controlar el encendido y apagado de los A/C de las instalaciones en los tiempos establecidos.

3.2.2.7.6.2 PERFIL GENERAL DEL PUESTO

Formación Académica.

Bachiller en cualquier especialización

Experiencia Previa.

Mínima de 1 año de experiencia en el cargo.

Habilidades y conocimientos especiales:

Vocación de servicio

Características Generales

Sexo: Masculino

Edad: Entre 20 a 45 años.

Estado Civil: Indiferente.

3.2.2.8 ORGANIGRAMA

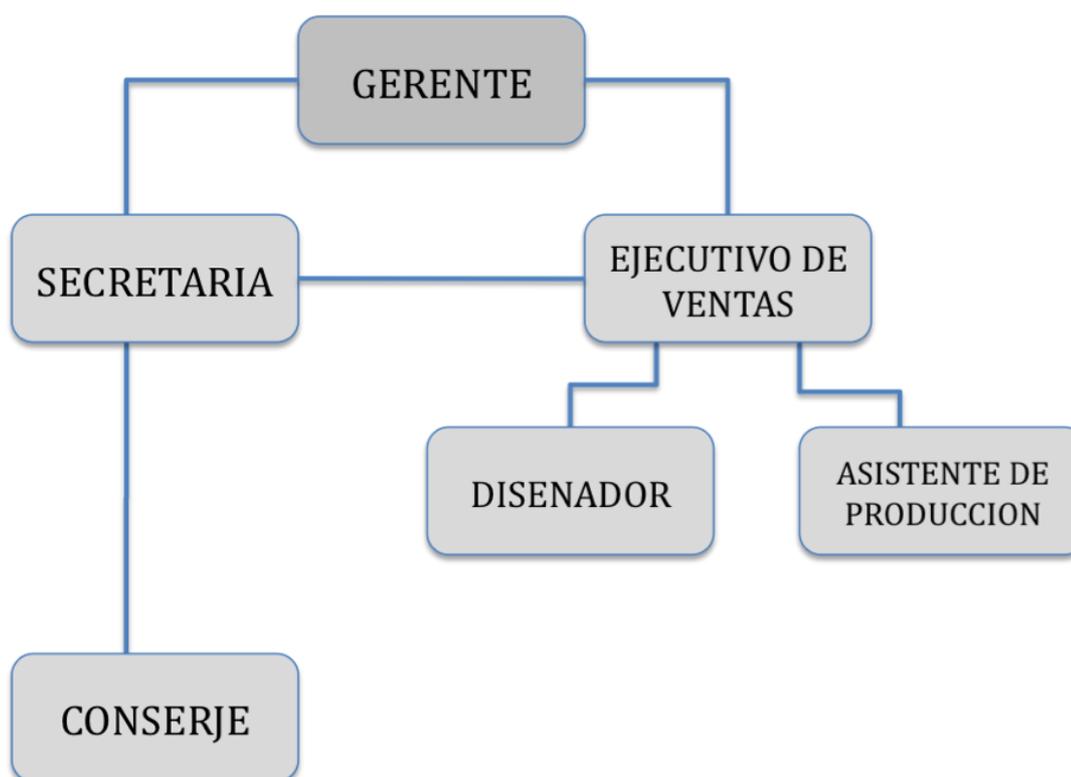


Figura 3-22 Organigrama

3.2.2.9 LOCALIZACION DEL PROYECTO

Proponemos ubicar la agencia en el sector norte de la ciudad, específicamente en la ciudadela Urdesa, debido a que es un sector de desarrollo empresarial relacionado a nuestro target o cliente potencial.

