



UNIVERSIDAD ESTADAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRACIÓN COMERCIAL

TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN MARKETING

EMPRENDIMIENTO

TEMA: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA
ORGANIZADORA DE EVENTOS EN EL CANTÓN MILAGRO

Autores: Martínez Araujo Carolina Johanna

Tutor: Ec. ERIKA ROMERO CARDENAS Phd

ECUADOR

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabrizio Guevara Viejo, PhD.

RECTOR

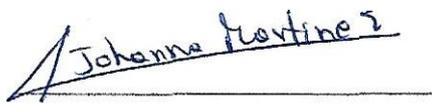
Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Yo, Martínez Araujo Carolina Johanna en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la alternativa de Titulación — Emprendimiento, modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Emprendimiento realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación Organizaciones de eventos de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizó a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este Emprendimiento en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.



Martínez Araujo Carolina
Johanna CI: 092873243 7

APROBACIÓN DEL TUTOR DE EMPRENDIMIENTO

Yo, Ec. Erika Jadira Romero Cardenas PhD en mi calidad de tutor del Emprendimiento, elaborado por el estudiante Martínez Araujo Carolina Johanna, cuyo tema de trabajo de Titulación es Plan de Negocios para la creación de una Organizadora de Eventos en el Cantón Milagro, que aporta a la Línea de Investigación de eventos previo a la obtención del Grado ingeniera en marketing; trabajo de titulación que consiste en una propuesta innovadora que contiene, como mínimo, una investigación exploratoria y diagnóstica, base conceptual, conclusiones y fuentes de consulta, considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo APRUEBO, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de Emprendimiento de la Universidad Estatal de Milagro.

En la ciudad de Milagro, a los 14 días del mes de Noviembre de 2018.



Ec. Erika Jadira Romero Cárdenas
C.I: 0916577067

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Mgs. Romero Cárdenas Erika Jadira

· Mgs. Campuzano Rodríguez María Auxiliadora

Mgs. Villegas Yagual Enrique Félix

Luego de realizar la revisión del Emprendimiento, previo a la obtención del título (o grado académico) de Ingeniera Marketing presentado por el (la señor (a/ita) Martínez Araujo Carolina Johanna.

Con el tema de trabajo de Titulación: Plan de negocio para la creación de una organizadora de eventos en el Cantón Milagro

Otorga al presente Emprendimiento, las siguientes calificaciones:

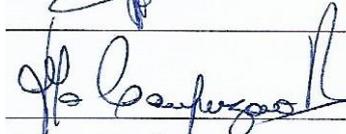
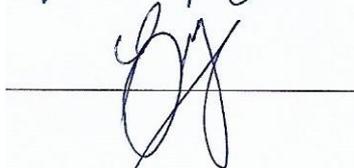
Estructura	(70)
Defensa oral	(30)
Total	(100)

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado)

APROBADO

Fecha: 14 de Noviembre de 2018

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	Mgs. Romero Cárdenas Erika Jadira	
Secretario la	Mgs. Campuzano Rodríguez María Auxiliadora	
Integrante	Mgs. Villegas Yagual Enrique Félix	

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a Dios por ser mi guía y darme fortaleza en los momentos de dificultad para seguir adelante. A mis apreciados padres que siempre estuvieron junto a mí brindándome su apoyo en todo momento. También dedico este trabajo a mi esposo e hijos que estuvieron conmigo durante todo este proceso convirtiéndose en el pilar fundamental para conseguir este logro que repercutirá de manera significativa en mi vida.

Carolina Johanna Martínez Araujo.

AGRADECIMIENTO

Han pasado varios años de estudio, esfuerzo, sacrificio y dedicación para cumplir el objetivo que me había propuesto por ello agradezco primero a Dios por darme la sabiduría que necesitaba para no decaer y culminar con éxito esta etapa. Les agradezco a mi esposo, hijos, padres, hermanos y demás familiares por estar junto a mí en los momentos difíciles que sean presentado a lo largo de mi vida. A la Universidad Estatal de Milagro en especial a la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales que representada por su planta docente trabajaron arduamente para contribuir en mi formación como un profesional de calidad. A la Mae. Erika Jadira Romero Cárdenas tutora de trabajo de titulación que con su nobleza y apoyo incondicional contribuyo en el desarrollo de este trabajo.

Carolina Johanna Martínez Araujo.

ÍNDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTOR	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR DE EMPRENDIMIENTO	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR.....	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xi
INDICE DE FIGURAS.....	xii
RESUMEN.....	1
Business Plan for a Creation of an Event Organizer in the Canton Milagro	2
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN.....	3
1. PRESENTACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO.....	5
1.1. Descripción del negocio.....	5
1.2. Misión	5
1.3. Visión.....	6
1.4. Objetivo General.....	6
1.5. Objetivos Específicos	6
1.6. FODA	7
1.7. FOFA-DODA	8
2. MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN	9
2.1 Análisis del mercado.....	9
2.1.1 Mercado de la demanda	9
2.1.2 Tipos de Consumidores	10
2.2.2 Mercado Potencial	11
2.2.3 Ventaja Competitiva.....	11
2.2 Investigación de Mercado	12

2.2.1	Delimitación	12
2.3	Plan de Marketing.....	20
2.3.2.	Fuerzas de Porter.....	23
3.	UBICACIÓN Y UTILIZACIÓN DE FACTORES PRODUCTIVOS.....	25
3.1.	Diagrama del flujo del proceso del bien o servicio	25
3.1.1	Flujo grama Canal de Distribución.....	26
3.1.2	Flujo grama Canal de Comunicación	26
3.2	Especificaciones de los usuarios/materia prima a utilizarse.....	27
3.3.	Instalaciones.....	28
3.4.	Maquinarias y equipo con sus respectivos costos	29
3.5.	Localización del negocio: macro y micro localización	29
3.7	Logo.....	31
3.8	Slogan.....	31
4.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO	32
4.1.	Tipo de organización	32
4.2.	Estructura organizacional	32
4.3.	Funciones y responsabilidades.....	33
4.4.	Instalación, equipos y maquinarias para el personal administrativo	35
5.	ESTUDIO LEGAL Y AMBIENTAL	36
5.1.	Normativa relacionada con el emprendimiento	36
5.2.	Descripción del impacto ambiental	37
5.3.	Plan de control ambiental (compensación y/o mitigación).....	37
6.	ESTUDIO ECONÓMICO DEL EMPRENDIMIENTO	39
6.1.	Inversión y fuente de financiamiento.....	39
6.2.	6.1.1 Activos fijos.....	39
6.1.2	Tabla de amortización.....	40
6.2.	Proyección de Ingresos	41
6.3.	6.2.1 Ventas	41
6.3.	Proyección de egresos	42
6.3.1	Costos directos	42
6.3.2	Costos Indirectos	43
6.3.2.1.	Gastos Generales	43
6.3.2.2.	Gastos administrativos.....	44
7.	ESTUDIO FINANCIERO	45

7.1. Estado de situación inicial.....	45
7.2. Estados financieros proyectados	46
7.2.1. Estado de Resultado	46
7.3. Flujo de Caja	48
7.3.1. Análisis de la rentabilidad (VAN – TIR – Tiempo de recuperación – Otros)	49
7.4.2 Razones Financieras	49
7.4.3 Dupont	50
7.4.4. Análisis de sensibilidad	50
CONCLUSIONES.....	52
RECOMENDACIONES.....	53
BIBLIOGRAFÍA.....	54

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Análisis FODA.....	7
Tabla 2 Segmento de Mercado.....	12
Tabla 3 Especificaciones de Usuarios/Materia Prima	27
Tabla 4 Maquinaria y Equipo.....	29
Tabla 5 Funciones y Responsabilidades Administrador General.....	33
Tabla 6.....	34
Tabla 7.....	34
Tabla 8 Instalaciones Equipos y Maquinarias	35
Tabla 9 Impacto Ambiental	37
Tabla 10 Plan de Control Ambiental.....	38
Tabla 11: Activos Fijos	39
Tabla 12: Amortización	40
Tabla 13: Ventas	41
Tabla 14: PVP de Productos	41
Tabla 15: Costos directos.....	42
Tabla 16: Costos de los Productos.....	42
Tabla 17: Gastos Generales	43
Tabla 18: Gastos Administrativo	44
Tabla 19: Estado de situación Inicial.....	45
Tabla 20: Estado de Resultado.....	47
Tabla 21: Disminución en 5%	51
Tabla 22: Disminución en 10%	51
Tabla 23: Disminución en 30%	51

ÍNDICE DE GRÁFICOS

<i>Grafico 1 Pregunta 1 Encuesta</i>	13
Grafico 2 Pregunta 2 Encuesta	14
Grafico 3 Pregunta 3 Encuesta	15
Grafico 4 Pregunta 4 Encuesta	16
<i>Grafico 5 Pregunta 5 Encuesta</i>	17
Grafico 6 Pregunta 6 Encuesta	18
Grafico 7 Pregunta 7 Encuesta	19

INDICE DE FIGURAS

<i>FIGURAS 1 Diagrama de Procesos del Servicio</i>	25
FIGURAS 2 Flujo grama Canal de Distribución	26
FIGURAS 3 Instalaciones	28
FIGURAS 4 Logo	31
FIGURAS 5 Slogan	31
FIGURAS 6 Estructura Organizacional	33

Plan de Negocio para la Creación de una Organizadora de Eventos en el Cantón Milagro.

RESUMEN

El presente trabajo se ha desarrollado con el beneficio de efectuar un análisis completo de viabilidad para la creación y puesta en marcha de la microempresa de D'Sandrys Eventos, proyecto que tiene como objetivo satisfacer cada una de las necesidades de organización, planeación y elaboración de eventos y festividades de tipo social y familiar, en un ambiente innovador, seguro y especializado por estar siempre al desarrollo en las tendencias de elaboración de eventos en aspectos como decoración, asesoría personificada en imagen y moda tanto para celebraciones habituales como para nuevas opciones teniendo en cuenta los gustos y requerimientos del cliente.

La empresa empleara estrategias de difusión utilizado a las redes sociales como aliadas para realizar la publicidad, las personas que se conviertan en clientes continuos recibirán descuentos especiales, otra de las tácticas a utilizar será otorgar un servicio extra que es la de entregar un álbum digital con las fotos que se captan durante el desarrollo del evento además de un video especial donde consten los mejores momentos del evento lo que se busca es fidelizar a los clientes y sobretodo su satisfacción porque para la empresa ellos son lo más importante.

En el estudio financiero se consiguió concluir que la microempresa tendrá una capacidad de alto desarrollo y rentabilidad en un periodo de uno a cinco años, lo que se procura conseguir de la mano de una mezcla de mercadeo acorde para el público objetivo, pero también asumiendo en factores económicos y sociales

Business Plan for a Creation of an Event Organizer in the Canton Milagro

ABSTRACT

The present work has been developed with the benefit of carrying out a completed feasibility analysis for the creation and the bedding of a micro-enterprise named D Sandrys Eventos, this project aims to satisfy every kind of needs in organization, planning and preparation events also every kind of social and family festivities in a innovative safe and specialized environment for allays being in development in the trends of events in aspects like decoration, personified advice in a fashion for celebrations and new options taking into account pleasures and requirements of the client.

The company will apply dissemination strategies used to social networks to make publicities, people that become in continuous customers will receive special discounts, another tactic to use will be to provide an extra service that is to deliver a digital album with photos that are captured during the event as well as a special video where will be filmed the best moments of the event. what we sought is to make customers feel pleasure because they are the most important for the growth of the Company.

In the financial study we could conclude that the company will have a high development capacity and rentability in a period of a few years, what is sought a marketing mix according to the customers, but also assuming in economics and social factors.

KEY WORDS: Events, Social, Business.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad existen varias tendencias a nivel Latinoamérica y del mundo para la decoración e implementación de materiales en un evento social, puesto que la demanda ha permitido evolucionar esta corriente.

En épocas antiguas, las personas que realizaban sus celebraciones, no tenían los conocimientos de la manera de decorar el lugar donde los hacían, a esto hay que añadir que tampoco existían tiendas o locales donde poder conseguir los materiales para el efecto.

