

DECLARATÓRIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.

Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Jorge Leonardo Morales Collaguazo

CC 1720136801

CESIÓN DE DERECHOS

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante *JORGE LEONARDO MORALES COLLAGUAZO*, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el “CEDENTE”; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el “CESIONARIO”. Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de análisis de sistemas que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnóloga en Administración Bancaria Financiera, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado “Gestión económica financiera para la implementación de una micro empresa enfocada al servicio de fiestas infantiles en el sector norte de Quito parroquia San Antonio” la cual incluye en la creación de una micro empresa enfocada a ofrecer servicios de organización de fiestas infantiles, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación de la microempresa, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra

literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.).

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del programa de ordenador que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del programa de ordenador a favor del Cesionario.

CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al

Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvención, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 19 días del mes de Abril del dos mil trece.

f)_____

C.C. N°1720136801

CEDENTE

f)_____

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CESIONARIO

AGRADECIMIENTO

Gracias al Ing. Cristian Proaño, por el valioso aporte profesional, técnico y humano brindado en el transcurso de este semestre en favor de la culminación de esta retadora carrera que después de mucho sacrificio voy a culminar

Gracias a todo el personal docente, mis queridos maestros que al fin verán los frutos de sus enseñanzas.

Jorge M.

DEDICATORIA

A mis padres por su apoyo incondicional que han sido el pilar principal de haber alcanzado los objetivos trazados al inicio de la carrera.

A mi novia que gracias a su ayuda e insistencia para no decaer en el transcurso de la carrera, por su paciencia.

A los padres de mi novia por sus palabras de aliento y consejos que han sido de gran apoyo, los cuales han sido como mi segunda familia.

A mis hermanos esperando ser un reflejo para que sigan adelante y puedan cumplir sus metas que se han planteado para su vida.

Jorge M

INDICE

INDICE DE TABLAS	x
INDICE DE GRÁFICOS	xii
1.01 JUSTIFICACIÓN	1
2 ANÁLISIS SITUACIONAL	11
2.01 FILOSOFIA CORPORATIVA	11
2.01.01 PRINCIPIOS	11
2.01.02 VALORES	12
2.01.03 MISIÓN.....	13
2.01.04 VISIÓN	13
2.01.05 OBJETIVOS CORPORATIVOS	13
2.01.06 POLÍTICAS	14
2.01.07 GESTIÓN ADMINISTRATIVA	16
2.02 GESTIÓN OPERATIVA	20
2.03 GESTIÓN COMERCIAL	22
2.03.01 SERVICIO	22
2.03.02 PRECIO.....	23
2.03.04 PLAZA.....	24
2.03.05 PROMOCIÓN.....	25
2.03.06 PUBLICIDAD.....	25
2.03 AMBIENTE EXTERNO.....	27
2.3.1 FACTOR ECONÓMICO	27
2.04 FACTOR SOCIAL CULTURAL	29
2.05 FACTOR LEGAL	30
2.05 FACTOR TECNOLÓGICO	34
2.06 ENTORNO LOCAL	37
2.06.01 CLIENTES	37
2.6.3 PROVEEDORES	38
2.07 MATRIZ FODA.....	41
3.01 ESTUDIO DE MERCADO	42
3.02 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR	42
3.03 DETERMINACION DE LA POBLACION Y MUESTRA	43

3.04 MUESTRA.....	44
3.05.05 INTENET.-.....	46
3.06 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	47
3.06.01 RESULTADO DE LA ENCUESTA.....	50
3.07 ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	60
3.07.01 DEMANDA HISTORICA	60
3.08 ANÁLISIS DE LA OFERTA	65
4. ESTUDIO TÉCNICO	66
4.01 TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	66
4.01.01 CAPACIDAD INSTALADA.....	67
4.01.02 CAPACIDAD ÓPTIMA	67
4.02 LOCALIZACIÓN	67
4.02.01 MACROLOCALIZACIÓN.....	68
4.02.02 MICROLOCALIZACIÓN	69
4.02.03 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA.....	70
4.03 INGENIERIA DEL PROYECTO	70
4.03.01 QUE ES UN BIEN	70
4.03.02 QUE ES UN SERVICIO.....	70
4.03.02 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	74
4.03.03 PROCESO PRODUCTIVO	75
4.03.04 CUADRO DE ACTIVOS	76
5 ESTUDIO FINANCIERO.....	77
5.01 INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	77
5.01.01 INGRESOS OPERACIONALES.....	77
5.01.02 INGRESOS NO OPERACIONALES.....	78
5.02 COSTOS OPERACIONALES.....	78
5.02.01 GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	83
5.03 INVERSIONES.....	85
5.03.01 INVERSIÓN FIJA	85
5.03.02 INVERSIONES DE CAPITAL DE TRABAJO	85
5.03.04 DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS	86
5.03.05AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDO	87
5.04 PROYECCIÓN DE LOS COSTOS Y GASTOS.....	88

5.05 TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO	90
5.06 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL	92
5.07 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS	93
5.08 FLUJO DE CAJA	94
5.09 EVALUACIÓN FINANCIERA	95
5.09.01 QUE ES LA EVALUACIÓN FINANCIERA?.....	95
6. ANÁLISIS DE IMPACTO	104
7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	106
7.1 CONCLUSIONES	106
7.2 RECOMENDACIONES	107
Bibliografía	108

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 COMPETIDORES.....	9
Tabla 2 DE INFLACIÓN	27
Tabla 3 DE INTERES	28
Tabla 4 DEL PIB	28
Tabla 5 POBLACIÓN.....	29
Tabla 6 PROVEEDORES.....	38
Tabla 7PROYECCIÓN POBLACION	43
Tabla 8 HABITANTES.....	44
Tabla 9 EDAD.....	50
Tabla 10 GÉNERO	51
Tabla 11 NUMERO DE HIJOS.....	52
Tabla 12 IMPLEMENTACION	53
Tabla 13 FRECUENCIA.....	54
Tabla 14 SERVICIOS.....	55
Tabla 15 CONTRATACIÓN.....	56
Tabla 16 PRECIO	57
Tabla 17PUBLICIDAD.....	58
Tabla 18 COMPETENCIA.....	59
Tabla 19 CALCULO DE LA DEMANDA	61
Tabla 20ACEPTACION	61
Tabla 21 ASISTENCIA A FIESTAS	62
Tabla 22 CLIENTES POTENCIALES	62
Tabla 23 ACEPTACION DE PAGO	63
Tabla 24DEMANDA EN DOLARES.....	63
Tabla 25COMPETENCIA DEL SECTOR.....	64
Tabla 26 PRIYECCION DE LA DENANDA EN DOLARES	64
Tabla 27 PROYECCION OFERTA.....	65
Tabla 28 DEMANDA INSATISFECHA	65
Tabla 29 MACROLOCALIZACIÓN	68
Tabla 30 CUADRO DE ACTIVOS	76
Tabla 31 COSTOS OPERACIONALES	79
Tabla 32 COSTOS OPERACIONALES	80
Tabla 33 COSTOS OPERACIONALES	81
Tabla 34 INGRESOS DEL PROYECTO.....	82
Tabla 35 PROYECCION DE INGRESOS.....	83
Tabla 36 SUELDO PERSONAL.....	83
Tabla 37 OTROS GASTOS.....	84
Tabla 38 TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	84
Tabla 39 GASTOS DE VENTA.....	84
Tabla 40 CUADRO DE INVERSIONES.....	86
Tabla 41 DEPRECIACION DEL ACTIVO FIJO	87
Tabla 42 AMORTIZACIÓN DE ACTIVO DIFERIDO	87
Tabla 43 PROYECCION DE COSTOS Y GASTOS	88
Tabla 44 COSTOS DE PRESENTACIÓN.....	88
Tabla 45 PROYECCIÓN COSTOS DE PRESENTACIÓN	88
Tabla 46 RESUMEN DE PROYECCIONES.....	89

Tabla 47 PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS	89
Tabla 48 PROYECCIÓN OTROS GASTOS.....	89
Tabla 49 PROYECCIÓN VENTAS.....	89
Tabla 50 RESUMEN PROYECCIONES.....	90
Tabla 51 TABLA DE AMORTIZACIÓN	91
Tabla 52 ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADO	93
Tabla 53 FUJO DE CAJA.....	94
Tabla 54 CALCULO TMAR	95
Tabla 55 TASA INVERSIÓN	96
Tabla 56 CALCULO TIR.....	96
Tabla 57 CALCULO RECUPERACION DE LA INVERSIÓN.....	97
Tabla 58 RELACIÓN COSTO BENEFICIO	98
Tabla 59 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	99
Tabla 60 ESTADO DE RESULTADOS	99
Tabla 61CAPITAL DE TRABAJO	101
Tabla 62 RAZON CORRIENTE	102
Tabla 63 INDICE DE ENDEUDAMIENTO	103

INDICE DE GRÁFICOS

Ilustración 1 PIÑATA ANTIGUA.....	7
Ilustración 2 PIÑATA MODERNA	8
Ilustración 3 PIÑATA ACTUAL	8
Ilustración 4 RETROALIMENTACION.....	20
Ilustración 5 SERVICIOS OFRECER.....	23
Ilustración 6 MESCLADORA	35
Ilustración 7 PARLANTES	35
Ilustración 8 MICROFONO.....	36
Ilustración 9 LAPTOP	36
Ilustración 10 LUCES.....	37
Ilustración 11 EDAD	50
Ilustración 12 EDAD	51
Ilustración 13 NUMERO DE HIJOS	52
Ilustración 14 IMPLEMENTACION	53
Ilustración 15 FRECUENCIA.....	54
Ilustración 16 SERVICIOS.....	55
Ilustración 17CONTRATACIÓN.....	56
Ilustración 18 PRECIO	57
Ilustración 19 PUBLICIDAD.....	58
Ilustración 20 COMPETENCIA.....	59
Ilustración 21MACROLOCALIZACIÓN.....	68
Ilustración 22 MICROLOCALIZACIÓN	69
Ilustración 23 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	100

RESÚMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como fin generar fuentes de empleo satisfaciendo las necesidades que existen en el sector de SAN ANTONIO de PICHINCHA teniendo una rentabilidad sostenible.

La proyección utilizada es a 5 años donde podemos observar los aspectos relacionados al giro del negocio con su respectivo direccionamiento.

Se conoció el análisis del consumidor estudio del mercado la oferta, demanda, localización.

Se identificó la viabilidad del proyecto realizando el analizando financiero identificando los costos, gastos, los resultados proyectados, la tasa interna de retorno, calculando el VAN, TIR, Y el periodo de recuperación de la inversión en donde se pudo analizar que el presente proyecto es rentable. .

ABSTRACT

This project aims to generate employment to meet the needs in the field of SAN ANTONIO PICHINCHA taking sustainable profitability.

The projection is used to 5 years where we can see aspects to the business with its own address.

Study analyzing consumer market supply, demand, location was known.

The viability of the project was identified by performing the analyzing financial identifying costs, expenses, projected results, the internal rate of return, calculating the NPV, IRR, and payback period on investment where could analyze that this project is profitable.

CAPITULO I

1.01 JUSTIFICACIÓN

La elaboración del presente proyecto se enfoca al cambio de la matriz productiva creando fuentes de trabajo con ideas nuevas e innovadoras donde se reflejan la creatividad y puesta en marcha de muchos aspectos importantes, como son: la investigación, el estudio de mercados, el análisis, la planeación, la toma de decisiones, metodologías de investigación, estrategias, estudios técnicos y financieros.

El juego es la actividad más agradable con la que cuenta el ser humano, desde que nace hasta que tiene uso de razón, el juego ha sido y es el eje que mueve sus expectativas para buscar un rato de descanso y esparcimiento. Los juegos propician la activación de mecanismos de conocimiento y motricidad, mediante situaciones de exploración de las propias posibilidades corporales y de resolución de problemas, se trata en esta etapa de contribuir a la adquisición mayoritaria de patrones motores básicos con los que se puedan construir nuevas opciones de movimiento y desarrollar correctamente las capacidades y las habilidades básicas.

Este proyecto se efectuara con el fin de satisfacer la necesidad de un grupo de personas de la comunidad, enfocado en dar otro giro a este tipo de negocio manejándole de una manera técnica que permita la sustentabilidad del mismo, que permita impulsar una actividad económica que genere un trabajo digno, contribuyendo al pleno empleo, como se contempla en el Plan Nacional del Buen Vivir.

El cambio de la matriz se centra en cuatro ejes fundamentales: diversificación de la producción que significa hacer nuevas industrias, generar nuevos tipos de negocios. En este sentido el Estado lanzó un fuerte programa de incentivos, alrededor de 300 millones, cuya finalidad es apoyar a desarrollar estas nuevas ramas productivas. (LEON S. , 2013)

Ante éste contexto resulta importante recalcar que el estudio radica en la implementación de una empresa que brinda servicios de organización de fiestas infantiles, con instalaciones óptimas y sobretodo originales para el esparcimiento y diversión de los niños, que aporten a su desarrollo y crecimiento personal y emocional.

El mundo que nos rodea las mil ocupaciones absorbentes y las angustiosas preocupaciones que nos acompañan a lo largo de nuestra vida tienden a hacer olvidar, con demasiada frecuencia, la existencia y la importancia del juego, las actividades más idóneas para desarrollar y mejorar nuestra aptitud física, manuales e intelectuales, ya que la de diversión y el entretenimiento conlleva para tener una mejor salud. (CIPRIANO, 2003).

El objetivo principal es obtener una fuente de ingreso, la razón es hacer realidad un sueño de una microempresa, las ventajas y beneficios no son solamente para la microempresa sino para la comunidad en general para la familia y especialmente para los niños.

Cada día las mujeres por sus actividades laborales y a la vez son cada día más independientes tienen menos tiempo de realizar sus labores de amas de casa, a comparación con todas sus obligaciones hace un par de décadas, por ello se han abierto una gran cantidad de oportunidades para nuevos negocios entre ellos guarderías, deberes dirigidos, empresas para limpiar casas, servicio de comidas a domicilio y un sin número de actividades extracurriculares para los niños.

Por ello se ha desarrollado la idea de crear una empresa que se encargue de arreglar hasta el mínimo detalle para la creación de fiestas infantiles, desde las invitaciones, hasta la animación, comida, sorpresas y piñatas; todo esto pensado en ayudar a las madres y en satisfacer los gustos y necesidades de los más pequeños de casa.

1.02 ANTECEDENTES

Hoy en día es costumbre celebrar la fiesta de cumpleaños de una persona viva, pero, de haber continuado con la tradición occidental, estaríamos observando celebraciones anuales del cumpleaños de la muerte de una persona, que en otro tiempo era un acontecimiento más significativo. Muchas de nuestras celebraciones han cambiado radicalmente en comparación con lo que eran en otro tiempo.

Nunca se celebraban las fiestas de cumpleaños de los niños, ni tampoco las fiestas de cumpleaños de las mujeres, y el adornado pastel de cumpleaños, que fue por breve tiempo una tradición griega, dejó de confeccionarse durante siglos, aunque reapareció más tarde, adornado con velas y saludado con un coro de «Feliz cumpleaños».

“De dónde proceden, nuestras costumbres relacionadas con las fiestas? En la historia que ha quedado registrada, las primeras celebraciones de fiestas de cumpleaños tuvieron lugar alrededor de 3.000 a.C., y fueron las de los primeros faraones. Esta práctica comenzó después de unir el Alto y el Bajo Egipto. Dichas fiestas de cumpleaños consistían en grandes fiestas en palacio y en las que tomaban parte todos los sirvientes, esclavos, hombres y mujeres libres. A menudo, se ponía en libertad a presos de las cárceles reales. Dos antiguas fiestas de cumpleaños de mujeres han quedado documentadas”. (GARCIA, 2010)

Más tarde en Babilonia, los aniversarios del nacimiento o cumpleaños, eran Registrados y celebrados en el caso de los niños pertenecientes a la realeza y de sexo masculino. Las fiestas de cumpleaños se desconocían entre las clases bajas, y entre todas las mujeres, excepto la reina. Sólo el rey, la reina o los varones nobles de muy alto rango tenían reconocido su cumpleaños, y sólo entre ellos se celebraba anualmente.

“Los griegos adoptaron la costumbre egipcia de celebrar los cumpleaños, y a partir de los persas, reputados entre los grandes reposteros de la Antigüedad, incorporaron un pastel especial. El escritor Filocoro nos explica que los

adoradores de Artemisa, diosa de la Luna y de la caza, celebraban el cumpleaños de ésta el sexto día de cada mes, preparando una gran tarta a base de harina y miel. Ciertos datos sugieren que el pastel de Artemisa pudo haber estado adornado con velas encendidas, puesto que las velas representaban la luz lunar, la irradiación de la diosa hacia la Tierra”. (GARCIA, 2010)

Los cumpleaños de las deidades griegas se celebraban con carácter mensual, por lo que cada dios era festejado con doce conmemoraciones al año. En cuanto a los mortales, los cumpleaños de las mujeres y de los niños se consideraban indignos de celebrarse, pero el del cabeza de familia se conmemoraba con un banquete. Los romanos añadieron un nuevo matiz a las celebraciones del cumpleaños. (GARCIA, 2010)

Antes de comenzar la era cristiana, el Senado instauró la costumbre (todavía practicado hoy de considerar los cumpleaños de los estadistas más importantes como festividades nacionales. En el año 44 a.C., el Senado aprobó una ley por la que el aniversario del asesinato de César se convertía en festividad anual, realizada por un desfile público, una sesión especial de circo, combates de gladiadores, un banquete vespertino y la representación de una obra teatral.

Los primeros Padres de la Iglesia predicaban contra la celebración de los cumpleaños. Ellos consideraban estas festividades, originadas entre egipcios y griegos, como reliquias de las prácticas paganas. En el año 245 d.C., cuando un grupo de antiguos historiadores cristianos trató de fijar la fecha exacta del nacimiento de Cristo,

la Iglesia católica consideró sacrílega esta investigación, proclamando que sería pecaminoso celebrar el nacimiento de Cristo como si fuese un faraón.

Sin embargo, en el siglo IV la Iglesia empezó a modificar su actitud respecto a las celebraciones de los cumpleaños, e inició también serios estudios para determinar la fecha del nacimiento de Cristo.

El resultado, desde luego, marcó el comienzo de la tradición de la Navidad. Con la celebración de la natividad de Cristo, el mundo occidental recuperó la celebración de los cumpleaños.

Piñatas para Celebraciones Infantiles

Antiguamente las piñatas no fueron usadas para cumpleaños o festividades, su origen se sitúa en China donde se hacían coloridos animales con papel que eran colocados para festejar el año nuevo; se supone que Marco Polo en uno de sus viajes pudo observarlas y llevó la idea a Europa, donde fueron usadas para la celebración de la Cuaresma; luego llegó a España pero modificando su sentido religioso a un sentido festivo.

