

Universidad Autónoma Gabriel René Moreno

Facultad de Ciencias Contables, Auditoría,

Sistema de Control de Gestión y Finanzas

Carrera: Contaduría Pública



Proyecto: «Animación Infantil Mini Aventuras»

Docente: Lic.Rosa Lía Arandia Orellana

Integrantes:

Ruby Salazar Barba – 225025582

Arianne Zelaya Estrada – 225045915

Eliane Choquevilca Soto – 225056364

Alex Sander Yampara Quispe – 225045435

Manfred Calisaya Mosquera – 225119757

Santa Cruz – Bolivia

19 de junio de 2026

2. DEDICATORIA

Dedicamos el presente proyecto a nuestras familias por el apoyo constante que nos brindan en nuestra formación académica y personal. Gracias a su confianza, motivación y esfuerzo compartido, hemos podido avanzar en nuestros estudios universitarios y desarrollar nuevas ideas de emprendimiento.

Asimismo, dedicamos este trabajo a nuestros docentes, quienes mediante sus conocimientos y orientación contribuyen a nuestro crecimiento profesional y al fortalecimiento de nuestras capacidades emprendedoras.

Finalmente, dedicamos este proyecto a todas aquellas personas que creen en la importancia del emprendimiento como una herramienta para generar oportunidades, crear valor y aportar al desarrollo de la sociedad.

3. AGRADECIMIENTO

Expresamos nuestro sincero agradecimiento a la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno por brindarnos la oportunidad de formarnos profesionalmente y desarrollar competencias que fortalecen nuestro crecimiento académico.

También agradecemos a nuestras familias por el respaldo incondicional, la confianza y el incentivo constante para alcanzar nuestras metas.

Finalmente, agradecemos a todos los integrantes del equipo por su compromiso, responsabilidad y colaboración en la elaboración de este emprendimiento.

4. RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como finalidad desarrollar un plan de fortalecimiento y expansión para el emprendimiento denominado «Mini Aventuras», una propuesta de servicio orientada al entretenimiento y animación infantil en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra.

Mini Aventuras surge como una iniciativa emprendedora enfocada en brindar experiencias recreativas para niños de 3 a 12 años mediante actividades dinámicas, juegos recreativos, concursos, cantajuegos, pintacaritas, globomanía, sketch cómico y ambientación musical. El servicio está dirigido principalmente a cumpleaños infantiles, fiestas para niños, horas locas y eventos recreativos familiares.

El emprendimiento busca satisfacer la necesidad de los padres de familia de contar con una alternativa segura, divertida y creativa para el entretenimiento de sus hijos, promoviendo paralelamente valores como el respeto, la solidaridad, el compañerismo, la armonía y el trabajo en equipo. Entre las principales fortalezas destacan la atención personalizada, la creatividad de las actividades, los precios accesibles y la capacidad de adaptación a diferentes temáticas infantiles.

El proyecto incorpora estrategias de fortalecimiento organizacional, comercial, financiero y tecnológico que permitirán consolidar la marca, mejorar la calidad de los servicios y ampliar gradualmente la cartera de clientes. Desde el punto de vista económico, Mini Aventuras presenta una inversión inicial moderada y un potencial de rentabilidad favorable, permitiendo generar oportunidades de crecimiento continuo mediante la reinversión sistemática de utilidades.

En conclusión, el emprendimiento representa una propuesta viable, escalable y sostenible, con amplio potencial para posicionarse como una alternativa altamente competitiva dentro del mercado de entretenimiento infantil de Santa Cruz de la Sierra.

