

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL
ECUADOR SEDE ESMERALDAS**



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

INFORME FINAL DEL PROYECTO

TEMA:

*“CREACIÓN DE UNA AGENCIA ORGANIZADORA DE
EVENTOS EN LA CIUDAD DE ESMERALDAS”*

PREVIO AL GRADO ACADEMICO DE:

**ING. EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS Y
TURÍSTICAS**

AUTORA:

DIXIANA ESTUPIÑÁN MARTÍNEZ

ASESORA DE TESIS:

DRA TAHIMI ACHILIE VALENCIA M.Sc

ESMERALDAS – ECUADOR

2014-2015

Trabajo de tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el Reglamento de Grado de la PUCESE, previa obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas Hoteleras y Turísticas

PRESIDENTE TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

LECTOR 1

LECTOR 2

DIRECTORA DE ESCUELA

DIRECTORA DE TESIS

AUTORÍA

Yo, **NEDELKA DIXIANA ESTUPIÑÁN MARTÍNEZ**, declaro que la presente investigación enmarcada en el actual trabajo de tesis, es absolutamente original, auténtica y personal.

En virtud que el contenido de ésta investigación es de exclusiva responsabilidad legal y académica de la autora y de la PUCESE.

Dixiana Estupiñán Martínez

CI 0802312892

DEDICATORIA

A Dios por darme la vida y permitirme culminar esta etapa de mi vida.

A mi adorado hijo Nicolás Larrea Estupiñán, mi muñeco, la razón por la cual me supero y lucho por ser cada día mejor.

A mis Padres y hermanos, por todo el cariño que siempre han tenido y por acompañarme en la vida hasta ahora.

Dixiana.....

AGRADECIMIENTO

A la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas, templo de conocimiento y cuna de muchos profesionales emprendedores.

A los Docentes que durante estos años de estudio, con gran dedicación y entrega nutrieron nuestras mentes y siempre estuvieron para apoyarnos.

De manera especial, expreso mi agradecimiento a la Dra. Tahimi Achilie Valencia, por su dedicación, tiempo en el asesoramiento y desarrollo del presente proyecto y a mis lectores que también me brindaron su apoyo.

A mis compañeros de aula; quienes me ofrecieron su amistad, serán inolvidables las experiencias vividas, y los lazos de fraternidad perdurarán por siempre.

Dixiana.....

RESUMEN

El proyecto tuvo como propósito realizar un ***estudio de factibilidad para la creación de una agencia de organización de eventos en la ciudad de Esmeraldas***, que se dedique a la planificación, organización, ejecución y control de los eventos sociales y empresariales, el mismo que se denominó AGENVENTS.

Para el desarrollo de la investigación se utilizó una metodología de carácter bibliográfica, descriptiva y exploratoria, aplicando técnicas que permitieron conocer en detalle las características del mercado, mediante la encuesta realizada a 399 personas de la población económicamente activa de clase social media - alta, hombres y mujeres entre 20 a 60 años de edad de la ciudad de Esmeraldas. Además se aplicaron entrevistas a negocios similares como Candiluz, Quality y Candombe, considerados como competencia directa.

Los resultados obtenidos en el estudio de mercado revelaron que es factible el desarrollo de la organización de eventos como negocio ya que no existe una empresa que se dedique exclusivamente a esto, sino más bien competidores indirectos que ofrecen 2 o más servicios por separado, pero no como un paquete de servicios integral que coordine, planifique, asesore y que sea capaz de cubrir con todos los requerimientos del cliente, sea este persona natural o corporativo. Por ello estos competidores indirectos se convertirán en futuros proveedores con los cuales mediante alianzas estratégicas se podrán proveer los servicios necesarios y complementarios para cada evento según las necesidades del cliente.

Mediante el estudio organizacional y legal, se determinó que el tipo de empresa para este negocio es de Responsabilidad Limitada y estará

conformada por 3 accionistas quienes aportarán con un capital de \$25.000,00 dólares.

El estudio técnico reveló que para que el negocio funcione necesita de algunos elementos como una inversión de \$ 55.489,58 dólares, la cual será financiada mediante un préstamo con la CFN y aporte de los socios, además de un recurso humano conformado por 5 personas, de acuerdo a la estructura organizativa establecida en el estudio organizacional.

Mediante el estudio económico financiero, considerando la inversión de \$ 55.489,58 con un 7.81% tasa menor, los ingresos por venta, costos y gastos de los servicios que brindaría el negocio y con la aplicación de los indicadores determinó algunos beneficios como: el VAN (valor actual neto) \$70.177,60, TIR (tasa interna de retorno) 50% se evidencia la viabilidad del negocio.

Se concluye que el proyecto desde todo punto de vista es rentable, pues genera impactos positivos a nivel social, y económico, pues se considera la puesta en marcha.

ABSTRACT

The project was to carry out a feasibility study for the creation of an agency for organizing events in the city of Esmeraldas, engaged in the planning, organization, implementation and monitoring of social and business events, it was called AGENVENTS.

For the development of research methodology literature, descriptive and exploratory character was used, applying techniques that allowed to know in detail the characteristics of the market through the survey of 399 people in the economically active population of middle class - tall men and women between 20-60 years of age in the city of Esmeraldas. Further interviews were applied to similar business Candiluz, Quality and Candombe, considered as direct competition.

The results of the market study revealed that the development of the organization of business events as feasible as there is a company dedicated exclusively to this, but rather indirect competitors that offer 2 or more separate services, but not as a comprehensive service package to coordinate, plan, advise and be able to cover all customer requirements, be it individual or corporate person. Therefore these indirect competitors will become future suppliers through strategic alliances which may provide the services necessary and complementary to each event according to customer needs.

By organizational and legal study, it was determined that the type of company for this business is limited liability and will consist of three shareholders who contribute with capital of \$ 25,000.00 US dollars.

The technical study revealed that the business work needs some elements such as a \$ 55,489.58 US dollars, which will be financed by a loan with CFN and contribution of members, and a human resource consists of 5 persons, according to the organizational structure established in the organizational

study.

Through financial economic study, considering the investment of \$ 55,489.58 7.81% a lower rate, sales revenues, costs and expenses of services would provide the business and the application of the indicators identified some benefits: NPV (NPV) \$ 70,177.60, IRR (internal rate of return) 50% business viability is demonstrated.

It is concluded that the project from every point of view is profitable, it generates positive impacts on social, and economic, it is considered the launch.

INDICE

Carátula	i
Firmas	ii
Autoría	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Resumen Ejecutivo	vi
Abstract	viii
Índice	x
1. INTRODUCCIÓN	1
2. MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN	6
3. RESULTADOS	9
3.1 <i>Organización estratégica</i>	9
3.1.1 Misión	9
3.1.2 Visión	9
3.1.3 Objetivos	9
3.1.4 Actividad empresarial	10
3.1.5 Oportunidad de negocio detectada	12
3.1.6 Organigrama funcional	12
3.1.7 Alianzas estratégicas	17
3.1.8 Análisis FODA	21
3.1.9 Estrategias de desarrollo	25
3.1.10 Marco legal, jurídico y fiscal	27
3.2 <i>Mercadeo</i>	31
3.2.1 Investigación de mercadeo	31
3.2.2 Análisis de la competencia	40
3.2.3 Ventajas competitivas	43
3.2.4 Precio	43
3.2.5 Estrategias de promoción	46
4. OPERACIONES	48
4.1 <i>Servicio</i>	48
4.1.1 Descripción del servicio	48
4.1.2 Características del servicio	48
4.1.3 Diseño de la marca	51
4.1.4 Proceso de prestación del servicio	51
4.2 <i>Equipos e infraestructuras necesarios</i>	57
4.3 <i>Seguridad y medio ambiente</i>	60
5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	62

<i>5.1 Estructuración financiera del proyecto</i>	62
5.1.1 Inversión	62
5.1.2 Política de financiamiento	63
5.1.3 Activos	64
5.1.4 Inversiones diferidas	64
5.1.5 Capital inicial	65
5.1.6 Presupuesto de ingresos	66
5.1.7 Presupuesto de gastos	69
5.1.8 Gastos administrativos	69
5.1.9 Gastos financieros	72
5.1.10 Depreciación	73
<i>5.2 Evaluación Financiera</i>	74
6. ANÁLISIS DE IMPACTOS	81
7. DISCUSIÓN	84
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	86
9. REFERENCIAS	88

1. INTRODUCCIÓN

La organización de eventos a nivel mundial ha ido evolucionando cada vez más, hoy en día existen muchas asociaciones y organizaciones que están avanzando en el mercado, no sólo se realizan eventos sociales sino que ahora se realizan eventos científicos, tecnológicos, culturales, deportivos donde se demuestra la creatividad e innovación.

Colombia es una de los países de América Latina que se destaca en espacios para la organización de eventos, ya que cuenta con importantes centros de convenciones y una estructura hotelera con altos estándares de calidad de cadenas nacionales y extranjeras de prestigio y tradición para la realización de eventos empresariales. En el Ecuador los eventos han existido de acuerdo a los gustos y necesidades de la gente, el diseño de estos tuvo gran influencia de los migrantes, quienes alrededor del 2004 introdujeron costumbres y tendencias extranjeras que se convirtieron en base para los servicios que actualmente se ofrecen.

La demanda insatisfecha en Esmeraldas es una problemática existente por la falta de servicios innovadores en el mercado, a diferencia de las grandes ciudades, el área de los eventos en esta ciudad se encuentra aún en desarrollo, las empresas existentes en su gran mayoría su fuerte son los eventos sociales y los servicios que ofrecen son limitados, esto sumado a la falta de tiempo para organizar un evento, causan un verdadero estrés para quien desea realizarlo, por lo que implica el tener que buscar por sí mismo varios proveedores para todos y cada uno de los servicios necesarios, para crear lo que han deseado, sin tener conocimientos u orientación para ello.

El primer evento tal y como se lo conoce en la era moderna, fue la una feria llamada Gran Exhibición de Trabajos Industriales de Todas Las Naciones, vulgarmente conocida como la “*Expo del Cristal Palace*”, en 1851, la cuál se realizó en Inglaterra cuando este país necesitó mostrar al mundo su potencial

comercial y conquistar nuevos mercados: así fue cómo surgió la primera Expo Universal.

En España se realizó un estudio relacionado a la Organización de eventos Galmes, (2010) el cual concluyó en que los eventos se conciben como una herramienta de comunicación del marketing, capaz de generar experiencias significativas a sus asistentes, para ello los organizadores están diseñando nuevos formatos de eventos, que ayuden a sorprender, ser memorables y generar rumor.

La investigación realizada en el Ecuador por Contreras, Zerna y Bravo (2010), evidenció que el plan de negocio desarrollado en la ciudad de Guayaquil, es positivo con una alta tasa de rendimiento del 82%, pudiendo recuperar la inversión en un plazo de 2 años y descubriendo una gran demanda insatisfecha en su mayoría empresas.

Otro estudio realizado fue en la ciudad de Esmeraldas según lo detalla Mejía, (2010), el cual concluyó, que este tipo de negocios es necesario en la ciudad, ya que no se cuenta con una empresa con todos los servicios requeridos por el cliente, además tiene alta rentabilidad y un gran aporte socioeconómico.

El enfoque de Kantis, (2002), sustenta éste estudio ya que describe el fenómeno de la creación de empresas cómo un área de creciente desarrollo y de interés académico, basados en la evidencia acerca de su contribución al crecimiento económico, al rejuvenecimiento del tejido socio productivo, a la dinamización del proceso innovador y a la generación de nuevos puestos de trabajo.

El proyecto de justifica mediante un corpus teórico de varios autores, los cuales con sus criterios permitieron establecer bases más clara sobre el tipo de negocio a emprender.

Según Anziluti, (2012) indica que “los eventos surgieron de un modo espontáneo generado por la necesidad o ley natural de unir “la oferta” con “la demanda”, además de la necesidad de conectarse entre individuos”. Así también Agüero, (2007). Dice que “los eventos surgen como un reclamo de la sociedad que necesita reunirse por razones de asociarse en un determinado entorno geográfico, en colectivos y grupos. Son un hecho económico y cultural que permite un intercambio social, técnico, profesional y científico”. Esta definición puede ser comparada con la de Di Génova, (2010). Un evento es ante todo una herramienta de gestión táctica del área Marketing y de Relaciones Públicas de una empresa o institución. Es decir importa beneficios tanto sea para la prosecución de los objetivos comerciales como para los comunicacionales e institucionales, así también el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, (2001) dice que un evento es un “Suceso importante y programado, de índole social, académica, artística o deportiva”.

Sin embargo, Robbins, (1996) la define como una “unidad social conscientemente coordinada, compuesta por dos o más personas, que funcionan relativamente en forma continua para alcanzar una meta o conjunto de metas comunes” por otro lado Martin, (2002) explica que “organizar es coordinar de forma planificada las actividades de un grupo de personas para procurar el logro de un propósito común a través de la división de trabajo y funciones y a través de una jerarquía de autoridad y responsabilidad”, esta definición coincide con la de Guerra, (2007), donde expresa que es una acción de actividad destinada a coordinar el trabajo de varias personas, estableciendo tareas, roles para cada una de ellas, así como la manera en que se relacionará con el objetivo meta.

El proyecto de investigación se sustenta en la ley especial de turismo, N° 97. RO/ Sup 733 de 27 de Diciembre del 2002, en el CAPITULO I. DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y SU CATEGORIZACIÓN, en el artículo 42 literal “e” se consideran actividades turísticas las siguientes: La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones son consideradas como actividades turísticas, Por otro lado también se encuentra soportado en las Normas Técnicas Ecuatorianas NTE INEN 2 452:2007, ORGANIZADOR DE EVENTOS, REQUISITOS DE COMPETENCIA LABORAL, primera edición, con la finalidad de impulsar el mejoramiento de la calidad de los productos y servicios del sector turístico, para elevar la competitividad del Ecuador, como destino de clase mundial.