Finalmente llegó a América donde nuevamente adquirieron carácter religioso al hacerse con una apariencia que causaba miedo, representando al Demonio con el fin de atraer feligreses, luego fue 15 de forma satelital con 7 conos que representaban los pecados capitales, contaba con un relleno interior de frutas y golosinas que simbolizaban las tentaciones y placeres terrenales, y los participantes en debido orden, debían golpear la piñata con un garrote para destrozarla

combatiendo las fuerzas del mal que, al romper la piñata dichas fuerzas eran vencidas y los participantes recibían su recompensa por su fidelidad. (GARCIA, 2010)



Ilustración 1 PIÑATA ANTIGUA

Actualmente la piñata ya no tiene un carácter religioso y tiene por finalidad la diversión, usándose en los cumpleaños, fiestas especiales como la navidad, fiestas patronales, etc. Una piñata puede despertar gran emoción en los niños, el romperlas y disfrutar de las sorpresas que caerán de ella no será el único beneficio de ella, por lo que incluirla dentro de la fiesta de cumpleaños de su hijo será una gran elección.



Ilustración 2PIÑATA MODERNA



Ilustración 3PIÑATA ACTUAL

En el Ecuador

En el Ecuador la tradición de fiestas infantiles es muy parecida con la de Estados Unidos, para su celebración se necesita una torta decorada con velitas de acuerdo a la edad de la persona, se le canta el cumpleaños feliz, el cumpleañosero apaga las velas pidiendo un deseo en ese instante, dependiendo del cumpleaños se procede a realizar los juegos infantiles.

En Pichincha

Las Fiestas Infantiles en la Provincia de Pichincha se las celebra dependiendo de la edad, se necesita una torta con su respectiva vela el cumpleaños la apaga pidiendo un deseo en el mismo instante, se le canta el cumpleaños feliz en compañía de sus amiguitos y familiares, se realizan juegos infantiles y en muchos de los casos contratan un payaso para animar la fiesta, en la mayoría de las fiestas existe una piñata cada uno de los amiguitos del cumpleaños intentan romperla para llevarse lo que existe en su interior.

EMPRESAS EN SAN ANTONIO DE PICHINCHA

EMPRESAS	UBICACIÓN	ESTRATO ECONOMICO	SERVICIO	PRECIO	AÑOS EN EL MERCADO
KANUCA	San Antonio de Pichincha	Media Media Alta	Animación de payaso Show de personajes Alimentación y bebidas	8 por niño	2
TODO PARA SU FIESTA	Pusuqui	Media Media Alta	Venta y alquiler de artículos para fiestas infantiles piñatas Ollas encantadas Disfraces Juguetes	Varias dependiendo del articulo	3

Tabla 1 EMPRESAS EN SAN ANTONIO

Actualmente existen dos lugares que organizan Fiestas Infantiles en la parroquia de San Antonio de Pichincha los cuales se encuentran analizados

Mediante la siguiente tabla donde se evalúa los servicios que ofrecen cada establecimiento, logrando de esta manera posicionarse en la mente del mercado potencial.

La empresa kanuca se encuentra funcionando en el mercado 2 años la cual se dedica a organizar Fiestas infantiles se encuentra ubicada en San Antonio de Pichincha brinda al cliente los siguientes servicios, animación de payaso, show de personales, alimentación y bebidas, y el costo es de \$8 por niño.

El local Todo para su fiesta se encuentra en el mercado 3 años se dedica alquilar y vender artículos para Fiestas Infantiles, el mismo que no organiza eventos.

Mediante el estudio realizado hemos detectado las debilidades y fortalezas con las que cuentan cada una de estas empresas, teniendo como resultado una oportunidad para implementar nuestra empresa mejorando la calidad de servicio y las ofertas que estas brindan, poniendo en marcha el mismo.

CAPITULO II

2 ANÁLISIS SITUACIONAL

2.01 FILOSOFIA CORPORATIVA

2.01.01 PRINCIPIOS

- **Cultura de calidad:** Perfeccionar nuestros procesos, a través de una mejora continua, para lograr eficacia, eficiencia y productividad buscando alcanzar la excelencia, en beneficio y satisfacción de nuestro personal y clientes.
- **Cultura Innovadora:** Mantener los equipos y procesos actualizados con la tecnología más avanzada, para garantizar una continua producción e incremento en la productividad y competitividad de nuestras operaciones.
- **Responsabilidad social con la sociedad:** Integrar de modo permanente las actividades de la empresa con su entorno social; participar en las actividades y eventos comunitarios e impulsar el desarrollo sustentable de la sociedad.
- **Compromiso en el servicio:** Destacarse por el elevado nivel de los servicios que se ofrecen en la empresa.

2.01.02 VALORES

- **Creatividad:** Buscar, en forma permanente, nuevas formas de hacer las cosas, de modo que ello sea beneficioso para el trabajador, la empresa, y la sociedad.
- **Honestidad:** Obrar con transparencia y clara orientación moral cumpliendo con las responsabilidades asignadas en el uso de la información, de los recursos materiales y financieros. Mostrar una conducta ejemplar dentro y fuera de la empresa.
- **Laboriosidad:** Emplear el trabajo como una poderosa fuerza transformadora, para así alcanzar los objetivos de la empresa y hacer que ella logre los más altos niveles de productividad y desarrollo.
- **Innovación:** Aplicar fronteras, desempeñándonos en estimular y fortalecer nuestra capacidad, creatividad, buscando permanentemente nuestras destrezas y habilidades.
- **Creación de Valor:** La empresa “EL PLANETA DE LA DIVERSIÓN” incentiva el talento y la tenacidad de su recurso humano potenciándolos para generar valor agregado a la empresa, sembrando esfuerzo e ideas para cosechar prosperidad en el futuro.

2.01.03 MISIÓN

Somos una empresa dedicada a brindar un servicio de calidad en la organización de fiestas infantiles, donde la diversión de los más pequeños es nuestra prioridad; dando un toque de creatividad para que vivan momentos inolvidables.

2.01.04 VISIÓN

Hacer de nuestra empresa una organización líder, difundiendo el profesionalismo de quienes lo integran ofreciendo un servicio de calidad y así poder extendernos como una de las mejores empresas organizadora de fiestas infantiles.

2.01.05 OBJETIVOS CORPORATIVOS

- Realizar un análisis situacional del proyecto para posesionar la marca en la mente de los consumidores.
- Minimizar costos y gastos para el presente proyecto.
- Empezar una estrategia de marketing continua para mantener el nivel de ventas del servicio según las expectativas de la empresa.
- Maximizar las utilidades de los inversionistas.

2.01.06 POLÍTICAS

Selección

- ✓ Seleccionar candidatos calificados con una excelente calidad humana y con un alto potencial de desarrollo que cumpla con los valores institucionales (trabajo en equipo, innovación, orientación al logro y orientación al cliente) requeridas en el perfil del cargo a desempeñar.
- ✓ No contratar a personal que esté relacionado por parentesco en segundo grado de consanguinidad o segundo grado de afinidad, en el momento de surgir esta condición con el personal vigente, se mantendrá el vínculo solo con uno de ellos.

Desarrollo

- ✓ Efectuar y llevar a cabo el entrenamiento y desarrollo de todo el personal como objetivo estratégico, teniendo en cuenta los perfiles de competencias requeridos para cada cargo y las necesidades de la empresa.

Compensación

- ✓ Mantener una remuneración adecuada y equitativa tanto internamente como con el mercado nacional, acorde con los niveles de desempeño y con el impacto del cargo en los resultados esperados por la empresa.

Clima organizacional

- ✓ Realizar continuamente evaluación del clima organizacional que le permita a la empresa garantizar un ambiente armónico, en paz laboral y alineada con

nuestros valores institucionales y basados en la administración participativa y liderazgo.

Puntualidad

- ✓ Tener una norma clara sobre la puntualidad del personal en lo que se refiere a horas de ingreso como en horas de salida de su sitio laboral.
- ✓ Para el registro de entrada los trabajadores gozarán de una tolerancia máxima de diez minutos a partir de la hora señalada tanto para el inicio de la jornada como para la reanudación de actividades posterior a la toma de alimentos.

Prohibiciones y Derechos a los trabajadores

- ✓ Todos los trabajadores tendrán derecho a un día de vacación en su día de cumpleaños.
- ✓ Reponer de forma inmediato al trabajador todos los gastos que haya realizado en el ejercicio de sus funciones dentro o fuera de la empresa.
- ✓ Esta estrictamente prohibido ingresar al lugar de trabajo en estado etílico.
- ✓ Utilizar los recursos de la empresa para provecho personal.
- ✓ Crear conflictos entre compañeros de trabajo.

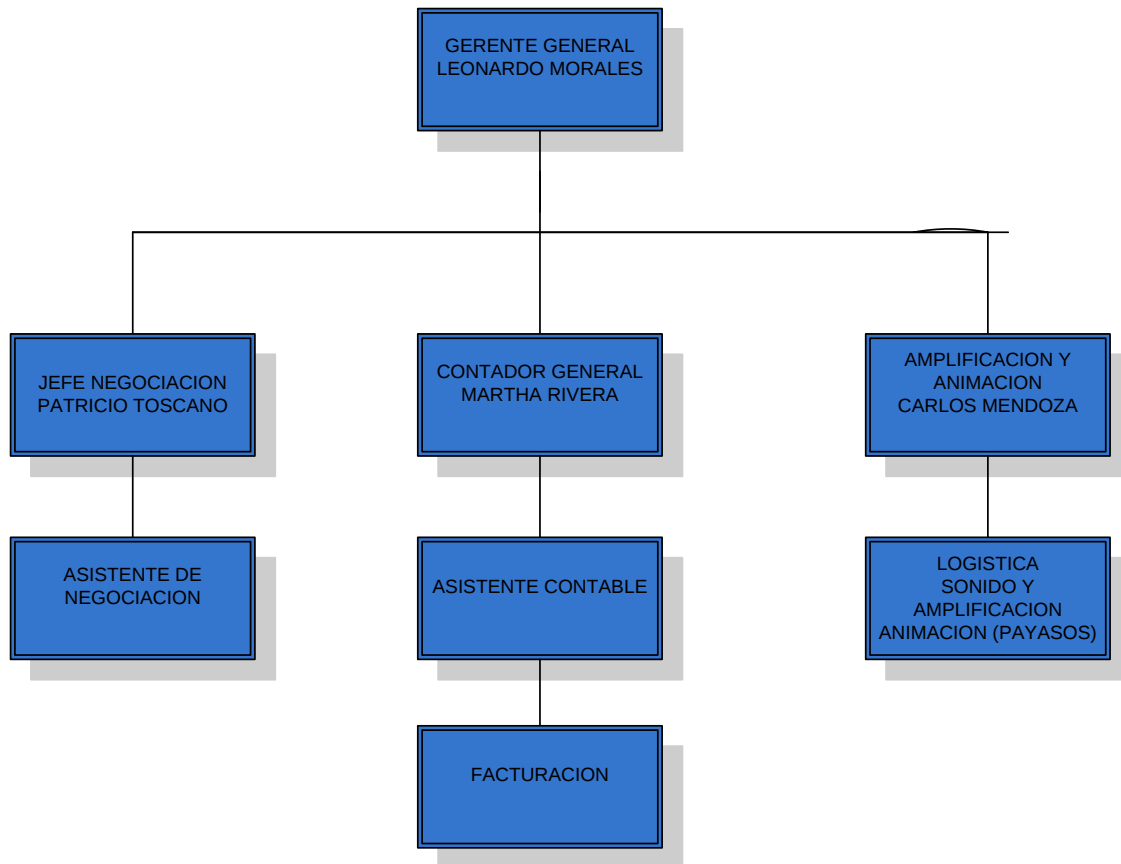
2.01.07 GESTIÓN ADMINISTRATIVA

2.01.07.01 Planificación: Consiste en determinar las metas u objetivos a cumplir, el cual cumple con dos propósitos: el protector que consiste en minimizar el riesgo reduciendo la incertidumbre que rodea en los negocios y definiendo las consecuencias de una acción administrativa; y el afirmativo que consiste en elevar el nivel de éxito organizacional. (*Baca, 2010*)

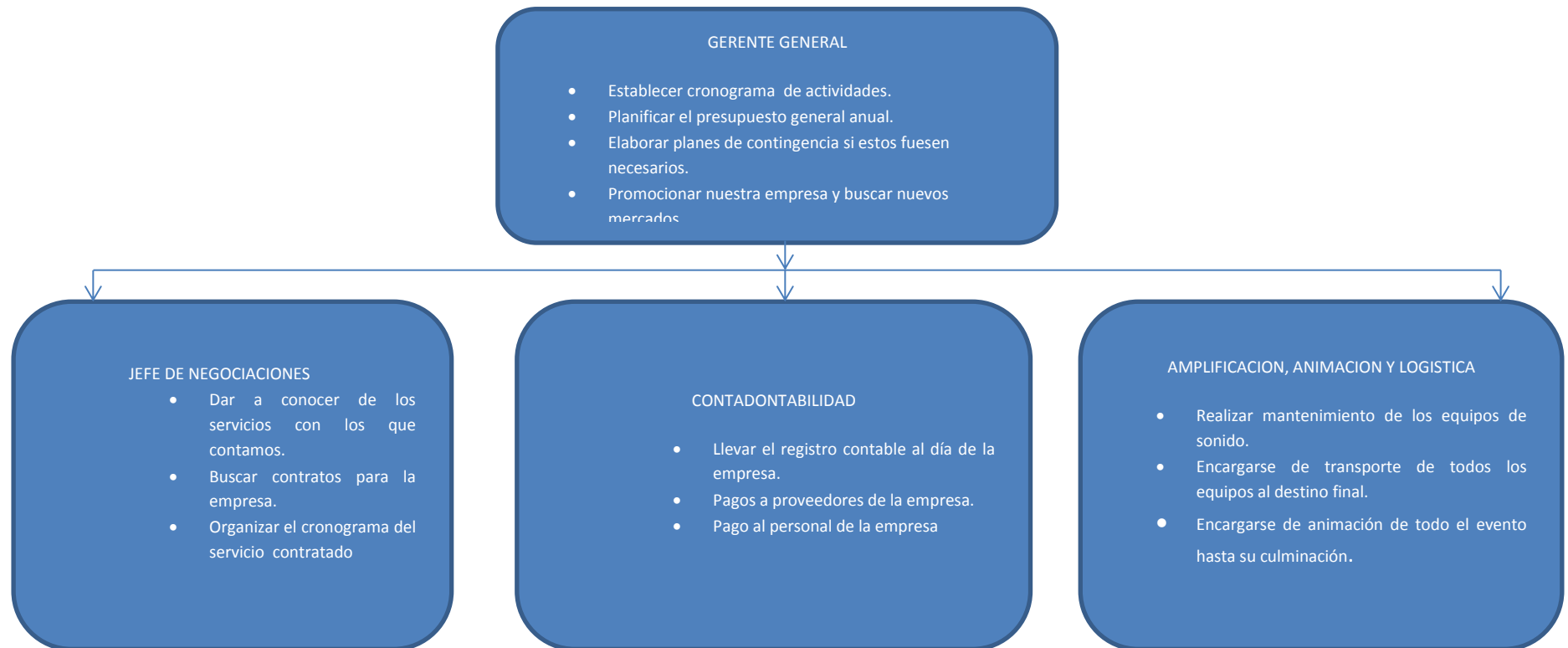
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES			
DIAS	LUGAR	CLIENTE	HORARIO
VIERNES	SAN	MERA	12H00 A
	ANTONIO		18H00
SABADOS	POMASQUI	MARTINEZ	15H00 A
			20H00

2.01.07.02 Organización: En el proceso de organización se tratara directamente aspectos de manejo de pequeños detalles para que el servicio que se brinde a nuestros clientes sean excelentes y de calidad. (Baca, 2010)

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



ORGANIGRAMA FUNCIONAL



2.01.07.03 DIRECCION

La organización se basará a políticas y valores de trabajo que estarán bajo la dirección de los encargados de cada área de equipo ya que en la actualidad consiste en gestionar los diversos recursos productivos de la empresa, con la finalidad de alcanzar los objetivos marcados con la mayor eficiencia posible y esto se verá reflejado en la remuneración de cada uno de nuestros trabajadores. (Baca, 2010)

2.01.07.04 CONTROL

Es el cual nos ayudara a la supervisión de todo nuestro personal mediante resultados obtenidos en la empresa y con los trazados a un inicio por la organización tendrá políticas para su cumplimiento:

- ✓ **Medición de resultados:** Si el control se fija adecuadamente y si existen medios disponibles para determinar exactamente que están haciendo los subordinados, por lo cual esto tendrá una medición bajo cumplimientos de metas lo cual ayudara a tener un mecanismo de control eficiente de todos los procesos.
- ✓ **Corrección:** Si como resultado de la medición se detectan desviaciones, corregir inmediatamente esas desviaciones y establecer nuevos planes y procedimientos para que no se vuelvan a presentar.