5.ÍNDICE

2. DEDICATORIA	2
3. AGRADECIMIENTO	3
4. RESUMEN EJECUTIVO	4
6. INTRODUCCIÓN	7
7. FORTALECIMIENTO Y EXPANSIÓN DEL EMPRENDIMIENTO.....	8
7.1 DIAGNÓSTICO ACTUAL DEL EMPRENDIMIENTO	8
7.1.1 Descripción Actual del Negocio	8
7.1.2 Evolución del Emprendimiento	9
7.1.3 Situación Actual del Mercado.....	10
7.2 ANÁLISIS ESTRATÉGICO	11
7.2.1 Análisis FODA.....	11
7.2.2 Ventaja Competitiva	12
7.2.3 Diagnóstico de Áreas Críticas.....	12
7.3 PLAN DE FORTALECIMIENTO	12
7.3.1 Mejoramiento de Productos o Servicios	12
7.3.2 Fortalecimiento Operativo	13
7.3.3 Fortalecimiento Financiero	13
7.3.4 Fortalecimiento Organizacional.....	17
7.4 TRANSFORMACIÓN DIGITAL	17
7.4.1 Digitalización del Negocio	17
7.4.2 Innovación Tecnológica.....	18
7.5 PLAN DE EXPANSIÓN	18
7.5.1 Estrategias de Crecimiento	18
7.5.2 Nuevos Segmentos de Mercado.....	19
7.5.3 Expansión Nacional e Internacional	19
7.6 PLAN DE MARKETING ESTRATÉGICO	19
7.6.1 Posicionamiento de Marca.....	19
7.6.2 Estrategias Promocionales	19
7.6.3 Estrategias de Ventas	20
7.7 INDICADORES DE CRECIMIENTO.....	20
7.7.1 Indicadores Comerciales.....	20

7.7.2 Indicadores Financieros	20
7.7.3 Indicadores Digitales	20
7.8 SOSTENIBILIDAD E IMPACTO DEL EMPRENDIMIENTO	21
7.8.1 Impacto Económico	21
7.8.2 Impacto Social	21
7.8.3 Impacto Ambiental.....	22
7.8.4 Innovación y Desarrollo.....	22
7.9 GESTIÓN DE RIESGOS	22
7.10 PROYECCIÓN FUTURA DEL EMPRENDIMIENTO	23
8. CONCLUSIONES	24
9. RECOMENDACIONES.....	25
10. BIBLIOGRAFÍA	26
11. ANEXOS	27

6. INTRODUCCIÓN

El emprendimiento constituye una herramienta fundamental para la generación de oportunidades económicas y sociales dentro de la sociedad actual. En un entorno cada vez más competitivo, las organizaciones deben desarrollar estrategias que les permitan diferenciarse, crecer y adaptarse a las necesidades de los consumidores.

Mini Aventuras nace como una propuesta de animación infantil orientada a brindar servicios recreativos para niños de 3 a 12 años de edad en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra. A través de actividades dinámicas, juegos, concursos, música y pintacaritas, el emprendimiento busca ofrecer experiencias memorables que contribuyan al entretenimiento sano y seguro de los niños.

Aunque actualmente se trata de un proyecto universitario en etapa inicial, presenta amplias oportunidades de crecimiento debido al incremento de celebraciones infantiles y a la demanda de servicios especializados en entretenimiento. La importancia del fortalecimiento empresarial radica en asentar unas bases sólidas que faciliten la transición de un proyecto formativo a una empresa funcional.

Por ello, el presente trabajo desarrolla un plan de fortalecimiento y expansión empresarial orientado a identificar oportunidades de mejora, optimizar recursos operativos y proyectar el desarrollo futuro de Mini Aventuras dentro de su mercado objetivo.

7. FORTALECIMIENTO Y EXPANSIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

7.1 DIAGNÓSTICO ACTUAL DEL EMPRENDIMIENTO

7.1.1 Descripción Actual del Negocio

Mini Aventuras es un emprendimiento de servicios dedicado a la animación y entretenimiento infantil. Su actividad principal consiste en la organización y desarrollo de actividades recreativas para niños de 3 a 12 años de edad durante cumpleaños, fiestas infantiles, horas locas y otros eventos recreativos.

El servicio se caracteriza por brindar experiencias dinámicas y participativas mediante juegos recreativos, cantajuegos, concursos, pintacaritas, globomanía, sketch cómico, competencias por equipos y ambientación musical. Todas las actividades son desarrolladas por un equipo de trabajo conformado por animadores, pintacaritas y un operador de sonido (DJ), quienes trabajan de manera coordinada para garantizar la diversión y satisfacción de los asistentes.