La “Creación de una agencia de organización de eventos en la ciudad de Esmeraldas” permitirá emprender un negocio que cumpla con todas y cada una de las exigencias de los clientes, brindando facilidad en el servicio de organización, planificación y logística, al momento de presentarse la necesidad de crear un evento, a través de un amplio portafolio de servicios, gracias a la intermediación de los proveedores aliados; obteniendo el evento que el cliente desea con las características e innovaciones requeridas, delegando toda la responsabilidad al agente organizador preocupándose el cliente simplemente de disfrutar su evento.

El objetivo principal del proyecto fue realizar un estudio de factibilidad para para la creación de una agencia organizadora de eventos en la ciudad de Esmeraldas, el cual se sustentó implantando estudios específicos como son la definición de la organización estratégica de la empresa, la razón de ser y su estructura funcional, una investigación de mercado la cual permitió analizar el entorno y el grado de aceptación que tendría el proyecto, dando como resultado que una empresa como Agenvents tiene grandes oportunidades de desarrollo en el mercado esmeraldeño así también, realizar un estudio técnico con el cual se describe y detalla las características del

servicio y los requerimientos necesarios para su puesta en marcha y se elaboró un plan financiero el cual a través de la aplicación de los indicadores demostraron financieramente la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

Cabe indicar que todos estos objetivos permitieron elaborar la propuesta de una empresa que se encargue exclusivamente de organizar eventos, desde el detalle más pequeño hasta el más grande presentando al cliente asesoría y nuevas ideas de acuerdo a sus necesidades gustos y preferencias, garantizando en todo momento un servicio eficiente con costos razonables y lo más importante satisfaciendo y cumpliendo sus expectativas.

2. MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

Esmeraldas es una ciudad del Ecuador, capital de la Provincia de Esmeraldas, ubicada en la zona noroccidental del país. Según el (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010), ésta cuenta con una población de 189.504 habitantes en según el censo de población y vivienda del 2010. Es la undécima ciudad más poblada del país y uno de los puertos más importantes del Ecuador.

Esta provincia recibe su nombre de la piedra preciosa color verde “esmeralda” por la exuberante vegetación que rodea su territorio, por ello Esmeraldas es conocida con el apelativo de "la provincia verde".

La presente investigación se desarrolló en la ciudad de Esmeraldas, con el objetivo de elaborar una propuesta que permita crear una Agencia de organización de eventos, para ello se utilizaron métodos de investigación, los cuales facilitaron indagar a profundidad sobre los servicios para eventos y su factibilidad de implementación como empresa en la ciudad de Esmeraldas; primeramente, la investigación fue de carácter bibliográfico ya que se logró obtener información de antecedentes, conceptos, avances y detalles de la organización de eventos, a través de la investigación en libros, revistas, folletos y páginas web, mediante el método analítico se logró comparar el mercado actual con otros mercados que se encuentran más desarrollados en esta área permitiendo así implementar ideas aplicables al proyecto; así mismo fue de carácter descriptivo, debido a que se enmarcó en opiniones de escenarios reales; esta información permitió conocer, analizar y describir las principales necesidades de los futuros consumidores e interpretar los resultados de las opiniones vertidas.

La técnica principal para el desarrollo de la investigación fue la encuesta, que a través de un cuestionario con preguntas claras y puntuales, fueron aplicadas en instituciones y lugares públicos de la ciudad de Esmeraldas,

con la finalidad de obtener información necesaria de los clientes potenciales, en cuanto a gustos, precios, aceptación, así como también, conocer la competencia que existe en el mercado.

De la misma manera se realizaron entrevista a propietarios de empresas de evento con mayor renombre en el mercado con el propósito de conocer los servicios que ofertan, su trayectoria en el mercado y sus clientes potenciales.

2.1 Recolección de datos

Para obtener información objetiva necesaria para evaluar la viabilidad del proyecto se realizaron encuestas a los habitantes de la ciudad de Esmeraldas, localizados en el casco urbano de la ciudad y que figuraban como económicamente activas, un total de **122.003** personas obteniendo una muestra de **398.69**.

De acuerdo al resultado del tamaño de la muestra se encuestó a la población económicamente activa de la ciudad de Esmeraldas, quienes con criterio contestaron las **399** encuestas.

Las preguntas de la encuesta fueron clasificadas dentro de tres ítems:

- **Preguntas de clasificación:** Estas preguntas fueron realizadas para obtener datos y clasificar a los encuestados; de acuerdo a los siguientes parámetros: sexo, edad, si son económicamente activos(as) y el rango de ingresos que perciben las personas encuestadas.
- **Preguntas para identificar el conocimiento hacia el negocio:** Se elaboraron con el propósito de identificar si las personas saben lo que es una agencia de eventos y tomar en cuenta los resultados obtenidos, para de esta manera determinar si es necesario informarlos a través de la publicidad que se determine en el Plan de Marketing.
- **Preguntas para identificar y evaluar la competencia:** Estas preguntas tuvieron la finalidad de conocer la competencia que existe

en la ciudad de Esmeraldas, identificando los posibles competidores; cabe recalcar que la gran parte de empresas que los encuestados confunden como organizadoras de eventos solo ofrecen el servicio de buffet o parte de un todo, el cual es un complemento para la organización integral de un evento.

- **Preguntas para conocer la demanda:** Con estas preguntas se logró tener una idea clara del tipo de celebraciones y servicios que son más solicitados, de tal manera que se pudo tener una proyección de los detalles y aspectos que habrá que tener establecidos con anterioridad y así poder brindar un servicio que satisfaga a los clientes y proyectarse como una agencia que brinde calidad en la planificación, de cualquier tipo de eventos sociales y empresariales.

3. RESULTADOS

3.1 ORGANIZACIÓN ESTRATÉGICA

Mediante la organización estratégica se determinó la distribución con la que se encaminará la viabilidad de desarrollo de la empresa.

3.1.1 Misión.-

Proporcionar las mejores opciones de servicio en las actividades de organización, planeación y diseño de eventos sociales y empresariales; bajo los conceptos de innovación, personalización e involucramiento, brindando un servicio de calidad, que sea de total satisfacción de los clientes.

3.1.2 Visión.-

Agenvents, en el 2016 estará posicionada como una agencia organizadora de eventos, símbolo de confianza, calidad y eficiencia, reconocida como líder en el mercado del entretenimiento, como proveedores de servicios, asesoría y planificación, imponiendo innovación en diseño y organización de eventos.

3.1.3 Objetivos

- Brindar un servicio integral y profesional en la organización de eventos desde su planificación hasta el término del mismo.
- Ofertar un servicio profesional, capaz de cubrir las necesidades de los clientes.
- Mantener niveles vanguardistas e innovadores en todo lo concerniente a diseño y organización de eventos.
- Crear alianzas estratégicas con los proveedores del mercado con el propósito de minimizar costos y evitar incumplimientos.
- Capacitar constantemente al personal con el propósito de actualizar conocimientos de organización y atención al cliente.
- Motivar al personal a fin de que siempre den lo mejor de sí y esto se vea reflejado en el servicio al cliente.
- Generar utilidades que permitan sostener, a la empresa económicamente.

3.1.4 Actividad Empresarial

El concepto de Agenvents parte de una serie de servicios globales que se le ofrecen a quien desea realizar un evento; nace como respuesta a la necesidad que tiene la ciudad de Esmeraldas de contar con una agencia especializada en la planificación de eventos sociales y empresariales, ofreciendo un servicio de calidad, con atención rápida, eficiente y cordial.

El servicio que Agenvents ofertará será la organización de eventos su diseño, planificación, organización y control hasta el término del mismo; lo que se pretende es poner a disposición del cliente un grupo de profesionales, quienes se encargarán de toda la logística para realizar su evento, cumpliendo con el objetivo que persigue este y los asistentes a éste; además de ofrecer un servicio integró en donde el cliente no deberá acudir a ningún otro proveedor, pues el propósito de agenvents es todo en uno, evitando que el cliente descuide sus actividades diarias y evite el estrés que un evento causa para dejar todo en manos de profesionales.

a. Clasificación del servicio

El servicio Agenvents, se presenta como una empresa que proyecta incursionar con éxito en el desarrollo de eventos sociales y empresariales con ayuda de personal altamente calificado en el diseño y planificación de eventos.

Su naturaleza como negocio estará definida por los diferentes tipos de eventos los mismos que se clasifican de la siguiente manera:

- *Eventos Sociales familiares como matrimonios, cumpleaños, graduaciones, etc.:* Buscan la diversión del público o los invitados a este tipo de eventos puede asistir cualquier persona.

- *Eventos empresariales:* van encaminados completamente a incentivar, promover, capacitar, promocionar y comunicar a las empresas y sus diferentes públicos. Este requiere de una buena presentación, se busca una persona que guie el evento como: lanzamientos de productos, celebraciones, aniversarios, cenas de fin de año, juntas de accionistas, actividades motivacionales, seminarios, convenciones, mismos que requieren de adecuada planificación.
- *Evento coloquial o popular:* Son eventos masivos como: fiestas, festividades, conciertos, fiestas de barrio, entre otros.

GRÁFICO N°1



Elaborado por: Autora

3.1.5 Oportunidad de negocio detectada

Se detectó la oportunidad de negocio en la ciudad de Esmeraldas, gracias a la creciente necesidad de las personas y empresas de organizar eventos y no contar con el tiempo necesario, para dedicarse a la planificación del mismo.

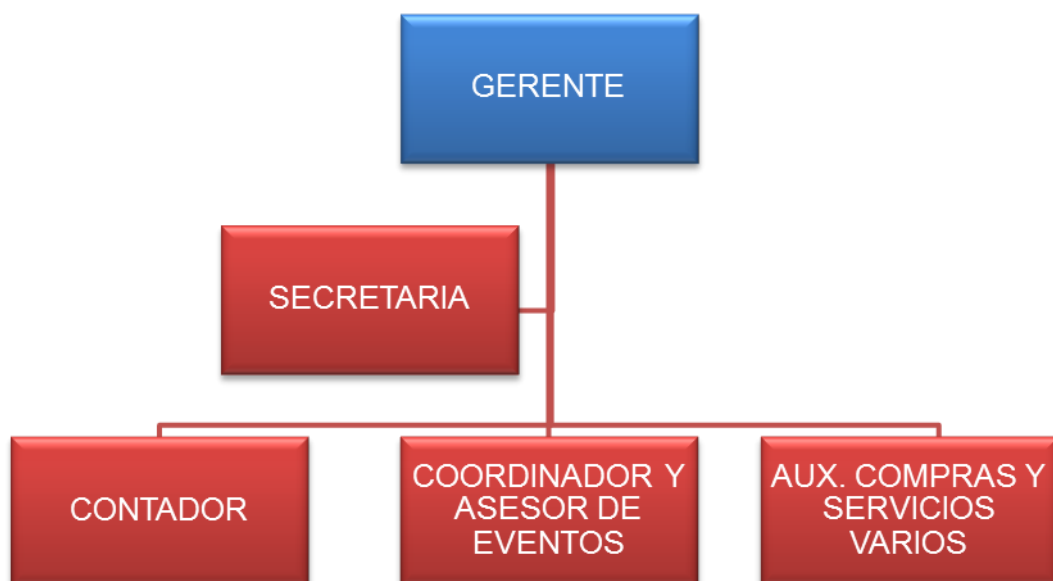
3.1.6 Organigrama Funcional

La estructura organizacional de la empresa estará conformada por 5 personas, las mismas que son parte esencial e importante para la constitución de la compañía, es imprescindible que cada miembro de la organización, tenga conocimiento de las funciones que va a realizar y ante quién debe responder.

Con esta estructura, se pretende dividir las funciones y establecer responsabilidades a fin de cumplir con los objetivos que se desean alcanzar la empresa.

La estructura organizacional de Agenvents estará conformada por:

GRÁFICO N°2. Estructura Organizacional de la Empresa



Elaborado por: Autora

a. Descripción de las funciones

Las responsabilidades y funciones de cada uno de los miembros de la empresa se detallan a continuación:

Gerente.- Las actividades principales del gerente general son las de regular, controlar y verificar el buen desarrollo del negocio; así como las siguientes:

- Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía.
- Designar y remover funcionarios.
- Manejar los fondos de la compañía con responsabilidad, abrir, manejar cuentas corrientes y efectuar toda clase de operaciones bancarias, civiles y mercantiles.
- Dar información al cliente de los servicios y precios.
- Preparar material publicitario para poder ofrecer los servicios a los clientes.
- Búsqueda de nuevos contactos y clientes potenciales.

Contador.- El contador reportará directamente al gerente general y sus funciones serán:

- Presentar los informes financieros.
- Controlar las cuentas por cobrar y pagar de la empresa.
- Elaborar roles de pago.
- Facturar las ventas.
- Declaraciones tributarias.

Coordinador y Asesor de Eventos.- El coordinador de eventos reportará al administrador y será responsable de:

- Administrar la base de datos de los proveedores.
- Mantener y conseguir alianzas estratégicas con los proveedores.
- Manejar la logística de los eventos.

- Asistir a todos los eventos de los clientes.
- Supervisar que los proveedores cumplan con los plazos establecidos para la entrega de los materiales requeridos.

Secretaria.- Encargada de recibir y transmitir la información de los servicios que requiere el cliente; así mismo brindar apoyo durante el desarrollo del esquema completo de la prestación del servicio:

- Llevar debidamente actualizado el formulario de contactos de clientes.
- Archivar y clasificar correspondencia recibida y enviada.
- Revisar diariamente el correo electrónico para dar respuesta oportuna a las solicitudes de los clientes.
- Atención de llamadas telefónicas, envió de faxes, correos electrónicos.
- Informar al gerente y al coordinador de eventos acerca de los servicios que requiere el cliente.
- Participar en la elaboración y ejecución de planes de acción.
- Asistir al Gerente General en todos los trámites documentales a que hubiere lugar en el desarrollo de los programas y proyectos de la Organización.
- Citar por orden del Gerente General a reuniones de la junta directiva ordinaria o extraordinaria.

