



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

INGENIERÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA - CPA

TÍTULO DEL PROYECTO:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE ORGANIZACIÓN DE FIESTAS Y EVENTOS
INFANTILES EN EL CANTON MILAGRO PROVINCIA DEL GUAYAS**

AUTORES:

**ITURRALDE SÁNCHEZ TALIA AGRIPINA
ROMERO ACOSTA CAROLINA VANESSA**

MILAGRO, ABRIL 2014

ECUADOR

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor de Proyecto de investigación nombrado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO:

Por la presente que he analizado el Proyecto de Grado con el título “Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa organizadora de fiesta y eventos infantiles en el cantón Milagro presentado por las Srtas. Talia Agripina Iturralde Sánchez y Carolina Vanessa Romero Acosta como requisito previo a optar por el Título de Ingeniería Contaduría Pública y Auditoría y que acepto tutoriar a las estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Milagro, 4 de Abril del 2014.

Iturralde Sánchez Talia Agripina

CI: 120291403-0

Romero Acosta Carolina Vanessa

CI: 092298447-1

Tutor:

CPA. DAVID PINCAY SANCAN, MTF

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El autor de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una Institución nacional o extranjera.

Milagro, 4 de Abril del 2014

Iturralde Sánchez Talía Agripina

C.I. 120291403-0

Romero Acosta Carolina Vanessa

C.I. 092298447-1



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES**

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

El TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoria – CPA otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	()
DEFENSA ORAL	()
TOTAL	()
EQUIVALENTE	()

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a Jehová Dios, ya que con su guía y bendición por darme sabiduría y fortaleza he podido perseverar ante cualquier obstáculo y hasta hoy alcanzar el objetivo que me fije hace cuatro años.

A mi madre Sra. Otilia Sánchez Plaza, por ser ejemplo de valores como responsabilidad, honestidad, perseverancia y optimismo en el diario vivir. A mis Hermanos por estar siempre prestos a colaborar y darme todo el apoyo incondicional. Por estar conmigo siempre que los he necesitado, animándome a seguir adelante con tesón y ahínco, por permitirme ser la persona que soy y así poder cumplir con una de mis metas en mi vida.

Talia Agripina Iturralde Sánchez

Autora

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, a mi madre Sra. Juana Acosta Jaramillo que a lo largo de mi vida ha sido la base fundamental y el pilar de lo que me he convertido hasta el día de hoy, me ha ayudado y apoyado en todas y cada una de mis dediciones depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad. A mi padre Luis Romero Chila, que aunque está el cielo sé que desde allá me cuida y que a pesar de la distancia y las dificultades que tuvimos se mantuvo el amor, y la comprensión que me brindo siempre. A mis Hermanos, que estuvieron en cada momento apoyando y dando ánimos para poder culminar con éxito esta nueva etapa de mi vida.

Todo este esfuerzo se los dedico a ellos que son lo más bello y mejor que Dios me ha dado. Los amo con mi vida.

Carolina Vanessa Romero Acosta

Autora

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Jehová Dios por iluminar mi camino, gracias a su guía he alcanzado vencer los obstáculos a lo largo de mi recorrido como estudiante en mi querida UNEMI.

Agradezco a mi madre y a mis hermanos por brindarme su apoyo, y ser un ejemplo a seguir, a mis amigos Y compañeros por darme fuerzas para seguir adelante aun cuando estaba a punto de darme por vencida.

También agradezco a mi Directora de Carrera Ing. Ligia Fajardo Vaca y a todos y cada uno de los docentes y Directivos de la Universidad Estatal De Milagro, que con sus sabias enseñanzas paciencia, profesionalismo y dones de maestros, lograron inculcar en mí el espíritu de superación y constante aprendizaje que acogí con esmero y dedicación lo que hiciera culminar mi carrera sin desmayar.

Un especial agradecimiento al C.P.A. DAVID PINCAY SANCAN quien como nuestro tutor de tesis nos ha colaborado con sus conocimientos, experiencia y dedicación en el desarrollo de nuestro proyecto hasta la culminación del mismo

Talia Agripina Iturralde Sánchez

Autora

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por ser mi guía en un camino tan arduo, por darme la fuerza y la voluntad para no renunciar ni decaer en los momentos difíciles de mi vida y mi carrera.

Agradezco a mi madre y a mis hermanos por su apoyo incondicional porque gracias a sus consejos pude superar los obstáculos y no permitieron que me rindiera en ningún momento de mi vida y mi carrera. A mis compañeras y amigas que me proporcionaron su ayuda en todo este tiempo tanto personal como laboral, ya que sin ellas no podría haber logrado superar la meta que me propuse hace 4 años.

También agradezco a todos y cada uno los docentes de la Universidad Estatal De Milagro, que con sus sabias enseñanzas paciencia, profesionalismo y dones de maestros, lograron inculcar en mí el espíritu de superación y constante aprendizaje que acogí con esmero y dedicación lo que hiciera culminar mi carrera sin desmayar.

Un especial agradecimiento al C.P.A. DAVID PINCAY SANCAN quien como nuestro tutor de tesis nos ha colaborado con sus conocimientos, experiencia y dedicación en el desarrollo de nuestro proyecto hasta la culminación del mismo.

Carolina Vanessa Romero Acosta

Autora

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Máster

Jaime Orozco Hernández

RECTOR DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

Ciudad.-

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos a hacer entrega de la Cesión de Derecho de Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ORGANIZACIÓN DE FIESTAS Y EVENTOS INFANTILES EN EL CANTÓN MILAGRO, PROVINCIA DEL GUAYAS**”, y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, 4 de Abril del 2014

Iturrealde Sánchez Talía Agripina

C.I. 120291403-0

Romero Acosta Carolina Vanessa

C.I. 092298447-1

INDICE GENERAL

CARÁTULA	i
ACEPTACIÓN DEL TUTOR	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN	iii
CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vii
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	ix
INDICE GENERAL	x
INDICE DE CUADROS	xv
INDICE DE GRÁFICOS	xvi
RESUMEN	xvii
ABSTRACT	xviii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	2
EL PROBLEMA	2
1.1. PLANTAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.1.1 Problematización.....	2
1.1.2 Delimitación del problema.....	4
1.1.3 Formulación del problema.....	4
1.1.4 Sistematización del problema	4
1.1.5 Determinación del tema	4
1.2 OBJETIVOS	5
1.2.1 Objetivos Generales de la investigación	5
1.2.2. Objetivos específicos de la investigación.....	5
1.3. JUSTIFICACIÓN	5
CAPITULO II	7
MARCO REFERENCIAL.....	7

2.1 MARCO TEORICO.....	7
2.1.1 Antecedentes Históricos	7
2.1.2 Antecedentes referenciales.....	8
Referencia 1:	8
Referencia 2:	9
Referencia 3:	9
Referencia 4:	10
Referencia 5:	11
Referencia 6:	12
2.1.3 Fundamentación	13
2.2 MARCO LEGAL	18
2.3 MARCO CONCEPTUAL.....	22
2.4 HIPOTESIS Y VARIABLES	26
2.4.1 Hipótesis General.....	26
2.4.2 Hipótesis Particulares	26
2.4.3 Declaración de variables.....	27
2.4.4 Operacionalización de Variables.....	29
CAPÍTULO III	32
MARCO METODOLÓGICO	32
3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y PERSPECTIVA GENERAL	32
SEGUN SU FINALIDAD:	32
SEGÚN SU CONTEXTO:	33
SEGÚN SU OBJETIVO	33
SEGÚN EL CONTROL DE LAS VARIABLES.....	35
SEGÚN EL DISEÑO	35
SEGÚN SU OBJETIVO GNOSEOLÓGICO:.....	36
3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA.....	37
3.2.1 Características de la población	38
3.2.2 Delimitación de la población	38
3.2.3 Tipo de muestra	39
3.2.4 Tamaño de la muestra	39

3.2.5 Proceso de selección	40
3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS	41
3.3.1 Método teórico	41
Método analítico-sintético	41
Método inductivo-deductivo	41
3.3.2 Método empírico	42
Método de Observación.....	42
3.3.3 Técnicas e Instrumentos	42
3.4 PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN	42
CAPÍTULO IV	43
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	43
4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACION ACTUAL	43
4.2 ANALISIS COMPARATIVO, EVALUACION, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS	53
4.3 RESULTADOS	54
4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS	56
CAPÍTULO V	57
PROPUESTA	57
5.1. TEMA	57
5.2. FUNDAMENTACIÓN.....	57
5.3. JUSTIFICACIÓN	59
5.4. OBJETIVOS	60
5.4.1. Objetivo General de la Propuesta	60
5.4.2. Objetivos Específicos de la Propuesta.....	60
5.5. UBICACIÓN	61
5.6. FACTIBILIDAD	62
Administrativa, financiera y técnica.....	62
5.7. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	63
Slogan.-	63
Logo:.....	63
Misión.-	63
Visión.-.....	63

Valores Corporativos.....	63
ANALISIS FODA.....	65
ORGANIGRAMA	67
MANUAL DE FUNCIONES.....	68
5.7.1. Actividades.....	74
Estrategias de marketing mix:.....	74
a.- Estrategias con relación al producto.....	74
b.- Estrategias de precios.	76
OTRAS ESTRATEGIAS DE DESCUENTO EN PRECIOS.....	77
c.- Estrategias de precios y distribución.....	77
d.- Estrategias de promoción.	77
e.- Estrategias de Venta.	77
g.- Estrategias de Publicidad:	80
5.7.2 Recursos, Análisis Financiero	81
Activo Fijo	81
Depreciación en forma mensual y anual.....	82
Inversión del proyecto.....	82
Detalle de gastos	83
Detalle de costos de ventas.....	84
Detalle de costos de ingresos.....	85
Detalle de Estado de Resultados.....	86
Detalle de Flujo de Cajas.....	87
Balance General	88
RAZONES FINANCIERAS.....	89
RAZÓN DE LIQUIDEZ.....	89
CAPITAL NETO DE TRABAJO	89
RAZÓN DE EFECTIVO	89
RAZONES FINANCIERAS DE RENTABILIDAD	90
Valor del dinero (VAN), Tasa interna de Retorno (TIR)	92
5.7.3. Impacto	93
5.7.4. Cronograma	93

5.7.5. Lineamiento para evaluar la propuesta	94
Conclusiones.....	95
Recomendaciones.....	96
BIBLIOGRAFIA:	97
ANEXOS	102
ANEXO A: ENCUESTA.....	102
ANEXO B: Requisitos de inscripción de persona natural.....	106
ANEXO C: Requisitos de inscripción de sociedades	107
ANEXO D: Requisitos para obtener patente municipal anual (primera vez)	108
ANEXO E: Requisitos para trámites en la Empresa Pública Cuerpo de Bomberos de Milagro	109
ANEXO F: Proforma de muebles y oficina	110
ANEXO G: Equipo de salón	111
ANEXO H: PLANOS	112

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1:Rango de Edades	38
Cuadro 2: Empresa de Eventos Sociales	43
Cuadro 3: Nueva empresa.....	44
Cuadro 4: Contratación de Eventos Sociales	45
Cuadro 5: Costos Eventos Infantiles.....	46
Cuadro 6: Formalidad de Pagos	47
Cuadro 7: Tipos de Eventos Sociales.....	48
Cuadro 8: Actividades Infantiles	49
Cuadro 9: Salones actuales - infraestructura.....	50
Cuadro10: Preferencia de locales.....	51
Cuadro 11: Consideración de los Salones.....	52
Cuadro 12: Códigos Sectoriales:	78
Cuadro 13: Sugerencia de Precios:	78
Cuadro 14: Paquetes promocionales 1 y 2:.....	78
Cuadro 15: Paquetes promocionales 3 y 4:.....	79

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Empresa de Eventos Sociales.....	44
Gráfico 2: Nueva empresa	45
Gráfico 3: Contratación de Eventos Sociales.....	46
Gráfico 4: Costos – Eventos Infantiles	47
Gráfico 5: Formalidad de Pagos	48
Gráfico 6: Tipos de Eventos Sociales	49
Gráfico 7: Actividades Infantiles.....	50
Gráfico 8: Salones actuales - infraestructura	51
Gráfico 9: Preferencia de locales.....	52
Gráfico 10: Salones	53

RESUMEN

Este proyecto lo realizamos con el objetivo de buscar una solución a la insatisfacción de la ciudadanía milagreña con la creación de una empresa que brinde asistencia al usuario en organización de eventos infantiles con un servicio personalizado y de calidad para satisfacer a nuestros clientes el deseo de encontrar en un solo lugar todo lo que necesita cubriendo sus expectativas que hagan de su evento un encuentro inolvidable, la preparación y realización de eventos infantiles en el cantón Milagro, provincia del guayas, con el propósito de que la población del cantón disponga de servicios de alta calidad, creatividad e innovación permanente siempre en búsqueda de mantener la actualidad en relación con las nuevas tendencias de moda, sin descuidar el mantener la accesibilidad de los precios de nuestros productos para que sean alcanzable y cómodos al presupuesto de nuestros clientes además, el cliente contara con un servicio personalizado con recurso humano altamente capacitado que dará exclusividad en el diseño de su evento que lo convertirá en único y le otorgara distinción.

El resultado obtenido en cada uno de los índices financieros realizados dentro de este estudio nos permite demostrar que es factible la creación de la empresa propuesta en este proyecto.

Palabras Clave: Eventos Infantiles, Organización, creatividad.

ABSTRACT

This project was conducted with the aim of seeking a solution to the dissatisfaction of the milagreña citizenship by creating a company that provides user assistance in organizing children's events with personalized service and quality to satisfy our customers desire to find in one place all you need to cover your expectations to make your event an unforgettable encounter , preparation and realization of children's events in Canton Milagro, Guayas province , in order to make the people available services canton high quality, creativity and constant innovation always looking to maintain the present in relation to the new fashion trends without neglecting to maintain the availability of the prices of our products to make them attainable and comfortable budget of our clients also tell the client personalized service with highly trained human resources that will exclusively design your event you become unique and grant him distinction.

The output of each of the financial ratios achieved in this study allows us to demonstrate the feasibility of the creation of the joint proposal on this project.

Keywords: Children's Events, Organization, creativity.

INTRODUCCIÓN

El cantón Milagro está inmerso en un constante crecimiento, y la inexistencia de empresas que se dediquen a ofertar el servicio de organización de eventos sociales de toda clase es insuficiente y la ciudadanía milagreña no cuenta con el beneficio de disponer de todo lo necesario para realizar su celebración incluyendo los accesorios de decoración, souvenir y elementos de pastelería y dulcería acorde al acontecimiento que se celebra,

El objetivo del estudio de factibilidad de una empresa organizadora de fiestas y eventos infantiles en el cantón Milagro, provincia del Guayas, tiene por finalidad determinar de qué forma afecta a la población del Cantón Milagro la no existencia de empresas de organización de fiestas y eventos infantiles que abarque con todo lo necesario acorde al evento que proponga un servicio integral en tanto a la ejecución y asesoramiento de eventos infantiles para cubrir las necesidades de este servicio en nuestro cantón.

El estudio de factibilidad tiene como finalidad plantear la creación de una empresa que se convierta en una fuente de empleo en nuestro cantón ya que la demanda profesional, por parte del mercado laboral es mínima, lo que hace vital aumentar el carácter emprendedor en los profesionales para que se conviertan en generadores de sus propios ingresos.

Hoy en día nuestras familias tienen un ritmo acelerado de vida y cuentan con poco tiempo. A consecuencia de esto, las familias que tienen niños suelen buscar locales que brinden un servicio completo (local, organización, alimentos, golosinas, arreglos, música, entretenimiento, etc.) y que sea conveniente para realizar sus fiestas infantiles. Analizando toda esta información recopilada localizamos un nuevo nicho de mercado dentro del segmento de servicios, proponiendo la creación de una empresa en la ciudad de Milagro que brindará el servicio de organización de fiestas y eventos infantiles con todo lo que esto conlleva. Aunque este no es un servicio nuevo, si es una opción diferente con la que no cuenta la ciudadanía milagreña y de esta forma satisfacer sus necesidades.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. PLANTAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

Según el último Censo Poblacional del año 2010 el Cantón Milagro está dentro de los cantones de crecimiento no tradicionales¹, ya que su incremento poblacional no se debe a que las familias tengan más hijos, sino a fenómenos migratorios internos, ya que nuestro cantón se ha vuelto atractivo por infraestructura educativa.

Aunque según Fabricio Zannzi² acota que son dos factores que han incidido en el crecimiento del Cantón:

- La descentralización con la Constitución de 1998 que le otorgo más recursos a los municipios y se dio la independencia de la Universidad Estatal de Milagro
- La ubicación geográfica

Según Marlon Ramón el crecimiento poblacional se debe a tres factores:

¹David Vera Ex director del INEC año 2012

²Fabricio Zannzi autor del Libro "Milagro Socioeconómico en cifras"

- Educación
- Mercado Laboral
- Infraestructura de Servicios

Debido al crecimiento que ha sufrido Milagro, cada día es más necesario contar con empresas que se dediquen a la prestación de servicios y organización de fiestas y eventos infantiles que vayan acorde al desarrollo de nuestro Cantón.

Nuestro Cantón cuenta con una población de aproximadamente 166634 habitantes³ de los cuales se estima que 65333 habitantes sean económicamente activos⁴, en vista del crecimiento surge la necesidad de satisfacer la demanda de servicios en la organización de fiestas y eventos infantiles. Milagro es una ciudad de alto desarrollo y la necesidad de crecer empresarialmente nos obliga a crear nuevas fuentes de trabajo para poder cubrir las necesidades de la población.

Milagro es una ciudad con alta progresión y la demanda de organización de fiestas y eventos infantiles es mayor con el paso del tiempo, es por ello que la oferta no se alcanza a cubrir y no brindan el servicio adecuado a cada celebración, lo que ocasiona el descontento de la ciudadanía porque se espera que el evento sea algo memorable.

A pesar de contar con locales de organización de eventos estos no son completos, no cuentan con accesorios infantiles, carecen de creatividad e innovación, ya que tienen sus servicios por separado lo que ocasiona que no se pueda encontrar todo lo necesario para la celebración, esto hace que se pierda tiempo y dinero por buscar lo que no hay en el momento y en local escogido.

³<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>

⁴http://www.inec.gob.ec/estadisticas/index.php?option=com_remository&Itemid=&func=startdown&id=1934&lang=es&TB_iframe=true&height=250&width=800

1.1.2 Delimitación del problema

El proyecto se realizará en la Parroquia Milagro, Cabecera Cantonal del Cantón Milagro, Provincia del Guayas. El universo de este estudio será las personas económicamente activas del cantón y su entorno.

1.1.3 Formulación del problema

¿De qué manera afecta a la población del Cantón Milagro la no existencia de empresas de organización de fiestas y eventos infantiles que abarque con todo lo necesario acorde al evento?

1.1.4 Sistematización del problema

¿Cómo afecta la falta de accesorios recreativos en un evento infantil?

¿De qué manera influyen la poca creatividad e innovación con respecto al uso de los materiales?

¿En qué forma afecta el no brindar el servicio adecuado al evento?

¿En qué influye el no contar con el beneficio de encontrar todo en un mismo sitio?

1.1.5 Determinación del tema

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de organización de fiestas y eventos infantiles en el Cantón Milagro con todos los servicios incluidos.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivos Generales de la investigación

Determinar de qué forma afecta a la población del Cantón Milagro la no existencia de empresas de organización de fiestas y eventos infantiles que abarque con todo lo necesario acorde al evento

1.2.2. Objetivos específicos de la investigación

1. Establecer cómo influyen la falta de accesorios en el desarrollo de un evento infantil.
2. Analizar qué efecto provoca la poca creatividad e innovación al no usar los materiales correctamente.
3. Orientar adecuadamente para que el servicio que se brinde sea acorde al evento.
4. Disminuir tiempo, costos e indecisiones ya que encuentro todo en un mismo lugar.

1.3. JUSTIFICACIÓN

En el Cantón Milagro ya son usuales las celebraciones infantiles y demás eventos y por tal razón es de vital importancia analizar el servicio que brindan los salones de eventos existentes en la actualidad.

Comúnmente se acostumbra ver en los locales de artículos para fiestas siempre lo mismo, artículos confeccionados en serie, por lo tanto muchas celebraciones son iguales porque los productos son masivos, esta será una diferencia significativa ya que el servicio será personalizado independientemente del presupuesto del cliente, es decir será único ya que a pesar de que puedan escoger el mismo personaje muchas veces, los accesorios serán diferentes de acuerdo a los gustos de los clientes. Incluso pueden llevar muestras de uno o varios artículo y luego la empresa lo combina en uno que sea del agrado del cliente, haciéndolo exclusivo dentro del mercado.

El servicio no solo se limitara a describir los productos o servicios estándares que se ofrece, sino que también se darán asesorías profesionales, con personal altamente calificado que estará disponible permanentemente en las instalaciones. Esta asesoría profesional incluye diseño innovador, variedad de artículos a utilizarse, concejos actualizados basados en las últimas tendencias de organización de eventos que vayan acorde a la demanda del cliente.

En nuestra ciudad es común ver celebraciones infantiles organizadas en los hogares, provocando la incomodidad de los padres al tratar de adecuar el espacio para los accesorios de la fiesta; esto incurre a que ellos no participen del evento y más bien se dedican a atender a los invitados y al finalizar la fiesta terminan cansados y no han compartido con sus hijos que son los celebrados. Motivo por el cual se creara una empresa de organización de fiestas y eventos infantiles que evitará a los padres de familia pérdida de tiempo, deterioro de los muebles del hogar, a su vez conllevan al bienestar de los padres porque no sufren el agotamiento físico que produce la organización del evento.

La empresa de organización de fiestas y eventos infantiles contará con dos ambientes, lo que facilitará una mejor atención a nuestros clientes, además brindaremos la garantía de que en nuestros eventos siempre contaremos con animación desde el inicio hasta el final del mismo. Ya que por lo general el servicio es limitado porque un animador (payaso, mimo, personajes, etc.) tiene que distribuir su tiempo entre dos o más eventos en el mismo día, a diferencia de esto ofreceremos animación continúa durante todo el evento dándole tranquilidad al cliente.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEORICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

Siendo Milagro uno de los cantones que más sobresale en la provincia del Guayas, no es posible no contar con un salón de eventos para fiestas de niños.

Ya que hoy en día se opta más por contratar un servicio que brinde todo un paquete y de esta forma se evita que los padres de familia utilicen sus hogares ya que ese es un trabajo muy cansado y lo cual no les permite disfrutar del cumpleaños de alguno de sus hijos, es por esto que optan por contratar estos paquetes en las cuales incluyen todo lo necesario empezando desde el local en donde se realizara el evento hasta la comida.

Con este proyecto se busca brindar a las personas un lugar innovador en el cual se sientan cómodos para realizar este tipo de festividades.