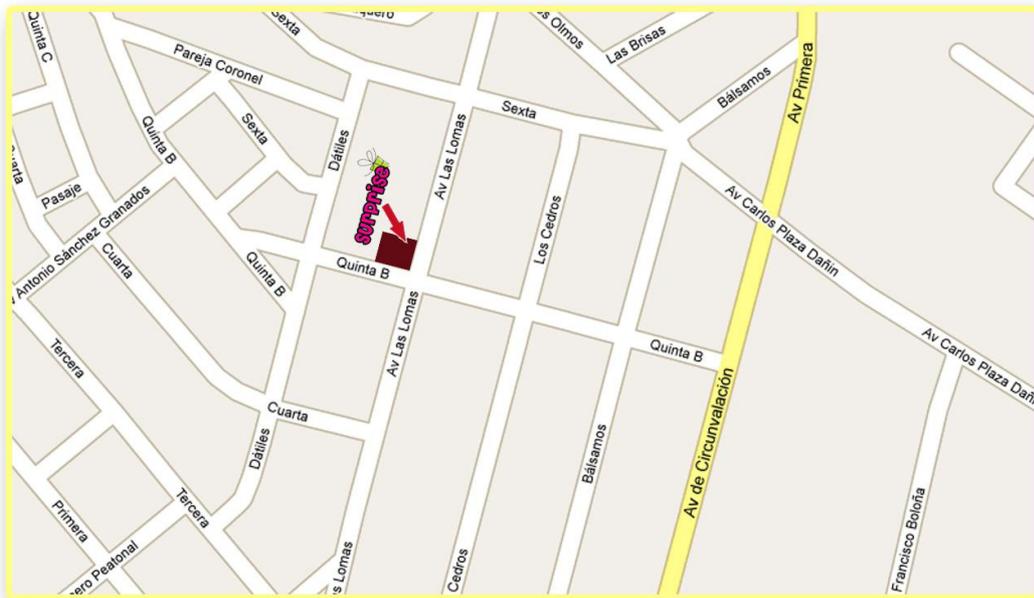
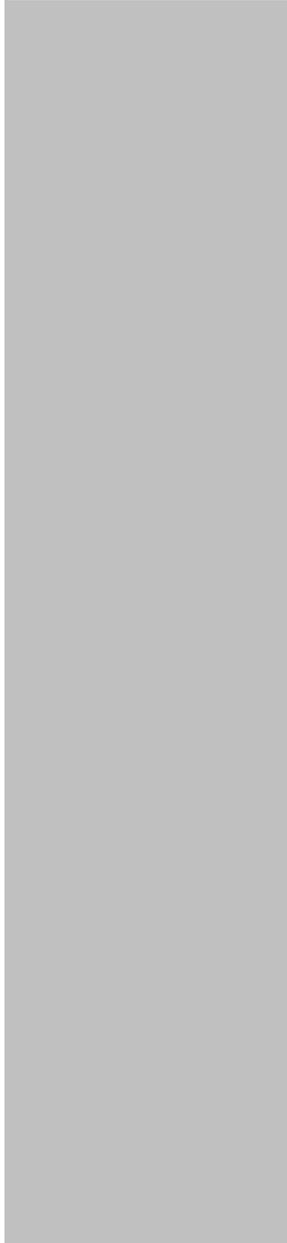


Figura 3-23 Localizacion



CAPITULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

4. ESTUDIO FINANCIERO

4.1. EQUIPOS DE OFICINA

Para la instauración de este proyecto se deben incorporar en el primer año los siguientes equipos de oficina:

	COSTE UNIT.	CANTIDAD	COSTE TOTAL
Guillotina	\$40.00	1	\$40.00
Impresora Laser	\$420.00	1	\$420.00
Aire Acondicionado	\$520.00	1	\$520.00
Telefono	\$40.00	1	\$40.00
Repisas	\$90.00	3	\$270.00
Emplastificadora	\$250.00	1	\$250.00
Mesas de corte	\$100.00	2	\$200.00
Escritorios	\$120.00	2	\$240.00
Sillas	\$60.00	4	\$240.00
Computadoras	\$600.00	2	\$1,200.00
Vehiculos	\$15,000.00	1	\$15,000.00
		TOTAL GASTO MAQ. Y EQUIPOS	\$18,420.00

Tabla 4.1 Equipos de Oficina

4.2 GASTOS DE CONSTITUCION

Son considerados como Gastos de Constitución todos, aquellos desembolsos que resultan necesarios para la Constitución Legal de una sociedad mercantil, estos tienen su devengo antes de que dicha constitución legal se haya formalizado.