Auxiliar de compras y servicios varios.- Servicios varios reportará al administrador y sus responsabilidades son:

- Efectúa las cotizaciones a nivel nacional de los bienes y servicios que requiera la empresa para desarrollar el evento y velar que los proveedores cumplan con las especificaciones requeridas.
- Mantiene el control de los archivos de órdenes de compras y toda la documentación relacionada a la adquisición de bienes y servicios.
- Dar seguimiento a las compras recibida y las que estén pendientes.

- Establece procedimiento para la Adquisición de bienes y servicios de la empresa.
- Coordinar la adquisición de suministros necesarios para la compañía.
- Movilización de los materiales y equipos para el evento.
- Realizar depósitos y retiros que la empresa requiera.
- Repartir invitaciones.

En la siguiente tabla se detalla las características profesionales de los miembros que integran la empresa:

GRÁFICO N°3. Equipo formación y experiencia

CARGO	CONOCIMIENTO	APORTES	CONTACTOS
Gerente	Experto en administración de empresas	Representante legal de la empresa y gestión administrativa	Amplio conocimientos en diseño y organización de eventos, contacto con empresas y proveedores
Contador	Contador público registrado y autorizado	Responsable de llevar los registros contables ingresos y gastos.	Conocimientos de lo relacionado a impuestos y tasas del SRI.
Coordinador de eventos	Profesional en ciencias administrativas, diseño y decoración de interiores	Proponer el tipo de diseño que va acorde con el evento solicitado.	Conocimientos en montaje y diseño de eventos. Facilidad para las relaciones públicas
Secretaria	Estudiante universitario o egresada en administración	Llevar registros de contratos y agendas de eventos	Conocimientos de programa office Facilidad de organización y palabra
Compras y servicios varios	Estudiante o Egresado universitario con licencia profesional de conducción	Realizar compras y servicios de mensajería	Conocimiento del territorio local

3.1.7 Alianzas Estratégicas

Cualquier reunión familiar se podrá organizar y planificar con el asesoramiento de AGENVENTS. Para tal fin, esta agencia contará con mesas, sillas, detalles escogidos en mantelería y vajilla. Pero será necesario la coordinación y subcontratación con proveedores de servicios como el salón para la fiesta, con sistemas de iluminación y pista de baile, decoración, arreglos florales en centros de mesa y buffet entre otros.

Los servicios que Agenvents proporcionará serán posibles gracias a la aportación de productos y servicios de los proveedores. Ellos proveen todo lo necesario para que se pueda ofrecer lo mejor a los clientes, con un precio inferior.

El servicio que Agenvents preste a sus clientes dependerá al 70% 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, ya que Agenvents es quien asume la responsabilidad.

Para ello se detallan algunos proveedores con los que se realizará alianzas estratégicas que permitirán otorgar un mejor servicio.

GRÁFICO N°4. Proveedores de Salones



Elaborado por: Autora

GRAFICO N° 5. Proveedores de Arte y Diseño



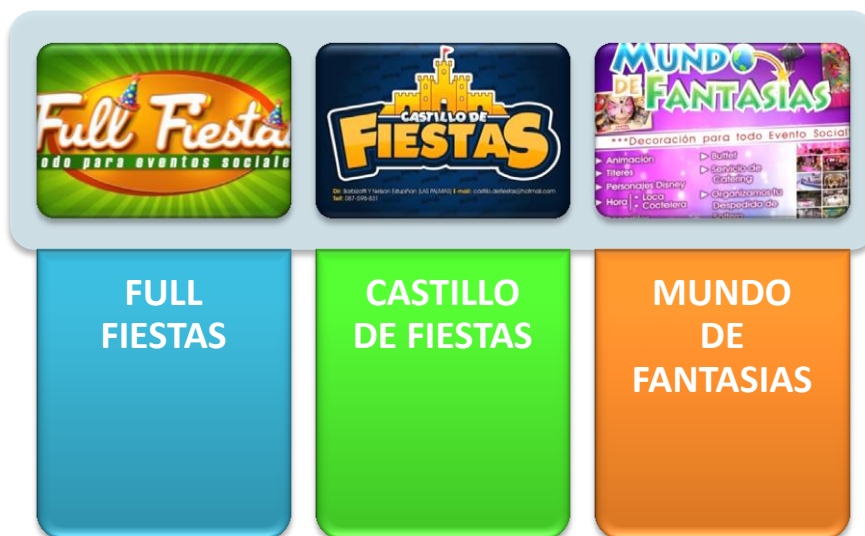
Elaborado por: Autora

GRÁFICO N°6. Floristerías



Elaborado por: Autora

GRAFICO N°7. Proveedores Infantiles



Elaborado por: Autora

GRÁFICO Nº 8. Proveedores varios

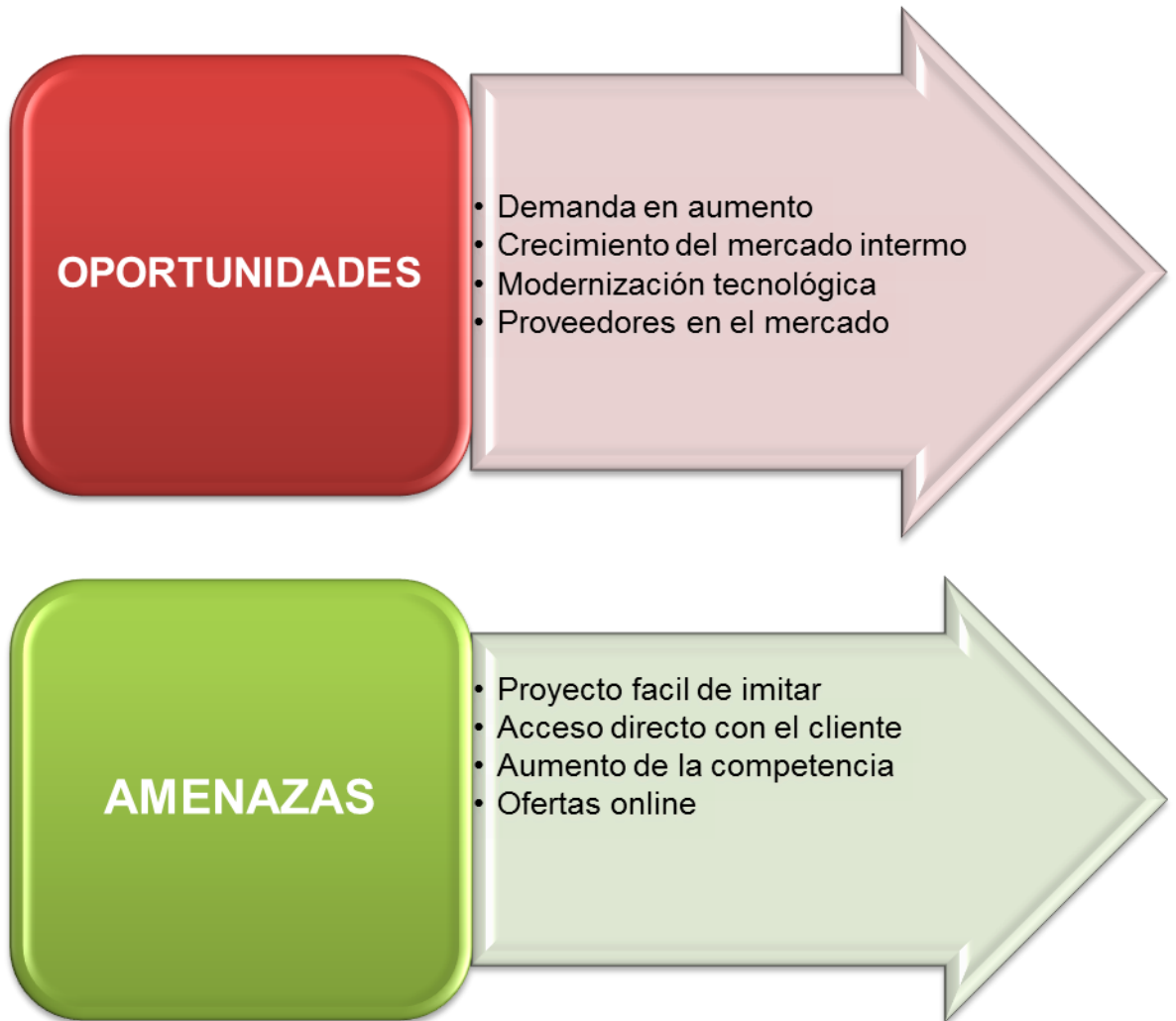


Elaborado por: Autora

Cabe recalcar que este es un ejemplo de los proveedores que se irán seleccionando, pero no son todos, existen otros que van de acuerdo al tipo de evento, alguno de ellos de otras ciudades, ya que en algunas ocasiones los equipos de luces y sonidos se encuentran con la mejor tecnología así como juegos pirotécnicos, artistas, entre otros.

3.1.8 ANÁLISIS FODA: Por medio del uso de esta herramienta de análisis, se pudo examinar las características particulares del negocio y el entorno en el cual se compete:





FORTALEZAS

- Alternativa rentable: El proyecto es beneficioso, económicamente genera utilidades.
- Ventajas competitivas: Servicio integral todo en uno.
- Personal capacitado: El personal contratado recibirá capacitación permanente en ramas de servicio al cliente, diseño de eventos entre otros.
- Propuesta innovadora: En la ciudad de Esmeraldas no existe una agencia de eventos como tal, capaz de planificar hasta el más mínimo detalle sin que el cliente deba buscar otras alternativas.

- Servicios personalizados: Se mantiene contacto directo con el cliente una persona se encarga de buscar y organizar el evento sin olvidar cada detalle solicitado desde el principio hasta el final del evento.
- Precios competitivos: Los precios de los servicios van acorde con los que actualmente los competidores ofrecen y están al alcance del bolsillo, sin excesos.
- Estructura orgánica: la organización estructural de la empresa es sencilla y precisa no se requiere de cantidad de personal para ponerla en marcha.

DEBILIDADES

- Accesibilidad al crédito: Pueden presentarse inconvenientes para la aprobación del préstamo con el banco.
- Imagen en el mercado: Al ser nuevos en el mercado la empresa necesitará de tiempo para que su imagen sea reconocida e identificada por sus servicios.
- Poder de negociación: Los proveedores aun no tienen la confianza para negociar y crear alianzas.

OPORTUNIDADES

- Demanda en aumento: Cada día las personal se interesan más por la alternativa de organizadores de eventos ya que no poseen el tiempo para ello.
- Crecimiento del mercado: la población, las alternativas de servicios y proveedores va en aumento gracias a que grandes empresas se están asentando en la ciudad de Esmeraldas.
- Modernización tecnológica: La tecnología se moderniza cada día permitiendo que existan equipos para eventos que faciliten su

montaje y diseño, así por medio de la tecnología se puede acceder con mayor facilidad al cliente.

- Proveedores en el mercado: El número de proveedores ha crecido brindando la oportunidad de tener más alternativas de elección para las alianzas.

AMENAZAS

- Proyecto fácil de imitar: Por no necesitar inversión alta en inicios es un proyecto que puede ser copiado.
- Acceso directo con el cliente: Los proveedores pueden contactarse directamente con el cliente y ofrecerle un servicio más económico.
- Aumento de la competencia: Pueden llegar a captar nuestros clientes.
- Ofertas online: ofrecen servicios con descuentos.

3.1.9 ESTRATEGIAS DE DESARROLLO

Luego del análisis, diagnóstico y para que el proyecto pueda ser totalmente funcional, a continuación se establecen algunas estrategias de desarrollo para contrarrestar, aprovechar las oportunidades y disminuir las amenazas.

FO



FA

<i>Competir en el mercado - Aumento de la competencia</i>	
Estrategia: Diferenciar precios de la competencia	Lineas de acción: Elaborar paquetes de servicios Brindar precios accesibles

DO

<i>Proyecto fácil de imitar - Proveedores en el mercado</i>	
Estrategia: Establecer la diferenciación del servicio ofrecido en comparación de los proveedores.	Lineas de acción: Establecer estrategias de servicio al cliente para crear fidelización

DA



3.1.10 LEGAL JURÍDICO Y FISCAL

Constitución de la empresa

La compañía se ha constituido bajo el cuerpo legal de Responsabilidad Limitada la cual según el Art. 92, de la Ley de Compañías del Ecuador, indica “La compañía de responsabilidad limitada, 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” (Ley de compañías)

La denominación comercial será **Agenvents** y estará constituida por 3 accionistas.

Para realizar los trámites de constitución de una empresa es recomendable contratar abogados especializados, ya que se estima que en el mejor de los casos el trámite se demora de 30 a 45 días.

Requisitos legales para la constitución de una compañía

- Que esté legalmente constituida.
- Estar legalmente inscrito en la Superintendencia de Compañías.
- Debe contar con un cuerpo representativo de la organización, es decir; un Presidente o Gerente, Secretaria, etc.
- Contar con Activos Fijos.
- Debe contar con el permiso de funcionamiento otorgado por el Ilustre Municipio de Esmeraldas.
- Debe estar inscrita en la Cámara de Turismo y Ministerio de Gobierno, representado por la Superintendencia de Policía.
- Debe contar con el permiso del Cuerpo de Bomberos.

Registro de la Marca.- El costo de registro de las marcas es de \$54,00 por los 10 años de concesión, siendo esto renovable. Esto no incluye los honorarios profesionales de los Abogados.

Solicitar la reserva de denominación.- La solicitud permite cinco versiones de nombre, es posible enviar dos solicitudes por compañía. Esta debe ir firmada por un Abogado quien previamente revise los nombres.

