

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA

“INDOAMERICA”

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y
NEGOCIOS

TEMA:

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA
LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS SOCIALES Y EMPRESARIALES EN
EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

Trabajo de investigación para la obtención del Título de Ingeniero en
Administración de
Empresas Negocios

AUTOR:

Joselyn Lasteña Mora Rodríguez

DIRECTOR:

Ing. (Mgs). Andrés Pérez Paredes

QUITO-ECUADOR

2016

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del trabajo de Investigación: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS SOCIALES Y EMPRESARIALES EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”, presentada por la señorita Joselyn Lasteña Mora Rodríguez, para optar por el título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, CERTIFICO, que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Quito, Octubre del 2016.

Ing. (Mgs). Andrés Pérez Paredes
DIRECTOR

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN
ELECTRONICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Joselyn Lasteña Mora Rodríguez, declaro ser autor del Proyecto de Tesis titulado “Plan de negocios para la creación de una empresa para la organización de eventos sociales y empresariales en el sector norte del distrito metropolitano de Quito”, como requisito para optar al grado de “Ingeniero en Administración de Empresas Negocios”, autorizo al sistema de Biblioteca de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los 23 días del mes de Febrero de 2017, firmo conforme:

Autor

Firma

Número de cedula: 1721649737

Dirección: José H. Figueroa 1230 Y Av. Occidental

Correo: joselynmora-14@hotmail.com

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero/a en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica de autor.

Joselyn Lasteña Mora Rodríguez

C.I 172164973-7

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Proyecto de aprobación de acuerdo con el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Tecnológica Indoamérica.

Quito,.....

Para constancia firman:

TRIBUNAL DE GRADO

F.....

PRESIDENTE

F.....

VOCAL

F.....

VOCAL

AGRADECIMIENTO

Debo empezar diciendo que agradezco a Dios por ser la guía principal en mi camino, a mis padres Edgar y Lupe quien es el motor de mi vida, en ellos día a día supieron darme la fortaleza, comprensión y ternura para seguir adelante, a mis hermanas/os Geovanna, Adriana, Ericka, David, Yael quienes con su apoyo, exigencia, confianza, paciencia y cariño han estado presentes en esta etapa importante de mi vida. No podría dejar de mencionar a mis Amigas que han estado en esta última etapa de mi vida profesional y la inmensa fortaleza que me ha dado una persona en especial para culminar y no darme por vencida.

Gracias.

DEDICATORIA

Este plan de negocios está dedicado especialmente a mis padres Edgar y Lupe, ya que son las personas más importantes en mi vida quienes con su amor, confianza y esfuerzo constante supieron guiarme de la mejor manera para conseguir este objetivo de vida, no podría dejar de mencionar a mis hermanas/os Geovanna, Erika, Adriana, David, Yael, ya que siempre estuvieron dándome una mano y alentándome para que siga adelante. Mi sobrina/o Aarón, Luziana que han sido mi impulso para culminar mi carrera y llegar un ejemplo a seguir, a mi hermosa familia les agradezco por todo su apoyo incondicional.

La Autora.

INDICE GENERAL
INDICE DE CONTENIDOS

Portada.....	i
Certificación.....	ii
Autorización por parte del autor para la consulta.....	iii
Declaración de Autenticidad.....	iv
Aprobación del Tribunal de Grado.....	v
Agradecimiento.....	vi
Dedicatoria.....	vii
Índice de Contenidos.....	viii
Índice de Tablas.....	xi
Índice de Gráficos.....	xiii
Índice de Imágenes.....	xv
Sumario Investigativo.....	xvi
Abstract.....	xvii
Introducción.....	1

CAPÍTULO I

1.1.Descripción de la Actividad.....	4
1.1.1. Pasos dados hasta el momento para poner en marcha el proyecto.....	6
1.1.2. Problemas encontrados hasta el momento.....	6
1.1.3. Problemas que se prevén.....	8
1.1.4. Soluciones.....	9
1.1.5. Contactos realizados para la puesta en marcha.....	10
1.1.6. Papel que juega cada socio en la puesta en marcha.....	11

CAPÍTULO II

2.1. Definición del Mercado.....	12
2.1.1. ¿Qué mercado se va a tocar en general?.....	13
2.1.2. Cuál es el mercado objetivo, ¿Por qué? definición y perfil.....	14
2.1.2.1. Resultados de la Encuesta	23
2.1.3. Necesidades que cubre.....	30
2.2. Definición del servicio.....	30
2.2.1. Especificación del Servicio.....	30
2.2.2. Aspectos Innovadores que proporciona.....	31
2.2.3. Presentación del Servicio.....	32
2.2.4. Precio del Servicio.....	33
2.2.5. Promoción y publicidad que se realizará. (Canales de Comunicación).....	34
2.2.6. Sistema de Distribución a utilizar. (Canales de Distribución).....	35
2.2.7. Seguimiento de Clientes.....	35
2.2.8. Especificar Mercados Alternativos.....	36
2.3. Definición de la competencia.....	36
2.3.1. Descripción de la Competencia.....	36
2.3.2. Definir Puntos Fuertes y débiles de la Competencia, compararlos con los del proyecto propio.....	37
2.4. Costos del servicio, por períodos.....	39
2.4.1. Determinación de Costos Variables.....	39
2.4.2. Determinación de Costos Fijos.....	40
2.4.3. Determinación de Costos Totales.....	40
2.4.4. Comparación con los precios de la competencia y explicar en que se basan las diferencias, argumentar precio fijado.....	41

CAPÍTULO III

3.1. Descripción del proceso.....	42
3.1.1. Descripción de proceso de transformación.	42
3.1.2. Descripción de instalaciones, equipos y personas.....	45
3.1.3. Tecnología a aplicar	48
3.2. Factores que afectan en el plan de operaciones.....	48
3.2.1. Ritmo de servicio.....	48
3.2.2. Nivel de inventario promedio.....	49
3.2.3. Número de trabajadores.....	51
3.3. Capacidad de servicio.....	51
3.3.1. Capacidad futura del servicio.....	51
3.4. Definición del servicio.....	53
3.4.1. Especificación de servicio y grado de sustitución que pueden presentar...53	
3.5. Calidad.....	54
3.5.1. Método de control de calidad.....	56
3.6. Normativas y permisos que afectan su instalación.....	57
3.6.1. Seguridad e higiene ocupacional.....	57

CAPÍTULO IV

4.1. Análisis estratégico y definición de objetivos.....	61
4.1.1. Visión de la empresa.....	61
4.1.2. Misión de la empresa.....	61
4.1.3. Análisis FODA.....	62
4.1.4. Objetivo General.....	63
4.1.5. Objetivos Específicos.....	63
4.1.6. Estrategias.....	63
4.2. Organigrama funcional de la empresa.....	64
4.2.1. Realizar organigrama de su empresa para definir la organización interna.64	

4.2.2. Describa brevemente los cargos del organigrama.....	66
4.3. Control de gestión.....	72
4.3.1. Indicadores de gestión.....	72
4.4. Necesidades de personal.....	73
4.4.1. Personal que se necesitará hasta un horizonte de 3 años	73

CAPÍTULO V

5.1. Determinación de la forma jurídica.....	74
5.1.1. Patentes y Marcas.....	75
5.1.2. Detalle todo tipo de licencias.....	76

CAPÍTULO VI

6.1. Plan de inversiones.....	78
6.2. Plan de financiamiento.....	79
6.3. Cálculo de costos y gastos.....	80
6.4. Cálculo de ingresos.....	88
6.5. Flujo de caja.....	89
6.6. Punto de equilibrio.....	90
6.7. Estado de resultados	91
6.8. Evaluación financiera.....	91
CONCLUSIONES.....	97
RECOMENDACIONES.....	98
BIBLIOGRAFIA.....	99
ANEXOS N°1.....	102

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Dimensión Geográfica.....	14
Tabla 2. Dimensión Demográfica.....	15
Tabla 3. Datos Estadísticos Población.....	15
Tabla 4. Tendencia Población Actual.....	16
Tabla 5. Dispuestas a Contratar el servicio de organización	17
Tabla 6. Proyección de la Demanda.....	17
Tabla 7. Oferta Anual de la competencia.....	19
Tabla 8. Proyección de la Oferta	19
Tabla 9. Demanda Potencial Insatisfecha.....	20
Tabla 10. Número de Personas que realizan Eventos	23
Tabla 11. Empresas que organizan eventos sociales.....	24
Tabla 12. Puntos Importantes para brindar un servicio	25
Tabla 13. Organización de Eventos Según su Objetivo.....	26
Tabla 14. Dinero que invierte en evento social	27
Tabla 15. Calificación del Servicio de Proveedor Actual.....	28
Tabla 16. Promedio de Eventos Realizados en el año.....	29
Tabla 17. Costos Variables.....	39
Tabla 18. Costos Fijos.....	40
Tabla 19. Costos Totales.....	41
Tabla 20. Equipos de Oficina.....	47
Tabla 21. Muebles de Oficina.....	47
Tabla 22. Capacidad Instalada Personal.....	48
Tabla 23. Expectativas de Eventos a Cubrir en un año.....	49
Tabla 24. Capacidad Futura del Servicio.....	52
Tabla 25. Datos Diagrama de Pareto.....	54
Tabla 26. Plan de Inversiones.....	78
Tabla 27. Capital de Trabajo.....	79
Tabla 28. Forma de Financiamiento.....	79

Tabla 29.Costos.....	80
Tabla 30.Proyección de Costos Variables.....	81
Tabla 31.Proyección de Costos Fijos.....	82
Tabla 32.Gastos Administrativo.....	83
Tabla 33.Proyección de Gastos.....	84
Tabla 34.Rol de Provisiones Primer año.....	85
Tabla 35.Depreciación.....	86
Tabla 36.Proyección de la Depreciación.....	87
Tabla 37.Ingresos.....	88
Tabla 38.Proyección de ingresos.....	88
Tabla 39.Flujo de Caja.....	89
Tabla 40.Punto de Equilibrio en valores monetarios.....	90
Tabla 41.Punto de Equilibrio en unidades.....	90
Tabla 42. Estado de Resultados	91
Tabla 43. Datos Flujo de Caja.....	92
Tabla 44.Tasa de descuento del valor neto actual	92

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Diagrama Causa-Efecto (Ishikawa).....	8
Gráfico 2. Contactos de Proveedores.....	10
Gráfico 3. Contactos de Clientes.....	10
Gráfico 4. Alternativas de Financiamiento.....	10
Gráfico 5. Función y Cargo de los Socios.....	11
Gráfico 6. Segmentación de Mercado.....	14
Gráfico 7. Proyección de la Demanda.....	17
Gráfico 8. Análisis de la competencia	18
Gráfico 9. Proyección de la Oferta.....	19
Gráfico 10. Demanda Potencial Insatisfecha.....	20
Gráfico 11. Número de Personas que realizan Eventos	23
Gráfico 12. Empresas que Organizan Eventos Sociales	24
Gráfico 13. Puntos Importantes para brindar un servicio	25
Gráfico 14. Organización de Eventos Según su Objetivo.....	26
Gráfico 15. Dinero que invierte en evento social	27
Gráfico 16. Calificación del Servicio de Proveedor Actual.....	28
Gráfico 17. Promedio de Eventos Realizados en el año.....	29
Gráfico 18. Eventos Sociales y Empresariales.....	31
Gráfico 19. Descripción de la Competencia.....	36
Gráfico 20. Análisis de la Competencia.....	37
Gráfico 21. Comparativo de la Competencia.....	38
Gráfico 22. Descriptivo de la Competencia.....	38
Gráfico 23. Precios Relacionados con la Competencia.....	41
Gráfico 24. Simbología del Flujograma de Procesos y Sistematización de Procesos.....	43
Gráfico 25. Flujograma Funcional de Procesos y Sistematización de Procesos...44	44
Gráfico 26. Mapa de Procesos.....	45
Gráfico 27. Lista de Materiales.....	50

Gráfico 28. Número de Trabajadores Fijos.....	51
Gráfico 29. Grado de Sustitución.....	53
Gráfico 30. Diagrama de Pareto.....	55
Gráfico 31. Manual de garantía (atención al cliente)	55
Gráfico 32. Seguridad e Higiene Ocupacional.....	58
Gráfico 33. Matriz FODA.....	62
Gráfico 34. Organigrama Estructural.....	64
Gráfico 35. Organigrama Funcional.....	65
Gráfico 36. Descripción Funciones Gerente General.....	66
Gráfico 37. Descripción Funciones Gerente Financiero.....	67
Gráfico 38. Descripción Funciones Gerente Comercial.....	68
Gráfico 39. Descripción Funciones Asesor Comercial.....	69
Gráfico 40 Descripción Funciones Coordinador de Eventos.....	70
Gráfico 41. Descripción Funciones Asistentes de Compras.....	71
Gráfico 42. Indicadores de Gestión por Área.....	72
Gráfico 43. Pasos para Constituir una Compañía de responsabilidad limitada.....	75
Gráfico 44. Punto de Equilibrio.....	90

ÍNDICE DE IMAGENES

Imagen 1. Plano de Instalaciones.....	46
---------------------------------------	----

SUMARIO INVESTIGATIVO

TEMA: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS SOCIALES Y EMPRESARIALES EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”

AUTOR: Joselyn Mora

TUTOR: Ing. (Mgs). Andrés Pérez

Este proyecto presenta un “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS SOCIALES Y EMPRESARIALES EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”, quien brinda solución a las empresas al momento de diseñar y organizar eventos sociales, lanzamientos de productos y capacitaciones. Por ello es importante mencionar que este plan de negocios está dirigido a personas con una edad promedio entre 20 y 50 años, es decir, abarca a los jóvenes de la sociedad urbana en su conjunto y personas adultas, dado que las tendencias actuales muestran la importancia de buscar lugares que brinden un buen servicio, calidad, comodidad y seguridad. Se realizó un estudio de mercado donde se analizó el segmento de mercado al cual la empresa debe dirigirse. A través de encuestas se determinó el perfil del consumidor, sus gustos y preferencias. Por otra parte, en el estudio técnico se definió las características físicas del proyecto. Las características de la organización de eventos, han sido definidas después de analizar al mercado. Se realizó el estudio legal donde se analizó los trámites a seguir que exige la legislación ecuatoriana para el funcionamiento de la empresa. El estudio financiero del proyecto define la factibilidad del mismo; para esto se realizó análisis de los costos, gastos, proyecciones de ingresos, demostrando punto de equilibrio que este plan de negocios es rentable y su aplicación viable en el mercado. Quito es una ciudad que cuenta con un mercado altamente comercial por lo que es factible impulsar este negocio.

DESCRIPTORES: Servicio, Calidad, encuestas, estudio de mercado, factibilidad, costos, gastos, ingresos.

ABSTRACT

TOPIC: “BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A COMPANY OF ORGANIZATION OF SOCIAL EVENTS AND BUSINESS SECTOR IN NORTHERN METROPOLITAN DISTRICT OF QUITO”

AUTHOR: Joselyn Mora

TUTOR: Ing. (Mgs). Andrés Pérez

This project has a "BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A COMPANY FOR THE ORGANIZATION OF SOCIAL AND BUSINESS EVENTS IN THE SECTOR NORTH OF METROPOLITAN DISTRICT OF QUITO" who provides solution to companies when designing and organizing social events, launches products and training. It is therefore important to mention that this business plan is aimed at people with an average age between 20 and 50 years, ie, covers youth of urban society as a whole, as current trends show the importance of seeking places that provide a good service, quality, comfort and safety. a market study where the market segment to which the company should be directed analyzed was performed. Through surveys consumer profile, their tastes and preferences determined. Moreover, in the technical study the physical characteristics of the project were defined. The characteristics of the organization of events have been defined after analyzing the market. the legal study which analyzed the procedures to follow Ecuadorian law required for the operation of the company was conducted. The financial study of the project defines the feasibility thereof; for this analysis of costs, expenses, income projections performed, demonstrating breakeven this business plan is profitable and viable application on the market. Quito is a city with a highly commercial market so it is possible to promote this business.

Descriptors: Service, Quality, surveys, market research, feasibility, costs, expenses, income.

INTRODUCCIÓN

TEMA: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS SOCIALES Y EMPRESARIALES EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.”

La empresa de organización de eventos, brinda el servicio integral de organización de eventos sociales y empresariales. El propósito de esta empresa es el de proveer un lugar para la realización de eventos de alto estatus con un portafolio de servicios completo, integral, y sin limitaciones (tercerizado), para que cualquier persona o empresa de nuestro público objetivo que pueda y desee realizar un evento exitoso, de manera confiable, y con los más altos estándares en calidad y puntualidad. Queremos especializarnos en saber escuchar al cliente y poder cumplir sus expectativas de una manera creativa y diferenciadora.

Siendo nuestro mercado principal la población de la ciudad de Quito, en el cual existe una gran actividad comercial y un sector poblacional que tiene la necesidad y motivación para realizar eventos sociales y empresariales; por ello este proyecto surge como una solución a las empresas insatisfechas con la calidad de sus eventos y aquellas empresas que no han realizado eventos pero si es importante para estas.

La empresa es de carácter privado y está constituida originalmente por dos socios. Es conocido el gasto que la población de la ciudad de Quito incurre al realizar recepciones o eventos en nuestra sociedad, y la falta de organización o en algunos casos de conocimiento para realizar los diferentes tipos de eventos. Uniendo estos dos factores se ha visto la conveniencia de crear esta empresa, ya que se brindaría un servicio personalizado en función del deseo del cliente, que en muchos casos busca mezclar lo tradicional con lo contemporáneo ya sea nacional o extranjero.

Nuestro potencial cliente sería la población de la ciudad de Quito, ya que dentro de este segmento se encuentran familias y empresas que organizan eventos sociales y empresariales. Las mismas que tienen un buen porcentaje de gasto financiado.

En principio los lectores se encontrarán con el Diseño Metodológico en el cual se analiza detalladamente las variables que influirán en la realización del proyecto planteado, igualmente se determina la población objeto de estudio con sus características óptimas para la actividad económica de la Empresa.

Por medio del método del Muestreo proporcional se halla el tamaño de la muestra obteniéndose un valor de 383 personas para encuestar en la ciudad Quito (Sector Norte), para ello se repartieron las encuestas entre las autoras del trabajo, quienes de manera aleatoria realizaron las encuestas necesarias para determinar el nivel de aceptación de la empresa y sus servicios a prestar en organización de eventos sociales y empresariales, obteniéndose que el 100% de ellas estarían dispuestas a adquirir los servicios ofrecidos en logística y organización de eventos.

Toda la información recolectada se procesó estadísticamente en tablas y gráficos explicativos. Más adelante en el Estudio de Mercados se describe claramente el servicio que se prestará, sus características y usos.

El análisis del mercado de los proveedores permiten determinar su ubicación y tipo de materiales ofrecidos para la empresa, así mismo los abastecimientos requeridos para llevar a cabo el proceso de prestación de servicios por parte de la empresa.

El análisis del consumidor, como parte de este importante estudio de mercados, muestra las características de los consumidores actuales o potenciales para la organización, la identificación del área de mercado, el sector al cual va dirigido y la determinación y proyección tanto de la demanda potencial como de la real,

esperándose atender 50% de la población en los cinco años de vida útil del proyecto.

En el Estudio Administrativo y Jurídico se constituye la empresa jurídicamente mostrando los pasos requeridos.

Se elaboran los manuales de funciones específicas y los requisitos mínimos para cada uno de los cargos de la empresa, el organigrama y las inversiones en espacio físico requeridas.

El Estudio Financiero muestra cada una de las herramientas financieras proyectadas a los cinco años de vida útil del proyecto, allí se determina el presupuesto de inversión con el cual se elabora todo el estudio financiero demostrando que es rentable.

CAPÍTULO I

“TEMA: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS SOCIALES Y EMPRESARIALES EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.”

1.1. DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

La idea de negocio es crear una empresa de organización de eventos sociales y empresariales que ofrece multiplicidad de servicios como el realizar el presupuesto, cronograma, la selección y reserva del espacio en el que se desarrollará el evento, la tramitación de permisos y autorizaciones, la supervisión de los servicios de transporte, los servicios gastronómicos, la coordinación logística integral y lo más primordial en que se destaca este proyecto es el diseño exclusivo de los eventos, donde se cumplirá a detalle lo que el cliente solicite, dentro de paquetes estructurados, de una manera conveniente y eficiente.

En la actualidad en la ciudad de Quito existen empresas que ofrecen servicios que se asemejan a lo que ofrecemos, las cuales se encuentran direccionadas a un solo servicio. La función principal en crear una empresa de organización de eventos sociales y empresariales es en ahorrar el tiempo del cliente al momento de planificar un evento y el ampliar las oportunidades de negocios de los proveedores.

El trabajo como tal, será convertirse en intermediario entre las empresas y los distintos proveedores, es decir ser el contacto necesario para la realización de su evento.

Este proyecto ofrece una solución a pequeñas, medianas o grandes empresas para una mayor comodidad y seguridad al momento de realizar todos sus eventos corporativos, ya sean: congresos, convenciones, conferencias, simposios, lanzamiento de productos, campañas publicitarias, seminarios, etc.

Nace la idea del proyecto, para dar una alternativa diferente a todas aquellas empresas que realicen eventos, ofreciéndoles un servicio personalizado para la coordinación de cada uno de los detalles que conlleva la organización de un evento, entre ellos están los siguientes:

- Contratación de salones en hoteles, clubes o auditorios para seminarios, lanzamientos de nuevos productos, cocteles, etc.
- Alquiler de equipos audiovisuales.
- Coordinación de la iluminación.
- Contratación de modelos o promotoras de acuerdo al tipo de evento a realizarse.
- Y en caso de un lanzamiento de producto, coordinación del material promocional.
- Coordinación con la empresa encargada de servicios de Catering.

El Mercado Actual no satisface de manera amplia y profesional la demanda de servicios que se originan en la organización completa de un evento, donde el directivo de la empresa desea recibir toda la asesoría, servicios y productos que necesite para realizar la actividad deseada de acuerdo a las necesidades, gustos y preferencias.

A través de la creación de una empresa que se ajusta a los requerimientos de los usuarios orientados a planificar, diseñar, resolver y capacitar en todos los detalles que implica llevar a cabo un evento, este proyecto trata de llevar a un nivel profesional, mejorando y fortaleciendo a la organización de eventos empresarial que existen en nuestro país.

1.1.1. Pasos dados hasta el momento para poner en marcha el proyecto.

Dicho proyecto tendrá como objetivo realizar todos los procedimientos que conlleven a desarrollar cualquier tipo de evento social y empresarial, para ello detallamos lo siguientes puntos expuestos al momento para poner en marcha el proyecto:

- Reunión con el Socio o inversionista que formará parte del proyecto de la creación de la empresa de organización de eventos sociales y empresariales.
- Investigación del mercado en la ciudad de Quito sobre la competencia de empresas similares a este servicio, mediante entrevistas y encuestas como clientes.
- Establecer contacto con proveedores de publicidad, catering para la puesta en marcha de la empresa.
- Acercamiento con entidad financiera para préstamo para el capital de trabajo.
- Discusión práctica sobre la inversión y capital de trabajo necesarios para la puesta en marcha.

1.1.2. Problemas encontrados hasta el momento.

En el Sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito existe una gran actividad comercial y un sector poblacional que tiene la necesidad y motivación para realizar eventos sociales; pero debido a la carencia de lugares y espacios que permitan la interacción de las personas con su entorno natural, se ven obligados a buscar diferentes opciones para realizar sus reuniones, las cuales muchas veces no cumplen con sus expectativas.