Así, la organización de eventos se ha ido convirtiendo en una actividad muy profesional que requiere de una preparación especializada.

Un organizador (a) especializado sabe precisar los pasos, ordenamiento o secuencia de acciones que nos permitirán cumplir de manera disciplinada los pasos que necesitan seguir para la realización de cada movimiento en un evento específico.

La organización de eventos sirve para darle un toque de formalidad, solemnidad y estilo a cada acto que organice para un cliente, una empresa, institución o grupo social determinado.

Siempre se debe tener presente que otro objetivo principal es atender a satisfacción la demanda requerida, o sea interpretar bien las expectativas de los demandantes, ubicarnos en su visión, ya que esta táctica nos permitirá un conocimiento cabal de sus aspiraciones.

La organización de eventos es un segmento de mercado que se encuentra en constante crecimiento, pero realizar la planificación y organización de los mismos conlleva dar tiempo y esfuerzo para lograr el éxito que se espera motivo por el cual surge esta empresa D'Sandrys Eventos que cuenta con personal profesional, experto en el ámbito de organización de eventos sociales y empresariales, además brindar asesoramiento personalizado, supervisar el desarrollo del evento para lograr el éxito que se espera.

Lo que busca la microempresa D'Sandrys Eventos es poder brindar a los usuarios eventos innovadores utilizando como aliados estratégicos a la creatividad y la ejecución de las técnicas que serán puestos en marcha en cada uno de los eventos que se realicen además de ofrecer un establecimiento donde se cuenta con todos los implementos necesarios adecuado para la ocasión ya sea evento de tipo empresarial o social de la misma manera se hará con logística para que el evento sea inolvidable y el cliente quede satisfecho.

Se pretende crear bases sólidas y bien definidas para que la empresa tenga éxito, además de poner énfasis en la elaboración de estrategias y estudio de mercado que se realizara para conocer los constantes cambios con respecto a las necesidades que surjan por parte de las personas porque de ello también depende la estabilidad y permanencia de la compañía en este mercado para luego crecer y expandirse en otros ámbitos.

CAPÍTULO 1

1. PRESENTACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

1.1. Descripción del negocio

“D’Sandrys Eventos” será una compañía que se encargue de la organización de eventos sociales y empresariales demostrando que estamos a la vanguardia con respecto a la planificación y ejecución de programas de esta índole, enfocados en cubrir las expectativas y necesidades de los clientes para lo cual contamos con una adecuada red logística que permite efectuar los eventos a la altura de lo que requiere el usuario.

Para que el desarrollo de los eventos sea el más óptimo se le asignara al cliente una persona especializada con la cual contamos en la microempresa además se le dará la potestad a las personas que requieran nuestros servicios poder seleccionar los elementos que desea para su evento los mismos que se encuentran debidamente clasificados en un portafolio de productos de calidad, además para mayor comodidad del beneficiario esta actividad también podrá realizarla a través de la página web que posee la empresa expresando que operamos bajo un contexto novedoso y tecnológico en el mercado de organización de eventos.

1.2. Misión

Ofrecer a nuestros clientes un servicio de calidad eficiente enfocado en la satisfacción de sus requerimientos inspirados en el esfuerzo permanente de un equipo profesional cuya mayor satisfacción es la consecución de la excelencia.

1.3. Visión

Fortalecernos como la empresa líder en el mercado de servicios en organización de eventos en el cantón Milagro manteniendo un nivel de exigencia, basados en la innovación, calidad y servicio al cliente. “D’Sandrys Eventos” donde se ofrezcan diversas soluciones integradas a los requerimientos de cada cliente.

1.4. Objetivo General

Efectuar servicio de organización y planificación eventos sociales y empresariales mediante la aplicación de ideas creativas e innovadoras.

1.5. Objetivos Específicos

- ✓ Efectuar estudios de mercado que nos permita conocer cuáles son nuestros clientes potenciales
- ✓ Elaborar una estructura administrativa adecuada para obtener resultados adecuados en cada una de las actividades.
- ✓ Analizar el entorno actual en el cual se desarrollará la compañía.
- ✓ Efectuar el estudio técnico y financiero que implique los aspectos internos requeridos para la empresa logística de eventos “D’Sandrys Eventos”

1.6. FODA

Tabla 1 Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ➤ (F1) Innovación y creatividad en los eventos. ➤ (F2) Portafolio de eventos con diversos precios. ➤ (F3) Personal altamente calificado ➤ (F4) Publicidad a través de redes sociales 	<ul style="list-style-type: none"> • (O1) Las necesidades de los consumidores se dirige a la tendencia actual de la contratación de estos servicios • (O2) Ganar espacio en el mercado • (O3) Acceso de las redes sociales y plataforma virtuales de los eventos
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ✓ (D1) Toma de decisiones apresuradas. ✓ (D2) Dificultad para acceder a créditos bancarios. ✓ (D3) Falta de experiencia en este mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ (A1) Eventos al aire libre (cambio de clima). ❖ (A2) Situación económica del país. ❖ (A3) Competencia (nuevos y existentes)

Fuente: (Telancon., 2006)

Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo.

1.7 FOFA-DODA

Matriz FOFA-DODA	
<p>ESTRATEGIAS OFENSIVAS</p> <p>(F2-O3) Crear portafolio de eventos para personas con diferentes estatus social.</p> <p>(F3-O2) Invertir en equipos tecnológicos que ayuden a la publicidad.</p> <p>(F1-O1) Innovar constantemente en la realización de eventos para que los clientes se vuelvan fieles a la marca.</p>	<p>ESTRATEGIAS DEFENSIVAS</p> <p>(F1-A3) Realizar innovación constante, para estar sobre la competencia.</p> <p>(F2-A2) Establecer un portafolio con diferentes precios al alcance del cliente, sin que afecte la situación económica.</p> <p>(F3-A1) Invertir en equipo tecnológico para que los eventos al aire libre se desarrollen sin que el clima afecte.</p>
<p>ESTRATEGIAS DE REORIENTACIÓN</p> <p>(D2-O1) Adquirir vehículo para la logística y no afectar al cliente.</p> <p>(D1-O3) Analizar el mercado para tomar una adecuada decisión en que precios colocar los eventos.</p> <p>(D3-O2) Por ser nuevos en el mercado se deberá utilizar los medios adecuados para publicitar.</p>	<p>ESTRATEGIAS DE SUPERVIVENCIA</p> <p>(D3-A3) Se deberán diseñar estrategias que nos permitan competir y mantenernos en el mercado.</p> <p>(D2-A2) Se deberán buscar otras fuentes de financiamiento para la compañía.</p> <p>(D1-A1) Sera analizara la situación climática para recomendar al cliente la mejor opción para su evento.</p>

Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo.

CAPÍTULO 2

2. MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN

2.1 Análisis del mercado

Refiriéndose al análisis de mercado lo primero que se debe tener claro es que aquí se encuentra inmersa la oferta y la demanda, también se busca recabar información que sirva para conocer más a fondo cuáles serán nuestros futuros clientes además también se puede identificar cuáles son los potenciales competidores es decir negocios que ya se encuentran posicionados en este nicho de mercado posteriormente se efectuara un adecuado estudio de mercado que nos permitirá tener una perspectiva sobre el servicio que se ofrecerá si tendrá la acogida esperada o no y también conocer en qué aspectos se debe mejorar.

2.1.1 Mercado de la demanda

Serán todas las personas que deseen contratar los servicios de esta compañía para que les organice y planifique cualquier tipo de evento social o empresarial con la finalidad de brindarles una nueva experiencia podrán escoger entre los diferentes paquetes que se ofrece con precios acordes al cliente desde ya se puede deducir que tendremos mayor acogida en la línea de los eventos sociales que corresponde a matrimonios, quinceañeras, matiné, fiestas infantiles, Baby shower porque son los que se efectúan constantemente para celebrar en familia.

Para mantener siempre a la vanguardia y cumplir con las expectativas del cliente, siempre se estará innovando con respecto a los arreglos, formatos y temáticas para los eventos además de incorporar a la tecnología como una de nuestras aliadas para cumplir con estos objetivos, también el usuario

recibirá una asesoría personalizada por parte de un empleado de la empresa con la finalidad de mantener al cliente y dar paso al marketing de boca en boca junto con estrategias adecuadas y debidamente elaboradas para posicionar la marca en el mercado también se debe recalcar que la compañía lograra lo que la competencia no ha podido.

Las personas que en su mayoría accederán a contratar nuestros servicios serán aquellas que cuenten con un status económico de nivel medio y alto y que les gusta celebrar fechas especiales organizando un evento acorde al momento, con respecto al servicio de organización de eventos empresariales estará enfocado a las empresas que vayan a realizar el lanzamiento de nuevos productos, eventos para empleados etc.

2.1.2 Tipos de Consumidores

Son diversas las clases de consumidores que existen en la sociedad actual pero cada uno posee rasgos distintos que los hace diferentes unos de otros, en el caso de los eventos tenemos a los que se vuelven fieles a la marca porque valoran diferentes aspectos como la buena organización, atención por ende acudirán a nuestra empresa para solicitar el servicio debido a la buena atención que se les brindo y estarán dispuestos a cancelar el valor monetario que se estipule.

Otro tipo de consumidor son aquellos que adquieren algo de acuerdo a los ingresos que obtienen mensualmente, para lo cual esta empresa organizadora de eventos también pone a disposición paquetes de eventos a un bajo costo accesible para todos a este segmento pertenecerán las personas de nivel económico bajo.

Entre los tipos de consumidores también se encuentran los que realizan adquisiciones simplemente por satisfacer una necesidad, es decir para la compañía serán los clientes que adquieran e servicio, pero por cumplir con algo que ya tenían planificado hacer sin entrar en detalles sobre analizar precios, nueva experiencia. Luego de conocer los tipos de consumidores se llega a la conclusión

que este servicio estar dirigido a las personas que deseen contratar una empresa que organice y planifique su evento ya sea social o empresarial a un costo accesible, que les otorgue a oportunidad de tener una nueva experiencia siendo un recuerdo inolvidable quedando plasmado para toda la vida.

2.2.2 Mercado Potencial

La organización de eventos se encuentra en un segmento de mercado crece cada vez más sobre todo por la innovación constante que se realiza, pero existen empresas que este servicio no llena las expectativas de los clientes es decir al final no terminan satisfechos, aunque deban cancelar precios exorbitantes.

Lo antes mencionado es lo que D`Sandry Eventos vio como una oportunidad para ingresar y competir en este espacio de mercado ofreciendo un servicio de organización y planificación de eventos sociales y tradicionales con precios que vayan acorde al cliente además de brindarles asesoría personalizada con el objetivo de que el cliente se sienta satisfecho por vivir una nueva experiencia t disfrute del evento.

2.2.3 Ventaja Competitiva

Las ventajas competitivas de D`Sandrys Eventos radica en los siguientes aspectos, es una empresa que se encargara de organizar eventos sociales y empresariales donde se le brindara una asesoría personalizada al cliente en temas de decoración con la finalidad que el evento se desarrolle en un buen ambiente, además de elaborar un cronograma debidamente estructurado en el caso de los eventos empresariales.

La principal ventaja competitiva ante las demás empresas organizadoras de eventos será utilizar e implementar a la tecnología como nuestra principal aliada, al culminar el evento luego de unos

días se le entregara al cliente un álbum virtual donde consten todas las fotos que fueron tomadas en el evento, los eventos empresariales serán transmitidos en vivo a través de la página que posee D`Sandrys Eventos y en espacios abiertos la implementación de drones a través de todo esto lo que se busca es crear una nueva experiencia para el cliente y sus invitados mediante una mezcla de la realidad y lo virtual

2.2 Investigación de Mercado

Tabla 2 Segmento de Mercado

Segmento Geográfico	
Provincia	Guayas
Cantón	Milagro
Segmento Demográfico	
Edad	25-60 años
Nivel de Ingresos	Medio-Alto
Profesionales, Amas de Casa, Empresarios.	

Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo.