La Superintendencia de Compañías, revisa en su base de datos si existen sociedades registradas con una determinada denominación, si no existen aprueba la nueva denominación y reserva el nombramiento solicitado. La reserva tiene una duración de 6 meses. Si se necesita más tiempo para realizar la constitución es necesario solicitar la ampliación de la reserva.

Elaboración de la minuta de constitución de la Compañía.- La minuta es elaborada por abogados especializados.

Otorgamiento de Escritura Pública.- Para poder solicitar la aprobación de la minuta por la Súper Intendencia de Compañías, se tiene que elevar la minuta a escritura pública. Para tal fin, el representante de la Compañía, se presenta ante él, donde debe firmar la minuta bajo su supervisión.

Para tal efecto, se llevarán los siguientes requisitos:

- El original de la minuta.
- Copias de la cuenta de integración del capital.
- Un cheque o efectivo suficiente para el pago de la tasa del notario.
- Documento de apertura de la cuenta de integración de capital.

Aprobación de la Escritura Pública.- Se solicita a la Súper Intendencia de Compañías la aprobación de la escritura y la emisión de un extracto de la misma. Para ello se envían los siguientes documentos a la oficina correspondiente:

- Carta dirigida al Superintendente de la región firmada por un abogado solicitando la aprobación de la minuta y la emisión de un extracto de la escritura a publicar.
- Tres copias notariadas de la escritura.
- Afiliación a la Cámara de la Producción.

Publicación del extracto de la Escritura Pública de Constitución.-

Cuando la Súper Intendencia de Compañías emite el extracto de la escritura se lo debe publicar en el diario de mayor circulación del domicilio de la compañía (formato 10 x 15 cm) el resumen emitido por la Súper de Compañías señalando el nombre de la empresa y la página donde fue inscrito, quien revisa la documentación recibida y emite la resolución aprobatoria de la escritura.

Inscripción en el Registro de Sociedades.- La Súper Intendencia de Compañías inscribe la sociedad y emite el Documento del Registro de Sociedad y los formularios para obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC) sellados. Además, envía un oficio de solicitud al banco de la cuenta de integración de capital para la devolución del dinero.

Inscripción de la escritura y nombramiento de administrador en el Registro Mercantil.- Primero es necesaria la inscripción de la minuta y luego la inscripción del nombramiento del administrador.

Obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC).- Una vez recibida la documentación de la Súper Intendencia de Compañías, se puede continuar con el trámite del Servicio de Rentas Internas.

Afiliación a la Cámara de Comercio.- Es necesaria la inscripción a la Cámara de Comercio; para ello se necesita:

- Copia de la cédula del representante legal.
- Copia del nombramiento del representante legal.
- Copia de la escritura pública de la compañía.
- Una foto tamaño carné.
- Solicitud entregada por la Cámara

Requisitos para la obtención del permiso de funcionamiento ante el Municipio de Esmeraldas.-

Cuando se inicia la actividad por primera vez:

- Solicitud dirigida a la Municipalidad, que incluirá la memoria descriptiva del proyecto.

Cuando el proyecto es aprobado o para renovar, sumará:

- Cédula
- Certificado de Votación

- Copia RUC actualizado.
- Permiso del Cuerpo de Bomberos (copia)
- Permiso del Centro del Área de Salud (copia).
- Copia del recibo del pago de Patente Municipal
- Copia del recibo de pago del Impuesto Predial al día.
- Copia del Contrato de Arrendamiento inscrito en el Departamento de Avalúos, Catastro de la Municipalidad, y en el Juzgado de Inquilinato o Carátula de Escritura.

En caso de estar constituido en compañía, sumará:

- a) Copia de Constitución de Compañía
- b) Copia del Nombramiento del representante Legal en caso de Sociedades.

Permiso del cuerpo de bomberos:

Para la obtención de este permiso se presenta:

- Registro Único de Contribuyente, RUC
- Copia de la cédula de identidad del representante legal,
- Copia del papel de votación del representante legal y
- Cancelar \$70.

3.2 MERCADEO

3.2.1 Investigación de Mercadeo

Para el presente proyecto el estudio de mercado analizó la estructura y comportamiento del mercado actual, la demanda y la oferta existente dentro del servicio de organización de eventos, las necesidades insatisfechas, la mejor manera de promocionar el servicio, precios, etc.; y a la vez determinar la factibilidad del mercado para la implantación del proyecto.

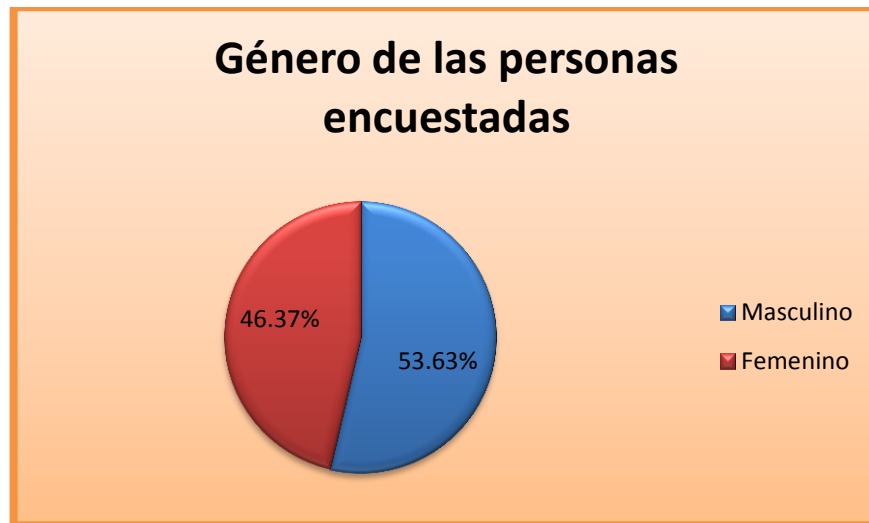
A. Binomio producto-mercado

Agenvents es una agencia organizadora de eventos dirigida a empresas y personas naturales económicamente activas, en edades comprendidas entre los 21 a 30 años y que se encuentran interesados en la contratación de los servicios de una empresa capaz de ofrecerle un todo incluido en eventos.

B. Segmentación

Las encuestas realizadas a la ciudadanía esmeraldeña, permitieron segmentar el mercado que se va a abordar, las cuales se detallan a continuación:

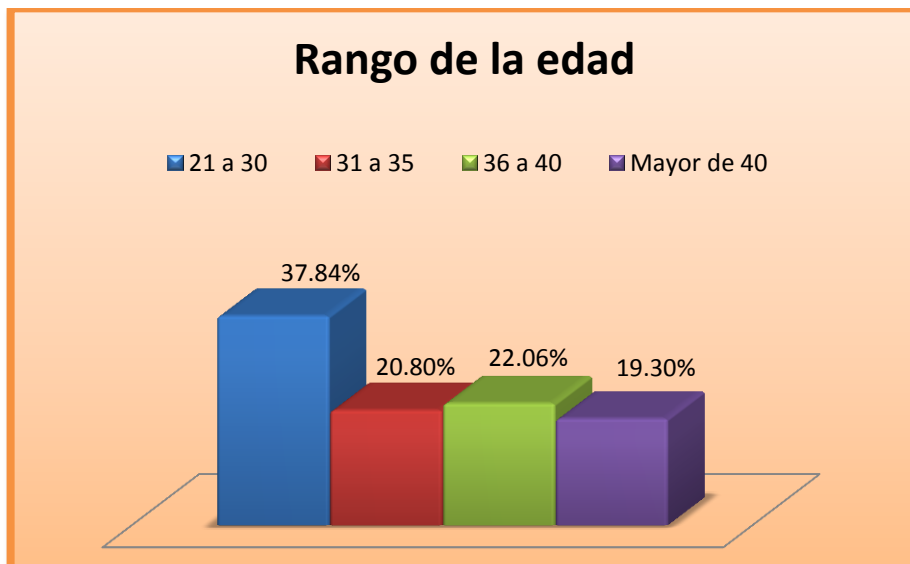
GRÁFICO N° 9.



Fuente: Encuestas a personas en la ciudad de Esmeraldas

Elaborado por: Autora

GRÁFICO N° 10.



Fuente: Encuestas a personas en la ciudad de Esmeraldas

Elaborado por: Autora

GRÁFICO N° 11.



Fuente: Encuestas a personas en la ciudad de Esmeraldas

Elaborado por: Autora

GRÁFICO N° 12.



Fuente: Encuestas a personas en la ciudad de Esmeraldas

Elaborado por: Autora

Análisis: Las preguntas iniciales de las encuestas fueron elaboradas para conocer las características principales del mercado a analizar, las mismas arrojaron los siguientes resultados: el 53.63% fueron hombres, un poco más de la mitad, pero no alejados del total de las mujeres, ya que en este tema de los eventos en la gran parte es la mujer quien toma la iniciativa pero es el hombre el que posee el mayor poder de ingresos económicos y el que desembolsa el dinero para la organización del mismo.

El rango de edad está entre los 21-30 años, visto que es en la actualidad que las personas están adoptando con mayor fuerza la modalidad de organización de eventos, son los más jóvenes los que conocen y están empapados de las últimas tendencias y diseños de eventos, saben lo que desean y tienen mayor visión en este aspecto.

El 94.24% de los encuestados se encuentran económicamente activos los cual fue de gran importancia ya que para poder dar una opinión más clara estos deben saber lo que representa económicamente la inversión para organizar un evento, de este total el 37.14% percibe un salario igual o superior a \$700,00 esto es muy conveniente ya que estas personas podrán pagar por estos servicios sin ser esta inversión causa de desfinanciamiento ya que en un salario como este e inclusive de \$500,00 en cuotas diferidas es posible contratar un a agencia organizadora de eventos.

Con estas características se pudo segmentar el mercado de la siguiente manera:

GRÁFICO N° 13. Segmentación de mercado



Elaborado por: Autora

C. Perfil del consumidor

La agencia de organización de eventos está dirigida y personal naturales económicamente activas y empresas de la ciudad de Esmeraldas, que busquen realizar eventos y cumplir sus expectativas.

D. Tamaño actual y proyectado: El análisis de la proyección de mercado, se basó en la información proporcionada por el INEC de la proyección de la población ecuatoriana, por años calendario, según cantones, específicamente el cantón Esmeraldas, en el cual se muestra un incremento del anual. De esta proyección se pretende captar un 10% del mercado anual.

TABLA N°1. Tamaño actual y proyectado											
Cantón	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Esmeraldas	196.095	198.774	201.372	203.881	206.298	208.615	210.833	212.952	214.975	216.901	218.727
					PROYECCIÓN 5 años 10%						
					20.630	20.862	21.083	21.295	21.498		
Fuente: INEC											
Elaborado por: Autora											

E. Tendencia de mercado

El mercado actual en cuanto a organización de eventos se encuentra en pleno desarrollo, cada vez son más las pequeñas empresas de servicios existentes que implementan y/o modernizan la presentación de los servicios que ofrecen y se introducen a las nuevas tendencias del mundo. Así mismo los consumidores son más exigentes y tienen mayores expectativas al organizar sus eventos ya que han podido experimentar diversos eventos que ya se pueden apreciar en las grandes ciudades como Quito y Guayaquil.

La oportunidad de tener en la ciudad nuevas empresas de renombre como Flopec, entre otras, ayudan a que el mercado se actualice y se vuelva más competitivo permitiendo mayores oportunidades de desarrollo.

F. Factores de riesgo

Uno de los principales factores de riesgo será la calidad de los proveedores que se escojan para la puesta en marcha del proyecto.

Así también otro factor importante es el reconocimiento de la empresa en el mercado.

G. Ingresos en base al análisis de mercado

Para definir una base de ingreso se parte del escenario de la frecuencia con la cual los clientes contratarían los servicios de la agencia de eventos.

GRÁFICO Nº 14.



Fuente: Encuestas a personas en la ciudad de Esmeraldas

Elaborado por: Autora

El 62.91% de los encuestados respondieron que contratarían 4 veces o más al año los servicios de la agencia de organización de eventos, repuesta que incide de manera positiva ya que demuestra que existe un alto grado de aceptación haciendo más factible el proyecto.

Con este resultado se calculó la expectativa de eventos a cubrir; para ello se definió que las expectativas de cubrir el mercado potencial de la demanda insatisfecha y de acuerdo a la capacidad de la empresa por inició, va a ser del 5%; se tomó la información del escenario arrojado por las encuestas de que cada persona organiza mínimo 4 eventos al año, esto frente al total de los 399 encuestados por el 62.91% porcentaje de personas que eligieron la opción de 4 eventos al año; con estos datos mencionados anteriormente se realizó el cálculo para hallar las expectativas que se van a cubrir:

TABLA N° 2. Eventos a cubrir en un año

DETALLE	TOTAL	
Eventos promedio al año	4	
Total Muestra (personas)	399	
% Demanda (4 eventos al año)	62,91	%
Total de la demanda	1.004,04	
% Expectativas	5	%
EXPECTATIVAS DE EVENTOS A CUBRIR	50,20	

Elaborado por: Autora

Se ha asumido que la demanda insatisfecha a cubrir es de 50 eventos al año, como un mínimo de base de cálculo.

Para definir una base de los ingresos anuales, se establecieron paquetes con servicios básicos, de acuerdo al tamaño de los mismos y un escenario entre 15 a 20 eventos por tamaño al año, sumado a los servicios adicionales que se ofrecen fuera de los paquetes.