La poca oferta de profesionales que se decidan a dar un giro a la actividad y que se encarguen de la organización de eventos dentro del Sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito, hace que las personas interesadas en realizar este tipo de encuentros sociales, manejen otras alternativas.

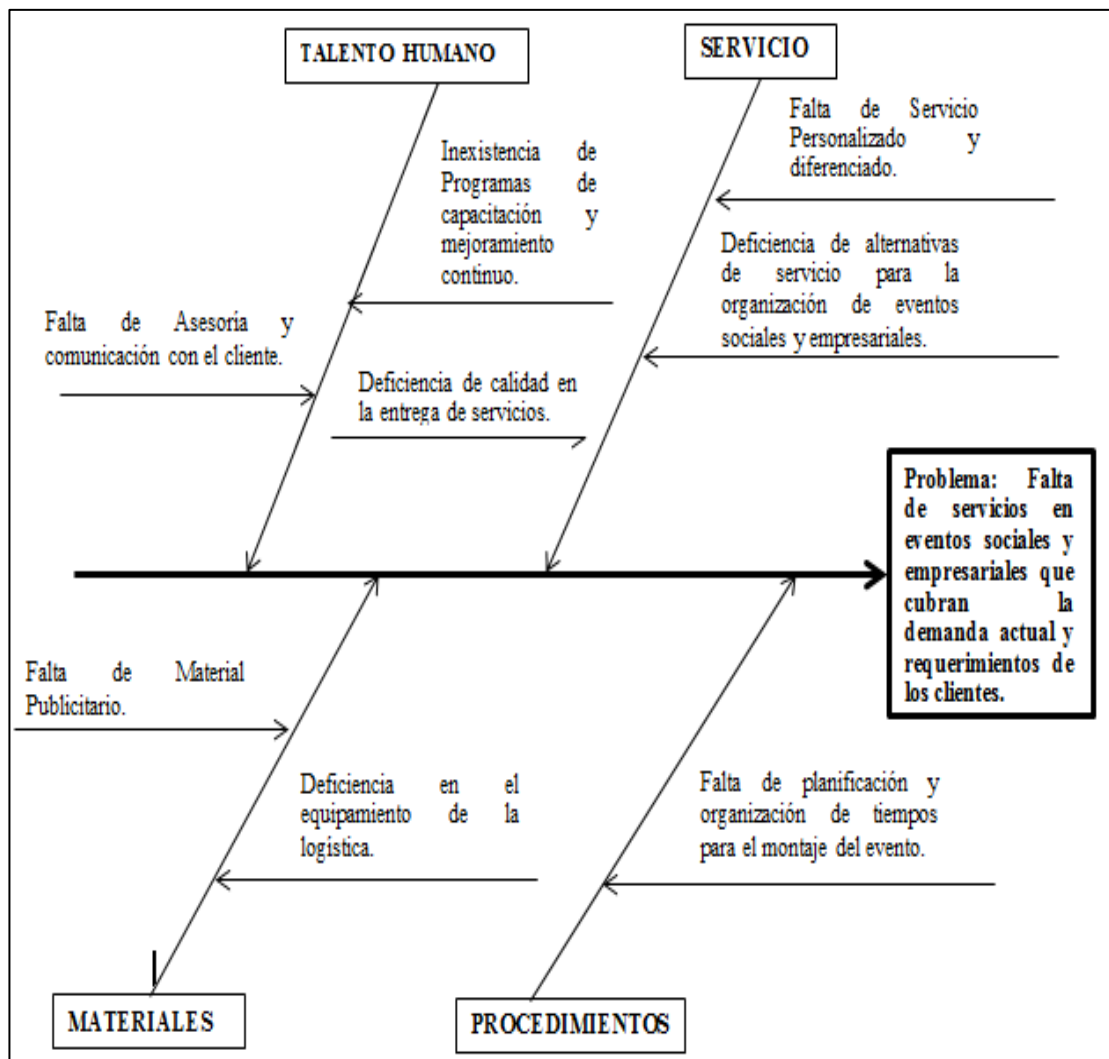
Los eventos son un servicio, y como todo servicio son de carácter intangible, aunque se pueden percibir materialmente; por ejemplo, en la comida, la decoración, entre otros; pero la calidez, atención personalizada, solución a los problemas de una manera rápida y efectiva son cosas que forman parte del servicio con una alta calidad y aunque no se las puedan percibir materialmente, son puntos clave que marcan la diferencia de un encuentro social a otro.

Es por esto y otros factores que un servicio como el de la organización de eventos, al ser intangible, es indispensable que tenga una previa planificación que esté alineada con los requerimientos, deseos, motivaciones y posibilidades del consumidor; de lo contrario las necesidades de los clientes no serán satisfechas en su totalidad y se generará una demanda insatisfecha.

Otro de los problemas que enfrentan los moradores del Sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito que desean organizar eventos sociales o empresariales, es que los diferentes servicios necesarios para realizar una reunión se prestan por separado, dificultando de ésta manera la organización del evento.

Por lo anteriormente mencionado, nace la idea de crear un plan de negocios, para analizar la factibilidad en la implementación de una empresa organizadora de eventos sociales y empresariales que brinde servicios integrales en el Sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Gráfico N.-1. Diagrama Causa-Efecto (Ishikawa)



Fuente: Diagrama Causa-Efecto

Elaborado por: La Autora.

1.1.3. Problemas que se prevén.

Actualmente en la Ciudad de Quito, la cantidad de personas que asisten a diversos eventos es bastante considerable, razón por la cual es importante la necesidad de buscar una serie de elementos para facilitar y organizar la asistencia de la gente a estos espectáculos. A continuación se detallan problemas que se prevén para establecer el plan de negocios:

- Contar con el sitio adecuado en el lugar que se determine el funcionamiento de la empresa de organización de eventos sociales y empresariales, que el lugar tenga la capacidad física para el aforo previsto y el número de parqueaderos.

- Encontrar los proveedores adecuados para los diferentes eventos; este es un factor fundamental ya que la provisión de ciertos recursos son importantes para cumplir con el servicio que ofrecemos al cliente.

1.1.4. Soluciones.

Con la elaboración del Plan de negocios para la creación de una empresa para la organización de eventos sociales y empresariales en el sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito, se desea crear una Organización que tenga la capacidad para formalizar y ejecutar una estrategia integral que permita más eficiencia en sus procesos, generando soluciones a los problemas citados anteriormente:

- Una Estructura Organizacional, que comprenda las relaciones de mando y dependencia.

- Los Procesos Administrativos, que comprendan actividades de planificación y programación.

- La Cultura organizacional, que permite guiar la conducta de operación. La Empresa requiere una forma de autoridad centralizada que le permita, en cada circunstancia, tomar sus propias decisiones para adaptarse a las condiciones locales. Por ello, es importante buscar la creación de equipos de trabajo multifuncionales y pluridisciplinarios.

- Dotar a la empresa de una infraestructura o inmueble con la finalidad de ofrecer un servicio de calidad.

- Realizar una Selección de proveedores referente a su calidad de producto y servicio

1.1.5. Contactos realizados para la puesta en marcha.

Gráfico N.- 2 Contactos de Proveedores.

Nombre Proveedor	Contacto	Actividad	Teléfono	Dirección
Magnifique	Yael Rosales	Repostería/ bocaditos	0983773449	José H. Figueroa 1230 y Av. Occidental
Grupo Publicitario 3sesenta	Ricardo Jaramillo	Publicidad y Marketing	0999672077	Av. Villalengua y Vasco de Contreras 14-33 Ed., 3er. piso.
Gurumendi	Patty Rojas	Catering	0999595724	Av. Villalengua y Vasco de Contreras 14-33 Ed., 3er. piso.

Fuente: Investigación del Mercado.

Elaborado por: La Autora

Gráfico N.- 3 Contactos de Clientes

Nombre Clientes	Contacto	Actividad	Teléfono	Dirección
Club de Leones “Eugenio Espejo”	Dr. Edgar Mora	Labor Social	0998129159	De los Guayacanes & Avigiras, Quito
Cámara de Transporte Pesado Ecuador.	Nelson Chávez	Organización social de transportistas de Carga Pesada.	0999490744	Comercio 402, Quito, Pichincha

Fuente: Investigación del Mercado.

Elaborado por: La Autora

Gráfico N.-4 Alternativas de Financiamiento

Razón Social	Contacto	Teléfono	Dirección
Cooperativa Fun-desarrollo	Ingrid Segovia	099 802 2612	Juan León Mera N22-37, Quito
Banco del Pichincha	Mateo Monar	02-2981-280	Av. Amazonas N4560 y Pereira

Fuente: Investigación del Mercado.

Elaborado por: La Autora.

1.1.6. Papel que juega cada socio en la puesta en marcha.

Gráfico N.-5 Función y Cargo de los Socios

Nombre de los Socios	Función	Cargo
Joselyn Mora	Planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar el funcionamiento de la Empresa.	Gerente General
Ricardo Jaramillo	Realizar el marketing y ventas de la empresa.	Gerente Comercial
Yael Rosales	Organizar, diseñar y controlar los eventos que elabore la empresa.	Coordinador de Eventos

Fuente: Investigación del Mercado.

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO II

ÁREA DE MARKETING

2.1. DEFINICIÓN DEL MERCADO

El estudio del mercado trata de determinar el espacio que ocupa un bien o un servicio en un mercado específico. Por espacio se entiende:

- La necesidad que tienen los consumidores actuales y potenciales de un producto en un área delimitada.
- También identifican las empresas y las condiciones en que se está suministrando el bien y/o servicio.
- Igualmente el régimen de formación del precio y de la manera como llega el producto y/o servicio que genera la empresa productora a los consumidores y usuarios.

El estudio de mercado busca probar que existe un número suficiente de consumidores, empresas y otros entes que en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifican la inversión en un programa de producción de un bien

durante cierto período de tiempo. (Blanco Adolfo. Formulación y Evaluación de Proyectos, Ediciones Torán, 4ta edición.)

En este proyecto se utilizarán las siguientes modalidades: En primera instancia una investigación de campo, esto quiere decir que los datos serán directamente recopilados del sitio donde se desarrollará el proyecto, en este caso sería sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito. Para poder realizar esta investigación de campo se utilizará como herramienta principal las encuestas.

Posterior a esto, se hará uso de la investigación documental, debido a que permite ampliar y profundizar el conocimiento existente a cerca del desarrollo sostenible y prácticas de sostenibilidad, mediante medios impresos, digitales y electrónicos, que permitirán obtener conclusiones válidas y recomendaciones que serán el fundamento para la elaboración del plan de negocios previamente referido.

Y finalmente se utilizará la modalidad de proyecto de desarrollo, puesto que en el presente trabajo se va a elaborar y desarrollar la propuesta de un modelo operativo viable de una empresa integral organizadora de eventos en el sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito, para de esta manera poder solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales dentro del Sector.

2.1.1 ¿Qué mercado se va a tocar en general?

Las estadísticas que proporciona el INEN (censo 2010) determinan que la ciudad de Quito cuenta con una población de 2'239.191 habitantes, por lo que constituye la segunda ciudad con mayor cantidad de habitantes respecto del país. A pesar de múltiples factores la población de Quito continúa creciendo año a año a un porcentaje promedio del 1,6% anual, esta proyección de crecimiento influye en diferentes estratos y nichos de mercado el desarrollo del comercio en diferentes ámbitos.

La empresa de organización de eventos sociales y empresariales geográficamente se encuentra ubicada en la Provincia de Pichincha en la Ciudad de Quito Sector Norte, el cual es estratégico donde los consumidores tendrán fácil acceso.

Gráfico N.- 6 Segmentación de Mercado

DIMENSION CONDUCTUAL.	
TIPO DE NECESIDAD:	SOCIAL
TIPO DE COMPRA:	COMPARATIVA
RELACIÓN CON LA MARCA:	SI
ACTITUD FRENTE AL PRODUCTO:	POSITIVA

Fuente: Investigación del Mercado.

Elaborado por: La Autora

Tabla N.- 1 Dimensión Geográfica

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
PAÍS	ECUADOR
REGIÓN	SIERRA
CIUDAD URBANA Y RURAL	QUITO
TAMAÑO	2'239.191

Fuente: Inec (Censo 2010)

Elaborado por: La Autora

2.1.2. Cuál es el mercado objetivo, ¿Por qué? definición y perfil.

El mercado objetivo es la Población Económicamente Activa (PEA) del Distrito Metropolitano del Norte de Quito, personas de una edad 20 a 50 años , de género tanto masculino como femenino, de clase social media, media – alta y alta, profesionales y ejecutivos que buscan un servicio de calidad y que sea personalizado.

El segmento de mercado escogido se caracteriza por personas que desean hacer de sus eventos un momento inolvidable y que por sus actividades diarias no poseen el tiempo necesario para planificar personalmente su evento social.

Tabla N. - 2 Dimensión Demográfica

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN
EDAD	20 a 50 años	1.619.146
SEXO	MUJERES/HOMBRES	835.530/ 783.616
SOCIOECONOMICO	PEA	696.232

Fuente: Inec (Censo 2010)

Elaborado por: La Autora

Existen varios criterios al momento de definir la demanda, según los expertos en mercadotecnia y economía la demanda es un factor preponderante en la vida de las empresas, así para Kotler, autor del libro "Dirección de Marketing" (Año 2002 Pág. 54), la demanda es El deseo que se tiene de un determinado producto que está respaldado por una capacidad de pago.

Para realizar la proyección poblacional del año 2016 se obtenido datos estadísticos del número de la población que existe en la Provincia de Pichincha-Cantón Quito en la base de datos (INEC-CENSO 2010), incrementando el 1,6% de tasa de crecimiento poblacional.

Tabla N. – 3 Datos Estadísticos Población

Provincia		Nombre del Cantón	Nombre de la Parroquia	Sexo		
				Hombre	Mujer	Total
			PACTO	2.543	2.255	4.798
			PERUCHO	407	382	789
			PIFO	8.235	8.410	16.645
			PINTAG	8.815	9.115	17.930
			POMASQUI	14.101	14.809	28.910
			PUELLARO	2.772	2.716	5.488
			PUEMBO	6.809	6.784	13.593
			QUITO NORTE	783.616	835.530	1.619.146
			SAN ANTONIO	15.912	16.445	32.357
			SAN JOSE DE MINAS	3.775	3.468	7.243
			TABABELA	1.400	1.423	2.823
			TUMBACO	24.448	25.496	49.944
			YARUQUI	8.877	8.977	17.854
			ZAMBIZA	1.969	2.048	4.017
			Total	1.088.811	1.150.380	2.239.191

Fuente: Inec (Censo 2010)

Elaborado por: La Autora

Para realizar la proyección de la población actual se ha considerado como dato principal la población económicamente activa (PEA) 696.232, dato establecido por el Inec (Censo 2010), multiplicado por el 1,6% de la tasa de crecimiento. En la siguiente tabla podrán observar el cálculo explicado anteriormente:

Tabla N. – 4 Proyección Población Actual.

AÑO	PEA (20 a 50 AÑO Edad)
2010	696.232
2011	707.372
2012	718.690
2013	730.189
2014	741.872
2015	753.742
2016	765.802

Fuente: Inec (Censo 2010)

Elaborado por: La Autora

Para calcular la demanda se utilizara los resultados obtenidos en la segunda y séptima pregunta de la encuesta realizada, la misma que tiene como objetivo medir el nivel de aceptación que tiene la sociedad, referente a la intención de contratar empresas que ofrezcan servicios de organización de eventos sociales.

En la segunda pregunta: ¿Usted contraría alguna empresa que preste el servicio de organización de eventos sociales?, donde obtuvimos un resultado del 70,04% que respondieron que sí y un 29,96% que respondieron no.

Para obtener el primer cálculo para la demanda, se tomó en cuenta la población económicamente activa (PEA) proyectada 2016 (765.802) multiplicando por el porcentaje obtenido en la segunda pregunta, arrojándonos (70,04%) de aceptación de las personas al contratar empresas que organicen eventos sociales.

PEA 2016 X % Personas que contratan empresas que
organizan eventos sociales

Tabla N. –5 (PEA) Dispuestas a Contratar el servicio de organización de eventos.

AÑO	PEA (20 a 50 AÑO Edad)
2016	536.367

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: La Autora

Finalmente para obtener la demanda del proyecto, sacamos el promedio de la frecuencia obtenida en la pregunta séptima: ¿Cuántos eventos realiza al año?, en donde obtenemos un resultado de 13 eventos promedio.

Para calcular la demanda tomamos en cuenta como dato principal (PEA) Dispuestas a contratar el servicio de organización de eventos sociales 536.367, multiplicando promedio obtenido de la séptima pregunta.

Tabla N. –6 Proyección de la Demanda.

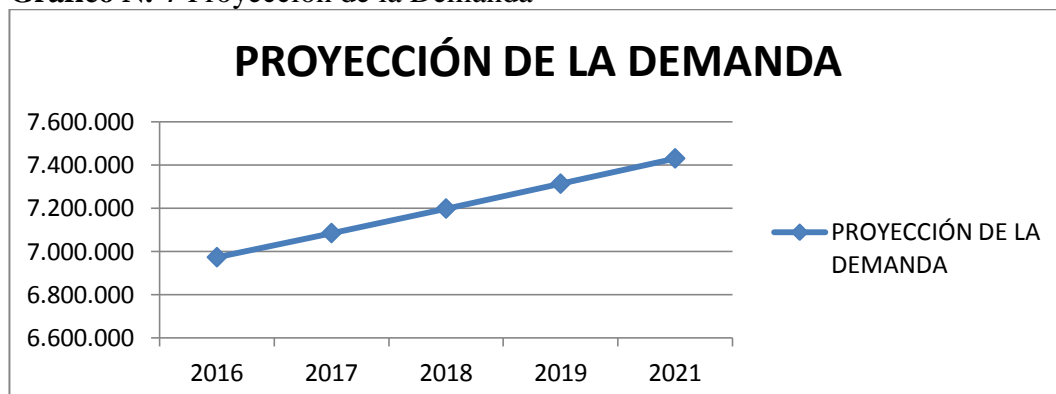
AÑO	EVENTOS
2016	6.972.771
2017	7.084.335
2018	7.197.685
2019	7.312.848
2021	7.429.853

Fuente: Investigación del Mercado.

Elaborado por: La Autora

En base al cálculo que hemos obtenido en el cuadro anterior, establecemos la demanda de 6.972.771 eventos anuales.

Gráfico N.-7 Proyección de la Demanda



Fuente: Investigación del Mercado.

Elaborado por: La Autora

La oferta se refiere a las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado. Complementando ésta definición, ambos autores indican que la ley de la oferta son las cantidades de una mercancía que los productores están dispuestos a poner en el mercado, las cuales, tienden a variar en relación directa con el movimiento del precio, esto es, si el precio baja, la oferta baja, y ésta aumenta si el precio aumenta. (Laura Fisher y Jorge Espejo, autores del libro “Mercadotecnia”).

Para el presente proyecto como referencia de la oferta existente se toma como referencia ciertos competidores del mercado que por el servicio que prestan tienen uno o más similitudes con el conjunto de servicios que se pretende prestar por la nueva empresa.

Tomando como referencia el análisis de la competencia gráfico No. 08 y su capacidad semanal para realizar eventos sociales de diversa índole, se sacó un total de eventos anuales y este valor se multiplicó por el número total de empresas actualmente activas 40 empresas, las cuales brindan un servicio similar a las empresas investigadas y que están registradas dentro de la Superintendencia de Compañías.

Gráfico N.-8 Análisis de la competencia

Nombre de la Empresa		ELOGIC EVENTS	FLOR EVENT	GRUPO BARLOVENTO
TIPO DE SERVICIO DE OFRECE	BANQUETES	X	X	X
	DECORACIÓN	X	X	X
	MENAJE	X	X	
	OTROS	X	X	X
TIPOS DE EVENTOS QUE REALIZAN		Eventos sociales y Empresariales	Eventos sociales y Empresariales	Eventos sociales
No DE EVENTOS QUE REALIZAN A LA SEMANA		20	16	30
PRECIO PROMEDIO POR EVENTO		\$ 60	\$ 50	\$ 40
CAPACIDAD MAX. POR EVENTO		300	250	250
MES/ TEMPORADAS CON MAS VENTAS		TODO EL AÑO	NOVIEMBRE-DICIEMBRE	DICIEMBRE

Fuente: Investigación del Mercado.

Elaborado por: La Autora

Tabla N.- 7 Oferta Anual de la competencia.

	COMPETIDOR 1	COMPETIDOR 2	COMPETIDOR 3	TOTAL	TOTAL GENERAL
OFERTA ANUAL DE LOS COMPETIDORES	960	768	1.440	3.168	126.720

Fuente: Investigación de mercado.

Elaborado por: La Autora

Para la oferta actual de presente proyecto se tomó en cuenta únicamente a empresas que prestan un servicio un tanto similar al que se quiere ofrecer con la nueva empresa y su producción anual (número de eventos sociales que atienden por año).

El cálculo de la proyección de la oferta en los próximos 5 años, se basa en la tasa de crecimiento del producto interno bruto (PIB) 1,3%.

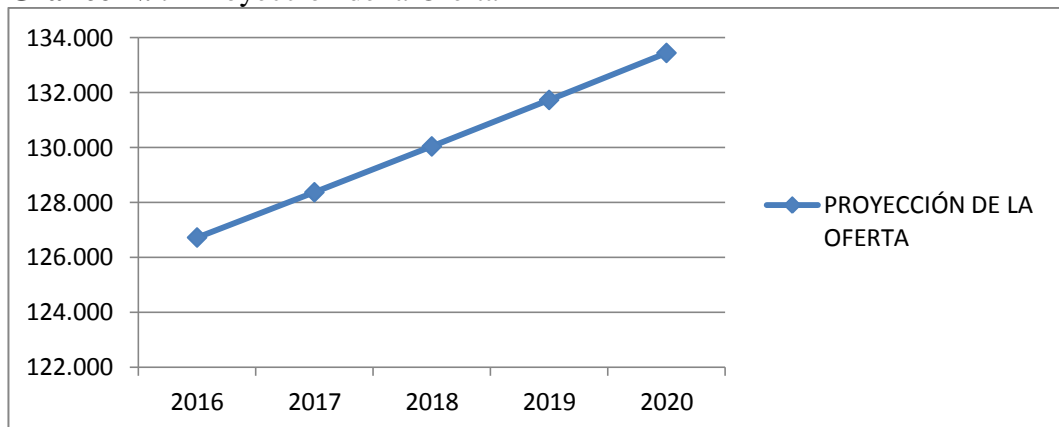
Tabla N. – 8 Proyección de la Oferta

AÑO	OFERTA
2016	126.720
2017	128.367
2018	130.036
2019	131.727
2020	133.439

Fuente: Investigación del mercado.

Elaborado por: La Autora.

Gráfico N.-9 Proyección de la Oferta



Fuente: Investigación del mercado.

Elaborado por: La Autora.

La demanda insatisfecha es la cual el público no ha logrado acceder al producto y/o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él.

Para determinar la demanda insatisfecha del presente proyecto se tomó como referencia la demanda proyectada y la oferta proyectada.