El emprendimiento está conformado por cinco integrantes que cumplen funciones específicas dentro de la organización (Gerente General, Animador de Apoyo, Pintacaritas y DJ). Debido a que el negocio se encuentra en una etapa inicial, los integrantes asumen funciones complementarias y operativas según las necesidades de cada evento.

Misión

Brindar servicios de animación infantil de calidad mediante actividades recreativas, dinámicas, creativas y seguras que permitan generar experiencias memorables para los niños y satisfacción para sus familias, promoviendo valores como el respeto, la solidaridad, la convivencia y el trabajo en equipo.

Visión

Ser una empresa reconocida en la ciudad de Santa Cruz por ofrecer servicios innovadores de animación infantil, destacándose por la creatividad, la calidad, la confianza y la capacidad de generar experiencias inolvidables para los niños y sus familias, logrando una expansión progresiva dentro del sector de entretenimiento infantil.

Valores Empresariales

- Diversión.
- Alegría.
- Creatividad.
- Respeto.
- Responsabilidad.
- Puntualidad.
- Solidaridad.
- Compañerismo.
- Trabajo en equipo.
- Honestidad.
- Compromiso con el cliente.

7.1.2 Evolución del Emprendimiento

Mini Aventuras surge como una iniciativa emprendedora desarrollada por estudiantes universitarios interesados en crear una propuesta innovadora dentro del sector de entretenimiento infantil. La idea nace a partir de la identificación de una necesidad existente en el mercado local: la búsqueda de actividades recreativas seguras, dinámicas y creativas para celebraciones familiares y eventos especiales.

Durante la etapa de planificación se definieron los servicios principales, la estructura organizacional, los paquetes de atención, las estrategias de promoción y los mecanismos de

operación. Entre los principales aprendizajes obtenidos destacan la importancia de la planificación financiera estructurada, el valor del trabajo coordinado en equipo y la eficacia del uso de herramientas digitales para validar la propuesta comercial en el mercado.

7.1.3 Situación Actual del Mercado

El mercado de entretenimiento infantil presenta oportunidades favorables de crecimiento debido a la constante realización de cumpleaños, fiestas infantiles y eventos familiares en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra. Actualmente, los padres de familia buscan alternativas que permitan brindar a sus hijos experiencias recreativas interactivas, espectáculos temáticos y juegos grupales que fomenten la participación activa.

Las oportunidades de crecimiento identificadas incluyen el incremento de la demanda, el aprovechamiento estratégico de las redes sociales, la posibilidad de establecer alianzas con salones de eventos e instituciones educativas, y la posterior incorporación de servicios conexos como decoración integral.

7.2 ANÁLISIS ESTRATÉGICO

7.2.1 Análisis FODA

FORTALEZAS (Interno)	DEBILIDADES (Interno)
• Creatividad en las actividades y dinámicas recreativas. • Atención personalizada y adaptabilidad a cada cliente. • Precios accesibles y altamente competitivos. • Variedad de juegos, concursos y actividades infantiles. • Capacidad de adaptación a diferentes temáticas. • Equipo comprometido, cohesionado y organizado.	• Escasa experiencia en el mercado por tratarse de un emprendimiento nuevo. • Presupuesto limitado para publicidad y promoción inicial. • Limitada disponibilidad de equipos y materiales propios. • Poco reconocimiento de marca en esta etapa inicial. • Dependencia exclusiva de la contratación de eventos. • Recursos financieros limitados para una expansión inmediata.
OPORTUNIDADES (Externo)	AMENAZAS (Externo)
• Crecimiento constante del mercado de entretenimiento infantil local. • Uso de redes sociales como medio de promoción económico y efectivo. • Establecimiento de alianzas con colegios y salones de eventos. • Incremento de la demanda de servicios recreativos. • Mayor interés de los padres por actividades seguras y formativas. • Inclusión futura de nuevos servicios complementarios (decoración).	• Competencia con empresas de mayor experiencia y trayectoria. • Incremento en los costos de materiales y servicios de transporte. • Posibles cambios en la situación económica de las familias locales. • Condiciones climáticas adversas que afecten eventos al aire libre. • Aparición rápida de nuevos competidores informales. • Variaciones en la demanda dependiendo de la temporada escolar.