Además puedan elegir qué tipo de tema sea su fiesta ya sea de tipo Héroes o a la vez de Artistas de Hollywood; con esto se quiere disminuir los niveles de inconformidad de la demanda que tienen las personas milagreñas al no contar con este tipo de empresas.

2.1.2 Antecedentes referenciales

Al contar con toda esta información es que se ha decidido crear un estudio factibilidad para encontrar si la creación de este tipo de empresas es o no rentable.

En la Ciudad de Milagro se cuenta con dos empresas y estos son:

Referencia 1:

Celebration:

Empresa que inició su actividad en el 2009, ofreciendo todo tipo de servicios para que los padres que quieran realizar este tipo de eventos se sientan a gusto con la empresa, una de sus metas es llegar a crear otra empresa que se dedique exclusivamente a los niños de 9 y 14 años en los que incluirán juegos extremos.

Su ubicación es Km 1 y Av. Jaime Roldós vía Km 26 (junto a Ecuaquímica), la capacidad con la que se cuenta en el local es de 200 personas y el precio varía dependiendo de lo que el cliente solicite.

Sus costos son:

Servicio limitado: Solo alquiler del local con sillas y mesas \$190

Servicio completo: Decoración, payaso, comida y local \$600

Los servicios que ofrece este local son:

- ☼ Decoración con globos
- ☼ Decoración con flores
- ☼ Mesas, sillas, manteles
- ☼ Juegos infantiles
- ☼ Caritas pintadas
- ☼ Canguileras Samovar
- ☼ Animación, Payaso
- ☼ Meseritas
- ☼ Torta
- ☼ Comida
- ☼ Bocaditos

Referencia 2:

Fiesta club

Sus actividades las inicio en el año 2008, este local se encuentra en la Ciudadela Nuevo San Miguel, Avenida principal frente al Hospital del IESS, tiene una capacidad para 100 personas y cuyo valor varía dependiendo de lo que el cliente pida. Sus costos son:

Si desea un servicio limitado: Solo alquiler del local con sillas y mesas su valor a pagar es de \$170,00

Si desea el servicio completo en el que incluye: Decoración, payaso, comida y local, su valor es de \$415,00

Los servicios que ofrece este local son:

- Juegos inflables
- Animación profesional
- Caritas pintadas
- Snacks
- Decoración
- Títeres
- Zona de bar
- Rincón escénico
- Mini hora loca

Referencia 3:

Título: ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ORGANIZADORA DE EVENTOS CORPORATIVOS EN EL CANTÓN MILAGRO.⁵

Autor:

ROMERO MORALES, MAYRA FERNANDA

TORRES ARIAS, CINTHYA ANABELL

⁵<http://hdl.handle.net/123456789/491>“ESTUDIO DE PRE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PARQUE – SALÓN PARA EVENTOS INFANTILES EN LA CIUDAD DE MILAGRO”,2012.

Resumen: “El desarrollo de la presente investigación se realizó, con el objetivo de determinar la influencia de demanda para verificar la creación de una empresa organizadora de eventos corporativos en el Cantón Milagro. El proyecto surgió como respuesta a la necesidad que tiene el Cantón, ya que actualmente no cuenta con un lugar donde se efectuó la organización de eventos exclusivamente corporativos. Con la finalidad de conocer la opinión de los clientes, se realizó una investigación de mercado a las empresas que residen en el Cantón Milagro y el resultado que se obtuvo fue muy sugestivo, la encuesta demostró que las empresas de Milagro desean contar con los servicios de una organizadora especializada solamente en eventos corporativos. Para obtener la liberación de este mercado, se adoptó una estrategia dirigida a las empresas que solicitan eventos, destacando los beneficios que ofrece el proyecto, los cuales son: Excelente y cómoda instalaciones, creatividad y originalidad en cada evento, atención de calidad y sobre todo seguridad del servicio. También podrá observar en el presente trabajo algunos ingresos, costos y gastos los cuales reflejan la magnitud del trabajo aquí planteado.”⁶

Referencia 4:

Título: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ORGANIZADORA DE TODO TIPO DE EVENTOS SOCIALES EN EL CANTON SIMÓN BOLÍVAR – PROVINCIA DEL GUAYAS

Autor:

BUSTOS TROYA, SHIRLEY YULIANA

GALLEGOS REMACHE, SILVIA PATRICIA

Fecha de publicación: 19-Apr-2013

Resumen: Este trabajo tiene como finalidad crear una empresa que se dedique al asesoramiento, organización al cliente un servicio de calidad para satisfacer el deseo de encontrar en un solo lugar todo lo que necesita y convertir su evento en

⁶<http://hdl.handle.net/123456789/1148>. “ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ORGANIZADORA DE EVENTOS CORPORATIVOS EN EL CANTÓN MILAGRO”,2013

una ocasión inolvidable. Con preparación y realización de cualquier tipo de eventos sociales en el cantón Simón Bolívar, Provincia del Guayas, con el propósito de ofrecer a la población del cantón un servicio de calidad de manera creativa y con nuevas tendencias a medida como vaya avanzando los cambios de la moda, además los precios de los servicios serán accesibles y cómodos para el presupuesto de cada cliente, también se innovara las ideas de cada persona para así hacerlas realidad. Los valores positivos plasmados en cada uno de los índices financieros analizados, demuestran que si es factible la puesta en marcha del proyecto propuesto.⁷

Referencia 5:

Título: CREACIÓN DE UN CENTRO DE EVENTOS SOCIALES DISPONIBLE PARA LAS DISTINTAS CELEBRACIONES DENTRO DEL CANTÓN EL TRIUNFO

Autor:

ZUÑIGA SÁNCHEZ, KATHIUSCA JACKELINE

RAMOS FRANCO, EMILIA PAULINA

Fecha de publicación: 11-Apr-2013

Resumen:

El presente trabajo de investigación nació por la necesidad de contar con un lugar donde se pueda realizar la celebración de cualquier tipo de evento social, con una propuesta diferente e innovadora, para lo cual realizamos una investigación exhaustiva en el Cantón El Triunfo, lugar que es poseedor de un amplio mercado comercial para la creación de este tipo de empresa. La tesis se desarrolló mediante el empleo de técnicas y métodos de investigación como es la observación directa, método deductivo e inductivo, como técnica de investigación utilizamos la encuesta, además del uso de materiales bibliográficos y virtuales, que fueron de mucha ayuda para el desarrollo de esta tesis. La creación del centro de eventos sociales "CHIC

⁷<http://hdl.handle.net/123456789/1413> "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ORGANIZADORA DE TODO TIPO DE EVENTOS SOCIALES EN EL CANTÓN SIMÓN BOLÍVAR – PROVINCIA DEL GUAYAS"

EVENTOS” se implementará en el Cantón El Triunfo, porque aquí no existe una empresa que se dedique a brindar un servicio completo a los habitantes del Cantón al momento de que ellos deseen realizar la organización de cualquier tipo de evento social, esto lo pudimos determinar mediante los resultados obtenidos de las encuestas realizadas. Esta propuesta tendrá definida su filosofía corporativa lo cual comprende la misión, visión, valores, objetivos generales y específicos de la empresa, además de la descripción del equipo de trabajo y del estudio legal para conocer a que reglamentos, ordenanzas y leyes nos tendremos que sujetar al momento de ejecutar este proyecto. Además se realizó el diseño de un logotipo, el cual es la imagen de nuestra empresa, para ser identificados por los habitantes del Cantón, quienes serán atendidos de la mejor manera por nuestro equipo de trabajo altamente calificado, logrando la confianza y fidelidad de cada una de las personas que adquieran nuestro servicio. Para concluir con este trabajo de investigación se efectuó las respectivas conclusiones y recomendaciones, las mismas que deberán ser tomadas en consideración para mejorar las actividades administrativas y operativas de esta nueva opción de negocio en el Cantón El Triunfo.⁸

Referencia 6:

Título: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS Y FIESTAS INFANTILES EN LA CIUDAD DE MILAGRO

Autor:

CEVALLOS ORTIZ, NARCISA

RIOFRIO REVELO, OMAR

Fecha de publicación: ABRIL-2013

Resumen: Tomando en consideración los temas tratados podemos decir que el estudio de contaminación es extenso, por ello, considerando las variables de

⁸<http://hdl.handle.net/123456789/1109>“CREACIÓN DE UN CENTRO DE EVENTOS SOCIALES DISPONIBLE PARA LAS DISTINTAS CELEBRACIONES DENTRO DEL CANTÓN EL TRIUNFO”,2013.

afectación y destrucción de nuestro planeta pusimos en estudio el tema mencionado, y haciendo un preámbulo de los enfoques relacionados podemos decir que la falta de cultura ambiental ha sido uno de las causas para la afectación de la situación actual del universo. La falta de cuidado y contaminación de la naturaleza bajo un estudio de mercado, además podremos encontrar información de todo el sistema investigativo acorde a las situaciones de desbordamiento y hechos actuales ocurridos en todo los países del mundo. En el marco metodológico se determinó la población milagreña según el último censo realizado en el país y así pudimos obtener datos que nos sirven para poder realizar la respectiva recolección de información , análisis del tema antes mencionado tomados en cuenta para la toma de decisiones de la realización futura, también hemos tratado de mencionar los factores que influyen para poder armar un cuadro teórico de misión y visión de una empresa que iniciaría con pie de buen sondeo de mercado, que son entornos de rentabilidad ante un mercado con escasa competencia, desarrollada frente a la innovación de los autores de este tema.⁹

2.1.3 Fundamentación

Fundamentación Científica:

Análisis de las cinco Fuerzas de Porter

Creadas por el economista y profesor Michael Porter de la Harvard Business School Michael Porter en 1979.

Las 5 Fuerzas de Porter es un modelo holístico, que se basa en evaluar tanto objetivos y recursos frente a las cinco fuerza que rigen la competencia. Que permite analizar cualquier industria en términos de rentabilidad.

Estas fuerzas son:

⁹<http://hdl.handle.net/123456789/1981> “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS Y FIESTAS INFANTILES EN LA CIUDAD DE MILAGRO”,2013

(F1) Poder de negociación de los Compradores o Clientes.

- ✓ Concentración de compradores respecto a la concentración de compañías.
- ✓ Grado de dependencia de los canales de distribución.
- ✓ Posibilidad de negociación, especialmente en industrias con muchos costes fijos.
- ✓ Volumen comprador.
- ✓ Costes o facilidades del cliente de cambiar de empresa.
- ✓ Disponibilidad de información para el comprador.
- ✓ Capacidad de integrarse hacia atrás.
- ✓ Existencia de sustitutivos.
- ✓ Sensibilidad del comprador al precio.
- ✓ Ventaja diferencial (exclusividad) del producto.
- ✓ Análisis RFM del cliente (Compra Recientemente, Frecuentemente, Margen de Ingresos que deja).

(F2) Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores.

El “poder de negociación” es una amenaza impuesta sobre la industria por parte de los proveedores, ya que ellos son los que cuentan con el poder ya sea por su grado de concentración o ya sea porque ellos con los que proveen los productos o por el impacto que causa la venta de sus productos o insumos etc. La capacidad de negociar con los proveedores, se considera generalmente alta por ejemplo en cadenas de supermercados, que pueden optar por una gran cantidad de proveedores, en su mayoría indiferenciados. Algunos factores asociados a la segunda fuerza son:

- ⊗ Facilidades o costes para el cambio de proveedor.
- ⊗ Grado de diferenciación de los productos del proveedor.
- ⊗ Presencia de productos sustitutivos.
- ⊗ Concentración de los proveedores.
- ⊗ Calidad diferente.

(F3) Poder de nuevos entrantes

Los factores que definen esta fuerza son:

- ✚ Existencia de barreras de entrada.
- ✚ Diferencias de producto en propiedad.
- ✚ Valor de la marca.
- ✚ Costes de cambio.
- ✚ Requerimientos de capital.
- ✚ Acceso a la distribución.
- ✚ Acceso a canales de distribución.
- ✚ Políticas de gobierno

(F4) Amenaza de productos sustitutos.

La amenaza de los productos sustitutos se da cuando estos ingresan al mercado con una mejor calidad, con mayor tecnología y a la vez con un menor precio.

Entre otros factores tenemos:

- ⊗ Tendencia del comprador hacia productos alternativos
- ⊗ Evolución de los precios relativos de los alternativos
- ⊗ Los costos de cambio de comprador
- ⊗ Percepción del nivel de diferenciación entre productos

(F5) Rivalidad entre los competidores.

La rivalidad entre competidores es el resultado de las cuatro fuerzas anteriores, ya que esta define el índice de rentabilidad de un sector ya que si este no encuentra en competencia, este va a ser más rentable, pero si este tiene competencia va tener menos rentabilidad y muchas veces ocasiona perdida. (Porter, 1979)

Fundamentación Sociológica:

Es una ciencia, en la que su campo de reflexión, estudio y debate, busca un conocimiento sobre la sociedad, o más bien sobre “lo social”, se investiga la sociedad como un todo, en su totalidad. Una totalidad objetiva, pero una totalidad

social que no depende ni de nuestra conciencia ni de nuestra voluntad. A la Sociología le interesan los condicionamientos e impactos sociales de todo lo que se siente, se cree, se hace y trata de explicar, prever, y evaluar las estructuras sociales que se forman, cómo funcionan esas estructuras, así como la dinámica, los cambios y las tendencias de la sociedad con sus respectivos métodos de investigación.

Surge con el filósofo **Augusto Comte** (1798-1857), de origen francés padre de la sociología que desde finales del XIX decía que la Sociología es la verdadera ciencia sobre la sociedad, dando al traste con las teorías utópicas de cómo debe ser la sociedad y no de cómo realmente es.

Para **Emile Durkheim** (1858-1917), otro clásico de la Sociología, ella constituye una ciencia que estudia los hechos sociales como cosas independientes del hombre como su manera de pensar, sentir, actuar y que ejercen una influencia decisiva en él. Entre los hechos sociales que estudio Durkheim están, la vida religiosa, la educación, el idioma, los movimientos de la población, entre otras.

Humanismo: Representado por Abraham Maslow (1908-1970) y Carl Rogers (1902-1987), siendo representativo de esta escuela también Gordon Allport y Erich Fromm.

Para Maslow, el ser humano se siente desarrollado en el momento en que sus necesidades están descubiertas, empezando por las más básicas, como comer, dormir hasta las emocionales o afectivas y de autorrealización. Establecido una escala piramidal graduando en orden estas necesidades, Autorrealización, Autoestima, amor y pertenencia, seguridad y necesidades Fisiológicas. Según él para tener cubiertas todas las necesidades superiores, habrían de estar resueltas las inmediatamente inferiores. Las dos primeras hacen referencia a las necesidades físicas y las tres últimas necesidades psíquicas.

Cognitiva: Jean Piaget es el autor más reconocido de esta escuela (1896-1980), si para el conductismo, la conducta humana se basaba en reacciones estímulo-respuestas, para la escuela cognitiva la persona es algo más que una simple respuesta, se resumirá en una reacción estímulo-organismo-respuesta. Así, entre el

estímulo y la respuesta que se emite existe un proceso mental que da lugar a uno u otro comportamiento.

La psicología se encarga del estudio del alma, siendo considerada como la disciplina dependiente de la filosofía con el pasar del tiempo se han realizado otros estudio de la psicología con muchas aportaciones de muchos autores, actualmente la psicología se puede entender como la ciencia que estudia el comportamiento y los procesos mentales del ser humano con el fin de relatar, deducir, anunciar y controlar la conducta del ser humano.

Existen una serie de subdisciplinas de la psicología, se puede hacer una distinción básica para mayor facilidad, tenemos la psicología Básica que trata fundamentalmente al comportamiento humano, sus diferentes procesos mentales y su conducta, y la Psicología aplicada da la aplicación práctica estos conocimientos, es decir, darles utilidad con el fin de buscar soluciones a los conflictos y problemas del ser humano. (Fernando & GARCÍA GÁMIZ, 2012)¹⁰

Por las aportaciones dadas por los diferentes autores de la escuela de psicología nos damos cuenta que es parte integral del ser humano ya que estudia el nivel de comportamiento, sus actitudes, sus emociones, su manera de integrarse a la sociedad, su personalidad, con el pasar del tiempo ha ido evolucionando estas escuelas pero llegando a una conclusión en común que el hombre está dotado de necesidades que deberán ser suplidas físicas como mentalmente para su autorrealización con el fin de buscar soluciones a sus problemas y la adaptabilidad del hombre en el medio ambiente controlando la conducta humana.

Fundamentación Pedagógica:

La pedagogía se asume como ciencia en la educación, como la desarrollo de la persona para aportar al desarrollo cultural de la sociedad, es decir pone en práctica los conocimientos, habilidades, valores y métodos de la cultura del hombre a través

¹⁰ ATIENZA MARTINEZ, Juan Fernando, GARCIA GÁMIZ, Mari Luz: *Promoción de la Salud*, pp. 122-123.

de las destrezas y enseñanza sistematizadas de una sociedad moderna y civilizada. Para coadyuvar los vínculos se crea la dirección escolar, que es el proceso educativo, en la que establecen las relaciones de unidad, coordinación y dirección de los subordinados. Este proceso educacional cumple las funciones: instructiva, formativa y social, esto se logra con la relación maestro-alumno, en el cual el maestro actúa de guía y el alumno de subordinado, esto permite desarrollar el profesionalismo en él maestro y la desarrollar la personalidad de los estudiantes.¹¹

La educación no es solo la adquisición de conocimientos a través de las experiencias, también tiene un ámbito hogareño que se logra con la comunicación, diálogo, y dinámica de las personas que se encuentran en el entorno, el proceso de educación y adquisición de conocimientos no termina nunca.

La educación inicial proviene del hogar en el cual los padres dirigen y ayudan a desarrollar la personalidad de sus hijos a través de la educación, los buenos modales y las costumbres, es por eso que la educación pedagógica proporciona valores y principios que son eficientes en el desempeño de sus actividades y cooperan en desarrollo integral y cultural en la sociedad.

2.2 MARCO LEGAL

Ley de Compañías

Art. 5.- Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional.

Art. 16.- La razón social o la denominación de cada compañía, que deberá ser claramente distinguida de la de cualquiera otra, constituye una propiedad suya y no puede ser adoptada por ninguna otra compañía.

¹¹ <http://www.revistaedusoc.rimed.cu/>

Art. 26.- El ejercicio económico de las compañías terminará cada treinta y uno de diciembre.

Art. 32.- Las compañías constituidas válidamente conforme a leyes anteriores se sujetarán, en cuanto a su funcionamiento, a las normas de la presente Ley. (Ley de Compañías)

Trámites en el SRI

En el caso de empresas con personería jurídica, el representante o apoderado deberá presentar una copia de la escritura pública de constitución. Debe estar inscrita en los registros públicos, además se debe adjuntar los recibos de luz, agua o teléfono del domicilio fiscal. (Donde estará ubicado el negocio).

Para inscribirse en el RUC se llenara los formularios que correspondan según el régimen al que haya decidido acogerse. Se debe solicitar la autorización de impresión de los comprobantes de pago.

Emisión del Registro Único de Contribuyentes (RUC).

El Registro Único de Contribuyentes (RUC), permite que el negocio funcione normalmente y cumpla con las normas que establece el Código Tributario en materia de impuestos. La emisión del RUC requiere de los siguientes requisitos:

Persona natural:

1. Copia a color de la cedula de ciudadanía y papeleta de votación.
2. Planilla de energía o agua potable.
3. Tipo de negocio o actividad a la que se dedica. (Ver anexo B)

Compañía:

1. Copia a color de la cedula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada del representante legal.
2. Llenar datos de la compañía en los formularios del RUC 01A – 01B.
3. Nombramiento del representante legal.

4. Planilla de energía o agua potable, o un documento que indique la dirección del contribuyente (empresa), en caso de no tener local propio el contrato de arrendamiento del bien inmueble.
5. Original y copia de la escritura de constitución.
6. Carta que indique los datos del contador de la compañía.
7. Tipo del negocio o actividad a la que se dedica.
8. Firma y retira el RUC.(Ver anexo C)

Este trámite no tiene costo monetario.

Ley de Régimen Tributario Interno

Art. 19.- Obligación de llevar contabilidad.- Están obligadas a llevar contabilidad y declarar el impuesto en base a los resultados que arroje la misma todas las sociedades. También lo estarán las personas naturales y sucesiones indivisas que al primero operen con un capital cuyos ingresos brutos o gastos anuales del ejercicio inmediato anterior, sean superiores a los límites que en cada caso se establezcan en el Reglamento, incluyendo las personas que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares.

Art. 52.- Objeto del impuesto.- Se establece el impuesto al valor agregado (IVA), que grava al valor de la transferencia de dominio o a la importación de bienes muebles de naturaleza corporal en todas sus etapas de comercialización, así como a los derechos de autor, de propiedad industrial y derechos conexos, y al valor de los servicios prestados, en las formas y condiciones que prevé esta ley.

Art. 61.- Hecho generador.- El generador del IVA se verificará en los siguientes momentos:

En las prestaciones de servicios, en el momento en que se preste efectivamente el servicio, o en el momento del pago total o parcial del precio o acreditación en cuenta, a elección del contribuyente, hecho por el cual se debe emitir obligatoriamente el respectivo comprobante de venta.

Art. 202.- Obligación de declarar y pagar:

Productores de bienes nacionales y prestadores de servicios.

Autorización y licencia de funcionamiento Municipal

En la municipalidad del distrito donde se instalará su negocio tendrá que tramitar la licencia de funcionamiento. (Ver anexo D)

Tasa de habilitación o permiso de funcionamiento

- Copia del RUC
- Copia del Nombramiento Representante Legal
- Cédula y Papeleta de Votación del Representante Legal
- Planilla de Luz
- Formulario de declaración para obtener la patente
- Certificado de seguridad del Cuerpo de Bomberos
- Declaraciones del Impuesto a la Renta o las declaraciones del impuesto al valor del ejercicio económico anterior al que va a declarar.

Todos estos documentos son básicos para los otros permisos operacionales que otorgan los cabildos.

Permisos de Cuerpos de Bomberos

Es un documento que da la mencionada entidad del estado una vez que el personal del Cuerpo de Bomberos haya inspeccionado el local en la cual básicamente se revisa la instalación y se asegura que tengas medios para prevenir y contrarrestar cualquier tipo de incendio que se presente:

- a) Copia del RUC
- b) Copia del Nombramiento Representante Legal
- c) Copia de Cédula y Papeleta de Votación del Representante Legal
- d) Planilla de Luz

e) Pago de tasa o permiso, de acuerdo a la actividad económica (Ver anexo E)

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Pymes: Pyme es el acrónimo de pequeña y mediana empresa. Se trata de la empresa mercantil, industrial o de otro tipo que tiene un número reducido de trabajadores y que registra ingresos moderados. (WordPress, 2014)¹²

Financiamiento.- Conjunto de recursos monetarios financieros que se destinarán para llevar a cabo un proyecto económico. (Defincion abc)

Consolas.- Además de las consolas de juegos también están las de edición y efectos especiales. Son pequeños equipos con salidas y entradas de audio y video que permiten la mezcla de señales de audio y video. Las consolas pueden funcionar mediante una computadora o prescindir totalmente de ella. (Asanvica, 2011)

Comunicación: Es el proceso por el que se transmite una información de un emisor a un receptor, de tal manera que se produce un intercambio de mensajes, ideas, sentimientos y acciones entre las personas. Es una de las necesidades básicas en las relaciones del ser humano. (FERNANDEZ)¹³

Calidad: “Conjunto de aspectos y características de un producto y servicio que guardan relación con la capacidad para satisfacer las necesidades expresadas o latentes (necesidades que no han sido atendidas por ninguna empresa pero que son demandadas por el público) de los clientes”. (EQUIPO VERTICE)¹⁴

¹² BATEMAN, Thomas, SNELL, Scott: *Administración, liderazgo y colaboración en un mundo competitivo*, p. 25

¹³ FERNANDEZ, *Comunicación Empresarial y Atención al Cliente*, p. 3.