Entre los Gastos de Constitución que consideramos para la realización de nuestro proyecto están los siguientes:

	COSTE
REGISTRO DE MARCAS	\$200.00
REGISTRO SANITARIO	\$100.00
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO	\$130.00
LICENCIAS DE PROGRAMAS	\$600.00
TOTAL GASTOS DE CONSTITUCION	\$1,030.00

Tabla 4.2 Gastos de constitución

4.3 GASTOS DE ALQUILER

Los gastos considerados por concepto de Alquiler del local comercial donde fungirá la empresa son los siguientes:

	ALQUILER MENSUAL	ALQUILER ANUAL
LOCAL	\$ 400	\$ 4800

Tabla 4.3 Gastos de alquiler

4.4 GASTOS DE SERVICIOS BASICOS

Los gastos aproximados de servicios básicos que se consumirían durante el año son los siguientes:

	TARIFAS MENSUALES	MESES	TARIFAS ANUALES
LUZ	\$80.00	12	\$960.00
INTERNET	\$25.00	12	\$300.00
TELEFONO	\$20.00	12	\$240.00
AGUA	\$40.00	12	\$480.00
		TOTAL ANUAL GASTOS SERVICIOS BASICOS	\$1,980.00

Tabla 4.4 Gastos de servicios basicos

4.5 GASTOS DE PUBLICIDAD

En gasto de publicidad, se limita a las salidas de efectivo por concepto de anuncios publicitarios en revistas de circulación a nivel nacional, volantes como publicidad directa.

		FRECUENCIA/CANTIDAD ANUAL	COSTE UNIT.	COSTE TOTAL ANUAL
PERIODICOS (El Universo La Revista)	Cuarto de pagina	1	\$1,070	\$1,070
PERIODICOS (El Universo Sambo)	Cuarto de pagina	1	\$500	\$500
REVISTA MAMA	Cuarto de pagina	6	\$280	\$1,680
	Pagina Completa	1	\$1,100	\$1,100
INTERNET (Facebook)	Facebook	2000	\$0	\$300
TELEVISION		0	\$0	\$0
BANNERS		2	\$40	\$80
VOLANTES		10000	\$1	\$5,000
				\$9,730

Tabla 4.5 Gastos de publicidad

4.6 SUELDOS Y SALARIOS

A continuación se detallan los sueldos y salarios del personal que integrara la empresa:

	SALARIO MENSUAL	OCUPANTES DEL CARGO	SALARIO ANUAL
ADMINISTRADOR	600	1	7200
CONTADOR	0	0	0
ASISTENTE	250	1	3000
AYUDANTE DE PROD	250	1	3000
EJECUTIVO DE VENTAS	450	1	5400
DISEÑADOR	380	2	9120
CONSERJES	250	2	6000
		TOTAL GASTOS DE SUELDOS Y SALARIOS	33720