2.2.1 Delimitación

Realizar una investigación de mercado le permite a la empresa D`Sandrys Eventos poder recabar información que sea de mucha valía para lo cual se utilizó como herramienta una encuesta que fue realizada a 366 personas de sexo masculino y femenino comprendidos entre las edades de 25-60 años que viven en el Cantón Milagro ubicado en la provincia del Guayas, luego de efectuar la tabulación de los datos obtenidos se podrá deducir si el servicio tendrá la aceptación que se espera por parte de las personas.

Mediante la aplicación del cálculo de la muestra respectiva sobre la población del Cantón Milagro que es de 166.634 habitantes, se obtuvo como resultado que 383 personas es el segmento al cual se debe encuestar para realizar la encuesta para efectuar el estudio de mercado.

2.2.2 Análisis de Datos

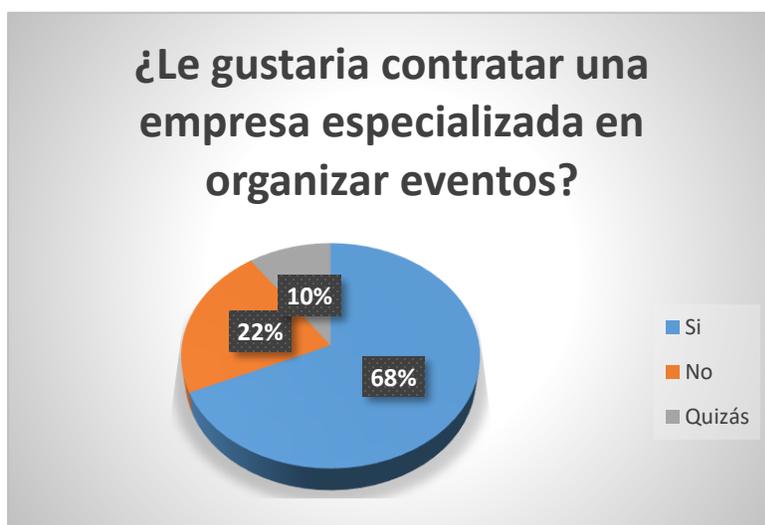
1) ¿Le gustaría contratar una empresa especializada en organizar evento?

Tabla 1 Pregunta 1 Encuesta

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Si	250	68%
No	80	22%
Quizás	36	10%
Total	366	100%

Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo.

Grafico 1 Pregunta 1 Encuesta



Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo.

Análisis:

De acuerdo a la encuesta realizada podemos observar que el 68% de las personas no manifestaron que si están de acuerdo en contratar una empresa especializada en organizar eventos, el 22% contesto que no y el 36% que tal vez lo haría.

2) ¿Con qué frecuencia realiza celebraciones?

Tabla 2 Pregunta 2 Encuesta

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
3 a 5 veces por año	290	68%
1 a 3 veces al año	50	22%
Nunca	26	10%
Total	366	100%

Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo.

Grafico 2 Pregunta 2 Encuesta



Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo.

Análisis:

De acuerdo a nuestra encuesta podemos observar que el 68% de los encuestados opinaron que realiza celebraciones 3 a 5 veces por año, el 22% manifestó que de 1 a 3 veces y el 10% opino que nunca. Podemos observar que la mayoría de las personas realizan eventos 3 a 5 por año.

3) ¿Cuál es el evento que celebra con mayor frecuencia?

Tabla 3 Pregunta 3 Encuesta

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Graduaciones	10	3%
Cumpleaños	35	9%
Fiestas Infantiles	200	55%
Bodas	18	5%
Aniversario	53	14%
Ninguno	50	14%
Total	366	100%

Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo.

Grafico 3 Pregunta 3 Encuesta



Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo.

Análisis:

De acuerdo a nuestra encuesta podemos observar la mayor incidencia que se realiza son las fiestas infantiles la cual tuvo un acierto de 55%, el 14% opino que en aniversario, el 14% manifestó ninguno, el 9% respondió que en cumpleaños, el 5% en bodas y el 3% graduaciones.

4) ¿De qué manera usted organiza los eventos?

Tabla 4 Pregunta 4 Encuesta

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Personalmente	36	10%
Contratar Personal Especializado	310	5%
Ayuda	20	85%
Total	366	100%

Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo.

Grafico 4 Pregunta 4 Encuesta



Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo.

Análisis:

En base a nuestra encuesta realizada observamos que el 85% contestó que realiza las fiestas contrata personal especializado, el 10% opino que dé cuenta propia y el 5% nos manifestó que ayuda de amigos y familiares.

5) ¿Para contratar un organizador de eventos, en que se basaría usted?

Tabla 5 Pregunta 5 Encuesta

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Información De Pagina Web y redes sociales	200	55%
Sugerencias	100	27%
Publicidad De Radio Y Televisión	50	14%
Ninguna	16	4%
Total	366	100%

Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo.

Grafico 5 Pregunta 5 Encuesta



Análisis:

Podemos observar que el 55% opino que para contratar un evento se basa en una página web la cual tuvo un acierto de 55%, el 27% opino que se basa a sugerencias, el 14% por medio de publicidad ya sea en radio o televisión y el 4% opino que ninguna.

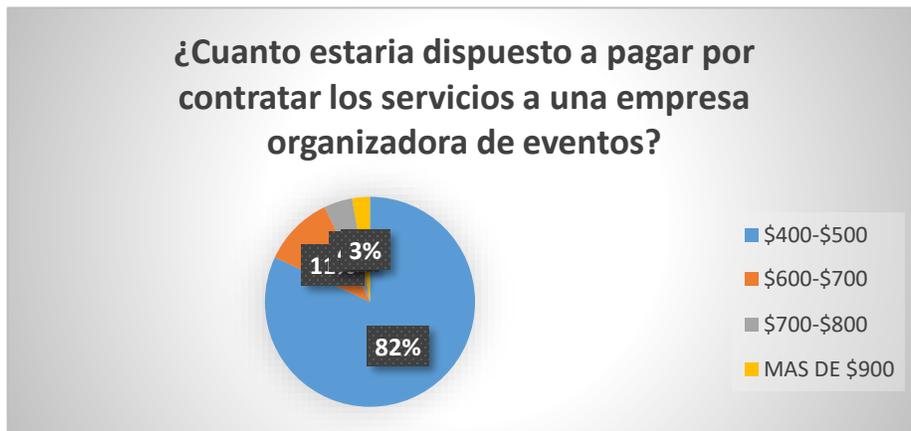
6) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por contratar los servicios a una empresa organizadora de eventos?

Tabla 6 Pregunta 6 Encuesta

\$400-\$500	300
\$600-\$700	40
\$700-\$800	16
MAS DE \$900	10

Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo.

Grafico 6 Pregunta 6 Encuesta



Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo.

Análisis:

De acuerdo a nuestra encuesta podemos observar que el 82% de los encuestados opinaron estaría dispuesto a pagar por contratar los servicios a una empresa organizadora de eventos, el 40% manifestó que de 3 a 5 veces y el 11% opino que nunca el podemos observar que la mayoría de las personas realizan eventos y el 10% 1 a 2 están dispuesto por año.

7) ¿Cuál sería el aspecto relevante por el que contraría una empresa organizadora de eventos?

Tabla 7 Pregunta 7 Encuesta

DECORACION	150
LAS TEMATICAS	50
DIMENCIONES DEL LOCAL	40
SERVICIO DE CATERING	126
TOTAL	366

Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo.

Grafico 7 Pregunta 7 Encuesta



Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo.

Análisis:

De acuerdo a la encuesta realizada podemos observar que el 77% de las personas están de acuerdo con la decoración el 16% con lo de la temática el 10% con lo que es las dimensiones del local.

2.3 Plan de Marketing

2.3.1 Análisis del Marketing Mix

El servicio de organización y planificación ofrece “D`Sandrys Eventos” está dirigido a dos sectores como son el empresarial en lo que respecta al lanzamiento de nuevos productos al mercado, ferias comerciales, eventos corporativos, el otro segmento es el social que engloba las celebraciones de cumpleaños, Baby Shower, Quinceañera, Bodas etc. Lo que busca la empresa es hacer que el cliente tenga una nueva experiencia, llenar sus expectativas y sobre todo que disfrute del evento para ello también se implementa la innovación, creatividad junto a la tecnología para ofrecer el mejor servicio.

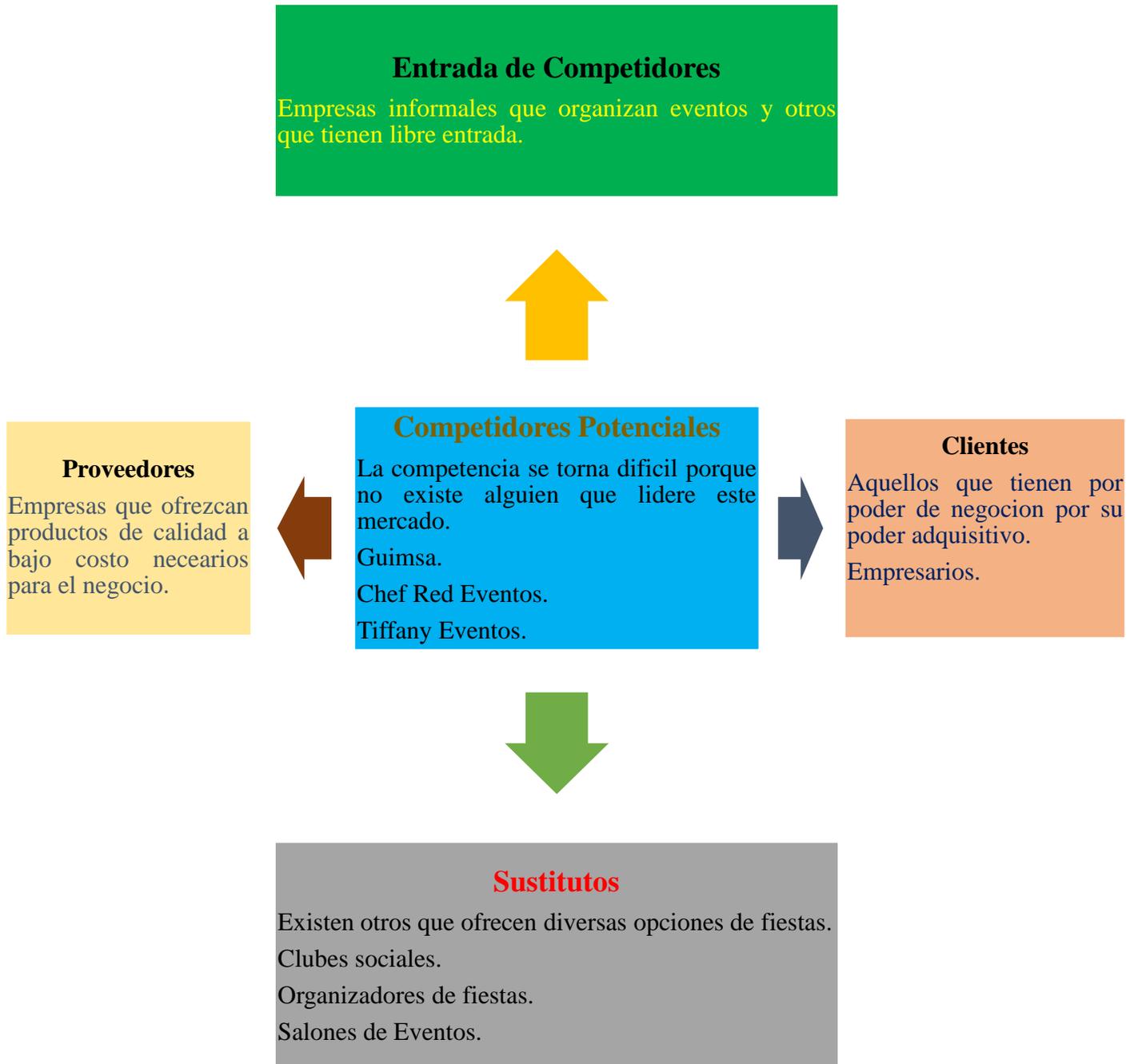
- ❖ **Precio:** Los precios que ofrezca por paquete “D`Sandrys Eventos” serán accesibles para los consumidores del segmento de mercado que hemos identificado lo que ayudara a que la empresa logre crecer de manera equilibrada.
- ❖ **Plaza:** “D`Sandrys” Eventos empezara sus funciones en el Cantón Milagro, pero posteriormente pretende extenderse a las ciudades importantes capitales de provincias la venta del servicio se la realizara de manera personalizada con el extra de que se otorgara asesoría al cliente con la finalidad de que el evento tenga un desarrollo éxitos.
- ❖ **Promoción:** Las estrategias que utilizara “D`Sandrys Eventos” será la de realizar descuentos en sus paquetes de eventos a las personas que se vuelvan clientes fieles de la compañía, otra de las estrategias a emplear será la de entregar un álbum de fotos digital a los clientes al final de cada evento además de un video.