¹⁴ EQUIPO VERTICE, *Atención al Cliente*, (p. 1).

Usuarios: Los servidores públicos que en el desempeño de sus funciones hacen uso de los servicios de Tic. (MAAGTIC: Tips de Instrumentación, 2010; MAAGTIC: Tips de Instrumentación, 2010)¹⁵

Personal: Se realizan las actividades tendientes a coordinar y optimizar las habilidades, los conocimientos, experiencias y competencias de las personas que trabajan en la institución, con el fin de lograr su máxima eficiencia. (MUNCH GALINDO, Lourdes,)¹⁶

Clima laboral: Es un indicador fundamental de la vida de la empresa, condicionado por múltiples cuestiones: desde las normas internas de funcionamiento, las condiciones del lugar de trabajo y equipamiento pasando por las actitudes de las personas que integran el equipo, los estilos de dirección de líderes y jefes, los salarios y remuneraciones, hasta la identificación y satisfacción de cada persona con la labor que realiza. (; GAN BUSTO, Federico)¹⁷

Organización: Para Lawrence y Lorsch Organización es la coordinación de distintas actividades de participantes individuales con el objeto de efectuar transacciones planeadas con el ambiente. (CHIAVENATO, Idalberto)¹⁸

Programa.- Elemento clave en las reuniones empresarias o institucionales para tener en claro cómo será la marcha del encuentro. (Terminos relacionados con la Organizacion de Eventos)

Salones.- Muestras monográficas, donde se exponen con fines comerciales los productos de una determinada industria, como automóviles o embarcaciones. (Terminos relacionados con la Organizacion de Eventos)

¹⁵ MAAGTIC: Tips de Instrumentación: *Glosario*, <http://www.maagtic.com/2010/08/glosario.html>.

¹⁶ MUNCH GALINDO, Lourdes: *Administración proceso administrativa clave del éxito empresarial*, p. 155

¹⁷ GAN BUSTO, Federico, RIGINE I PRETS, Jaime: *Manual de instrumentos de gestión y desarrollo de las personas en las Organizaciones*, p. 275

¹⁸ CHIAVENATO, Idalberto: *Administración de Recursos Humanos El Capital Humano de las Organizaciones*, p.348

Política: La política es aquella práctica que se ocupa de gestionar, de resolver los conflictos colectivos y de crear coherencia social, y su resultado son decisiones obligatorias para todos.¹⁹(<http://sitiosescolares.miportal.edu.sv/12101/innovadores/sociales/Douglas/conceptodepolitica.html>)

Estrategias: En un proceso regulable, conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento.(Real Academia de Lengua Española.)²⁰

Catering o cáterin: Servicio de alimentación institucional o alimentación colectiva que provee una cantidad determinada de comida y bebida en fiestas, eventos y presentaciones de diversa índole.(Gomez)

Rentabilidad: Porcentaje de utilidad o beneficio que rinde un activo durante un período determinado de tiempo. Rentabilidad, en un sentido más amplio, se usa para indicar la calidad de rentable -de producir beneficios- que tiene una actividad, negocio o inversión. (EUMED)²¹

Gasto: Se denomina gasto o egreso a la partida contable que disminuye el beneficio o aumenta la pérdida de una entidad.

Inversión: Es el acto mediante el cual se adquieren ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo. La inversión se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad o negocio con el objetivo de incrementarlo.

Evento: En el ámbito empresarial / profesional un evento es un acto que sirve a su empresa para presentar o potenciar un determinado producto/servicio o una determinada marca, o para poder dar a sus clientes la oportunidad de un acercamiento directo a su empresa, lo que facilita en todo caso nuestros objetivos de idealización frente a la competencia del mercado actual. (Organizacion de eventos)

¹⁹<http://sitiosescolares.miportal.edu.sv/12101/innovadores/sociales/Douglas/conceptodepolitica.html>

²⁰<http://lema.rae.es/drae/?val=ESTRATEGIAS>; Real Academia de Lengua Española.

²¹<http://www.eumed.net/cursecon/dic/R.htm#rentabilidad>

Eventos Sociales: Hecho relevante y programado que puede comprender cualquier espacio social, artístico, deportivo y los mismos pueden presentarse como seminarios, talleres, conferencias, inauguraciones, exposiciones entre otros. El tipo de evento establecerá la finalidad del mismo, aunque generalmente los eventos sociales se organizan con el principal objetivo de que la gente invitada se relacione entre sí. (Organización de eventos)

Decoración de eventos: Tiene como fin satisfacer a aquellas empresas que quieren encontrar un lugar que les brinde todos los elementos para poder realizar eventos que se encuentren a la altura.

Promoción de ventas: Incentivos de corto plazo para alentar las compras o ventas de un producto o servicio. (Luis Alvarez)

Relaciones públicas: Las Relaciones Públicas son un conjunto de acciones de comunicación estratégica coordinadas y sostenidas a lo largo del tiempo, que tienen como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos para lograr consenso, fidelidad y apoyo de los mismos en acciones presentes y/o futuras. (Aurea Morar, 2008)

Clase social: Es una forma de estratificación social en la cual un grupo de individuos comparten una característica común que los vincula socioeconómicamente, sea por su función productiva o "social", poder adquisitivo o "económico" o por la posición dentro de la burocracia en una organización destinada a tales fines. (EcuRed)

Recursos Humanos: En la administración de empresas, se denomina recursos humanos (RRHH) al trabajo que aporta el conjunto de los empleados o colaboradores de una organización. Pero lo más frecuente es llamar así al sistema o proceso de gestión que se ocupa de seleccionar, contratar, formar, emplear y retener al personal de la organización. Estas tareas las puede desempeñar una

persona o departamento en concreto junto a los directivos de la organización. (http://www.degerencia.com/tema/recursos_humanos)²²

2.4 HIPOTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

De contar la población del Cantón Milagro con una empresa de organización de fiestas y eventos infantiles que abarque con todo los servicios necesarios acorde a cada evento, esto ayudaría en su mayor parte a satisfacer la demanda y la economía del Cantón, y sería de gran aporte al desarrollo socio económico social de Milagro.

2.4.2 Hipótesis Particulares

1. De contar con una empresa de eventos sociales que brinde todo los servicios, se facilitarían el desarrollo de eventos infantiles.
2. El contar con una empresa que brinde todos los servicios con tecnología y creatividad de punta la demanda en el mercado de Milagro se incrementaría.
3. De contar con una empresa de eventos sociales que brinde todo los servicios, se orientara adecuadamente para que el servicio que se brinde sea acorde al evento.
4. De contar con una empresa de eventos sociales que brinde todo los servicios, disminuiría la pérdida de tiempo, costos e indecisiones ya que un mismo proveedor me brindaría todos los servicios.

²² http://www.degerencia.com/tema/recursos_humanos

2.4.3 Declaración de variables

COMPONENTES	VARIABLES
<p>Hipótesis general</p> <p>De contar la población del Cantón Milagro con una empresa de organización de fiestas y eventos infantiles que abarque con todo los servicios necesario acorde a cada evento, esto ayudaría en su mayor parte a satisfacer la demanda y la economía del Cantón, y sería de gran aporte al desarrollo socio económico social de Milagro.</p>	<p>SERVICIOS</p> <p>SATISFACIÓN</p>
<p>Hipótesis específica 1</p> <p>De contar con una empresa de eventos sociales que brinde todo los servicios, se facilitarían el desarrollo de eventos infantiles.</p>	<p>DESARROLLO EVENTOS</p> <p>DEMANDA</p>
<p>Hipótesis específica 2</p> <p>El contar con una empresa que brinde todos los servicios con tecnología y creatividad de punta, la demanda en el mercado de Milagro se incrementaría.</p>	<p>TECNOLOGÍA</p> <p>MERCADO</p>
<p>Hipótesis específica 3</p> <p>De contar con una empresa de eventos sociales que brinde todo los servicios, se orientara adecuadamente para que el servicio que se brinde sea acorde al</p>	<p>CREATIVIDAD</p> <p>TECNOLOGÍA</p>

evento.	
<p>Hipótesis específica 4</p> <p>De contar con una empresa de eventos sociales que brinde todo los servicios, disminuiría la pérdida de tiempo, costos e indecisiones ya que un mismo proveedor me brindaría todos los servicios.</p>	TIEMPO
	COSTOS

2.4.4 Operacionalización de Variables

COMPONENTES	VARIABLES	DIMENSIÓN	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTE DE INFORMACIÓN
Hipótesis general De contar la población del Cantón Milagro con una empresa de organización de fiestas y eventos infantiles que abarque con todo los servicios necesario acorde a cada evento, esto ayudaría en su mayor parte a satisfacer la demanda y la economía del Cantón, y sería de gran aporte al desarrollo socio económico social de Milagro.	SERVICIOS	Administración de Empresas	Seguimiento y Monitoreo	Encuestas	Población o Clientes
	SATISFACCIÓN	Organización y Eventos	% de nivel de satisfacción	Encuesta	Clientes
Hipótesis específica 1 De contar con una empresa de eventos sociales que brinde todo los servicios, se facilitarían el	DESARROLLO EVENTOS	Administración de Empresas	Plan de estrategias	Reuniones de mejoras continuas	Encuesta

desarrollo de eventos infantiles.	DEMANDA	Administración de Empresa	Socialización y Publicidad	Capacitación y Motivación	Encuesta.
Hipótesis específica 2 El contar con una empresa que brinde todos los servicios con tecnología y creatividad de punta, la demanda en el mercado de Milagro se incrementaría.	TECNOLOGÍA	Organización	% Nivel de Satisfacción	Monitoreo del Evento	Clientes.
	MERCADO	Organización	% Nivel de Satisfacción	Monitoreo y Seguimiento.	Clientes
Hipótesis específica 3 De contar con una empresa de eventos sociales que brinde todo los servicios, se orientara adecuadamente para que el servicio que se brinde sea acorde al evento.	CREATIVIDAD	Administración de empresa	% Nivel de Satisfacción	Monitoreo y seguimiento tecnológico	Clientes
	TECNOLOGÍA	Administración de empresa	% Nivel de Satisfacción	Monitoreo y seguimiento tecnológico	Clientes

Hipótesis específica 4 De contar con una empresa de eventos sociales que brinde todo los servicios, disminuiría la pérdida de tiempo, costos e indecisiones ya que un mismo proveedor me brindaría todos los servicios.	TIEMPO	Administración de empresa	Control de Costos	Monitoreo y seguimiento tecnológico.	Clientes
	COSTOS	Administración de empresa	Control	Monitoreo y seguimiento tecnológico	Clientes

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y PERSPECTIVA GENERAL

El proyecto de Investigación, se puede definir según el tipo de estudio que ayudara a comprobar las hipótesis establecidas y se determinara en las siguientes características:

SEGUN SU FINALIDAD:

Investigación aplicada

También conocida como practica o empírica, busca la aplicación o utilización de los conocimientos que se adquieren, depende de los avances y resultados de la investigación básica, lo que le interesa al investigador, son las consecuencias prácticas²³.

Su objetivo consiste en ampliar y profundizar cada vez nuestro saber de la realidad y, en tanto este saber que se pretende construir es un saber científico, su propósito será el de obtener generalizaciones cada vez mayores (hipótesis, leyes teorías)²⁴.

²³<http://es.scribd.com/doc/39143338/Investigacion-Aplicada>

²⁴http://www.slideshare.net/Del_Leoo/investigacion-aplicada-14139462

Para efecto de nuestra investigación, utilizaremos la investigación aplicada, ya que nos permitirá brindar las posibles soluciones referentes a la carencia de lugares que brinde servicios todo incluido en fiestas infantiles y sociales.

SEGÚN SU CONTEXTO:

Investigación de campo.- Son aquellas que le sirven al investigador para relacionarse con el objeto y construir por sí mismo la realidad estudiada. Tienen el propósito de recopilar información empírica sobre la realidad del fenómeno a estudiar y son útiles para estudiar a fondo un fenómeno en un ambiente determinado²⁵.

Utilizaremos esta investigación, debido a la relación que se nos presenta con la población activa del Cantón Milagro que busca celebrar sus reuniones sociales e infantiles en un lugar seguro y que brinde todas las comodidades en un solo lugar, tanto para sus invitados como para sus niños.

SEGÚN SU OBJETIVO

Investigación Descriptiva.- Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes, o sobre como una persona, grupo o cosa, se conduce o funciona en el presente (A & RODRIGUEZ, 2005).

La tarea del investigador en este tipo de investigación tiene las siguientes etapas:

- ❖ Descripción del problema
- ❖ Definición y formulación de hipótesis
- ❖ Supuestos en que se basan las hipótesis
- ❖ Marco teórico y conceptual

²⁵<http://www.geocities.ws/roxloubet/investigacioncampo.html>

- ❖ Selección de técnicas de recolección de datos
- ❖ Categorías de datos a fin de facilitar relaciones
- ❖ Verificación de validez de instrumentos
- ❖ Recolección de los datos
- ❖ Descripción análisis e interpretación
- ❖ Conclusiones.

El propósito de esta investigación es describir paso a paso la forma en que se llegara a la realidad del problema planteado y su característica fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta a través de los diferentes datos que se recaben.

Adicionalmente se soporta principalmente en técnicas como la encuesta, observación y revisión documental.

Investigación documental.- Consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto del tema objeto de estudio, entre las principales fuentes documentales son: documentos escritos como libros, periódicos, revistas, actas notariales, tratados(BERNAL & Augusto, 2006)

Esta investigación trata de recopilar información necesaria, requiriendo fuentes de datos fiables como: libros, internet, revistas, que nos permitirá obtener mayor conocimiento respecto a la problematización planteada.

Investigación Explicativa.- Su objetivo se centra en explicar porque ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiestan o por qué se relacionan dos o más variables.²⁶

Para efecto de nuestro estudio, utilizaremos la investigación descriptiva y explicativa debido a que realizaremos un análisis detallado de cada uno de los factores o variables que serán investigados y posteriormente dar explicaciones, mediante un

²⁶http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lmk/munoz_m_m/capitulo3.pdf

criterio preciso del porqué un estudio de factibilidad para creación de una organización que brinde servicios sociales, todo incluido donde el cliente solo se preocupe en asistir.

SEGÚN EL CONTROL DE LAS VARIABLES.

Investigación Experimental.- (A & RODRIGUEZ, 2005, pág. 25) se presenta mediante la manipulación de una variable experimental no comprobada en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de describir de qué modo o porque causa se produce una situación o acontecimiento particular.

Investigación no experimental.- (GOMEZ, 2006, pág. 25) porque no se manipular deliberadamente las variable, lo que se hace en este tipo de investigación es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto, natural para posteriormente proceder analizarlos.

Además se observan situaciones ya existentes no provocadas intencionalmente por el investigador, aquí las variables independientes ya han ocurrido por ende el investigador no tiene control directo sobre ellas, se da de manera sistemática y empírica.

En nuestro estudio utilizaremos la investigación no experimental debido a que no se afectará intencionalmente a ninguna de las variables, para luego ser analizadas.

SEGÚN EL DISEÑO

Estudio cuantitativo.- Utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento de una población.²⁷

²⁷<http://metodologiadelainvestigacion.lacoctelera.net/post/2010/05/20/enfoque-cuantitativo-y-cualitativo>

Estudio cualitativo.- Se utiliza primero para descubrir y refinar preguntas de investigación. A veces, pero no necesariamente, se prueban hipótesis con frecuencia se basa en métodos de recolección de datos sin medición numérica, como las descripciones y las observaciones.

Para el desarrollo investigativo de nuestra investigación será el tipo cuantitativo, por cuanto mide los ingresos y gastos que se obtendrán durante el desarrollo de la empresa y su negocio en marcha, permitiendo analizar los datos de manera científica con la ayuda de herramientas como la estadística y las finanzas.

SEGÚN SU OBJETIVO GNOSEOLÓGICO:

Exploratoria.- *“Se efectúa cuando el objetivo es examinar un tema o un problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes”* (Díaz, 2006),

El tema de organización de eventos y fiestas infantiles es un tema que siempre está presente en la ciudadanía, por motivo de que estas tienden a ser celebradas por lo general cada año o cada cinco años dependiendo de las posibilidades del cliente, pero en la ciudad de Milagro este tema es poco común por motivo de que las celebraciones tienden a hacerse en los hogares.

Descriptiva.- *“Buscan especificar propiedades importante de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Miden o evalúan diferentes aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar”* (Díaz, 2006).

En este método lo que se busca es determinar las costumbres, situaciones y actitudes de las personas a las cuales se les brindara el servicio, ya que así se conocerá con exactitud qué es lo que quiere la ciudadanía.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

Conceptos:

“Población, colección de todos los elementos que se están estudiando y sobre los cuales intentamos llegar a conclusiones” (Richard I. Levin, 2004). La población es el universo al cual vamos a dar seguimiento para conocer las necesidades insatisfechas.

“Muestra es el grupo de individuos que realmente se estudiarán, es un subconjunto de la población” (Icart I. Maria Teresa, 2006). La muestra trata de definir al número de personas para realizar nuestro estudio.

“Población es un todo y muestra es una fracción o segmento de ese todo”(Richard I. Levin, 2004), por eso diferenciamos como población el universo y muestra un número de personas escogidas del universo.

A la población la podemos dividir en dos tipos:

Población finita es cuando se determina el número proporcional de personas que se consideran para el estudio, es aquella que puede llegar a alcanzarse o sobrepasar al contar.²⁸

Población infinita es cuando la cantidad de personas es indeterminada para el análisis o estudio, no hay un límite para generar un resultado²⁹.

En nuestro estudio de factibilidad se utilizará la población finita, ya que conocemos a través del Censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos el

²⁸ Gestipolis. <http://www.gestipolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/eco/44/estadistica.htm>

²⁹Ing. Villegas Alemán Allan, Curso de Probabilidad y Estadística <http://www.uaca.ac.cr/bv/ebooks/estadistica/9.pdf>

número de habitantes del cantón Milagro, y con esta información a la población económicamente activa.

3.2.1 Características de la población

Para nuestro estudio de investigación se consultará a la población económicamente activa del Cantón Milagro provincia del Guayas, considerando edades entre 25 a 65 años de edad, clase media y alta entre hombres y mujeres que estén en la posibilidad de adquirir servicios todo incluido en eventos sociales e infantiles.

3.2.2 Delimitación de la población

El estudio está basado en rangos dados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), considerando la población activa del Cantón Milagro provincia del Guayas donde se consta de 65333 personas de las zonas rurales y urbana, considerando que cada una de ellos cuentas con hijos menores de edad nombradas en el censo del año 2010 realizada por esta institución.

Cuadro 1 Rangos de edades

Rangos	Total
De 25 a 29 años	11543
De 30 a 34 años	10707
De 35 a 39 años	9564
De 40 a 44 años	8441
De 45 a 49 años	8418
De 50 a 54 años	6681
De 55 a 59 años	5637
De 60 a 65 años	4342
	65333

Fuente: INEC: Censo Nacional de Población y Vivienda 2010

Elaboración propia

3.2.3 Tipo de muestra

No probabilística: Es aquella en la que el investigador escoge a las personas u objetos no por probabilidad sino por motivos relacionados con las características que necesita el investigador, que es quien decide qué tipo de muestra utilizar.

El tipo de muestra para esta investigación es no probabilística porque se ha seleccionado a un grupo de habitantes de la población milagreña.

La muestra estará establecida a través de la selección de un grupo equívoco de habitantes del cantón Milagro, a este conjunto de la población se le realizará una encuesta sobre la problemática planteada para recabar información destacada que favorecerá al crecimiento empresarial dentro de esta plaza.

3.2.4 Tamaño de la muestra

La población con la que se cuenta es finita, ya que se tiene conocimiento del tamaño de la misma, al cual aplicaremos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1) E^2}{z^2} + pq}$$

n: Es el tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población

p: Posibilidad de que ocurra un evento, $p = 0.50$

q: Posibilidad de no ocurrencia de un evento, $q = 0.50$

E: Error, se considera el 5%; $E = 0.05$

Z: Nivel de confianza, que para el 95%, $Z = 1.96$

$$n = \frac{\frac{65333(0,5)(0,5)}{(65333-1)0,05^2 + (0,5)(0,5)}}{1,96^2}$$

$$n = \frac{16333,25}{\frac{16.333}{3,8416}}$$

$$n = \frac{16333,25}{4251,678988}$$

$$n = 3,8416$$

$$n = 384$$

3.2.5 Proceso de selección

Se seleccionará la muestra no probabilística a la población milagreña activa, como son empleados privados y públicos, empresarios y comerciantes, que asciendan a 384 personas, los cuales contribuirán de manera acertada a cada una de las encuestas que se realizará.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1 Método teórico

Método analítico-sintético

Es un método que consiste en dividir un hecho en partes para estudiarlas de manera individual, este proceso es llamado análisis, estas partes luego serán nuevamente unidas para estudiarlas en su totalidad, a esto se le denomina síntesis. Por lo tanto el análisis es el despliegue de un todo con el propósito de estudiar éstas individualmente; por el contrario la síntesis es la unión de los elementos que luego serán estudiados, todo esto con la intención de definir las características del fenómeno en cuestión.

El método analítico-sintético se lo emplea en la parte de los objetivos del proyecto, ya que aquí se examinaba relación entre las variables y a través de esto establecer el objetivo general y los objetivos específicos, dentro de definir los objetivos, estamos poniendo en práctica la síntesis.

Método inductivo-deductivo

Este método se emplea con los hechos particulares. Lo deductivo vade lo general a lo particular, en cambio el inductivo va de lo particular a lo general. Inducir es algo más allá de lo que podemos observar.

Empleamos este método cuando queremos establecer un principio general una vez realizada la investigación y análisis de hechos de forma particular, la Inducción consiste en concluir de algunos casos particulares observados la ley general que los gobierna.

3.3.2 Método empírico

Método de Observación

Consiste en la apreciación del centro de investigación y su diseño va de acuerdo al objetivo de la investigación.