La curva de la demanda insatisfecha está representa por Los siguientes datos:

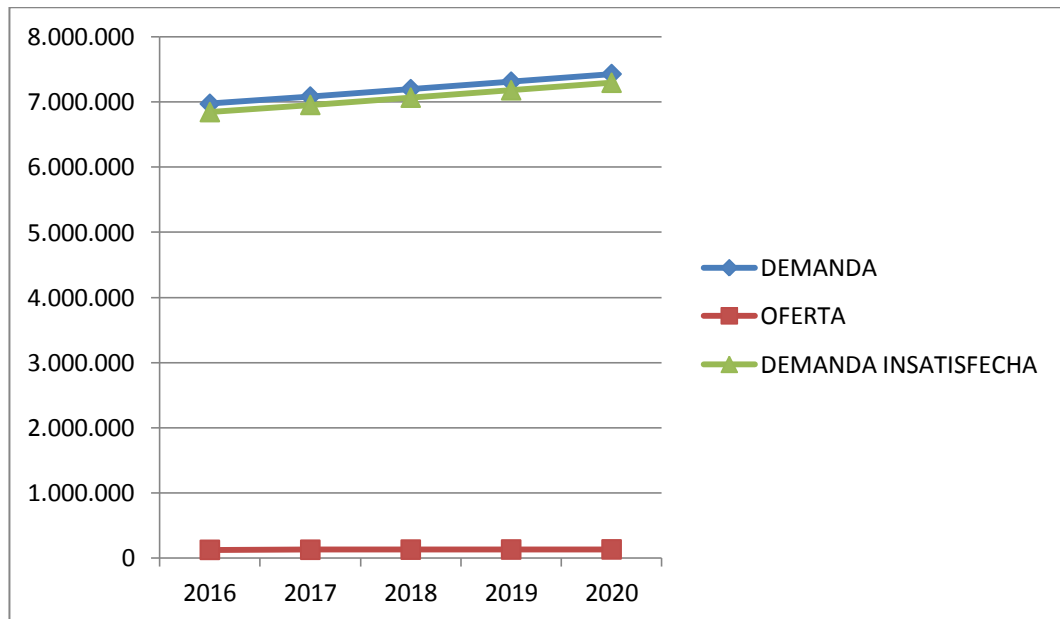
Tabla N.-9 Demanda Potencial Insatisfecha

ANO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2016	6.972.771	126.720	6.846.051
2017	7.084.335	128.367	6.955.968
2018	7.197.685	130.036	7.067.649
2019	7.312.848	131.727	7.181.121
2020	7.429.853	133.439	7.296.414

Fuente: Investigación del mercado.

Elaborado por: La Autora.

Gráfico N.-10 Demanda Potencial Insatisfecha



Fuente: Banco Central del Ecuador (INEC-CENSO2010)

Elaborado por: La Autora

La demanda insatisfecha demuestra que existe un potencial mercado para el plan de negocios de la creación de una empresa de organización de eventos sociales y empresariales, con la finalidad de profundizar en la investigación de mercado y la posible aceptación de la propuesta comercial por los potenciales usuarios se realizó una encuesta. Se tomó como universo la población de 20 a 50 años del Distrito Metropolitano de Quito del Sector Norte.

Para el estudio de mercado de la empresa de organización de eventos sociales, la ciudad de Quito sector Norte; la herramienta de investigación de mercado que se va utilizar es la “Prueba piloto”; por ello se seleccionó una pequeña muestra puesto que se consideró que es una prueba crucial, ya que permite probar las fortalezas y las debilidades de la encuesta, si se encuentra bien diseñada y si es absolutamente clara para las empresas encuestadas, también ayuda a entrenar a los encuestadores y verificar si el proyecto es bien aceptado y factible para las diferentes empresas. De los resultados de la prueba piloto usualmente sugieren algunas modificaciones antes de aplicar oficialmente la encuesta.

Muestra

El marco muestral utilizado para obtener la información de los elementos que son analizados, es de base de datos del INEC. Las personas responsables de las encuestas están capacitadas para desarrollar dicha labor y así evitar influencias en el procedimiento de recolección de información.

Tipo de Muestreo

El tipo de muestreo que se aplicó en el desarrollo de este trabajo es Muestreo Aleatorio Simple.

Para la aplicación de la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{[(S_2) * (P*Q*N)]}{[(e^2)*(N-1) + (S_2)*(P*Q)]}$$

Z: Nivel de confianza

S: Desviación estándar según nivel de confianza

P: Posibilidad de éxito

Q: Posibilidad de fracaso

e: Margen de error

N: Población

n: Tamaño de la muestra

SIENDO:

$$z = 95\%$$

$$s = 1,96$$

$$P = 50\%$$

$$Q = 50\%$$

$$e = 5\%$$

$$N = 765.802$$

Estadísticamente, lo anterior significa que se utilizó un nivel de confianza del 95%, lo cual refleja un margen de error del 5% en cada uno de los análisis realizados durante el proceso, y para tal calificación se encuentra en las tablas una desviación estándar de 1,96. Las posibilidades de fracaso o de éxito cuentan con un mismo porcentaje de participación es decir, la probabilidad de tener éxito con el proyecto es igual a la de obtener un fracaso.

HALLANDO:

$$n = [(s^2) * (P*Q*N)] / [(e^2) * (N - 1) + (s^2) * (P*Q)]$$

$$n = [(1.96^2) * (0.5*0.5*765.802)] / [(0.05^2)*(765.802) + (1.96^2) * (0.5*0.5)]$$

$$n = [735.476,24/1.915,4654] = 384$$

El tamaño de la muestra requerida para llevar a cabo el estudio de factibilidad para la puesta en marcha de la Empresa para la organización de eventos sociales y empresariales en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito es de 384 personas, partiendo de una población total de 765.802 personas.

2.1.2.1. Resultados de la Encuesta

PRIMERA PREGUNTA: ¿Usted Realiza algún evento social?

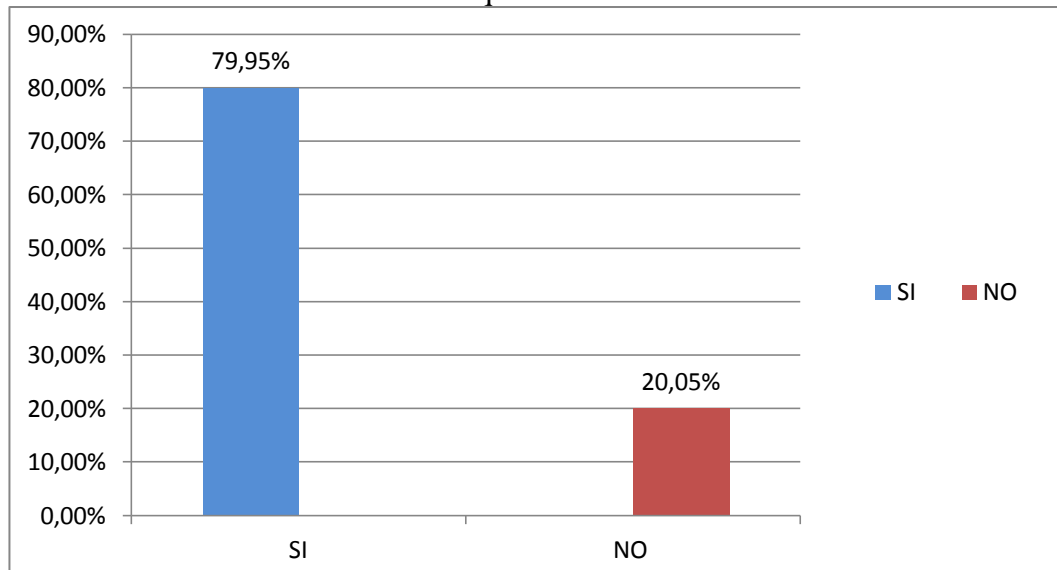
Tabla N.- 10 Número de Personas que realizan Eventos

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	307	79,95%
NO	77	20,05%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Gráfico N.-11 Número de Personas que realizan Eventos.



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La autora.

Análisis e Interpretación.

El gráfico No. 11 muestra que las 307 personas (79,95%) realizan eventos sociales y 77 personas (20,05%) no realizan eventos sociales, estos valores demuestran una gran importancia a la organización de los eventos sociales.

SEGUNDA PREGUNTA: ¿Usted contrataría alguna empresa que preste el servicio de organización de eventos sociales?

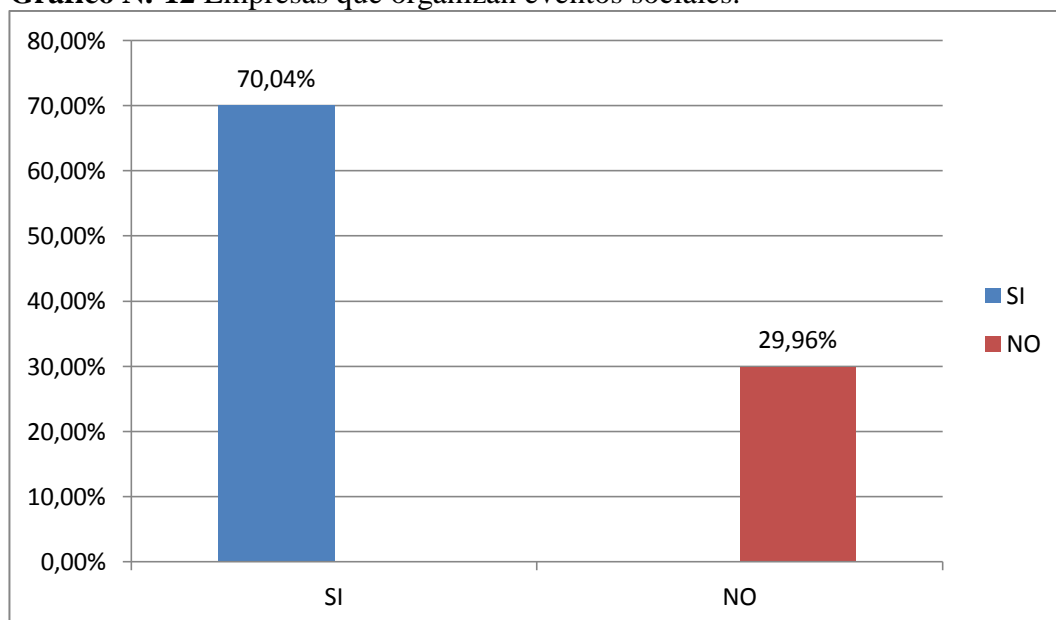
Tabla N.-11 Empresas que organizan eventos sociales.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	215	70,04%
NO	92	29,96%
TOTAL	307	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La autora.

Gráfico N.-12 Empresas que organizan eventos sociales.



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La autora.

Análisis e Interpretación.

El gráfico No.12. Demuestra que el 29,96% (92) encuestados no contratarían empresas que presten el servicio de organización de eventos sociales y el 70,04% (215) contratarían empresas que presten el servicio de organización de eventos sociales permite segmentar nuestros dos objetivos, estos se basan en el interés o importancia que tienen las personas que se han encuestado.

TERCERA PREGUNTA: ¿Qué puntos usted valoraría más en una empresa que brinda servicios de organización de eventos sociales?

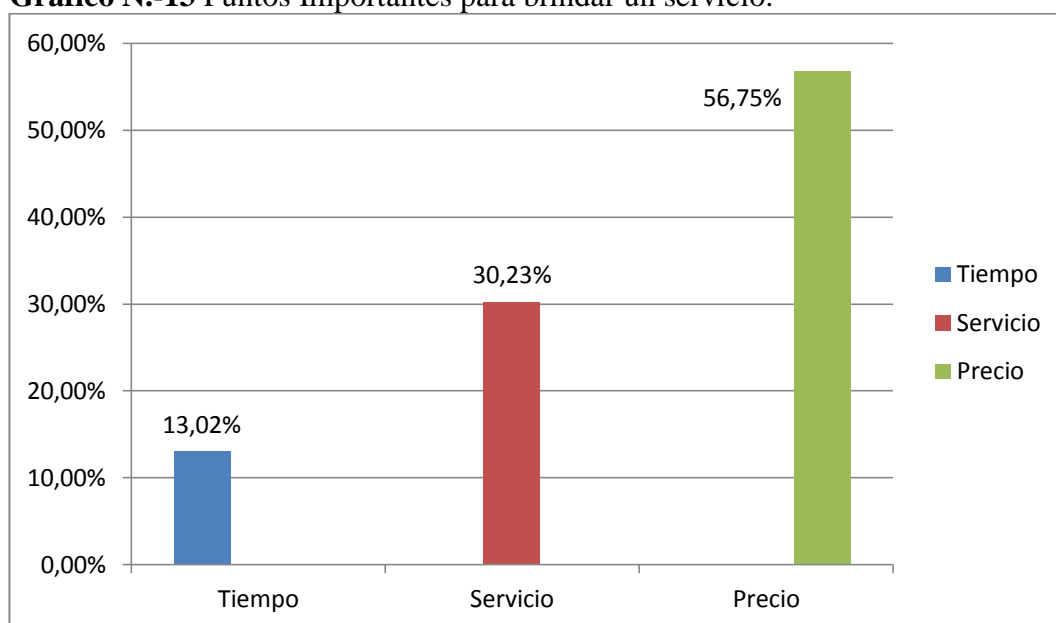
Tabla N.-12 Puntos Importantes para brindar un servicio.

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Tiempo	28	13,02%
Servicio	65	30,23%
Precio	122	56,75%
TOTAL	215	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La autora.

Gráfico N.-13 Puntos Importantes para brindar un servicio.



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La autora.

Análisis e Interpretación.

Uno de los puntos más importantes para brindar el servicio de organización de eventos sociales es el tema de precio el cual arroja un porcentaje del 56,75%, en servicio el 30,23% y en base al tiempo el 13,02%.

CUARTA PREGUNTA: ¿Qué tipo de eventos son los que realiza con frecuencia?

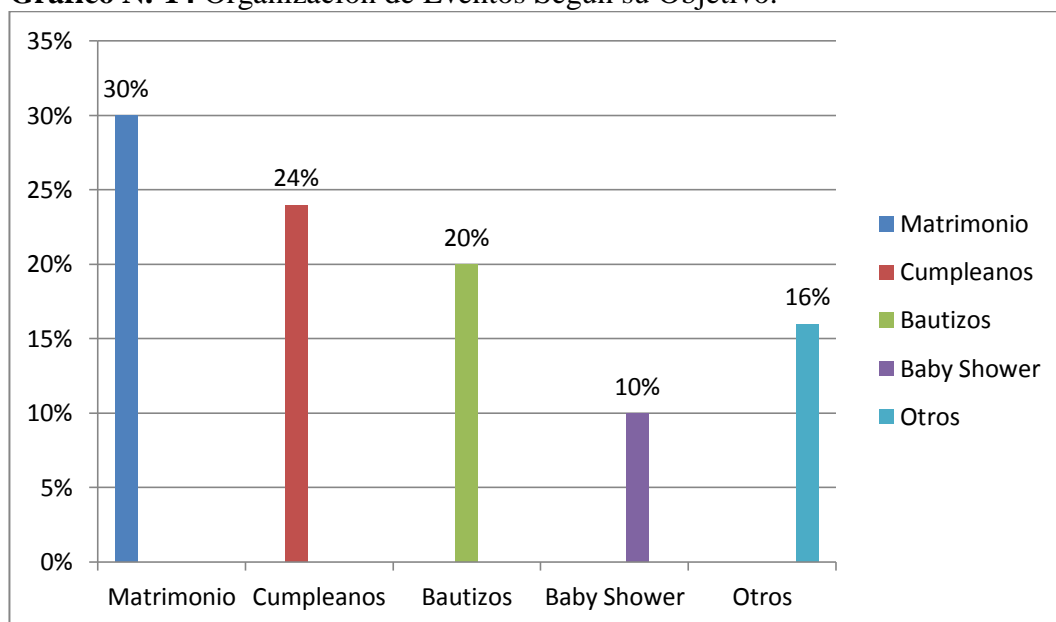
Tabla N.-13 Organización de Eventos Según su Objetivo.

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Matrimonio	65	30%
Cumpleaños	52	24%
Bautizos	43	20%
Baby Shower	22	10%
Otros	33	16%
TOTAL	215	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La autora.

Gráfico N.-14 Organización de Eventos Según su Objetivo.



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La autora.

Análisis e Interpretación.

El Gráfico No.14. Indica que de las empresas que “si” realizan regularmente eventos el 30% son matrimonios, 24% cumpleaños, 20% Bautizos, 10% Baby shower y el 16% Otros.

QUINTA PREGUNTA: ¿Cuánto Dinero Invertiría usted para realizar un evento social?

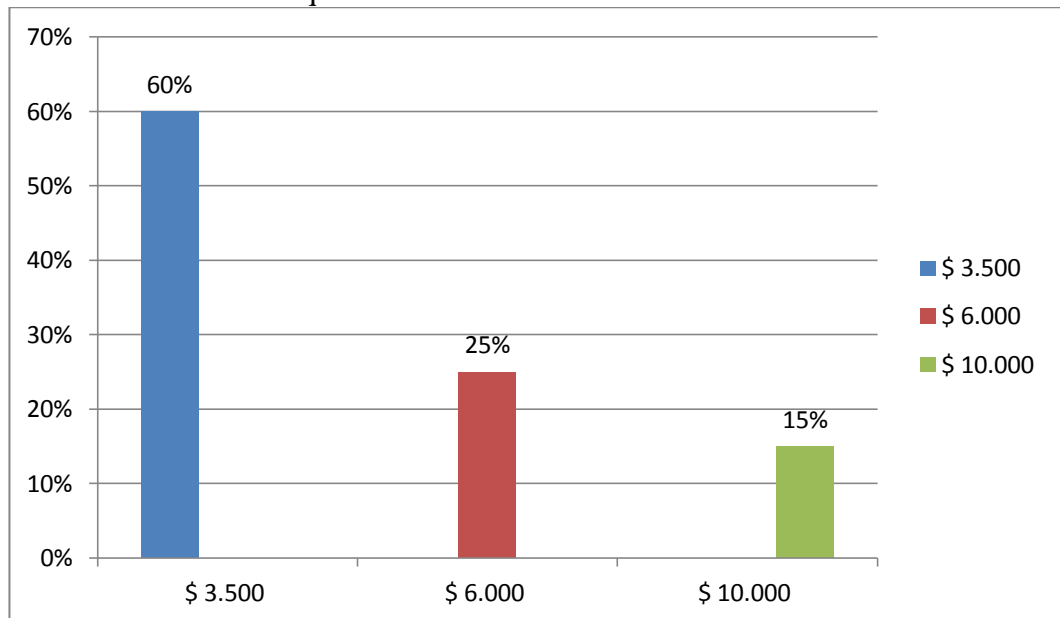
Tabla N.-14 Dinero que invierte en evento social

Variables	Frecuencia	Porcentaje
\$3.500	129	60%
\$6.000	54	25%
\$10.000	32	15%
TOTAL	215	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La autora.

Gráfico N.-15 Dinero que invierte en evento social



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La autora.

Análisis e Interpretación.

Este gráfico nos ayuda a obtener una clara visión de los precios por eventos que podríamos ofertar en los eventos sociales.

SEXTA PREGUNTA: ¿Cómo califica los servicios recibido de las empresas contratadas por usted?

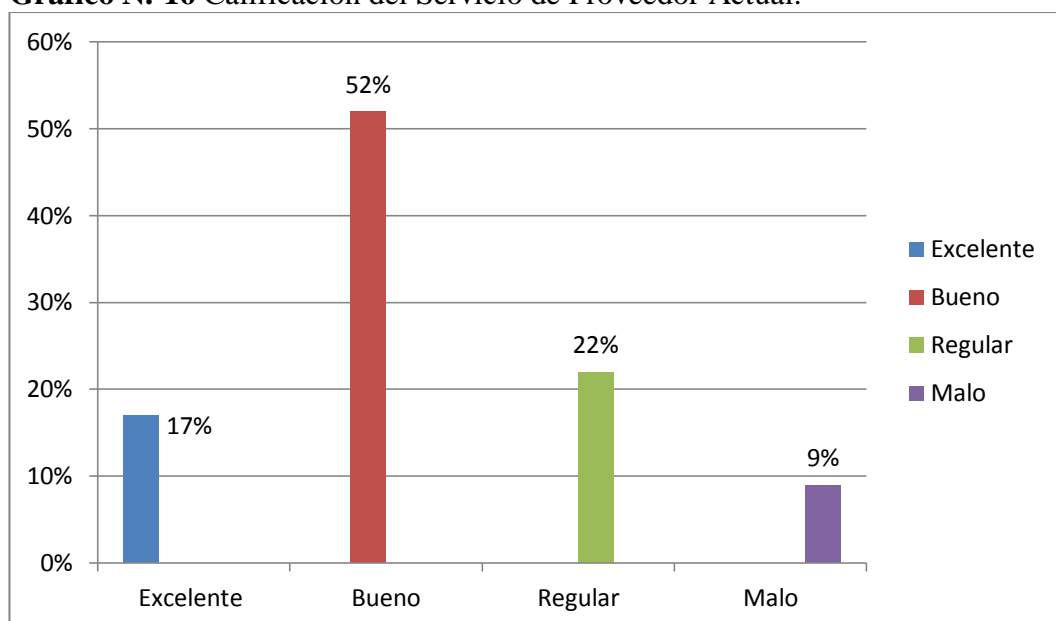
Tabla N.-15 Calificación del Servicio de Proveedor Actual.

Variables	Frecuencia	Porcentaje
EXCELENTE	37	17%
BUENO	112	52%
REGULAR	47	22%
MALO	19	9%
TOTAL	215	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: La autora.

Gráfico N.-16 Calificación del Servicio de Proveedor Actual.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora.

Análisis e Interpretación.

Observando las repuestas a estas preguntas nos damos cuenta que la mayoría de los encuestados tiene un concepto normal de la organizadora de eventos que han

contratado. Lo cual nos da la oportunidad de mejorar sus defectos y proporcionar un servicio excelente.

SÉPTIMA PREGUNTA: ¿Cuántos eventos en promedio realiza al año?

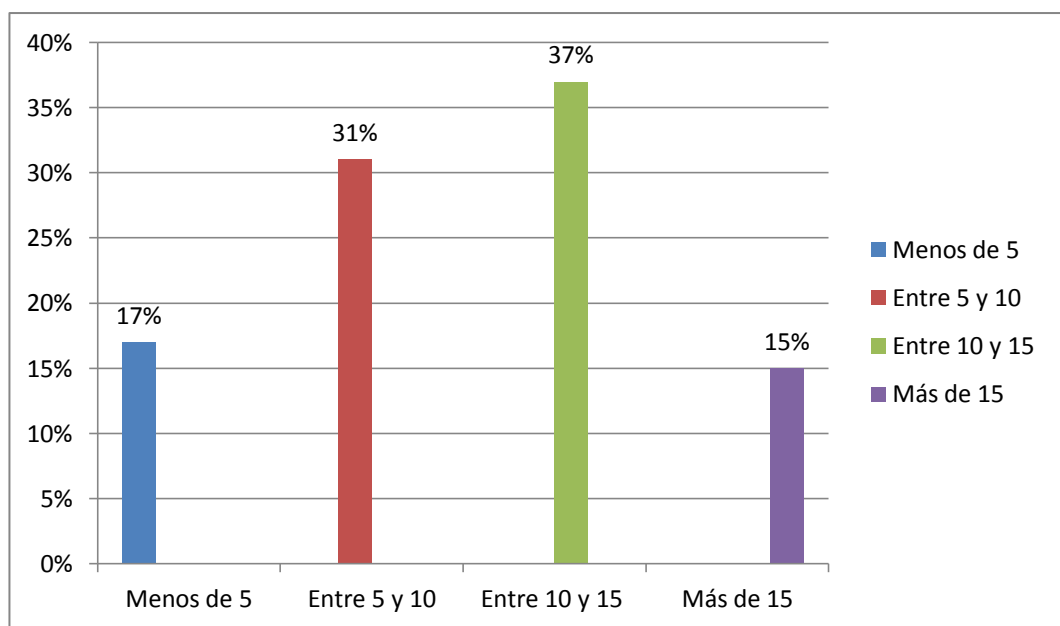
Tabla N.-16 Promedio de Eventos Realizados en el año.