7.2.2 Ventaja Competitiva

La ventaja competitiva de Mini Aventuras reside en la combinación integral de creatividad, atención personalizada, interacción constante y accesibilidad económica. A diferencia de competidores genéricos, el servicio se adapta a las características y necesidades específicas de cada celebración, asegurando una experiencia dinámica y participativa, avalada por valores organizacionales claros como la responsabilidad, el respeto y la puntualidad.

7.2.3 Diagnóstico de Áreas Críticas

Área Comercial: Se requiere mayor difusión en redes sociales, desarrollo de estrategias de fidelización e implementación de promociones.

Área Financiera: Es perentorio un registro formal de ingresos/egresos, la planificación de presupuestos y la creación de un fondo de reinversión sistemático.

Área Operativa: Precisa estandarización de las actividades, capacitación continua del personal en dinámicas infantiles y planes de contingencia documentados.

Área Tecnológica: Hay oportunidad de optimizar el uso de WhatsApp Business, creación de contenido audiovisual propio y la automatización de reservas.

Área Organizacional: Se debe fortalecer la definición de roles y mejorar los canales de comunicación interna.

7.3 PLAN DE FORTALECIMIENTO

7.3.1 Mejoramiento de Productos o Servicios

El plan se centra en elevar la calidad mediante la diversificación de las dinámicas de juego adaptadas a diferentes rangos de edad. Se implementarán nuevos diseños de pintacaritas, se

introducirán temáticas personalizadas y se ampliará progresivamente el servicio con opciones adicionales (como globos con formas avanzadas y ambientaciones interactivas puntuales), garantizando la innovación constante.

7.3.2 Fortalecimiento Operativo

El núcleo del servicio depende de su ejecución. Se estructurarán protocolos pre-evento mediante listas de verificación para materiales y equipos. Se establecerán rutinas de mantenimiento preventivo para el vestuario y el equipo de sonido. Además, se promoverá la capacitación del personal para minimizar imprevistos y garantizar la máxima eficiencia durante el desarrollo de cada presentación.

7.3.3 Fortalecimiento Financiero

Para garantizar la sostenibilidad, se integra el modelo económico del emprendimiento con un firme control de costos y una política de reinversión. A continuación, se desglosa la estructura económica de la organización:

A. Inversión Inicial Estimada

Material o Equipo	Cantidad	Costo Aproximado (Bs)
Kit de Pintacaritas	2	300
Vestuarios temáticos	2	800
Pelucas y accesorios	Varios	250
Luces LED	2	300
Materiales para juegos	Varios	300
Globos y decoración básica	Inicial	200

Mesa plegable y mantel	1	250
Publicidad digital inicial	–	200
Transporte inicial	–	300
Parlante y micrófono	Disponibles (aporte del equipo)	0
Total estimado de inversión	Bs 2.900	

Nota: *El parlante y el micrófono ya se encuentran disponibles, aportados por el equipo, por lo que no representan un desembolso adicional. El total de Bs 2.900 corresponde únicamente a los ítems con costo efectivo.*

B. Costos Operativos Promedio por Evento

Concepto	Costo Aproximado (Bs)
Transporte	30
Globos y materiales de apoyo	20
Pintura para pintacaritas	15
Agua y refrigerio para el equipo	15
Internet y comunicación	5
Mantenimiento de equipos y vestuario	15
Total Costo Operativo por Evento	Bs 100

C. Estructura de Paquetes de Servicios

Paquete	Precio (Bs)	Duración	Servicios Incluidos
Promoción	400	3 horas	1 Animador, 1 Pintacaritas, DJ, cantajuegos, juegos didácticos, sketch cómico, competencias por equipos, mini hora loca, globomanía, sonido y micrófonos.
Aventura	500	3 a 4 horas	Animador principal, Pintacaritas, DJ, juegos recreativos, juegos competitivos, cantajuegos, sketch cómico, mini hora loca, globomanía.
Premium	700	3 a 4 horas	Dos animadores, dos pintacaritas, DJ, juegos didácticos, competencias grupales, cantajuegos, mini hora loca, globomanía, explosión de confeti, sonido ampliado.