GRÁFICO N°15. Ingresos anuales

AGENVENT'S INGRESOS POR VENTAS						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidades Eventos						
Pequeño		15	15	15	15	15
Mediano		20	20	20	20	20
Grande		15	15	15	15	15
Tarifa						
Pequeño		946,80	946,80	946,80	946,80	946,80
Mediano		2.064,00	2.064,00	2.064,00	2.064,00	2.064,00
Grande		2.838,00	2.838,00	2.838,00	2.838,00	2.838,00
Ingresos Netos						
Pequeño		14.202,00	14.202,00	14.202,00	14.202,00	14.202,00
Mediano		41.280,00	41.280,00	41.280,00	41.280,00	41.280,00
Grande		42.570,00	42.570,00	42.570,00	42.570,00	42.570,00
Otros Ingresos						
Servicios adicionales		17.220,00	17.220,00	17.220,00	17.220,00	17.220,00
Total Ingresos		115.272,00	115.272,00	115.272,00	115.272,00	115.272,00

Para tener un escenario real de ventas no se ha considerado el aumento de los ingresos anualmente

Elaborado por: Autora

3.2.2 Análisis de la Competencia

La competencia de la Agencia organizadora de eventos que se propone en este estudio, son las empresas que brindan servicios para la realización de eventos.

La mayoría de las empresas que ofrecen sus servicios para los eventos se especializan en uno o varios servicios pero no cuentan con todos los servicios reunidos en una sola empresa que a la vez organice completamente el evento.

Estas empresas han empezado a incluir más servicios en su cartera, pero como no lo organizan integralmente, los clientes tienen que contratar los servicios de tres o más empresas para poder organizar el evento con todos los servicios necesarios para éste.

No existe un directorio que muestre información exacta de que empresas en la ciudad de Esmeraldas se dedican a dar servicios para eventos, los datos que se mostraran fueron obtenidos de referencias de personas y de investigación de campo realizada.

GRAFICO N° 16.



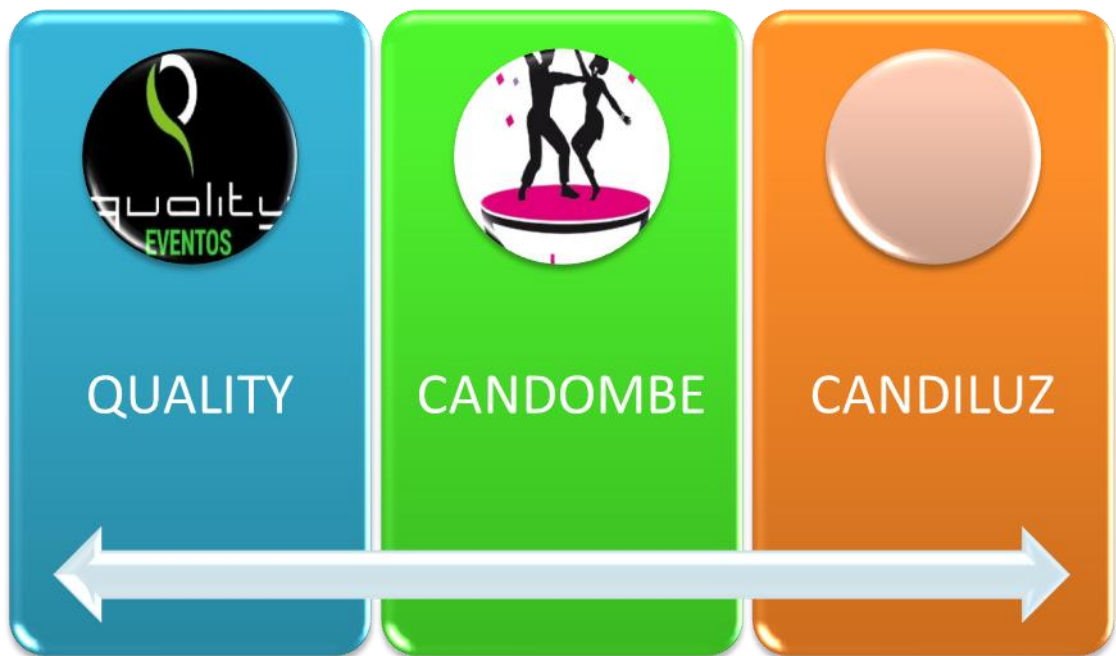
Fuente: Encuestas Elaborado por: Autora

35.96% dicen conocer empresas organizadoras de eventos en la ciudad de Esmeraldas, pero al revisar el nombre de estas se pudo constatar que son sólo empresas que prestan un servicio para eventos mas no una planificación de eventos. El 64.04% de la población encuestada, no conoce empresas organizadoras de eventos en Esmeraldas, esto porque en la ciudad no hay empresas catalogadas como organizadoras de eventos, muchas empresas de eventos solo prestan servicios individuales y las que brindan parte de este servicio son más conocidas como salones de eventos. Con esta información se analizó a los posibles competidores divididos en dos categorías:

1. Competencia Directa

Como competencia directa se ha determinado a Candiluz, Candombe y Quality que se denomina como salón de eventos pero también presta los servicios de organización, pero sus servicios son limitados para eventos sociales no ofrecen un todo incluido a más de salón, decoración, banquete, música y animación.

GRAFICO Nº 17



Tomando como referencia que estas son las empresas que más figuran como competencia, se realizó entrevistas a sus administradores para conocer más a fondo cuales son los servicios que prestan y su trayectoria en el mercado:

TABLA N°3. Competidores Directos

EMPRESAS	TIEMPO EN EL MERCADO	SERVICIOS QUE OFRECE							CLIENTES POTENCIALES	EVENTOS AL MES
		LOCAL	DECORACION	BUFFET	DJ	MESEROS	BEBIDAS	OTROS		
QUALITY	3 años	x	x	x	x	x	x		Instituciones	1
CANDOMBE	3 años	x	x	x	x	x	x		Personas	4
CANDILUZ	10 años	x	x		x	x	x	x	Empresas	6

Elaborado por: Autora

Las entrevistas realizadas confirmaron lo investigado anteriormente, los servicios que ofrecen estas empresas son básicos de un evento, es decir que el cliente no encontrará todo lo que requieren con uno sólo. Candiluz es quien lleva mayor trayectoria en el mercado y ha ido mejorando cada vez más sus servicios ofreciendo un poco más pero sin alcanzar aún la totalidad o magnitud de los servicios requeridos.

2. Competencia Indirecta.-

Tanto Apart Hotel (Salón las Gaviotas), Colon Palace, Hotel Perla Verde son empresa que ofrecen en su mayoría el servicio de alquiler del espacio, en el caso de los hoteles le suman el banquete y el audio pero no es un servicio completo y se basa más a eventos de pequeñas empresas como cenas navideñas..

Adicional a estos, se ha considerado como competencia indirecta a las microempresas que elaboran bufetes o que sus servicios van dirigidos a un evento específico, como aquellos que organizan fiestas infantiles o prestan servicio de alquiler, decoración, entre otras.

Así mismo, las empresas que se dedican al alquiler de salones de eventos, alquiler de vajilla, inmobiliarios, mantelería y decoración, por lo que no representan gran competencia para la empresa. Por el contrario estas empresas podrían estar entre la lista de proveedores y ser de gran ayuda para la empresa.

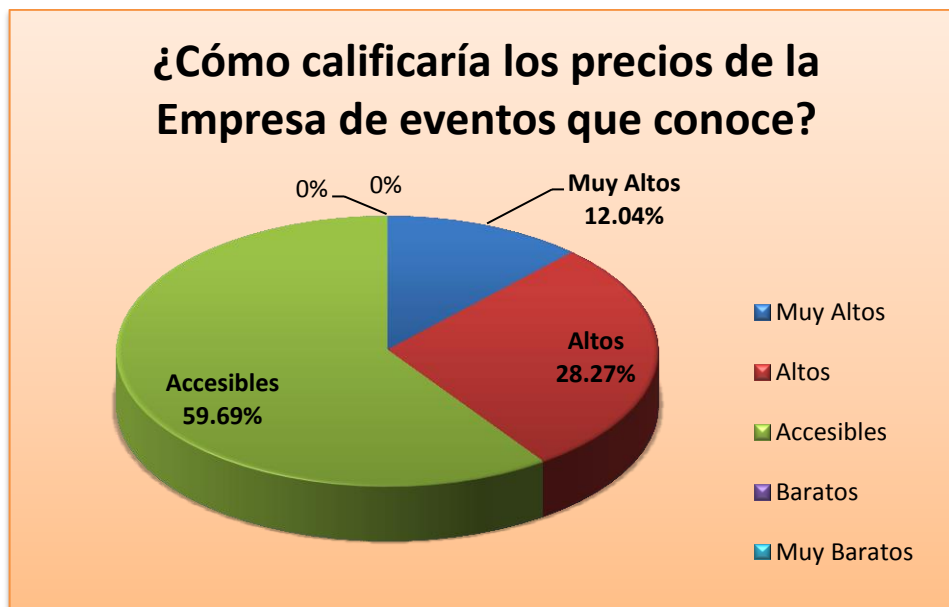
3.2.3 Ventajas competitivas

- Servicio integral: Se dará todo los servicios requeridos por el cliente en un solo paquete.
- Personalización de servicios: Un asesor será quien se encargue de cada detalle que requiera el evento.
- Profesionales con conocimientos: Personal capacitado capaz de planificar y diseñar eventos personalizados e innovadores.

3.2.4 Precio

Según las repuestas de los encuestados el 59.69% indica que los precios que manejan las empresas de eventos son accesibles, pero a esto hay que tomar en cuenta de que las personas encuestadas hablan de servicios específicos de manera individual, al sumar todos estos para un evento su costo es elevado ya que cada proveedor cobra su comisión.

GRÁFICO N° 18.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

Es importante recalcar que el costo que se pagará a los proveedores por los bienes o servicios para realizar el evento, será cubierto por los clientes, adicional se cobrará la tarifa de la empresa. Los precios son variables, variarán según el tipo de servicio demandado por cada cliente.

Este servicio, se amoldará a las posibilidades o preferencias de cada cliente. Por lo tanto cuanto más completo sean los requerimientos el servicio, más dinero costará.

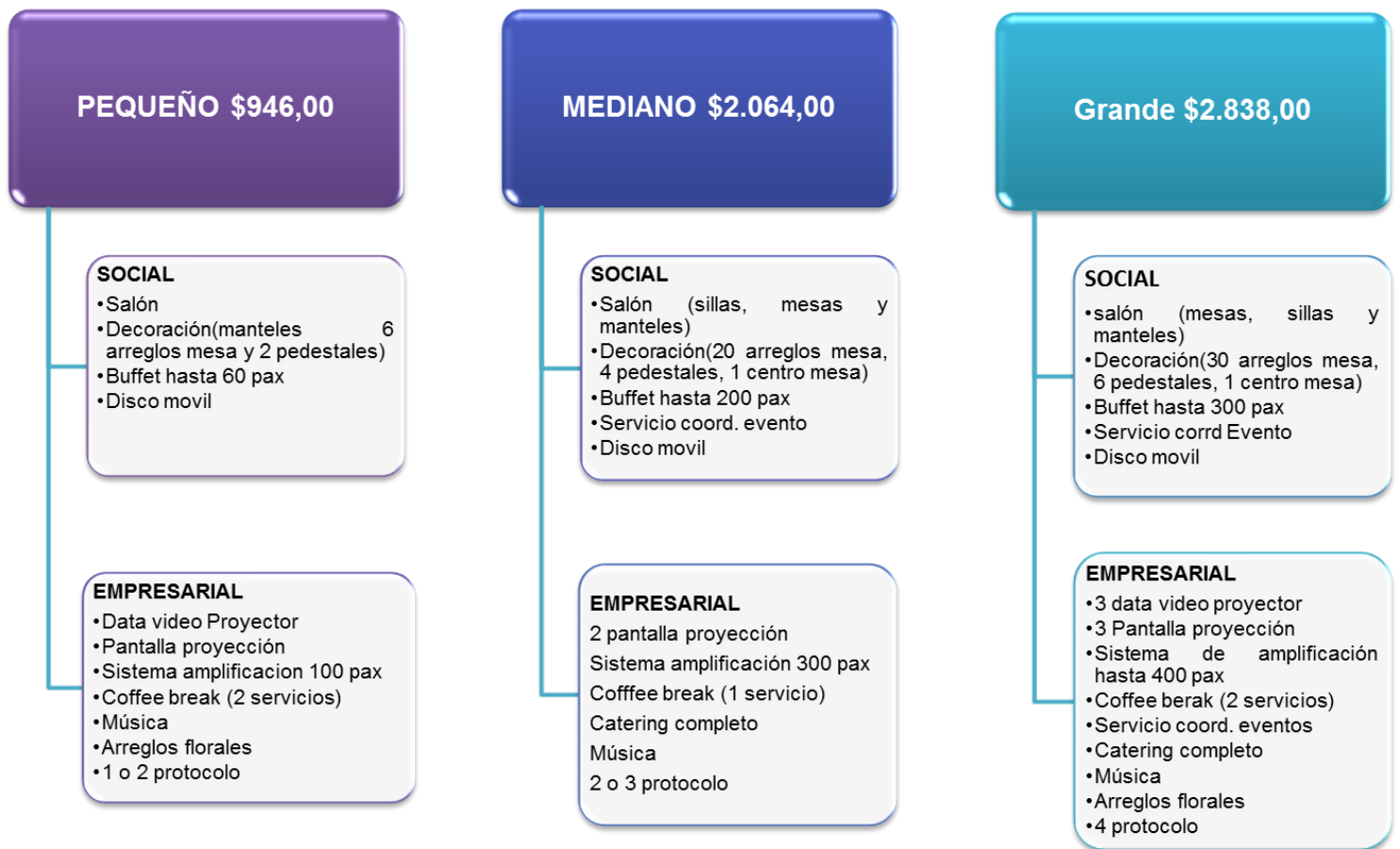
Los precios estarán definidos por las variables que afectan el precio de manera directa (costoso o económico), estas son:

- Número de personas que asisten al evento.
- Salón donde se realizará el evento.
- Menú del evento.
- Clasificación del evento

- Número de Modelos (protocolo).
- Costos logísticos.