Variables	Frecuencia	Porcentaje
MENOS DE 5	37	17%
ENTRE 5 Y 10	67	31%
ENTRE 10 Y 15	80	37%
MAS DE 15	31	15%
TOTAL	215	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora.

Gráfico N.-17 Promedio de Eventos Realizados en el año.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora.

Análisis e Interpretación.

El 37% de los encuestados realizan entre diez y quince eventos por año lo que permite concluir un escenario apropiado incluso desde el punto pesimista en que se obtenga un evento por mes.

2.1.3. Necesidades que cubre.

El Objetivo Principal de este proyecto es cubrir los requerimientos de servicios solicitados por el cliente al realizar un evento social o empresarial, brindando eficiencia y eficacia en cada una de las actividades que se realicen al momento de la planificación y organización del evento; el cual estará bajo la dirección de un coordinador de eventos, quién se encargará de los contratos de los distintos servicios, optimizando los recursos.

Se contará con proveedores con la mejor infraestructura, materiales, servicios y equipos adecuados para la realización de eventos como efectos especiales, sillas y mesas acorde a la ocasión, con un lugar adecuado; con un capital humano capacitado con el conocimiento requerido para la realización de los eventos, como por ejemplo: Profesionales en diseño de interiores.

2.2. DEFINICIÓN DEL SERVICIO

2.2.1. Especificación del Servicio.

La empresa tiene como objetivo la prestación de un servicio integral para cada uno de los clientes, mediante el cual se busca satisfacer las necesidades y requerimientos de éstos. Este servicio se diseñará de acuerdo a las especificaciones del cliente y de lo que espera de su evento, donde nos encargamos de todos los detalles y por menores del evento que se esté realizando.

Los servicios de la empresa de organización de eventos sociales y empresariales estarán enfocados en dos segmentos, uno principal y otro secundario:

Principal-Familiares y Sociales: En este segmento las variables más importantes a tener en cuenta son las preferencias del cliente, el presupuesto asignado a la actividad, creatividad e innovación, calidad del servicio y valor agregado.

Secundario-Empresariales: En este segmento las variables más importantes a tener en cuenta son la eficiencia y eficacia para optimizar el tiempo requerido por parte del cliente, agilidad para poder cumplir con las exigencias de última hora y cambiantes de las empresas.

Gráfico N.-18 Eventos Sociales y Empresariales

Servicios	Características	Beneficios
Asesoría de eventos corporativos. Ferias. Capacitaciones Lanzamientos de productos o servicios. Eventos masivos.	Creatividad e innovación en el evento.	Seguridad en el cumplimiento de la planificación y ahorro para el cliente.
Promoción y Publicidad.	Lanzamiento y activación de marca del cliente.	Posicionamiento de su marca en el evento.
Logística.	Servicios Integrales.	Optimización tiempo para el cliente.

Fuente: Levantamiento de Información

Elaborado por: La Autora

2.2.2. Aspectos Innovadores que proporciona.

La empresa de Organización de eventos sociales y empresariales no solo brinda el servicio de diseñar y producir eventos, sino que también nos adaptamos a proyectos ya diseñados. La combinación de personal, espectáculos e infraestructura nos permite ofrecer ideas originales para cualquier presentación de producto, creando espectáculos a su medida.

El factor de diferenciación de nuestra empresa de organización de eventos sociales y empresariales frente a la oferta actual del mercado consistirá en la calidad del servicio personalizado y la flexibilidad de la empresa para contratar, conseguir, fabricar cualquier cosa que requiera el cliente. La empresa se caracteriza por su calidad en el servicio y precios accesibles en relación a la competencia.

Los factores de éxito para la prosperidad de este negocio están directamente ligados a la efectiva integración de servicios, alianzas con proveedores claves, y recomendación y fidelización de clientes.

2.2.3. Presentación del Servicio.

La empresa diseñará un evento propio de inauguración donde se invitará a los gerentes principales que componen nuestro segmento de mercado de acuerdo al evento, esta será nuestra promoción de apertura. Uno de los principales objetivos es que los cliente sean fieles a la compañía por lo cual se les aplicará descuentos a clientes habituales o dependerá del monto y cantidad de eventos por un mismo cliente.

Dentro de los servicios ofrecidos por la empresa de organización de eventos sociales y empresariales se encuentran:

- Decoración y ambientación.
- Floristería.
- Banquetería y refrigerios.
- Musicalización.
- Iluminación.
- Papelería, tarjetería, y agradecimientos.
- Video, fotografía.
- Comunicación y promoción de un evento.

Se pretende organizar absolutamente todo el evento el cliente no deberá preocuparse de la planificación del evento, el cliente será un invitado más de su propio evento. Para ello detallaremos los puntos importantes de nuestra prestación del servicio:

Calidad: Cumplimiento, responsabilidad y eficacia en el desarrollo del evento del cual se espera la aceptación tanto de la empresa como del público en general.

Característica: Estética, creatividad y diseño en la consecución del evento, este se desarrollará con parámetros que la empresa contratista establezca previamente y de acuerdo con esto, se desarrollará el evento.g

Servicio: amable, cordial y respetuoso.

Precio: De acuerdo al evento y el tipo de negociación.

Publicidad: Sistema para satisfacer las quejas de los clientes por medio: Línea telefónica, página web, asesoría directa.

Cobertura: Venta Directa (Asesor Comercial).

Post-venta: Realizar visitas de manera periódica al cliente directo, con la finalidad de conocer si se encuentra satisfecho con el servicio prestado, así como enfocar que el servicio prestado está plenamente garantizado, con ello se permite un análisis que conlleve a determinar la imagen que tiene el cliente sobre la compañía, y a su vez deje abierta la posibilidad de ofrecer promociones sobre nuestros distintos servicios por temporadas.

2.2.4. Precio del Servicio

En lo que se refiere al precio del Servicio esto dependerá de todo lo que el evento comprenda e incluya; sin embargo, debido a la investigación y comparación con la competencia, la empresa mantendrá al rango de \$35 a \$50 dólares de los Estados Unidos por persona sin incluir impuestos.

Ofreciendo un paquete de \$35 por persona en donde se incluirá el servicio de asesoría de la organizadora de eventos, el uso de la instalaciones, montaje y mantelería de la empresa, Dj de música, un centro de mesa para cada mesa del evento, una copa de vino espumoso y un menú (entrada, plato fuerte y postre). Es

importante mencionar que el cliente es quién decidirá el menú que se servirá en su evento, escogiendo de las opciones de menú proporcionadas por la empresa.

La forma de pago que utilizará con los clientes será del 60% 15 días antes del evento, y el 40% restante el día que se realizará el evento, estos porcentajes no son precisos ya que pueden variar de acuerdo a la negociación que se lleve con el cliente, mediante la firma de un contrato.

Existirán descuentos para clientes frecuentes o por el número de eventos que realice en el año.

El plazo de entrega del servicio adquirido se lo realizará tres horas antes para que en caso de que el cliente no se encuentre satisfecho con lo realizado, se puede ejecutar el cambio.

2.2.5. Promoción y publicidad que se realizará. (Canales de Comunicación).

La promoción y publicidad se lo realizará con visitas personalizadas a las posibles empresas clientes, se contará cuñas por radio, también se realizará una página web, publicidad en redes sociales.

Se realizarán folletos, hojas volantes y trípticos en donde se detalla la información referente a los eventos y los servicios que ofrecemos, para que el cliente tenga la suficiente información y obtenga tener una buena selección del servicio.

Organización de publicidad por redes sociales para comunicar las cualidades y características de los servicios integrales que ofrece la empresa, cuyo objetivo consiste en persuadir a los clientes a adquirir nuestro servicio.

Cada público objetivo y punto de contacto recibirá comunicación con mensajes ajustados a las necesidades específicas y de interés. La información será relevante, concisa, sofisticada y cargada en contenido visual.

Los Asesores Comerciales son los encargados de realizar las ventas de los diferentes paquetes de servicios que ofrece la compañía, en base a sus conocimientos adquiridos para realizar montaje de eventos.

2.2.6. Sistema de Distribución a utilizar. (Canales de Distribución)

Las actividades que realiza la empresa para hacer accesible el servicio al mercado meta se basa en una política de distribución directa, con una oficina central en la ciudad de Quito destinada a la atención de clientes; y un canal directo mediante contacto presencial, telefónico, redes sociales y pagina web.

Por ser una empresa de servicios, son pocos los productos que se manejarán directamente, por lo regular los productos que se manejarán son propiedad de alguno de los proveedores que trabajan directamente con la empresa.

Se implementará dentro de la organización un sistema que almacene toda la información referente a la empresa, mediante un software de procesos administrativos, financieros y contable.

2.2.7. Seguimiento de Clientes.

El Asesor Comercial será el encargado de dar el seguimiento a nuestros clientes con una llamada cordial preguntando sobre la satisfacción de nuestros servicios.

Se debe contar con una base de datos de nuestros clientes y proveedores, recopilando la información específica de todos los eventos realizados y todos los clientes atendidos. Esto con el fin de darle seguimiento a cada cliente y mantener por medio de un CRM (Gestión de Relaciones con el Cliente) contacto con ellos, tratando siempre de buscar nuevos negocios y mejoras dentro y fuera de la organización.

Lo que se busca cuando se piensa en utilizar un sistema como el CRM es cumplir los objetivos planteados por medio de la misión y visión de la empresa.

2.2.8. Especificar Mercados Alternativos.

En el mercado de Organización de eventos sociales y empresariales, la empresa de este tipo podrá mantener servicios alternativos como catering, decoración, arreglos florales, repostería, publicidad de productos o servicios de los clientes empresarios.

2.3. DEFINICIÓN DE LA COMPETENCIA

En el mercado, cada producto tiene alternativas de sustitutos y complementarios. Los productos sustitutos son aquellos que en caso de la carencia o falta de cierto producto vienen a reemplazar al original, dejando un nivel menor de satisfacción; mientras que los complementarios son aquellos que de cierta manera forman un complemento al producto original. (Kotler, Bowen, & Makens, 2005, Cap.8)

2.3.1. Descripción de la Competencia.

Gráfico N.-19 Descripción de la Competencia

Competidor	Detalle de la Oferta	Servicio	Ventaja Competitiva
Elogic Events	<ul style="list-style-type: none"> • Un equipo de eventos experimentado • Infraestructura necesaria para eventos empresariales 	<ul style="list-style-type: none"> • Decoración y ambientación • Shows y animaciones • catering 	<ul style="list-style-type: none"> • Dos segmentos de eventos prediseñados de diferentes categorías,
Flor Event	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación integral de eventos, empresa familiar 	<ul style="list-style-type: none"> • Decoración y ambientación Shows y animaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Eventos en diferentes lugares con el servicio y

		catering	las instalaciones del club campestre
Grupo Barlovento	•Planeación integral de eventos sociales, sin tener definido ningún lugar físico.	• Decoración y ambientación •Shows y animaciones	•Amplitud de servicio de catering opciones de salones

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Gráfico N.-20 Análisis descriptiva de la Competencia

Competidor	¿A quién le vende?	¿Qué servicio vende?	¿A qué precio?	Canales de Comunicación	Canales de Distribución
Elogic Events	•Corporativo •Familiar	•Logística •Equipos Catering	Entre \$50-\$60	Página Web, Redes sociales.	Internet
Flor Event	•Corporativo •Familiar	•Servicio Social y Empresarial	Entre \$40-\$50	Página Web, Redes sociales.	Internet
Grupo Barlovento	•Corporativo •Familiar	•Servicio de Catering	Entre \$40-\$50	Página Web, Redes sociales,	Internet, Revistas

Fuente: Investigación de Mercado.

Elaborado por: La Autora

2.3.2. Definir Puntos Fuertes y débiles de la Competencia, compararlos con los del proyecto propio.

Para definir los puntos fuertes y débiles de la competencia en comparación a nuestra empresa, se elabora un cuadro comparativo:

Gráfico N.- 21 Comparativo de la Competencia

Empresas	Tecnología de Punta		Estrategia Comercial		Recursos Humanos		Infraestructura		Experiencia	
	si	no	si	no	si	no	si	no	si	no
Elogic Events	x		x		x			x	x	
Grupo Barlovento	x		x		x		x		x	
Dupla		x		x	x		x		x	

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Gráfico N.- 22 Descriptivo de la Competencia

	Debilidades	Fortalezas
PROYECTO PROPIO	•Posicionamiento de marca en el mercado.	•Servicio Integral en Organización de eventos sociales y empresariales
		•Implementación de un software de selección de proveedores en base a costo-beneficio.
	•Inexistencia del servicio de alojamiento.	• Personal capacitado en programación y mejoramiento para asesoría comercial.
		•Atención Personalizada.
COMPETENCIA	• Su evento no es la única prioridad	• Posicionamiento de la Marca
	• Impersonal	• Instalaciones e infraestructura
	• No es posible tercerizar logística y catering.	• Equipo de servicio

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

2.4. COSTOS DEL SERVICIO, POR PERÍODOS.

2.4.1. Determinación de Costos Variables.

Para la determinación de los costos variables para el servicio que prestará la Empresa de Organización de eventos sociales y empresariales, se tomará en cuenta los costos detallados en el siguiente cuadro:

Tabla N.-17 Costos Variables.

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD REQUERIDA MENSUAL	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Servicio de Meseros	\$	5	\$ 100	\$ 500	\$ 6.000
Decorador	\$	1	\$ 120	\$ 120	\$ 1.440
Comisión de Asesores evento pequeño (80-100pax) (1%)	\$	2	\$ 0,35	\$140	\$ 1.680
Comisión de Asesores evento mediano (100-150pax) (1.5%)	\$	2	\$ 0,60	\$ 360	\$ 4.320
Comisión de Asesores evento grande (150-200pax) (2%)	\$	2	\$1,00	\$ 800	\$ 9.600
Costo Adquisición Evento pequeño (80-100pax)	\$	1	\$15	\$ 12.000	\$ 144.000
Costo Adquisición Evento mediano (100-150pax)	\$	1	\$20	\$ 16.000	\$ 192.000
Costo Adquisición Evento grande (150-200pax)	\$	1	\$25	\$ 20.000	\$ 240.000
TOTAL DE COSTOS VARIABLES			\$ 281,95	\$ 49.920	\$ 599.040

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

2.4.2. Determinación de Costos Fijos

Los costos fijos de la empresa de organización de eventos sociales y empresariales son aquellos que necesariamente tiene que incurrir la empresa al iniciar sus operaciones como:

Tabla N.-18 Costos Fijos

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
GERENTE GENERAL	\$	\$800,00	1	\$800	\$9.600
GERENTE COMERCIAL	\$	\$700,00	1	\$700	\$8.400
GERENTE FINANCIERO	\$	\$700,00	1	\$700	\$8.400
COORDINADOR DE EVENTOS	\$	\$600,00	1	\$600	\$7.200
ASESORES COMERCIALES	\$	\$500,00	2	\$1.000	\$12.000
ASISTENTE DE COMPRAS	\$	\$450,00	1	\$450	\$5.400
ARRIENDO DE OFICINA	\$	\$600,00	1	\$600,00	\$7.200
SERVICIO BÁSICOS:LUZ ELÉCTRICA	\$	\$40,00	1	\$40,00	\$480
AGUA POTABLE	\$	\$30,00	1	\$30,00	\$360
TELÉFONO CONVENCIONAL E INTERNET	\$	\$50,00	1	\$50,00	\$ 600
GASTOS CONSTITUCIÓN	\$	\$778,65	1	\$778,65	\$ 778,65
PROVISIONES:IESS, DÉCIMOS, VACIONES	\$	-	1	\$1.063,88	\$12.766,50
FLAYERS PUBLICITARIOS	\$	\$ 0,10	200	\$20,00	\$240
INTERESES POR PRÉSTAMO	\$	-	1	\$75,12	\$901,41
DEPRECIACIÓN	\$	-	1	-	\$3.176,89
TOTAL COSTOS				\$5.843,77	\$64.736,95

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

2.4.3. Determinación de Costos Totales

El costo total es la suma de todos los costos en que incurre la empresa durante el proceso productivo. Estos costos son: Costo de las materias primas, costo de la

mano de obra, mantenimiento de la planta y parte proporcional de la depreciación de la maquinaria y el equipo.

Para determinar el costo total del servicio se debe sumar el total de los costos fijos y de los costos variables tomando en cuenta el valor anual, de la siguiente manera:

Tabla N.-19 Costos Totales.

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR TOTAL
Costo Fijo	\$	\$ 64.736,95
Costo Variable	\$	\$ 599.040,00
Costo Total	\$	\$ 663.776,95

Fuente: Levantamiento de la información

Elaborado por: La Autora

2.4.4. Comparación con los precios de la competencia y explicar en que se basan las diferencias, argumentar precio fijado.

Gráfico.-23 Precios Relacionados con la Competencia

DESCRIPCIÓN	PRECIO	SERVICIO
PROYECTO PROPIO	Entre \$35 a \$50	Servicios Integrales para eventos sociales o empresariales.
COMPETENCIA	Entre \$ 40 a \$50	Solo tienen un solo servicio como por ejemplo: Catering y Montaje

Fuente: Levantamiento de información.

Elaborado por: La Autora

Los precios que se han establecido para los servicios integrales que ofrece la empresa organizadora de eventos sociales y empresariales, dependerá de todo lo que el evento comprenda e incluya; sin embargo, debido a la investigación y comparación con la competencia, la empresa mantendrá al rango de \$35 a \$50 dólares de los Estados Unidos por persona sin incluir impuestos.

CAPITULO III

ÁREA DE SERVICIOS (OPERACIONES)

3.1 DESCRIPCION DEL PROCESO

3.1.1 Descripción de proceso de transformación.

Para la descripción del proceso de transformación del servicio que ofrecemos se utilizó como herramienta de procesos el flujograma el mismo que detalla la secuencia de actividades, como por ejemplo se lo aplica en la tercerización de servicios de alimentación y los controles que se establecen. El proceso inicia con el contacto a proveedores, definiendo proveedores en internet, revistas especializadas, contactos mediante un canal electrónico o de comunicación.


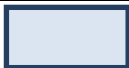







Una vez realizado el contacto y la decisión de elección de un proveedor para un servicio específico de alimentos, el proceso continúa con la firma de un contrato. En este documento se detallan las condiciones, cláusulas, obligaciones de las dos partes, tiempos, etc.

Posterior a la firma de contrato se debe realizar el pago de un anticipo por los servicios y establecer un porcentaje o valor que será establecido dentro del contrato.

Subsiguientemente se encuentra la prueba o cata del menú, esto tiene la finalidad de mantener servicios personalizados con los clientes, la empresa tendrá una oferta de menús muy variada, y al mantener un contacto directo con el cliente se debe realizar una prueba de alimentos para elegir los platos definitivos a servirse en el evento. Esta cata ofrecerá también como servicio complementario la ambientación, opciones de decoración, entre otros; creando de esta forma una diferenciación de la empresa en el mercado.

Una vez establecido el menú, el siguiente paso dentro del flujograma es la operación del servicio de alimentación; es decir, la prestación del servicio como tal. Finalizada la prestación del servicio, el último paso del proceso es el pago final de los servicios.

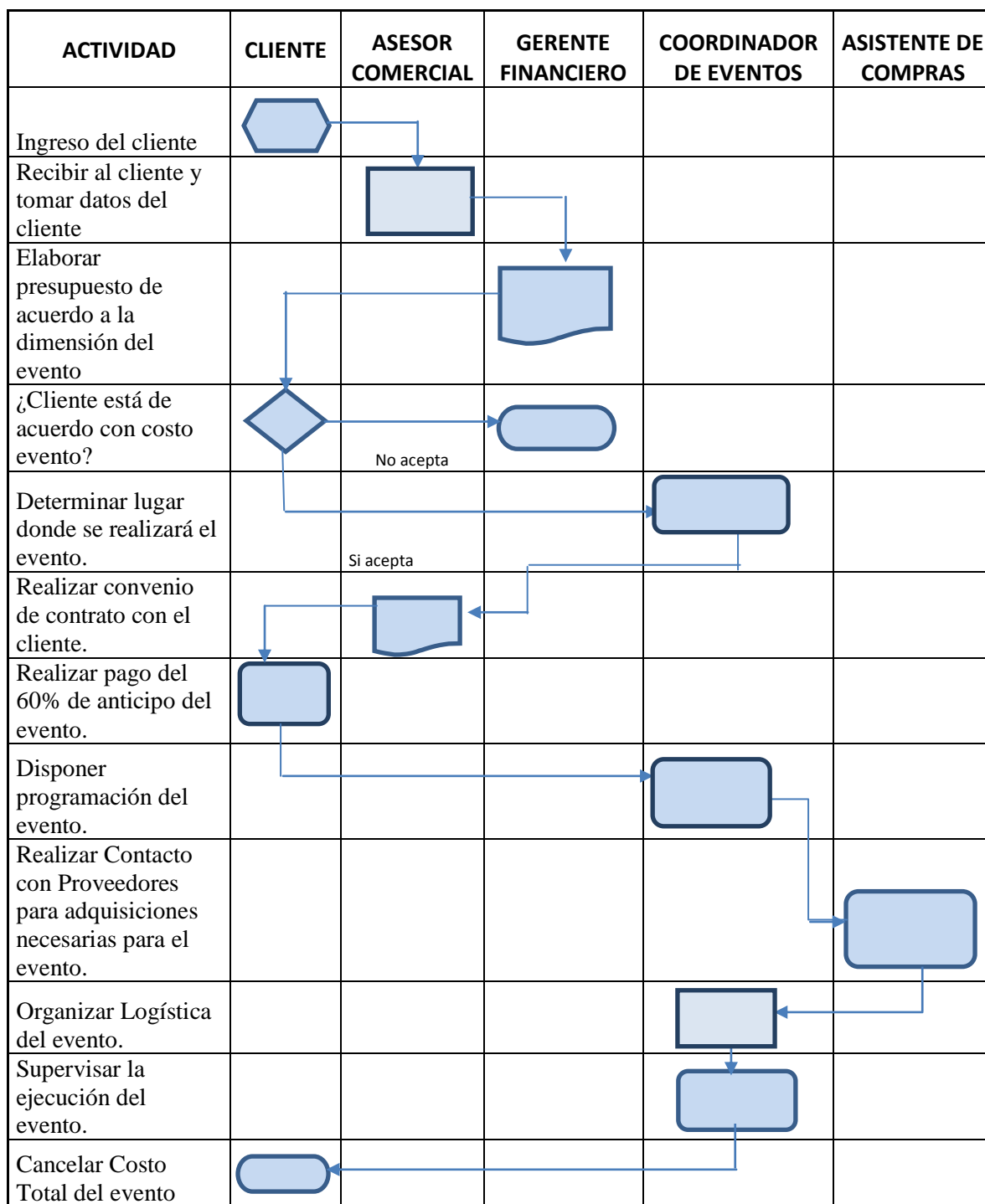
Gráfico N.-24 Simbología del Flujograma de Procesos y Sistematización de Procesos.