La observación puede ser utilizada en distintos periodos de una investigación, por ejemplo, al inicio de la misma se utiliza el método de observación para identificar el diagnóstico. La observación es el método empírico más utilizado y eficaz.

3.3.3 Técnicas e Instrumentos

La encuesta.- La encuesta es una técnica de investigación que consiste en una interrogación verbal o escrita que se les realizan a las personas con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación.

3.4 PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

Una vez recopilada la información durante el proceso de investigación que se manejó con una encuesta, las cuales tuvieron 10 preguntas cerradas, se procederá con los datos obtenidos de los instrumentos aplicados serán tabulados y resumidos en tablas estadísticas, desarrollándose estas de manera computarizada, posteriormente los datos se presentarán de manera escrita, tabulada y graficada, empleándose grafica de tipo circular con el respectivo análisis de los resultados obtenidos, igualmente se va a establecer inferencias de los datos utilizando escala de medición acerca de la población estudiada, empleándose las medidas de tendencia central, tales como porcentajes y proporciones.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACION ACTUAL

Resultado de las encuestas realizadas la población activa del Cantón Milagro, sobre un Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de organización de fiestas y eventos infantiles en el Cantón Milagro Provincia del Guayas:

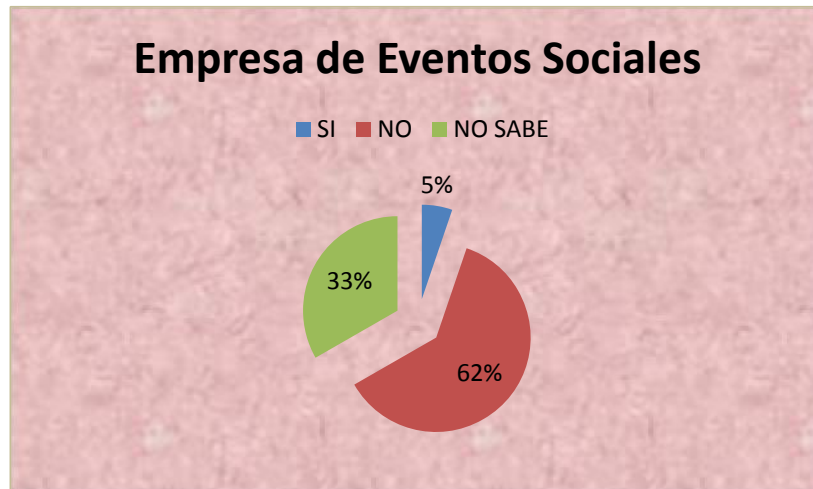
1.- ¿Conoce usted la existencia de una Empresa de Eventos Sociales que ofrezca todos los servicios en el cantón Milagro?

Cuadro 2 Empresa de Eventos Sociales

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
SI	20	5%
NO	236	61%
NO SABE	128	33%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada en el año 2014

Gráfico 1: Empresa de Eventos Sociales



Análisis:

El gráfico No1 demuestra que el 62% de las personas encuestadas desconocen si existe o no una empresa que preste servicios de eventos sociales, el 33% nos dice que no sabe, el 5% dice que existe pero no dentro del Cantón Milagro.

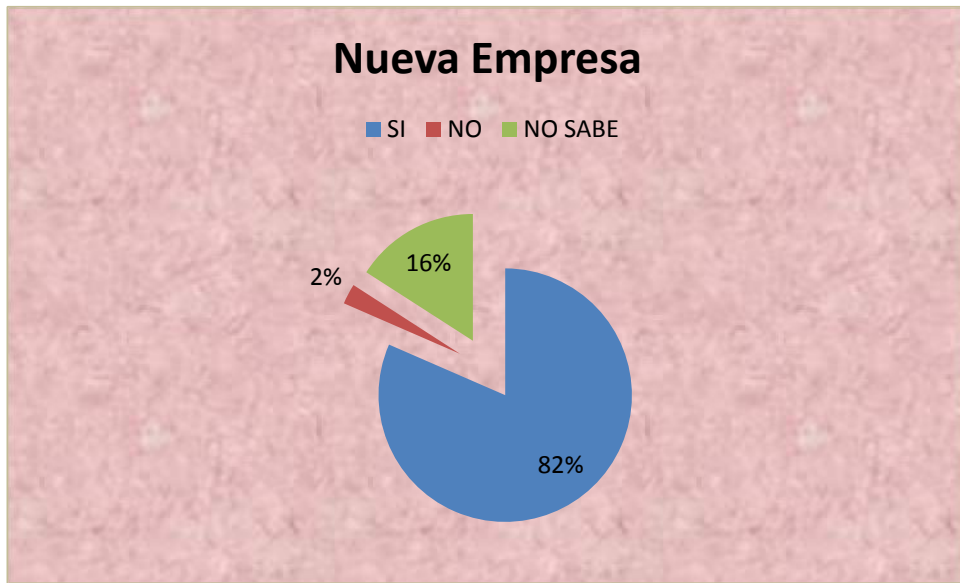
2.- ¿Cree usted que si existiera una Empresa que ofrezca todos los servicios para eventos sociales tenga éxito?

Cuadro 3 Nueva empresa

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
SI	313	82%
NO	10	2%
NO SABE	61	16%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada en el año 2014

Gráfico 2: Nueva empresa



Análisis:

El gráfico No.2 demuestra que el 82% de los encuestadas, creen que una nueva empresa en esta línea tendría éxitos, pero dependiendo del servicio y costos que presente a la ciudadanía, el 16% afirmó que no tendría éxito porque la competencia individual de negocios informales lo impediría por sus costos sumamente bajo, el 2% le da igual o consideraba que no sabe.

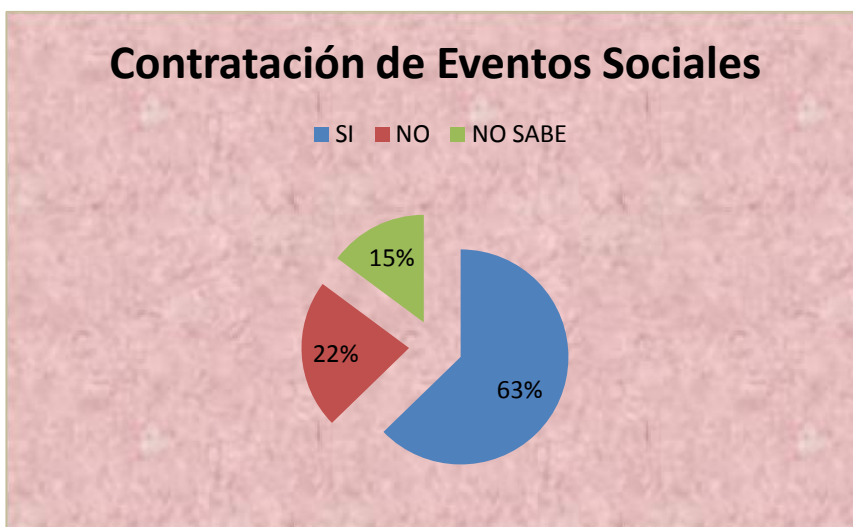
3.- ¿Si existiera una empresa que brinde todos los servicios para eventos sociales en el Cantón Milagro usted la contrataría?

Cuadro 4 Contratación de Eventos Sociales

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
SI	241	63%
NO	86	22%
NO SABE	57	15%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada en el año 2014

Gráfico 3: Contratación de Eventos Sociales



Análisis:

Se demuestra que en el gráfico no 3 el 63% de los encuestados contratarían a una empresa que brinde todos los servicios de sus fiestas infantiles, siempre que estas cuenten con la comodidad tanto para ellos como para sus invitados, el 22% no contrataría porque lo harían en otros lugares más abiertos y el 15% no sabe.

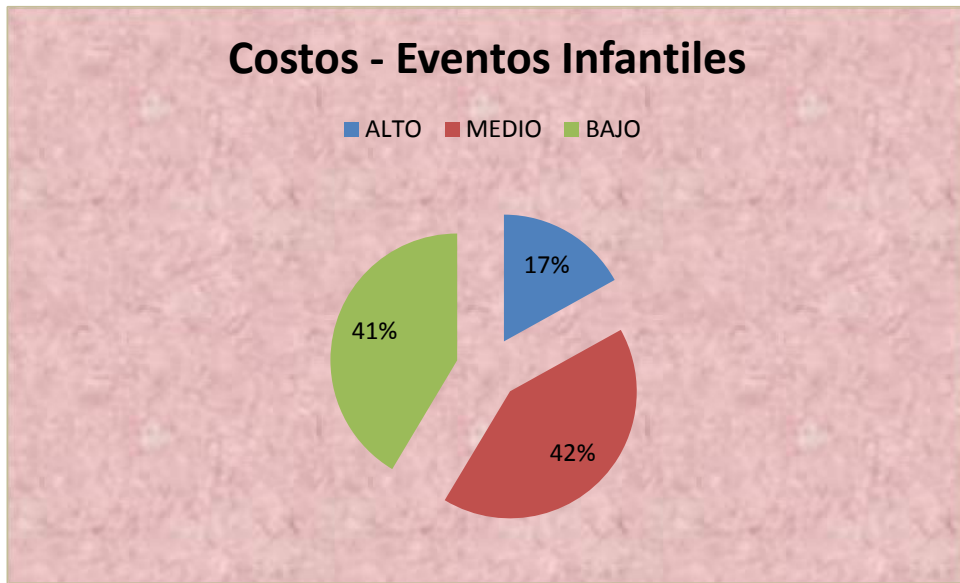
4.- ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por eventos infantiles?

Cuadro 5 Costos Eventos Infantiles

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
ALTO	65	17%
MEDIO	160	42%
BAJO	159	41%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada en el año 2014

Gráfico 4: Costos – Eventos Infantiles



Análisis:

Según el 42% de los encuestados pagarían por los servicios de Eventos Infantiles precios medios, el 41% considera que si los precios son bajos de acuerdo al mercado local pagarían y contratarían estos servicios, el 17% considera que si los servicios son todo incluido pagarían precios por encima de los que nos da la competencia en cantones cercanos.

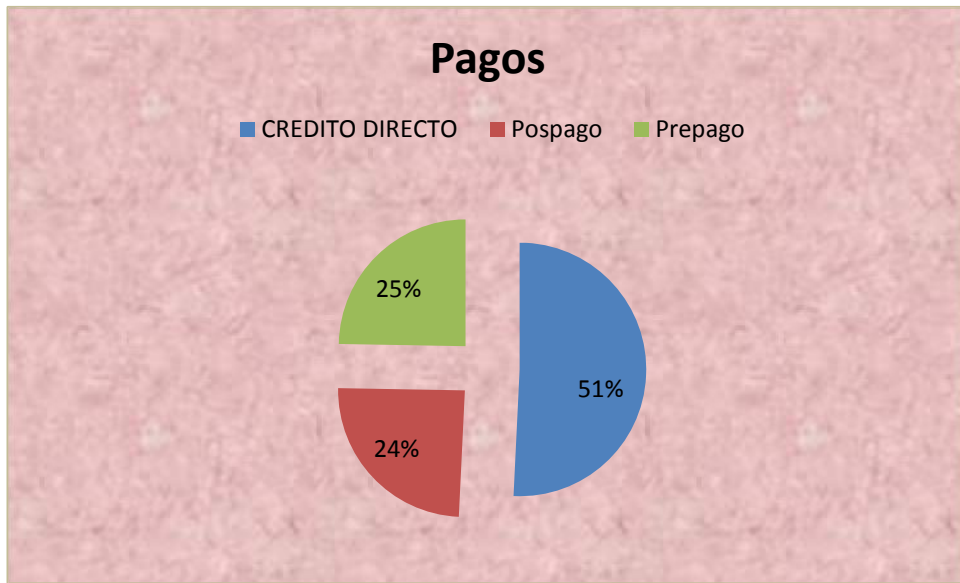
5.- ¿Qué servicios y formalidad de pago le gustaría que le brinde la nueva empresa?

Cuadro 6 Formalidad de Pagos

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Crédito Directo	195	51%
Pospago	94	24%
Prepago	95	25%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada en el año 2014

Gráfico 5: Formalidad de Pagos



Análisis: En la encuesta realizada el 51% de las personas consideran que la mejor opción es el crédito directo para celebrar contrataciones legales con esta nueva empresa que brindaría servicios todo incluido en eventos infantiles. El 25% prefieren el postpago y el 24% se va por el prepago.

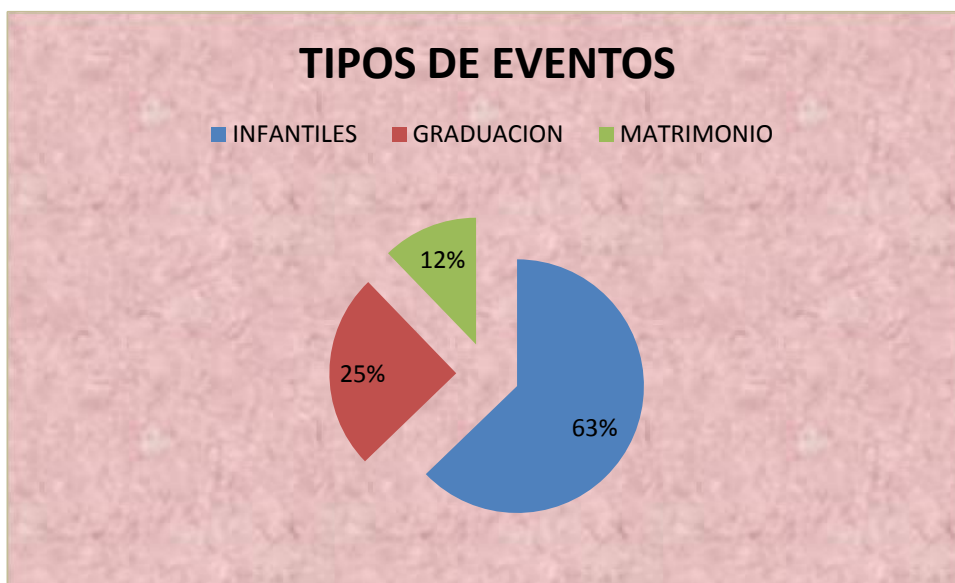
6.- ¿Qué tipo de evento familiar le gustaría realizar?

Cuadro 7 Tipos de Eventos Sociales

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
INFANTILES	241	63%
GRADUACION	96	25%
MATRIMONIO	47	12%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada en el año 2014

Gráfico 6: Tipos de Eventos Sociales



Análisis:

El 63% de los encuestados prefieren realizar fiestas de tipo infantil que cuente con servicios exclusivos de diversión y sano esparcimiento donde sus hijos puedan además de divertirse aprender a convivir, otro 25% está por las festividades de graduación y el 12% de los eventos matrimoniales.

7.- ¿Cuándo organiza una fiesta infantil las actividades las realiza?

Cuadro 8 Actividades Infantiles

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
USTED MISMO	80	21%
LO HACEN OTRAS PERSONAS	215	56%
NO REALIZA ESTOS EVENTOS	89	23%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada en el año 2014

Gráfico 7: Actividades Infantiles



Análisis:

Según el gráfico No. 7 el 56% de las personas encuestadas contrata estos servicios por terceros, el 23% menciona que no realiza estos eventos y el 21% lo realizan ellos mismos. Se considera que los servicios que contratan son dispersos entre ellos la persona decoradora, el payaso, los bocaditos, etc.

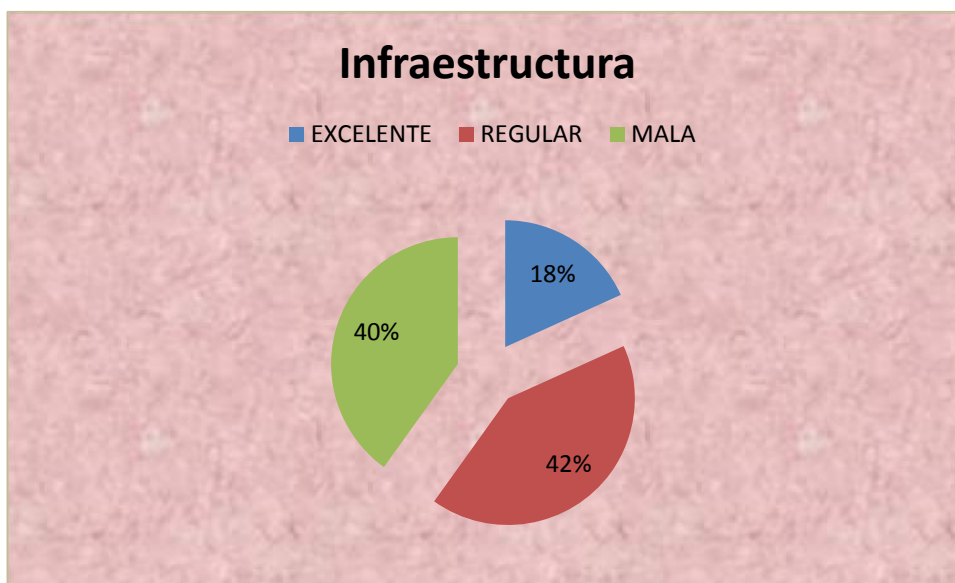
8.- ¿La infraestructura de los actuales salones para las fiestas infantiles es?

Cuadro 9 Salones actuales - infraestructura

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
EXCELENTE	70	18%
REGULAR	160	42%
MALA	154	40%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada en el año 2014

Gráfico 8: Salones actuales - infraestructura



Análisis:

El 42% de los encuestados afirman que los salones que brinda la ciudad de Milagro son de tipo regular para estos eventos y obligan a migrar a cantones cercanos como Guayaquil, que en la zona norte tiene varios locales que brindan la comodidad y sano esparcimiento en eventos infantiles, el 40% afirma que el servicio es pésimo o malo, el 18% afirma que es bueno siempre y cuando exista una persona que se encargue de todos los detalles.

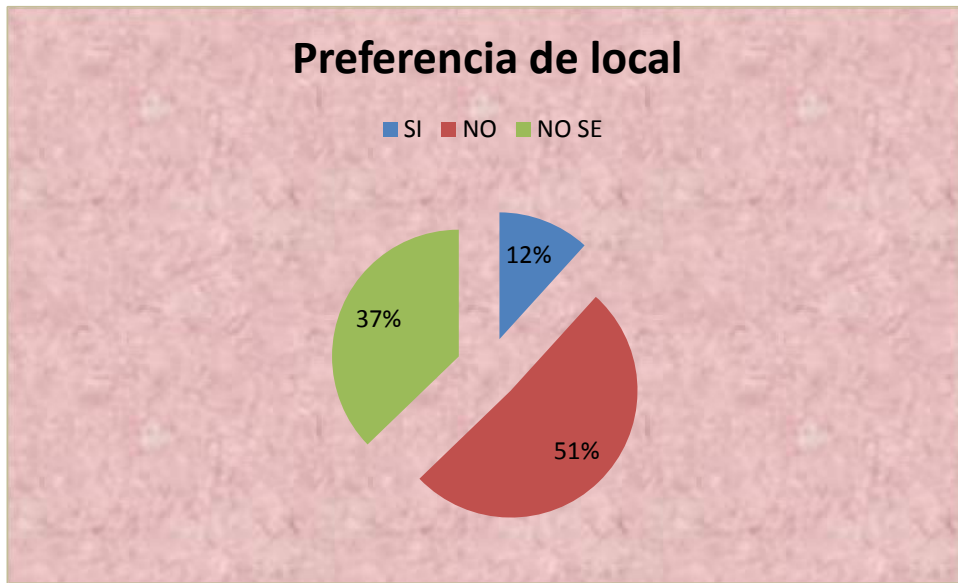
9.- ¿Tiene Preferencia por algún local en especial?

Cuadro 10 Preferencia de locales

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
SI	45	12%
NO	196	51%
NO SE	143	37%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada en el año 2014

Gráfico 9: Preferencia de locales



Análisis:

En el gráfico No. 9, el 51% de las personas encuestados no tienen preferencias por locales, el 37% no sabe si existen estos locales y el 12% afirma que si pero los mismo no cuenta con todo lo necesario para eventos infantiles como puede ser el caso del Bonsai, el mismo que es un lugar para esparcimiento de adultos y cuenta con un pequeño local para niños.

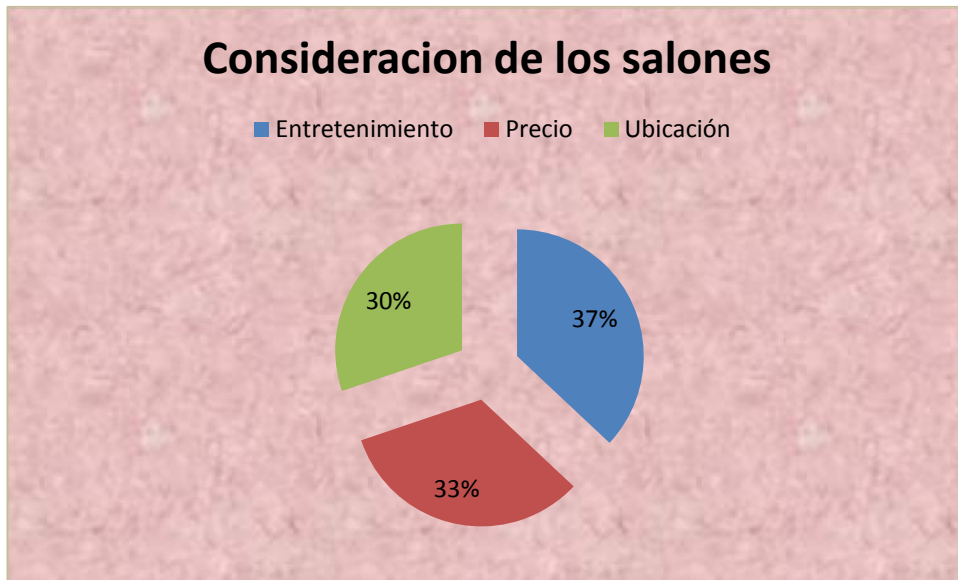
10.- ¿Al realizar fiestas infantiles en salones alquilados usted tomaría más en consideración?

Cuadro 11 Consideración de los Salones

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Entretenimiento	142	37%
Precio	126	33%
Ubicación	116	30%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada en el año 2014

Gráfico 10 Salones



Análisis:

Mediante la información obtenida de las encuestas realizadas al personal en el gráfico N° 10 se observa que el 37% de los encuestados se van por una sano entretenimiento, el 33% por el precio y el 30% por la ubicación, es decir para que una empresa nueva tenga éxito deberá considerar estos tres factores que tienen una mínima distancia porcentual en una muestra de 384 personas.

4.2 ANALISIS COMPARATIVO, EVALUACION, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

El análisis global de la investigación de campo. Permite determinar que la población milagreña desea contar con un lugar que le brinde seguridad y comodidad para realizar sus eventos de fiestas infantiles, que este tenga todos los servicios incluidos y sus costos referenciales sean bajos, además de contar con varias formas de pagos.