D. Política de Distribución de Utilidades y Rentabilidad

Al estar en una fase introductoria, no se fijan salarios estáticos. Los ingresos netos por evento se distribuyen directamente entre el personal participante, previa deducción de los costos operativos y de un porcentaje obligatorio asignado a un Fondo de Reinversión (destinado a reposición de materiales, pauta digital y mantenimiento).

Tabla 1. Rentabilidad por tipo de paquete

Paquete	Precio de Venta (Bs)	Costo Operativo Aprox. (Bs)	Utilidad Bruta (Bs)
Promoción	400	100	300
Aventura	500	100	400
Premium	700	120	580

E. Proyección Financiera

Para estimar el flujo, se calculan tres escenarios tomando como base el paquete intermedio «Aventura» (Precio Bs 500, Costo Bs 100):

- **Escenario Inicial (4 eventos/mes):** Ingresos Bs 2.000 – Costos Bs 400 = Utilidad mensual Bs 1.600.
- **Escenario de Crecimiento (8 eventos/mes):** Ingresos Bs 4.000 – Costos Bs 800 = Utilidad mensual Bs 3.200.
- **Escenario de Consolidación (15 eventos/mes):** Ingresos Bs 7.500 – Costos Bs 1.500 = Utilidad mensual Bs 6.000.

Tabla 2. Proyección Financiera Anual

Escenario Operativo	Utilidad Mensual Aproximada (Bs)	Utilidad Anual Aproximada (Bs)
Inicial (4 eventos/mes)	1.600	19.200
Crecimiento (8 eventos/mes)	3.200	38.400
Consolidación (15 eventos/mes)	6.000	72.000

7.3.4 Fortalecimiento Organizacional

Se promoverá una estructura interna coordinada con definición precisa de las responsabilidades. La estrategia abarca reuniones de planificación periódicas, creación de protocolos de evaluación de servicio al término de cada evento y fomento del liderazgo y compañerismo como pilares de la cultura organizacional de Mini Aventuras.

7.4 TRANSFORMACIÓN DIGITAL

7.4.1 Digitalización del Negocio

La digitalización representa una oportunidad central para la reducción de costos publicitarios y el incremento rápido del alcance. La estrategia digital se basará en el uso coordinado de plataformas orientadas al marketing de contenidos (transmitiendo alegría, diversión y experiencia) y canales de servicio directo.

Tabla 3. Herramientas Digitales de Mini Aventuras

Herramienta	Utilización Estratégica
WhatsApp Business	Atención profesional al cliente, envío de catálogos, cotizaciones y reservas inmediatas.
Facebook	Publicación de promociones, cobertura de eventos realizados y consolidación de comunidad.
TikTok	Difusión de videos cortos promocionales y contenido creativo/viral.
Canva	Diseño ágil de publicidad digital, portafolios y material promocional.
CapCut	Edición profesional de videos de eventos para redes sociales.

ChatGPT	Generación estructurada de ideas, guiones para redes y textos publicitarios.
Google Forms	Recepción de datos de reservas y encuestas estructuradas de satisfacción post-evento.
Google Drive	Almacenamiento seguro y en la nube de documentos operativos, fotografías y contratos.

7.4.2 Innovación Tecnológica

Se incorporará el uso de inteligencia artificial para la generación de contenido y análisis de métricas, plataformas de diseño para materiales visuales y herramientas de gestión documental en la nube. El análisis de datos provenientes de encuestas post-evento permitirá mejorar continuamente la propuesta de valor y la experiencia del cliente.

7.5 PLAN DE EXPANSIÓN

7.5.1 Estrategias de Crecimiento

Mini Aventuras buscará escalar sus operaciones de manera metódica, asegurando la calidad del servicio en cada etapa:

- Corto Plazo (1 año): Posicionar la marca en Santa Cruz de la Sierra y afianzar la cartera inicial (4 a 8 eventos mensuales).
- Mediano Plazo (3 años): Adquisición de nuevos equipos de sonido, incremento de variedad de servicios (incorporar decoración básica), y establecer alianzas institucionales, alcanzando de 10 a 15 eventos mensuales.
- Largo Plazo (5 años): Obtener un local o almacén operativo, formalizar un modelo empresarial sólido con equipo extendido y proyectar la posibilidad de expandirse a municipios aledaños.