- ✓ **Retroalimentación:** Una vez corregidas las desviaciones, reprogramar el proceso de control para depurar los errores cometidos y que estos no atenten en los objetivos de la empresa. (Barreto, 2010)

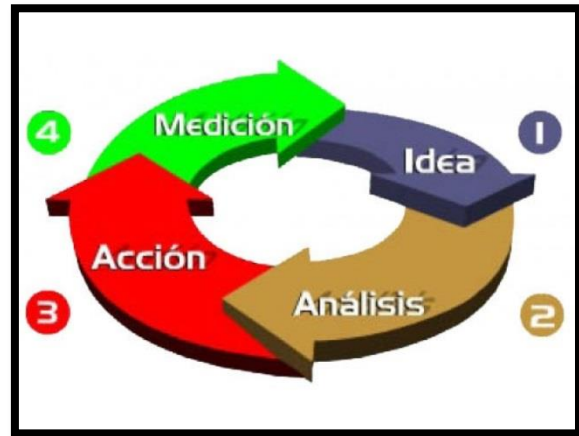
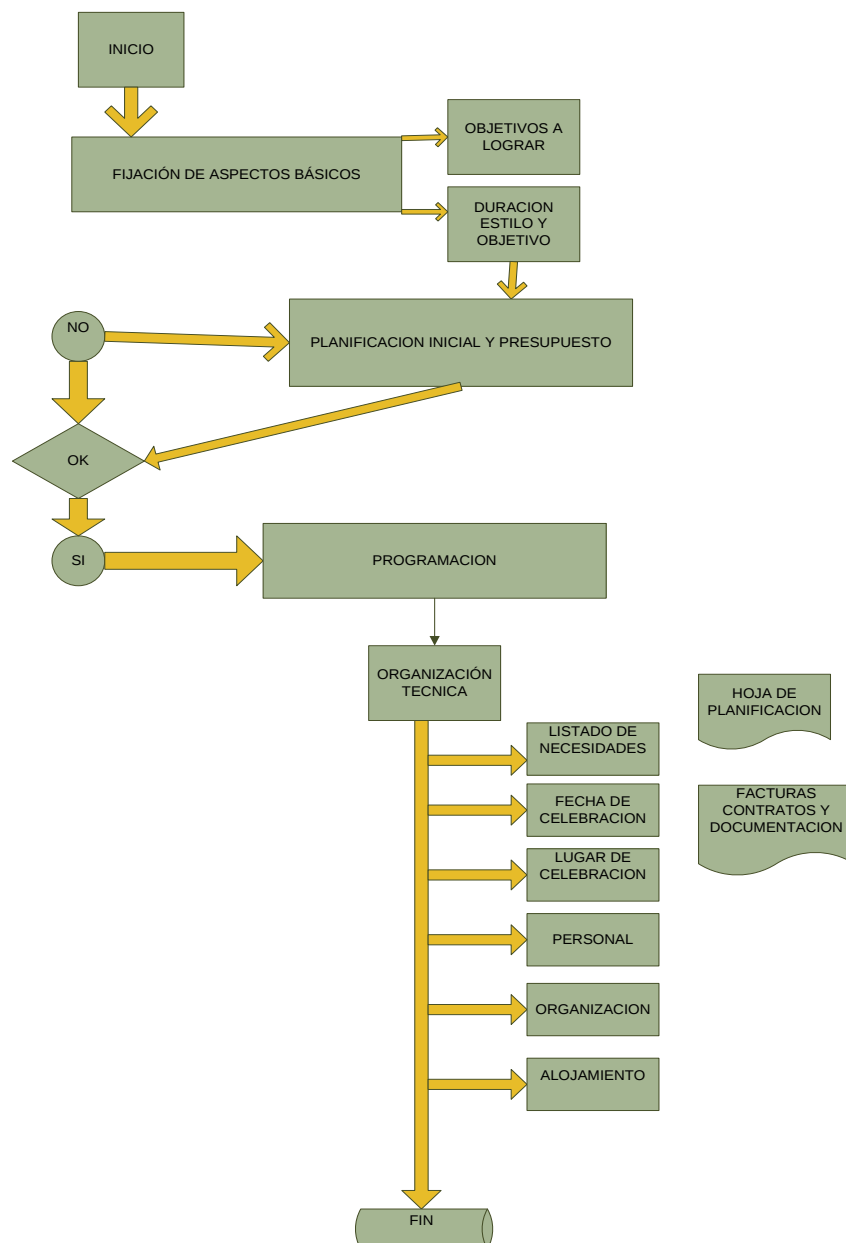


Ilustración 4 RETROALIMENTACION

2.02 GESTIÓN OPERATIVA

La gestión operativa es crear condiciones adecuados para realizar un proyecto también nos ayuda a crear condiciones y para realizar el trabajo sincronizado y delegar funciones.

“EL PLANETA DE LA DIVERCION”



2.03 GESTIÓN COMERCIAL

2.03.01 SERVICIO

Servicio es en primer lugar un proceso, es una actividad directa o indirecta que no produce un producto físico, es decir, es una inmaterial de la transacción entre el consumidor y el proveedor. Puede entenderse al servicio como el conjunto de prestaciones accesorias de naturaleza cuantitativa o cualitativa que acompaña a la prestación principal. (BERRY, 1989)

Los servicios poseen ciertas características que lo diferencian de los productos de acuerdo en la forma en que son producidos, consumidos y evaluados. Estas características provocan que los servicios sean más difíciles de evaluar y saber qué es lo que realmente quieren los clientes. (A, 2004)

✓ CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

La creación de la organización (EL PLANETA DE LA DIVERCION) tiene como fin brindar un servicio de calidad para todos nuestros clientes.

El servicio se caracterizara por tener una atención personalizada para que esos momentos de diversión sean inolvidables en un ambiente único y todos los invitados, así darnos a conocer como la empresa número uno en le organización de fiestas infantiles y crecer como organización.

2.03.02 PRECIO

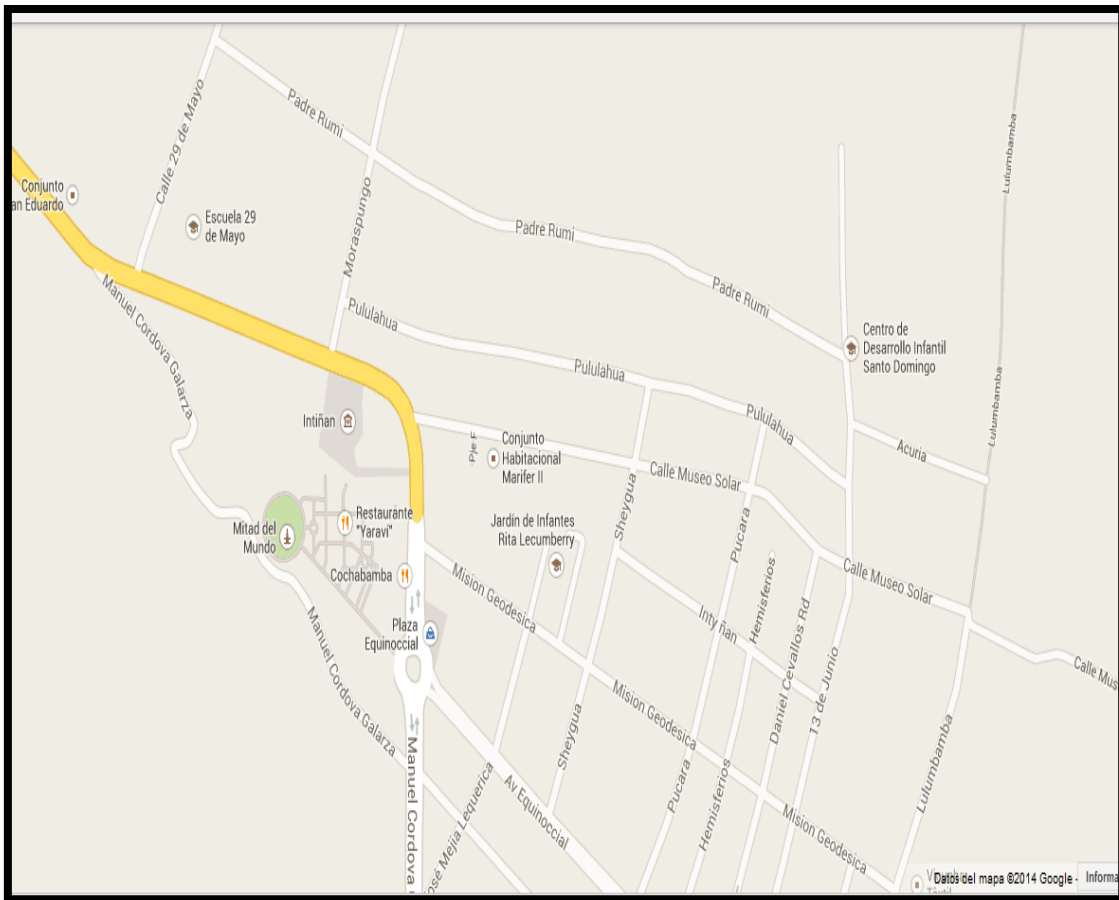
El precio tendrá una estimación según el servicio contratado ya que la organización contara con dos paquetes que pondrá a su disposición y pueda contratar la mejor opción.

SHOW ECONOMICO	SUPER SHOW	SHOW ESPECIAL
✓ ANIMACION INFANTIL	✓ ANIMADOR INFANTIL	✓ ANIMADOR INFANTIL
PAYASOS	✓ PAYASO MAGO	✓ PAYASO MAGO
✓ EQUIPO DE SONIDO	✓ BAILARINA	✓ BAILARINA
✓ MICROFONO	✓ EQUIPO DE SONIDO	✓ EQUIPO DE SONIDO
INALAMBRICO	MICROFONO	MICROFONO CARITAS
✓ BAILES Y	CARITAS PINTADAS.	PINTADAS.
COROGRAFIA	✓ JUEGOS CON	✓ JUEGOS CON MATERIAL
✓ JUEGOS CON	MATERIAL	DIDACTICO
MATERIAL DIDACTICO	DIDACTICO	✓ LUCES, EFECTOS Y GLOBOS
✓ MINI HORA LOCA	✓ LUCES, EFECTOS Y	✓ PULSERAS
✓ DURACION 2 HORAS	GLOBOS	✓ LUMINOSAS
COSTO \$200.00	✓ PULSERAS	✓ JUEGOS INFLABLES
	LUMINOSAS	✓ BOCADITOS
	✓ MINI HORA LOCA	COSTO\$300
	✓ SHOW DE TITERES	
	COSTO \$450.00	

Ilustración 5 SERVICIOS OFRECER

2.03.04PLAZA

La empresa estará ubicada en la provincia de PICHINCHA cantón QUITO al norte de la ciudad en la parroquia de SAN ANTONIO DE PICHINCHA



2.03.05 PROMOCIÓN

Promoción por apertura la EMPRESA EL PLANETA DE LA DIVERSION por cada contrato o servicio adquirido, se obsequiara una hora gratis de animación al igual que media hora gratis de diversión de payaso.

2.03.06 PUBLICIDAD

Se pretende dar a conocer a nuestra empresa y de los diferentes servicios que ofrecemos mediante hojas volantes, tarjetas de presentación.

- ✓ **HOJAS VOLANTES:** Es un medio de publicidad económico, que muchas veces se entrega en la mano, o se coloca en algún lugar específico para que la gente lo tome, se recomienda para periodos de publicidad de corto plazo, ósea, ofertas especiales, precios especiales, promocionar la apertura del local, precios especiales y precios especiales.
- ✓ **TARJETAS DE PRESENTACIÓN:** Sirve para reforzar el contacto entre nuestros clientes con el objetivo de dejar una posibilidad de comunicación para adquirir o preguntar por nuestros servicios profesionales, nos sirve también como una estrategia de marketing y son una excelente herramienta de negocios.

LOGO



TARJETA DE PRESENTACIÓN



2.03 AMBIENTE EXTERNO

Son todos los factores que influyen en la organización y que no pertenecen al sistema. Este entorno a su vez está dividido en dos secciones que permiten analizar variables directas o indirectas como microambiente y macroambiente; el óptimo funcionamiento de todas las empresas depende de la manera que se analicen estos aspectos para la supervivencia o crecimiento de toda la organización.

2.3.1 FACTOR ECONÓMICO

- Inflación
- Tasas de interés
- PIB

✓ **INFLACIÓN:** Es el aumento sustancial y sostenido en el nivel general de los precios, refleja la disminución y unidad de medida de una economía; una medida frecuente de la inflación es el índice de precios, que corresponde al porcentaje anualizado de la variación general de precios en el tiempo.

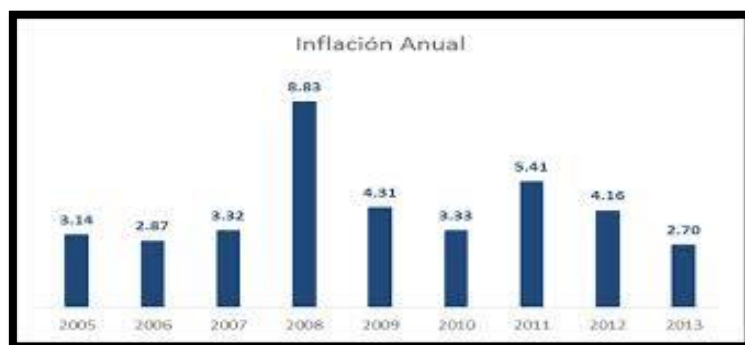


Tabla 2 DE INFLACIÓN

- ✓ **TASA DE INTERÉS:** Es el precio del dinero o pago estipulado, por encima del valor depositado, que un inversionista debe recibir, por unidad de tiempo determinado, del deudor, a raíz de haber utilizado su dinero durante este tiempo.

TASAS DE INTERÉS		
AÑO	PASIVA REFERENCIAL	ACTIVA REFERENCIAL
2007	5,64	10,72
2008	5,09	9,14
2009	5,24	9,19
2010	4,28	8,68
2011	4,53	8,17
2012	4,53	8,17
2013	4,53	8,17

Tabla 3DE INTERES

- ✓ **PIB.-** Es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un periodo determinado. El PIB es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas del país, únicamente dentro de su territorio. Este indicador es un reflejo de la competitividad de las empresas.

PIB	
AÑO	MILLONES DE USD
2007	51007,8
2008	61762,6
2009	62519,7
2010	67513,7
2011	76769,7
2012	84039,9

Tabla 4 DEL PIB

Actividades de servicios financieros	665.237	786.185	1.057.999	1.297.673	1.303.028	1.441.430	1.556.964	1.714.191	2.040.673
Actividades profesionales, técnicas y administrativas	2.163.198	2.299.594	2.504.877	2.780.632	3.241.469	3.642.474	3.779.261	4.180.304	4.515.746
Administración pública, defensa; planes de seguridad social obligatoria	1.884.796	2.051.507	2.239.826	2.477.088	2.784.183	3.528.729	3.835.936	4.133.334	4.789.698
Enseñanza y Servicios sociales y de salud	2.186.482	2.680.823	3.099.350	3.525.031	3.932.127	4.726.952	5.356.823	5.693.254	6.157.788
Otros Servicios (2)	2.515.152	3.246.880	3.551.274	3.771.266	4.059.454	4.416.773	4.688.954	4.970.245	5.314.952
Servicio doméstico	118.221	122.607	117.676	131.156	148.562	201.269	223.564	251.074	257.076
TOTAL VALOR AGREGADO BRUTO	30.171.253	34.198.165	39.205.144	44.497.147	48.510.903	59.550.902	58.312.159	64.544.229	74.847.957
OTROS ELEMENTOS DEL PIB	2.261.606	2.393.496	2.301.941	2.304.897	2.496.874	2.211.733	3.238.268	3.312.264	3.341.444
PIB	32.432.859	36.591.661	41.507.085	46.802.044	51.007.777	61.762.635	61.550.427	67.856.493	78.189.401

Tabla 5 POBLACIÓN

2.04 FACTOR SOCIAL CULTURAL

El aspecto socio-cultural engloba todo lo relativo de la cultura y la sociedad mediante los objetivos organizacionales trazados en la empresa.

Aquí podemos hablar también que se trata de los modos de vida y las costumbres que tienen en el sector en el cual se va implementar nuestra organización.

Otro factor importante a tomar en cuenta en nuestro proyecto son los índices de población el desempleo y subempleo que existe en el país y la manera en la que impactara dentro de nuestro proyecto.

2.05 FACTOR LEGAL

El factor legal será de gran importancia para ya que tendremos que acatar normativas para su funcionamiento sujetarnos bajo parámetros políticos que se establecen dentro de la constitución del ECUADOR.

A continuación enumeramos los pasos a seguir para constituir una empresa:

PASO 1: Obtener el RUC (Registro Único de Contribuyentes) en el SRI

- Original y copia a color de la Cédula de Identidad vigente
- Original y copia del certificado de votación
- Original y copia de **cualquiera de los siguientes documentos** que indique la dirección del lugar en el que se realizará la actividad:
 - Planilla de servicios básicos (agua, luz, teléfono). Debe corresponder a uno de los tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
 - Estado de cuenta bancario o del servicio de televisión pagada, o de telefonía celular, o de tarjeta de crédito. Debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. Únicamente los estados de cuenta bancario y de tarjeta de crédito deberán encontrarse a su nombre.
 - Contrato de arrendamiento (puede estar vigente o no) conjuntamente con el comprobante de venta válido emitido por el arrendador correspondiente a uno de los tres meses anteriores a la fecha de inscripción. El emisor del comprobante deberá tener registrado en el RUC la actividad de arriendo de bienes inmuebles.

- Escritura de propiedad o de compra y venta del inmueble, debidamente inscrita en el Registro de la Propiedad, o certificado del registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión.
- Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar de domicilio, solo en caso de que el predio no esté catastrado.
- Artesanos: Calificación artesanal vigente emitida por el organismo competente: Junta Nacional del Artesano o MIPRO

PASO 2: Obtener la Licencia Metropolitana de Funcionamiento otorgada por el Municipio de Quito

- Formulario Único de Licencia Metropolitana de Funcionamiento
- Copia del RUC
- Copia de la Cédula de Identidad del Representante Legal
- Copia de la Papeleta de Votación del Representante Legal
- Informe de Compatibilidad de uso de suelo
- Para establecimientos que requieren control sanitario: Carné de salud del personal que manipula alimentos
- Persona Jurídica: Copia de Escritura de Constitución (primera vez)
- Artesanos: Calificación artesanal
- Requisitos adicionales para los establecimientos que deseen colocar publicidad exterior:
- Autorización notariada del dueño del predio (en caso de no ser local propio)

- En caso de propiedad horizontal: Autorización notariada de la Asamblea de Copropietarios o del Administrador como representante legal
- Dimensiones y fotografía de la fachada del local (ESTABLECIMIENTOS CON PUBLICIDAD EXISTENTE)
- Dimensiones y bosquejo de cómo quedará la publicidad (PUBLICIDAD NUEVA)

PASO 3: Obtener el Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

- Informe de Inspección
- Copia de la Cédula de Identidad del representante o copropietario
- Copia de RUC
- Copia del permiso del año anterior
- Copia de la patente municipal

Para artesanos

- Informe de Inspección
- Copia del certificado artesanal
- Exoneración del municipio
- Copia de la Cédula de Identidad del representante o copropietario
- Copia de RUC
- Copia del permiso del año anterior

Fuente: Cuerpo de Bomberos de Quito

PASÓ 4: Obtener la Calificación Artesanal Autónoma (para los que quieran inscribirse como artesanos)

- Solicitud de la Junta Nacional de Defensa del Artesano (adquirir formulario)
- Declaración juramentada
- Copia de la Cédula de Ciudadanía
- Copia del Certificado de Votación
- Foto a color tamaño carné actualizada
- Tipo de Sangre (Cruz Roja Ecuatoriana)
- Carné del Gremio Actualizado

PASÓ 5: Obtener el Permiso de Funcionamiento emitido por el Ministerio de Salud (para los establecimientos que requieren control sanitario)

- Solicitud de Permiso de Funcionamiento
- Planilla de inspección
- Copia del título profesional del responsable en caso de ser industria y pequeña industria
- Certificado del título profesional del CONESUP
- Lista de productos a elaborar
- Categoría otorgada por el Ministerio de Industrias y Comercio (Industria y pequeña industria)
- Planos de la planta con la distribución de las áreas correspondientes

- Croquis de la ubicación de la planta
- Documentar procesos y métodos de fabricación, en caso de industria
- Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos de la empresa
- Copia de la Cédula y Certificado de Votación del propietario
- Copia del certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud y el Ministerio de Salud
- Copia del RUC del establecimiento
- Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

2.05 FACTOR TECNOLÓGICO

El factor tecnológico será de gran importancia para el correcto funcionamiento de nuestra organización y brindar un servicio de calidad, ya que ha tenido grandes cambios y hay que estar a la par de la misma.