En nuestra investigación las preguntas formuladas y enfocadas son resumidas con la variable (P):

- Empresas de Eventos Sociales P1
- Nueva Empresa P2
- Contratación de Eventos Sociales P3
- Costo de Eventos Infantiles P4
- Tipos de Servicios P5
- Tipos de eventos sociales P6
- Organización de fiestas infantiles P7
- Tipo de salones P8
- Preferencias P9
- Consideraciones de salones P.10

El desconocimiento mayoritario de la población donde se puede incrementar este tipo de servicios para eventos infantiles garantiza la aceptación de una empresa radicada en el cantón Milagro, esto es ratificado en la encuesta realizada a 384 personas que fueron realizadas a las fueros de los locales de mayor influencia comercial como son los Bancos, Centros Comerciales DEVEIS, Shopping de Milagro, Universidad Estatal de Milagros, entre otros.

4.3 RESULTADOS

El estudio de campo nos da como resultado que existe un bajo nivel de personas que se fijan en los precios al momento de realizar sus fiestas infantiles pero, necesitan de ayudas o asesorías de terceros, que buscan los servicios de forma esparcida volviendo el evento más costoso y de menos de seguridad para los niños y los invitados.

La falta de un centro para fiestas infantiles hace que la población busque en sectores cercanos como Guayaquil, realizar sus fiestas o realizarlos en casa, dejando un gran estrés al final del día, y no disfrutar con sus seres queridos de este tipo de reuniones familiares y amistades.

El estudio de factibilidad bajo la encuesta realizada el positiva, al ver que la población estaría dispuesta a ir a este lugar divertirse, pagar menos, y sobre todo olvidarse de hacer algo y solo dedicarse a disfrutar.

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Mediante la recopilación de los datos de la técnica encuesta realizada a la población milagreña sobre un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de organización de fiestas y eventos infantiles en el Cantón Milagro Provincia del Guayas, la hipótesis planteada:

VERIFICACION DE HIPOTESIS	
HIPOTESIS GENERAL	Se ratifica la hipótesis ya que el resultado de la encuesta determino que el estudio de factibilidad para la creación de una empresa para eventos infantiles tendrá acogida en el Cantón Milagro
HIPOTESIS PARTICULAR	Se considera verdadera la hipótesis porque al implementar los servicios de fiesta infantiles que cubran todos los detalles la población reduciría costos y buscarías la contratación con la empresa que se forme
	La hipótesis se considera exacta porque garantiza rentabilidad y recuperación de capitales corto plazo por la aceptación del mismo
	Se ratifica la hipótesis al tener aceptación en la gestión administrativa, y una adecuada segregación de servicios

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1. TEMA

Creación de una empresa de organización de fiestas y eventos infantiles en el cantón Milagro, Provincia del Guayas.

5.2. FUNDAMENTACIÓN

Utilizaremos la fundamentación científica y legal:

Fundamentación Científica:

Las 5 Fuerzas de Porter es un modelo holístico, que se basa en evaluar tanto objetivos y recursos frente a las cinco fuerza que rigen la competencia que permite analizar cualquier industria en términos de rentabilidad.

Estas fuerzas son:

(F1) Poder de negociación de los Compradores o Clientes.

- ✓ Concentración de compradores respecto a la concentración de compañías.
- ✓ Grado de dependencia de los canales de distribución.
- ✓ Posibilidad de negociación, especialmente en industrias con muchos costes fijos.
- ✓ Volumen comprador.

- ✓ Costes o facilidades del cliente de cambiar de empresa.
- ✓ Disponibilidad de información para el comprador.
- ✓ Capacidad de integrarse hacia atrás.
- ✓ Existencia de sustitutos.
- ✓ Sensibilidad del comprador al precio.
- ✓ Ventaja diferencial (exclusividad) del producto.
- ✓ Análisis RFM del cliente (Compra Recientemente, Frecuentemente, Margen de Ingresos que deja).

Ley de Compañías:

- ✓ Art. 5.- Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional.
- ✓ Art. 16.- La razón social o la denominación de cada compañía, que deberá ser claramente distinguida de la de cualquiera otra, constituye una propiedad suya y no puede ser adoptada por ninguna otra compañía.
- ✓ Art. 26.- El ejercicio económico de las compañías terminará cada treinta y uno de diciembre.
- ✓ Art. 32.- Las compañías constituidas válidamente conforme a leyes anteriores se sujetarán, en cuanto a su funcionamiento, a las normas de la presente Ley.
(Ley de Compañías)

Compañía:

- ✓ 1 Copia a color de la cedula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada del representante legal.
- ✓ 2 Llenar datos de la compañía en los formularios del RUC 01A – 01B.
- ✓ 3 Nombramiento del representante legal.
- ✓ 4 Planilla de energía o agua potable, o un documento que indique la dirección del contribuyente (empresa), en caso de no tener local propio el contrato de arrendamiento del bien inmueble.
- ✓ 5 Original y copia de la escritura de constitución.
- ✓ 6 Carta que indique los datos del contador de la compañía.

- ✓ 7 Tipo del negocio o actividad a la que se dedica.
- ✓ 8 Firma y retira el RUC.
- ✓ Este trámite no tiene costo monetario.

5.3. JUSTIFICACIÓN

El servicio de organización de fiestas y eventos infantiles, en nuestro cantón es un mercado nuevo, debido a la falta de estudio, de planificación, organización y diseño de una correcta producción de diversos eventos, que por muy pequeños que nos parezcan, requieren de una apropiada dirección para que sea satisfactoria.

Nuestro proyecto, está encaminado a brindar a nuestros clientes un servicio de calidad, de manera oportuna y personalizada que logre obtener la satisfacción tan esperada.

En el Cantón Milagro, ya son usuales las celebraciones infantiles y demás eventos y por tal razón es de vital importancia, analizar el servicio que brindan los salones de eventos existentes en la actualidad.

Comúnmente se acostumbra ver en los locales de artículos para fiestas siempre lo mismo, artículos confeccionados en serie, por lo tanto muchas celebraciones son iguales porque los productos son masivos, esta será una diferencia significativa, ya que el servicio será personalizado independientemente del presupuesto del cliente, es decir será único, ya que a pesar de que puedan escoger el mismo personaje muchas veces, los accesorios serán diferentes de acuerdo a los gustos de los clientes. Incluso, pueden llevar muestras de uno o varios artículos y luego la empresa lo combina en uno que sea del agrado del cliente, haciéndolo exclusivo dentro del mercado.

El servicio que ofreceremos, no solo se limitara a describir los productos o servicios estándares que se ofrece, sino que también se darán asesorías profesionales, con

personal altamente calificado, que estará disponible permanentemente en las instalaciones. Esta asistencia profesional incluye diseño innovador, variedad de artículos a utilizarse, concejos actualizados basados en las últimas tendencias de organización de eventos que vayan acorde a la demanda del cliente.

La empresa de organización de fiestas y eventos infantiles contará con dos ambientes, lo que facilitará una mejor atención a nuestros clientes, además brindaremos la garantía, de que en nuestros eventos, siempre contaremos con animación desde el inicio hasta el final del mismo. Ya que, por lo general el servicio es limitado porque un animador (payaso, mimo, personajes, etc.), tiene que distribuir su tiempo entre dos o más eventos en el mismo día, a diferencia de esto ofreceremos animación continúa durante todo el evento dándole tranquilidad al cliente.

5.4. OBJETIVOS

5.4.1. Objetivo General de la Propuesta

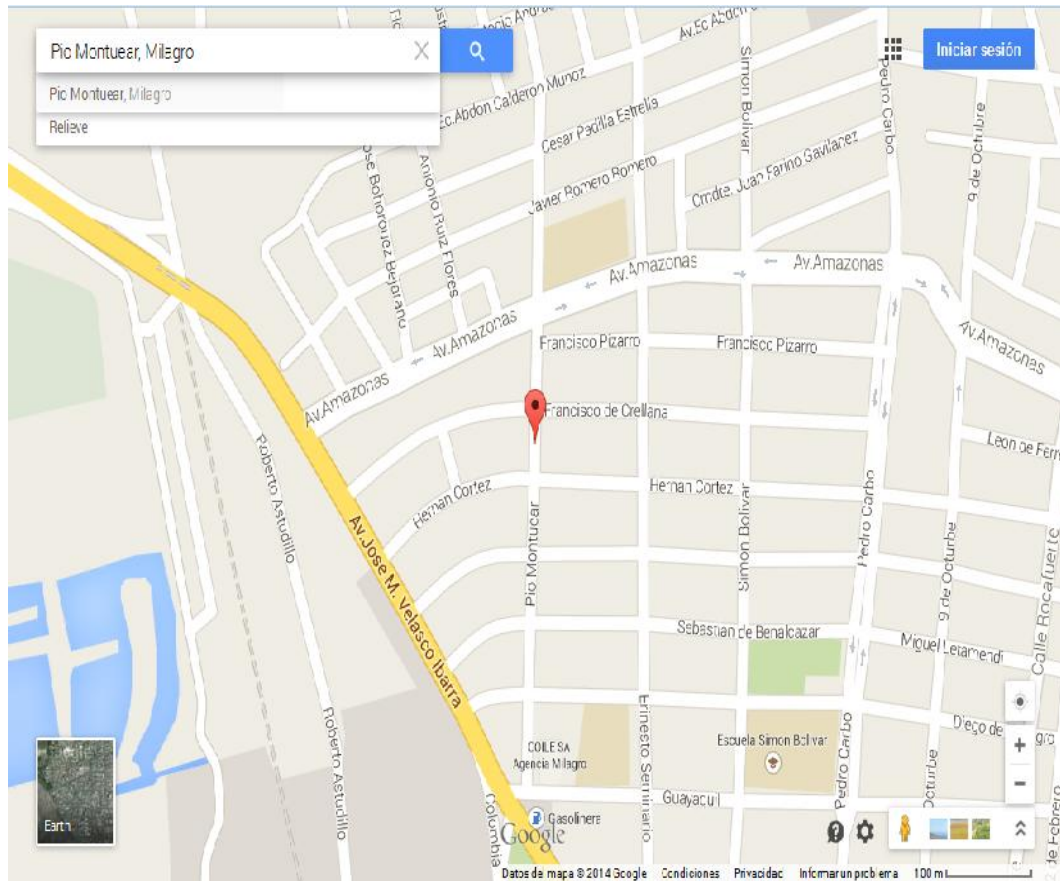
Creación de una empresa de organización de fiestas y eventos infantiles en el cantón Milagro, Provincia del Guayas.

5.4.2. Objetivos Específicos de la Propuesta

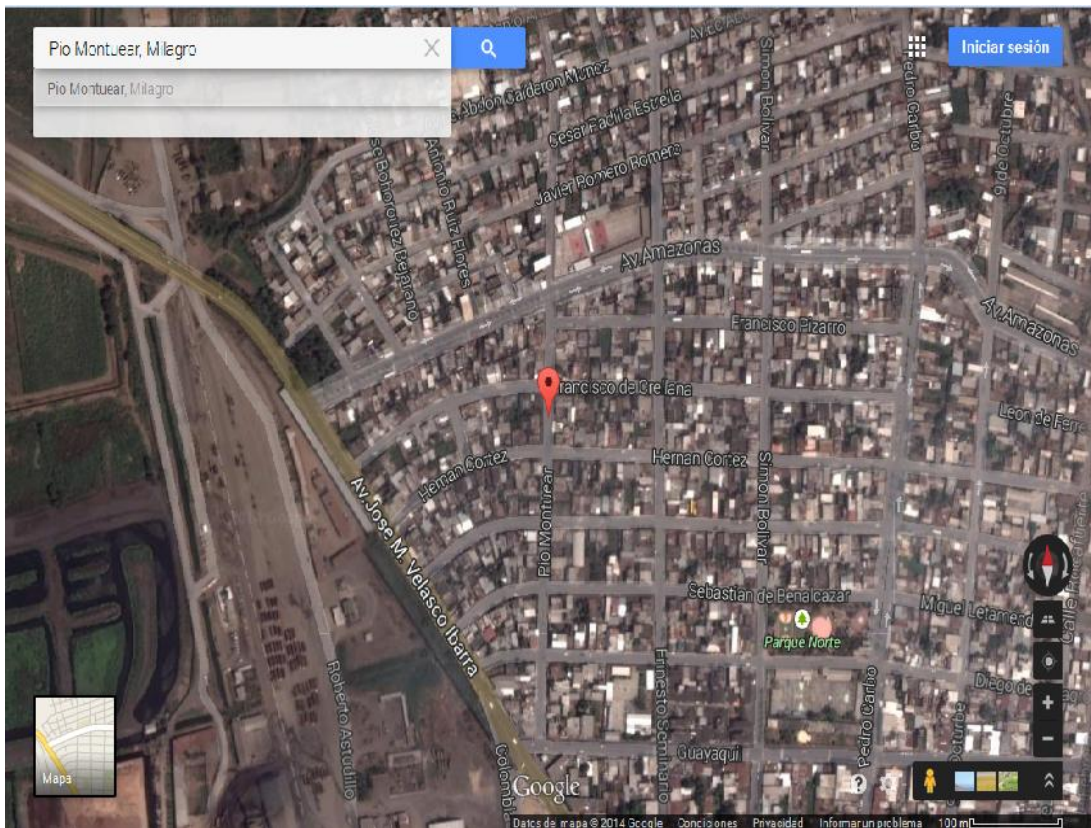
- Implantar el sistema orgánico de la empresa.
- Establecer los requerimientos del talento humano y diseñar sus funciones.
- Realizar un análisis que nos permita adoptar las mejores estrategias de marketing.
- Hacer proyecciones financieras que nos permitan visualizar el mantenimiento de la empresa.

5.5. UBICACIÓN

La propuesta estará ubicada en Ecuador, Provincia del Guayas, Cantón Milagro, Ciudadela Chirijos, en las calles Francisco de Orellana y Juan Pío Montufar esquina.



Fuente: www.google.com.ec/maps/



Fuente: www.google.com.ec/maps/

5.6. FACTIBILIDAD

Administrativa, financiera y técnica

El proyecto de estudio para la creación de una empresa organizadora de fiestas y eventos infantiles en el cantón Milagro es factible Administrativamente por contar con el recurso humano (dos personas) que se encargan de recopilar la información pertinente para el desarrollo del proyecto, Financieramente por disponer del recurso monetario para cubrir los gastos relacionados al estudio y técnica por contar con las herramientas tecnológicas de investigación para realizar dicho estudio.

5.7. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Slogan.-“Hacer de tus Celebraciones un Encuentro Inolvidable”.

Logo:



Misión.- Brindar servicios de organización de fiestas infantiles, dirigido al sector urbano de la ciudad de Milagro, ofreciendo a nuestros consumidores servicios de: calidad, eficiencia, creatividad innovadora y profesionalismo para la satisfacción del cliente, fortaleciendo de esta manera el crecimiento constante de nuestra empresa.

Visión.- Convertirse en líder del mercado, alcanzando un posicionamiento significativo a través del reconocimiento de nuestra clientela como la mejor Empresa de organización y artículos para eventos infantiles del cantón; brindando un servicio de calidad, con creatividad innovadora y atención personalizada.

Valores Corporativos.

- **Compromiso.**

Asumir con responsabilidad y profesionalidad todas aquellas funciones, tareas o valores que conlleven a alcanzar la misión de la empresa.

- **Integridad y Respeto.**

El actuar como grupo de personas, se fundamentan en los principios de ética y honradez. Todo ello se evidencia en la calidad de nuestros productos y servicios,

así como en nuestro trato con los clientes, colaboradores y en las relaciones internas de la empresa.

- **Trabajo en Equipo.**

Compartir conocimientos, pericias y ahínco, contribuyendo con lo mejor de cada uno y asumiendo retos y responsabilidades para la conquista de un objetivo común. Trabajar con liderazgo y deber compartido, con procedimientos y flexibilidad, en un entorno que fomente el progreso mutuo, en el cual se evalúan y se respetan todas las opiniones e ideas y donde el trabajo de cada uno es trabajo de todos.

- **Comunicación.**

Disponer en común información, conocimiento y experiencia, que deben circular entre todos los niveles de la empresa, y hacia el cliente, para el entendimiento del estado de la misma, y a su vez facilitar la toma de decisiones y la participación de todos los trabajadores en su buen funcionamiento.

- **Innovación, orientación hacia el cliente.**

Manteniendo una disposición persistente hacia la búsqueda de opciones, para la creación de nuevos productos, acrecentar la calidad, fortalecer nuestra identidad y mantener el crecimiento y la rentabilidad. Para ello fomentaremos, la creatividad, la investigación y la mejora, haciendo nuestra empresa más competitiva, esforzándonos en la mejora de nuestros sistemas productivos e impulsando el potencial creador de nuestras personas a través de la formación continua.

- **Responsabilidad.**

Ejecución oportunamente de las actividades planificadas que nos permita estar en el lugar y hora establecida y siempre debemos asistir a nuestros clientes hasta el último segundo del desarrollo del evento obteniendo así la satisfacción de nuestro cliente.

- **Calidad**

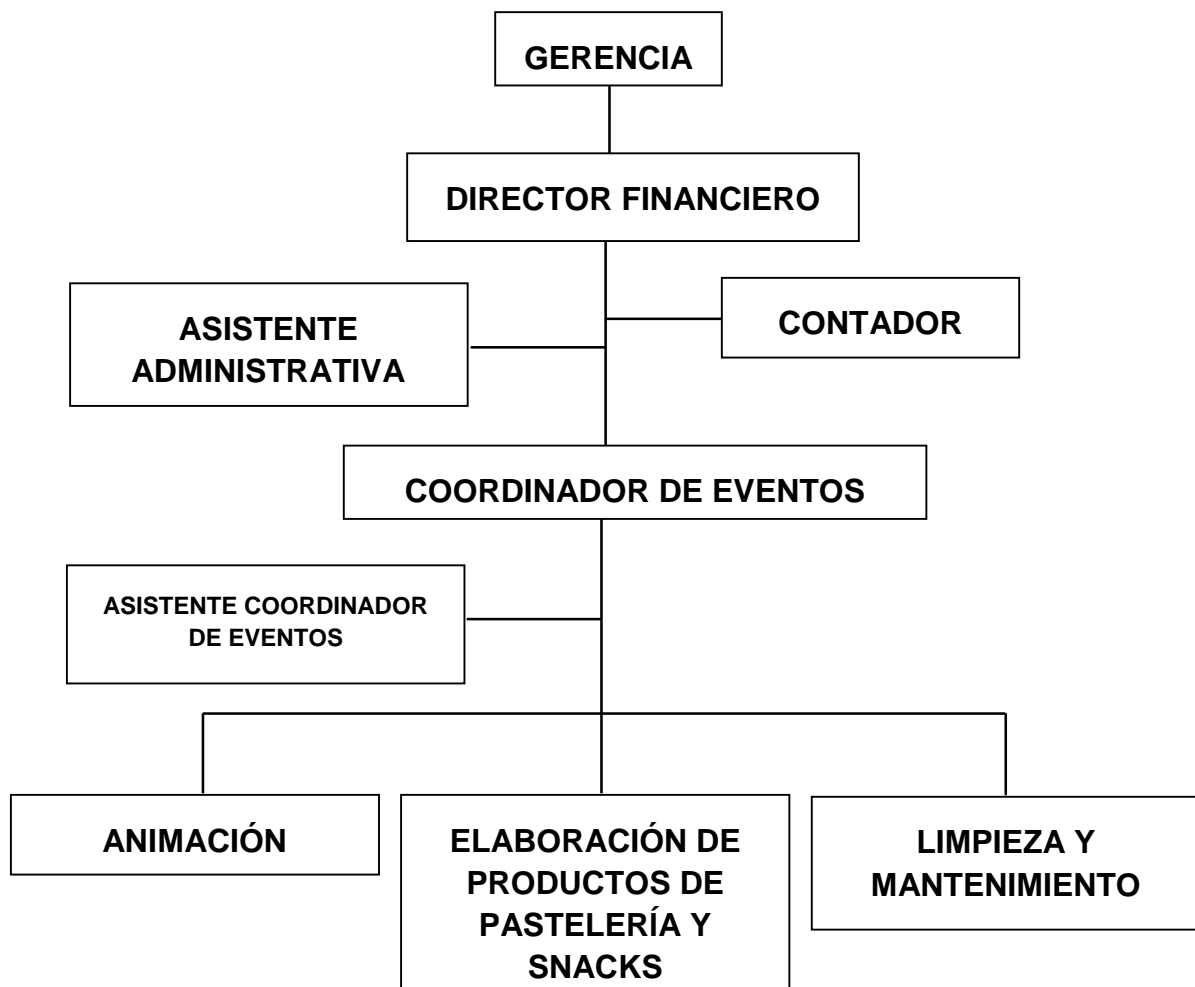
El buscar siempre la satisfacción del cliente debería formar parte de una completa administración y control de una calidad total, ya que creamos expectativas, patrones y obligaciones de productividad, es entonces cuando decimos que es el cliente quien conduce a la búsqueda de una alta calidad que lo satisfaga y cuando este se concentra en observar a los productos y servicios como la solución a sus necesidades.

ANALISIS FODA

El análisis FODA es una de las herramientas que nos dota de insumos necesarios y útiles para visualizar los pasos futuros de la empresa, para realizar este análisis realizamos un estudio tanto interno como externo de la empresa a fin de identificar sus puntos débiles y fuertes como también considerar las oportunidades y las posibles amenazas a los que se pudiera exponer la empresa, bajo esta óptica asignamos una administración proactiva que nos conduzca a desarrollar estrategias en las que usemos las fortalezas para utilizar las oportunidades (FO), aprovechar las fortalezas para hacerle frente a las amenazas (FA), suprimir las debilidades para aceptar las oportunidades (DO) y descartar las debilidades para tener mejor condición para enfrentar las amenazas y obtener de ella el menor impacto negativo posible.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Excelente calidad, exclusividad e innovación constante de nuestros productos. • Atención directa de sus propietarios con experiencia en el servicio que ofrecen. • Precios accesibles con la situación socio económica del mercado. • Disponer de áreas recreacionales 	<ul style="list-style-type: none"> • Producto totalmente innovador, que puede originar un lento crecimiento en las ventas. • Los costos de producción son relativamente altos.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Contar con un excelente producto el cual nos permita acceder a mayor número de consumidores. • La aceptación de nuestros productos nos permita aumentar la cobertura de nuestros servicios. • No contar con competidores 	<ul style="list-style-type: none"> • Margen de utilidad baja. • No contar con local propio para ofrecer nuestros servicios. • Surgimiento de nuevos competidores

ORGANIGRAMA



MANUAL DE FUNCIONES

Cargo: GERENTE

Área: Administrativo

Requisitos:

- Estudios Superiores en carreras como: Ingeniería en contabilidad, auditoría, finanzas, comercial o administración.
- Experiencia mínima 3 años en la posición
- Sexo: Masculino o Femenino

Funciones del Cargo:

- Analizar los aspectos financieros de todas las decisiones que apliquen su ejercicio.
- Elaborar el presupuesto de los ingresos y egresos de la empresa
- Analizar y comunicar los balances de la empresa con el fin de obtener y compartir información valiosa de la posición
- Elaborar la estructura de costos de productos del portafolio de la empresa
- Elaborar los flujos de efectivo
- Vincular a la empresa con los mercados de dinero y capitales
- Negociar con proveedores para términos de compras, descuentos especiales, formas de pago y créditos
- Auditar inventario de producto terminado como control interno de la empresa
- Supervisar la contabilidad y responsabilidades tributarias con el SRI.
- Manejar la relación con el proveedor de auditoría externa
- Responsable de revisar los impuestos de las empresas.
- Administrar y autorizar préstamos a los empleados
- Planificar, dirigir, ejecutar y controlar actividades con relación al personal, servicios generales, seguros y administración
- Plantear, levantar y difundir políticas, normas y procedimientos sobre la administración del personal.