7.5.2 Nuevos Segmentos de Mercado

Se identifican como nuevos clientes potenciales: instituciones educativas (guarderías, jardines de infantes), organizadores de eventos corporativos con familias, y centros recreativos. Los nichos potenciales incluyen eventos temáticos especializados, celebraciones comunitarias y actividades de recreación social en barrios. Los mercados emergentes contemplan municipios del área metropolitana de Santa Cruz.

7.5.3 Expansión Nacional e Internacional

En el ámbito nacional, Mini Aventuras proyecta su expansión hacia otras ciudades de Bolivia que presenten mercados con alta demanda de entretenimiento infantil. A largo plazo, se evaluará la posibilidad de exportar el modelo de servicio o establecer franquicias locales. La adaptación a otros mercados requerirá ajustes en la oferta cultural y temática de acuerdo con las características de cada región.

7.6 PLAN DE MARKETING ESTRATÉGICO

7.6.1 Posicionamiento de Marca

El mercado objetivo primario son las familias y organizadores de eventos con niños de 3 a 12 años en Santa Cruz. Frente a competidores formales (ej. Picardías, Mundo Infantil), Mini Aventuras despliega un trato cercano y flexible. La identidad de marca se construye sobre los valores de diversión, creatividad y confianza, con el slogan institucional: «¡Tu fiesta merece la mejor aventura, nosotros la hacemos realidad!»

7.6.2 Estrategias Promocionales

Las estrategias de promoción incluyen descuentos agresivos de lanzamiento, campañas activas en TikTok y Facebook para mostrar el detrás de escena, y un sólido marketing de recomendación (10% de descuento en futuras contrataciones por traer referidos). La fidelización se logrará mediante seguimiento post-evento formal, atención inmediata y beneficios de cliente frecuente.

7.6.3 Estrategias de Ventas

Las ventas se canalizarán principalmente a través de WhatsApp Business como centro de reservas, complementado con Facebook e Instagram para la captación digital. Se explorarán alianzas con marketplaces locales y salones de eventos para la distribución del servicio. Las ventas presenciales se activarán mediante participación en ferias y eventos comunitarios, ampliando progresivamente los canales de distribución.

7.7 INDICADORES DE CRECIMIENTO

7.7.1 Indicadores Comerciales

El control del desempeño permitirá medir empíricamente el éxito de las estrategias planteadas. Los indicadores comerciales incluyen eventos realizados por mes, clientes nuevos captados y cobertura geográfica alcanzada.

7.7.2 Indicadores Financieros

Los indicadores financieros comprenden la rentabilidad por paquete, el margen de utilidad bruta, la liquidez del fondo de reinversión y el retorno de inversión acumulado.

7.7.3 Indicadores Digitales

Los indicadores digitales monitorearán el crecimiento de seguidores en redes sociales, la tasa de interacción, el nivel de satisfacción del cliente y el personal operativo en el tiempo.

Tabla 4. Indicadores Proyectados

Indicador Estratégico	Año 1	Año 3	Año 5
Eventos realizados por mes	4 - 8	10 - 15	Más de 20
Clientes nuevos captados por mes	4 - 8	10 - 15	20 o más
Seguidores activos en redes sociales	500	2.000	5.000
Nivel de satisfacción del cliente	85%	90%	95%
Personal operativo y administrativo	5 integrantes	8 integrantes	Más de 12
Cobertura geográfica	Santa Cruz capital	Santa Cruz extendido	Otros departamentos

7.8 SOSTENIBILIDAD E IMPACTO DEL EMPRENDIMIENTO

7.8.1 Impacto Económico

Mini Aventuras fomenta la circulación monetaria local, provee ingresos complementarios a jóvenes estudiantes y promueve la compra a proveedores zonales de insumos y transporte.

7.8.2 Impacto Social

El emprendimiento promueve el sano esparcimiento, la integración infantil, la participación activa y afianza vínculos intrafamiliares a través de entornos seguros y creativos.

7.8.3 Impacto Ambiental

Se promueve la reutilización de materiales decorativos de larga vida útil, reducción de plásticos innecesarios (ej. confeti biodegradable) y una cultura de gestión responsable de residuos tras el evento.