La inversión y la innovación y desarrollo es una de las prioridades que se debe implementar en la empresa.



Ilustración 6MESCLADORA



Ilustración 7PARLANTES



Ilustración 8 MICROFONO



Ilustración 9 LAPTOP



Ilustración 10LUCES

2.06 ENTORNO LOCAL

El entorno local se refiere al espacio que nos rodea, y con el que interactuamos, En el entorno local se hará análisis de todos aquellos aspectos que afecten al proyecto en forma directa. Estos son factores que en parte se los pueden controlar y llevar un mayor equilibrio en función del desarrollo del negocio.

2.06.01 CLIENTES

Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios.

CLIENTES ACTUALES

Los clientes actuales son aquellos que le hacen compras a la empresa de forma periódica o que lo hicieron en una fecha reciente. Este tipo de clientes es el que genera

el volumen de ventas actual, por tanto, es la fuente de los ingresos que percibe la empresa en la actualidad y es la que le permite tener una determinada participación en el mercado.

CLIENTES POTENCIALES

El cliente potencial es toda aquella persona que puede convertirse en determinado momento en comprador de un servicio o consumidora que presenta una serie de cualidades que lo hacen propenso ello, ya sea por necesidades porque poseen el perfil adecuado, porque disponen de los recursos económicos u otros factores.

2.6.3 PROVEEDORES

Un proveedor puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias (artículos), los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta.

PROVEEDORES	PRODUCTOS
EL MUNDO DE LOS NIÑOS	ANTIFAS, GORROS
PLASTTHO	GLOBOS, VASOS FESTIVOS
PIERINA COTILLON	PIÑATAS
GRUPO TUCAN	CAJAS PARA FIESTA, ARTICULOS PARA EMBALAJE

Tabla 6 PROVEEDORES

2.06.04 COMPETIDORES

Los competidores directos ofrecen productos que satisfacen necesidades idénticas o muy similares a los nuestros.

Ventajas sobre los competidores

Se debe hacer una lista de nuestro análisis acerca de cuáles son las cosas que nos distinguen para bien, de nuestros competidores que llegan a nuestro mismo nicho de mercado, algunas ventajas pueden ser:

Compramos materiales y materia prima de la mejor calidad, al mismo precio que ellos compran el suyo de menor calidad.

Contamos con un medio de transporte que puede desplazarse para lograr una más fácil distribución.

Tenemos los contactos fuera del país, que nos pueden apoyar con la distribución.

Poseemos un mejor control de calidad y nos exigimos a nosotros, realizar las cosas bien hechas, etc.

Desventajas frente a los competidores

Para ser muy francos, no siempre podemos contar con ventajas, a veces también tenemos desventajas, que debemos hacer conscientes, analizándolas y escribiéndolas.

Unas posibles desventajas pueden ser:

No tenemos un conocimiento preciso del lugar donde comprar el insumo más barato.

No contamos con la moderna maquinaria que ellos usan, para ser más rápidos.

No hemos logrado crédito de los proveedores, en la forma que ellos lo han logrado.

Continuando con su plan de empresa, en este aspecto, identifique los principales competidores y determine los siguientes elementos:

- Ubicación.
- Tamaño.
- Cobertura del mercado (urbano, municipal, regional, zonal, nacional, internacional).
- Capacidad de producción.
- Características del producto (material, diseño, calidad, marca, precio, etc.).
- Canales de distribución.
- Política comercial (plazo, descuentos, forma de pago).
- Estrategia publicitaria.

2.07 MATRIZ FODA

AMBIENTE INTERNO

CONCEPTO	FORTALEZAS			DEBILIDADES		
	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
PRINCIPIOS Y VALORES	X					
MISIÓN	X					
VISIÓN	X					
POLÍTICAS	X					
OBJ. CORPORATIVOS	X					
GESTIÓN ADMINISTRATIVA	X					
GESTIÓN OPERATIVA	X					
GESTIÓN COMERCIAL	X					

AMBIENTE EXTERNO

CONCEPTO	OPORTUNIDADES			AMENAZAS		
	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
FACTOR ECONÓMICO						X
FACTOR SOCIAL				X		
FACTOR LEGAL				X		
FACTOR TECNOLÓGICO						X
CLIENTES	X					
PROVEEDORES	X					
COMPETIDORES		X				

CAPITULO III

3.01 ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.

El estudio de mercado puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprara un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos. (EMPRENDEDORES, 2014)

3.02 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

El comportamiento del consumidor es el conjunto de actividades que las personas y organizaciones llevan a cabo para seccionar, obtener, usar, consumir y eliminar los productos y servicios que necesitan para satisfacer sus necesidades y deseos. El estudio del comportamiento del consumidor analiza los factores internos, como la personalidad, la motivación, la percepción y el aprendizaje; y factores externos, como la cultura, subcultura, familia, los grupos de referencia y la clase social, que incluyen todas las etapas del proceso de compra del consumidor, desde la identificación del problema hasta las actividades después de la compra.

- **Consumidor por necesidades simples o biológicas:** Estos son los consumidores que acceden a bienes básicos, son de consumo inmediato.
- **Consumidor por necesidades sociales:** Consumo que se produce cuando resulta elemental para el desarrollo de las personas.

El estudio de mercado puede ser utilizado para determinar que parte de la población utilizara nuestros servicios en la organización de fiestas infantiles, basado en variables como el género, edad, ubicación y nivel de ingresos.

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN ECUATORIANA, POR AÑOS CALENDARIO, SEGÚN CANTONES											
2010-2020											
Nombre de cantón	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
QUITO	2319671	2365973	2412427	2458900	2505344	2551721	2597989	2644145	2690150	2735987	2781641

Tabla 7 PROYECCIÓN POBLACIÓN

3.03 DETERMINACION DE LA POBLACION Y MUESTRA

El presente proyecto se desarrollara en el sector norte de Quito en la parroquia de San Antonio de Pichincha.

3.03.01 Población

La población del presente proyecto se definirá U como población o totalidad de habitantes de la parroquia de San Antonio de Pichincha, del Distrito Metropolitano de Quito.

NÚMERO DE HABITANTES DE LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA

AÑO	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
SAN ANTONIO	60000	61140	62302	63485	64692	65921	67173	68450	69750

Tabla 8 HABITANTES

La presente tabla se utilizara para determinar el total de los habitantes de la parroquia de San Antonio de Pichincha, donde se considera el 1.9% de tasa de crecimiento de ciudad de Quito, según datos INEC.

3.04 MUESTRA

Es un subconjunto de casos o individuos de una población estadística, se obtiene con la intención de inferir propiedades de la totalidad de la población, para lo cual deben ser representativas de la misma.

3.04.01 Fórmula para calcular la muestra

Se empleará la fórmula universal, mediante el método no probabilístico, el cual proporcionará un nivel más acertado de los resultados de la encuesta, ya que este permite tener mayor certeza de no repetirse las encuestas entre las personas de la muestra determinada.

FÓRMULA

$$n = \frac{N * p * q * z^2}{(N - 1)E^2 + P * q * z^2}$$

$$n = \frac{63485 * 0.05 * 0.05 * 1.96^2}{(63485 - 1)0.05^2 + 0.05 * 0.05 * 1.96^2}$$

$$n = 384$$

Dónde:

n = Muestra

N = Población o Universo. Se considerara la población de 22000 habitantes.

E= Margen de error 0.05

P= Probabilidad de éxito (0.05)²

q = probabilidad de fracaso (0.05)²

z= Valor estadístico de distribución normal (cuando el nivel de confianza es de 95% del valor z= 1.96)

3.05 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

3.05.01 ENCUESTA.-Es un estudio observacional en el que el investigador busca recaudar datos por medio de un cuestionario previamente diseñado, sin modificar el entorno no controlar el proceso que está en observación como si lo hace en un experimento.

3.05.02 ENTREVISTA.-Hace referencia a la comunicación que se constituye entre el entrevistador y el entrevistado. En ambos casos pueden ser más de una persona. El objeto de dicha comunicación es obtener cierta información, ya sea de tipo personal o no. Deseando readecuar el planteamiento de la encuesta elevando el interés del tema.

3.05.03 FOCUS GROUP.- Es una técnica de recolección de datos ampliamente utilizada por investigadores a fin de obtener información acerca de la opinión de los usuarios, sobre un determinado producto existente en el mercado o que pretende ser lanzado, también puede realizarse a fin de investigar sobre la percepción de las personas en torno a un tema en particular.

3.05.04 OBSERVACIÓN.- Es un examen detenido de una cosa o de un fenómeno, generalmente para sacar determinadas conclusiones, razón que se propone o problema que se presenta para rechazar, cambiar o mejorar una idea o una propuesta.

3.05.05 INTENET.-Es un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas que utilizan la familia de protocolos TCP/ IP lo cual garantiza que las redes físicas heterogéneas que la componen funcionen como una red lógica única, de alcance mundial.

Para el presente proyecto se empleará la encuesta en el estudio de mercado ya que esta es una herramienta muy acertada para la obtención de información. Debido a que la formulación de las preguntas que contendrá serán de tipo cerradas para obtener datos más exactos y estos a la vez estarán enfocadas a lo que se espera obtener del público encuestado, se realizarán preguntas específicas y de relación directa con la implementación del negocio y lo que desea la gente para satisfacer sus necesidades.

3.06 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
TECNOLOGÍA EN BANCARIA Y FINANCIERA**

ENCUESTA

Objetivo:

Obtener información estadística sobre la implementación de una micro empresa enfocada en la organización de fiestas infantiles; con fines académicos.

PARTE 1:

EDAD:

GENERO:

PARTE 2:

1).- Tiene usted hijos pequeños?

SI

NO

2.- Usted estaría de acuerdo con la implementación de una micro empresa dedicada a la organización de fiestas infantiles en la parroquia de San Antonio de Pichincha.

SI

NO

3.- En la escala de 1 a 3, donde 3 es más frecuente y 1 es ninguna vez, ¿Con que frecuencia asiste con sus hijos a Fiestas Infantiles?

1

2

3

--	--	--

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

JUEGOS INFLEBLES	
BOCADITOS	
DECORACION DEL LOCAL	

5.- Estaría Ud. Dispuesto a contratar los servicios de un centro de fiestas infantiles con nuevas y atractivas diversiones

SI

--

NO

--

6.- ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por una fiesta infantil para sus hijos?

200	
250	
300	

7.- ¿A través de qué medio o medios le gustaría recibir información sobre nuestro servicio?

MEDIOS IMPRESOS	
INTERNET	
TELEVISION	

8.- Está de acuerdo con la competencia existente en el sector?

SI

--

NO

--

3.06.01 RESULTADO DE LA ENCUESTA

PARTE

¿CUÁL ES SU EDAD?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	DE 51 AÑOS EN ADELANTE	9	2,3	2,3	2,3
	DE 41 AÑOS A 50 AÑOS	65	16,9	16,9	19,3
	DE 31 AÑOS A 40 AÑOS	170	44,3	44,3	63,5
	DE 20 AÑOS A 30 AÑOS	140	36,5	36,5	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Tabla 9 EDAD

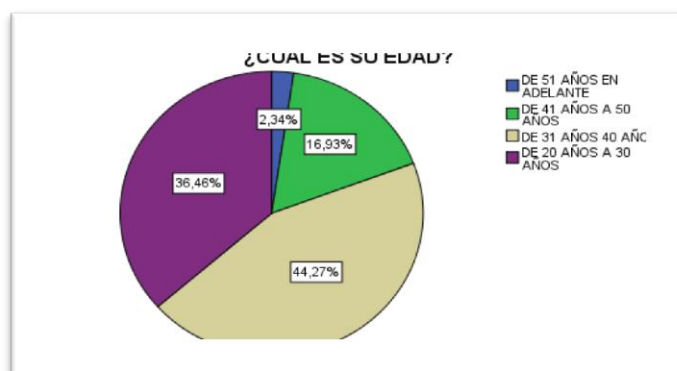


Ilustración 11 EDAD

Análisis: mediante la tabulación de las siguientes encuestas nos podemos dar cuenta que se dividen en diferentes rangos siendo la edad inicial promedio de 31 a 40 años con una representación del 42.27% equivalente a 170 personas; seguido por el rango de 20 a 30 con el 36,46% con 140 personas a continuación tenemos por el rango de 41 a 50 que representa el 16,93% con 65 personas, y por ultimo tenemos en el rango de 51 en ADELANTE con el 2,34% con un total de 9 personas

¿CUÁL ES SU GÉNERO?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	FEMENINO	107	27,9	27,9	27,9
	MASCULINO	277	72,1	72,1	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Tabla 10 GÉNERO

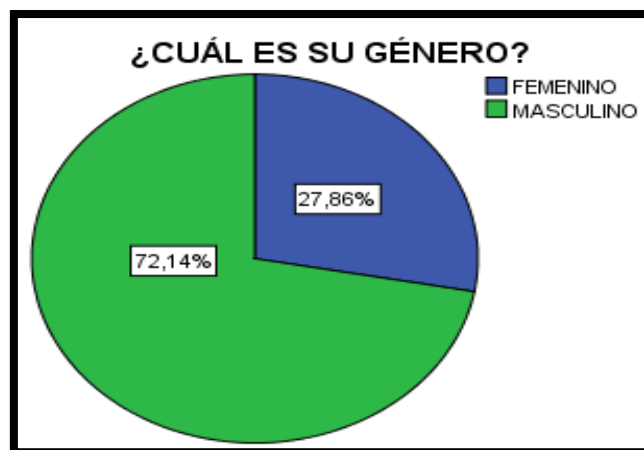


Ilustración 12 EDAD

Análisis: con el total de los encuestados podemos ver que el 72,14% son hombres con un total de 277 y con el 27,86% son mujeres con un total de 107 esta información no es

muy relevante para la ejecución del presente proyecto ya que esta micro empresa está dirigida para hombres y mujeres.

1).- Tiene usted hijos pequeños?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	28	7,3	7,3	7,3
	SI	356	92,7	92,7	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Tabla 11 NÚMERO DE HIJOS

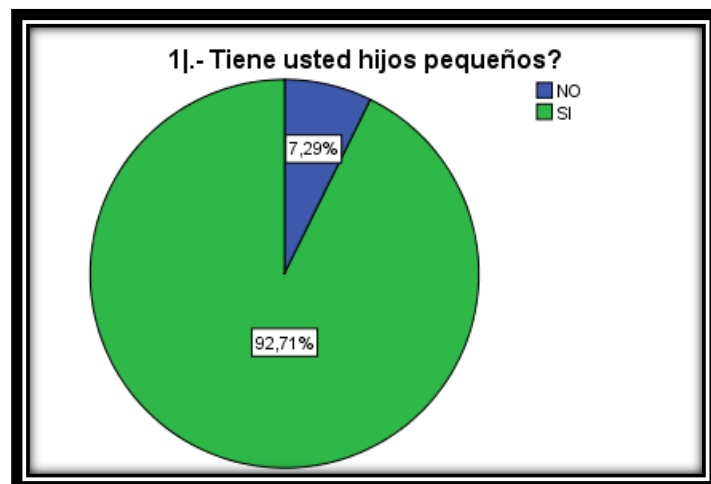


Ilustración 13 NÚMERO DE HIJOS

Análisis: del total encuestados podemos observar que la mayoría tienen niños pequeños con un 92,71% que equivale a 356 encuestados, y la diferencia con 7,29% que equivale a 28 encuestados. Esto nos da un enfoque sobre nuestros clientes potenciales.

2.- Usted estaría de acuerdo con la implementación de una micro empresa dedicada a la organización de fiestas infantiles en la parroquia de San Antonio de Pichincha.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	23	6,0	6,0	6,0
	SI	361	94,0	94,0	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

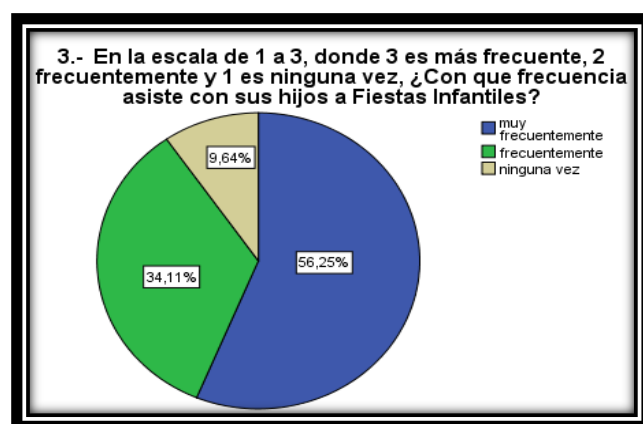
Tabla 12 IMPLEMENTACIÓN



Ilustración 14 IMPLEMENTACIÓN

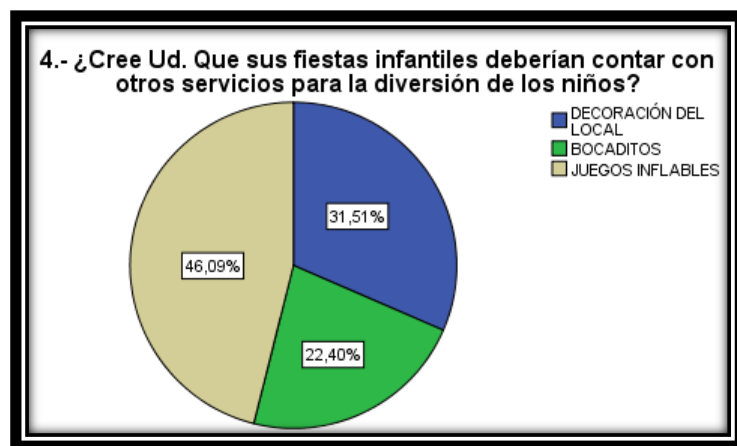
Análisis: con la tabulación de las siguientes encuestas observamos que la aceptación para la implementación de la empresa tiene un porcentaje alta el cual es importante para la puesta en marcha del proyecto.