- Diseñar y controlar el cumplimiento de Plan de Capacitación, asegurándose que involucre a todo el personal.
- Dirigir el proceso de Selección y Contratación de Personal, de acuerdo a las necesidades de la empresa
- Planificar, dirigir y ejecutar los programas de motivación e integración para el personal de la empresa
- Implementar planes de contingencia de salud y seguridad para la empresa
- Responsable de asistir a las reuniones de directorio

Cargo: DIRECTOR FINANCIERO

Área: Administrativo

Requisitos:

Estudios superiores en carreras como Ingeniería Comercial, Economía, Contabilidad, Auditoría y Finanzas.

Experiencia mínima 5 años en la posición.

Funciones del Cargo.

- Planificar, organizar y administrar los procesos financieros de la empresa.
- Cumplir con los objetivos definidos dentro del Plan de Negocios de la compañía.
- Establecer indicadores de seguimiento para los procesos administrativos y Financieros.
- Implementar los procesos de control interno y contables.
- Analizar y comunicar los balances de la empresa.
- Ser el Interlocutor de las autoridades administrativas y fiscales en Ecuador.
- Gestionar los flujos de tesorería

Cargo: ASISTENTE ADMINISTRATIVA

Área: Administrativo

Requisitos:

- Experiencia de 2 años en posiciones de Asistente Administrativa.
- Conocimiento en manejo de procesos administrativos, operativos.
- Excelente ortografía y redacción
- Estudios: en Administración de Empresas, Ingeniería Comercial o afines
- Mujeres entre 20 a 27 años.
- Entusiasta y una gran actitud al Servicio
- Polifuncional y que pueda trabajar bajo presión
- Sólidos conocimientos de Utilitarios
- Conocimientos contables (deseable)

Responsabilidades:

- Apoyar el manejo de las relaciones con proveedores de productos y servicios.
- Recepción y clasificación de documentos, facturas, manejo de archivo.
- Ordenar y controlar el archivo de los documentos del área
- Asistir y apoyar a las Gerencias con la agenda, llamadas telefónicas y actividades del área.
- Apoyar a la Gerencia Financiera con la realización de cotizaciones, emisión de facturas, retenciones, coordinar pagos a proveedores y suministros.
- Apoyar al área contable con trámites en el MRL, IESS, entrevistas, seguimiento de trámites varios etc.
- Coordinar las actividades de mensajería.
- Apoyo en email y redes sociales
- Soporte administrativo general de oficina.
- Apoyar a todas las áreas.
- Realizar mínimo 3 cotizaciones para la compra de materia prima y/o suministro

Cargo: CONTADOR**Área: Administrativo****Perfil del cargo:**

- Profesional graduado(a) de CPA, Economía, Ingeniería Comercial o carreras afines al cargo. Si tiene postgrado, es un plus.
- Experiencia mínima de 5 años como Contador General, Subcontador General o Jefe de Contabilidad.
- Con conocimientos y dominio de Normas Internacionales de Información Financiera, Normas de Contabilidad generalmente aceptadas, leyes tributarias y societarias, presupuestos, costos, Control Interno, administración de proyectos, SAP o algún otro ERP y herramientas de Ofimática.

Principales responsabilidades:

- Analizar, interpretar y certificar los estados financieros de la empresa.
- Liderar los procesos de Auditoría Interna y Externa.
- Controlar el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias, societarias y de otros organismos de control.
- Compilar y administrar el presupuesto corporativo para asegurar que los departamentos no excedan los gastos presupuestados y se cumplan los objetivos corporativos de gastos.
- Monitorear la ejecución de los proyectos estratégicos con la finalidad de asegurar el cumplimiento de su propia planificación y la consecución de los resultados esperados.

Cargo: COORDINADOR DE EVENTOS Y MERCADEO

Área: Operativo

Perfil

- Edad: 25 – 35 años
- Estudios terminados en Ingeniería Comercial, Mercadeo o carreras afines
- Mínimo 3 años de experiencia en cargos similares
- Disponibilidad para trabajar en horarios flexibles
- Conocimientos avanzados en Excel y otros utilitarios
- Persona con actitud para trabajo en equipo

- Proactivo, con personalidad de liderazgo y manejo de grupos de trabajo
- Excelente presencia

Responsabilidades

- Coordinar y organizar el proceso operativo de montaje y desmontaje de todos los eventos y capacitaciones que programe la empresa
- Gestionar base de datos y cotizaciones de proveedores para la organización de los eventos.
- Supervisar, implementar y controlar las actividades de logística de los eventos

Cargo: LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO

Área: Administrativo-Operativo

Hombre de 20 a 35 años, proactivo, dinámico y honesto.

Requisito: Mínimo: Bachiller

Funciones: Mantener la limpieza, el orden y el mantenimiento de las instalaciones

Conocimientos:

- Electricidad
- Plomería
- Pintura
- Manejo de bodega.

Cuadro 12: Códigos Sectorial

RAMA DE ACTIVIDAD ECONÓMICA:	2.- ACTIVIDADES EN MATERIA DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA			
CARGO / ACTIVIDAD	ESTRUCTURA OCUPACIONAL	COMENTARIOS / DETALLES DEL CARGO O ACTIVIDAD	CÓDIGO IESS	SALARIO MINIMO SECTORIAL
GERENTE / AFINES	A1		1918200000101	358,26
ADMINISTRADOR GERENCIAL	B1		1910000000005	358,26
DIRECTOR / AFINES	B2		1920000000010	356,46
ASISTENTE / AYUDANTE / AUXILIAR ADMINISTRATIVO	D1	Incluye: Archivador	1910000000028	347,45
CONTADOR / CONTADOR GENERAL	C1		1910000000012	352,85
COORDINADOR / AFINES	B3		1930000000011	354,65
ASISTENTE / AYUDANTE / AUXILIAR DE SERVICIOS EN GENERAL	E2	Incluye: Personal de Servicios, Polifuncional	1920000000041	340,34
IMPULSADOR / A	D2	Incluye: Promotor, Demostrador	1920000000032	345,3
COCINERO QUE NO LABORA EN EL SECTOR DE TURISMO Y ALIMENTACIÓN	D2		1920000000033	345,3
ASISTENTE / AYUDANTE / AUXILIAR DE LIMPIEZA	E1		1910000000038	344,59

Fuente: Códigos Sectoriales del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

5.7.1. Actividades

La gama de servicios que nuestra empresa ofrecerá siempre serán personalizados y de alta calidad para marcar la diferencia ante posibles competidores.

Estrategias de marketing mix:

a.- Estrategias con relación al producto

Nombre de la Empresa: “Dulce Encuentro”

Slogan: “Has de tus Celebraciones un Encuentro Inolvidable”.

Logotipo:



Servicios que Dulce Encuentro ofrecerá:

Local de eventos con accesorios recreacionales

- ✓ Piscina
- ✓ Mesas individuales
- ✓ Mesa principal
- ✓ Sillas para adultos
- ✓ Sillas para niños
- ✓ Alquiler de Mantelería

- ✓ Decoración de mesas
- ✓ Decoración de mesa principal
- ✓ Centros de mesas
- ✓ Decoración de sillas
- ✓ Decoración y ambientación del local acorde a la temática del evento
- ✓ Decoraciones con globos
- ✓ Decoraciones con fomy
- ✓ Elaboración de sorpresas infantiles y recuerdos
- ✓ Piñatería
- ✓ Caja de regalos
- ✓ Máquina de burbujas
- ✓ Caritas pintadas
- ✓ Animadores personalizados
- ✓ Meseritas
- ✓ D J y sonido
- ✓ Pastel de cumpleaños
- ✓ Cups cake, Bocadoitos y piqueo
- ✓ Fuente de chocolate
- ✓ Brochetas de frutas
- ✓ Brochetas de mashmellows
- ✓ Hot dog, Churros
- ✓ Algodón de azúcar
- ✓ Granizados, Helados mantecados
- ✓ Accesorios recreativos
- ✓ Juegos inflables

Horario de atención:

La empresa funcionara en los siguientes horarios de oficina:

Lunes a Viernes: 08:30 – 18:00

Sábados: 09:00 – 15:00

b.- Estrategias de precios.

Las estrategias de los precios están encaminadas a generar mayor interés hacia la adquisición de los productos y/o servicios, debido a que somos nuevos en el mercado, ofrecemos un servicio garantizado, completo y personalizado.

Cuadro 13 Sugerencia de Precios

PRODUCTOS OFRECIDOS	PRECIO
Piscina	50,00
Mesas individuales	1,50 c/u
Mesa principal	3,00
Sillas para adultos	0,40 c/u
Sillas para niños	0,25 c/u
Decoración de mesa principal	45,00
Decoración de mesas individuales	4,00 c/u
Centros de mesas	5,00 c/u
Decoración de sillas	0,50 c/u
Decoración del local con globos	115,00
Decoración del local con foamy y globos	140,00
Piñatería personalizada	10,00
Caja de regalos	4,00
Máquina de burbujas	40,00
Caritas pintadas	30,00
Animadores personalizados	60,00 4/h
Meseritas	30,00
D J y sonido	35,00 4/h
Pastel de cumpleaños	30,00 c/l
Cups cake	1,50 c/u
Bocaditos y piqueo	15,00 c/v
Fuente de chocolate	15,00 c/k
Brochetas de frutas	10,00 c/80
Brochetas de mashmellows	12,00 c/80
Hot dog	75,00 c/80
Churros	35,00 c/80

Algodón de azúcar	35,00 c/100
Granizados	35,00 c/100
Helados mantecados	35,00 c/80
Canguil	30,00 c/80
Juegos inflables	45,00 4/h

Fuente: Iturralde Talia – Romero Carolina

OTRAS ESTRATEGIAS DE DESCUENTO EN PRECIOS.

Elaboraremos paquetes de programas especiales de bajo costo para escuelas e instituciones públicas, albergues de niños y ancianos, fundaciones, casas comunales, etc. Que no dispongan de los recursos suficientes para determinado evento y a su vez formaría parte de nuestra responsabilidad social.

c.- Estrategias de precios y distribución.

La distribución será directa, no habrá intermediarios, adquiriremos directamente a los proveedores los insumos necesarios para la elaboración de los productos que serán ofrecidos al cliente, para así evitar que se incrementen los precios debido a existir intermediarios.

d.- Estrategias de promoción.

En relación al impacto que generan los medios de comunicación, es importante utilizarlos de una manera adecuada para dar a conocer los servicios que ofrece la empresa organizadora de eventos infantiles DULCE ENCUENTRO a sus clientes.

e.- Estrategias de Venta.

La Venta de nuestros servicios será sin intermediarios es decir venta directa a través de nuestros colaboradores altamente capacitados para tratar con nuestros clientes, y para darles mayor facilidad a elegir nuestros servicios laboramos paquetes promocionales acordes a distintos presupuestos.

f.- Estrategias de promoción en ventas:

Cuadro 14: Paquetes promocionales 1 y 2:

DULCE ENCUENTRO # 1 VALOR \$ 430,00 INCLUYE 50 – 60	DULCE ENCUENTRO # 2 VALOR \$ 580 INCLUYE 70 - 90 personas
*Local sillas grandes Mesas Sillas Pequeñas Animador DJ Arreglo con globos Arreglo de mesa principal Centro de mesas 6u. Carrito de Hot Dog 60 u. Vasos de gaseosa 100 u. Mantelería Pastel Saltarines de aire Piñata 1u. bocaditos 200 u. * no incluye piscina	*Local Mesa principal decorada Mesas con centros de mesa Sillas grandes Sillas chicas Arreglo con globos Carrito de Hot Dog 90u. Gaseosas 200 vasos Granizados 90 u. Mantelería DJ y sonido Pastel Saltarines de aire Animador Piñata 1 u. Bocaditos 200 u. *no incluye piscina

Fuente: Iturralde Talia - Romero Carolina

Cuadro 15: Paquetes promocionales 3 y 4:

DULCE ENCUENTRO ESPECIAL VALOR \$ 225,00 INCLUYE 50 – 60	DULCE ENCUENTRO COMPLETO VALOR \$ 850 INCLUYE 100 personas
*Local sillas grandes Sillas Pequeñas Animador DJ Arreglo con globos Arreglo de mesa principal Canguil 60u. Vasos de gaseosa 100 u. Pastel Saltarines de aire Piñata 1 u. * no incluye piscina	Local Mesa principal decorada Mesas con centros de mesa Sillas grandes Sillas chicas Arreglo con globos Carrito de Hot Dog 100 u. Gaseosas 200 vasos bocaditos y piqueos 400 u. Brochetas de chocolate 100u. Granizados 100 u. Mantelería Apliques en fomy DJ y sonido Pastel Piscina Meseritas Caritas pintadas Piñata 1u. Animador

Fuente: Iturralde Talia - Romero Carolina

g.- Estrategias de Publicidad:

Se emplearán medios de comunicación escritos, para ello se seleccionarán a los de mayor acogida, a continuación se especifican:

Anuncio en Periódicos de la localidad: Se emplearan los espacios en prensa La Verdad o El Nacional.

Volantes: Se hará una campaña de entrega de volantes en sectores más concurridos del cantón Milagro.

Paquete Dulce Encuentro # 3: Para empresas públicas como alberges, escuelas, guarderías que no dispongan de recursos para elaborar estas actividades.

5.7.2 Recursos, Análisis Financiero

Se detalla los activos que serán necesarios para el funcionamiento del negocio

Activo Fijo

ACTIVOS FIJOS			
CANT	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL
1	EDIFICIO	0	30.000,00
	MUEBLES Y ENSERES		
5	Escritorio	260,00	1.300,00
1	archivador	125,00	125,00
5	Sillas giratorias	80,00	400,00
	TOTAL MUEBLES Y ENSERES		1.825,00
	EQUIPO DE COMPUTACIÓN		
1	Computadora de escritorio	800,00	800,00
1	Computadora Portatil	570,00	570,00
1	Impresora tinta continua	80,00	80,00
2	Teléfono Panasonic Kx-tg4062 Call Id X 2	44,99	89,98
1	Aire Acondicionado Split	770,09	770,09
	Suministros de oficina		230,00
	TOTAL EQUIPO DE COMPUTACIÓN		2.540,07
	MAQUINARIA Y EQUIPO		
1	Perchas graduables (estantes para cocina)	70,00	70,00
10	Meza Vizcaya redonda	39,64	396,40
100	Silla Portugal Blanca	7,01	701,00
50	Sillas Pokes infantiles	5,40	270,00
4	Sillas Style s/b	22,59	90,36
3	Parasol 300 + 250 cm	39,73	119,19
1	Maquina Canguilera Electric Life	65,00	65,00
1	Cocina Indurama 6 Quemadores A Gas	270,00	400,00
1	Batidora Amasadora Y Molino De Carne Industrial De 20 Litros	1.060,00	1.060,00
1	Maquina Algodon Azucar Electric Life	65,00	65,00
1	Carrito de Hot Dog	700,00	700,00
40	Manteles	2,50	100,00
2	Caja Amplificada Pedestal	276,97	553,94
1	Saltarines inflables	2.500,00	2.500,00
1	Fuente de chocolate	38,99	38,99
1	Licuada Oster	89,00	89,00
1	Batidora de mano	50,00	50,00
	Moldes		70,00
	Utensilios varios		350,00
	Ollas		250,00
	TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO		7.938,88
	TOTAL ACTIVO FIJO		42.303,95

Fuente: Iturralde Talía - Romero Carolina

Depreciación en forma mensual y anual

DEPRECIACION DE ACTIVO FIJO				
DESCRIPCIÓN	VALOR ACTIVO FIJO	PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN MENSUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
EDIFICIO	30.000,00	5%	125,00	1.500,00
MUEBLES Y ENSERES	1.825,00	10%	15,21	182,50
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	2.310,07	33%	63,53	762,32
MAQUINARIA Y EQUIPO	7.938,88	10%	66,16	793,89
TOTAL	42.073,95		269,89	3.238,71

Fuente: Iturralde Talía - Romero Carolina

Inversión del proyecto

INVERSION	
DESCRIPCIÓN	VALOR ACTIVO FIJO
EDIFICIO	30.000,00
MUEBLES Y ENSERES	1.825,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	2.540,07
MAQUINARIA Y EQUIPO	7.938,88
CAJA-BANCOS	2.500,00
TOTAL	44.803,95

Fuente: Iturralde Talía - Romero Carolina

Como inicio de inversión para el funcionamiento del proyecto para este estudio tendremos:

Financiamiento Propio: \$ 44.803.95

Detalle de gastos

Gastos a 5 años con un índice del 6% de proyección

DETALLE DE GASTOS																		
PROYECCIÓN A CINCO AÑOS																		
GASTOS ADMINISTRATIVOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
GERENTE / AFINES	358,26	358,26	358,26	358,26	358,26	358,26	358,26	358,26	358,26	358,26	358,26	358,26	4299,12	4557,07	4830,49	5120,32	5427,54	
DIRECTOR / AFINES	356,46	356,46	356,46	356,46	356,46	356,46	356,46	356,46	356,46	356,46	356,46	356,46	4277,52	4534,17	4806,22	5094,59	5400,27	
ASISTENTE / AYUDANTE / AUXILIAR ADMINISTRATIVO	347,45	347,45	347,45	347,45	347,45	347,45	347,45	347,45	347,45	347,45	347,45	347,45	4169,40	4419,56	4684,74	4965,82	5263,77	
CONTADOR / CONTADOR GENERAL													0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
COORDINADOR / AFINES	354,65	354,65	354,65	354,65	354,65	354,65	354,65	354,65	354,65	354,65	354,65	354,65	4255,80	4511,15	4781,82	5068,73	5372,85	
ASISTENTE / AYUDANTE / AUXILIAR DE SERVICIOS EN GENERAL	340,34	340,34	340,34	340,34	340,34	340,34	340,34	340,34	340,34	340,34	340,34	340,34	4084,08	4329,12	4588,87	4864,20	5156,06	
IMPULSADOR / A	345,30	345,30	345,30	345,30	345,30	345,30	345,30	345,30	345,30	345,30	345,30	345,30	4143,60	4392,22	4655,75	4935,09	5231,20	
COCINERO QUE NO LABORA EN EL SECTOR DE TURISMO Y ALIMENTACIÓN	345,30	345,30	345,30	345,30	345,30	345,30	345,30	345,30	345,30	345,30	345,30	345,30	4143,60	4392,22	4655,75	4935,09	5231,20	
ASISTENTE / AYUDANTE / AUXILIAR DE LIMPIEZA	344,59	344,59	344,59	344,59	344,59	344,59	344,59	344,59	344,59	344,59	344,59	344,59	4135,08	4383,18	4646,18	4924,95	5220,44	
APORTE PATRONAL 12,15%	339,27	339,27	339,27	339,27	339,27	339,27	339,27	339,27	339,27	339,27	339,27	339,27	4071,25	4315,52	4574,45	4848,92	5139,85	
DECIMO TERCERO			510,00										510,00	3243,60	3438,22	3644,51	3863,18	
DECIMO CUARTO												2559,65417	2559,65	2713,23	2876,03	3048,59	3231,50	
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	3.131,62	3.131,62	3.641,62	3.131,62	3.131,62	3.131,62	3.131,62	3.131,62	3.131,62	3.131,62	3.131,62	3.131,62	5.691,27	40.649,10	45.791,05	48.538,51	51.450,82	54.537,87
GASTOS GENERALES																		
LUZ ELECTRICA	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	660,00	699,60	741,58	786,07	833,23	
TELEFONO	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	144,00	152,64	161,80	171,51	181,80	
AGUA	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	216,00	228,96	242,70	257,26	272,70	
SERVICIO DE INTERNET	22,40	22,40	22,40	22,40	22,40	22,40	22,40	22,40	22,40	22,40	22,40	22,40	268,80	284,93	302,02	320,15	339,35	
SUMINISTROS DE OFICINA	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	720,00	763,20	808,99	857,53	908,98	
DEPRECIACIÓN EDIFICIO	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	1500,00	1500,00	1500,00	1500,00	1500,00	
DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES	15,21	15,21	15,21	15,21	15,21	15,21	15,21	15,21	15,21	15,21	15,21	15,21	182,50	182,50	182,50	182,50	182,50	
DEPRECIACIÓN EQUIPO DE COMPUTACIÓN	63,53	63,53	63,53	63,53	63,53	63,53	63,53	63,53	63,53	63,53	63,53	63,53	762,32	762,32	762,32	0,00	0,00	
DEPRECIACIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO	66,16	66,16	66,16	66,16	66,16	66,16	66,16	66,16	66,16	66,16	66,16	66,16	793,89	793,89	793,89	793,89	793,89	
TOTAL GASTOS GENERALES	437,29	437,29	437,29	437,29	437,29	437,29	437,29	437,29	437,29	437,29	437,29	437,29	5.247,51	5.368,04	5.495,80	4.868,90	5.012,45	
GASTOS DE VENTAS																		
PUBLICIDAD	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	960,00	1017,60	1078,66	1143,38	1211,98	
VOLANTES	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	960,00	1017,60	1078,66	1143,38	1211,98	
PERIÓDICO	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	600,00	636,00	674,16	714,61	757,49	
TOTAL GASTOS DE VENTAS	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	2520,00	2671,20	2831,47	3001,36	3181,44	
TOTAL COSTOS INDIRECTOS	3778,91	3778,91	4288,91	3778,91	3778,91	3778,91	3778,91	3778,91	3778,91	3778,91	3778,91	6338,57	48416,61	53830,29	56865,78	59321,08	62731,76	

GASTOS PARA FLUJO	3509,02	3509,02	4019,02	3509,02	3509,02	3509,02	3509,02	3509,02	3509,02	3509,02	3509,02	3509,02	6068,67	45177,90	50591,57	53627,07	56844,69	60255,37
GASTOS GENERALES	167,40	167,40	167,40	167,40	167,40	167,40	167,40	167,40	167,40	167,40	167,40	167,40	2008,80	2129,33	2257,09	2392,51	2536,06	
DEPRECIACIÓN	269,89	269,89	269,89	269,89	269,89	269,89	269,89	269,89	269,89	269,89	269,89	269,89	3238,71	3238,71	3238,71	2476,39	2476,39	