	INICIO
	ALMACENAMIENTO INTERNO
	DATOS
	DOCUMENTO
	DECISIÓN
	PROCESO
	CONECTOR FUERA
	PROCESO PREDEFINIDO
	FINAL

Fuente: Símbolos de un Flujograma

Elaborado por: La Autora

Gráfico N.- 25 Flujograma Funcional de Procesos y Sistematización de Procesos.

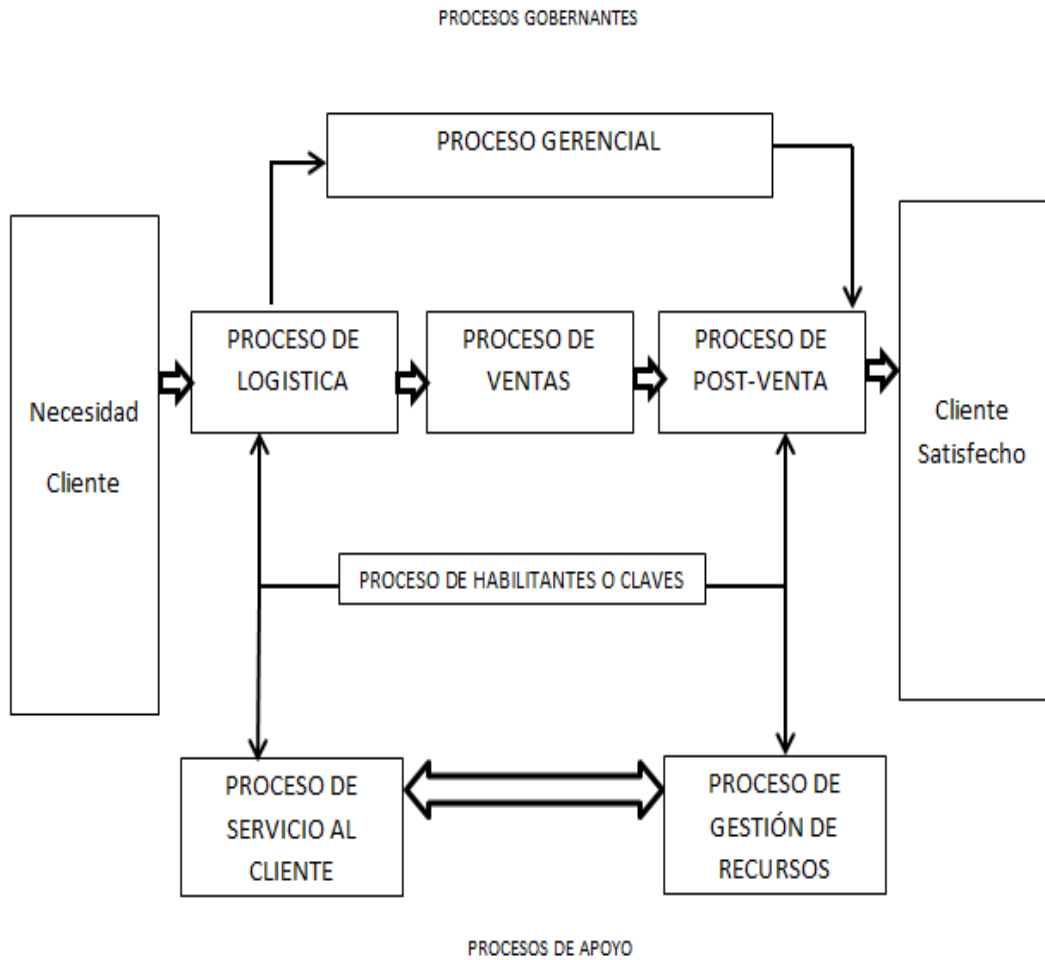


Fuente: Flujograma de Procesos

Elaborado por: La Autora

El Proceso del servicio de organización de eventos sociales y empresariales con lleva un tiempo aproximado de un mes, dependiendo del tipo de evento que requiera el cliente.

Gráfico N.-26 Mapa de Procesos.



Fuente: Levantamiento de información.

Elaborado por: La Autor

3.1.2. Descripción de instalaciones, equipos y personas

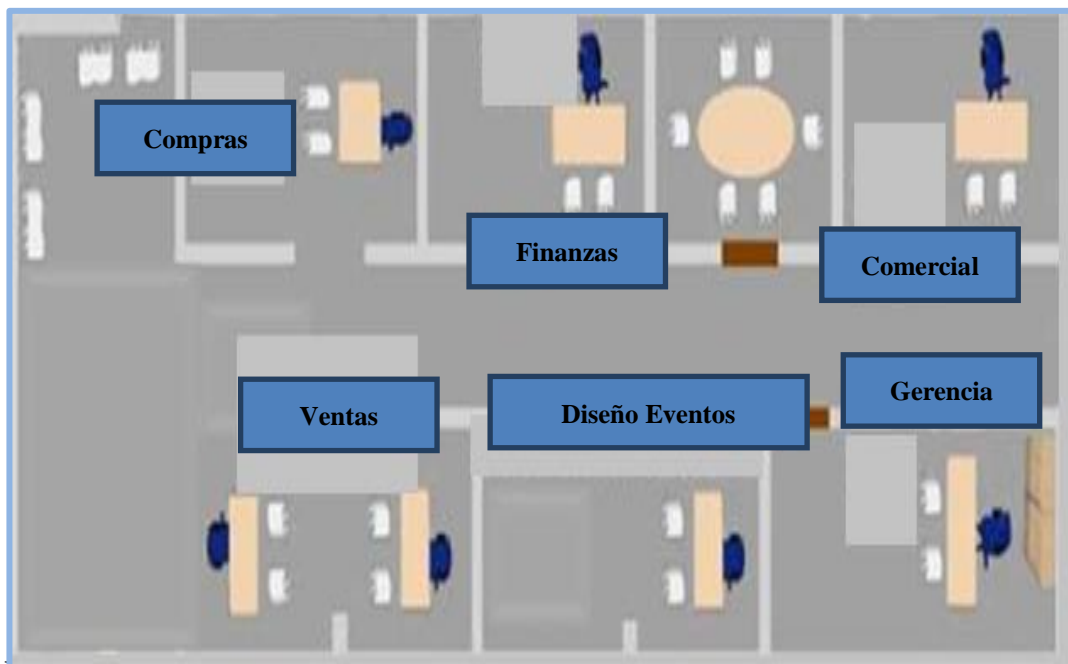
La empresa contará con equipos y muebles de oficina para atender adecuadamente a los clientes, se requiere de una infraestructura con espacios que dejen ingresar luz natural y ventilación que permita el buen funcionamiento de los equipos electrónicos, al mismo tiempo deberá ser cálida y acogedora. El local tiene 120 metros cuadrados, cuyo alquiler mensual es de \$300,00.

El desarrollo de este punto inicia mediante el uso de las referencias informativas relacionadas con el servicio. Se han tomado en cuenta los componentes necesarios para la puesta en marcha de la empresa.

Incluso la información de mercado: los volúmenes de venta pronosticados, la localización de los consumidores y los servicios adicionales requeridos por el demandante y la disponibilidad financiera para el proyecto.

Con todos estos antecedentes se procederá a recurrir a información relativa a las tecnologías disponibles en el mercado y que pueden utilizarse en el proceso del servicio objeto de estudio.

Imagen N.- 1 Plano de Instalaciones.



f uente: Diseño del plano
Elaborado por: La Autora.

Tabla N.-20 Equipos de Oficina

Cantidad	Descripción	Vida Útil	Costo unitario	Total	Porcentaje de depreciación	Depreciación Anual
4	Computadores	3	\$ 560,00	\$ 2.240,00	33,33%	\$ 746,59
1	Disco Duro extraíble (respaldo)	3	\$ 150,00	\$ 150,00	33,33%	\$ 50,00
3	Teléfonos	10	\$ 66,66	\$ 200,00	33,33%	\$ 66,66
1	Impresora Gerencia	3	\$ 240,00	\$ 240,00	33,33%	\$ 79,99
2	Impresoras laser	3	\$ 220,00	\$ 440,00	33,33%	\$ 146,65
1	Servidor	3	\$ 750,00	\$ 750,00	33,33%	\$ 249,98
1	Televisor de 21 Pulgadas	3	\$ 354,00	\$ 354,00	33,33%	\$ 117,99
1	Escáner	3	\$ 180,00	\$ 180,00	33,33%	\$ 59,99
4	Proyectores	10	\$ 950,00	\$ 3.800,00	33,33%	\$ 1.266,54
TOTAL			\$ 3.470,66	8.354,00		\$ 2.784,39

Fuente: Levantamiento de Información.

Elaborado por: La Autora.

Tabla N.-21 Muebles de Oficina

Cantidad	Muebles	Vida Útil	Costo Unitario	Total	Porcentaje de depreciación	Depreciación Anual
7	Escritorios	10	\$ 200,00	\$ 1.400,00	10,00%	\$ 140,00
7	Sillas de escritorio	10	\$ 75,00	\$ 525,00	10,00%	\$ 52,50
10	Sillas	10	\$ 25,00	\$ 250,00	10,00%	\$ 25,00
1	Mesa juntas	10	\$ 850,00	\$ 850,00	10,00%	\$ 85,00
1	Archivador	10	\$ 350,00	\$ 350,00	10,00%	\$ 35,00
1	Centro de audio	10	\$ 550,00	\$ 550,00	10,00%	\$ 55,00
TOTAL			\$ 2.050,00	\$ 3.925,00		\$ 392,50

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora.

Tabla N.-22 Capacidad Instalada Personal

Actividad	No de Personas	Horas-Hombre
Gerente General	1	8 horas diarias
Gerente Comercial	1	8 horas diarias
Gerente Financiero	1	8 horas diarias
Coordinador de Eventos	1	8 horas diarias
Asesores Comerciales	2	8 horas diarias
Asistente de Compras	1	8 horas diarias
Meseros	5	Mínimo 5 horas de acuerdo a contrato/ pago por hora.

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora.

3.1.3 Tecnología a aplicar

Se implementará un Sistema software que nos permita mantener información de nuestros clientes y proveedores adecuadamente con el fin de que el negocio se pueda manejar de una manera ordenada.

Adicionalmente, para promocionar nuestro servicio y acceder a los clientes se utilizará herramientas como whatsapp, por medio del cual se mantendrá contacto directo con los clientes. Además, por medio de Facebook o Instagram se creará una página promocional de los servicios que proporciona la compañía.

3.2 FACTORES QUE AFECTAN EN EL PLAN DE OPERACIONES

3.2.1 Ritmo de Servicio

Para saber cuál va a ser la demanda potencial de la empresa debemos conocer cuántos eventos vamos a organizar en un año; para esto definiremos las expectativas de cubrir el mercado potencial tomando como dato principal los 6.846.051 de la demanda insatisfecha, que aceptan adquirir nuestros servicios; lo cual el 5% será la expectativa a cubrir en el año.

Para esto partiremos de un escenario moderado en el que cada una de las empresas objetivas realizar 31 eventos pequeños 21 eventos medianos y 17 eventos grandes al año, basado en punto equilibrio realizado en la parte financiera.

Tabla N.- 23 Expectativas de Eventos a Cubrir en un año.

Eventos promedio al año (pequeños).....	33
Eventos promedio al año (mediano).....	22
Eventos promedio al año (grande).....	18
Total de la demanda insatisfecha.....	6.846.051
% Expectativas a cubrir en un año.....	5%
Expectativas de eventos a cubrir en el año	342

Fuente: Levantamiento de información.

Elaborado por: La Autora.

Debido a que las expectativas de atender la demanda se encuentra sujeta a la capacidad productiva de la empresa en el servicio que ofrecemos, esta va a cubrir el 5% de los eventos de la demanda insatisfecha de la industria de servicio de eventos sociales y empresariales, que serían trecientos cuarenta y dos eventos que se van a diseñar en un año.

3.2.2. Nivel de inventario promedio.

Los servicios que se proporcionan se realizan gracias a la aportación de productos de nuestros proveedores. Ellos nos proveen todo lo necesario para que podamos ofrecer lo mejor a nuestros clientes con un precio inferior al de otras empresas del sector.

Los servicios que la empresa de organización de eventos sociales y empresariales, solicitará a sus proveedores para la realización de sus eventos entre otros se tendrá como stock promedio de materiales los siguientes:

Gráfico N.- 27 Lista de Materiales.

DESCRIPCIÓN	Eventos Pequeños (100 personas)	Eventos Medianos (150 personas)	Eventos Grandes (200 personas)
SERVICIO DEL EVENTO			
MENÚ	100(platos por persona)	150(platos por persona)	200(platos por persona)
BEBIDAS-SIN ALCOHOL	2(vasos por persona)	2(vasos por persona)	2(vasos por persona)
BEBIDAS CON ALCOHOL	12 botellas	16 botellas	24 botellas
BOCADITOS	100 (5 por mesa)	100 (5 por mesa)	100 (5 por mesa)
MENAJE-PARA INVITADOS	100 (1 por invitado)	150 (1 por invitado)	200 (1 por invitado)
MENAJE-PARA MESAS	20 mesas;40 manteles; 100 sillas; 100 cubre sillas y lazos	25 mesas; 50 manteles; 150 sillas; 150 cubre sillas y lazos	40 mesas;80 manteles; 200 sillas; 200 cubre sillas y lazos
DECORACIÓN	20 centros de mesas 1 opción de decoración	25 centros de mesas 1 opción de decoración	40 centros de mesas 2 opción de decoración
COCINEROS	1 con ayudante	1 con ayudante	1 con 2 ayudantes
MESEROS	2 meseros	3 meseros	5 meseros

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: La Autora

El servicio que la empresa de organización de eventos sociales y empresariales, preste a sus clientes dependerá de un 70% de pago de sus proveedores, por lo que una de las tareas más difíciles e importantes de la empresa es la búsqueda de proveedores de servicios confiables, responsables y con calidad.

3.2.3 Número de trabajadores.

Gráfico N.-28 Número de Trabajadores Fijos

TRABAJADOR	CARGO	FUNCIÓN	FIJO O VARIABLE
1	Gerente General	Planificar-Organizar - Controlar-Dirigir- Integrar Personal	Fijo
1	Asistente de Compras	Realizar el proceso de compras.	Fijo
1	Gerente Comercial	Comercializar, imagen y mercadeo de la empresa.	Fijo
2	Asesores Comercial	Organizar y evaluar el proceso completo de prestación del servicio	Fijo
1	Coordinador de Eventos	Dirigir y Diseñar la realización del evento	Fijo
1	Gerente Financiero	Generar los presupuestos, balances, manejo de cuentas de la empresa	Fijo
1	Meseros	Servicio de atención al cliente	Variable

Fuente: Levantamiento de información.

Elaborado por: La Autora

3.3 CAPACIDAD DE SERVICIO

3.3.1 Capacidad Futura del Servicio.

Este aspecto marca el nivel máximo de la oferta del servicio al que podrá llegar la empresa, haciendo uso del 100% en cada uno de los factores o elementos que intervienen en el proceso de prestación del servicio. Para poder satisfacer los servicios semanales, la empresa contará con los siguientes elementos:

- Materiales para arreglo y decoración del local.
- Equipo portátil para ambientación musical.
- Personal capacitado.

Existirá un grupo de trabajo conformado por: 1 decorador de interiores, 2 asistentes, 2 asistentes vendedoras; los que laborarán en el periodo que les lleve realizar la tarea asignada a cada uno de ellos (trabajo por obra cierta).

Tabla N.- 24 Capacidad Futura del Servicio.

Servicio	Cant. Anual	V/unit evento	P.V.P	2016	Cant. Anual	P.V.P	2017	Cant. Anual	P.V.P	2018	Cant. Anual	P.V.P	2019	Cant. Anual	P.V.P	2020
Planificación de evento social y empresarial pequeño (80-100pax)	33	\$ 35	\$ 35	\$ 1.155	49,5	\$ 35,70	\$ 1.767,15	74,25	\$ 36,41	\$ 2.703,74	111	\$ 37,14	\$ 4.136,72	167	\$ 37,89	\$ 6.329,18
Planificación de evento social y empresarial mediano(100-150pax)	22	\$ 40	\$ 40	\$ 880	33	\$ 40,80	\$ 1.346,40	49,5	\$ 41,62	\$ 2.059,99	74	\$ 42,45	\$3.151,79	111	\$43,30	\$ 4.822,24
Planificación de evento social y empresarial grande (150-200pax)	18	\$ 50	\$ 50	\$ 900	27	\$ 51,00	\$ 1.377,00	40,5	\$ 52,02	\$ 2.106,81	61	\$ 53,06	\$ 3.223,42	91	\$ 54,12	\$ 4.931,83

Fuente: Levantamiento de información.

Elaborado por: La Autora.

3.4 DEFINICION DEL SERVICIO.

3.4.1 Especificación de servicio y grado de sustitución que pueden presentar.

La organización de eventos sociales y empresariales es un servicio original, innovador que muy pocas empresas lo brindan de manera óptimas y eficaz en la ciudad de Quito mismo que hoy en día el uso de este tipo de servicio es muy frecuente para la satisfacción del cliente.

Sin embargo a pesar de que el grado de competencia no es muy grande, en los próximos años podría darse un crecimiento considerable del sector.

En el siguiente gráfico se muestra la importancia y el grado de sustitución que existe para empresa:

Gráfico N.-29 Grado de Sustitución

SERVICIO	IMPORTANCIA DEL SERVICIO	GRADO DE SUSTITUCIÓN
Eventos Sociales: Matrimonio, bautizo, primera comunión, confirmación, cumpleaños, etc.	-Exclusividad, Estatus, éxito, dinamismo, Juventud y creatividad. -Servicio Integral.	-Empresas que ofrecen servicios similares para este tipo de eventos (catering).
Eventos Corporativos: Lanzamientos de productos, seminarios, reconocimientos, etc.	-La oportunidad de dar a conocer al público los nuevos productos, servicios y tendencias, de las empresas.	-Agencias de publicidad que ofrece promoción y publicidad a los eventos.

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

3.5 CALIDAD

Las características principales que se deben evaluar en la prestación de servicios de organización de eventos sociales y empresariales, es la calidad de atención al cliente y si el servicio satisface apropiadamente sus necesidades y requerimientos. Para ello se elaborará una encuesta de satisfacción en la que se medirá el tipo de quejas más frecuentes.

Se utilizará como herramienta de Control de Calidad al Diagrama de Pareto en el que se evidenciará claramente las insolencias del servicio en caso de que se presentaran.

Adicionalmente adjunto un ejemplo de cómo se aplicará el diagrama.

Tabla N.- 25 Datos Diagrama de Pareto

Tipos de Quejas	Frecuencia	% Relativo	% Relativo Acumulado
Falta de atención al cliente	55	25%	25
Servicio fuera de Tiempo	25	55%	80
Incumplimiento requerimiento del cliente	20	20%	100
TOTAL	100	100%	

Fuente: Levantamiento de información

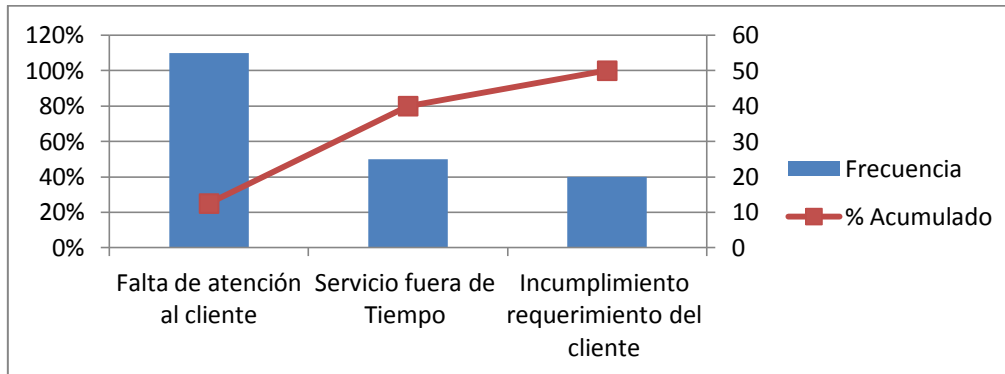
Elaborado por: La Autora

Fórmula para la obtención del porcentaje relativo:

$$\frac{\% \text{ frecuencia de la causa} \times 100}{\text{Total de la frecuencia}}$$

El Diagrama de Pareto nos ayuda a identificar las fallas críticas en el servicio, para solucionarlas en el momento oportuno y mejorar la calidad del servicio.

Gráfico N.- 30 Diagrama de Pareto



Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Cabe indicar que el Diagrama de Pareto, también llamado curva del 80 – 20, es un gráfico para organizar datos de forma que todos queden en orden descendente, de izquierda a derecha y separados por barras. Esto permite asignar un orden de prioridades (pocos vitales, muchos triviales). (Polo Pujadas, 2011).

Gráfico N.- 31 Manual de garantía (atención al cliente)

SITUACIÓN	PROCEDIMIENTO	COMPENSACIÓN
Incumplimiento en algún requerimiento especial en la organización del evento social y empresarial.	El coordinador presentará personalmente disculpas al cliente.	Existen varias opciones de ofrecer una garantía. Se debe revisar la magnitud del problema y decidir cuál sería la más apropiada:
	Verificar la razón de la inconformidad para su debido seguimiento y solución.	<ul style="list-style-type: none"> • Descuento en la organización del evento. • Cortesía en alguno de nuestros paquetes de servicio.
	Informar a la Gerencia para aplicarla garantía de la organización del evento.	

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Este manual de Garantía debe ser aplicado para cada situación de inconformidad que presente el cliente con respecto al servicio de organización y montaje del evento social y/o empresarial. La Compensación descrita en Gráfico N.31 se convierte en derecho del cliente, las cuales deben ser respetadas y aplicadas. Esto ayuda a dar seguridad al cliente al momento de adquirir el servicio.

3.5.1 Método de Control de Calidad

En el campo empresarial se debe tomar en cuenta una gestión de control, la cual establezca parámetros que permitan controlar la actividad de la empresa, sin importar cuál es el producto o servicio que oferte. Dichos lineamientos pueden estar cuantificados en función de las necesidades a las cuales desea enfocarse el empresario.

Se puede aplicar un control al área financiera, mediante el análisis de indicadores o razones financieras, así como también es posible emplear la gestión de control en áreas no cuantificables como por ejemplo, el servicio al cliente, que si bien es intangible como servicio, es cuantificable al momento de asignar valores que determinen identificar el control en dicha área.

Para una empresa dedicada a la organización de eventos, no debe ser la excepción el mantener un control en sus procesos administrativos, operativos, contables, comerciales, etc. Es por esto y por la necesidad de evaluar y controlar periódicamente los sistemas que conforman una organizadora de este tipo de encuentros sociales, que se ha pensado en utilizar diferentes herramientas metodológicas para el desarrollo de las funciones y actividades de la compañía.

Se ha tomado en cuenta que en el mercado actual existe exigencia de los clientes en la calidad del servicio de organización de eventos sociales y empresariales, así que el propósito de nuestra empresa, es brindar una solución empresarial que cumpla las

expectativas de los clientes directos, ofreciendo innovación, creatividad y ante todo una atención al cliente excelente.