3.- En la escala de 1 a 3, donde 3 es más frecuente, 2 frecuentemente y 1 es ninguna vez, ¿Con que frecuencia asiste con sus hijos a Fiestas Infantiles?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	muy frecuentemente	216	56,3	56,3	56,3
	frecuentemente	131	34,1	34,1	90,4
	ninguna vez	37	9,6	9,6	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Tabla 13 FRECUENCIA

Ilustración 15 FRECUENCIA

Análisis: con la tabulación del siguiente pregunta se puede observar que los moradores del sector de la parroquia de SAN ANTONIO tiene gran concurrencia a este tipo de eventos como se puede visualizar en el gráfico con un 56,25% esto quiere decir 216 encuestados, seguido por un 34,11% equivalente a 131 personas y por ultimo con un 9,64% que equivale a 37 personas. Por lo cual como conclusión quiere decir que existe gran demanda de este servicio en el sector.

4.- ¿Cree Ud. Que sus fiestas infantiles deberían contar con otros servicios para la diversión de los niños?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	DECORACIÓN DEL LOCAL	121	31,5	31,5	31,5
	BOCADITOS	86	22,4	22,4	53,9
	JUEGOS INFLABLES	177	46,1	46,1	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Tabla 14 SERVICIOS

Ilustración 16 SERVICIOS

Análisis: con los resultados de la tabulación de esta pregunta nos podemos dar cuenta que la gente necesita de diferentes servicios para que sus fiestas infantiles tengan un toque diferente e innovador y estas se ven reflejado en estos resultados por lo cual sería una oportunidad a donde nos tenemos que enfocar.

5.- Estaría Ud. Dispuesto a contratar los servicios de un centro de fiestas infantiles con nuevas y atractivas diversiones					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	96	25,0	25,0	25,0
	SI	288	75,0	75,0	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Tabla 15 CONTRATACIÓN

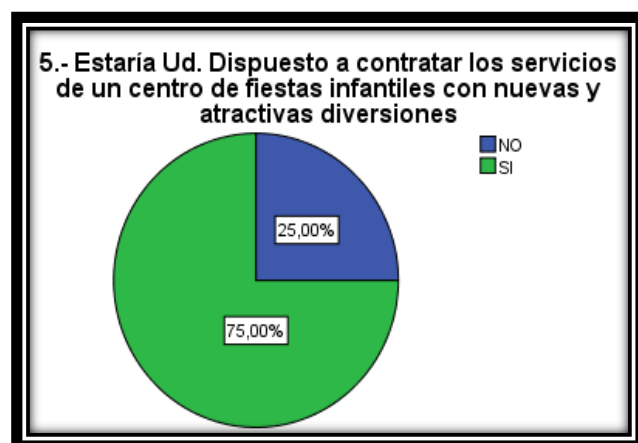
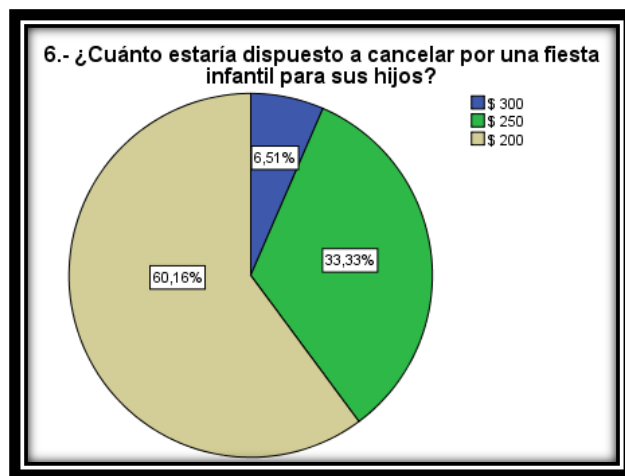


Ilustración 17 CONTRATACIÓN

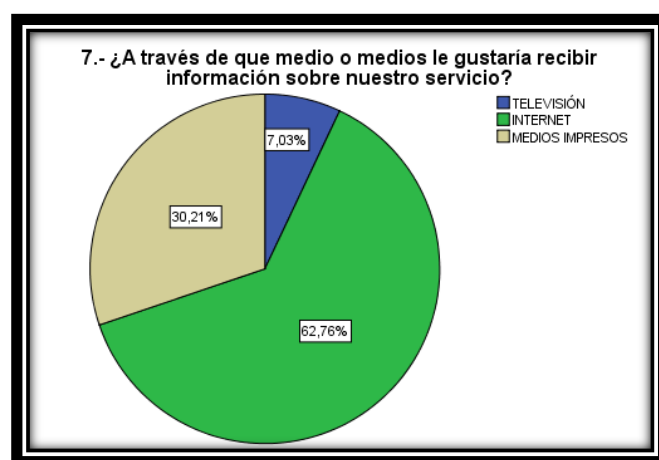
Análisis: Con los resultados obtenidos en el siguiente gráfico podemos visualizar que las personas de la Parroquia de San Antonio de Pichincha si están dispuestos a contratar un servicio de fiestas infantiles lo cual es de gran beneficio para la implementación del presente proyecto.

6.- ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por una fiesta infantil para sus hijos?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	\$ 300	25	6,5	6,5	6,5
	\$ 250	128	33,3	33,3	39,8
	\$ 200	231	60,2	60,2	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Tabla 16 PRECIO

Ilustración 18 PRECIO

Análisis: En el presente gráfico visualizamos que un 60,16% de las personas que viven en la parroquia de San Antonio de Pichincha están dispuestos a pagar \$ 200 dólares por una fiesta infantil, el 33,33% están dispuestos a pagar por el servicio \$250 dólares y un 6,51% están dispuestos a cancelar \$300 dólares, cabe señalar que estos precios varían por la oferta y demanda que existe en servicio prestado.

7.- ¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información sobre nuestro servicio?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	TELEVISIÓN	27	7,0	7,0	7,0
	INTERNET	241	62,8	62,8	69,8
	MEDIOS IMPRESOS	116	30,2	30,2	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Tabla 17 PUBLICIDAD

Ilustración 19 PUBLICIDAD

Análisis: Con los resultados obtenidos en la siguiente gráfico observamos que la población de la Parroquia de San Antonio de Pichincha les gustaría recibir información sobre nuestros servicios con un 62,76% Internet, 30,21% por medios impresos y un 7,03% por televisión por lo que es de gran beneficio para la implementación del presente proyecto.

ESTÁ DE ACUERDO CON LA COMPETENCIA EXISTENTE EN EL SECTOR					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	329	85,7	85,7	85,7
	NO	55	14,3	14,3	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Tabla 18 COMPETENCIA

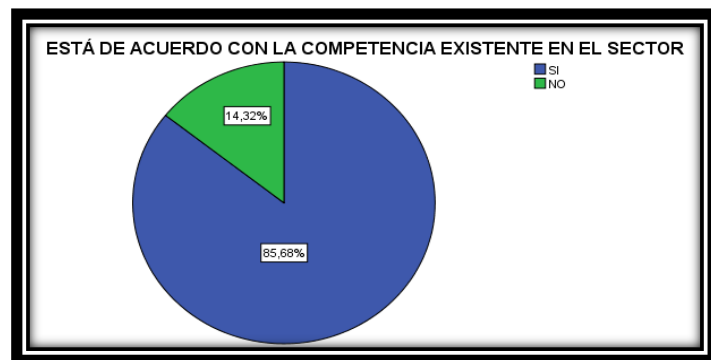


Ilustración 20 COMPETENCIA

Análisis: Mediante los resultados obtenidos de la presente en cuenta visualizamos que el 85,68% está de acuerdo con los servicios que ofrece la competencia mientras tanto el 14,32% no está de acuerdo por lo tanto nos debemos enfocar en este porcentaje de la población de la parroquia de san Antonio de pichincha.

3.07 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

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

El análisis de la demanda tiene como objetivo principal medir las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado, con respecto a un bien o servicio y como este puede participar para lograr la satisfacción de dicha demanda.

Para establecer un buen análisis de la demanda se tendrá que recurrir a la investigación de información proveniente de fuentes primarias y secundarias, como indicadores económicos y sociales. En la demanda existen factores cualitativos los cuales se deben de analizar, pero antes se debe de desarrollar una investigación de campo la cual nos permita obtenerlos para llevar a cabo dicho análisis. Cuando no se cuenta o en el caso no existe información histórica y estadística del producto que es el caso de muchos productos hoy en día, es entonces donde entra esta investigación y es el único método en el cual se podrá obtener los datos la cuantificación de la demanda.

3.07.01 DEMANDA HISTORICA

Es conocer el comportamiento del consumo en el tiempo pasado, es decir, la Demanda del producto o servicio que hubo en años anteriores. Este análisis solo se efectúa para productos que existen en el mercado.

Si no hay información histórica, entonces, considerar para el análisis de la Demanda actual utilizando para ello el método del consumo aportante. Si el producto es para el

Mercado externo, habrá que identificar a los países Consumidores y los volúmenes anuales de su consumo histórico. En virtud de lo expuesto la demanda de productos de panificación se ha sustentado básicamente con los ofrecidos por las típicas panaderías, en este sentido con el presente proyecto se busca tener una estabilidad brindando una buena imagen de la empresa, para ello la calidad y variedad de productos serán una estrategia para nuestro crecimiento.

3.07.01.01 CÁLCULO DE LA DEMANDA

Aceptación del proyecto: Se toma en consideración la población total de la parroquia de San Antonio, donde el grado de aceptación de la implementación de la empresa organizadora de fiestas infantiles, dato que se obtiene de la encuesta, en la pregunta N° 2

2.- Usted estaría de acuerdo con la implementación de una micro empresa dedicada a la organización de fiestas infantiles en la parroquia de San Antonio de Pichincha.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	23	6,0	6,0	6,0
	SI	361	94,0	94,0	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Tabla 19 CÁLCULO DE LA DEMANDA

ACEPTACIÓN

TOTAL HABITANTES	PORCENTAJE DE ACEPTACION	N° HABITANTES QUE ACEPTAN IMPLEMENTACIÓN
63.485	94.1%	59.739

Tabla 20 ACEPTACIÓN

De la presente información se desprende que el número total de habitantes de la parroquia de san Antonio de pichincha están de acuerdo con la implementación de la empresa organizadora de fiestas infantiles con el 94.1%

Frecuencia: Se considerara el total de habitantes que aceptan la implementación de la empresa organizadora de fiestas infantiles en las 52 semanas que tienen el año, y los datos de las encuestas en la frecuencia de obtener el servicio.

3.- En la escala de 1 a 3, donde 3 es más frecuente, 2 frecuentemente y 1 es ninguna vez, ¿Con que frecuencia asiste con sus hijos a Fiestas Infantiles?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	muy frecuentemente	216	56,3	56,3	56,3
	frecuentemente	131	34,1	34,1	90,4
	ninguna vez	37	9,6	9,6	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Tabla 21 ASISTENCIA A FIESTAS

Nº HABITANTES QUE ACEPTAN IMPL.	PORCENTAJE DE FRECUENCIA SEMANAL	SEMANAS DEL AÑO	Nº CLIENTES POTENCIALES
15.871	94.1%	12	14.935

Tabla 22 CLIENTES POTENCIALES

De esta información se desprende que el total de clientes potenciales en consumir el servicio de organización de fiestas infantiles es de 3.106.448 habitantes, por lo que se crearan estrategias para que gran parte de estos sean nuestros clientes.

Precio: Se tomara en cuenta el total de clientes potenciales en un año, el precio promedio de la obtención mediante la encuesta.

6.- ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por una fiesta infantil para sus hijos?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	\$ 300	25	6,5	6,5	6,5
	\$ 250	128	33,3	33,3	39,8
	\$ 200	231	60,2	60,2	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Tabla 23 ACEPTACIÓN DE PAGO

De esta información podemos observar que el 60,16% de la población de la parroquia de san Antonio de Pichincha están dispuestos a cancelar \$200, de esta información se desprende que la demanda actual en dólares es de 1.986.014.

PRECIO		
PRECIO PROMEDIO	No. CLIENTES POTENCIALES	DEMANDA EN DÓLARES
200	114.576	22,915.200

Tabla 24 DEMANDA EN DÓLARES

Competencia: Se tomara en cuenta el total de clientes potenciales en un año, si está de acuerdo con los servicios de la competencia.

ESTÁ DE ACUERDO CON LA COMPETENCIA EXISTENTE EN EL SECTOR					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	329	85,7	85,7	85,7
	NO	55	14,3	14,3	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Tabla 25COMPETENCIA DEL SECTOR

3.07.01.02 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para la proyección se considerara la demanda actual y la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Quito, que se consideró para el cálculo de la población de la parroquia de San Antonio de Pichincha el cual es de 1.015%.

PROYECCION DE LA DEMANDA EN DOLARES EN FIESTA

AÑOS	DEMANDA ACTUAL	TASA DE CRECIMIENTO	DEMANDA PROYECTADA
2014	2.987.000	1	2.987.000
2015	2.987.000	1,015	3.031.805
2016	3.031.805	1,015	3.077.282
2017	3.077.282	1,015	3.123.441
2018	3.123.441	1,015	3.170.293
2019	3.170.293	1,015	3.217.847

Tabla 26 PROYECCION DE LA DENANDA EN DOLARES

3.08 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Se entiende por oferta a la cantidad de un determinado bien, un producto o un servicio que los vendedores están dispuestos a vender a determinados precios en condiciones. La cantidad ofrecida se refiere únicamente a un punto sobre una curva de oferta. Por consiguiente, el cambio de la cantidad ofrecida explica el movimiento de un punto a otro sobre la misma curva de oferta, como resultado de un cambio en el precio

PROYECCIÓN DE LA OFERTA

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	TASA DE LA COMPETENCIA	OFERTA PROYECTADA
2.014	2.987.000	0,40	1.194.800
2.015	3.031.805	0,40	1.212.722
2.016	3.077.282	0,40	1.230.913
2.017	3.123.441	0,40	1.249.377
2.018	3.170.293	0,40	1.268.117
2.019	3.217.847	0,40	1.287.139

Tabla 27 PROYECCION OFERTA

BALANCE O DEMANDA INSATISFECHA

DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2.987.000	1.194.800	1.792.200
3.031.805	1.212.722	1.819.083
3.077.282	1.230.913	1.846.369
3.123.441	1.249.377	1.874.065
3.170.293	1.268.117	1.902.176
3.217.847	1.287.139	1.930.708

Tabla 28 DEMANDA INSATISFECHA

CAPITULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se verificará la posibilidad técnica de producir un producto o servicio y determinar el tamaño localización los equipos las instalaciones y la organización (Barreto, 2010)

4.01 TAMAÑO DE LA MUESTRA

Aquí se detallara el espacio físico en el cual se instalara la empresa el “PLANETA DE LA DIVERSION”

El tamaño del presente proyecto es de 6 X 6=36m² los cuales estarán divididos de la siguiente manera.

- ÁREA DE ATENCION AL CLIENTE 3X3=9m²
- ÁREA DE ADMINISTRACIÓN 3X3=9m²
- ÁREA DE SONIDO 3X3=9m²
- ÁREA DE ARCHIVO 1.5X1.5=2.3m²
- BAÑO 1.5X1.5=2.3m²

4.01.01 CAPACIDAD INSTALADA

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección, puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles.

Pero cabe recalcar mi empresa se dedicara a brindar un servicio por lo cual no se tiene un porcentaje del número de contratos tendrá la misma el cual será de 36m2.

4.01.02 CAPACIDAD ÓPTIMA

La capacidad óptima del presente proyecto es cuando se opera con los menores costos posible, es la capacidad de producción durante su tiempo de funcionamiento que se considera normal para la circunstancia y tipo de proyecto que se trata.

4.02 LOCALIZACIÓN

En este punto, es importante analizar cuál es el sitio idóneo donde se puede instalar el proyecto, incurriendo en costos mínimos y en mejores facilidades de acceso a recursos, equipo, etc.

El objetivo que persigue la localización de un proyecto es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio.

4.02.01 MACROLOCALIZACIÓN

PAÍS:	ECUADOR
PROVINCIA:	PICHINCHA
CIUDAD:	QUITO
CANTON:	QUITO
PARROQUIA:	SAN ANTONIO
POBLACIÓN:	63.485 HAB
CLIMA:	TEMPLADO

Tabla 29 MACROLOCALIZACIÓN

La Mitad del Mundo



Ilustración 21MACROLOCALIZACIÓN

4.02.02 MICROLOCALIZACIÓN

La empresa el “PLANETA DE LA DIVERSIÓN” estará ubicado en la parroquia de SAN ANTONIO DE PICHINCHA en las calles AV. Equinoccial y Pucara.

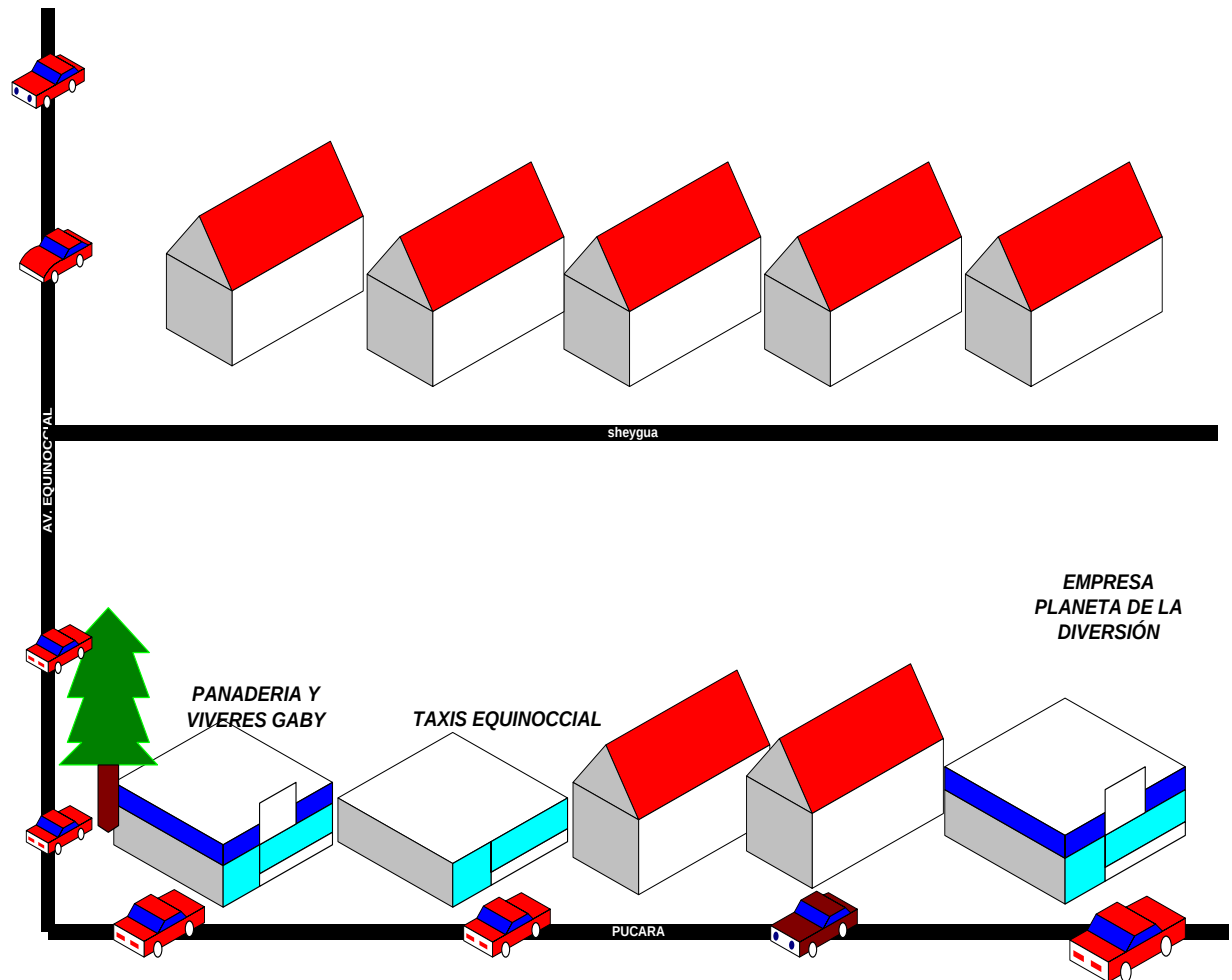


Ilustración 22 MICROLOCALIZACIÓN

4.02.03 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA

El presente proyecto estará ubicado en este sector por diferentes motivos el primero es por qué está ubicado en un lugar céntrico de gran afluencia de gente tiene vías de acceso hacia él tiene todos sus servicios básicos para su funcionamiento, de igual manera el aspecto principal es que la renta en los locales no es alto y nos será de gran ayuda para la puesta en marcha del proyecto.