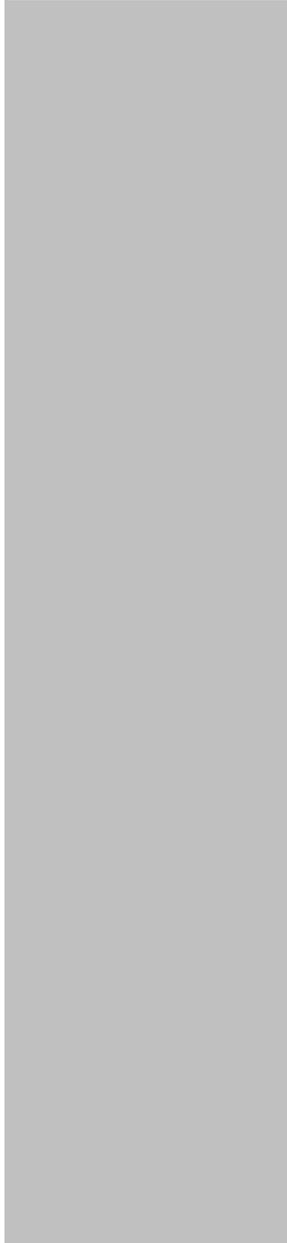
Tabla 4.6 Sueldos y salarios

4.7 GASTOS

En base a los valores antes detallados se presentan el siguiente cuadro resumen:

GASTOS DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS	18420
GASTOS OBRA FISICA	0
GASTOS DE CONSTITUCION	1030
TOTAL GASTOS INV. INICIALES	19450
GASTOS DE SUELDOS Y SALARIOS	33720
GASTOS DE SERVICIOS BASICOS	1980
GASTOS DE ALQUILER	4800
GASTOS DE PUBLICIDAD	9730
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	50230

Tabla 4.7 Gastos



CAPITULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

Al concluir con investigación nos damos cuenta que la creación de piezas infantiles en la ciudad de Guayaquil tiene mucha acogida en nuestro medio debido a la variedad de personajes y modelos que podemos encontrar, por ende llegamos a las siguientes conclusiones:

- Creemos factible que se ponga en marcha este proyecto pues hay 89% de personas que acepta el servicio de decoración y creación de fiestas infantiles.
- Tenemos un gran porcentaje de personas que quieren un trabajo innovador, original y creativo y por ende se confirma que hay un gran mercado al cual ofrecer y demostrar nuestro excelente servicio.
- Pero en este manual proponemos crearlas de una manera original, creativa y que tenga cierta utilidad que no se deseche cuando sea recibida.
- Impactando a los clientes con todo el poder de las herramientas tecnologías y aplicando el diseño grafico.
- Con la finalidad de ofrecer un producto diferente y que va a tener una muy buena acogida al mercado que estamos proyectándonos porque es lo que hace falta en nuestra ciudad.
- Llevar a cabo la campana publicitaria pues es así como se llegaran a consolidar la marca en la mente del consumidor y llegar hacer los numero uno en el medio.
- Finalmente creemos que al desarrollarse este proyecto es necesario comprar todos los equipos necesarios pues de la única manera como se logran trabajos únicos y eficaces.

- Y por ende y necesario mantener a todo el personal con sus debidos derechos pues de ellos dependen gran parte de nuestro logro al momento de crear la empresa.

5.2 RECOMENDACIONES

La creación de piezas decorativas personalizadas pueden considerarse únicas en su estilo para los clientes y para que esa calidad se vea reflejada es necesario que se tomen en consideración estos factores al momento de crear las piezas como estar actualizado con las nuevas tendencias del mercado, las nuevas herramientas y materiales para realizar los diferentes tipos de trabajo, nunca dejar de tener una buena comunicación con el cliente para la satisfacción del mismo y de esta manera conseguir que nuestro trabajo se venda debido a su excelente calidad y presentación.

BIBLIOGRAFÍA

Imagen: http://www.eltiempo.com/enter/consejos/imagenes-gratis-en-la-web_7202367-1 / Banco de imágenes gratuito

Imagen: <http://www.photorack.net/> / Banco de imágenes gratuito

ANEXOS

ANEXO A: COTIZACIÓN



Guayaquil, Enero de 2010

Estimada
Maria Mastarreno

De nuestra consideración:

Reciba un cordial saludo de quienes hacemos ECHEVERRIA biz Consultores y Asesores de E-Marketing (Marketing en Internet).