- ❖ **Publicidad:** En lo que respecta a la publicidad “D’Sandrys Eventos” lo realizara a través de la página web corporativa donde se mostrara información para los clientes además se utilizaran las redes sociales como aliadas estratégicas para publicitar de todo lo que ofrece la compañía además de atender consultas en línea.
- ❖ **Procesos:** A través de la página web de la compañía se atenderá a los clientes respondiendo inquietudes o a su vez separando los cupos de atención para el cliente, con la finalidad de agilizar los procesos.
- ❖ **Personal:** La compañía realizara capacitación constante al personal que se encuentre inmerso en la parte de la logística de eventos con la finalidad de estar a la vanguardia y siempre actualizado con las nuevas tendencias en lo que respecta a la organización y planificación de eventos sociales y empresariales.

Estrategias			
Producto	<p>Ofrecer diferentes paquetes de eventos.</p> <p>Constante innovación y creatividad en los eventos.</p> <p>Otorgar al cliente un servicio de calidad.</p>	Plaza	<p>Local propio para la organización de eventos.</p> <p>Logística planea y organizada para el buen desarrollo del evento.</p> <p>Preparativos del evento culminaran con 15 minutos de anticipación.</p>
Precio	<p>Precios acordes al segmento de mercado.</p> <p>Precios especiales para quienes se vuelvan clientes de la empresa.</p> <p>Precios distintos a la competencia.</p>	Promoción	<p>Ofrecer descuentos especiales a los clientes fieles.</p> <p>Obsequio de álbum digital con fotos del evento.</p> <p>Obsequio video del evento desarrollado.</p>
Publicidad	<p>Construcción de página web.</p> <p>Utilización de herramientas digitales.</p> <p>Publicidad en medios tradicionales.</p>	Procesos	<p>Asesorías a los clientes.</p> <p>Separación de citas.</p> <p>Disminuir los tiempos de la logística.</p>

Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo.

2.3.2. Fuerzas de Porter



Fuente: (Michael Porter , 2015)

Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo.

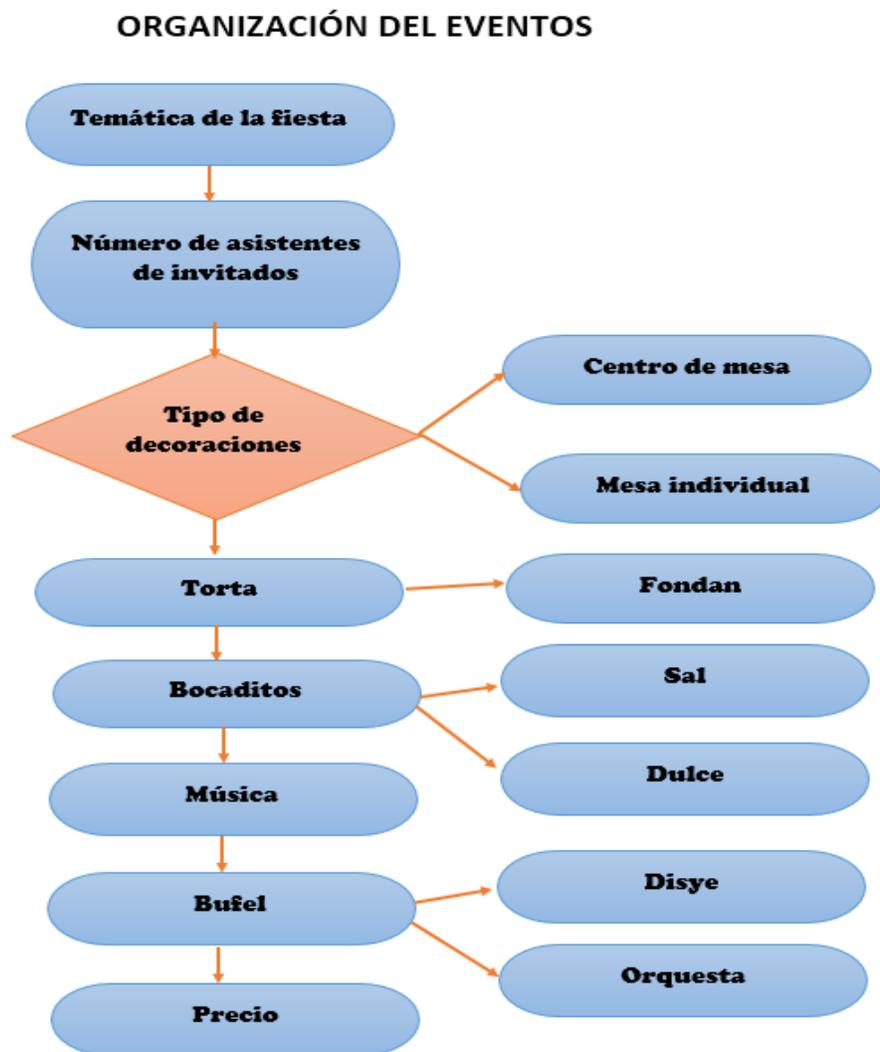
- ❖ **Competidores Potenciales:** En este mercado existen diferentes negocios que se dedican a la organización de eventos convirtiéndose en principales rivales para D'Sandrys Eventos además de encontrarse ya mucho tiempo en el mercado que corresponde a la organización de eventos, pero esta empresa que será nueva en el medio deberá emplear nuevos canales de difusión para lograr captar clientes.
- ❖ **Clientes:** las personas que se conviertan en nuevos clientes para esta empresa siempre exigirán algo más de manera que para poder mantenerlos deberán cumplir siempre con sus expectativas para ellos también se deberán realizar innovaciones constantes, pero no influir en los precios que tiene cada paquete de eventos.
- ❖ **Sustitutos:** D'Sandrys Eventos deberá estar atenta con aquellas empresas que presten el mismo servicio, pero a un menor costo porque se podrían convertir en sustitutos, para ellos es necesario formular estrategias para aplicarlas en dichos casos.
- ❖ **Entrada de Competidores:** Siempre desearan ingresar a este mercado competidores que trabajan de manera informal en la organización de eventos debido a los altos réditos económicos que esta actividad deja de tal manera que luego también van a querer posicionar su marca.
- ❖ **Proveedores:** La empresa buscara diversos proveedores por la cantidad de implementos que se necesitan para lo cual también se buscaran que sean de bajos costo, pero de calidad con la finalidad de no afectar al cliente y poder tomar medidas adecuadas en caso de emergencia.

CAPÍTULO 3

3. UBICACIÓN Y UTILIZACIÓN DE FACTORES PRODUCTIVOS

3.1. Diagrama del flujo del proceso del bien o servicio

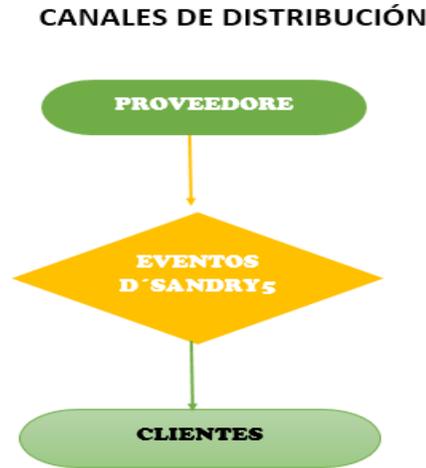
FIGURAS 1 Diagrama de Procesos del Servicio



Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo

3.1.1 Flujo grama Canal de Distribución.

FIGURAS 2 Flujo grama Canal de Distribución



Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo

3.1.2 Flujo grama Canal de Comunicación



Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo.

3.2 Especificaciones de los usuarios/materia prima a utilizarse

Podrán acceder a contratar los servicios de D'Sandrys Eventos todas aquellas personas que sean de un poder adquisitivo medio en adelante y los empresarios que quieran tener una nueva experiencia en cuanto a la organización y planificación de sus eventos.

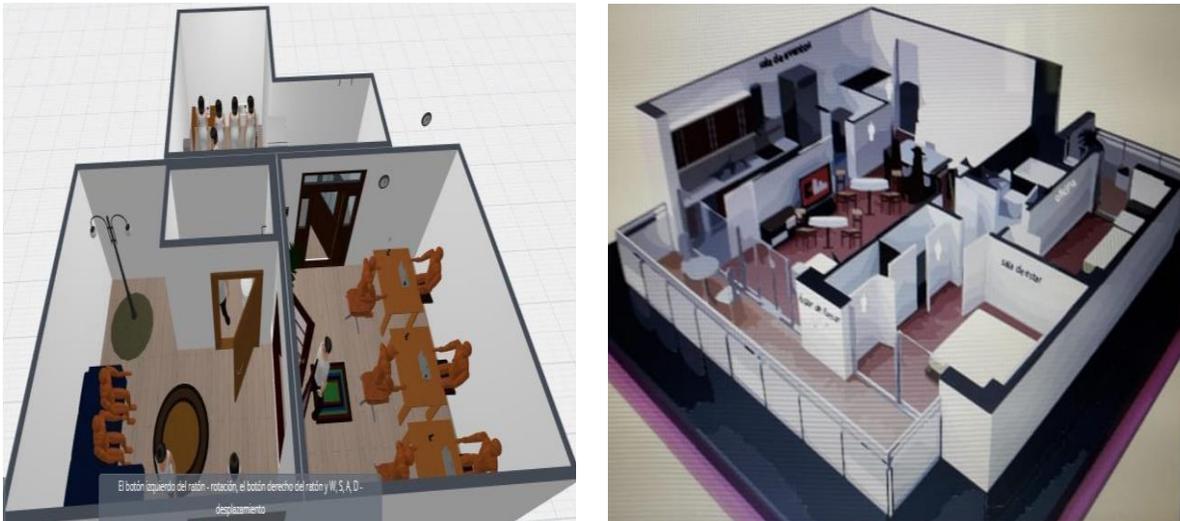
Tabla 3 Especificaciones de Usuarios/Materia Prima

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Carpas Impermeables	10	\$65	\$650
Vajillas Corona Oslo	20	\$35	\$700
Cristalería para eventos (48 piezas)	2	\$150	\$300
Mantelería (25 manteles)	3	\$120	\$360
Mesas Centrales (2 juegos)	5	\$75	\$375
Mesas	30	\$10	\$300
Sillas	120	\$5	\$600
Cubiertos (set de 18)	4	\$9	\$36
Samovares para buffet (set de 6)	2	\$95	\$190
Total			\$3.511

Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo.

3.3. Instalaciones

FIGURAS 3 Instalaciones



Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo.

D'Sandrys Eventos tendrá una infraestructura se levantar sobre un terreno de 130m² la misma que tendrá las áreas Administrativa, Logística y Comercialización y Ventas, en la parte exterior de la empresa se contara con áreas verdes y un espacio de zona de parqueo que lo podrán utilizar los clientes y los camiones de la empresa cuando estén cargando los materiales a utilizar en los eventos.

En un lugar anexo se encuentra el salón de eventos que es de 280m² el cual consta con un espacio para las personas que desean fumar sin afectar a los demás, en otra delas secciones se encuentra el lugar donde se expenderán las bebidas y espacio para que las personas se sienten mientras consumen su bebida en una sección continua se encuentran los baños y otro lugar para que las personas puedan platicar.