Para tener establecido un precio base el cual varíe según los complementos adicionales y solicitados por el cliente, se han dividido los eventos por tamaño, ofreciendo en cada uno los servicios básicos en cada tipo ya sea este social o empresarial:

GRÁFICO Nº 19. Paquetes base



Elaborado por: Autora

Los precios estarán definidos por diversas variables los cuales incidirán de manera directa al precio (costoso o económico), ya que estos van enlazados dentro del proceso de prestación del servicio de organización de eventos

3.2.4 Estrategias de Promoción

Es vital poseer una estrategia de penetración del mercado, la misma que se aplica en cualquier negocio, sin embargo la empresa propuesta pretende desarrollar una estrategia de desarrollo de mercado, es decir, captar a nuevos clientes gracias a la diferenciación innovadora como es el brindar un servicio integral.

Para darse a conocer en el mercado se deben realizar estrategias específicas, las cuales permitan llegar a cada uno de los clientes potenciales. La estrategia específica a seguir serán:

✓ Marketing Directo - Correo Electrónico:

Este método se utilizará para alcanzar el mercado meta y permitirá llegar directamente hacia el contacto ya sea éste personas o empresas, se lo hará mediante correos electrónicos.

Para esto se levantará una base de datos de los correos electrónicos de las empresas de la ciudad de Esmeraldas, así como también se recopilará una serie de correos de diferentes personas para la promoción, con la finalidad de que estos mensajes sean reenviados a sus contactos y así hacer una cadena con la información.

Se enviarán correos electrónicos personalizados, indicando la información que el archivo adjunto contiene, logrando así captar la atención de quién recibe induciéndolo a que lo lea.

Esta vía al parecer es la más rápida, ya que hoy gracias a la tecnología todas las empresas y personas cuentan con una cuenta de correo electrónico, lo que nos permite acceder ágilmente a los clientes y de una manera más económica.

✓ **Canales de comercialización:**

La publicidad utilizada será de tipo informativa, siendo un punto importante porque con esto se pretenderá informar al cliente sobre la misión del negocio, así como de incentivar a la contratación de los servicios de la empresa y esto se hará a través de:

- **Prensa:** Se publicarán anuncios en el diario La Hora, ya que es el diario de mayor circulación y leído por los esmeraldeños.
- **Revista:** Visión, que es la revista en donde varias empresas esmeraldeñas publican sus productos y servicios.
- **Hojas volantes:** Serán repartidas en los sectores más transitados por los esmeraldeños y en las afueras de las empresas, en donde se detalle los servicios que la empresa ofrece y los números para contactos.
- **Página web:** Indicará todos los servicios que se ofrecen y el cliente podrá armar su paquete con los servicios que desee para luego este ser cotizado y enviado vía mail.
- **Internet/Facebook:** Se ha planteado también como opción de promoción, el uso del internet y Facebook, ya que es un medio gratuito y de fácil acceso al público objetivo muy usado en la actualidad para promocionar y vender servicios.
- **Boca a Boca:** Según el giro de negocio consideramos que nuestra promoción necesita ser directa, es decir el boca a boca de los clientes.

4. OPERACIONES

4.1 Servicio

4.1.1 Descripción del servicio

Según American Marketing .Association “Official Definition of Marketing Research” (2001) “La organización de eventos es el proceso de diseño, planificación y producción de congresos , festivales, ceremonias, fiestas, convenciones u otro tipo de reuniones, cada una de las cuales puede tener diferentes finalidades”

Algunas de las tareas que incluye la organización de un evento es la de realizar el presupuesto, cronograma, la selección y reserva del espacio en el que se desarrollará el encuentro, 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.

4.1.2 Características del servicio

La función de una empresa organizadora de eventos es ahorrar al consumidor tiempo y costos, ya que el cliente encontrará a todos los proveedores reunidos en una sola empresa, a mejor costo y a la vez el organizador será quien se encargue de crear, planificar, organizar y supervisar hasta el más mínimo detalle del evento; liberando al cliente de realizar dichas tareas y permitiéndole que pueda disfrutar como un invitado más de su evento con resultados exitosos.

Al contratar una empresa que le organice todo el evento el cliente podrá dedicarse a asuntos importantes de su trabajo y olvidarse del estrés que puede causarle involucrarse en una labor extra.

Este negocio es una empresa de servicios que pretende brindar una ayuda de asesoramiento para aquellas personas y empresas que deseen llevar a cabo un evento, ofreciéndoles un paquete completo de servicios como: banquete, salón, decoración, menaje, personal de servicio así como también asesoramiento, planificación y supervisión de sus eventos; podrá conformarse gracias a alianzas que se harán con microempresas ya existentes en la ciudad de Esmeraldas y también con equipos propios de la empresa, con la finalidad de formar un producto integral capaz de cubrir con las expectativas y exigencias del cliente.

Se ofrecerá un servicio integral para la organización, gestión, ejecución del evento. Esto quiere decir que la empresa se ocupará de todos los detalles logísticos desde el primer momento brindando un servicio personalizado antes durante y después del evento; este comprende:

GRÁFICO Nº 20. Servicios que se ofrece



Elaborado por: Autora

4.1.3 Diseño de la marca del servicio

El nombre de la empresa será “Agencia de Organización de Eventos AGENVENTS.”

GRAFICO N° 21. Logotipo y Slogan



Dedicados a hacer sus sueños una inolvidable realidad.

Elaborado por: Autora

4.1.4 Proceso de Prestación del Servicio.-

- Antes del desarrollo del evento, el Coordinador y Asesor de Eventos es el contacto que tiene el cliente, es a quien le comunicará acerca del evento que desea y sus especificaciones.
- El Coordinador y Asesor de Eventos será el encargado de idear posibles eventos, determinar servicios y productos necesarios que se ajusten a lo que el cliente requiera, como salones, comida nacional o internacional, con proveedores previamente registrados en nuestra base de datos. Y se creará una propuesta de servicio.

- Una vez diseñado el evento y sus especificaciones, la propuesta de servicio pasará al área de compras para realizar las cotizaciones del evento y realizar un pre - negociación con los proveedores.
- Los costos obtenidos por el área de compras será enviada al Coordinador y Asesor de Eventos para realizar el presupuesto del evento y seguidamente entregárselo al cliente, para su aprobación o rechazo.
- Si existe la aprobación por parte del cliente, se firmará el contrato de servicios, el encargado de la firma del contrato es el Coordinador y Asesor de Eventos. Una vez firmado, necesitará la firma del Gerente de Agenvents.
- Al estar firmado el contrato de servicios con el cliente, el Coordinador y Asesor de Eventos, comunicará al área de compras para que se proceda a firmar los contratos con los proveedores.
- Al estar firmados los contratos con los proveedores el área de compras informará al Coordinador y Asesor de eventos, enviando la información de los servicios o productos contratados con su respectivo proveedor, para que supervise el proceso de entrega de lo contratado, y a su vez recibirá por parte del Coordinador y asesor de eventos, la información correspondiente a los detalles del evento. De aquí en adelante será el Coordinador y Asesor de Eventos el contacto con el cliente, ya que será el encargado de controlar que el montaje, la ambientación, la decoración, las bebidas, meseros, invitaciones, traslado de invitados, modelos animadores estén en el momento

preciso y tendrá que cumplir con el cronograma del evento establecido por el cliente.

- El tiempo estimado para contar con los servicios y productos por parte de los proveedores dependerá de la fecha fijada para el evento por el cliente.

A continuación se detallan los servicios/productos de los proveedores y el tiempo que deberán estar disponibles antes del evento, para verificar la calidad que se va a ofrecer:

- Transportación: Dos horas antes del evento.
- Mobiliario: Cuatro horas antes del evento y deberá estar colocado cinco horas antes del evento.
- Alimentos: Dos horas antes del evento.
- Bebidas: Un día antes del evento.
- Luz y Sonido: Un día antes del evento.
- Salones: Deberán estar reservados con dos semanas de anticipación y disponibles cuatro horas antes del evento.
- Diseño de interiores: Deberá haber finalizado tres horas antes del evento.
- Invitaciones: Deberán ser entregadas dos semanas antes del evento.
- Mantelería: Un día antes del evento.
- Iluminación: Dos horas antes del evento deberá estar instalada.
- Florería: Una hora antes del evento.
- Meseros: Una hora antes del evento.
- Fotografía: Una hora antes del evento.
- Video: Una hora antes del evento.

- Seguridad privada: Dos horas antes del evento.
- Animación: Una hora antes del evento.
- Modelos - Protocolo: Una hora antes del evento.

En caso de que los proveedores no cumplan con los contratos, se resolverá legalmente.

El coordinador del evento puede hacer uso de otros proveedores para que la empresa no incumpla los compromisos adquiridos.

Cualquier inconveniente durante el evento, el encargado de solucionarlo será el coordinador del evento, en caso de ser necesario o que requiera la magnitud del evento se contará con personal de apoyo.

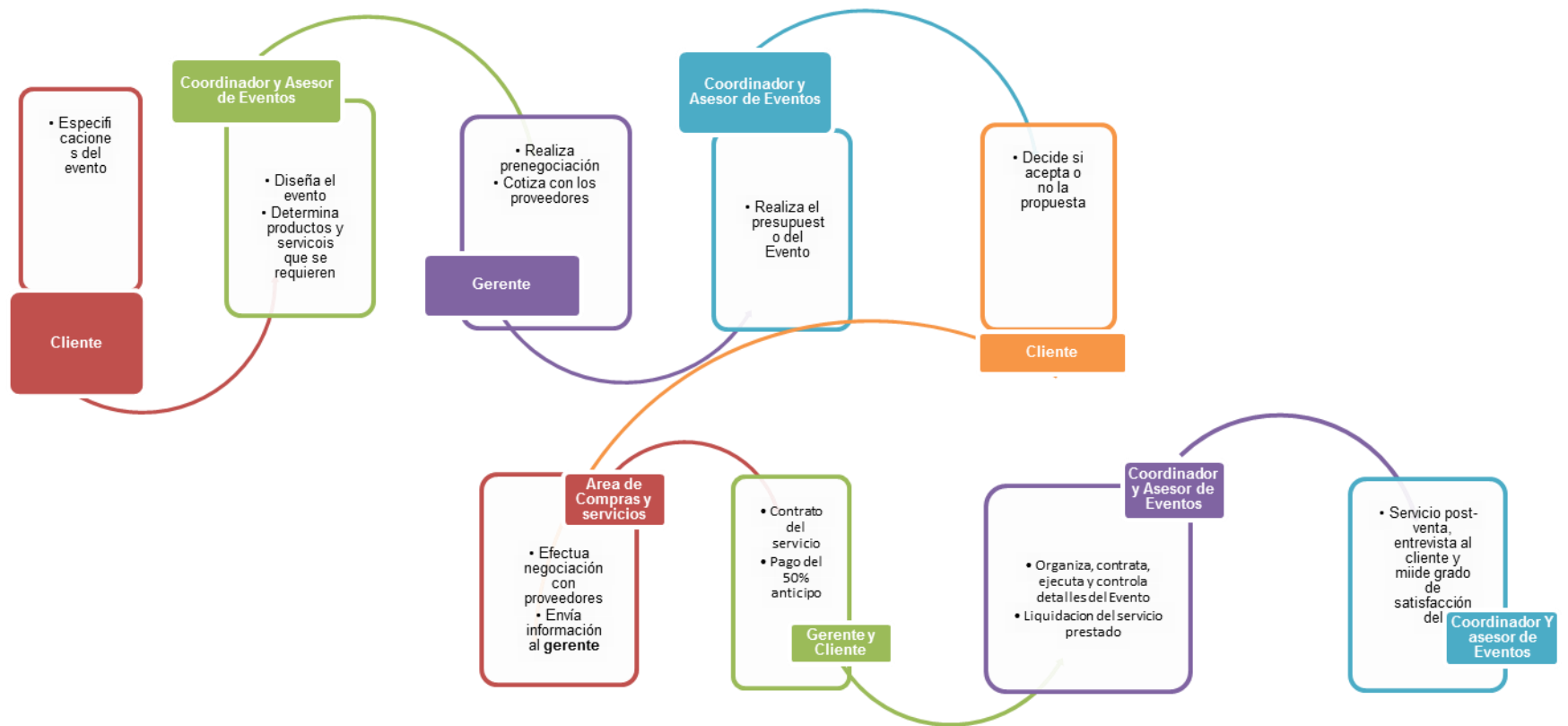
El coordinador y asesor de eventos, inspeccionará antes y durante el evento y corroborará que no se haya omitido ningún detalle, para así brindar el servicio y asegurar la calidad del servicio prestado.

Después de concluido el evento, el coordinador del evento llevará a cabo de inmediato, una serie de trabajos que permitirán dar por terminado definitivamente el acontecimiento. Entre las cuales están:

- Controlar el estado de los equipos en alquiler antes de su devolución, igualmente las instalaciones donde se realizó el evento.
- Recoger los objetos perdidos que puedan ser reclamados.
- Enviar cartas de agradecimiento a invitados especiales, oradores que participaron en el evento.
- Editar informe final.

Dos días después de haber concluido el evento, el coordinador de eventos será el encargado de medir el grado de satisfacción del cliente por el servicio recibido, mediante una entrevista personal. En el gráfico que a continuación se presenta se describe brevemente el proceso para organizar y diseñar eventos según las peticiones específicas y precisas de nuestros futuros clientes.

GRAFICO Nº 22. Proceso para la prestación del servicio



4.2 Equipos e infraestructura necesarios

a) Equipos de computación.- Se le proveerá de un computador portátil al Gerente/Administrador. El resto del personal contará con un computador de escritorio en su área de trabajo y estarán conectados en red a la impresora multifunción para poder imprimir, copiar o escanear sus documentos.