4.03 INGENIERIA DEL PROYECTO

4.03.01 QUE ES UN BIEN

Un bien es un material que satisface necesidades humanas y que provee utilidad para la persona que la adquiere en el mercado por un costo monetario. Los bienes suelen tener una utilidad marginal y pueden aumentar o reducir su valor conforme pasa el tiempo.

4.03.02 QUE ES UN SERVICIO

Un servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a las necesidades de un cliente. Los servicios incluyen una diversidad de actividades desempeñadas por un crecido número de funcionarios que trabajan para el estado o para empresas particulares.

CÓDIGOS DE CERCANÍA	RAZONES DE CERCANÍA
A= Absolutamente necesario que esté cerca	1= Por procesos
B= Especialmente que este cerca	2= Por gestión administrativa
I= Importante que este cerca	3= Necesidad
O= Cercanía Ordinaria	4= Ruido
U= Cercanía Indiferente	5= Por higiene
X= Cercanía Indeseable	

MATRIZ CRUZADA

AREA DE SONIDO						
AREA ADMINISTRATIVA	U1	x4				
AREA DE ATENCION AL		O2	A1	U1		U3
CLIENTE		X2			A3	
ARCHIVO				A3		
BAÑO		I2				

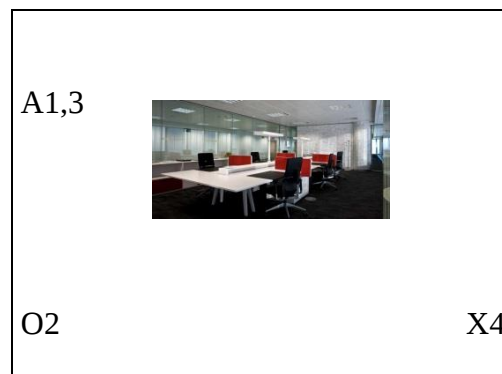
TABULACIÓN

A		E
	I	
O	U	X

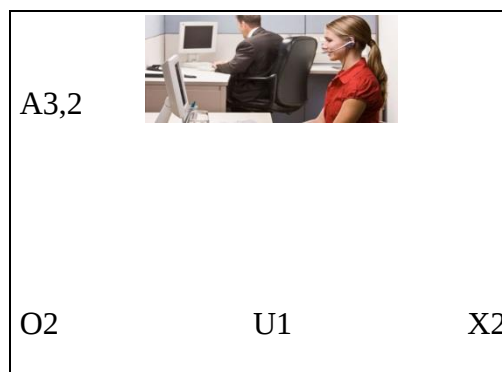
- **ARÉA SONIDO 3X3= 6m²**



- **ARÉA ADMINISTRATIVA 3 X 3= 6m²**



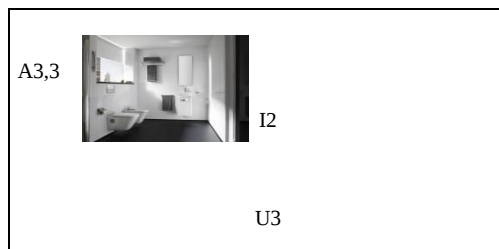
- **ARÉA DE ATENCIÓN AL CLIENTE 3 X3=6m²**



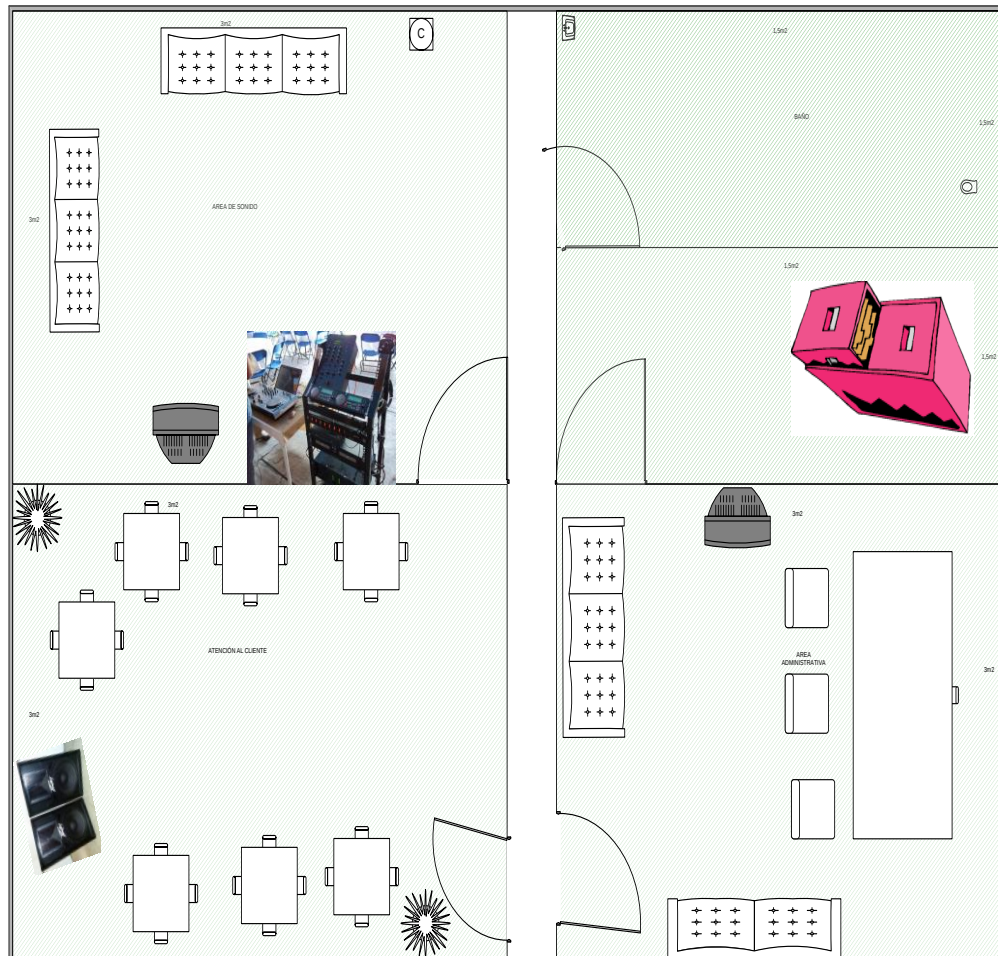
- **ARCHIVO 1,5 X 1,5= 3m²**



- **BAÑO 1,5 X 1,5= 3m²**



4.03.02 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



4.03.03 PROCESO PRODUCTIVO

ITEMS	PROCESOS
1	CONTRATACIÓN DEL SERVICIO
2	DECORACIÓN DEL LOCAL D
3	REALIZAR LOS PUNTOS A TOMAR EN LA FIESTAS
4	SHOW PARA LA FIESTA
5	ESCOGER MUSICA PARA LA FIESTA
6	JUEGOS

4.03.04 CUADRO DE ACTIVOS

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	CANTIDAD	V. UNITARIO	V.TOTAL
MUEBLES DE OFICINA				
Escritorio para Gerente con silla	UNIDADES	3	200,00	600,00
Sillas	UNIDADES	3	100,00	300,00
Teléfonos	UNIDADES	2	80,00	160,00
Archivador	UNIDADES	3	150,00	450,00
TOTAL MUEBLES DE OFICINA			530,00	1.510,00
SUMINISTROS DE OFICINAS				
Línea Telefónica	UNIDADES	1	150,00	150,00
Teléfono inalámbrico	UNIDADES	1	50,00	50,00
TOTAL SUMINISTROS DE OFICINA			200,00	200,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN				
Computadora	UNIDADES	3	1.200,00	3.600,00
Impresora	UNIDADES	1	300,00	300,00
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			1.500,00	3.900,00
MAQUINARIA Y EQUIPO				
Máquina de hacer canguil	UNIDADES	4	400,00	1.600,00
Máquina de algodón de azúcar	UNIDADES	4	400,00	1.600,00
Castillos inflables	UNIDADES	4	1.500,00	6.000,00
Planta de Energía	UNIDADES	4	800,00	3.200,00
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO			3.100,00	12.400,00
MUEBLES Y ENSERES				
Microondas	UNIDADES	4	120,00	480,00
Mesas y sillas	UNIDADES	30	70,00	2.100,00
Parlantes	UNIDADES	4	600,00	2.400,00
Mescladora de sonido	UNIDADES	1	1.500,00	1.500,00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			2.290,00	6.480,00
OTROS ACTIVOS				
Gastos de Constitución			1.500,00	1.500,00
TOTAL OTROS ACTIVOS			1.500,00	1.500,00
TOTAL ACTIVOS			9.120,00	25.990,00

Tabla 30 CUADRO DE ACTIVOS

CAPITULO V

5 ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero es considerado como una herramienta que permite determinar la cuantía o el monto de la inversión que requiere el proyecto; así como la proyección de costos y gastos. Tiene como objetivo primordial es tener una visión clara de los recursos que se necesitan para llevar a cabo la operación del negocio, cuánto tiempo tomara equilibrar los ingresos y los gastos, con el fin de obtener utilidades y recuperar la inversión. (Barreto, 2010)

5.01 INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES

5.01.01 INGRESOS OPERACIONALES

Los ingresos operacionales son todos los aumentos brutos del patrimonio originados directamente en el desarrollo del objeto social del ente, distintos de los aumentos en los aportes de los propietarios. Un ingreso operacional tiene relación directa con la producción de un bien o servicio que constituye el objeto social de la empresa, todo

ingreso operacional representa una fuente bruta interna de recursos y resulta del giro ordinario del negocio (Cuellas, 2011)

5.01.02 INGRESOS NO OPERACIONALES

Los ingresos no operacionales son aquellos ingresos diferentes a los obtenidos por el desarrollo de la actividad principal de la empresa, ingresos que por lo general son ocasionales o que son accesorios a la actividad principal. (Cuellas, 2011)

5.02 COSTOS OPERACIONALES

Se ha elaborado un cuadro de costos de producción por cada servicio en los cuales tenemos tres tipos de servicios es necesario considerar que el valor de la mano de obra baría el precio por servicio.

COSTOS OPERACIONALES

SHOW ECONOMICO

COSTOS OPERATIVOS	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO HORA HOMBRE	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	COSTO UNITARIO POR PRESENTACIÓN
Payasos		2	80,00	480,00	5760,00	30,00
canguil		1	20,00	160,00	1920,00	10,00
algodonero		1	20,00	160,00	1920,00	10,00
persona castillo inflable		1	20,00	320,00	3840,00	15,00
TOTAL MANO DE OBRA		2	140,00	1120,00	13440,00	65,00

<u>MATERIA PRIMA DIRECTA</u>	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO	COSTO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
GELATINA	70		0,70	0,18	2,80	33,60
BOCADITOS	350		0,35	0,09	1,40	16,80
TOTAL MATERIA PRIMA DIRECTA			0,70	0,18	2,80	33,60
TOTAL MATERIA PRIMA ANUAL						3.960,18

COSTO DE PRODUCCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO HORA	COSTO UNITARIO	COSTO DIARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
<u>CIF</u>							
Agua			0,44	0,111	0,67	20,00	240,00
Luz			0,56	0,139	0,83	25,00	300,00
Teléfono			0,44	0,111	0,67	20,00	240,00
TOTAL CIF			1,44	0,36	2,17	65,00	780,00
TOTAL COSTO DE PRESENTACIÓN POR UNIDAD							130,18

Tabla 31 COSTOS OPERACIONALES

SHOW ESPECIAL

COSTOS OPERATIVOS	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO HORA HOMBRE	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	COSTO UNITARIO POR PRESENTACIÓN
Mago		1	40,00	640,00	7.680,00	30,00
canguilero		1	20,00	320,00	3.840,00	30,00
algodonero		1	20,00	320,00	3.840,00	30,00
persona castillo inflable		1	20,00	320,00	3.840,00	30,00
Payasos		2	80,00	1.280,00	15.360,00	30,00
TOTAL MANO DE OBRA		2	180,00	2.880,00	34.560,00	150,00

<u>MATERIA PRIMA DIRECTA</u>	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO	COSTO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
GELATINA	70		0,70	0,18	2,80	33,60
POSTRES	70		1,50	0,38	6,00	72,00
BOCADITOS	350		0,35	0,09	1,40	16,80
TOTAL MATERIA PRIMA DIRECTA			2,55	0,64	10,20	122,40
TOTAL MATERIA PRIMA ANUAL						918,00

COSTO DE PRODUCCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO HORA	COSTO UNITARIO	COSTO DIARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
<u>CIF</u>							
Agua			0,44	0,11	0,67	20,00	240,00
Luz			0,56	0,14	0,83	25,00	300,00
Teléfono			0,44	0,11	0,67	20,00	240,00
TOTAL CIF			1,44	0,36	2,17	65,00	780,00
TOTAL COSTO DE PRESENTACIÓN POR UNIDAD							215,64

Tabla 32 COSTOS OPERACIONALES

SUPER SHOW

COSTOS OPERATIVOS	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO HORA HOMBRE	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	COSTO UNITARIO POR PRESENTACIÓN
Mago		1	40,00	640,00	7.680,00	30,00
canguilero		1	20,00	320,00	3.840,00	30,00
algodonero		1	20,00	320,00	3.840,00	30,00
persona castillo inlabe		1	20,00	320,00	3.840,00	30,00
Titeres		1	30,00	480,00	5.760,00	30,00
Payasos		2	80,00	1.280,00	15.360,00	30,00
TOTAL MANO DE OBRA		2	210,00	3.360,00	40.320,00	180,00

<u>MATERIA PRIMA DIRECTA</u>	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO	COSTO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
GELATINA	70		0,70	0,18	2,80	33,60
POSTRES	70		1,50	0,38	6,00	72,00
HOT DOG	70		2,00	0,50	8,00	96,00
BOCADITOS	350		0,35	0,09	1,40	16,80
TOTAL MATERIA PRIMA DIRECTA			4,55	1,14	18,20	218,40
TOTAL MATERIA PRIMA ANUAL						819,00

COSTO DE PRODUCCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO HORA	COSTO UNITARIO	COSTO DIARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
<u>CIF</u>							
Agua			0,44	0,11	0,67	20,00	240,00
Luz			0,56	0,14	0,83	25,00	300,00
Teléfono			0,44	0,11	0,67	20,00	240,00
TOTAL CIF			1,44	0,36	2,17	65,00	780,00
TOTAL COSTO DE PRESENTACIÓN POR UNIDAD							246,14

Tabla 33 COSTOS OPERACIONALES

INGRESOS DEL PROYECTO

SHOW ECONÓMICO	
COSTO PROD	130,18
UTILIDAD 30%	39,05
P.V.P	169,23
CANTIDAD	10,00
INGRESO MENSUAL	10.153,65
INGRESO ANUAL	121.843,80
SHOW ESPECIAL	
COSTO PROD	215,64
UTILIDAD 25%	53,91
P.V.P	269,55
CANTIDAD	4
INGRESO MENSUAL	6.469,13
INGRESO ANUAL	77.629,50
SUPER SHOW	
COSTO PROD	246,14
UTILIDAD 35%	98,46
P.V.P	344,59
CANTIDAD	2
INGRESO MENSUAL	4.135,11
INGRESO ANUAL	49.621,32
TOTAL INGRESOS	249.094,62

Tabla 34 INGRESOS DEL PROYECTO

PROYECCIÓN DE INGRESOS

AÑOS	INGRESOS ANUAL	TASA DE CRECIMIENTO POR SECTOR	TOTAL INGRESOS
2014	249.094,62	1	249.094,62
2015	249.094,62	1,015	252.831,04
2016	252.831,04	1,015	256.623,50
2017	256.623,50	1,015	260.472,86
2018	260.472,86	1,015	264.379,95
2019	264.379,95	1,015	268.345,65

Tabla 35 PROYECCIÓN DE INGRESOS

5.02.01 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Son todos los gastos que tienen que ver directamente con la administración del negocio y no con sus actividades operativas. Contienen los salarios del Gerente, Secretarías, Contadores, alquiler de oficina. (Bermeo, 2013)

GASTOS ADMINISTRATIVOS

PERSONAL	SUELDO MENSUAL	APORTE PATRONAL IESS 21,6%	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
JEFE DE NEGOCIOS	900	194,4	75	28,33	74,97	1272,70	15272,44
OPERARIOS	1200	259,2	100	28,33	99,96	1687,49	20249,92
AUXILIAR CONTABLE	500	108	41,67	28,33	41,65	719,65	8635,8
SECRETARIA	500	108	41,67	28,33	41,65	719,65	8635,8
TOTAL SUELDOS	3100	669,6	258,33	113,33	258,23	4399,49	52793,96

Tabla 36 SUELDO PERSONAL

OTROS GASTOS

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Material para oficina	\$ 20,00	\$ 240,00
Materia de aseo	\$ 80,00	\$ 960,00
Servicios Básicos	\$ 65,00	\$ 780,00
Transporte	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Arriendo	\$ 500,00	\$ 6.000,00
TOTAL	\$ 865,00	\$ 10.380,00

Tabla 37 OTROS GASTOS

TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
GTS. ADMINISTRATIVOS	\$ 4.399,50	\$ 52.793,96
OTROS GASTOS	\$ 865,00	\$ 10.380,00
TOTAL GASTOS ADM	\$ 5.264,50	\$ 63.173,96

Tabla 38 TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS

GASTOS DE VENTA

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Material para oficina	\$ 20,00	\$ 240,00
Materia de aseo	\$ 80,00	\$ 960,00
Servicios Básicos	\$ 65,00	\$ 780,00
Arriendo	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Material P.O.P	\$ 800,00	\$ 9.600,00
TOTAL	\$ 1.465,00	\$ 17.580,00

Tabla 39 GASTOS DE VENTA

5.03 INVERSIONES

Las inversiones representan colocaciones de dinero sobre las cuales una empresa espera obtener algún rendimiento a futuro, ya sea, por relación de un interés, dividendo o mediante la venta a un mayor a su costo de adquisición.