3.4. Maquinarias y equipo con sus respectivos costos

Tabla 4 Maquinaria y Equipo

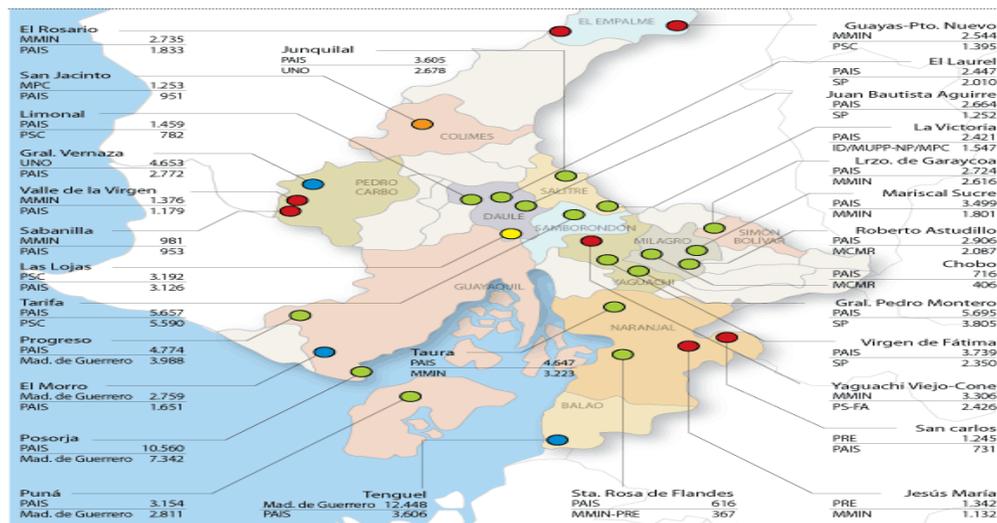
Equipo	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Tijeras Allied	10	\$9	\$90
Pistolas de silicón BP	10	\$3	\$30
Grapadora Solufel	10	\$5	\$50
Taladros D'Walt	5	\$60	\$300
Drones Skyhunter	5	\$90	\$450
Cámaras Fotográficas	5	\$100	\$500
Cámaras de Video	5	\$500	\$2.500
Total			\$3.920

Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo.

3.5. Localización del negocio: macro y micro localización

4.2 MACRO LOCALIZACIÓN Ubicación Amplia

FIGURAS 5

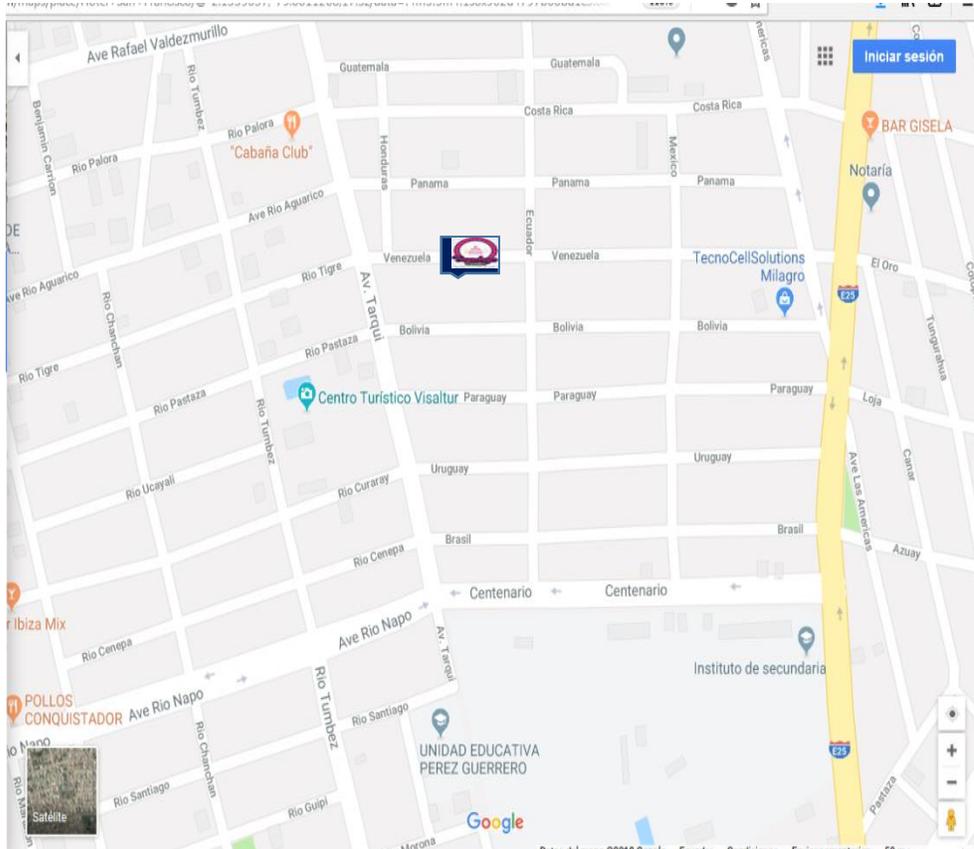


FIGURAS 5 Ubicación del Negocio

Fuente: (Google)

La compañía Ltda. D'Sandrys Eventos se encuentra ubicada en el Cantón Milagro dentro de la provincia del Guayas.

MICRO LOCALIZACIÓN



FIGURAS 6 Ubicación del Negocio

Fuente: (Google m.)

En el cantón Milagro podrán encontrar a D'Sandrys Eventos en la siguiente dirección calles Uruguay y Ecuador tomando de referencia la entrada de la calle visaltur.

3.7 Logo

FIGURAS 4 Logo

Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo.



El logo que representa la compañía tiene forma circular con la finalidad de transmitir a la sociedad una imagen positiva de compartir momentos con la familia, reuniones sociales en un buen ambiente. Además de demostrar el compromiso que tenemos con cada uno de nuestros clientes que nos eligieron para organizar y planificar su evento social o empresarial. El color Fucsia empleado en el círculo y parte de las letras se demuestra la fuerza, pero a su vez también el glamour y elegancia con la que se realiza cada trabajo para la satisfacción de nuestros usuarios. El color azul en los bordes representa a la implementación tecnológica que realizamos para mejorar cada día además de la seriedad con la que se maneja la empresa. La letra de color amarillo en la parte baja transmiten la alegría y diversión que se vivirá en cada uno de los eventos que organice de D'Sandryss Eventos.

3.8 Slogan

FIGURAS 5 Slogan

TUS FIESTAS HECHAS REALIDAD

Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo.

La compañía tendrá un slogan corto, que transmitirá a las personas que todo lo que ellos imaginen tener en sus eventos sociales o empresariales nosotros lo podremos realizar de tal manera que llenen sus expectativas.

CAPÍTULO 4

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1. Tipo de organización

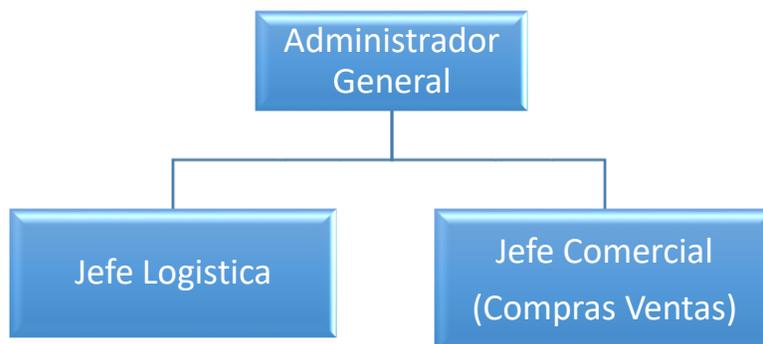
D'Sandrys Eventos se establece como una Compañía limitada, donde la misma originadora de la idea es la accionista mayoritaria además los valores monetarios que se emplean para cubrir los gastos es propio de acuerdo a la actividad que se desempeña la compañía pertenece al sector terciario porque no se realiza elaboración de producto si no brindar un servicio de calidad para la satisfacción del cliente.

Para constituirnos como un negocio formal se cumplirán con todos los requisitos que exige la Súper Intendencia de Compañías Valores y Seguros para tener un funcionamiento a nivel local sin problemas y posteriormente extendernos a otras partes de la Provincia del Guayas y poco a poco ir ganando espacio en el mercado.

4.2. Estructura organizacional

La forma como se encuentra la estructura de la organización fue realizada enfocados en la proyección a tres años, luego de haber pasado ese tiempo de su funcionamiento deberán efectuarse cambios con respecto a la estructura con la finalidad de que se adapte a las necesidades de la compañía, a partir de ahí el sistema organizacional quedara plasmado para los siguientes años.

FIGURAS 6 Estructura Organizacional



Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo.

4.3. Funciones y responsabilidades

Tabla 5 Funciones y Responsabilidades Administrador General

PUESTO	
Administrador General	
CANTIDAD DE PUESTOS A CUBRIR	1
TIEMPO DE EXPERIENCIA LABORAL	5 años
CONOCIMIENTOS PARA EL PUESTO	Administración Financiera y Dirección
FINALIDAD	ACTIVIDADES A DESEMPEÑAR
Planificar y dirigir de manera adecuada a la empresa de manera que se tomen decisiones adecuadas y se cumplan los objetivos.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Supervisar que los procesos administrativos se cumplan. ➤ Manejo y resolución de los problemas que surjan. ➤ Distribución adecuada de los recursos financieros. ➤ Negociación con proveedores y clientes.

Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo.

Tabla 6

Funciones y Responsabilidades Jefe Logística

PUESTO Jefe de Logística	
CANTIDAD DE PUESTOS A CUBRIR	1
TIEMPO DE EXPERIENCIA LABORAL	4 años
CONOCIMIENTOS PARA EL PUESTO	Organización, Liderazgo y Comunicación
FINALIDAD Supervisar que se cumpla con el abastecimiento respectivo de los materiales y organización del evento.	ACTIVIDADES A DESEMPEÑAR <ul style="list-style-type: none">➤ Supervisión de los materiales necesarios para los eventos.➤ Realizar control de inventarios.➤ Efectuar un control de calidad sobre la mercadería que adquiere la empresa.

Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo.

Tabla 7

Funciones y Responsabilidades Jefe Comercial

PUESTO Jefe Comercial (Compras y Ventas)	
CANTIDAD DE PUESTOS A CUBRIR	1
TIEMPO DE EXPERIENCIA LABORAL	2 años
CONOCIMIENTOS PARA EL PUESTO	Contables y Ventas
FINALIDAD Realizar la facturación por el costo del paquete según el evento correspondiente, además de los pagos por la mercadería adquirida.	ACTIVIDADES A DESEMPEÑAR <ul style="list-style-type: none">➤ Incrementar las ventas.➤ Elaborar presupuesto para el departamento.➤ Indagar sobre las necesidades de los clientes.➤ Realizar planes de ventas.

Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo.

4.4. Instalación, equipos y maquinarias para el personal administrativo

Tabla 8 Instalaciones Equipos y Maquinarias

Equipos y maquinarias	Costo Unitario	Costo Total
1 Laptop marca Toshiba	\$850	\$850
1 Sillas ejecutivas para oficina	\$135	\$135
1 escritorios de oficinas tipo L	\$200	\$200
Aire acondicionado Lg Smart Inverter De 12000 Btu	\$550	\$550
Contratación de internet plan corporativo pagos mensuales	\$65	\$65
Sillas de espera	\$100	\$100
TOTAL		\$1.900

Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo.