3.6 NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACION.

Para que el presente proyecto pueda funcionar de manera legal dentro del mercado se debe obtener los siguientes documentos:

- Registro Único de Contribuyente (RUC)
- Documentos Adicionales (De acuerdo a las características del Contribuyente).
- Permiso Municipal de Funcionamiento
- Solicitud de Patente (Se lo adquiere en la Tesorería Municipal).
- Croquis de ubicación del local con clave catastral
- Copia cédula de identidad.
- Certificado de Normas Particulares (Se lo adquiere en Tesorería Municipal, y tramitarlo en las Direcciones de Agua Potable y Planificación).
- Certificado de N° Adeudar al Municipio (Se lo adquiere en Tesorería Municipal, y tramitarlo en las Direcciones de Agua Potable y Planificación y en la Tesorería)
- Pago del Cuerpo de Bomberos.
- Registro Único de Contribuyentes. R.U.C.
- Certificado de Salud.
- Certificado del Cuerpo de Bomberos
- Certificado del Ministerio de Salud Pública.
- Cancelación de todas las especies valoradas para obtener los permisos necesarios

3.6.1 Seguridad e higiene ocupacional

La Seguridad y Salud Ocupacional ha permitido realizar mejoras continuas a nivel jurídico que influye de manera positiva el desarrollo y crecimiento de las empresas, mejorando su productividad y proporcionando un ambiente de trabajo seguro.

El Ministerio de Relaciones Laborales y el IESS, entidades encargadas de controlar y supervisar la ejecución de las medidas de control, han establecido aplicar inspecciones y

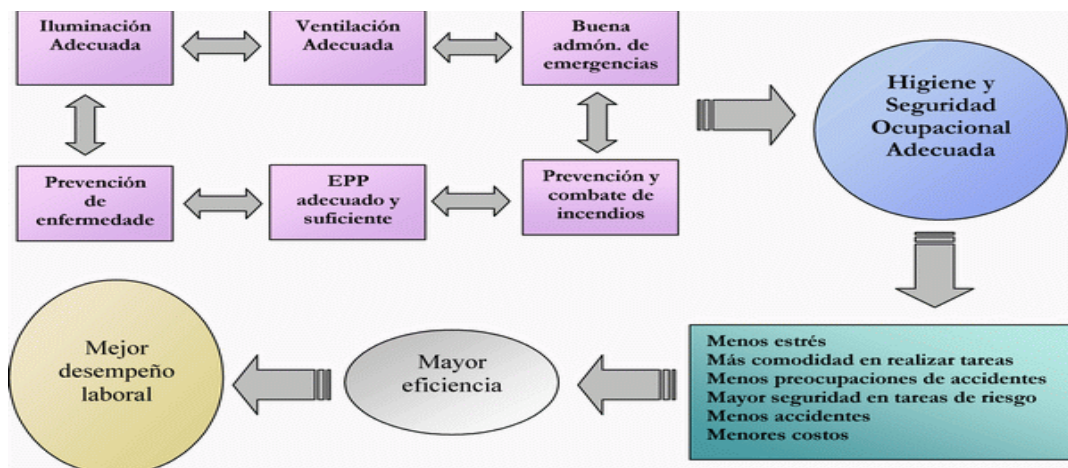
auditorías con el objetivo de comprobar que las empresas cumplan con las obligaciones legales.

En base a los conceptos de seguridad e higiene ocupacional se aplica en el plan de negocios de la “creación de una empresa de organización de eventos sociales y empresariales en sector norte del Distrito Metropolitano de Quito”, se aplica la herramienta de sistema de Gestión, con la finalidad de asegurar la integridad de los recursos de la empresa y de esta manera se genera en la empresa una cultura preventiva en cuanto a prevención de riesgos laborales.

Artículo 11.- En todo lugar de trabajo se deberán tomar medidas tendientes a disminuir los riesgos laborales. Estas medidas deberán basarse, para el logro de este objetivo, en directrices sobre sistemas de gestión de la seguridad y salud en el trabajo y su entorno como responsabilidad social y empresarial. Para tal fin, las empresas elaboraran planes integrales de prevención de riesgos. (Comunidad Andina de la Naciones)

En el Gráfico N. 32 se detalla el sistema de Gestión de la Higiene y Seguridad Ocupacional Adecuada Aplicada al Plan de Negocio:

Gráfico N.- 32 Seguridad e Higiene Ocupacional



Fuente: Investigación de Campo.
Elaborado por: La Autora

Los beneficios que tendrá la empresa de organización de eventos sociales y empresariales aplicando las normas de Seguridad y Ocupacional serán las siguientes:

1. Mejoramiento de Imagen Corporativa: Evitar Escándalos
2. Minimizar Gastos: Indemnizaciones, Legales, Paralización de la Producción.
3. Disminución en las Primas de Seguros x multas.
4. Mejoramiento de la Productividad y Rentabilidad: Mejor ambiente laboral.
5. Organización, Eficiencia, Eficacia y Efectividad en un solo Sistema de Gestión.
6. Reconocimientos anuales y trimestrales.

Riesgos Ergonómicos

En el caso de trabajos profesionales, se debe analizar los riesgos ergonómicos que se podría ocasionar por la mala postura, falta de mobiliario adecuado para el trabajo a desempeñar. Para evitar aquellos inconvenientes se tomarán las siguientes medidas:

1. Entender las situaciones de riesgo ergonómicas en el contexto laboral.
2. Identificación de las áreas de riesgo como: características de las instalaciones, equipos, productos y demás materiales de trabajo; agentes físicos (ruidos, vibraciones, temperatura, iluminación) y los procedimientos en su uso.
3. Tomar las medidas preventivas frente al riesgo ergonómico.

Riesgos Eléctricos

1. Las uniones eléctricas deben ser firmes, recubiertas con cinta aislante.
2. Utilizar breakers que dan mayor protección en el caso de un corto circuito.
3. No se deben utilizar demasiados conectores eléctricos en un mismo adaptador.

En las políticas implementadas en la empresa de organización de eventos sociales y empresariales en base a la seguridad y la higiene ocupacional serán aplicadas las detalladas a continuación:

1. Colocar dentro y fuera de las instalaciones señalización de prevención, advertencia, prohibición, contra incendio.
2. Mantener en buen estado de servicio las instalaciones, máquinas, herramientas y materiales para un trabajo seguro.
3. Efectuar reconocimientos médicos periódicos de los trabajadores en actividades peligrosas; y, especialmente, cuando sufran dolencias o defectos físicos o se encuentren en estados o situaciones que no respondan a las exigencias psicofísicas de los respectivos puestos de trabajo.
4. Instruir sobre los riesgos de los diferentes puestos de trabajo y la forma y métodos para prevenirlos, al personal que ingresa a laborar en la empresa.

CAPITULO IV

ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

4.1 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

4.1.1 Visión de la Empresa

Llegar a ser una empresa líder en la oferta de servicios de eventos sociales y empresariales de calidad, que enriquezcan el conocimiento de los usuarios para que se convierta en referente a nivel nacional, con personal capacitado y que promueva la conservación del medio ambiente y conservación de la identidad cultural.

4.1.2 Misión de la Empresa

Somos una Empresa de eventos sociales y empresariales que ofrece un servicio integral de calidad, con atención, rápida, eficiente y cordial, encaminando las actividades de organización, planeación y diseño a la obtención de la total satisfacción de los requerimientos de los clientes.

4.1.3 Análisis FODA

El análisis F.O.D.A. (fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas) es una herramienta esencial que provee algunos de los insumos necesarios al proceso de planificación estratégica proporcionando información necesaria para la implementación de acciones y medidas correctivas y la gestión de nuevos planes de mejora dentro de la empresa. En el Gráfico N. 33 se detalla el FODA interno de la empresa de Organización de eventos Sociales y Empresariales.

Gráfico N.- 33 Matriz FODA.

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<ul style="list-style-type: none"> • La gran demanda que hoy en día se da en el mercado de los eventos. • Acceso a nuevos inversionistas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Posible ingreso nuevos competidores. • Aparición de Productos y Servicios sustitutos.
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
<ul style="list-style-type: none"> • Exclusividad en el diseño de eventos. • Lealtad de los clientes. • Personal creativas para la organización de eventos. • Publicidad y promoción en eventos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar nuevos servicios acorde a las necesidades del cliente e innovar. • Afianzar la ventaja competitiva relación costo / servicio. • Realizar un estudio y saber cuál es el grado de insatisfacción de los clientes 	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar un programa de servicio al cliente para mantener su lealtad. • Crear servicios adicionales para que el cliente encuentre en la empresa lo que necesita.
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
<ul style="list-style-type: none"> • Ser una empresa nueva en el mercado. • Toma de decisiones apresuradas por causa de imprevistos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crear alianzas estratégicas para fortalecer el capital ya existente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de base de datos, para identificar clientes potenciales. • Realizar una estricta selección de personal, para lograr alta calidad en la prestación del servicio.

Fuente: Levantamiento de información.

Elaborado por: La Autora.

4.1.4 Objetivo General

Brindar a todos y cada uno de nuestros clientes un servicio de calidad e innovador, que cumpla con sus expectativas, otorgando bienestar y satisfacción personal, ofreciendo un servicio integral innovador y creativo en la organización de eventos sociales y empresariales.

4.1.5 Objetivos Específicos.

- Implementar nuevos servicios para eventos sociales y empresariales, para brindar un servicio único, basadas en la creatividad y tendencias actuales.
- Ofertar un servicio de eficiente, puntual y de calidad que atienda los intereses presentes y futuros de los clientes.
- Contar con personal comprometido con su profesión, que desarrolle sus funciones a cabalidad y profesionalismo.
- Hacer una evaluación constante del servicio al cliente.

4.1.6 Estrategias

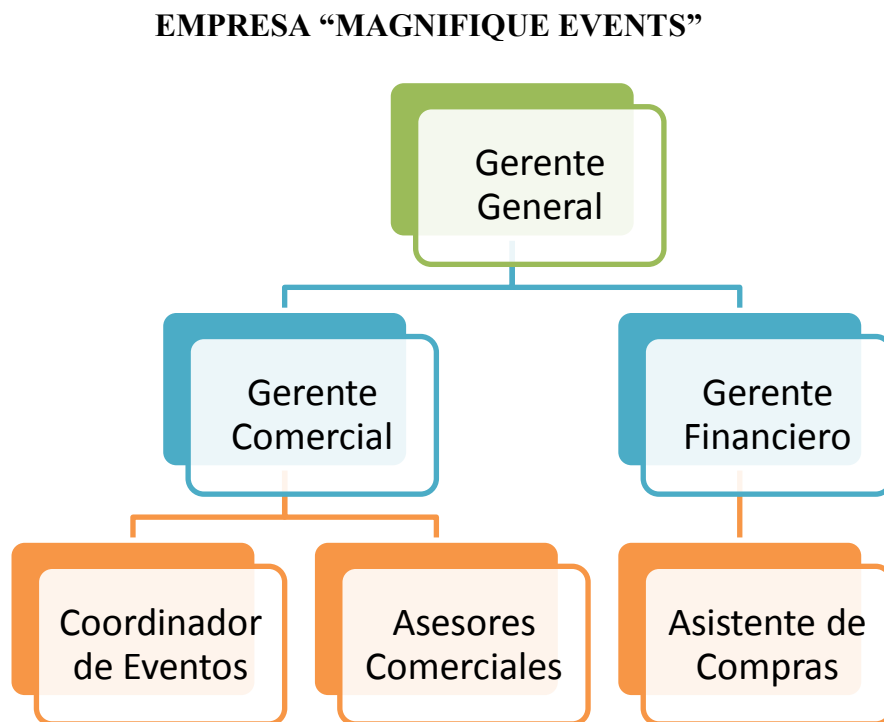
- Implementar una cultura empresarial en donde el personal se comprometa a trabajar en equipo, tenga sentido de pertenencia, se enfoquen al cliente y hacia el logro de resultados.
- Implementar promociones en las redes que mejor encajen con el evento y el público al que se quiere llegar. Facebook, por ejemplo, es más general y heterogéneo, pero si se quiere dar una imagen más profesional o corporativa la red ideal es LinkedIn.
- Establecer objetivos, acciones y cronogramas con vocación de detalle, exhaustividad y realismo.

4.2 ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA

Este proyecto busca crear una empresa y conformarla por un equipo multidisciplinario de profesionales que velarán por el cumplimiento de los compromisos adquiridos tanto internos como externos en una organización funcional.

4.2.1 Realizar organigrama de su empresa para definir la organización interna

Gráfico N.-34 Organigrama Estructural.

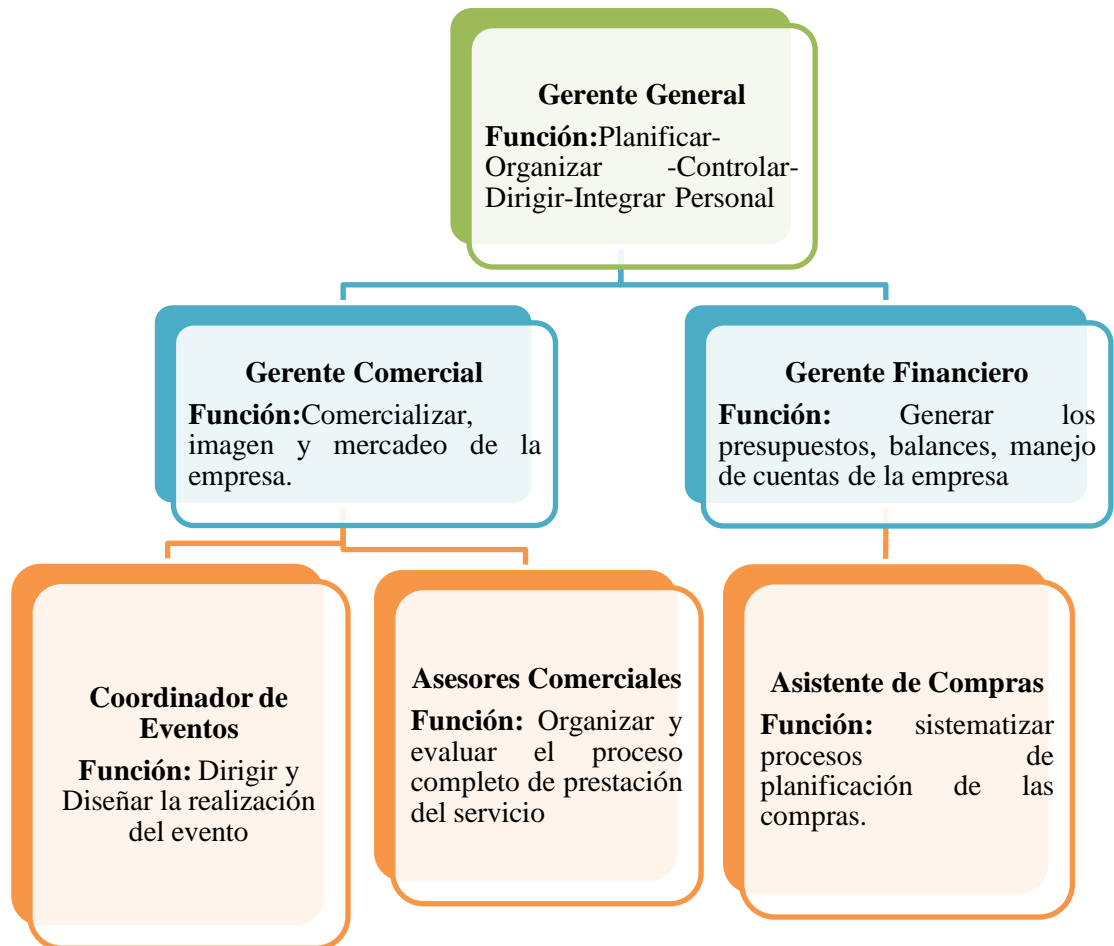


Fuente: Levantamiento de información.

Elaborado por: La Autora

Gráfico N.-35 Organigrama Funcional.

EMPRESA “MAGNIFIQUE EVENTS”



Fuente: Levantamiento de información.

Elaborado por: La Autora

4.2.2 Describa brevemente los cargos del organigrama

Gráfico N.- 36 Descripción Funciones Gerente General

INFORMACION BÁSICA	
PUESTO	Gerente General
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	NINGUNO
SUPERVISAR A	Gerente Financiero/ Gerente Comercial
NATURALEZA DEL PUESTO	
El Gerente General será el Representante Legal y tendrá a su cargo la dirección y la administración de los negocios sociales.	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Definir la dirección estratégica de la compañía y sus políticas. • Representar legalmente la compañía. • Controlar el desarrollo de los planes de cada una de los departamentos de la empresa para lograr los objetivos propuestos. • Organizar. • Dirigir. • Integrar personal. 	
REQUISITOS MINIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Ing. Administración de Empresas
EXPERIENCIA	3 años
HABILIDADES	Liderazgo/ toma de decisión
FORMACION	Conocimiento Legal y Administrativo

Fuente: Levantamiento de información.

Elaborado por: La Autora

Gráfico N.-37 Descripción Funciones Gerente Financiero

INFORMACION BÁSICA	
PUESTO	Gerente Financiero
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente General
SUPERVISAR A	Asistente de Compras
NATURALEZA DEL PUESTO	
Persona encargada del área financiera y contable, es decir que se encarga de generar, los presupuestos, balances, manejo de cuentas de la empresa	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar el presupuesto anual de la compañía. • Desarrollar y controlar el presupuesto anual de la empresa. • Analizar el comportamiento de ingresos y gastos. • Elaborar proyecciones financieras. • Garantizar la liquidez de la compañía para el desarrollo de sus actividades 	
REQUISITOS MINIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Ing. Administración de Empresas Ing. Finanzas
EXPERIENCIA	3 años
HABILIDADES	Liderazgo/ toma de decisión
FORMACION	Conocimiento Financiero

Fuente: Levantamiento de información.

Elaborado por: La Autora

Gráfico N.-38 Descripción Funciones Gerente Comercial

INFORMACION BÁSICA	
PUESTO	Gerente Comercial.
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente General
SUPERVISAR A	Asesor Comercial y Coordinador de eventos
NATURALEZA DEL PUESTO	
Se encarga de todo lo relacionado con la comercialización, imagen y mercadeo de la empresa.	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar planes de marketing. • Buscar constante de nuevos clientes. • Evaluar la competitividad de la empresa y analizar la competencia. • Apoyar al proceso de definición de precios. • Formular y evaluar indicadores para medir el nivel de satisfacción del cliente a través del servicio post-venta. • Diseñar e implementar estrategias promocionales y comerciales 	
REQUISITOS MINIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Ing. Administración de Empresas Ing. Marketing
EXPERIENCIA	3 años
HABILIDADES	Liderazgo/ toma de decisión
FORMACION	Conocimiento Administrativo, ventas y Marketing.

Fuente: Levantamiento de información.

Elaborado por: La Autora

Gráfico N.-39 Descripción Funciones Asesor Comercial

INFORMACION BÁSICA	
PUESTO	Asesor de Comercial
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente Comercial
SUPERVISAR A	Ninguno
NATURALEZA DEL PUESTO	
Encargado de: Organizar y evaluar el proceso completo de prestación del servicio, a partir del momento de recibir la información por parte del cliente hasta la realización del evento.	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar las acciones necesarias para la captación de nuevos clientes y seguimiento a clientes antiguos. • Supervisar cotizaciones. • Organizar y programar los eventos de acuerdos a los requerimientos y necesidades del cliente. 	
REQUISITOS MINIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Ing. Administración de Empresas Ing. Marketing y Ventas Diseñador Gráfico
EXPERIENCIA	3 años
HABILIDADES	Ventas/ Diseño
FORMACION	Conocimiento venta, Marketing y Diseño.

Fuente: Levantamiento de Información.

Elaborado por: La Autora

Gráfico N.-40 Descripción Funciones Coordinador de Eventos

INFORMACION BÁSICA	
PUESTO	Coordinador de Eventos
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente Comercial
SUPERVISAR A	Ninguno
NATURALEZA DEL PUESTO	
Encargado de: Dirigir la realización del evento y al personal de apoyo encargado de la correcta realización y desarrollo del evento. Se asegura de que todas las órdenes y contratos de eventos se cumplan a cabalidad.	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Controlar, manejar y aportar en el desarrollo del evento • Supervisar cotizaciones. • Organizar y programar los eventos de acuerdo a los requerimientos y necesidades del cliente. 	
REQUISITOS MINIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Ing. Marketing y Ventas Diseñador Gráfico
EXPERIENCIA	3 años
HABILIDADES	Diseño
FORMACION	Conocimiento venta, Marketing y Diseño.

Fuente: Levantamiento de Información.

Elaborado por: La Autora

Gráfico N.-41 Descripción Funciones Asistentes de Compras

INFORMACION BÁSICA	
PUESTO	Asistentes de Compras
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente Financiero
SUPERVISAR A	Ninguno
NATURALEZA DEL PUESTO	
Encargado de: Establece el sistema de planificación de las compras.	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Recopilar todas las solicitudes de adquisición de bienes y Servicios para organizar las compras. • Efectuar las cotizaciones a nivel nacional de los bienes y servicios que requiera la empresa para desarrollar el evento y velar los proveedores cumplan con las especificaciones requeridas. • Dar seguimiento a las compras recibida y las que estén pendientes. 	
REQUISITOS MINIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Ing. Administración de Empresas
EXPERIENCIA	3 años
HABILIDADES	Logística
FORMACION	logística

Fuente: Levantamiento de Información.

Elaborado por: La Autora

4.3 CONTROL DE GESTIÓN

4.3.1 Indicadores de gestión:

“Pretende conducir a la empresa a la máxima eficiencia a los largo del plazo aprovechando los recursos y medios de que dispone para así maximizar el valor creado por la empresa y conseguir los objetivos marcados.” (Enrique, 2013).

La ejecución del presente proyecto genera una serie de impactos positivos en diferentes áreas o aspectos; los mismos que para una mejor comprensión e interpretación será conveniente analizarlos en base a indicadores de gestión por área como detallará en el siguiente gráfico:

Gráfico N.-42 Indicadores de Gestión por Área

Área	Indicadores	Fórmula
COMERCIAL	Crecimiento en clientes	$\frac{\text{N}^\circ \text{ total de clientes este año}}{\text{N}^\circ \text{ total clientes año anterior}}$
	Crecimiento en ventas	$\frac{\text{N}^\circ \text{ total de ventas este año}}{\text{N}^\circ \text{ total de ventas año anterior}}$
	Satisfacción al cliente	$\frac{\text{N}^\circ \text{ total de clientes satisfechos}}{\text{N}^\circ \text{ total clientes}}$
	Porcentaje de clientes frecuentes	$\frac{\text{N}^\circ \text{ total de clientes frecuentes}}{\text{N}^\circ \text{ total clientes}}$
FINANCIERA	Impacto Gastos Administración y Ventas	$\frac{\text{Gastos Administrativo} + \text{gastos ventas}}{\text{Ventas}}$
	Impacto de la Carga Financiera	$\frac{\text{Gastos Financieros}}{\text{Ventas}}$

Fuente: Levantamiento de información.

Elaborado por: La Autora

4.4. NECESIDADES DE PERSONAL.

4.4.1. Especificar cuánto personal necesitará hasta un horizonte de tres años.

El personal que se requerirá para los tres primeros años de funcionamiento será: 1 Gerente General, 1 Gerente Comercial, 1 Gerente Financiero, 1 Coordinador de Eventos, 2 Asesores comerciales, 1 Asistente de Compras, 1 decorador (personal por evento), 5 meseros (personal por evento)

Total 7 personas fijas, 6 personas variables y 1 de servicios ocasionales, el mismo que será externo.