7.8.4 Innovación y Desarrollo

Se integran dinámicas digitales (códigos QR para invitaciones o gestión de encuestas) dentro de un mercado recreativo tradicional, aportando valor tecnológico y empresarial al sector de entretenimiento infantil.

7.9 GESTIÓN DE RIESGOS

A continuación, se identifican los principales riesgos del emprendimiento, sus posibles consecuencias y las medidas preventivas y planes de contingencia correspondientes:

Tabla 5. Identificación y Gestión de Riesgos

Riesgo Identificado	Posible Consecuencia	Medida Preventiva	Plan de Contingencia
Daño de equipos de sonido	Interrupción de actividades musicales.	Revisión y testeo antes del evento.	Uso de equipo de respaldo o alquiler de emergencia.
Ausencia imprevista de animador	Reducción de personal operativo.	Confirmación 24h antes del evento.	Redistribución de roles o llamado a personal suplente.

Condiciones climáticas adversas	Suspensión de actividades en exteriores.	Monitoreo constante del clima.	Traslado ágil de juegos a espacios techados.
Cancelación súbita del cliente	Pérdida de ingresos e inversión en insumos.	Condiciones claras de reserva por escrito.	Aplicación estricta de la política de cancelación.
Retrasos de transporte	Incumplimiento de horario de inicio.	Planificación de rutas y salida anticipada.	Uso de vías o servicios de transporte alternativos.
Accidentes menores	Riesgo para niños y daño de imagen.	Supervisión permanente y juegos seguros.	Protocolos de atención primaria y comunicación directa.

Política de Cancelación:

- Entre 3 y 7 días de anticipación: Retención de una parte de la reserva (gastos administrativos e insumos adquiridos).
- Menos de 48 horas de anticipación: No reembolsable, cubriendo la separación de fecha y recursos movilizados.
- Casos de Fuerza Mayor: Reprogramación consensuada por ambas partes ante desastres o emergencias.

7.10 PROYECCIÓN FUTURA DEL EMPRENDIMIENTO

En congruencia con el plan de expansión (ver 7.5), Mini Aventuras ambiciona consolidarse primero como un servicio local preferido, rentabilizar rápidamente la baja inversión de capital y transicionar hacia una firma formalizada (SRL o unipersonal registrada). Al tercer año, el negocio deberá ser sustentable únicamente por sus utilidades autogeneradas, diversificando la cartera de ingresos con servicios anexos. Al quinto año, el volumen proyectado (superior a 20 eventos/mes) respaldará la instalación de oficinas de atención física y la expansión a nuevos territorios bajo estándares de calidad estandarizados.

8. CONCLUSIONES

1. El análisis realizado demuestra que Mini Aventuras representa una propuesta viable dentro del mercado de entretenimiento infantil de la ciudad de Santa Cruz de la Sierra.

2. Existe una demanda constante de servicios recreativos para niños, especialmente en cumpleaños, fiestas infantiles y eventos familiares, lo que genera oportunidades favorables para el crecimiento del emprendimiento.

3. Las fortalezas identificadas, como la creatividad, la atención personalizada, la variedad de actividades y los precios accesibles, constituyen elementos diferenciadores que pueden contribuir al posicionamiento de la marca.

4. La incorporación de herramientas digitales permitirá fortalecer la promoción de los servicios, mejorar la comunicación con los clientes y ampliar el alcance comercial del emprendimiento.

5. El análisis financiero evidencia que Mini Aventuras puede generar utilidades positivas desde sus primeras etapas de funcionamiento, permitiendo reinvertir recursos para fortalecer su crecimiento.

6. La implementación del plan de fortalecimiento y expansión contribuirá al desarrollo sostenible del emprendimiento, mejorando su competitividad y capacidad de adaptación frente a los cambios del mercado.

7. Mini Aventuras no solo busca generar beneficios económicos, sino también aportar positivamente a la comunidad mediante actividades recreativas que promueven la integración, la creatividad y el desarrollo social de los niños.