CAPÍTULO 5

5. ESTUDIO LEGAL Y AMBIENTAL

5.1. Normativa relacionada con el emprendimiento

Requisitos para Obtener la Patente

- Tasa de patente.
- Copia de cedula y certificado de votación.
- Copia de registro único de contribuyentes (ruc) o régimen impositivo simplificado ecuatoriano (completo).
- Copia de certificado de funcionamiento de bomberos año actual, en caso de tener ruc traer declaración de impuesto a la renta del ejercicio económico anterior para personas no obligadas a llevar contabilidad.
- Si son artesanos, copia de calificación artesanal vigente. (GAD Municipal Milagro., 2017)

Permiso de Funcionamiento Cuerpo de Bomberos

El Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Milagro no cuenta con requisitos establecidos para iniciar el respectivo trámite del permiso de funcionamiento, pero el usuario deberá cumplir con las normas que se establecen en la ley de defensa contra incendios para otorgar el permiso. (Empresa Publica Cuerpo de Bomberos., 2018)

Solicitud de RUC

- ✓ Debes presentar los Formularios 01A y 01B. Los conseguirás directamente en la página web del SRI.
- ✓ Original y Copia de las Escrituras del Nombramiento del Representante Legal de la empresa.

- ✓ Original y Copia de la Cédula del Representante Legal.
- ✓ Original y Copia del certificado de votación del Representante Legal.
- ✓ Entregar una copia de algún servicio básico que certifique la dirección del domicilio a nombre del Representante Legal. (Facturero Movil., 2018)

5.2. Descripción del impacto ambiental

Ciertos materiales que utilizara la compañía luego de un tiempo dejaran de ser utilizados y por ende causaran un daño al medio ambiente, pero se realizara un trabajo en el diseño de estrategias que ayuden a reducir el impacto de contaminación el medio ambiente es decir también demostrar la parte ecológica.

Tabla 9 Impacto Ambiental

FACTORES NEGATIVO
❖ Utilización de Telas
❖ Desechos de Alimento
FACTORES POSITIVOS
➤ Reutilización de ciertos elementos (Mesas, sillas, etc.)
➤ Luminarias ahorradoras de energía

Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo.

5.3. Plan de control ambiental (compensación y/o mitigación)

D`Sandrys Eventos también considera sumamente importante la parte media ambiental por ello se busca crear un plan conformado por estrategias que ayudaran a reducir la contaminación que se originara a causa de la organización de eventos por lo consiguiente se presentan a continuación las siguientes medidas.

Tabla 10 Plan de Control Ambiental

Plan de Compensación		
Captación de desechos	Por lo general en cada evento se emiten muchos desechos por parte de los invitados para evitar que estos sean arrojados al piso y luego se produzcan problemas, se procederá a implementaran tachos de basura que cuenten con recipientes clasificados, con la finalidad que separar cada elemento desechado de acuerdo a su composición.	\$475
Plan de Mitigación		
Electricidad	Se asumirá como una regla el cuidado del medio ambiente disminuir el consumo de energía, para lo cual en el salón de eventos se utilizaran luminarias ahorradoras de energía, de la misma manera en el caso de utilizar otros aparatos eléctricos se buscara que sean ahorrados y amigables con el medio ambiente.	\$70
Costo Total		\$545

Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo.

CAPÍTULO 6

6. ESTUDIO ECONÓMICO DEL EMPRENDIMIENTO

6.1. Inversión y fuente de financiamiento

6.2. 6.1.1 Activos fijos

Tabla 11: Activos Fijos

ITEM	INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS	Año 0		
		CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	EQUIPO DE OFICINA			
2	Teléfono	2	\$ 40,00	\$ 80,00
3	TOTAL DE EQUIPO DE OFICINA		\$ 40,00	\$ 80,00
4	EQUIPOS DE COMPUTACION			
5	Computadora de escritorio	1	\$ 850,00	\$ 850,00
6	Impresora – escáner	1	\$ 155,00	\$ 155,00
7	Cámaras Fotográficas	5	\$ 100,00	\$ 500,00
8	Cámaras de Video	5	\$ 500,00	\$ 2.500,00
9	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACION	0	\$ 1.605,00	\$ 4.005,00
10	MUEBLES Y ENSERES			
11	Escritorios	1	\$ 200,00	\$ 200,00
12	Sillas	1	\$ 135,00	\$ 135,00
13	Aire acondicionado	1	\$ 550,00	\$ 550,00
14	silla de espera	1	\$ 100,00	\$ 100,00
15	TOTAL MUEBLES Y ENSERES		\$ 985,00	\$ 985,00
16	TOTAL DE ACTIVOS		\$ 2.630,00	\$ 5.070,00

Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo.

En la tabla 20 presenta los activos fijos el cual son de gran relevancia para la existencia del negocio, el cual los usufructos de estos rubros representan beneficio de la compañía, se ha considerado la correcta adecuación con equipos de computación, que permiten la gestión para el desarrollo de ideas, estrategias para promover los productos. Los equipos de oficinas, muebles y enseres, para satisfacer un mejor entorno laboral. Cabe resaltar que una correcta gestión de estos rubros aporta en la toma de decisiones a nivel inversión.

6.1.2 Tabla de amortización

Tabla 12: Amortización

MONTO 9.000,00
 INTERES 0,99%
 PLAZO 48
 PAGO 236,47

PERIODOS	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
0				9.000,00
1	147,37	89,10	236,47	8.852,63
2	148,83	87,64	236,47	8.703,79
3	150,31	86,17	236,47	8.553,48
4	151,80	84,68	236,47	8.401,69
5	153,30	83,18	236,47	8.248,39
6	154,82	81,66	236,47	8.093,58
7	156,35	80,13	236,47	7.937,23
8	157,90	78,58	236,47	7.779,33
9	159,46	77,02	236,47	7.619,87
10	161,04	75,44	236,47	7.458,83
11	162,63	73,84	236,47	7.296,20
12	164,24	72,23	236,47	7.131,961
13	165,87	70,61	236,47	6.966,092
14	167,51	68,96	236,47	6.798,582
15	169,17	67,31	236,47	6.629,414
16	170,84	65,63	236,47	6.458,570
17	172,53	63,94	236,47	6.286,035
18	174,24	62,23	236,47	6.111,793
19	175,97	60,51	236,47	5.935,825
20	177,71	58,76	236,47	5.758,115
21	179,47	57,01	236,47	5.578,646
22	181,25	55,23	236,47	5.397,400
23	183,04	53,43	236,47	5.214,359
24	184,85	51,62	236,47	5.029,507
25	186,68	49,79	236,47	4.842,824
26	188,53	47,94	236,47	4.654,294
27	190,40	46,08	236,47	4.463,897
28	192,28	44,19	236,47	4.271,615
29	194,19	42,29	236,47	4.077,429
30	196,11	40,37	236,47	3.881,321
31	198,05	38,43	236,47	3.683,271
32	200,01	36,46	236,47	3.483,261
33	201,99	34,48	236,47	3.281,271
34	203,99	32,48	236,47	3.077,281
35	206,01	30,47	236,47	2.871,271
36	208,05	28,43	236,47	2.663,222
37	210,11	26,37	236,47	2.453,114
38	212,19	24,29	236,47	2.240,925
39	214,29	22,19	236,47	2.026,635
40	216,41	20,06	236,47	1.810,224
41	218,55	17,92	236,47	1.591,671
42	220,72	15,76	236,47	1.370,954
43	222,90	13,57	236,47	1.148,052
44	225,11	11,37	236,47	922,943
45	227,34	9,14	236,47	695,606
46	229,59	6,89	236,47	466,017
47	231,86	4,61	236,47	234,156
48	234,16	2,32	236,47	- 0,000

Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo

Este cuadro representa un préstamo equivalente del 60% de la inversión del negocio valorado en \$9.000 a una tasa de 1.33% a 12 meses plazos con pagos de \$816. Permitiendo efectuar mejoras e incrementar el rendimiento del negocio.

6.2. Proyección de Ingresos

6.3. 6.2.1 Ventas

Tabla 13: Ventas

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 160.000,00	176.400,00	194.481,00	214.415,30	236.392,87

Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo.

La empresa manifiesta su proyección de ventas con un incremento del 5% anual, en base a la buena gestión y la aplicación de estrategias que permiten su crecimiento de manera exponencial.

Por ende también expresa que el negocio cumple con las metas de ventas que establece.

Tabla 14: PVP de Productos

PRODUCTO	PRECIO PVP
Carpas Impermeables	\$ 65,00
Vajillas Corona Oslo	\$ 35,00
Cristalería para eventos (48 piezas)	\$ 150,00
Mantelería (25 manteles)	\$ 120,00
Mesas Centrales (2 juegos)	\$ 75,00
Mesas	\$ 10,00
Sillas	\$ 5,00
Cubiertos (set de 18)	\$ 9,00
Samovares para buffet (set de 6)	\$ 95,00

Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo.

El negocio manifiesta el precio de los diferentes productos que ofrece para la decoración de eventos, siendo estos un valor promedio y muy accesible para los individuos.

6.3. Proyección de egresos

6.3.1 Costos directos

Tabla 15: Costos directos

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos	\$ 111.023,84	122.403,78	134.950,17	148.782,56	164.032,77

Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo.

Tabla 16: Costos de los Productos

PRODUCTO	PRECIO COSTO
Carpas Impermeables	45,00
Vajillas Corona Oslo	20,00
Cristalería para eventos (48 piezas)	125,00
Mantelería (25 manteles)	100,00
Mesas Centrales (2 juegos)	55,00
Mesas	2,00
Sillas	5,00
Cubiertos (set de 18)	6,00
Samovares para buffet (set de 6)	75,00

Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo.

En los siguientes cuadros se presenta el valor de los costos unitario de los productos y su proyección anual de costos, el cual manifiesta que son cómodos para la empresa y otorga buenos beneficios.

6.3.2 Costos Indirectos

6.3.2.1. Gastos Generales

Tabla 17: Gastos Generales

GASTOS	Mensual	Anual
Arriendo	400,00	4800
Energía eléctrica	25,00	300
Servicio telefónico	20,00	240
Agua potable	10,00	120
Internet	35,00	420
Publicidad	85,00	1020
Mantenimiento de equipos	70,00	840
Utilices de aseo	25,00	300
Plan de mitigación	40,00	480
Plan de compensación	6,00	72
Papelería	25,00	300
TOTAL	741,00	8.892,00

Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo.

Los gastos generales del negocio están valorados en \$8.892 anual, los cual son imprescindible para el funcionamiento de la empresa.

Se debe resaltar que para estos gastos se realiza una cotización y evaluación que permitan establecer cuáles son los recursos más importantes y que beneficien a la misma.

6.3.2.2. Gastos administrativos

Tabla 18: Gastos Administrativo

									11,15%
	CARGO	SUELDO BASE	SUB TOTAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PATRONAL	FONDOS DE RESERVA	TOTAL
1	GERENTE GENERAL	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 41,67	32,17	\$ 20,83	\$ 55,75	\$ 41,67	\$ 692,08
2	JEFE DE LOGISTICA	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 37,50	32,17	\$ 18,75	\$ 50,18	\$ 37,50	\$ 626,09
3	JEFE COMERCIAL	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 37,50	32,17	\$ 18,75	\$ 50,18	\$ 37,50	\$ 626,09
		\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 116,67	\$ 96,50	\$ 58,33	\$ 156,10	\$ 116,67	\$ 1.944,27

Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo

El negocio presenta su capital humano, el cual se determina como el elemento éxito de todo negocio, el cual otorga el sueldo basado en el conocimiento y nivel profesional, valorando los gastos administrativos en un total de \$ 1.944,27.