Nuestro objetivo es incrementar su esfera de negocio, aprovechando al máximo las posibilidades que brinda Internet. Ofrecemos **servicios integrales de Marketing en Internet que incluyen posicionamiento y publicidad en buscadores, campañas on line**, soluciones para el comercio electrónico, etc.

Hace más de 4 años venimos promocionando via Internet diferentes **servicios entre ellos SEO, SEM, SMM, E-Marketing, Marketing Viral, Pago On Line, Diseño y Rediseño Web**, tanto en el mercado nacional como internacional, siendo nuestra carta de presentación los resultados y el trabajo de calidad.

ECHEVERRIA biz pone a su disposición su **experiencia y conocimiento para la promoción de su empresa productos y/o servicios**, por ese motivo ponemos a su consideración nuestra propuesta. Esperando poder servirle de la mejor manera

Atentamente,

Christian Echeverria E.
CEO & Presidente
ECHEVERRIA biz



e info@echeverria.biz
f 593 4 2277830 m 099368722
www.echeverria.biz
Ecuador - Sudamerica

ANEXO B: COTIZACIÓN

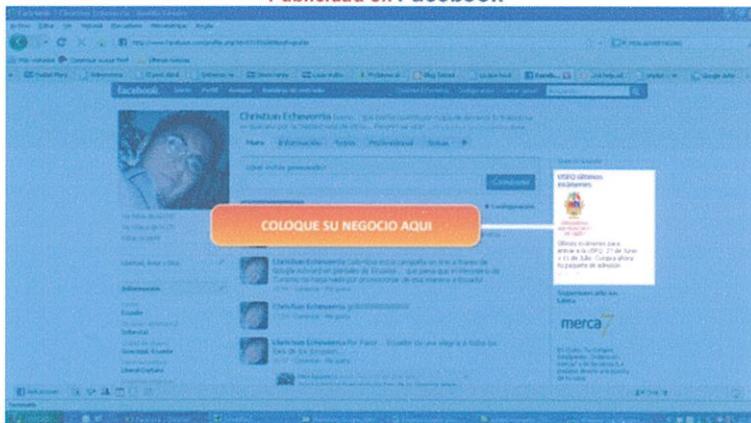
Publicidad de Texto en contenidos (Youtube)



Publicidad de Imagen en contenidos (Hi5)



Publicidad en Facebook



ANEXO C: COTIZACIÓN

INVERSIÓN

Asesoría de Marketing On Line (Mensual)

Descripción Propuesta	Inversión
<ul style="list-style-type: none"> - Estudio de Palabras Claves - Seguimiento e implementación de campañas con Google Analytics - Cambios de formatos de Anuncios quincenal (Google, Facebook y otros) - Segmentación Demográfica (países o ciudades) - Reportes Mensual de la inversión 	USD 149

Publicidad On Line (Mensual)

FACEBOOK - Target: Ecuador (318 260 personas que viven en Ecuador)

No. Clics	Costo por Clics	No. Impresiones	Costo Por Impresion	Total Facebook
2000	0.15	60000	0.005	USD 300

GOOGLE ADWORDS - Target: País, Ciudad, Hora
 Sitios Web donde la publicidad se mostrarán a través de Google

Youtube.com - **Impresiones por día:** 10 000-100 000

H5.com - **Impresiones por día:** 500 000+

Otros - La Publicidad se muestre en los portales donde la gente visite según el target

No. Clics	Costo por Clics	No. Impresiones	Costo Por Impresion	Total Google
1000	0.30	300000	0.001	USD 300

NOTA: Todos los textos serán facilitados por el cliente en formato Word, así como los logos e imágenes para la creación de Campaña en Google Adwords, Facebook, Hotmail o Msn, las cuales habrán de ser remitidas en soporte digital (CD-ROM o E-mail).

La forma de pago será el 50% del valor al momento de entregar la factura y el otro 50% al finalizar la campaña. Todos los precios no incluyen IVA.

ANEXO D: PIEZAS DECORATIVAS