9. RECOMENDACIONES

1. Consolidar rigurosamente el fondo de reinversión para adquirir rápidamente equipamiento propio (luces, transporte, mobiliario) y aumentar el margen neto de utilidad.
2. Ejecutar calendarios editoriales fijos en TikTok e Instagram para mantener a la marca en la mente de los consumidores y potenciar el flujo de ventas orgánicas.
3. Capacitar de forma continua a los integrantes y suplentes para estandarizar el nivel de animación.
4. Promover formalmente acuerdos de exclusividad o descuento por volumen con centros educativos iniciales y operadores de salones recreativos.
5. Implementar encuestas post-evento digitalizadas para obtener métricas reales de satisfacción que faciliten la mejora continua de la propuesta de valor.
6. Fortalecer permanentemente la presencia digital del emprendimiento mediante publicaciones constantes en redes sociales.
7. Buscar alianzas estratégicas con colegios, salones de eventos y otras organizaciones relacionadas con actividades infantiles.

10. BIBLIOGRAFÍA

Chiavenato, I. (2021). Administración: Teoría, Proceso y Práctica. McGraw-Hill.

Facultad de Ciencias Contables, Auditoría, Sistema de Control de Gestión y Finanzas. (2026).
Guía Académica de Fortalecimiento y Expansión del Emprendimiento Expociencia
Facultativa. Universidad Autónoma Gabriel René Moreno.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). Fundamentos de Marketing. Pearson Educación.

Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural de Bolivia. (2024). Guías para
Emprendimientos y Pequeñas Empresas. Gobierno del Estado Plurinacional de Bolivia.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2019). Generación de Modelos de Negocio. Deusto.

Robbins, S., & Coulter, M. (2020). Administración. Pearson Educación.

Universidad Autónoma Gabriel René Moreno. (s.f.). Fundamentos de la Teoría de los Valores
aplicados al entorno corporativo. Material académico de cátedra.

11. ANEXOS

Anexo 1. Organigrama de Mini Aventuras

GERENTE GENERAL Y ANIMADORA PRINCIPAL Ruby Salazar Barba		
ANIMADOR DE APOYO Alex Sander Yampara Quispe	PINTACARITAS Arianne Zelaya Estrada Eliane Choquevillca Soto	DJ Y OPERADOR DE SONIDO Manfred Calisaya Mosquera

Anexo 2. Propuesta de Identidad Visual (Logo)

Nombre del emprendimiento: MINI AVENTURAS

Slogan: «¡Tu fiesta merece la mejor aventura, nosotros la hacemos realidad!»

Concepto Visual y Elementos:

- Tipografía infantil, redonda y llamativa.
- Isotipo conformado por globos multicolores, estrellas y símbolos de sonrisas.
- Paleta cromática basada en colores vivos, cálidos y amigables: amarillo, naranja, rojo, rosado y morado.
- Diseño en formato vectorial adaptable para redes sociales y papelería.



Anexo 3. Modelo Canvas de Mini Aventuras

SOCIOS CLAVE • Proveedores de materiales recreativos. • Proveedores de vestuario. • Salones de eventos. • Empresas de sonido.	ACTIVIDADES CLAVE • Animación infantil. • Organización de juegos. • Pintacaritas. • Musicalización de eventos. • Promoción digital.	PROPUESTA DE VALOR Experiencias infantiles divertidas, seguras, creativas y memorables mediante actividades recreativas personalizadas y accesibles.	RELACIÓN CON CLIENTES • Atención personalizada. • Seguimiento post-evento. • Promociones. • Descuentos por recomendación.	SEGMENTO DE CLIENTES • Padres de familia de Santa Cruz. • Familiares. • Niños 3-12 años (usuarios finales). • Organizadores de eventos infantiles.
	RECURSOS CLAVE • Animadores y pintacaritas. • Equipos de sonido. • Vestuario temático. • Material lúdico y pinturas.		CANALES • WhatsApp Business. • Facebook e Instagram. • TikTok. • Llamadas telefónicas.	
ESTRUCTURA DE COSTOS • Transporte logístico. • Materiales recreativos y globos. • Pinturas para pintacaritas. • Publicidad digital. • Mantenimiento de equipos.			FUENTES DE INGRESO • Paquete Promoción (Bs 400). • Paquete Aventura (Bs 500). • Paquete Premium (Bs 700).	