CAPÍTULO 7

7. ESTUDIO FINANCIERO

7.1. Estado de situación inicial

Tabla 19: Estado de situación Inicial

Estado de situación Inicial

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS	14.352,00	44.378,84	61.719,54	83.284,20	178.686,87
ACTIVO CIRCULANTE	14.352,00	36.000,84	53.883,54	75.990,20	172.476,87
CAJA	14.352,00	24.000,84	40.653,54	61.404,13	137.017,94
CLIENTES		12.000,00	13.230,00	14.586,08	35.458,93
ACTIVO FIJO NETO	-	8.378,00	7.836,00	7.294,00	6.210,00
ACTIVO FIJO BRUTO		8.920,00	8.920,00	8.920,00	8.920,00
DEPRECIACION	-	542,00	1.084,00	1.626,00	2.710,00
PASIVOS	9.000,00	26.278,39	27.093,79	28.108,60	44.884,90
PASIVO CIRCULANTE	9.000,00	26.278,39	27.093,79	28.108,60	44.884,90
PROVEEDORES		16.653,58	18.360,57	20.242,53	24.604,92
IMPUESTOS X PAGAR	-	243,13	787,48	1.576,40	10.810,95
15% X PAGAR	-	2.249,73	2.916,23	3.626,44	9.469,03
PRESTAMOS BANCARIOS	9.000,00	-	-		
SALDO DE PRESTAMO		7.131,96	5.029,51	2.663,22	
PATRIMONIO	5.352,00	18.100,45	34.625,76	55.175,61	133.801,98
CAPITAL	5.352,00	5.352,00	5.352,00	5.352,00	5.352,00
UTILIDAD	-	12.748,45	16.525,31	20.549,85	53.657,83
UTILIDADES NO DISTRIB		-	12.748,45	29.273,76	74.792,15
PASIVO+PATRIMONIO	14.352,00	44.378,84	61.719,54	83.284,20	178.686,87
DIFERENCIA	-	-	-	-	-

Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo

Este informe financiero refleja que la empresa Sandry's Eventos, incrementa sus patrimonios anualmente, lo que es beneficioso, ya que permite analizar los niveles de endeudamiento, es decir pagar las deudas. Por lo tanto, tiene una estructura sólida.

7.2. Estados financieros proyectados

7.2.1. Estado de Resultado

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS	44.378,84	61.719,54	83.284,20	109.361,53	178.686,87
ACTIVO CIRCULANTE	36.000,84	53.883,54	75.990,20	102.609,53	172.476,87
CAJA	24.000,84	40.653,54	61.404,13	86.528,38	137.017,94
CLIENTES	12.000,00	13.230,00	14.586,08	16.081,15	35.458,93
ACTIVO FIJO NETO	8.378,00	7.836,00	7.294,00	6.752,00	6.210,00
ACTIVO FIJO BRUTO	8.920,00	8.920,00	8.920,00	8.920,00	8.920,00
DEPRECIACION	542,00	1.084,00	1.626,00	2.168,00	2.710,00
PASIVOS	26.278,39	27.093,79	28.108,60	29.217,38	44.884,90
PASIVO CIRCULANTE	26.278,39	27.093,79	28.108,60	29.217,38	44.884,90
PROVEEDORES	16.653,58	18.360,57	20.242,53	22.317,38	24.604,92
IMPUESTOS X PAGAR	243,13	787,48	1.576,40	2.493,78	10.810,95
15% X PAGAR	2.249,73	2.916,23	3.626,44	4.406,21	9.469,03
PRESTAMOS BANCARIOS					
Saldo de Préstamo	7.131,96	5.029,51	2.663,22		
PATRIMONIO	18.100,45	34.625,76	55.175,61	80.144,15	133.801,98
CAPITAL	5.352,00	5.352,00	5.352,00	5.352,00	5.352,00
UTILIDAD	12.748,45	16.525,31	20.549,85	24.968,55	53.657,83
UTILIDADES NO DISTRIB		12.748,45	29.273,76	49.823,61	74.792,15
PASIVO+PATRIMONIO	44.378,84	61.719,54	83.284,20	109.361,53	178.686,87
DIFERENCIA	-	-	-	-	-

Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo

El balance general proyectado de Sandrys eventos manifiesta el incremento anual de sus activos, el patrimonio también crece por periodo por lo tanto expresa liquidez y ganancias para la empresa.

Tabla 20: Estado de Resultado

ESTADO DE RESULTADO						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
VENTAS	160.000,00	176.400,00	194.481,00	214.415,30	271.851,80	1.017.148,10
COSTOS DE VENTAS	111.023,84	122.403,78	134.950,17	148.782,56	164.032,77	681.193,11
UTILIDAD BRUTA	48.976,16	53.996,22	59.530,83	65.632,74	107.819,03	335.954,99
GASTOS GENERALES	8.892,00	9.158,76	9.433,52	9.716,53	10.008,02	47.208,84
GASTOS ADMINISTRATIVOS	23.331,20	23.331,20	23.331,20	23.331,20	23.331,20	116.656,00
DEPRECIACIÓN ANUAL	542,00	542,00	542,00	542,00	542,00	2.710,00
U.A.I.I	16.210,96	20.964,26	26.224,11	32.043,01	73.937,81	169.380,15
INTRESES	969,66	735,24	471,41	174,47		2.350,78
U.A.I	15.241,31	20.229,02	25.752,70	31.868,54	73.937,81	167.029,37
IMPUESTOS	243,13	787,48	1.576,40	2.493,78	10.810,95	15.911,75
U.A.R.T	14.998,18	19.441,54	24.176,29	29.374,76	63.126,85	151.117,62
RT	2.249,73	2.916,23	3.626,44	4.406,21	9.469,03	22.667,64
UTILIDAD NETA	12.748,45	16.525,31	20.549,85	24.968,55	53.657,83	128.449,98

Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo

El estado de resultado permite analizar y evaluar la rentabilidad de la empresa, para Sandry's Eventos muestra una buena utilidad bruta e la cual expresa que las ventas son superiores a los costos y que los gastos no superan los ingresos y la utilidad neta incrementa lo que significa la buena gestión administrativa y financiera de negocio.

7.3. Flujo de Caja

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	-	148.000,00	175.170,00	193.124,93	212.920,23	252.474,02
VENTAS EN EFECTIVO		80.000,00	88.200,00	97.240,50	107.207,65	135.925,90
RECUPERACION DE CXC		68.000,00	86.970,00	95.884,43	105.712,58	116.548,12
OTROS INGRESOS EN EFECT						
APORTACION DE ACCIONISTA						
EGRESO	8.920,00	126.593,46	155.679,00	169.536,64	184.958,28	201.984,46
PAGO A PROVEEDORES		94.370,26	120.696,79	133.068,21	146.707,70	161.745,24
PAGO DE GASTOS		8.892,00	9.158,76	9.433,52	9.716,53	10.008,02
PAGO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS		23.331,20	23.331,20	23.331,20	23.331,20	23.331,20
PAGO DE INVERSIONES	8.920,00					
OTROS PAGOS						
PAGO POR DISTRIB DE UTILIDADES			2.492,86	3.703,71	5.202,85	6.900,00
DIFERENCIA DEL FLUJO DE CAJA	8.920,00	21.406,54	19.490,39	23.588,28	27.961,95	50.489,56
SALDO ACUMULADO DE FLUJO DE CAJA	-	-	-	-	-	-
	8.920,00	12.486,54	31.976,93	55.565,21	83.527,17	134.016,72

FLUJO DE CAJA FINANCIADO						
INGRESOS	14.352,00	-	-	-	-	-
APORTACION DE ACCIONISTAS	5.352,00					
PRESTAMOS BANCARIOS	9.000,00					
OTROS PRESTAMOS						
SOBRE GIRO BANCARIO						
DESEMBOLSOS	-	2.837,70	2.837,70	2.837,70	2.837,70	-
PAGO DE CAPITAL AL BANCO		1.868,04	2.102,45	2.366,28	2.663,22	
PAGO DE INTERESES AL BANCO		969,66	735,24	471,41	174,47	
OTROS PAGOS FINANCIADOS						
DIFERENCIA DE L FLUJO DE CAJA FINANCIADO	5.432,00	18.568,84	16.652,70	20.750,59	25.124,26	50.489,56
SALDO FINAL ACUMULADO DEL FLUJO DE CAJA	5.432,00	24.000,84	40.653,54	61.404,13	86.528,38	137.017,94

Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo

Sandrys Eventos presenta su flujo de caja con ingresos de 148.000,00 en crecimiento anualmente. Los desembolsos son menores a los ingresos punto positivo para el negocio, también expresa un préstamo que pagó en un año. Todos sus flujos netos son positivos y en crecimiento, por lo tanto manifiesta que las transacciones que realiza el e negocio con terceros dejan buenos resultados

7.3.1. Análisis de la rentabilidad (VAN – TIR – Tiempo de recuperación – Otros)

TASA DE DESCUENTO	0,99%
VALOR ACTUAL	97.532,39
VALOR ACTUAL NETO	88.612,39
TASA INTERNA DE RETORNO	13%

Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo

INDICE DE RENTABILIDAD	6,80
-------------------------------	------

Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo

El valor actual neto de Sandrys Eventos es de \$ 88.612,39, el cual expresa que es alto y resulta beneficioso para los accionistas. La TIR del negocio presenta 13% lo que es alta en comparación con la tasa de descuento, es decir que el proyecto es factible.

7.4.2 Razones Financieras



Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ROE	0,70	0,48	0,37	0,31	0,40
ROA	0,29	0,27	0,25	0,23	0,30
ROS	0,08	0,09	0,11	0,12	0,20

Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo

El rendimiento de capital contable ROE representa un declive para los 4 primeros periodos, sin embargo, en el quinto año empieza a generar utilidades para los accionistas. Por lo tanto se realizan análisis, que permitan mejorar este rendimiento. El rendimiento en activos ROA, se manifiesta de la misma forma sin embargo se espera incrementar la eficiencia de la administración del negocio.

7.4.3 Dupont

Punto de equilibrio		
Costos directos	122.403,78	\$ 106.141,30
Costos indirectos	32.489,96	60%
VENTAS	176.400	5.477,98

Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo

ROS	utilidad neta/ventas	13%
Rotación de activos	ventas/ activo fijo total	565%
	Dupont	72%

Elaborado por: Carolina Johanna Martínez Araujo

El sistema Dupont permite determinar la eficiencia del negocio, para Sandrys Evento muestra un 72%, el cual expresa que va por buen camino, sin embargo, debe estar atento a implementar nuevas estrategias y desarrollar ideas, para mejorar la gestión de la empresa.

7.4.4. Análisis de sensibilidad

Sandrys Eventos presenta su análisis de sensibilidad con una varia del 5%, 10% y 30%, en el cual se incrementará y disminuirá para saber qué tan sensible es el negocio en los diferentes escenarios.

Tabla 21: Disminución en 5%

TASA DE DESCUENTO	0,99%
VALOR ACTUAL	88.008,53
VALOR ACTUAL NETO	79.088,53
TASA INTERNA DE RETORNO	12%
INDICE DE RENTABILIDAD	6,13

Elaborado por: Johanna Carolina Martínez Araujo

Aunque las ventas hayan disminuido un 5% sigue siendo factible y viable el negocio, ya que presenta un VAN y una TIR alta Muy atractiva para los inversionistas.

Tabla 22: Disminución en 10%

TASA DE DESCUENTO	0,99%
VALOR ACTUAL	78.484,66
VALOR ACTUAL NETO	69.564,66
TASA INTERNA DE RETORNO	10%
INDICE DE RENTABILIDAD	5,47

Elaborado por: Johanna Carolina Martínez Araujo

Las ventas han reducido en un 10%, aunque el VAN es alto, ahora se observa que la TIR disminuye, sigue siendo factible, aunque la rentabilidad del negocio bajo aun 5%.

Tabla 23: Disminución en 30%

TASA DE DESCUENTO	0,99%
VALOR ACTUAL	40.389,21
VALOR ACTUAL NETO	31.469,21
TASA INTERNA DE RETORNO	5%
INDICE DE RENTABILIDAD	2,81

Elaborado por: Johanna Carolina Martínez Araujo

La disminución en 20%, muestra una reducción tanto en VAN como en TIR, siendo es negativo para la empresa, ya que tiende a perderse. Porque la TIR esta tan cerca de la tasa de descuento existe una gran posibilidad de convertir el VAN en 0

CONCLUSIONES

Esta empresa nueva en el segmento de mercado que respecta a los eventos se encargara de brindar el servicio de organización y planificación eventos sociales y empresariales es decir enfocarse en dos frentes que son muy rentables, pero es necesario que se apliquen ideas creativas e innovadoras para llamar la atención del cliente y cumplir con sus expectativas la satisfacción del cliente es la razón de vivir de la empresa.