Detalle de costos de ventas

Costo de Ventas a 5 años con un índice del 6% de proyección

CUADRO DE COSTOS DE VENTAS																			
PROYECCION A 5 AÑOS																			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P.U.	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
9	*Local	20	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	2.160,00	2.289,60	2.426,98	2.572,59	2.726,95
9	sillas grandes	5	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	540,00	572,40	606,74	643,15	681,74
9	mesas	9	81,00	81,00	81,00	81,00	81,00	81,00	81,00	81,00	81,00	81,00	81,00	81,00	972,00	1.030,32	1.092,14	1.157,67	1.227,13
9	Sillas Pequeñas	5	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	540,00	572,40	606,74	643,15	681,74
9	Animador	30	270,00	270,00	270,00	270,00	270,00	270,00	270,00	270,00	270,00	270,00	270,00	270,00	3.240,00	3.434,40	3.640,46	3.858,89	4.090,43
9	DJ	15	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	1.620,00	1.717,20	1.820,23	1.929,45	2.045,21
9	Arreglo con globos	25	225,00	225,00	225,00	225,00	225,00	225,00	225,00	225,00	225,00	225,00	225,00	225,00	2.700,00	2.862,00	3.033,72	3.215,74	3.408,69
9	Arreglo de mesa principal	18	162,00	162,00	162,00	162,00	162,00	162,00	162,00	162,00	162,00	162,00	162,00	162,00	1.944,00	2.060,64	2.184,28	2.315,34	2.454,26
9	centro de mesas 6u.	8	72,00	72,00	72,00	72,00	72,00	72,00	72,00	72,00	72,00	72,00	72,00	72,00	864,00	915,84	970,79	1.029,04	1.090,78
9	Carrito de Hot Dog 60 u.	28	252,00	252,00	252,00	252,00	252,00	252,00	252,00	252,00	252,00	252,00	252,00	252,00	3.024,00	3.205,44	3.397,77	3.601,63	3.817,73
9	Vasos de gaseosa 100 u.	5	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	540,00	572,40	606,74	643,15	681,74
9	Manteleria	4	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	432,00	457,92	485,40	514,52	545,39
9	Pastel	22	198,00	198,00	198,00	198,00	198,00	198,00	198,00	198,00	198,00	198,00	198,00	198,00	2.376,00	2.518,56	2.669,67	2.829,85	2.999,65
9	Saltañines de aire	20	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	2.160,00	2.289,60	2.426,98	2.572,59	2.726,95
			1.926,00	1.926,00	1.926,00	1.926,00	1.926,00	1.926,00	1.926,00	1.926,00	1.926,00	1.926,00	1.926,00	1.926,00	23.112,00	24.498,72	25.968,64	27.526,76	29.178,37

Fuente: Iturralde Talía - Romero Carolina

Detalle de costos de ingresos

Costos de Ingresos a 5 años con un índice del 6% de proyección

CUADRO DE INGRESOS																			
PROYECCIÓN A 5 AÑOS																			
INGRESOS POR VENTA	UNIDADES	P.U.	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PAQUETE 1	3	430,00	1.290,00	1.290,00	1.290,00	1.290,00	1.290,00	1.290,00	1.290,00	1.290,00	1.290,00	1.290,00	1.290,00	1.290,00	15.480,00	16.408,80	17.393,33	18.436,93	19.543,14
PAQUETE 2	5	580,00	2.900,00	2.900,00	2.900,00	2.900,00	2.900,00	2.900,00	2.900,00	2.900,00	2.900,00	2.900,00	2.900,00	2.900,00	34.800,00	36.888,00	39.101,28	41.447,36	43.934,20
PAQUETE 3	2	225,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	5.400,00	5.724,00	6.067,44	6.431,49	6.817,38
PAQUETE 4	2	850,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	20.400,00	21.624,00	22.921,44	24.296,73	25.754,53
			6.340,00	6.340,00	6.340,00	6.340,00	6.340,00	6.340,00	6.340,00	6.340,00	6.340,00	6.340,00	6.340,00	6.340,00	76.080,00	80.644,80	85.483,49	90.612,50	96.049,25

Fuente: Iturralde Talía - Romero Carolina

Detalle de Estado de Resultados

Estado de Resultados a 5 años con un índice del 6% de proyección

DULCE ENCUENTRO ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO A 5 AÑOS																	
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	6.340,00	6.340,00	6.340,00	6.340,00	6.340,00	6.340,00	6.340,00	6.340,00	6.340,00	6.340,00	6.340,00	6.340,00	76.080,00	80.644,80	85.483,49	90.612,50	96.049,25
COSTO DE VENTAS	1.926,00	1.926,00	1.926,00	1.926,00	1.926,00	1.926,00	1.926,00	1.926,00	1.926,00	1.926,00	1.926,00	1.926,00	23.112,00	24.498,72	25.968,64	27.526,76	29.178,37
UTILIDAD BRUTA	4.414,00	4.414,00	4.414,00	4.414,00	4.414,00	4.414,00	4.414,00	4.414,00	4.414,00	4.414,00	4.414,00	4.414,00	52.968,00	56.146,08	59.514,84	63.085,74	66.870,88
(-) GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS																	
GASTOS DE ADMINISTRACION	3.131,62	3.131,62	3.641,62	3.131,62	3.131,62	3.131,62	3.131,62	3.131,62	3.131,62	3.131,62	3.131,62	5.691,27	40.649,10	45.791,05	48.538,51	51.450,82	54.537,87
GASTOS DE VENTAS	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	2.520,00	2.671,20	2.831,47	3.001,36	3.181,44
TOTAL	3.341,62	3.341,62	3.851,62	3.341,62	3.341,62	3.341,62	3.341,62	3.341,62	3.341,62	3.341,62	3.341,62	5.901,27	43.169,10	48.462,25	51.369,98	54.452,18	57.719,31
UTILIDAD DE OPERACIONES																	
OTROS (EGRESOS) INGRESOS																	
COSTOS INDIRECTOS	437,29	437,29	437,29	437,29	437,29	437,29	437,29	437,29	437,29	437,29	437,29	437,29	5.247,51	5.368,04	5.495,80	4.868,90	5.012,45
UTILIDAD OPERACIONAL TOTAL	437,29	437,29	437,29	437,29	437,29	437,29	437,29	437,29	437,29	437,29	437,29	437,29	5.247,51	5.368,04	5.495,80	4.868,90	5.012,45
UTILIDAD O PERDIDA ANTES DE P/T E IMP. RENTA	635,09	635,09	125,09	635,09	635,09	635,09	635,09	635,09	635,09	635,09	635,09	- 1.924,57	4.551,39	2.315,79	2.649,06	3.764,65	4.139,12
(-) 15% PARTICIPACION TRABAJADORES	95,26	95,26	18,76	95,26	95,26	95,26	95,26	95,26	95,26	95,26	95,26	- 288,69	682,71	347,37	397,36	564,70	620,87
TOTAL ANTES DE IMP RENTA	539,82	539,82	106,32	539,82	539,82	539,82	539,82	539,82	539,82	539,82	539,82	- 1.635,88	3.868,68	1.968,43	2.251,71	3.199,96	3.518,25
(-) 23% IMPUESTO A LA RENTA	124,16	124,16	24,45	124,16	124,16	124,16	124,16	124,16	124,16	124,16	124,16	- 376,25	889,80	452,74	517,89	735,99	809,20
UTILIDAD NETA NETA	415,66	415,66	81,87	415,66	415,66	415,66	415,66	415,66	415,66	415,66	415,66	- 1.259,63	2.978,88	1.515,69	1.733,81	2.463,97	2.709,05

Fuente: Iturralde Talía - Romero Carolina

Detalle de Flujo de Cajas

Flujo de Cajas

DULCE ENCUENTRO							
FLUJO DE CAJA							
PROYECTADO A 5 AÑOS							
	0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESOS							
VENTAS DE BIENES O SERVICIOS		76.080,00	80.644,80	85.483,49	90.612,50	96.049,25	428.870,03
							-
(-) EGRESOS							
COSTOS DE INVERSION	44.803,95						-
COSTOS INDIRECTOS		45.177,90	50.591,57	53.627,07	56.844,69	60.255,37	266.496,61
COSTO DE VENTA		23.112,00	24.498,72	25.968,64	27.526,76	29.178,37	130.284,49
(-) PARTICIPACION TRABAJADORES		0	682,71	347,37	397,36	564,70	1.992,14
(-) 23% IMPUESTOS		0	889,80	452,74	517,89	735,99	2.596,42
							-
							-
TOTAL EGRESOS	44.803,95	68.289,90	76.662,80	80.395,82	85.286,71	90.734,43	401.369,66
							-
FLUJO OPERATIVO	-44.803,95	7.790,10	3.982,00	5.087,67	5.325,79	5.314,82	27.500,38
							-
INGRESO NO OPERATIVO							
PRESTAMO							-
TOTAL INGRESO NO OPERATIVO	-	-	-	-	-	-	-
							-
EGRESOS NO OPERATIVOS							
INVERSIONES							-
PAGO CAPITAL							-
PAGO INTERES							-
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	-	-	-	-	-	-
							-
FJULO NETO NO OPERATIVO	-	-	-	-	-	-	-
FLUJO NETO	-44.803,95	7.790,10	3.982,00	5.087,67	5.325,79	5.314,82	27.500,38
SALDO INICIAL	0	2.500,00	10.290,10	14.272,10	19.359,77	24.685,56	71.107,53
FLUJO ACUMULADO	-	10.290,10	14.272,10	19.359,77	24.685,56	30.000,38	98.607,91

Balance General

DULCE ENCUENTRO						
BALANCE GENERAL						
Proyección a 5 años						
	0	1	2	3	4	5
ACTIVO						
ACTIVO CORRIENTE						
CAJABANCOS	2.500,00	10.290,10	14.272,10	19.359,77	24.685,56	30.000,38
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	2.500,00	10.290,10	14.272,10	19.359,77	24.685,56	30.000,38
ACTIVO NO CORRIENTE						
ACTIVO FIJO						
EDIFICIO	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00
(-) DEPRECIACION ACUMULADA DE EDIFICIO	-	- 1.500,00	- 3.000,00	- 4.500,00	- 6.000,00	- 7.500,00
MUEBLES Y ENSERES	1.825,00	1.825,00	1.825,00	1.825,00	1.825,00	1.825,00
(-) DEPRECIACION ACUMULADA DE MUEBLES DE OFICINA	-	- 182,50	- 365,00	- 547,50	- 730,00	- 912,50
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	2.540,07	2.540,07	2.540,07	2.540,07	2.540,07	2.540,07
(-) DEPRECIACION ACUMULADA DE EQUIPO DE CÓMPUTO	-	- 762,32	- 1.524,65	- 2.286,97	-	-
MAQUINARIA Y EQUIPO	7.938,88	7.938,88	7.938,88	7.938,88	7.938,88	7.938,88
(-) DEPRECIACION ACUMULADA DE MATERIALES E INSUMOS	-	- 793,89	- 1.587,78	- 2.381,66	- 3.175,55	- 3.969,44
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	42.303,95	39.065,24	35.826,53	32.587,82	32.398,40	29.922,01
TOTAL ACTIVOS	44.803,95	49.355,34	50.098,63	51.947,59	57.083,96	59.922,39
PASIVO						
PASIVO CORRIENTE						
PROVEEDORES	-					
PARTICIPACIÓN A EMPLEADOS	-	682,71	347,37	397,36	564,70	620,87
IMPUESTO A LA RENTA	-	889,80	452,74	517,89	735,99	809,20
TOTAL PASIVO CORRIENTE	-	1.572,50	800,11	915,25	1.300,69	1.430,06
OBLIGACION A LARGO PLAZO						
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	-	-	-	-	-	-
TOTAL PASIVOS	-	1.572,50	800,11	915,25	1.300,69	1.430,06
PATRIMONIO						
CAPITAL SOCIAL	44.803,95	44.803,95	44.803,95	44.803,95	44.803,95	44.803,95
UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO	-	2.978,88	1.515,69	1.733,81	2.463,97	2.709,05
UTILIDAD AÑO ANTERIOR			2.978,88	4.494,57	8.515,35	10.979,32
TOTAL PATRIMONIO	44.803,95	47.782,83	49.298,52	51.032,33	55.783,27	58.492,32
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	44.803,95	49.355,34	50.098,63	51.947,59	57.083,96	59.922,39

RAZONES FINANCIERAS

RAZÓN DE LIQUIDEZ

RAZÓN DE LÍQUIDEZ			
RAZÓN CORRIENTE = (ACTIVO CORRIENTE / PASIVO CORRIENTE) x 100			
	ACTIVO CORRIENTE	PASIVO CORRIENTE	
AÑO 1	10.290,10	1.572,50	6,54
AÑO 2	14.272,10	800,11	17,84
AÑO 3	19.359,77	915,25	21,15
AÑO 4	24.685,56	1.300,69	18,98
AÑO 5	30.000,38	1.430,06	20,98

Según la razón de liquidez determina que cada año vamos a tener como soportar nuestras deudas, ya que haciendo el análisis en el año 1 por cada dólar de endeudamiento tendremos \$ 5, 54 de rentabilidad.

CAPITAL NETO DE TRABAJO

CAPITAL NETO DE TRABAJO			
CAPITAL NETO DE TRABAJO = (ACTIVO CORRIENTE - PASIVO CORRIENTE)			
	ACTIVO CORRIENTE	PASIVO CORRIENTE	
AÑO 1	10.290,10	1.572,50	8.717,59
AÑO 2	14.272,10	800,11	13.471,99
AÑO 3	19.359,77	915,25	18.444,52
AÑO 4	24.685,56	1.300,69	23.384,87
AÑO 5	30.000,38	1.430,06	28.570,31

En el primer año la empresa contara con un capital de trabajo de \$ 8717,59al es y ese capital es propio.

RAZÓN DE EFECTIVO

RAZÓN DE EFECTIVO			
RAZÓN DE EFECTIVO = (EFECTIVO Y EQUIVALENTES/TOTAL DE ACTIVOS) x 100			
	EFECTIVO Y EQUIVALENTES	TOTAL ACTIVOS	
AÑO 1	10.290,10	49.355,34	20,85
AÑO 2	14.272,10	50.098,63	28,49
AÑO 3	19.359,77	51.947,59	37,27
AÑO 4	24.685,56	57.083,96	43,24
AÑO 5	30.000,38	59.922,39	50,07

La empresa cuenta con una disponibilidad de efectivo de 20,85% con relación a sus activos.

RAZÓN DE EFECTIVO			
DISPONIBILIDAD INMEDIATA = (EFECTIVO Y EQUIVALENTES/PAS. CORR) x 100			
	EFECTIVO Y EQUIVALENTES	PASIVO CORRIENTE	
AÑO 1	10.290,10	1.572,50	6,54
AÑO 2	14.272,10	800,11	17,84
AÑO 3	19.359,77	915,25	21,15
AÑO 4	24.685,56	1.300,69	18,98
AÑO 5	30.000,38	1.430,06	20,98

La empresa dispone de \$ 6,54 para cubrir cada dólar de deuda a corto plazo

RAZONES FINANCIERAS DE RENTABILIDAD

RAZONES FINANCIERAS DE RENTABILIDAD			
MARGEN BRUTO = (UTILIDAD BRUTA / VENTAS) x 100			
	UTILIDAD BRUTA	VENTAS	
AÑO 1	52.968,00	76.080,00	69,62
AÑO 2	56.146,08	80.644,80	69,62
AÑO 3	59.514,84	85.483,49	69,62
AÑO 4	63.085,74	90.612,50	69,62
AÑO 5	66.870,88	96.049,25	69,62

Por cada dólar invertido la empresa tiene 69,62% de rentabilidad

RAZONES FINANCIERAS DE RENTABILIDAD			
MARGEN NETO = (UTILIDAD NETA / VENTAS) x 100			
	UTILIDAD NETA	VENTAS	
AÑO 1	2.978,88	76.080,00	3,92
AÑO 2	1.515,69	80.644,80	1,88
AÑO 3	1.733,81	85.483,49	2,03
AÑO 4	2.463,97	90.612,50	2,72
AÑO 5	2.709,05	96.049,25	2,82

Por cada dólar de venta tenemos una utilidad del 3,92%, este porcentaje aumentaría si hay más ventas del servicio.

RAZONES FINANCIERAS DE RENTABILIDAD			
RENTABILIDAD SOBRE EL PATRIMONIO = (UTILIDAD NETA / PATRIMONIO) x 100			
	UTILIDAD NETA	PATRIMONIO	
AÑO 1	2.978,88	47.782,83	6,23
AÑO 2	1.515,69	49.298,52	3,07
AÑO 3	1.733,81	51.032,33	3,40
AÑO 4	2.463,97	55.783,27	4,42
AÑO 5	2.709,05	58.492,32	4,63

El patrimonio de la empresa tendrá un 6,23% de rentabilidad

RAZONES FINANCIERAS DE RENTABILIDAD			
RENTABILIDAD SOBRE EL CAPITAL = (UTILIDAD NETA / CAPITAL)			
	UTILIDAD NETA	CAPITAL	
AÑO 1	2.978,88	44.803,95	6,65
AÑO 2	1.515,69	44.803,95	3,38
AÑO 3	1.733,81	44.803,95	3,87
AÑO 4	2.463,97	44.803,95	5,50
AÑO 5	2.709,05	44.803,95	6,05

El capital invertido por los accionistas tiene una rentabilidad del 6,65%

RAZONES FINANCIERAS DE RENTABILIDAD			
RENTABILIDAD SOBRE EL ACTIVO = (UTILIDAD NETA / TOTAL ACTIVO) x 100			
	UTILIDAD NETA	TOTAL ACTIVO	
AÑO 1	2.978,88	49.355,34	6,04
AÑO 2	1.515,69	50.098,63	3,03
AÑO 3	1.733,81	51.947,59	3,34
AÑO 4	2.463,97	57.083,96	4,32
AÑO 5	2.709,05	59.922,39	4,52

El activo que posee la empresa produce una utilidad del 6,04%

Valor del dinero (VAN), Tasa interna de Retorno (TIR)

VALOR DEL DINERO EN EL TIEMPO

VAN=	INVERSION	+	$\frac{FC1}{(1+i)^1}$	+	$\frac{FC2}{(1+i)^2}$	+	$\frac{FC3}{(1+i)^3}$	+	$\frac{FC4}{(1+i)^4}$	+	$\frac{FC5}{(1+i)^5}$
VAN=	-44.803,95	+	$\frac{10.290,10}{(1+i)^1}$	+	$\frac{14.272,10}{(1+i)^2}$	+	$\frac{19.359,77}{(1+i)^3}$	+	$\frac{24.685,56}{(1+i)^4}$	+	$\frac{30.000,38}{(1+i)^5}$
VAN=	-44803,95		$\frac{10.290,10}{1,15}$	+	$\frac{14.272,10}{1,3225}$	+	$\frac{19.359,77}{1,520875}$	+	$\frac{24.685,56}{1,74900625}$	+	$\frac{30.000,38}{2,01135719}$
VAN=	-44803,95	+	8.947,91	+	10.791,76	+	12.729,36	+	14.114,05	+	14.915,49
VAN=	1.779,13										

TASA DE DESCUENTO ES LO QUE YO ESPERO GANAR

15 %

0,15

TIR

16,684 %

0,17













Según el valor actual neto de nuestro estudio determinamos que en el año cuatro recuperamos completamente la inversión con una tasa interna de retorno del 16,684%

5.7.3. Impacto

El proyecto tendrá un impacto positivo:

- Incrementa el desarrollo empresarial en la cantón Milagro
- Da la oportunidad de plazas laborales
- Tiene un impacto positivo porque la ciudadanía contaría con un centro de organización de eventos como en las grandes ciudades.

5.7.4. Cronograma

No	ACTIVIDADES	Mes 1	Mes 2	Mes 3
1	Definir un plan organizacional para garantizar el desempeño funcional de cada uno de los departamentos con la finalidad obtener una estructura orgánica mas eficaz.			
	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un plan estratégico que permita de manera flexible modificar los cambios que se presente durante al proceso. • Crear y mantener un ambiente interno en el cual el personal pueda involucrarse totalmente en el logro de los objetivos. 			
				
2	Diseñar y aplicar un manual de funciones que indique al personal la forma de como ejecutar las actividades asignadas para alcanzar los resultados planteados.			
	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración un manual que indique la forma que se deben realizar las actividades en cada área de trabajo. • Análisis efectivo de los resultados que se espera alcanzar. 			
3	Estructurar un sistema de control para mejorar los procesos administrativos con el fin de optimizar los recursos y así poder minimizar la pérdida del mismo.			
	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de un sistema de control para verificar los elementos que intervienen en el proceso. • Aplicar instrumentos administrativos. • Capacitación al personal sobre el uso de los instrumentos administrativos. 			
				
4	Aplicar un reglamento interno y políticas de procedimientos que permita recibir información confiable entre departamentos, el cual servirá para toma de decisiones que contribuya en el crecimiento de la empresa.			
	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de un reglamento interno y políticas de procedimientos. • Medición y cuantificación de los resultados. 			
	<ul style="list-style-type: none"> • Revisión metódica de la información para asegurar su confiabilidad. 			

5.7.5. Lineamiento para evaluar la propuesta

Mediante la ejecución de la propuesta para la Creación de una empresa de organización de fiestas y eventos infantiles en el cantón Milagro, Provincia del Guayas tenemos:

- Logotipo
- Misión
- Visión
- Orgánico estructural
- Objetivos General
- Objetivos específicos
- Ubicación
- Estrategias
- Manual de Funciones
- Análisis Financieros.

Conclusiones

- En base al estudio realizado se llegó a la conclusión que en el Cantón Milagro en la Provincia del Guayas carece de una empresa de eventos en fiestas infantiles que brinde todos los servicios que demanda la población
- Si se contara con una empresa que ofrece todo los servicios de eventos infantiles, que demanda la población, esta aportaría al desarrollo económico y social del Cantón Milagro y la vez la satisfacción de los clientes.
- De contar con una empresa de eventos infantiles, en el Cantón Milagro se tomara en consideración tecnología, accesorios, innovación de punta y actualizada, acorde a la matriz productiva y tenga éxito en el posicionamiento en el mercado.

Recomendaciones

Por las conclusiones expuestas se recomienda:

- La creación de una empresa que brinde los servicios infantiles dentro del Cantón Milagro, con una amplia infraestructura, seguridad, paquetes de servicios acorde a toda necesidad, captando la atención de los clientes, mediante una estrategia de marketing que promueva la satisfacción de la ciudadanía y eleve la producción interna y el desarrollo local de la ciudad.