CAPITULO V

ÁREA JURÍDICO LEGAL

5.1. DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA

En nuestro país la legislación ampara la realización de actividades comerciales, por ende la creación de empresas, que son el factor productivo de un país debido a que aportan de manera directa en el desarrollo económico y social.

La Empresa de organización de eventos sociales y empresariales, será constituida bajo la figura jurídica Compañía de Responsabilidad Limitada, la misma que realizará actividades comerciales, amparada en las leyes de la República del Ecuador.

Se elige esta figura jurídica ya que es la que se contrae entre tres o más personas que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva.

La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince; si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse. (Superintendencia de Compañías, 2016).

Los pasos para constituir una compañía limitada se detalla a continuación en el siguiente gráfico:

Gráfico N.-43 Pasos para Constituir una Compañía de responsabilidad limitada



Fuente: **Levantamiento de información.**

Elaborado por: **La Autora**

5.1.1. Patentes y marcas

Se requiere únicamente la Obtención de la Patente Municipal, otorgada por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.

Requisitos:

- Formulario de declaración de patente municipal debidamente lleno y suscrito por el representante legal.
- Copia de cédula y certificado de votación de las últimas elecciones del representante legal.
- Copia de la escritura protocolizada de constitución de la persona jurídica (en el caso de las empresas nuevas).
- Copia del nombramiento del representante legal.

5.1.2 Detalle todo tipo de licencias necesarias para funcionar y documentos legales (patentes, Inicio de Actividades, etc.).

El RUC (Registro Único de Contribuyentes) corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional, o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos. (Servicio de Rentas Internas, 2016).

Requisitos:

- Documento de identificación como cédula de identidad original.
- Documento de votación original.
- Presentación original de facturas, planillas o comprobantes de pago de servicios básicos, requisito indispensable para la ubicación del domicilio del establecimiento.

Obtención de la Licencia LUAE

La LUAE (Licencia Única de Actividades Económicas) es el documento habilitante para cualquier actividad económica dentro del Distrito Metropolitano de Quito. Esta licencia es emitida por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, en sus diferentes Administraciones Zonales según sea la jurisdicción donde se desarrolla la actividad económica. (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2015)

Requisitos:

- Formulario único de solicitud de LUAE
- Copia de RUC
- Copia de cédula de identidad o ciudadanía del representante legal
- Copia de la papeleta de votación del representante legal de las últimas elecciones

- Para colocar rótulo: En caso de propiedad horizontal: Autorización de la asamblea de copropietarios o del administrador como representante legal. En caso de rótulo existente: Dimensiones y fotografía de fachada del local. En caso de rótulo nuevo: Dimensiones y esquema gráfico de cómo quedará el rótulo.

Obtención del Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

El Cuerpo de Bomberos da cumplimiento con la seguridad de las instituciones, aprobando instalaciones y los medios de seguridad industrial. Los cuales deben cumplir con la finalidad de evitar siniestros.” (Cuerpo de Bomberos Del DMQ, 2016).

Requisitos:

- Solicitud de inspección del local.
- Informe favorable de la inspección.
- Planos arquitectónicos del local y permiso de uso de suelo.
- Copia del RUC.

CAPITULO VI

ÁREA FINANCIERA

6.1. PLAN DE INVERSIONES

El plan de inversiones de la empresa de organización de eventos sociales y empresariales se detalla en la tabla siguiente:

Tabla N.- 26 Plan de Inversiones

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Total USD
1	Arriendo de Oficina	\$ 600,00	\$ 600,00
MUEBLES Y ENSERES		\$ 2.050,00	\$ 3.925,00
7	Escritorios	\$ 200,00	\$ 1.400,00
7	Sillas de escritorio	\$ 75,00	\$ 525,00
10	Sillas	\$ 25,00	\$ 250,00
1	Mesa juntas	\$ 850,00	\$ 850,00
1	Archivador	\$ 350,00	\$ 350,00
1	Centro de audio	\$ 550,00	\$ 550,00
EQUIPOS		\$ 3.470,66	\$ 8.353,98
4	Computadores	\$ 560,00	\$ 2.240,00
1	Disco Duro extraíble (respaldo)	\$ 150,00	\$ 150,00
3	Teléfonos	\$ 66,66	\$ 199,98
1	Impresora Gerencia	\$ 240,00	\$ 240,00
2	Impresoras laser	\$ 220,00	\$ 440,00
1	Servidor	\$ 750,00	\$ 750,00
1	Televisor de 21 Pulgadas	\$ 354,00	\$ 354,00
4	Proyectores	\$ 950,00	\$ 3.800,00
1	Escáner	\$ 180,00	\$ 180,00
CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA		\$ 778,65	\$ 778,65
TOTAL		\$ 6.899,31	\$ 13.657,63

Fuente: Levantamiento de Información.

Elaborado por: La Autora.

6.2. PLAN DE FINANCIAMIENTO

El detalle de la inversión propuesta en el numeral anterior deber ser financieramente satisfechos, para lo que se describe a continuación un resumen del capital que se requiere así como las fuentes de utilización:

a) Capital de Trabajo.

Tabla N.- 27 Capital de Trabajo.

Descripción	Total USD
Arriendo de Oficina	\$ 600,00
Muebles y Enseres	\$ 7.725,00
Equipos	\$ 4.553,98
Constitución de la Empresa	\$ 778,65
TOTAL	\$ 13.657,63

Fuente: Levantamiento de Información

Elaborado por: Autora

b) Forma de Financiamiento

La Forma de Financiamiento es muy importante por lo que de acuerdo al planteamiento, estará integrada por tres accionistas quienes aportarán con el 40% de la inversión inicial y el 60% restante será financiado mediante un préstamo que se realizará a la Cooperativa Fun-desarrollo quienes al momento manejan un interés del 11% anual.

Tabla N.- 28 Forma de Financiamiento.

DESCRIPCIÓN	TOTAL	PARCIAL (%)	TOTAL (%)
Recursos Propios			
Efectivo	\$ 5.463,05	40%	40%
Bienes		0%	0%
Recursos de Terceros			
Préstamo Privado		0%	0%
Préstamo bancario	\$ 8.194,58	60%	60%
TOTAL	\$ 13.657,63	100%	100%

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora.

6.3. CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS.

a) Detalle de Costos.

Para determinar los costos hemos tomado en cuenta la puesta en marcha del servicio de organización de eventos sociales y empresariales, en el que intervienen compras de servicios terceros, alquiler de locales, materiales para cada tipo de evento, ya sea pequeño, mediano o grandes, a los que se les brindan servicios tales como: Gastronómico, atención al cliente, mantelería, cubiertos, platos, vasos, adornos, muebles, amplificación de sonido y otros que pueden presentarse al momento del evento. Para ello se detalla en la tabla siguiente:

Tabla N.- 29 Costos

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL REQUERIDA	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
ARRIENDO DE OFICINA	\$	1	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 7.200
SERVICIO BÁSICOS:LUZ ELÉCTRICA	\$	1	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 480
AGUA POTABLE	\$	1	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 360
TELÉFONO CONVENCIONAL E INTERNET	\$	1	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600
GASTOS CONSTITUCIÓN	\$	1	\$ 778,65	\$ 778,65	\$ 778,65
PROVISIONES					
APORTE PATRONAL, DÉCIMOS, VACACIONES	\$	1	\$ 1.063,88	\$1.063,88	\$12.766,50
TOTAL			\$ 2.562,53	\$2.562,53	\$ 22.185

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

b) Proyección de Costos

Proyección de Costos Variables.

Tabla N.- 30 Proyección de Costos Variables

DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	COSTOS		2016	COSTOS		2017	COSTOS		2018	COSTOS		2019	COSTOS		2020
		FIJO	VARIABLE		FIJO	VARIABLE		FIJO	VARIABLE		FIJO	VARIABLE				
MANO DE OBRA DIRECTA																
Servicio de Meseros	\$ 500	X	\$ 500	\$ 6.000	X	\$ 516,90	\$ 6.202,80	X	\$ 534,37	\$ 6.412,45	X	\$ 552,43	\$ 6.629,20	X	\$ 571,11	\$ 6.853,26
Decorador	\$ 120	X	\$ 120	\$ 1.440	X	\$ 124,06	\$ 1.488,67	X	\$ 128,25	\$ 1.538,99	X	\$ 132,58	\$ 1.591,01	X	\$ 137,07	\$ 1.644,78
Comisión de Asesores evento pequeño(80-100pax) (1%)	\$ 140	X	\$ 140	\$ 1.680	X	\$ 144,73	\$ 1.736,78	X	\$ 149,62	\$ 1.795,49	X	\$ 154,68	\$ 1.856,17	X	\$ 159,91	\$ 1.918,91
Comisión de Asesores evento mediano(100-150pax)(1.5%)	\$ 360	X	\$ 360	\$ 4.320	X	\$ 372,17	\$ 4.466,02	X	\$ 384,75	\$ 4.616,97	X	\$ 397,75	\$ 4.773,02	X	\$ 411,20	\$ 4.934,35
Comisión de Asesores evento grande (150-200pax) (2%)	\$ 800	X	\$ 800	\$ 9.600	X	\$ 827,04	\$ 9.924,48	X	\$ 854,99	\$ 10.259,93	X	\$ 883,89	\$ 10.606,71	X	\$ 913,77	\$ 10.965,22
Adquisición Evento pequeño (80-100pax)	\$ 1.500	X	\$ 1.500	\$ 18.000	X	\$ 1.550,70	\$ 18.608,40	X	\$ 1.603,11	\$ 19.237,36	X	\$ 1.657,30	\$ 19.887,59	X	\$ 1.713,32	\$ 20.559,79
Adquisición Evento mediano (100-150pax)	\$ 3.000	X	\$ 3.000	\$ 36.000	X	\$ 3.101,40	\$ 37.216,80	X	\$ 3.206,23	\$ 38.474,73	X	\$ 3.314,60	\$ 39.775,17	X	\$ 3.426,63	\$ 41.119,57
Adquisición Evento grande (150-200pax)	\$ 5.000	X	\$ 5.000	\$ 60.000	X	\$ 5.169,00	\$ 62.028,00	X	\$ 5.343,71	\$ 64.124,55	X	\$ 5.524,33	\$ 66.291,96	X	\$ 5.711,05	\$ 68.532,62
TOTAL	\$ 11.420		\$ 11.420	\$ 137.040		\$ 11.806,00	\$ 141.671,95		\$ 12.205,04	\$ 146.460,46		\$ 12.617,57	\$ 151.410,83		\$ 13.044,04	\$ 156.528,51

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autor

Proyección de Costos Fijos

Tabla N.- 31 Proyección de Costos Fijos

DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	COSTOS		2016	COSTOS		2017	COSTOS		2018	COSTOS		2019	COSTOS		2020
		FIJO	VARIABLE		FIJO	VARIABLE		FIJO	VARIABLE		FIJO	VARIABLE				
GERENTE GENERAL	\$ 1.027,70	\$ 1.028	X	\$ 12.332,40	\$ 1.062,44	X	\$ 12.749,24	\$ 1.098,35	X	\$ 13.180,16	\$ 1.135,47	X	\$ 13.625,65	\$ 1.173,85	X	\$ 14.086,20
GERENTE COMERCIAL	\$ 903,05	\$ 903	X	\$ 10.836,60	\$ 933,57	X	\$ 11.202,88	\$ 965,13	X	\$ 11.581,53	\$ 997,75	X	\$ 11.972,99	\$ 1.031,47	X	\$ 12.377,68
GERENTE FINANCIERO	\$ 903,05	\$ 903	X	\$ 10.836,60	\$ 933,57	X	\$ 11.202,88	\$ 965,13	X	\$ 11.581,53	\$ 997,75	X	\$ 11.972,99	\$ 1.031,47	X	\$ 12.377,68
COORDINADOR DE EVENTOS	\$ 778,40	\$ 778	X	\$ 9.340,80	\$ 804,71	X	\$ 9.656,52	\$ 831,91	X	\$ 9.982,91	\$ 860,03	X	\$ 10.320,33	\$ 889,10	X	\$ 10.669,16
ASESORES COMERCIALES	\$ 1.153,75	\$ 1.154	X	\$ 13.845,00	\$ 1.192,75	X	\$ 14.312,96	\$ 1.233,06	X	\$ 14.796,74	\$ 1.274,74	X	\$ 15.296,87	\$ 1.317,83	X	\$ 15.813,90
ASISTENTE DE COMPRAS	\$ 653,75	\$ 654	X	\$ 7.845,00	\$ 675,85	X	\$ 8.110,16	\$ 698,69	X	\$ 8.384,28	\$ 722,31	X	\$ 8.667,67	\$ 746,72	X	\$ 8.960,64
ARRIENDO DE OFICINA	\$ 600,00	\$ 600	X	\$ 7.200,00	\$ 620,28	X	\$ 7.443,36	\$ 641,25	X	\$ 7.694,95	\$ 662,92	X	\$ 7.955,03	\$ 685,33	X	\$ 8.223,91
SERVICIO BÁSICOS:LUZ ELÉCTRICA	\$ 40,00	\$ 40	X	\$ 480,00	\$ 41,35	X	\$ 496,22	\$ 42,75	X	\$ 513,00	\$ 44,19	X	\$ 530,34	\$ 45,69	X	\$ 548,26
AGUA POTABLE	\$ 30,00	\$ 30	X	\$ 360,00	\$ 31,01	X	\$ 372,17	\$ 32,06	X	\$ 384,75	\$ 33,15	X	\$ 397,75	\$ 34,27	X	\$ 411,20
TELÉFONO CONVENCIONAL E INTERNET	\$ 50,00	\$ 50	X	\$ 600,00	\$ 51,69	X	\$ 620,28	\$ 53,44	X	\$ 641,25	\$ 55,24	X	\$ 662,92	\$ 57,11	X	\$ 685,33
GASTOS CONSTITUCIÓN	\$ 778,65	\$ 779	X	\$ 9.343,80	\$ 804,97	X	\$ 9.659,62	\$ 832,18	X	\$ 9.986,12	\$ 860,30	X	\$ 10.323,65	\$ 889,38	X	\$ 10.672,59
FLAYERS PUBLICITARIOS	\$ 20,00	\$ 20	X	\$ 240,00	\$ 20,68	X	\$ 248,11	\$ 21,37	X	\$ 256,50	\$ 22,10	X	\$ 265,17	\$ 22,84	X	\$ 274,13
INTERESES POR PRÉSTAMO	\$ 75,12	\$ 75	X	\$ 901,41	\$ 77,66	X	\$ 931,88	\$ 80,28	X	\$ 963,38	\$ 82,99	X	\$ 995,94	\$ 85,80	X	\$ 1.029,60
DEPRECIACIÓN	\$ 3.176,89	\$ 3.176,89	X	\$ 3.176,89	\$ 3.284,27	X	\$ 39.411,20	\$ 3.395,28	X	\$ 40.743,30	\$ 3.510,04	X	\$ 42.120,43	\$ 3.628,67	X	\$ 43.544,10
PROVISIONES:IESS, DÉCIMOS, VACIONES	\$ 1.063,88	\$ 1.063,88	X	\$ 12.766,50	\$ 1.099,83	X	\$ 13.198,01	\$ 1.137,01	X	\$ 13.644,10	\$ 1.175,44	X	\$ 14.105,27	\$ 1.215,17	X	\$ 14.582,03
TOTAL	\$ 11.254,23	\$ 11.254		\$ 100.105	\$ 11.634,62		\$ 139.615,48	\$ 11.867,32		\$ 142.407,79	\$ 12.434,42		\$ 149.212,99	\$ 12.854,70		\$ 154.256,39

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

c) **Detalle de Gastos.**

Tabla N.- 32 Gastos Administrativo.

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
GERENTE GENERAL	\$	\$1.027,70	\$1,00	\$1.027,70	\$12.332,40
GERENTE COMERCIAL	\$	\$903,05	\$1,00	\$903,05	\$10.836,60
GERENTE FINANCIERO	\$	\$903,05	\$1,00	\$903,05	\$10.836,60
COORDINADOR DE EVENTOS	\$	\$778,40	\$1,00	\$778,40	\$9.340,80
ASESORES COMERCIALES	\$	\$653,75	\$2,00	\$653,75	\$7.845,00
ASISTENTE DE COMPRAS	\$	\$591,43	\$1,00	\$591,43	\$7.097,10
ARRIENDO DE OFICINA	\$	\$600,00	\$1,00	\$600,00	\$7.200,00
SERVICIO BÁSICOS:LUZ ELÉCTRICA	\$	\$40,00	\$1,00	\$40,00	\$480,00
AGUA POTABLE	\$	\$30,00	\$1,00	\$30,00	\$360,00
TELÉFONO CONVENCIONAL E INTERNET	\$	\$50,00	\$1,00	\$50,00	\$600,00
GASTOS CONSTITUCIÓN	\$	\$778,65	\$1,00	\$778,65	\$778,65
DEPRECIACIÓN	\$	\$3.176,89	\$1,00	\$3.176,89	\$3.176,89
PROVISIONES:IESS, DÉCIMOS, VACIONES	\$	\$1.063,88	\$1,00	\$1.063,88	\$12.766,50
GASTOS DE VENTAS					
FLAYERS PUBLICITARIOS	\$	\$0,10	\$200,00	\$20,00	\$240,00
GASTOS FINANCIEROS					
INTERESES POR PRÉSTAMO	\$		\$1,00	\$75,12	\$901,41
TOTAL GASTOS				\$10.691,91	\$84.791,95

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Proyección Gastos

Tabla N.- 33 Proyección de Gastos

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	2016	2017	2018	2019	2020
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
GERENTE GENERAL	\$1.027,70	\$12.332	\$12.749	\$13.180	\$13.626	\$14.086
GERENTE COMERCIAL	\$903,05	\$10.837	\$11.203	\$11.582	\$11.973	\$12.378
GERENTE FINANCIERO	\$903,05	\$10.837	\$11.203	\$11.582	\$11.973	\$12.378
COORDINADOR DE EVENTOS	\$778,40	\$9.341	\$9.657	\$9.983	\$10.320	\$10.669
ASESORES COMERCIALES	\$653,75	\$7.845	\$8.110	\$8.384	\$8.668	\$8.961
ASISTENTE DE COMPRAS	\$591,43	\$7.097	\$7.337	\$7.585	\$7.841	\$8.106
ARRIENDO DE OFICINA	\$600,00	\$7.200	\$7.443	\$7.695	\$7.955	\$8.224
SERVICIO BÁSICOS:LUZ ELÉCTRICA	\$40,00	\$480	\$496	\$513	\$530	\$548
AGUA POTABLE	\$30,00	\$360	\$372	\$385	\$398	\$411
TELÉFONO CONVENCIONAL E INTERNET	\$50,00	\$600	\$620	\$641	\$663	\$685
GASTOS CONSTITUCIÓN	\$778,65	\$778,65	\$805	\$832	\$860	\$889
DEPRECIACIÓN	\$3.176,89	\$3.176,89	\$3.284	\$3.395	\$3.510	\$3.629
PROVISIONES:IESS, DÉCIMOS, VACIONES	\$1.063,88	\$12.766,50	\$13.198	\$13.644	\$14.105	\$14.582
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$10.596,79	\$83.650,54	\$86.477,93	\$89.400,88	\$92.422,63	\$95.546,51
GASTOS DE VENTAS						
FLAYERS PUBLICITARIOS	\$20,00	\$240	\$248	\$256	\$265	\$274
GASTOS FINANCIEROS						
INTERESES POR PRÉSTAMO	\$75,12	\$901,41	\$932	\$963	\$996	\$1.030
TOTAL GASTOS	\$ 10.691,91	\$84.791,95	\$87.658	\$90.621	\$93.684	\$96.850

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Mano de Obra

Para calcular la mano de obra relacionada a esta empresa de servicios de organización de eventos sociales y empresariales, a continuación se detalla el calculo:

Tabla N.- 34 Rol de Provisiones Primer Año.