- ✓ Se realizó un estudio de mercado el cual con los resultados obtenidos se logró conocer que los clientes potenciales se encuentran en las personas de poder adquisitivo medio, además del sector empresarial, pero también se estableció que se desarrollara un portafolio de eventos con un costo menor dirigido a las personas de poder adquisitivo bajo que también les llamo la atención esta nueva propuesta.
- ✓ Mediante investigaciones y consensos se estableció elaborar una estructura administrativa adecuada que permita un funcionamiento adecuado de la compañía para lograr alcanzar los mejores resultados adecuados en cada una de las actividades que se efectúen.
- ✓ Se analizó el entorno actual en el cual se desarrolla la compañía porque es necesario tener claro cuáles son los competidores que existen en este segmento de mercado lo cual nos permitirá elaborar estrategias adecuadas para no perder clientes de tal manera que la compañía pueda establecerse y mantenerse equilibrada.

RECOMENDACIONES

Esta empresa por ser nueva en el mercado que respecta a la organización de eventos deberá establecer como un aspecto diferenciador el servicio de organizar y planificar los eventos en el ámbito social y empresarial pero siempre aplicando ideas creativas e innovadoras que llamen la atención de los clientes de tal manera que se cree el marketing de boca en boca es decir los comentarios positivos de las personas con sus amistades ayudando a incrementar la venta de los paquetes de eventos.

- ✓ Se deberá realizar estudios de mercado constantes para saber de qué manera se está moviendo el mercado y de acuerdo a los resultados que se obtengan establecer qué medidas tomar además de elaborar estrategias para mantener o captar nuevos clientes, también crear portafolios de eventos para extenderse hacia otros segmentos.
- ✓ La estructura administrativa de la empresa se deberá ir innovando con el pasar de los años y de acuerdo a las necesidades que tengan la empresa con la finalidad de estar adaptada a los cambios organizacionales para tener un adecuado funcionamiento sin que afecte al cliente.
- ✓ Es necesario que se realicen análisis constantes para saber cómo se encuentra el entorno actual en el cual está desarrollando su actividad la compañía de tal manera que sabremos cómo actuar ante la competencia que existen en este segmento de mercado además elaborar estrategias que sean renovadas constantemente con la finalidad de no perder clientes para que la compañía se mantenga estable y equilibrada.

BIBLIOGRAFÍA

Empresa Publica Cuerpo de Bomberos. (Febrero de 2018). *EPC Bomberos Milagro*. Obtenido de EPC Bomberos Milagro sitio web: http://www.epcbomberosmilagro.gob.ec/pdf/MATRICES/MATRIZ_LITERAL_F/FEBRERO_2018.pdf

Facturero Movil. (Febrero de 2018). *Facturero Movil* . Obtenido de Facturero Movil Sitio Web: <https://www.factureromovil.com/que-es-ruc-sri-ecuador>

GAD Municipal Milagro. (octubre de 2017). *GAD Municipal Milagro*. Obtenido de GAD Municipal Milagro sitio web: http://milagro.gob.ec/archivos/pdf/lotaip/literald/literald_octubre2017.pdf

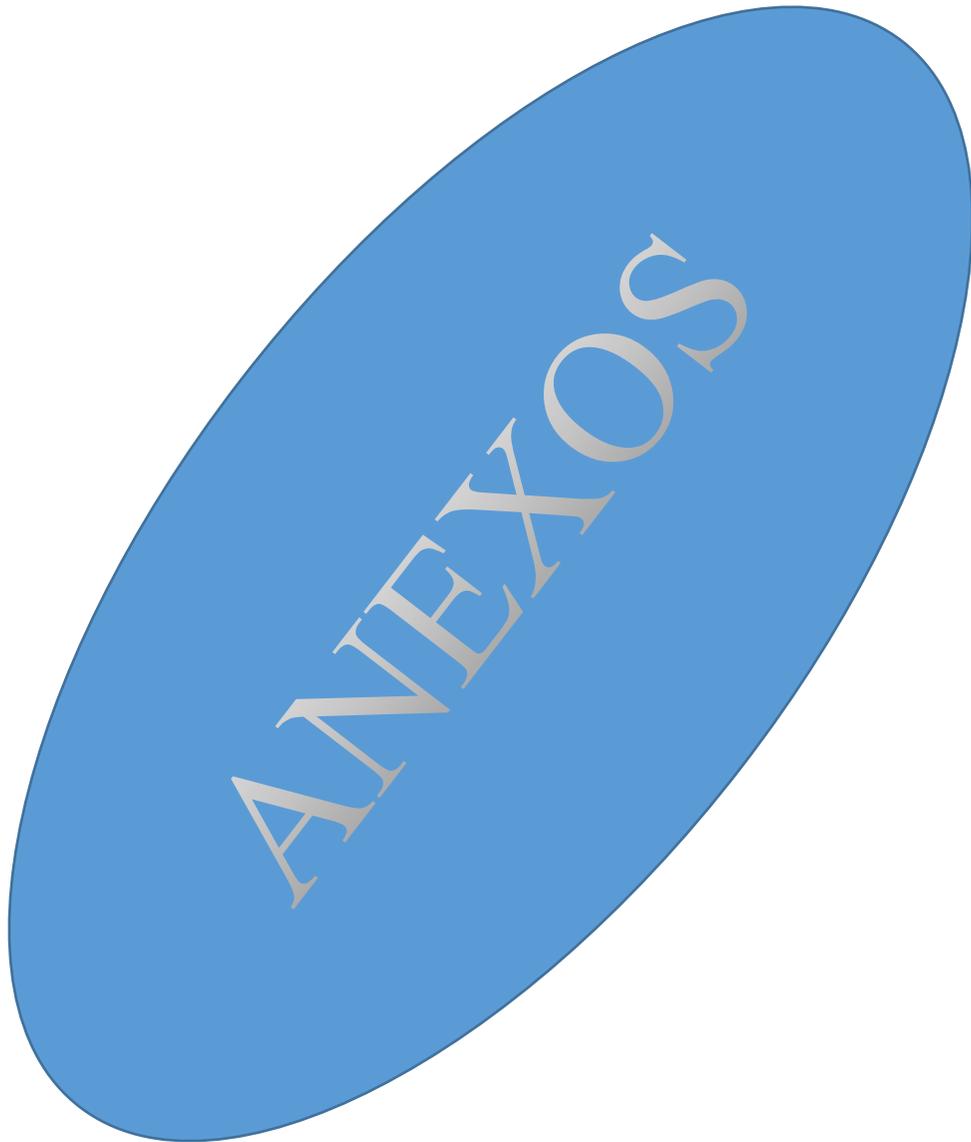
Google. (s.f.). *Google*. Obtenido de Google.

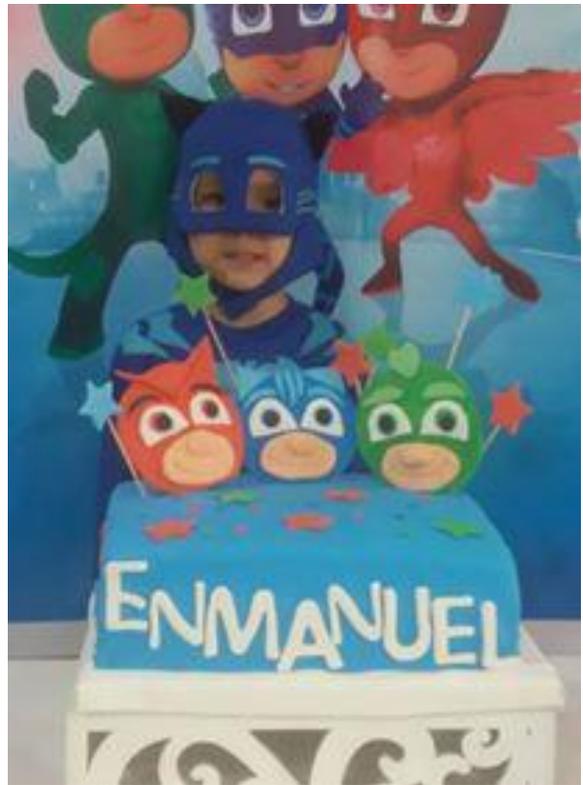
Google, m. (s.f.). <https://www.google.com.br/maps/@-2.1451794,-79.5996607,15z>. Obtenido de <https://www.google.com.br/maps/@-2.1451794,-79.5996607,15z>.

arca/

Michael Porter . (Junio de 2015). *Cinco Fuerzas de Porter*. Obtenido de 5 Fuerzas de Porter sitio web: <http://www.5fuerzasdeporter.com/>

Telancon., H. P. (Septiembre de 2006). *Contribuciones a la Economia* . Obtenido de Cendocu Repositorio.: <https://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/00290.pdf>









Urkund Analysis Result

Analysed Document: Carolinal .docx (D42893100).

Submitted: 10/22/2018 PM

Submitted By: eromeroc@unemi.edu.ec Significance:

Sources included in the report:

Medina y Evelin.docx (D42754999)

Instances where selected sources appear:

2



Milagro, 12 de noviembre del 2018

REGISTRO DE ACOMPAÑAMIENTOS

Inicio: 10-07-2018 Fin 15-01-2019

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

CARRERA: INGENIERIA EN MARKETING

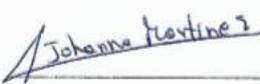
Línea de
investigación: EMPRENDIMIENTO (EMPRENDIMIENTO)TEMA: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA ORGANIZADORA DE EVENTOS EN EL
CANTÓN MILAGRO**ACOMPAÑANTE: ROMERO CARDENAS ERIKA JADIRA**

DATOS DEL ESTUDANTE					
NO	APELLIDOS Y NOMBRES			CÉDULA	CARRERA
	MARTINEZ ARAUJO CAROLINA JOHANNA			0928732437	INGENIERIA EN MARKETING
	FECHA	HORA		Nº HORAS	DETALLE
	2018-13-08	Inicio: 10:15 a.m.	Fin: 12:15 p.m.	2	REVISIÓN Y EXPLICACIÓN DE ESTRUCTURA
2	2018-21-08	Inicio: 16:17 p.m.	17:17 p.m.		REVISIÓN DE DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO
3	2018-04-09	Inicio: 10:17 a.m.	Fin: 11:17 a.m.		CORRECCION DE INTRODUCCIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO
4	2018-12-09	Inicio: 11:00 a.m.	Fin: 12:08 p.m.		EXPLICACIÓN DE CAPÍTULO DOS
5	2018-13-09	Inicio: 17:25 p.m.	Fin: 18:25 p.m.		REVISIÓN DE MATRIZ FO FA DO DA Y REVISION DE CAPITULO DOS
6	2018-25-09	Inicio: 12:14 p.m.	Fin: 14:14 p.m.	2	REVISIÓN DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y ESTRATEGIAS DE MARKETING
7	2018-02-10	Inicio: 08:24 a.m.	Fin: 10:24 a.m.	2	CORRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y ESTRATEGIAS DE MARKETING
8	2018-08-10	Inicio: 15:11 p.m.	Fin: 17:11 p.m.	2	EXPLICACIÓN DE NORMATIVA LEGAL AMBIENTAL Y PARTE ECONÓMICA FINANCIERA
9	2018-08-10	Inicio: 10:00 a.m.	Fin: 12:00 p.m.	2	CORRECCIÓN ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL LOGO SLOGAN. DIAGRAMAS
10	2018-04-10	Inicio: 11:19 a.m.	Fin: 13:19 p.m.	2	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL LOGO SLOGAN. DIAGRAMAS



PROFESOR(A)

ROMERO
CARDENAS
ERIKA
JADIRA



Johanna Martinez

BENITEZ ASTUDILLO JAVIER ANTONIO
DIRECTOR(A)

MARTINEZ ARAUJO CAROLINA JOHANNA ESTUDIANTE

Dirección: Czia. Universitaria Km. 2C via km. 2C rer na universidad de
Conmutador: (04) 27 : 57? 1 - 27 5079 Ext.3107
Telefax: 2715187
Milagro • Guayas • Ecuador

VISION

MISIÓN

La UNEMI forma profesionales competentes con actitud proactiva y valores éticos, desarrolla investigación relevante y oferta servicios que demandan el sector externo, contribuyendo al desarrollo de la sociedad.