TABLA N° 3. Equipos de Computación

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P/ UNITARIO	TOTAL
1	Computador portatil	800,00	800,00
3	Computadoras de mesa	700,00	2.100,00
1	Impresora Multifunción 3X1.	210,00	210,00
	TOTAL EQUIPOS DE COMPUTACIÓN		3.110,00

Elaborado por: La Autora

b) Equipos de oficina.- Todo el personal tendrá un teléfono convencional con su respectiva extensión, la recepcionista tendrá un teléfono central para transferir las llamadas a su respectivo destinatario.

Adicionalmente para adecuar la oficina se adquirirá un aire acondicionado, un equipo para cobro con tarjetas de crédito y un proyector de imagen el cual servirá para eventos corporativos.

TABLA N°4. Equipos de Oficina

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P/ UNITARIO	TOTAL
3	Telefonos Panasonic KX-NT321	38,00	114,00
1	Telefax Panasonic Kx Fp205 Papel Bond	120,00	120,00
1	Aire Acondicionado Split Samsung 24000 Btu	800,00	800,00
1	Data proyector (incluye pantalla)	890,00	890,00
1	Máquina pago tarjeta de crédito	286,00	286,00
1	Dispensador de agua	180,00	180,00
	TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		2.390,00

Elaborado por: La Autora

c) Muebles de oficina.- Se adecuará la oficina de cada empleado de la compañía dependiendo de su función, a continuación se detalla lo concerniente a mobiliario:

TABLA Nº 5. Muebles y Enseres

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P/ UNITARIO	TOTAL
1	Sillón Ejecutivo	105,00	105,00
1	Escritorio Ejecutivo lateral con 3 cajones	410,00	410,00
3	Escritorios	200,00	600,00
3	Silla giratoria con apoya brazo color negro	80,00	240,00
6	Sillas perugias color verde plasticos	22,00	132,00
3	Archivadores aéreos	135,00	405,00
4	Sillas de espera en Curina	60,00	240,00
1	Archivador vertical	180,00	180,00
3	papeleras metálicas	50,00	150,00
2	Paneles divisores de aluminio	100,00	200,00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			2.662,00

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO Nº23. Modelo de estaciones de trabajo



Elaborado por: La Autora

d) Suministros de oficina.- Para el buen desempeño de cada uno de los miembros de AGENVENTS se requiere de todos los suministros necesarios como se mencionan a continuación:

TABLA N° 6. Suministros de Oficina

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P/ UNITARIO	TOTAL
2500	Resma hojas bond A4	0,01	19,00
8	Tinta 4 colores	21,25	170,00
2	Flash memory de 4 Gb.	12,00	24,00
4	Bandejas organizadoras	16,00	64,00
4	Cajas de esferos	2,40	9,60
1	Caja de lapices	2,40	2,40
1	Grapadora industrial	18,00	18,00
1	Perforadora industrial	15,00	15,00
6	Carpetas de Carton	0,40	2,40
6	Carpetas Archivador	4,50	27,00
5	Agendas	6,50	32,50
4	sellos	10,00	40,00
5	Cajas de clips	0,60	3,00
5	Cajas de Grapas	1,60	8,00
TOTAL SUMINISTROS DE OFICINA			434,90

Elaborado por: La Autora

e) Movilización.- Otro aspecto muy importante es la movilización, por ello se ha decidido realizar la adquisición de un vehículo que se encargue de transportar los suministros de tal manera que permita optimizar el tiempo y recursos. Por estos motivos se considera conveniente adquirir una camioneta modelo Luv-dmax doble cabina 4x2 marca chevrolet, además en caso que se necesite transportar implementos o productos para la realización de los eventos, será de gran ayuda.

TABLA N° 7. Vehículo

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P/ UNITARIO	TOTAL
1	Chevrolet luv D-MAX	26.500,00	26.500,00
TOTAL VEHICULO			26.500,00

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N°24. Modelo de Vehículo



Fuente: Chevrolet Ecuador

f) **Menaje.-** Parte del inventario con el que iniciará operaciones de la empresa, como vajilla y cristalería, estas a su vez servirán de publicidad ya que los en los platos base se imprimirá el logotipo de la empresa.

TABLA Nº 8. Menaje

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P/ UNITARIO	TOTAL
200	Manteles Cuadrados	10,00	2.000,00
50	Manteles redondos	9,00	450,00
200	Platos base	5,20	1.040,00
200	Platos postre	3,10	620,00
200	Vasos de cristal	0,55	110,00
			-
	TOTAL MENAJE		4.220,00

Elaborado por: La Autora

4.3 Seguridad y Medio ambiente

Al ser esta una empresa de servicios y no generar ninguna actividad de producción, no se generarán impactos ambientales directos, más sin embargo se implementarán políticas de seguridad y medioambiente, al llevar acabo un evento a fin de minimizar posibles riesgos o impactos.

- Diferenciación de los desechos en reciclables, no reciclables, peligrosos.
- Los salones contratados deberán contar con salidas de emergencia y extintores de fuego.
- Servicio de guardias de seguridad en todos los eventos.

- El número de invitados no deberá exceder la capacidad de las instalaciones.
- Contar con un listado de contactos de emergencias: médicas, servicio de ambulancias, policía, bomberos, cruz roja, defensa civil y otros.
- Contar con el permiso de bomberos para funcionamiento del local contratado.
- Cumplir con las disposiciones contempladas en el Reglamento de prevención, mitigación y protección contra incendios.
- Establecer normas de seguridad sobre riesgos laborales como:
 - Mantener las áreas de paso y salidas libres de obstáculos.
 - Crear un plan de emergencia contar incendios.
 - En caso de incendio, mantener la calma, actuar con decisión, dar la alarma y ayudar a evacuar las instalaciones siguiendo las rutas indicadas.
 - Valorar positivamente el trabajo que se realiza, descansar lo suficiente para acudir al trabajo y evitar el estrés.

5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

5.1 Estructuración financiera del proyecto

El plan financiero es la parte más importante, ya que permitió determinar financieramente si el proyecto es rentable o no para poder lograr los objetivos planteados. Para ello es necesario conocer la inversión del proyecto y como se financia.

Inversión: La inversión del proyecto inicialmente es de \$ 55.489,58. Este valor se determinó considerando las **Inversiones Iniciales** que se mantuvieron fijas, más el **Capital**; valor que cubre todos los requerimientos necesarios para empezar el proyecto, incluso esta cifra respalda hechos o problemas imprevistos, que puedan suscitarse en el transcurso del negocio.

TABLA N°9. Inversión Inicial

INVERSIÓN INICIAL			
AGENCIA ORGANIZADORA DE EVENTOS			
AGENVENTS CIA. LTDA.			
AL 1 DE ENERO DEL 2015			
INVERSIÓN FIJA			34.662,00
VEHICULOS	26.500,00		
EQUIPOS DE OFICINA	2.390,00		
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	3.110,00		
MUEBLES DE Y ENSERES	2.662,00		
INVERSIÓN DIFERIDA			821,00
GASTOS DE CONSTITUCION	821,00		
CAPITAL DE TRABAJO		3 Meses	14.590,38
RECURSO HUMANO	12.546,65		
SERVICIOS BÁSICOS	495,00		
SUMINISTROS DE OFICINA	108,73		
ARRRIENDO	1.200,00		
COMBUSTIBLE	120,00		
PUBLICIDAD	120,00		
INVENTARIO	3.800,00		
SUBTOTAL			53.873,38
3% IMPREVISTOS			1.616,20
TOTAL DE LA INVERSIÓN INICIAL			\$ 55.489,58

Elaborado por: Autora

En esta etapa se desarrollarán las proyecciones de los ingresos y egresos que obtendrá el negocio, una vez puesto en marcha (Estado de Pérdidas y Ganancias proyectado y Flujo de caja proyectado, ambos a cinco años), requerimientos, mano de obra, capital de trabajo, mismos que serán detallados en este punto.

Por existir financiamiento, primero se realizará la proyección del pago de la deuda, y luego se incluirá en las proyecciones de ingresos y egresos.

Los ingresos del negocio están básicamente conformados por las ventas, mientras que los egresos incluyen:

- *Egresos desembolsables*: costos directos, costos indirectos, gastos de administración, gastos de ventas, gastos financieros.
- *Egresos no desembolsables*: depreciación, amortización de intangibles.

Política de financiamiento.-

Se ha considerado financiar el proyecto vía préstamo bancario con la CFN, por la cantidad de **\$30.489,58** como lo muestra la tabla de la amortización que se encuentra en detalle en Anexos con una tasa del 10,50% (tasa mínima bancaria).

Además se contará con una aportación de los socios de AGENVENTS de \$25.000,00 con una tasa pasiva de 4.53% de interés; lo cual suma al total de lo requerido para empezar el Proyecto.

TABLA N°10. Financiamiento

FUENTES	VALOR	PORCENTAJE
PRESTAMO BANCARIO	30.489,58	55,00%
APORTACION SOCIOS	25.000,00	45,00%
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	55.489,58	100%

Elaborado por: Autora

a. Activos

Los activos los podemos dividir en activos fijos y activos intangibles:

- *Activos fijos o tangibles*
- *Activos intangibles:*

➤ **Inversión en activos fijos.-** Son todas aquellas que se realizan en bienes tangibles que garantizan la ejecución del proyecto, no son objeto de comercialización por parte de la empresa y se adquieren para utilizarse durante su vida útil.

En este proyecto las inversiones fijas serán en:

- Equipos de computación
- Equipos y materiales de oficina
- Vehículo
- Muebles y enseres

TABLA N°11. Resumen activos fijos

DESCRIPCIÓN	SUBTOTAL	TOTAL
Equipos de Computo	2.410,00	2.410,00
Equipos y Materiales de Oficina	2.152,00	2.152,00
Vehículos	25.000,00	25.000,00
Muebles y Enseres	2.382,00	2.382,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS		31.944,00

Elaborado por: La Autora

➤ **Inversiones diferidas.-** En este rubro se incluye el concerniente a gastos de constitución.

TABLA N° 12. Gastos de Constitución

DESCRIPCION	VALOR
Inscripción de la Empresa en la Superintendencia de Compañías	200,00
Registro de logo, slogan y título	
Permiso otorgado por el cuerpo de bomberos	45,00
Solicitud de tasa de habilitación(municipio)	1,00
Permiso municipal	25,00
Gastos de constitución de la empresa	250,00
Ruc-Sri- sin costo	-
Honorarios de abogado(por tramites legales)	300,00
TOTAL DE GASTOS DE CONSTITUCION.....	821,00

Elaborado por: La Autora

Capital Inicial.-

Es el dinero que se necesita para cubrir el primer mes de funcionamiento, para estos gastos se ha provisionado el total para 3 meses a fin de evitar cualquier inconveniente hasta que el negocio funcione normalmente.

TABLA N° 13. Capital Inicial

CAPITAL DE TRABAJO		
DESCRIPCION	MENSUAL	TRIMESTRAL
MANO DE OBRA DIRECTA	4.182,22	12.546,65
SERVICIOS BÁSICOS		495,00
Energía	50,00	
Agua potable	35,00	
Telefonía fija	50,00	
Internet	30,00	
SUMINISTROS DE OFICINA	36,24	108,73
COMBUSTIBLE	40,00	120,00
ARRIENDO	400,00	1.200,00
INVENTARIO	3.800,00	
PUBLICIDAD	40,00	120,00
3% IMPREVISTOS		1.616,20
TOTAL CAPITAL TRABAJO	8.663,46	16.206,58

Elaborado por: Autora

Presupuesto de ingresos.-

Previo a la determinación de los ingresos que se percibirán por los eventos que se realizarán tanto mensual como anualmente, se hará un estudio previo al análisis de la demanda, que se obtuvo como resultado de las encuestas ya anteriormente expuestas.

Por esto se ha considerado realizar (gracias al análisis de la demanda) 50 eventos anualmente, lo cual es una gran oportunidad.

Como se ha detallado anteriormente para poder determinar las ventas dividió los eventos en 3 tipos: pequeño, mediano y grande, en los cuales se ha establecido una cantidad de eventos mínima en el primer año para cada tipo siendo en eventos pequeños 15, medianos 20 y grandes 15.

Por el lado del precio que se va a cobrar, estos van a variar con respecto al tipo de evento pequeño, mediano y grande por eso se establecieron paquetes con servicios básicos.

Al multiplicar las cantidades vendidas por categoría con su respectiva tarifa se obtendrá el valor de ingresos por ventas anuales.

Adicional al ingreso por ventas, están los otros ingresos que se obtienen al multiplicar el 20% de la cantidad de eventos al año, es decir 10 por los ingresos obtenidos por servicios adicionales para la realización del evento obteniendo un total de otros ingresos en el primer año de \$ 115.272,00

En el cálculo de otros ingresos no se han considerado algunos servicios adicionales ya que estos dependerán mucho del tipo de evento y el total de los participantes, al momento que estos sean solicitados serán cotizados primero con el proveedor y esto se le sumará un 10% utilidad del valor total.

Se ha decidido proyectar el ingreso a cinco años, para poder determinar el margen de ganancias que recibiremos por los eventos a realizar anualmente.

Analizando las cifras, se llegó a la conclusión de que el proyecto será exitoso, incluso sin considerar el incremento anual del margen de ganancias.