DETALLE	GASTO MENSUAL (USD)	APORTE PATRONAL 11.15%	DÉCIMO CUARTO SUELDO	DECIMO TERCER SUELDO	VACACIONES	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
GERENTE GENERAL	\$ 800,00	\$ 97,20	\$ 30,50	\$ 66,67	\$ 33,33	\$ 1.027,70	\$ 12.332,40
GERENTE COMERCIAL	\$ 700,00	\$ 85,05	\$ 30,50	\$ 58,33	\$ 29,17	\$ 903,05	\$ 10.836,60
GERENTE FINANCIERO	\$ 700,00	\$ 85,05	\$ 30,50	\$ 58,33	\$ 29,17	\$ 903,05	\$ 10.836,60
COORDINADOR DE EVENTOS	\$ 600,00	\$ 72,90	\$ 30,50	\$ 50,00	\$ 25,00	\$ 778,40	\$ 9.340,80
ASESORES COMERCIALES	\$ 500,00	\$ 60,75	\$ 30,50	\$ 41,67	\$ 20,83	\$ 653,75	\$ 7.845,00
ASISTENTE DE COMPRAS	\$ 450,00	\$ 54,68	\$ 30,50	\$ 37,50	\$ 18,75	\$ 591,43	\$ 7.097,10
TOTAL	\$ 3.750,00	\$ 455,63	\$ 183,00	\$ 312,50	\$ 156,25	\$ 4.857,38	\$ 58.288,50

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Depreciación

La depreciación consiste en la disminución del valor o precio del inmueble o también denominado como activo fijo para este negocio para ellos se ha realizado los siguientes cálculos:

Tabla N.- 35 Depreciación

Cantidad	Descripción	Vida Útil	Costo unitario	Total	Porcentaje de depreciación	Depreciación Anual
EQUIPOS DE OFICINA						
4	Computadores	3	\$ 560,00	\$ 2.240,00	33,33%	\$ 746,59
1	Disco Duro extraíble (respaldo)	3	\$ 150,00	\$ 150,00	33,33%	\$ 50,00
3	Teléfonos	10	\$ 66,66	\$ 200,00	33,33%	\$ 66,66
1	Impresora Gerencia	3	\$ 240,00	\$ 240,00	33,33%	\$ 79,99
2	Impresoras laser	3	\$ 220,00	\$ 440,00	33,33%	\$ 146,65
1	Servidor	3	\$ 750,00	\$ 750,00	33,33%	\$ 249,98
1	Televisor de 21 Pulgadas	3	\$ 354,00	\$ 354,00	33,33%	\$ 117,99
1	Escáner	3	\$ 180,00	\$ 180,00	33,33%	\$ 59,99
4	Proyectores	10	\$ 950,00	\$ 3.800,00	33,33%	\$ 1.266,54
MUEBLES Y ENSERES						
7	Escritorios	10	\$ 200,00	\$ 1.400,00	10,00%	\$ 140,00
7	Sillas de escritorio	10	\$ 75,00	\$ 525,00	10,00%	\$ 52,50
10	Sillas	10	\$ 25,00	\$ 250,00	10,00%	\$ 25,00
1	Mesa juntas	10	\$ 850,00	\$ 850,00	10,00%	\$ 85,00
1	Archivador	10	\$ 350,00	\$ 350,00	10,00%	\$ 35,00
1	Centro de audio	10	\$ 550,00	\$ 550,00	10,00%	\$ 55,00
TOTAL			\$ 5.520,66	\$ 12.279,00		\$ 3.176,89

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Tabla N.- 36 Proyección de la Depreciación

	DETALLE DEL BIEN	VIDA ÚTIL	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL	PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN	2016	2017	2018	2019	2020
EQUIPOS DE OFICINA										
4	Computador	3	\$ 560,00	\$ 2.240,00	33,33%	\$ 746,59	\$ 746,59	\$ 746,59		
1	Disco Duro extraíble (respaldo)	3	\$ 150,00	\$ 150,00	33,33%	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00		
3	Teléfonos	10	\$ 66,66	\$ 200,00	33,33%	\$ 66,66	\$ 66,66	\$ 66,66	\$ 66,66	\$ 66,66
1	Impresora Gerencia	3	\$ 240,00	\$ 240,00	33,33%	\$ 79,99	\$ 79,99	\$ 79,99		
2	Impresoras laser	3	\$ 220,00	\$ 440,00	33,33%	\$ 146,65	\$ 146,65	\$ 146,65		
1	Servidor	3	\$ 750,00	\$ 750,00	33,33%	\$ 249,98	\$ 249,98	\$ 249,98		
1	Televisor de 21 Pulgadas	3	\$ 354,00	\$ 354,00	33,33%	\$ 117,99	\$ 117,99	\$ 117,99		
1	Escáner	3	\$ 180,00	\$ 180,00	33,33%	\$ 59,99	\$ 59,99	\$ 59,99		
4	Proyectores	10	\$ 950,00	\$ 3.800,00	33,33%	\$ 1.266,54	\$ 1.266,54	\$ 1.266,54	\$ 1.266,54	\$ 1.266,54
MUEBLES Y ENSERES										
7	Escritorios	10	\$ 200,00	\$ 1.400,00	10,00%	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00
7	Sillas de escritorio	10	\$ 75,00	\$ 525,00	10,00%	\$ 52,50	\$ 52,50	\$ 52,50	\$ 52,50	\$ 52,50
10	Sillas	10	\$ 25,00	\$ 250,00	10,00%	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00
1	Mesa juntas	10	\$ 850,00	\$ 850,00	10,00%	\$ 85,00	\$ 85,00	\$ 85,00	\$ 85,00	\$ 85,00
1	Archivador	10	\$ 350,00	\$ 350,00	10,00%	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00
1	Centro de audio	10	\$ 550,00	\$ 550,00	10,00%	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00
TOTAL			\$ 5.520,66	\$ 12.279		\$ 3.176,89	\$ 3.176,89	\$ 3.176,89	\$ 1.725,70	\$ 1.725,70

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

6.4. CÁLCULO DE INGRESOS

Tabla N.- 37 Ingresos

SERVICIOS	UNIDAD DE MEDIDA	GASTO MENSUAL	MARGEN DE UTILIDAD		INGRESOS MENSUALES	SERVICIOS PRESTADOS	PRECIO DE VENTA UNITARIO
			%	\$			
Evento pequeño	\$	\$ 1.500,00	20%	\$ 2.000,00	\$ 3.500,00	1	\$ 35,00
Evento mediano	\$	\$ 3.000,00	30%	\$ 3.000,00	\$ 6.000,00	1	\$ 40,00
Evento Grande	\$	\$ 5.000,00	50%	\$ 5.000,00	\$ 10.000,00	1	\$ 50,00
TOTAL		\$ 9.500,00		\$ 10.000,00	\$ 19.500,00	3	\$ 125,00

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Tabla N.- 38 Proyección de ingresos

SERVICIOS	CANTIDAD ANUAL	PRECIO DE VENTA UNITARIO	2016	CANTIDAD ANUAL	PRECIO DE VENTA UNITARIO	2017	CANTIDAD ANUAL	PRECIO DE VENTA UNITARIO	2018	CANTIDAD ANUAL	PRECIO DE VENTA UNITARIO	2019	CANTIDAD ANUAL	PRECIO DE VENTA UNITARIO	2020
Evento pequeño	33	\$ 25,00	\$ 82.500	34	\$ 25,50	\$ 87.432	36	\$ 26,01	\$ 92.659	37	\$ 26,53	\$ 98.198	38	\$ 27,06	\$ 104.068
Evento mediano	22	\$ 40,00	\$ 132.000	23	\$ 40,80	\$ 139.891	24	\$ 41,62	\$ 148.254	25	\$ 42,45	\$ 157.116	26	\$ 43,30	\$ 166.509
Evento Grande	18	\$ 50,00	\$ 180.000	19	\$ 51,00	\$ 190.760	19	\$ 52,02	\$ 202.164	20	\$ 53,06	\$ 214.249	21	\$ 54,12	\$ 227.057
TOTAL	73	\$ 115,00	\$ 394.500		\$ 117,30	\$ 418.083		\$ 119,65	\$ 443.076		\$ 122,04	\$ 469.563		\$ 124,48	\$ 497.634

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

6.5. FLUJO DE CAJA

Tabla N.-39 Flujo de Caja.

DESCRIPCIÓN	0	2016	2017	2018	2019	2020
INGRESOS POR VENTAS		\$394.500	\$418.083	\$443.076	\$469.563	\$497.634
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		\$394.500	\$418.083	\$443.076	\$469.563	\$497.634
(-)GASTOS DE VENTA		\$240	\$248	\$256	\$265	\$274
(=) UTILIDAD NETA EN VENTAS		\$394.260	\$417.835	\$442.820	\$469.298	\$497.360
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$83.651	\$86.478	\$89.401	\$92.423	\$95.547
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$ -	\$310.609	\$331.357	\$353.419	\$376.876	\$401.813
(-) GASTOS FINANCIEROS	\$ -	\$901	\$932	\$963	\$996	\$1.030
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES		\$309.708	\$330.425	\$352.455	\$375.880	\$400.784
(-) 15% PARTICIPACION DE TRABAJADORES		\$46.456	\$49.564	\$52.868	\$56.382	\$60.118
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ -	\$263.251,84	\$280.861,50	\$299.587,15	\$319.497,65	\$340.666,04
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA	\$ -	\$57.915,41	\$61.789,53	\$65.909,17	\$70.289,48	\$74.946,53
(=) UTILIDAD NETA	\$ -	\$205.336,44	\$219.071,97	\$233.677,98	\$249.208,17	\$ 265.719,51
(+) DEPRECIACIONES		\$ 3.176,89	\$ 3.176,89	\$ 3.176,89	\$ 1.725,70	\$ 1.725,70
(-) AMORTIZACION DE LA DEUDA		\$360,79	\$400,47	\$444,52	\$493,42	\$ 547,70
(-) COMPRA DE ACTIVO FIJO		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) INVERSION	\$13.657,63					
PRESTAMO BANCARIO						
(=) FLUJO DE CAJA DE PERIODO	(\$13.657,63)	\$208.152,54	\$221.848,39	\$236.410,34	\$250.440,44	\$266.897,51

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

6.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es el análisis del nivel del negocio, en el cual establece el punto de estabilidad que tiene la empresa, esto quiere decir que no obtiene ni utilidad, ni pérdida.

En base al servicio de organización de eventos sociales y empresariales se ejecutara dos tipos de análisis para obtener el punto de equilibrio: Punto de Equilibrio en valores Monetario / Punto de Equilibrio en Unidades.

Tabla N.-40 Punto de Equilibrio en valores monetarios

COSTO FIJO	\$	138.159
COSTO VARIABLE	\$	137.040
VENTAS	\$	394.500
P.E. MONETARIOS	\$	211.698

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

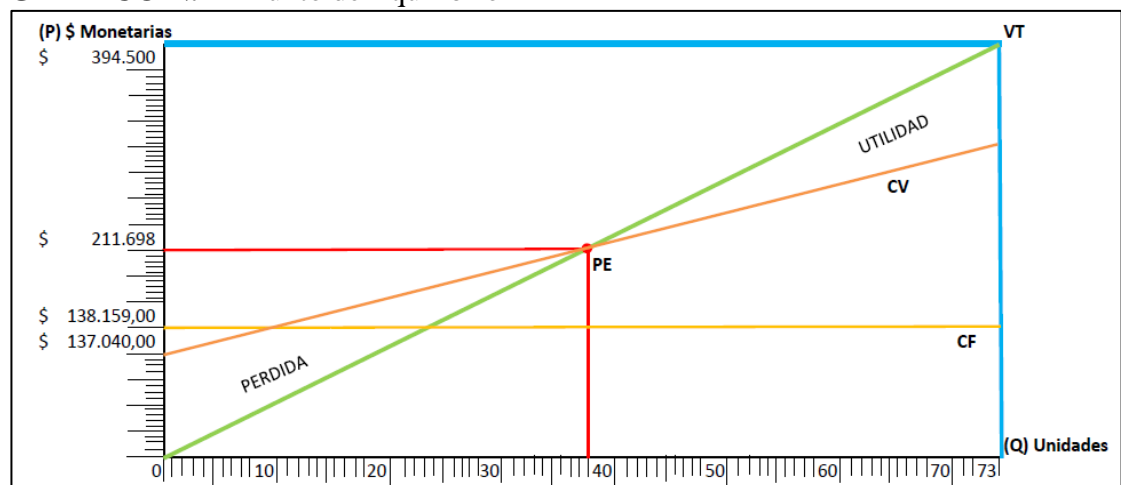
Tabla N.-41 Punto de Equilibrio en Unidades

COSTO FIJO	\$	138.159
PRECIO	\$	5.404
COSTO VARIABLE UNIT.	\$	1.877
P.E. UNIDADES		39

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N.-44 Punto de Equilibrio



Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

6.7. ESTADO DE RESULTADOS

Tabla N.-42 Estado de Resultados

DESCRIPCIÓN	2016	2017	2018	2019	2020
INGRESOS POR VENTAS	\$394.500	\$418.083	\$443.076	\$469.563	\$497.634
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$394.500	\$418.083	\$443.076	\$469.563	\$497.634
(-)GASTOS DE VENTA	\$240,00	\$248,11	\$256,50	\$265,17	\$274,13
(=) UTILIDAD NETA EN VENTAS	\$394.260,00	\$417.835,10	\$ 442.819,73	\$ 469.298,15	\$497.359,69
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$83.650,54	\$86.477,93	\$89.400,88	\$92.422,63	\$ 95.546,51
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$310.609,46	\$ 331.357,17	\$ 353.418,85	\$ 376.875,52	\$401.813,17
(-) GASTOS FINANCIEROS	\$901,41	\$931,88	\$963,38	\$995,94	\$1.029,60
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	\$309.708,05	\$ 330.425,29	\$ 352.455,47	\$ 375.879,59	\$400.783,57
(-) 15% PARTICIPACION DE TRABAJADORES	\$46.456,21	\$49.563,79	\$52.868,32	\$56.381,94	\$60.117,54
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$263.251,84	\$ 280.861,50	\$ 299.587,15	\$ 319.497,65	\$340.666,04
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA	\$57.915,41	\$61.789,53	\$65.909,17	\$70.289,48	\$74.946,53
(=) UTILIDAD NETA	\$ 205.336,44	\$ 219.071,97	\$ 233.677,98	\$ 249.208,17	\$265.719,51

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

6.8. EVALUACIÓN FINANCIERA

a) Indicadores

a1) Valor Actual Neto

(Bonilla Leiva, 2017). “El valor actual neto es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos a la inversión inicial. La tasa de descuento o de actualización es la tasa mínima aceptable”.

Criterios de Decisión: Si el VAN es (>) que 1 el Proyecto es viable

Si el VAN es (<) que 1 el Proyecto no es viable

Forma de medición del indicador:

La medición se determina mediante la actualización de los flujos de efectivos futuros, en este caso por 5 años y se le resta la inversión inicial.

Tabla N.-43 Datos Flujo de Caja

(=) FLUJO DE CAJA DE PERIODO	(\$13.657,63)	208.152,54	221.848,39	236.410,34	250.440,44	266.897,51
------------------------------	---------------	------------	------------	------------	------------	------------

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Cálculos:

La fórmula para calcular el Valor Actual Neto (VAN) es:

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{FC_t}{(1+k)^t}$$

Dónde:

Fc = representa los flujos de caja en cada periodo t.

I₀ = es el valor del desembolso inicial de la inversión.

n = es el número de períodos considerado.

Para determinar la tasa de descuento del proyecto se toma en cuenta tres factores fundamentales como son:

Tabla N.-44 Tasa de descuento del valor neto actual

Tasa de inflación del país	3,38%
Tasa de inflación del sector de servicios	3,53%
Tasa pasiva referencial	5,14%
Prima al riesgo	3%
TMAR	8,7%

Fuente: Banco central de Ecuador/Ecuador en Cifras

Elaborado por: La Autora.

$$VAN = -13.657,63 + \frac{208.152,54}{(1+0,087)} + \frac{221.848,39}{(1+0,087)^2} + \frac{236.410,34}{(1+0,087)^3} + \frac{250.440,44}{(1+0,087)^4} + \frac{266.897,51}{(1+0,087)^5}$$

$$VAN = -13.657,63 + \frac{208.152,54}{1,087} + \frac{221.848,39}{1,18} + \frac{236.410,34}{1,28} + \frac{250.440,44}{1,37} + \frac{266.897,51}{1,52}$$

$$VAN = \$ 1.077,28$$

El Valor Actual Neto para este plan es positivo, es decir, mayor a 1, por lo que demuestra que es viable su ejecución. Para su cálculo se utilizó el 8,7 % como costo de oportunidad.

a.2) Tasa Interna de Retorno.

La Tasa Interna de Retorno se define como la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero, o también la tasa que iguala la suma de los flujos de entrada descontados con la inversión inicial del proyecto. (Leiva Bonilla, 2017).

$$TIR = \sum \frac{VF}{(1+i)^t} - Inv = 0$$

El costo de oportunidad utilizado para que los flujos de caja se nivelen a la inversión es del 15,3065 y a continuación se realiza la comprobación aplicando la fórmula del VAN y demostrando que llega a 0.

$$VAN = -13.657,63 + \frac{208.152,54}{(1+0,15)} + \frac{221.848,39}{(1+0,15)^2} + \frac{236.410,34}{(1+0,15)^3} + \frac{250.440,44}{(1+0,15)^4} + \frac{266.897,51}{(1+0,15)^5}$$

$$VAN = -13.657,63 + \frac{208.152,54}{1,15} + \frac{221.848,39}{1,32} + \frac{236.410,34}{1,52} + \frac{250.440,44}{1,75} + \frac{266.897,51}{2,01}$$

$$VAN = 0$$

Análisis: El valor del TIR está correcto, ya que Significa que para que el proyecto sea rentable debe descontarse al 15,31% como máximo, caso contrario no es viable, ya que el resultado debe ser =0.

El porcentaje obtenido en base a la teoría de la tasa interna de retorno, el cual menciona si es resultado del VAN es positivo la tasa de descuento debe ser superior o mayor de la tasa del VAN aplicada.

a.3) Beneficio Costo.

Es un cociente que permite comparar los ingresos de un proyecto, con relación a la inversión. Se asume como regla de decisión, la aceptación del proyecto si la relación es mayor a 1:

$$B/C = \frac{208.152,54 + \frac{221.848,39}{(1+0,087)} + \frac{236.410,34}{(1+0,087)^2} + \frac{250.440,44}{(1+0,087)^3} + \frac{266.897,51}{(1+0,087)^4}}{13.657,63}$$

$$B/C = 1,30$$

Análisis: El cálculo del Beneficio/Costo nos demuestra que por cada dólar invertido la Empresa de Organización de eventos sociales y empresariales obtiene una ganancia de \$ 1,30 dólares.

a.4) Período de Recuperación.

Es una medida de evaluación simple, que indica el tiempo en el que la inversión del proyecto se va a recuperar a través de las utilidades que arroje el mismo calculando con la fórmula detallada a continuación:

$$PRI = \frac{(b - c) + a}{d}$$

Dónde:

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

b = Inversión Inicial

c = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

d = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

$$PRI = \frac{(13.657,63 - 208.152,54) + 1}{221.848,39} = 0,87 = 1$$

Análisis.- En base al cálculo realizado con la fórmula de período de se demuestra que la inversión será recuperada en el primer año de funcionamiento de la Empresa.

a) Razones.

b.1) Liquidez.

“Las razones de liquidez miden la capacidad de la empresa para enfrentar necesidades financieras inesperadas.” (Quinn, 2010)

Existen varias razones de liquidez pero analizaremos sólo una:

Razón Circulante

Mientras mayor sea la razón, mayor será la capacidad de la empresa para pagar sus deudas.

Fórmula:

$$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}} = \frac{13.657,63}{8.194,58} = 1,66$$

Este análisis nos demuestra que por cada dólar invertido tenemos 0,66 centavos para cubrir sus deudas.

b.2) Rentabilidad.

(Quinn, 2010) “Este tipo de relaciones miden la capacidad del negocio para generar utilidades.”

Existen varias razones de rentabilidad, pero sólo analizaremos una:

Margen de utilidades brutas:

Esta razón nos indica la ganancia de la compañía en relación con las ventas, después de deducir los costos del servicio que se ofrece. También indica la eficiencia de las operaciones así como la forma en que se asignan precios a los productos o servicios. (Quinn, 2010)

Fórmula:

$$\frac{\text{Utilidades brutas} - \text{Gastos Operativos}}{\text{Ventas}} = 0,30 = 30\%$$
$$\frac{205.336,44 - 84.791,95}{394.500} = 0,30 = 30\%$$

La utilidad bruta corresponde al 30% de las ventas, por lo tanto el negocio es aceptable.

CONCLUSIONES

- El estudio de mercado aplicado en este plan de negocios ha demostrado que es factible y ejecutable la creación de una Empresa de organización de eventos sociales y empresariales, debido a la existencia de una gran demanda insatisfecha en el Sector de Norte.
- Cabe mencionar que mediante la investigación de mercado, se ha determinado los servicios de organización de eventos sociales y empresariales se ofrecerá a sus clientes potenciales, y estos son: Familias y Empresa. Se utilizó como herramienta de obtención de información, la encuesta.
- Luego del análisis financiero se concluye que el emprendimiento de la Empresa de organización de eventos sociales y empresariales, es viable por su rentabilidad y liquidez financiera.
- El control de calidad proyectado mantendrá en constante innovación el servicio que se proporcionará a los clientes potenciales y quienes adquieran nuestro servicio de organización de eventos sociales y empresariales.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda poner en práctica la ejecución del proyecto por su viabilidad económica y financiera.
- Es importante realizar un seguimiento constante a los clientes potenciales, ya que esto permitirá satisfacer a cabalidad sus necesidades y nos otorgará la fidelidad del cliente.
- Se deberá establecer una política de selección de personal para contar con personal idóneo y capaz de desempeñar sus funciones a cabalidad.
- Es necesario realizar una campaña publicitaria constante aprovechando las herramientas que internet ofrece como por ejemplo: Crear una página web, adicionalmente del manejo de wathssap, facebook e instagram.

BIBLIOGRAFÍA

TEXTOS

ARBOLEDA VÉLEZ, Germán, (2008). *Proyecto: Formulación, Evaluación y Control*; Cuarta Edición; Editorial McGraw Hill; Bogotá, Colombia.

BACA URBINA, Gabriel (2010). *Evaluación de proyectos*. Cuarta Edición; Editorial McGraw_Hill; Bogotá, Colombia.

BLANCO, Adolfo. *Formulación y Evaluación de Proyectos*, Ediciones Torán, 4ta edición.

CASTILLO MARIA, Fernanda. (2007). *Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación*; Primera Edición.

COLOMA, F. (2009). *Evaluación social de proyectos de inversión*. Asociación Internacional de Fomento- Bco. La Paz; Bolivia.

“ELABORACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN”; Guía de Estudio, Módulo IX; Carrera de Administración de Empresas; Modalidad de Estudios a Distancia; Editorial Universitaria; UNL; Loja- Ecuador, 2011 – 2012.

GARCÍA VLACÁRCEL, Ignacio. *Gestión de la relación de los clientes*.

HERNANDEZ HERNANDEZ, Abraham, (2009). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*; Sexta Edición; Editorial McGraw Hill; México.

KOTLER PHILIP, (Año 2002 Pág. 54). *Dirección de Marketing*.

KOTLE, Philip, (2005, Cap.8). *Fundamentos de Marketing*.

LAURA FISHER Y JORGE ESPEJO, (2004). *Mercadotecnia*. Editorial McGraw-Hill.

LEIVA BONILLA, J. (2017). *Los Emprendedores y la Creación de Empresas*. Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.

MIRANDA MIRANDA, Juan José, (2009). *Gestión de Proyectos: Identificación, Formulación, Evaluación Financiera-Económica-Social-Ambiental*; Quinta Edición; MM Editores; Bogotá Colombia.

POLO PUJADAS, Magda (2011). *Creación y Gestión de Proyectos editoriales en el siglo XXI*.

POLO BASURTO, Luis Felipe. (1973). *Proyecciones sobre ingresos*; Volumen 2 de Colección estudios hacendarios.

QUINN, J. B. (2010). *El Proceso Estratégico, Conceptos, Contextos y Casos*. México: Pearson.

SÁIZ ÁLVAREZ José Manuel, LÓPEZ, David de la Antonia, (2009), CRM: *Estrategia para la gestión de relaciones con los clientes*.

VARELA, Rodrigo; (2010). *Innovación Empresarial*; Segunda Edición; Editorial Pearson Interamericana; México D. F.

INTERNET

Comunidad Andina de la Naciones (2016). Obtenido de <http://www.comunidadandina.org/>

BCE (2016), *Banco Central del Ecuador*. Obteniendo de <https://www.bce.fin.ec/>

INEC. (01 de 01 de 2011). *Instituto ecuatoriano de estadísticas y censos*. Recuperado el 13 de 01 de 2016, de www.inec.gob.ec

INEC. (10 de 06 de 2015). *Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>

Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (13 de Noviembre de 2015). Obtenido de <http://www.quito.gob.ec>

Servicio de Rentas Internas. (15 de Enero de 2016). Obtenido de www.sri.gob.ec

Servicios Ciudadanos DMQ. (23 de enero de 2016). Obtenido de <https://pam.quito.gob.ec/>

Superintendencia de Compañías, (2016). Obtenido de <http://www.supercias.gob.ec/portal/>

ANEXO N.- 1

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS SOCIALES Y EMPRESARIALES EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

OBJETIVO: La presente encuesta tiene el objetivo de recopilar la información necesaria de los gustos, preferencias, necesidades y exigencias de los clientes adquieren el servicio de organización de eventos sociales y empresariales en sector norte de la ciudad de Quito.

1.- ¿Usted realiza eventos sociales?

Sí _____ No _____

2.- ¿Usted contrataría alguna empresa que preste el servicio de organización de eventos sociales?

Sí _____ No _____

3.- ¿Qué puntos usted valoraría más en una empresa que brinda servicios de organización de eventos sociales?

- Puntualidad
- Calidad
- Precio Accesible

4.- ¿Qué tipo de eventos son los que realiza con frecuencia?

- Matrimonio
- Cumpleaños
- Bautizos
- Baby shower
- Otros

5.- ¿Cuánto Dinero Invertiría usted para realizar un evento social?

- \$3.500
- \$6.000
- \$10.000

6.- ¿Cómo califica los servicios recibido de las empresas contratadas por usted?

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo

7.- ¿Cuántos eventos en promedio realiza al año?

- Menos de 5
- Entre 5 y 10
- Entre 10 y 15
- Más de 15