BIBLIOGRAFIA:

ANDRAGOGIA, E. (29 de Octubre de 2010). *Andragogiacomponente blog*. Recuperado el 21 de junio de 2013, de Andragogiacomponente blog: <http://andragogiacomponente2010.blogspot.com/>

BAENA GARCÍA, V. (2011). *Fundamentos de Marketing: Entorno, Consumidor, estrategia e investigación comercial*. Barcelona: UOC, S.L.

BATEMAN, T., & SNELL, S. (2009). *Administración, Liderazgo y Colaboración en un mundo competitivo*. México: MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A de C.V.,.

C, V. G., & L., L. T. (2011). Fundamentos Filosóficos y Sociológicos de la educación reflexiones para la construcción participativa de los valores profesionales socioculturales. *Cuadernos de Educación y desarrollo, Vol 3* (Nº 31).

(2012). En J. CEGARRA SÁNCHEZ, *Los Métodos de Investigación* (pág. 83). Madrid: Díaz de Santos, S.A.

(2012). En J. CEGARRA SÁNCHEZ, *Los Métodos de Investigación* (pág. 82). Madrid: Díaz de Santos, S.A.

CHIAVENATO, I. *Administración de Recursos Humanos el capital humano de las Organizaciones.*

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. (s.f.). *Scribd.* Recuperado el 5 de Julio de 2013, de Scribd.: <http://es.scribd.com/doc/22681716/CONSTITUCION-DE-LA-REPUBLICA-DEL-ECUADOR-Actualizada>

Efrén, A. P. (s.f.). Recuperado el 12 de junio de 2013, de [http://www.encyclopediadelecuador.com/temasOpt.php?Ind=1431&Let=.](http://www.encyclopediadelecuador.com/temasOpt.php?Ind=1431&Let=)

Elmer, H. (s.f.). *Terra.* Recuperado el 12 de Junio de 2013, de Terra: <http://www.terra.com/mujer/articulo/html/hof1030.htm>

ENCICLOPEDIA PRACTICA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA (PYMES). España.

FERNANDEZ. (2010). *Comunicación Empresarial y Atención al Cliente.* España: Aéreas ciclo Formativo.

FERNANDEZ SÁNCHEZ, E. (2010). *Administración de Empresa un enfoque interdisciplinar.* España: Paraninf S.A.

GAN BUSTO, F., & TRIGINE PRETS, J. (2006). *Manual de instrumentos de gestión y desarrollo de las personas en las Organizaciones.* Madrid, España: Díaz de Santos, S.A.

HERNANDEZ, G. (s.f.). *slideshare*. Recuperado el 7 de Julio de 2013, de slideshare: <http://www.slideshare.net/combertidor/investigacion-de-campo>,

HUERTA MATA, J. J., & RODRIGUEZ CASTELLANOS, G. I. *Desarrollo de habilidades Directivas*. México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

MASSUH V., C. (s.f.). *Slideshare*. Recuperado el 7 de Julio de 2013, de Slideshare: <http://www.slideshare.net/cmassuh/ge09-metodologa>

MUNCH GALINDO, L. (2011). *ADMINISTRACIÓN proceso administrativa clave del éxito empresarial*. México, España: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

MUNCH GALINDO, L. (2011). *ADMINISTRACIÓN proceso administrativa clave del éxito empresarial*. México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

MUNCH GALINDO, L. (2011). *ADMINISTRACIÓN proceso administrativo clave del éxito empresarial*. México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (2001). Recuperado el 7 de Julio de 2013, de <http://lema.rae.es/drae/?val=clima%20laboral>.

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2009). *Comportamiento Organizacional*. Mexico: PEARSON EDUCACION.

ROCAFUERTE ORRALA, M. S. (2011). Recuperado el 15 de junio de 2013, de repositorio.upse.edu.ec:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/744/39.- MIGUEL%20ROCAFUERTE%20ORRALA.pdf?sequence=1

Salvador, L. A. (2 de enero de 2012). *rebellion.org*. Recuperado el 12 de junio de 2013, de rebellion.org: <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=142264>

SÁNCHEZ, L. H. (2011). Recuperado el 12 de junio de 2013, de dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/2143/4/UPS-CT002402.pdf

Secretaria Nacional de Planificacion y Desarrollo-SENPLADES, 2. (2009-2013). *SENPLADES*. Recuperado el mayo de 2013, de SENPLADES: www.semplades.gov.ec

SEEHORN, A. (s.f.). *ehowenespañol*. Recuperado el 7 de Julio de 2013, de ehowenespañol: http://www.ehowenespanol.com/metodos-investigacion-transversal-info_232819/

SOTILLO SALAZAR, N. J. (s.f.). *Slideshare*. Recuperado el 7 de Julio de 2013, de Slideshare: <http://www.slideshare.net/nair247/slideshare-invest-c-c-diferencias>

SOTILLO SALAZAR, N. (s.f.). *Slideshare*. Recuperado el 7 de Julio de 2013, de Slideshare: <http://www.slideshare.net/nair247/slideshare-invest-c-c-diferencias>

VARELA JUAREZ, R. A. (2011). *Administración de Recursos Humanos nfoque Latinoamericano*. México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

VERTICE, E. (2010). *Atención al Cliente*. España: Publicaciones Vértices S.L.

ZAGARRA, V. (17 de Agosto de 2012). Recuperado el 15 de Julio de 2013, de <http://victorzegarra.net/2012/08/17/que-es-el-mof-manual-de-organizacion-y-funciones/>

ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA



La presente encuesta tiene como finalidad recopilar la información pertinente para el desarrollo del proyecto de investigación titulado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ORGANIZACIÓN DE FIESTAS Y EVENTOS INFANTILES EN EL CANTON MILAGRO PROVINCIA DEL GUAYAS”

Instructivo:

- Marque con una (x) según su opinión:
- Agradecemos su valiosa colaboración. La información es confidencial

1.- ¿Conoce usted la existencia de una Empresa de Eventos Sociales que ofrezca todos los servicios en el cantón Milagro?

ALTERNATIVA
Si
No
No sabe

2.- ¿Cree usted que si existiera una Empresa de que ofrezca todos los servicios para eventos sociales tenga éxito?

ALTERNATIVA
Si
No
No sabe

3.- ¿Si existiera una empresa que brinde todos los servicios para eventos sociales en el Cantón Milagro usted la contrataría?

ALTERNATIVA
Si
No
No sabe

4.- ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por eventos infantiles?

ALTERNATIVA
Alto
Medio
Bajo

5.- ¿Qué servicios y formalidad de pago le gustaría que le brinde la nueva empresa?

ALTERNATIVA
Crédito Directo
Postpago
Prepago

6.- ¿Qué tipo de evento familiar le gustaría realizar?

ALTERNATIVA
INFANTIL
GRADUACION
MATRIMONIOS

7.- ¿Cuándo organiza una fiesta infantil las actividades las realiza?

ALTERNATIVA
Usted mismo
Las encarga a otra personas
No realiza estos eventos

8.- ¿La infraestructura de los actuales salones para las fiestas infantiles es?

ALTERNATIVA
Excelente
Regular
Mala

9.- ¿Tiene Preferencia por algún local en especial?

ALTERNATIVA
Si
No
No se

10.- ¿Al realizar fiestas infantiles en salones alquilados usted tomaría más en consideración?

ALTERNATIVA
ENTRETEMIENTO
PRECIO
UBICACIÓN

ANEXO B: Requisitos de inscripción de persona natural

CAPÍTULO II: GUÍA DE REQUISITOS

2.1. REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN DE PERSONAS NATURALES

Identificación del contribuyente	Requisitos	Ecuatorianos	Extranjeros Residentes	Extranjeros no Residentes
	Presentarán el original y entregarán una copia de la cédula de identidad o de ciudadanía.	SI	SI	—
	Presentarán el original y entregarán una copia del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa vigente.	—	—	SI
	Presentarán el original del certificado de votación del último proceso electoral dentro de los límites establecidos en el Reglamento a la Ley de Elecciones.	SI	—	—

Verificación del domicilio y de los establecimientos	Para la verificación del lugar donde realiza su actividad económica, el contribuyente deberá presentar el original y entregar una copia de cualquiera de los siguientes documentos:
	<ul style="list-style-type: none"> Planilla de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de registro; o, Pago del servicio de TV por cable, telefonía celular o estados de cuenta de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción a nombre del contribuyente; o, Comprobante del pago del impuesto predial, puede corresponder al del año en que se realiza la inscripción, o del inmediatamente anterior; o, Copia del contrato de arrendamiento legalizado o con el sello del Juzgado de Inquilinato vigente a la fecha de inscripción.

Requisitos adicionales para personas naturales que cumplen actividades específicas

Refugiados :	Copia de la ordenoal que entrega el Ministerio de Relaciones Exteriores.
Artesanos :	Copia de la calificación artesanal emitida por el organismo competente: Junta Nacional del Artesano o MICIP.
Contadores :*	Copia del título o carnet del colegio profesional respectivo; y, aquellos que trabajen en relación de dependencia deberán presentar adicionalmente un documento que lo certifique.
Diplomáticos:	Copia de la ordenoal de agente diplomático.
Transportistas:	Certificado de afiliación a las respectivas cooperativas.
Profesionales:*	Copia del título universitario o copia del carnet otorgado por el respectivo colegio profesional, o copia de la cédula de identidad en la que conste la profesión.
Actividades educativas:	Copia del Acuerdo ministerial para el funcionamiento de jardines de infantes, escuelas y colegios.
Agentes afianzados de aduanas:	Copia del documento expedido por la CAE en el cual se autoriza dicha actividad.
Menores emancipados:	Original del documento firmado por los padres o tutores, por el cual se autoriza la inscripción y se responsabilizan por el cumplimiento de las obligaciones tributarias. Los padres o tutores deben presentar original y entregar una copia de la cédula de identidad.
Notarios y Registradores de la propiedad y mercantiles:	Copia del nombramiento otorgado por la Corte Suprema.
Miembros de Juntas Parroquiales:	Copia del nombramiento otorgado por el TSE.
Por inscripción tardía:	Copia del formulario 108 en el que conste el pago de la multa
Médicos:*	Copia del carnet o certificado de su respectivo colegio profesional.

*No es prioritario que el carnet profesional se encuentre vigente.

Fuente: www.sri.gob.ec (Servicio de Rentas Internas)

ANEXO C: Requisitos de inscripción de sociedades

2.2 REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN DE SOCIEDADES

2.2.1. Identificación de Sociedades Públicas

SECTOR PÚBLICO
Formulario RUC-01-A y RUC-01-B suscritos por el agente de retención.
Copia del registro oficial donde se encuentre publicada la creación de la entidad o Institución pública, o copia del decreto, ordenanza o resolución que apruebe la creación de la Institución.
Entregar una copia del nombramiento del agente de retención de dicha entidad o Institución.
Copia de la cédula de Identidad o ciudadanía o del pasaporte del agente de retención.
Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del agente de retención.
Copia del documento que declara a la sociedad como ente contable independiente señalando la fecha de constitución y de inicio de actividades.

2.2.2. Identificación de Sociedades Privadas

SOCIEDADES BAJO CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS	SOCIEDADES BAJO CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE BANCOS	SOCIEDADES CIVILES Y COMERCIALES	SOCIEDADES CIVILES DE HECHO, PATRONOS INDEPENDIENTES O AUTÓNOMOS CON O SIN PERSONERÍA JURÍDICA, CONTRATO DE CUENTAS DE PARTICIPACIÓN, CONSORCIO DE EMPRESAS (JOINT VENTURES), COMPRA, TENEDORA DE ACCIONES (HOLDING)	ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES SIN FINES DE LUCRO
Formulario RUC-01-A y RUC-01-B suscritos por el representante legal				
Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o modificación inscrita en el Registro Mercantil		Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil	Original y copia, o copia certificada de la escritura pública o del contrato social otorgado ante notario o juez.	Copia del acuerdo ministerial o resolución en el que se aprueba la creación de la organización no gubernamental sin fin de lucro.
Original y copia, o copia certificada del reconocimiento del representante legal inscrita en el Registro Mercantil			Original y copia, o copia certificada del reconocimiento del representante legal, notariado y con reconocimiento de firmas.	Original y copia del reconocimiento del representante legal avalado por el organismo ante el cual la organización no gubernamental sin fin de lucro se encuentra registrada: Ministerial o Juez.
Original y copia de la hoja de datos generales otorgada por la Super. de Compañías				
Identificación del representante legal y gerente general:				
* Extranjerías: copia de la cédula de Identidad y presentar el certificado de votación del último proceso electoral.				
* Extranjeros residentes: copia de la cédula de Identidad, si no tuvieron cédula presentar copia del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa 12 vigente.				
* Extranjeros no residentes: copia del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa 12 vigente.				
Por inscripción o actualización tardía, copia del formulario 100 en el que conste el pago de la multa.				

2.2.3. Verificación de la ubicación de las Sociedades Privadas y Públicas

<p>Para la verificación del domicilio y de los establecimientos donde realiza la sociedad su actividad económica, deberá entregar una copia de cualquiera de los siguientes documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Planilla de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de registro; o, Comprobante del pago del Impuesto predial, puede corresponder al del año en que se realiza la inscripción, o del inmediatamente anterior; o, Copia del contrato de arrendamiento legalizado o con el sello del juzgado de Inquilinato vigente a la fecha de inscripción.
--

Fuente: www.sri.gob.ec (Servicio de Rentas Internas)

ANEXO D: Requisitos para obtener patente municipal anual (primera vez)



REQUISITOS PARA OBTENER PATENTE MUNICIPAL ANUAL (PRIMERA VEZ)

PERSONA NATURAL NO OBLIGADA A LLEVAR CONTABILIDAD

- Comprar solicitud de patente (ventanilla 2) \$ 1.00
- Copia de cedula de ciudadanía y certificado de votación
- Copia de Registro Único de Contribuyente (RUC) o Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE) competo
- Certificado de uso de suelo (original)
- Certificado del Cuerpo de Bomberos (copia y original)
- Si son Artesanos (original y copia de Calificación Artesanal vigente)

Nota: Así como se registra una actividad económica y se obtiene Patente Municipal, el cierre del negocio debe ser reportado y comunicado al Municipio de Milagro, caso contrario se da por entendido que la Actividad Económica fue ejercida.



REQUISITOS PARA USO DE SUELO

- Copia de cedula
- Copia de papeleta de votación
- Copia de Registro Único de Contribuyente (RUC) o Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE) competo.
- Copia de permiso del Cuerpo de Bomberos
- Cancelar la tasa para uso de suelo

ANEXO E: Requisitos para trámites en la Empresa Pública Cuerpo de Bomberos de Milagro



REQUISITOS PARA TRÁMITES EN LA EMPRESA PÚBLICA DE MILAGRO PARA: INSCRIPCIÓN POR PRIMERA VEZ, CIERRE DE ESTABLECIMIENTO, CAMBIO DE PROPIETARIO

- Copia de cedula de identidad
- Copia de papel de votación
- Copia del Registro Único de Contribuyente (RUC)
- Oficio dirigido al Ab. Victor Albán Vinuesa, Gerente General de la EPCBM solicitando la petición

ANEXO F: Proforma de muebles y oficina

Regalado Burbano Melba Jackeline
MUEBLES Y AFINES

R.U.C. 0907562623001

PROFORMA

Dirección: Guayaquil s/n y Pedro Carbo

Venta de muebles en general metal y aluminio para: oficinas, hospitales, colegios
 además damos servicio de mantenimiento

0000889

Telfs.: 2971589 - 2710868 - Cels.: 0982529302 - 0995969064

CALIFICACION ARTESANAL # 104695 Milagro - Ecuador


www.metalesydiseños.com

Fecha: Marzo 31/2014

Sr. (s): Talio Jturnal de

R.U.C.: _____ Teléfono: 0989001840

Dirección: _____ Ciudad: Milagro

Cant.	DESCRIPCION	P. Unitario	Valor de Venta
01	Escritorio en L de 1.50 x 1.50, Tablero de 25 mm. esp. Incluye Cajonero de 46 cm.		2602
01	Andador metalico de tres gomas.		125
02	Sillas giratorias P/L. 6he lato 60ss.	80	1602
01	Silla Tripersonal Ergo flex asientos Plastico		1702
01	Probleo graduable de seis paneles. 2 MTB. alto 1.10 frente 30 cm, fondo		702
1 / 100X2 (801-900)		Sub - Total	
 Entregue Conforme		I.V.A 12 %	
Recibi Conforme		TOTAL US\$	

ANEXO G: Equipo de salón

PYCCA

Todo para tu hogar

ALMACEN ORIGEN: PYCCA MILAGRO DIRECCION: GARCIA MORENO S/N Y PEDRO CARBO - 5 DE JUNIO TELEFONO: (593) (04) 2297517

PYCCA S. A.
BOYACA No 1205 Y 9 DE OCTUBRE TELEFONO: 2327950
GUAYAQUIL-ECUADOR
R.U.C. 0990000530001

PROFORMA No.
029-020-0002400

Fecha: 03/31/2014
Hora: 19:00:34

Forma FMM1000

PROFORMA # 029-020-0002400	FECHA EMISION: 03/31/2014	FECHA VIGENCIA: 04/07/2014
TALIA ITURRALDE SANCHEZ	RUC : 1202914030001	CLIENTE No.: 32214
MILAGRO	TELF.: 2711076	
OBSERVACIONES:		
ELABORADO POR: JOSE OBANDO JACOME		

PRECIOS VIGENTES A LA FECHA Y HORA

CODIGO	ARTICULO	IVA	CANTIDAD	PRECIO			TOTAL
N65299	MESA VIZCAYA REDONDA	S	10	\$39.64	-	-	\$396.40
N65563	SILLA PORTUGAL BLANCA	S	100	\$7.01	-	-	\$701.00
N66108	SILLA PEKES INFANTIL	S	50	\$5.40	-	-	\$270.00
N71823	SILLA STYLE S/B	S	6	\$22.59	-	-	\$135.54
S68356	PARASOL 2.9X2.5 MTR	S	2	\$115.18	-	-	\$230.36
S68631	PARASOL 300+250CM	S	6	\$39.73	-	-	\$238.38

TOTAL UNIDADES 174

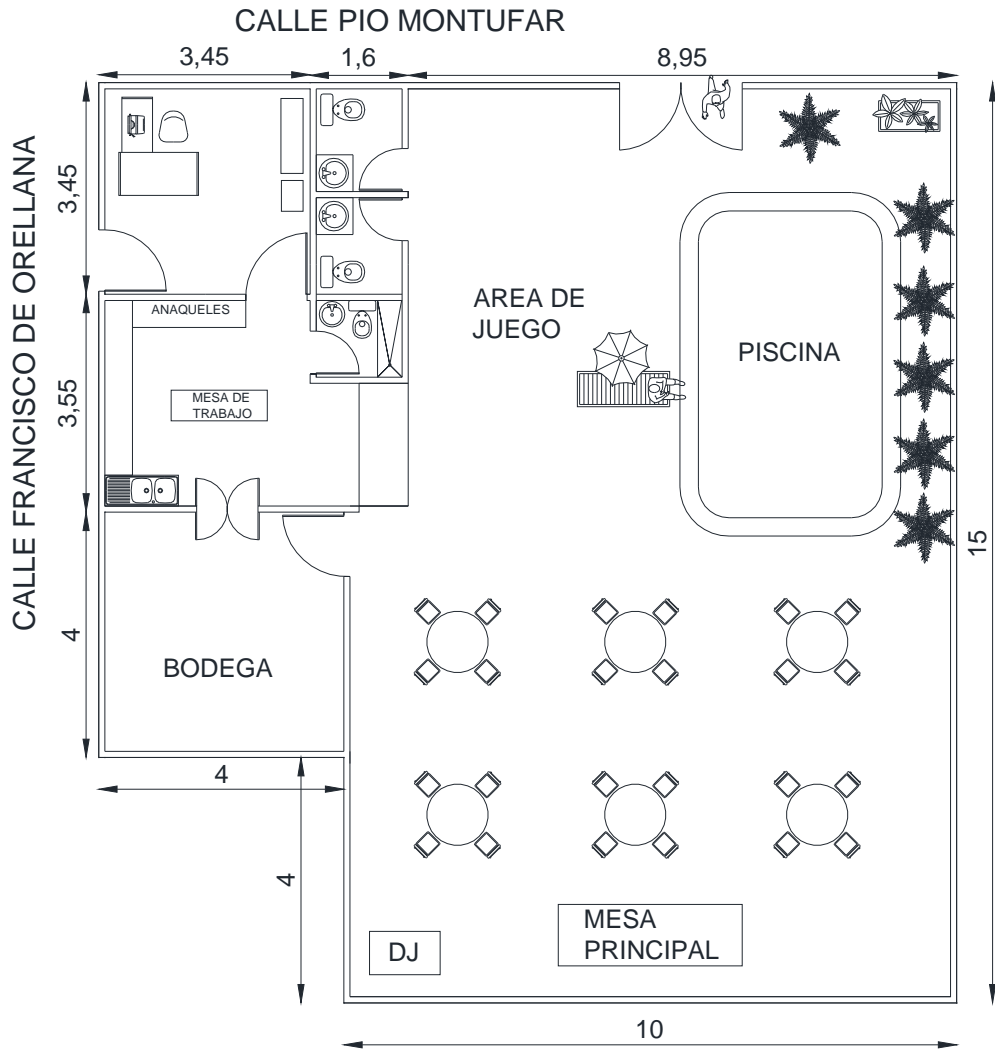
Subtotal Productos Con IVA	\$1,971.68
Subtotal Productos Sin IVA	\$0.00
DESCUENTO	\$0.00
SUBTOTAL	\$1,971.68
IVA 12.00%	\$236.60
TOTAL	\$2,208.28

Los pagos se haran en efectivo ó cheque certificado a la orden de PYCCA S.A.

RETENCIONES
PYCCA S.A.
RUC: 0990000530001
BOYACA #1205 Y NUEVE DE OCTUBRE

Contribuyente especial según
Resolución No. 6925 12 de
Septiembre de 1.995

ANEXO H: PLANOS





Controle el uso pegando o escribiendo su texto original aquí, hasta 17.915 caracteres:

CAPÍTULO I
EL PROBLEMA
1.1. PLANTAMIENTO DEL PROBLEMA
1.1.1 Problemización
Según el último Censo Poblacional del año 2010 el Cantón Milagro está dentro
Aunque según Fabrizio Zannzi acota que son dos factores que han incidido en
- La descentralización con la Constitución de 1996 que le otorgo mas recur-

Búsqueda Rápida Búsqueda Profunda

Busca a través de: La Web Noticias social networks beta - ver opciones avanzadas

Plagium no encontró documentos que estén haciendo uso del texto ingresado.

Plagium es gratuito, pero su desarrollo y mantención implican costos.

Ayude a que Plagium sea aún mejor realizando una donación que permita conservar y mejorar nuestro servicio [Donar](#)

¡Comparte tu voz!

Tweet 1.066 +1 456 Share 2.5K

Síguenos en [Twitter](#) y [Facebook](#)