5.03.01 INVERSIÓN FIJA

Son aquellos recursos tangibles y no tangibles necesarios para la realización del proyecto.

5.03.01.01 INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

Las inversiones en activos fijos corresponden a la adquisición de todos los activos necesarios para realizar las operaciones de la empresa, como terrenos, construcciones, vehículos, maquinaria, muebles, equipos de oficina, entre otros.

5.03.01.02 INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS

Comprenden todos los activos intangibles de la empresa.

5.03.02 INVERSIONES DE CAPITAL DE TRABAJO

Son los recursos que deben estar siempre en la empresa para financiar el desfase natural que se produce en la mayoría de los proyectos entre la ocurrencia de los egresos, primero, y su posterior recuperación. Existen inversiones que, aunque se

realiza, son irrelevantes para la decisión de hacer o no el proyecto, ya que el desembolso igualmente deberá ocurrir.

CUADRO DE INVERSIONES

CONCEPTO	FUENTES Y USOS	RECURSOS PROPIOS	RECURSOS FINANCIADOS
ACTIVOS FIJOS			
MUEBLES DE OFICINA	1.510,00	150,00	1.360,00
SUMINISTROS DE OFICINA	200,00	100,00	100,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	12.400,00	5.000,00	7.400,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	3.900,00	500,00	3.400,00
MUEBLES Y ENSERES	6.480,00	1.500,00	4.980,00
Total del Activo Fijo	24.490,00	7.250,00	17.240,00
ACTIVOS DIFERIDOS			
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1.500,00	1.500,00	-
Total del Activo Diferido	1.500,00	1.500,00	-
CAPITAL DE TRABAJO			
COSTOS DE PRODUCCIÓN	20.757,89	20.757,89	-
GASTOS ADMINISTRATIVOS	4.399,50	4.399,50	-
GASTOS DE VENTAS	1.465,00	1.465,00	-
Total de Capital de Trabajo	26.622,38	26.622,38	-
TOTAL INVERSIÓN	52.612,38	35.372,38	17.240,00

Tabla 40 CUADRO DE INVERSIONES

5.03.04 DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS

Los activos fijos son bienes que pertenecen a una a empresa que se utiliza para el servicio de dicha empresa, no se compra para venderlos, sino para sacarles un rendimiento, y que tiene un precio inicial (Precio de Compra), un precio final (precio de recuperación) y una vida útil en la que son explotados y por la que va perdiendo su valor, correspondiendo el valor máximo con el momento de compra, y el mínimo con el momento de venta o de jubilación del activo.

DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS

MAQUINARIA Y EQUIPO					
2014 año base	2015	2016	2017	2018	2019
\$ 12.400,00	\$ 2.480,00	\$ 2.480,00	\$ 2.480,00	\$ 2.480,00	\$ 2.480,00
MUEBLES DE OFICINA					
2014 año base	2015	2016	2017	2018	2019
\$ 1.510,00	\$ 302,00	\$ 302,00	\$ 302,00	\$ 302,00	\$ 302,00
EQUIPO DE OFICINA					
2014 año base	2015	2016	2017	2018	2019
\$ 200,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00
MUEBLES Y ENSERES					
2014 año base	2015	2016	2017	2018	2019
\$ 6.480,00	\$ 1.296,00	\$ 1.296,00	\$ 1.296,00	\$ 1.296,00	\$ 1.296,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN					
2014 año base	2015	2016	2017		
\$ 3.900,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00		

Tabla 41 DEPRECIACIÓN DEL ACTIVO FIJO

5.03.05 AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDO

La amortización es la distribución del valor de la inversión realizada por la adquisición del inmovilizado entre los años que se supone que va a contribuir a la obtención de ingresos de la empresa. Si el bien se consumiese en un solo ejercicio, no sería un activo fijo ya que en ese caso sería un gasto del periodo considerado

AMORTIZACIÓN DEL ACTIVO DIFERIDO

GASTO DE CONSTITUCIÓN					
2014 año base	2015	2016	2017	2018	2019
\$ 1.500,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00

Tabla 42 AMORTIZACIÓN DE ACTIVO DIFERIDO

5.04 PROYECCIÓN DE LOS COSTOS Y GASTOS

PROYECCIÓN DE COSTOS DEPRESENTACIÓN

CONCEPTO SHOW ECONOMICO	2014 BASE	2015	2016	2017	2018	2019
MATERIA PRIMA	3.960,18	4.067,10	4.176,91	4.289,69	4.405,51	4.524,46
MANO DE OBRA	13.440,00	13.802,88	14.175,56	14.558,30	14.951,37	15.355,06
CIF	780,00	801,06	822,69	844,90	867,71	891,14
TOTAL COSTOS OPERATIVOS	18.180,18	18.671,04	19.175,16	19.692,89	20.224,60	20.770,66

Tabla 43 PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS

PROYECCIÓN DE LOS COSTOS DE PRESENTACIÓN

CONCEPTO SHOW ESPECIAL	2014 BASE	2015	2016	2017	2018	2019
MATERIA PRIMA	918,00	942,79	968,24	994,38	1.021,23	1.048,81
MANO DE OBRA	34.560,00	35.493,12	36.451,43	37.435,62	38.446,38	39.484,44
CIF	780,00	801,06	822,69	844,90	867,71	891,14
TOTAL COSTOS OPERATIVOS	36.258,00	37.236,97	38.242,36	39.274,91	40.335,33	41.424,38

Tabla 44 COSTOS DE PRESENTACIÓN

PROYECCIÓN DE LOS COSTOS DE PRESENTACIÓN

CONCEPTO SUPER SHOW	2014 BASE	2015	2016	2017	2018	2019
MATERIA PRIMA	819,00	841,11	863,82	887,15	911,10	935,70
MANO DE OBRA	40.320,00	41.408,64	42.526,67	43.674,89	44.854,12	46.065,18
CIF	780,00	801,06	822,69	844,90	867,71	891,14
TOTAL COSTOS OPERATIVOS	41.919,00	43.050,81	44.213,18	45.406,94	46.632,93	47.892,02

Tabla 45 PROYECCIÓN COSTOS DE PRESENTACIÓN

RESUMEN DE PROYECCIÓN	2014 BASE	2015	2016	2017	2018	2019
SHOW ECONOMICO	18.180,18	18.671,04	19.175,16	19.692,89	20.224,60	20.770,66
SHOW ESPECIAL	36.258,00	37.236,97	38.242,36	39.274,91	40.335,33	41.424,38
SUPER SHOW	41919,00	43.050,81	44.213,18	45.406,94	46.632,93	47.892,02
TOTAL PROYECCIÓN	96.357,18	98.958,82	101.630,71	104.374,74	107.192,85	110.087,06

Tabla 46 RESUMEN DE PROYECCIONES

CONCEPTO	2014 BASE	2015	2016	2017	2018	2019
SUELDOS	\$ 52.793,96	\$ 54.219,40	\$ 55.683,32	\$ 57.186,77	\$ 58.730,81	\$ 60.316,55
TOTAL GT AD	\$ 52.793,96	\$ 54.219,40	\$ 55.683,32	\$ 57.186,77	\$ 58.730,81	\$ 60.316,55

Tabla 47 PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS

PROYECCIÓN DE OTROS GASTOS

CONCEPTO OTROS GASTOS	2014 BASE	2015	2016	2017	2018	2019
Material para oficina	240,00	246,48	253,13	259,97	266,99	274,20
Materia de aseo	960,00	985,92	1.012,54	1.039,88	1.067,96	1.096,79
Servicios Básicos	780,00	801,06	822,69	844,90	867,71	891,14
Arriendo	6.000,00	6.162,00	6.328,37	6.499,24	6.674,72	6.854,94
TOTAL OTROS GASTOS	7.980,00	8.195,46	8.416,74	8.643,99	8.877,38	9.117,07

Tabla 48 PROYECCIÓN OTROS GASTOS

PROYECCIÓN DE VENTAS

CONCEPTO	2014 BASE	2015	2016	2017	2018	2019
Material para oficina	240,00	246,48	253,13	259,97	266,99	274,20
Materia de aseo	960,00	985,92	1.012,54	1.039,88	1.067,96	1.096,79
Servicios Básicos	780,00	801,06	822,69	844,90	867,71	891,14
Transporte	2400,00	2.464,80	2.531,35	2.599,70	2.669,89	2.741,97
Arriendo	6000,00	6.162,00	6.328,37	6.499,24	6.674,72	6.854,94
Material P.O.P	9600,00	9.859,20	10.125,40	10.398,78	10.679,55	10.967,90
TOTAL	19.980,00	20.519,46	21.073,49	21.642,47	22.226,82	22.826,94

Tabla 49 PROYECCIÓN VENTAS

RESÚMEN PROYECCIONES

RESUMEN DE PROYECCIÓN	2014 BASE	2015	2016	2017	2018	2019
GASTOS ADMINISTRATIVOS	52.793,96	54.219,40	55.683,32	57.186,77	58.730,81	60.316,55
OTROS GASTOS	7.980,00	8.195,46	8.416,74	8.643,99	8.877,38	9.117,07
GASTOS DE VENTAS	19980,00	20.519,46	21.073,49	21.642,47	22.226,82	22.826,94
TOTAL PROYECCIÓN	80.753,96	82.934,32	85.173,54	87.473,23	89.835,01	92.260,55

Tabla 50 RESUMEN PROYECCIONES

5.05 TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

INSTITUCIÓN FINANCIERA

BANCO DEL PACIFICO

VALOR PRESTAMO 17.240,00

TASA 11.83% 1,15%

MES VENCIDO

PLAZO 24

MESES

VALOR CUOTA \$ 826,36

CUOTA	VALOR PRESENTE	INTERÉS	CAPITAL	VALOR CUOTA	SALDO
1	17.240,00	198,69	627,67	826,36	16.612,33
2	16.612,33	191,46	634,90	826,36	15.977,43
3	15.977,43	184,14	642,22	826,36	15.335,21
4	15.335,21	176,74	649,62	826,36	14.685,59
5	14.685,59	169,25	657,11	826,36	14.028,49
6	14.028,49	161,68	664,68	826,36	13.363,81
7	13.363,81	154,02	672,34	826,36	12.691,47

GESTION ECONÓMICA FINANCIERA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA ENFOCADA
AL SERVICIO DE FIESTAS INFANTILES EN EL SECTOR NORTE DE QUITO PARROQUIA SAN ANTONIO

8	12.691,47	146,27	680,09	826,36	12.011,38
9	12.011,38	138,43	687,93	826,36	11.323,45
10	11.323,45	130,50	695,86	826,36	10.627,59
11	10.627,59	122,48	703,88	826,36	9.923,72
12	9.923,72	114,37	711,99	826,36	9.211,73
13	9.211,73	106,17	720,19	826,36	8.491,54
14	8.491,54	97,86	728,49	826,36	7.763,05
15	7.763,05	89,47	736,89	826,36	7.026,16
16	7.026,16	80,98	745,38	826,36	6.280,78
17	6.280,78	72,39	753,97	826,36	5.526,80
18	5.526,80	63,70	762,66	826,36	4.764,14
19	4.764,14	54,91	771,45	826,36	3.992,69
20	3.992,69	46,02	780,34	826,36	3.212,35
21	3.212,35	37,02	789,34	826,36	2.423,01
22	2.423,01	27,93	798,43	826,36	1.624,58
23	1.624,58	18,72	807,63	826,36	816,94
24	816,94	9,42	816,94	826,36	0,00

Tabla 51 TABLA DE AMORTIZACIÓN

5.06 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

EL PLANETA DE LA DIVERSIÓN

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

AL 01 DE FEBRERO DEL 2014

<u>ACTIVOS</u>		<u>PASIVOS</u>	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
Bancos	10.000,00	Préstamo Bancario por Pagar	17.240,00
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	10.000,00	TOTAL PASIVO CORRIENTE	17.240,00
ACTIVO FIJO		TOTAL PASIVO	
Muebles de Oficina	1.510,00	<u>PATRIMONIO</u>	
Muebles y Enseres	6.480,00	Capital Suscrito	12.830,00
Equipos de Computación	3.900,00		
Maquinaria y Equipo	6.480,00		
Equipos de Oficina	200,00		
TOTAL ACTIVO FIJO	18.570,00	TOTAL PATRIMONIO	12.830,00
ACTIVO DIFERIDO			
Gasto Constitución	1.500,00		
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	1.500,00		
TOTAL ACTIVOS	30.070,00	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	30.070,00

LEONARDO M

VERONICA G

GERENTE

CONTADOR

5.07 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS

EL PLANETA D LA DIVERSIÓN

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

DEL 2015 AL 2019

DESCRIPCIÓN	2.015	2.016	2.017	2.018	2.019
VENTAS	252.831,04	256.623,50	260.472,86	264.379,95	268.345,65
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN	98.958,82	101.630,71	104.374,74	107.192,85	110.087,06
(-) COSTO DE VENTAS	-	-	-	-	-
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	62.414,86	64.100,06	65.830,76	67.608,19	69.433,61
(-) GASTOS DE VENTAS	20.519,46	21.073,49	21.642,47	22.226,82	22.826,94
(-) DEPRECIACIONES	2.938,00	2.938,00	2.938,00	1.638,00	1.638,00
(-) AMORTIZACIONES	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	67.699,90	66.581,25	65.386,89	65.414,09	64.060,04
(+/-) OTROS INGRESOS O GASTOS	-	-	-	-	-
(=) UTILIDAD ANTES DE PART. E IMP	67.699,90	66.581,25	65.386,89	65.414,09	64.060,04
(-) 15% DE PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	10.154,99	9.987,19	9.808,03	9.812,11	9.609,01
(=) UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO	57.544,92	56.594,07	55.578,86	55.601,98	54.451,03
(-) 22% DE IMP. RENTA	12.659,88	12.450,69	12.227,35	12.232,43	11.979,23
(=) UTILIDAD NETA	44.885,04	44.143,37	43.351,51	43.369,54	42.471,80

Tabla 52 ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADO

5.08 FLUJO DE CAJA

EL PLANETA DE LA DIVERSIÓN ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL DEL 2015 AL 2019

DESCRIPCIÓN	2014 (año base)	2.015	2.016	2.017	2.018	2.019
VENTAS		252.831,04	256.623,50	260.472,86	264.379,95	268.345,65
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN		98.958,82	101.630,71	104.374,74	107.192,85	110.087,06
(-) COSTO DE VENTAS		-	-	-	-	-
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS		62.414,86	64.100,06	65.830,76	67.608,19	69.433,61
(-) GASTOS DE VENTAS		20.519,46	21.073,49	21.642,47	22.226,82	22.826,94
(-) DEPRECIACIONES		2.938,00	2.938,00	2.938,00	1.638,00	1.638,00
(-) AMORTIZACIONES		300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		67.699,90	66.581,25	65.386,89	65.414,09	64.060,04
(+/-) OTROS INGRESOS O GASTOS		-	-	-	-	-
(=) UTILIDAD ANTES DE PART. E IMP		67.699,90	66.581,25	65.386,89	65.414,09	64.060,04
(-) 15% DE PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		10.154,99	9.987,19	9.808,03	9.812,11	9.609,01
(=) UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO		57.544,92	56.594,07	55.578,86	55.601,98	54.451,03
(-) 22% DE IMP. RENTA		12.659,88	12.450,69	12.227,35	12.232,43	11.979,23
(=) UTILIDAD NETA		44.885,04	44.143,37	43.351,51	43.369,54	42.471,80
(+) DEPRECIACIONES DE ACTIVOS		2.938,00	2.938,00	2.938,00	1.638,00	1.638,00
(+) AMORTIZACIÓN INTANGIBLE		300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
(-) AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA		11.804,33	10.620,87	-	-	-
(-) INVERSIÓN TOTAL-CAPITAL DE TRABAJO	52.612,38					
(-) CAPITAL DE TRABAJO	26.622,38					
DEUDA	17.240,00					
(=) FLUJO DE CAJA DEL PERIODO	(61.994,76)	36.318,71	36.760,51	46.589,51	45.307,54	44.409,80

Tabla 53 FUJO DE CAJA

5.09 EVALUACIÓN FINANCIERA

5.09.01 QUE ES LA EVALUACIÓN FINANCIERA?

Es aquella que permite determinar si el proyecto es viable y rentable en la base a determinados indicadores financieros.

Los indicadores financieros son:

- Valor Actual Neto VAN
- Tasa Interna de Retorno TIR
- Periodo de recuperación de la Inversión PRI
- Relación Costo Beneficio R C/B
- Punto de Equilibrio P/E

5.09.01.01 CÁLCULO DEL VAN

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. El VAN trae valores futuros al presente mediante la TMAR que es la tasa mínima aceptable de rendimiento y es el resultado de la sumatoria de la tasa pasiva más la tasa activa.

CÁLCULO DE LA TMAR	
TMAR	
TASA ACTIVA	11,83
TASA PASIVA	4,53
TMAR	16,36

Tabla 54 CÁLCULO TMAR

TASA	16,36%
INVERSIÓN:	(52.612,38)
AÑO 2015	\$ 36.318,71
2016	\$ 36.760,51
2017	\$ 46.589,51
2018	\$ 45.307,54
2019	\$ 44.409,80
VAN	\$ 69.487,57

Tabla 55 TASA INVERSIÓN

Análisis: Como se puede apreciar, los valores de los flujos futuros originados por la inversión de \$ 52.612,38; dando como resultado un valor presente de \$ 69.487,57. El indicador es aceptable.

5.09.01.02 CÁLCULO DE LA TIR

La tasa interna de retorno de una inversión o proyecto es la tasa efectiva anual compuesto de retorno o tasa de descuento que hace que el valor actual neto de todos los flujos de efectivo (tanto positivos como negativos) de una determinada inversión igual a cero.

TASA	16,36%
INVERSIÓN:	(52.612,38)
AÑO 2015	\$ 36.318,71
2016	\$ 36.760,51
2017	\$ 46.589,51
2018	\$ 45.307,54
2019	\$ 44.409,80
TIR	69,26%

Tabla 56 CALCULO TIR

Análisis: La tasa interna de retorno es de 69.26%, lo que determina que el proyecto es viable.

5.09.01.03 CÁLCULO DEL PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Como su nombre lo indica, determina el tiempo (años, meses y días) en el cual el inversionista recuperará el valor invertido.

Para su cálculo será necesario actualizar los flujos

CALCULO DEL PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSIÓN

AÑOS	FLUJOS DE CAJA	FACTOR DE ACTUALIZACION	FLUJOS ACTUALIZADOS	FLUJOS ACUMULADOS
2015	36.318,71	0,871536	31.653,05	31.653,05
2016	36.760,51	0,759574	27.922,34	
2017	46.589,51	0,661996	30.842,08	
2018	45.307,54	0,576953	26.140,33	
2019	44.409,80	0,502835	22.330,82	

Tabla 57 CALCULO RECUPERACION DE LA INVERSIÓN

Análisis: Se puede apreciar que el periodo de recuperación de la inversión es óptimo.

31.807,58 12

25.125,73 X

9,48 14,4

La inversión se recupera en un año, nueve meses catorce días

5.09.01.04 RELACIÓN COSTO BENEFICIO

Es el cociente de dividir el valor actualizado de los beneficios del proyecto (ingresos) entre el valor actualizado de los costos (egresos) a una tasa de actualización igual a la tasa de rendimiento mínima aceptable a menudo también conocida como tasa de actualización o tasa de evaluación.

RELACION COSTO BENEFICIO	
<u>SUMA FLUJO ACTUALIZADOS</u>	
INVERSIONES	
RELACION COSTO BENEFICIO	FLUJOS ACTUALIZADOS
2015	31.653,05
2016	27.922,34
2017	30.842,08
2018	26.140,33
2019	22.330,82
	138.888,61
RELACION COSTO BENEFICIO:	138.888,61
	64.924,01
RELACION COSTO BENEFICIO:	2,14

Tabla 58 RELACIÓN COSTO BENEFICIO

Análisis: El indicador es muy bueno ya que podemos observar que por cada dólar que el gestor invierte en la elaboración de cada uno de los productos, obtiene \$ 2,14 de ganancia.

5.09.01.05 PUNTO DE EQUILIBRIO

Un punto de equilibrio es usado comúnmente en las empresas u organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender determinado producto.

CUADRO DE COSTOS

CONCEPTO	2015	2016	2017	2018	2019
COSTOS FIJOS	\$ 74.738,86	\$ 76.756,81	\$ 78.829,24	\$ 80.957,63	\$ 83.143,49
COSTOS VARIABLES	\$ 98.958,82	\$ 101.630,71	\$ 104.374,74	\$ 107.192,85	\$ 110.087,06
VENTAS	\$ 252.831,04	\$ 256.623,50	\$ 256.906,32	\$ 274.889,76	\$ 294.132,05
PUNTO DE EQUILIBRIO	122.805,16	127.087,20	260.472,86	264.379,95	268.345,65

Tabla 59 PUNTO DE EQUILIBRIO

ESTADO DE RESULTADOS	
VENTAS	1.335.382,68
Costo variable	522.244,18
Margen de Contribución	813.138,50
Costo Fijo	394.426,02
Utilidad / Pérdida	418.712,48

Tabla 60 ESTADO DE RESULTADOS

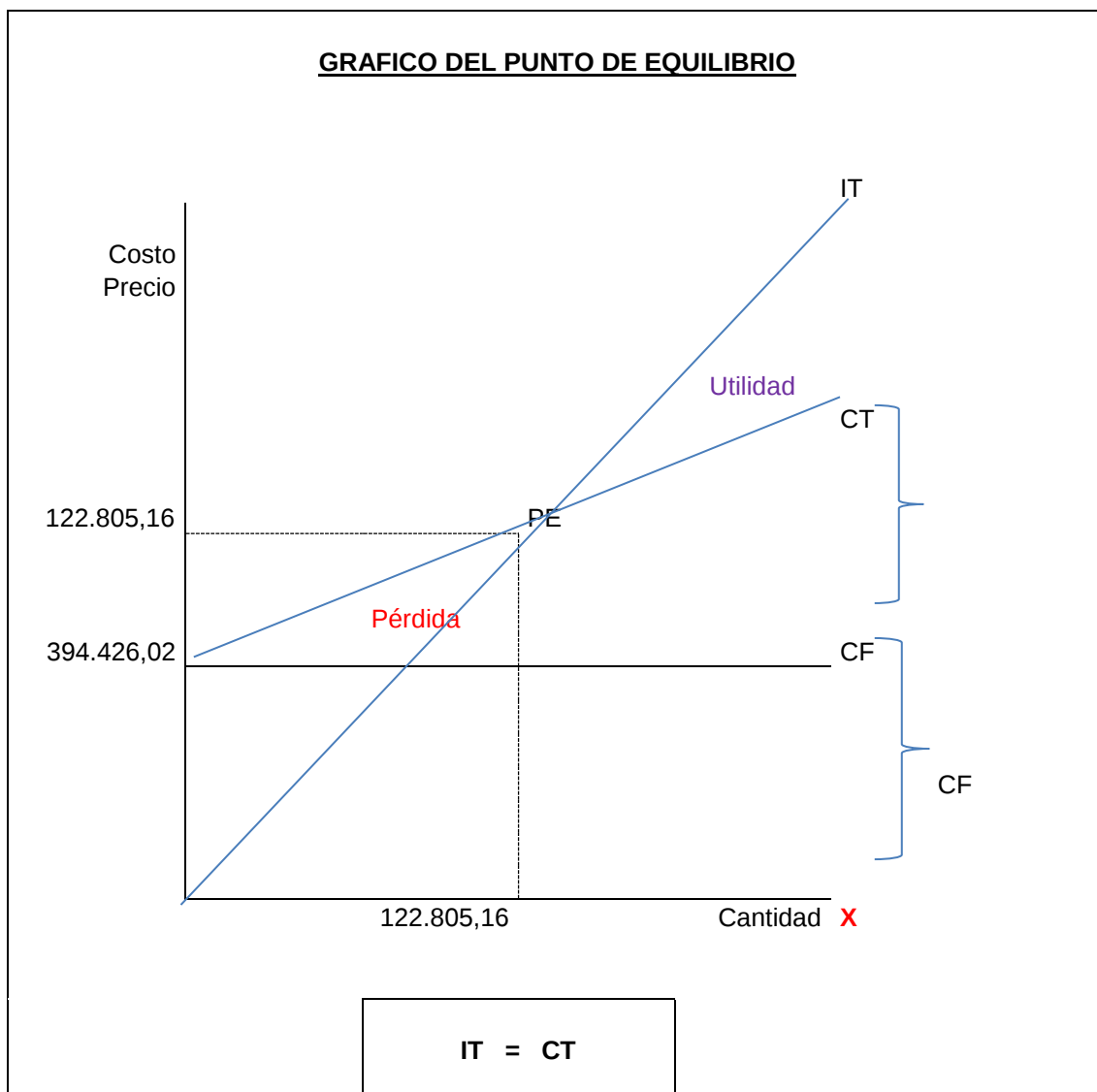


Ilustración 23 PUNTO DE EQUILIBRIO

5.09.01.06 ANÁLISIS DE INDICES FINANCIEROS

Con el análisis financiero se evalúa la realidad de la situación y comportamiento de una entidad, más allá de la netamente contable y de las leyes financieras, esto tiene carácter relativo, pues no existen dos empresas iguales ni en actividades, ni en tamaño, cada una tiene características que la distinguen y lo positivo en unas puede ser perjudicial para otras. Por lo que el uso de la información contable para fines de control y planificación es un procedimiento sumamente necesario para los ejecutivos. Esta información por lo general muestra los puntos fuertes y débiles deber ser reconocidos para adoptar acciones correctivas y los fuertes deber ser atendidos para utilizarlos como fuerzas facilitadoras.

Los indicadores financieros que se analizaran son los siguientes:

- ✓ **CAPITAL DE TRABAJO:** El capital de trabajo tiene relación directa con la capacidad de la empresa de genera flujo de caja. El flujo de caja o efectivo, que la empresa genere será el que se encargue de mantener o de incrementar el capital de trabajo.

CAPITAL DE TRABAJO		
activo corriente-pasivo corriente		
22506,38	-	17.240,00
5.266,38		

Tabla 61CAPITAL DE TRABAJO

Análisis: Podemos observar que se necesita \$ 5.266.38 como activo corriente de la empresa para poder operar, los cuales cubrirán las necesidades de insumos, materia prima, mano de obra; estos recurso deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa a tiempo.

- ✓ **RAZÓN CORRIENTE:** La razón corriente es uno de los indicadores financieros que nos permite determinar el índice de liquidez de una empresa.

La razón corriente indica la capacidad que tiene la empresa para cumplir con sus obligaciones financieras, deudas o pasivos a corto plazo.

RAZON CORRIENTE		
ACT. CORRIENTE/PASIV. CORRIENTE		
10.000,00	/	17.240,00
0,58	2015	

Tabla 62 RAZÓN CORRIENTE

Análisis: Visualizamos que tenemos 0.58 de capacidad para cumplir con las obligaciones financieras que tendrá la empresa a corto plazo.

- ✓ **INDICE DE ENDEUDAMIENTO:** Es un referente financiero cuyo objetivo es evaluar el grado y la modalidad de participación de los acreedores de una empresa en su provisión pecuniaria. Se trata de precisar los riesgos en los cuales incurren tales acreedores y los dueños de la empresa así como la conveniencia o la inconveniencia de cierto nivel deudor.

INDICE DE ENDEUDAMIENTO		
DEUDA TOTAL	=	PASIVO TOTAL/ACTIVO TOTAL
DEUDA TOTAL	=	$\frac{17.240,00}{30.070,00} \times 100\%$
DEUDA TOTAL	=	57%

Tabla 63 INDICE DE ENDEUDAMIENTO

Análisis: Podemos observar que la participación de los acreedores para el año 2015 es de 57% sobre el total de los activos de la empresa, lo cual no es un nivel no aceptable.

CAPITULO VI

6. ANÁLISIS DE IMPACTO

6.01 IMPACTO AMBIENTAL

Mediante el presente proyecto se determina el estudio y análisis de factores internos y externos que contribuyan al cumplimiento de políticas de seguridad, salud y medio ambiente; reduciendo el impacto negativo en la sociedad en general y la contaminación del medio ambiente.

6.02 IMPACTO ECONÓMICO

La inversión, se traduce eventualmente en una demanda de bienes, en el área de servicios genera una actividad económica que beneficia el conjunto de todos los agentes económicos, lo que se considera como un impacto positivo para la economía del país fortaleciendo el sector de las pymes en el Ecuador.

6.03 IMPACTO PRODUCTIVO

La ejecución del presente proyecto tiene como objetivo satisfacer las necesidades de la población de la parroquia de San Antonio de Pichincha con la prestación de nuestros servicios que se enfoca a la organización de fiestas infantiles con el objetivo de brindar una idea innovadora y recreativa para los niños.

6.04 IMPACTO SOCIAL

El aspecto que interviene en este proyecto es generar fuentes de trabajo para el desarrollo de la parroquia y de sus alrededores al igual que el cumplimiento de todas las normas y políticas que estén vigentes, que son los parámetros legales que se sustentara este proyecto.

CAPITULO VII

7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 CONCLUSIONES

- ✓ Se desarrolló un estudio de mercado a través del cual se pudo identificar las necesidades que existían en el sector gracias a ello se tomó la decisión de la implementación de esta empresa como una oportunidad de emprender este tipo de negocios bajo normas y parámetros técnicos.

- ✓ Encontramos las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas con el objetivo de visualizar mejores alternativas de cambio, y la creación de nuevos planes contingentes con el objetivo de cumplir cualquier debilidad en fortaleza.

7.2 RECOMENDACIONES

- ✓ Aplicar estrategias de marketing, con la finalidad de captar el mercado determinado en el tamaño del proyecto, en base a las necesidades que tenga el sector en este tipo de servicios.

- ✓ Llevar un control de costos como herramienta de gestión administrativa, el cual permita una óptima planificación económica del presente proyecto, lo que garantiza los costos de operación y una estabilidad económica.

Bibliografía

- A, Z. V. (2004). *MARCO TEORICO*. Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/macm/mateos_z_mm/capitulo2.pdf
- ALBER, E. (4 de 7 de 2008). *PROCESO*. Recuperado el 1 de 6 de 2013, de www.wordreference.com/definicion/proces
- ARAUJO, M. (2013). *quees.info*. Obtenido de <http://www.quees.info/que-es-una-empresa.html>
- Baca, G. (2010). *Evaluacion de Proyectos*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana.
- Barreto, C. (21 de junio de 2010). *Finanzas Internacionales*. Obtenido de <http://cristiancamilobarreto.blogspot.com/2010/06/indicadores-de-endeudamiento.html>
- Bermeo, A. (22 de 10 de 2013). *Auditores Contadores y Consultores Financeires*. Obtenido de <http://www.auditoresycontadores.com/index.php/articulos/contabilidad/impuestos/63-ique-es-un-bien-y-que-es-un-servicio>
- BERRY, L. B. (1989). *CONSULTAS MARCO TEORICO*. Obtenido de [atarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/macm/mateos_z_mm/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/macm/mateos_z_mm/capitulo2.pdf)
- By Oriol Amat, P. S. (2011). *Contabilidad y gestion de costos*. Barcelona: I..S.L Barcelona.
- CIPRIANO, C. (2003). *Fiestas infantiles divertidas con juegos y meriendas*. Madrid: CEAC S.A.
- CONTLA, F. (s.f.). *HISTORIA DE LA PASTERIA*. Obtenido de <http://es.scribd.com/doc/59985599/Historia-de-La-Pasteleria>
- Cuellas. (MARZO de 2011). *COSTOS*.
- DE GREGORIO, J. (2007). *MACROECONOMIA TEORIA Y POLITICAS*. MEXICO: PEARSON PRENTICE HALL.
- econ.uba. (04 de 02 de 2013). *Admistracion de capital de trabjo*. Obtenido de www.econ.uba.ar/www/seminario/g218/Capital_Trabajo.doc
- ECUADOR, B. C. (2013). *BANCO CENTRAL DEL ECUADOR*. Obtenido de <http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>
- ELIZABETH, Q. P. (24 de febrero de 2012). <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/1431>. Recuperado el 1 de JUNIO de 2013, de <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/1431>

- Emilia.M. (2013). *administracion y finanzas*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos12/cntbtres/cntbtres.shtml>
- EMPRENDEDORES. (2014). Obtenido de <http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/>
- GARCIA, M. (2010). *ESCUELA POLITECNICA DEL EJERCITO*. Obtenido de [epositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1125/1/T-ESPE-021547.pdf](http://positorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1125/1/T-ESPE-021547.pdf)
- gcuellar. (12 de 6 de 2010). *Gerencia. com*. Obtenido de <http://fccea.unicauca.edu.co/old/fcf/fcfse31.html>
- ILPES. (2006). *Guia para la presentacion del proyecto*. siglo veintiuno editores.
- INEC, (. N. (27 de 12 de 2013). *www.inec.gob.ec*. Obtenido de www.inec.gob.ec: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/empleo-encuesta-nacional-de-empleo-desempleo-y-subempleo-enemdu/>
- I.leopoldo. (4 de 3 de 2014). *depreciaciones.net*. Obtenido de <http://www.depreciacion.net/activos-fijos.html>
- L.Paez. (13 de 06 de 2010). Obtenido de www.gerencie.com › Contabilidad
- LEON, E. S. (s.f.). *Secretaria Nacional de Comunicacion*. Obtenido de <http://www.comunicacion.gob.ec/ecuador-transforma-su-matriz-productiva-para-lograr-mayor-competitividad-video/>
- LEON, S. (2013). *SECRETARIA NACIONAL DE COMUNICACION*. Obtenido de <http://www.comunicacion.gob.ec>
- Loaiza, J. I. (25 de 6 de 2012). Obtenido de [ww.slideshare.net/lori6802/costos-directos-indirectos](http://www.slideshare.net/lori6802/costos-directos-indirectos)
- MONTENEGRO, E. N. (9 de 11 de 2013). *FUNDAPYMES*. Obtenido de <http://www.fundapymes.com/blog/cual-es-la-diferencia-entre-un-gasto-administrativo-y-un-gasto-financiero/#.UxysfYW247w>
- OLIVA, A. D. (2009). *Cursos de formacion avanzada*. Recuperado el 11 de agosto de 2013, de <http://www.academiaverdeoliva.com/PDF/AVANZADOPASTELERIA2.pdf>
- Pacheco, L. A. (2 de FEBRERO de 2010). Recuperado el DOMINGO de AGOSTO de 2013, de <http://www.dspace.espol.edu.ec>
- Pasquel, J. (7 de 7 de 2012). *slideshare*. Obtenido de <http://www.slideshare.net/JimenaPaspuel/exposicion-inversion-fija>
- Samaniego, I. J. (2010).

- SANTIAGO, L. (2013). *SECRETARIA NACIONAL DE COMUNICACION*. Obtenido de <http://www.comunicacion.gob.ec>
- Santos, J. C. (4 de agosto de 2011). *Finanzas Profesionales*. Obtenido de <http://finanzasprofesionales.blogspot.com/2011/08/que-es-roe.html>
- SENPLADES. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Obtenido de <http://www.slideshare.net/radioencantada/plan-nacional-para-el-buen-vivir-2013-2017>
- SENPLADES. (2013). *PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR*. Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/plan-nacional-para-el-buen-vivir-2009-2013/>
- SENPLADES. (2013). *SECRETARIA NACIONAL DE COMUNICACION*. Obtenido de <http://www.comunicacion.gob.ec>
- Soriano, R. R. (2010). *Guías para realizar investigaciones sociales*. plaza y valdes.
- TAMAYO, A. (2010). *EL PARISIEN*. Obtenido de <http://www.elparisien.com/>
- TAMAYO, A. (2010). *EL PARISIEN*. Obtenido de <http://www.elparisien.com/>
- TAMAYO, A. (s.f.). *EL PARISIEN*. Obtenido de <http://www.elparisien.com/>
- VARGAS, H. M. (2 de 10 de 2013). *LA INTERNACIONALIZACION DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007c/334/analisis%20de%20la%20oferta.htm>
- WIKIPEDIA. (01 de 06 de 2013). *WIKIPEDIA*. Obtenido de http://es.wikipedia.org/wiki/Coste_indirecto

ANEXOS