TABLA N°14. Ingresos al año

DETALLE	TOTAL
Evento promedio al año	50
Promedio ingresos mensuales	9.606,00
Promedio ingresos anuales	115.272,00

TABLA N°15. Proyección ingresos

AGENVENT'S INGRESOS POR VENTAS						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidades Eventos						
Pequeño		15	15	15	15	15
Mediano		20	20	20	20	20
Grande		15	15	15	15	15
Tarifa						
Pequeño		946,80	946,80	946,80	946,80	946,80
Mediano		2.064,00	2.064,00	2.064,00	2.064,00	2.064,00
Grande		2.838,00	2.838,00	2.838,00	2.838,00	2.838,00
Ingresos Netos						
Pequeño		14.202,00	14.202,00	14.202,00	14.202,00	14.202,00
Mediano		41.280,00	41.280,00	41.280,00	41.280,00	41.280,00
Grande		42.570,00	42.570,00	42.570,00	42.570,00	42.570,00
Otros Ingresos						
Servicios adicionales		17.220,00	17.220,00	17.220,00	17.220,00	17.220,00
					-	
Total Ingresos		115.272,00	115.272,00	115.272,00	115.272,00	115.272,00
Para tener un escenario real de ventas no se ha considerado el aumento de los ingresos anualmente						

Elaborado por: Autora

TABLA N°16. Otros Ingresos

OTROS INGRESOS SERVICIOS ADICIONALES	
Descripción	Valor Unitario
Mariachi	600,00
Cantante solista	120,00
Maestro de ceremonia	100,00
Show Hora loca	200,00
Filmación en DVD, editado, musicalizado y rotulado	180,00
80 fotos formato 5R+ 1 apliación 30x40 + 1 álbum digital en DVD	200,00
Torta en funda	2,00
Decoración de mesa para bocaditos con chocolatera	50,00
Máquina de humo	30,00
Máquina de burbujas	50,00
Carpas 4x4	30,00
100 invitaciones	150,00
Iluminación	100,00
Total Otros ingresos	1.722,00

Elaborado por: Autora

Los otros ingresos se estiman por los servicios adicionales al paquete, que el cliente requiere contratar.

Presupuesto de gastos.-

Al mismo tiempo de analizar los ingresos, también se estudiaron los gastos y los mismos que también fueron estimados a un periodo de cinco años.

Para este caso en particular se ha dividido los gastos en Gastos Administrativos y Gastos Financieros.

a. Gastos Administrativos.-

Se debe tener los costos resultantes del consumo de servicios básicos como Internet, llamadas telefónicas, en el área Administrativa (oficina) proyectados

en el año, entre ellos están luz, agua, también gastos de arrendamiento de una oficina, etc.

Otro gasto de significativa importancia son los sueldos y salarios a cancelar al equipo de trabajo. Dentro de este rubro se deberá hacer constar los correspondientes a décimo tercero y cuarto, aportaciones al IESS, así como vacaciones, para tal fin y para una mayor comprensión hemos justificado nuestra proyección en lo siguiente.

- a. El décimo tercero es sumar todo lo ganado en el año es decir el sueldo unificado y dividirlo para 12 meses.
- b. El décimo cuarto corresponde a un salario básico unificado, que este año es de \$340,00.
- c. La provisión de años de servicio corresponden al 25% de la remuneración unificada.
- d. Aporte patronal 11,15%, pero adicionalmente se mantiene el 0,50% para el IECE y el 0,50% para el SECAP, lo cual suma un porcentaje total del 12,15%.
- e. Las vacaciones en el sector privado gozan de 15 días por año completo de trabajo, es decir toca dividir los 15 días /12 meses esto nos da 1,25 días por cada mes de trabajo.

Los gastos se incrementarán a partir del segundo año de acuerdo al porcentaje inflación el cual es de 3%. (Banco Central del Ecuador – indicadores económicos, Marzo 2012)

TABLA N°18. Requerimiento de Recurso Humano

REQUERIMIENTO DE RECURSO HUMANO												
CANTIDAD	FUNCION	REMUNERAC UNIFICADA TABLA SECT.	HORAS EXTRAS	TOTAL	1º TERCERO	1º CUARTO	FONDO DE RESERVA	LIQUIDACION AÑOS DE SERVICIOS	APORTE PATRONAL	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL REMUNERACIÓN
1	GERENTE	800,00		800,00	66,67	28,33	0,00	200,00	97,20	33,33	425,53	1.225,53
1	CONTADOR	500,00		500,00	41,67	28,33	0,00	125,00	60,75	20,83	276,58	776,58
1	COORD, ASESOR DE EVENTOS	550,00		550,00	45,83	28,33	0,00	137,50	66,83	22,92	301,41	851,41
1	SECRETARIA	400,00		400,00	33,33	28,33	0,00	100,00	48,60	16,67	226,93	626,93
1	COMPRAS Y SERVICIOS VARIOS	450,00		450,00	37,50	28,33	0,00	112,50	54,68	18,75	251,76	701,76
5	TOTAL	2.700,00	0	2.700,00	225,00	141,67	0,00	675,00	328,05	112,50	1482,22	4.182,22

Elaborado por: La Autora

TABLA N°19. Resumen Gastos Operativos

RESUMEN DE GASTOS OPERATIVOS	
DESCRIPCION	VALOR
Sueldos y Remuneraciones	4.182,22
Luz	50,00
Agua	35,00
Teléfono	50,00
Internet	30,00
Arriendo	400,00
Combustible	40,00
Publicidad	40,00
Pago de intereses crédito	147,18
Suministros de Oficina	36,24
Depreciación de Activos Fijos	314,39
TOTAL GASTOS MENSUALES	5.325,03

Elaborado por: Autora

b. Gastos Financieros.- Constarán en los análisis los concernientes a intereses acumulados del préstamo y el correspondiente a la amortización anual del Banco Central del Ecuador.

TABLA N°20. Detalle de Intereses financieros anuales

Detalle	Año	Valor
Interés Total	1	2.970,34
	2	2.431,03
	3	1.832,29
	4	1.167,57
	5	429,73

Fuente: Corporación Financiera Nacional

TABLA N°21. Detalles de costo de capital

FUENTES DE FINANCIAMIENTO COSTO DE CAPITAL						
INVERSIÓN INICIAL	55.489,58	100%	TASA SISTEMA FINANCIERO		TASA DEL SISTEMA FINANCIERO	TASA APLICADA AL PROYECTO
TOTAL APORTE DE SOCIOS	25.000,00	0,45	Tasa Pasiva	4,53	0,0453	0,02041
PRÉSTAMOS ENTIDAD FINANCIERA	30.489,58	0,55	TASA ACTIVA	10,50	0,105	0,05769
		0	Tasa Activa		0	0,00000
TOTAL INVERSIÓN	55.489,58	1,00000000	TASA DE RENTABILIDAD			0,078103
						7,81%

Elaborado por: La Autora

Depreciación.- Las tablas de depreciación permitirán conocer la pérdida del valor contable que sufren los activos fijos elegidos para el proyecto.

TABLA N°22. Resumen Depreciaciones

RESUMEN DE DEPRECIACIONES					
NOMBRE DEL ACTIVO	VIDA UTIL	COSTO DEL ACTIVO	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
VEHÍCULO	10	26.500,00	198,75	2.385,00	2.650,00
MUEBLES Y ENSERES	10	2.662,00	19,97	239,58	266,20
EQUIPOS DE OFICINA	10	2.390,00	17,93	215,10	239,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	3	3.110,00	77,75	933,00	311,00
TOTAL		34.662,00	314,39	3.772,68	3.466,20

Elaborado por: Autora

5.2 Evaluación Financiera:

Para la evaluación financiera del proyecto se basará en los Estados Financieros, ya que la información contable que estos presentan ayudará a comprender la situación y la posición presente y futura de AGENVENTS como empresa. Claro está que este problema no será lo único que los Estados Financieros ayudarán a resolver, sino también permitirá tomar decisiones oportunas en nuevas adquisiciones, inversiones y estrategias factibles o rentables a favor de la empresa.

El objetivo de este estudio es analizar la factibilidad económica-financiera del presente proyecto; para lo cual se estructurarán estados financieros presupuestados para cinco años, los cuales se basarán en la información del estudio de mercado y del estudio técnico.

Los Estados Financieros a presupuestar serán:

- Estado de Pérdidas y Ganancias
- Estado de Flujos de Caja.

Luego de la elaboración de estos balances se realizará un completo análisis, para estudiar los principales índices financieros que determinan la factibilidad de un proyecto, los cuales son:

- Valor Actual Neto(VAN)
- Tasa Interna de Retorno(TIR)
- Periodo de recuperación de la Deuda
- Punto de Equilibrio.
- Costo/Beneficio

Después de haber realizado todo este análisis, se podrá emitir una opinión final sobre la factibilidad económica del proyecto, que conjuntamente con las conclusiones de los estudios de mercado y técnico, se determinará la real factibilidad de la implementación del proyecto.

Propuestas como la de este proyecto necesitan de inversiones constantes hasta que se desarrollen plenamente y puedan solventarse.

TABLA N°23. Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado

"AGENVENTS"								
ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO A 5 AÑOS								
INGRESOS			VIDA UTIL DEL PROYECTO					TOTAL
			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Capital de trabajo	16.206,58							
Inversión	-55.489,58							
Ingresos	9.606,00		115.272,00	115.272,00	115.272,00	115.272,00	115.272,00	576.360,00
N° Eventos	50		50	50	50	50	50	
TOTAL INGRESOS			115.272,00	115.272,00	115.272,00	115.272,00	115.272,00	576.360,00
GASTOS OPERACIONALES								
Gastos de Administración								
Sueldos y salarios		4.182,22	47.486,60	49.217,20	50.918,71	52.671,28	54.476,41	254.770,20
Luz		50,00	600,00	618,00	636,54	655,64	675,31	3.185,48
Agua		35,00	420,00	432,60	445,58	458,95	472,71	2.229,84
Teléfono		50,00	600,00	618,00	636,54	655,64	675,31	3.185,48
Arriendo		400,00	4.800,00	4.944,00	5.092,32	5.245,09	5.402,44	25.483,85
Publicidad		40,00	480,00	494,40	509,23	524,51	540,24	2.548,39
Combustible		40,00	480,00	494,40	509,23	524,51	540,24	2.548,39
Suministros de Oficina		36,24	434,90	447,95	461,39	475,23	489,48	2.308,94
Depreciación de Activos Fijos		314,39	3.772,68	3.772,68	3.772,68	2.839,68	2.839,68	16.997,40
Gastos de Constitución		821,00	164,20	164,20	164,20	164,20	164,20	821,00
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION			59.238,38	61.203,43	63.146,42	64.214,71	66.276,03	314.078,97
Gastos Financieros								
Intereses Bancarios			2.970,34	2.431,03	1.832,29	1.167,57	429,73	8.830,96
TOTAL GASTOS FINANCIEROS			2.970,34	2.431,03	1.832,29	1.167,57	429,73	8.830,96
TOTAL GASTOS OPERACIONALES			62.208,72	63.634,46	64.978,71	65.382,28	66.705,77	322.909,93
UTILIDAD OPERACIONAL			53.063,28	51.637,54	50.293,29	49.889,72	48.566,23	253.450,07
15% Participación trabajadores		15%	7.959,49	7.745,63	7.543,99	7.483,46	7.284,93	38.017,51
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS			45.103,79	43.891,91	42.749,29	42.406,27	41.281,30	215.432,56
22% Impuesto a la Renta		22%	9.922,83	9.656,22	9.404,84	9.329,38	9.081,89	47.395,16
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS			35.180,96	34.235,69	33.344,45	33.076,89	32.199,41	168.037,40

Elaborado por: Autora

TABLA N° 24. Flujo de caja neto proyectado

DETALLE	VIDA UTIL DEL PROYECTO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INVERSIÓN INICIAL	\$ 55.489,58						
UTILIDAD NETA DEL PROYECTO		\$ 35.180,96	\$ 34.235,69	\$ 33.344,45	\$ 33.076,89	\$ 32.199,41	\$ 168.037,40
CUOTA BANCARIA		\$ 4.893,74	\$ 5.433,05	\$ 6.031,79	\$ 6.696,51	\$ 7.434,34	\$ 30.489,43
DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS		\$ 3.772,68	\$ 3.772,68	\$ 3.772,68	\$ 2.839,68	\$ 2.839,68	\$ 16.997,40
GASTOS DE CONSTITUCIÓN		\$ 164,20	\$ 164,20	\$ 164,20	\$ 164,20	\$ 164,20	\$ 821,00
VALOR DE RESCATE						3.466,20	
FLUJO NETO DE EFECTIVO	\$ 55.489,58	\$ 34.224,10	\$ 32.739,52	\$ 31.249,54	\$ 29.384,26	\$ 27.768,95	\$ 155.366,37

Elaborado por: Autora

TABLA N°25. Estado de situación Financiera

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA			
AGENCIA ORGANIZADORA DE EVENTOS			
AGENVENTS			
AL 01 ENERO 2015			
ACTIVO		PASIVO	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVO CORRIENTE	
Bancos	16.206,58	Préstamos Bancarios por Pagar C/P	4.893,74
Inventario	3.800,00	TOTAL PASIVOS CORRIENTES	4.893,74
		PASIVOS NO CORRIENTES	
		Préstamos Bancarios por Pagar L/P	25.595,84
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	20.006,58	TOTAL PASIVOS NO CORRIENTE	25.595,84
ACTIVOS NO CORRIENTES(FIJOS)		TOTAL PASIVOS	30.489,58
Vehículo	26.500,00		
Muebles y Enseres	2.662,00	PATRIMONIO	
Equipos de Oficinas	2.390,00	Capital Social	25.000,00
Equipos de Computación	3.110,00		
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	34.662,00	TOTAL PATRIMONIO	25.000,00
OTROS ACTIVOS			
Gasto de Constitución	821,00		
TOTAL OTROS ACTIVOS	821,00		
TOTAL ACTIVO	55.489,58	PASIVO MAS PATRIMONIO	55.489,58

Elaborado por: Autora

TABLA N° 26. Herramientas de Análisis financiero

ANÁLISIS FINANCIERO		
Indice Liquidez/Razón corriente		Por cada dólar que se debe, se tiene 4,09 para pagar es decir que existe liquidez
Activo Corriente / Pasivo Corriente =	4,09	
Indice de Endeudamiento		De la inversion de activo totales el 55% es financiado por terceros debido al prestamo bancario que se ha realizado por inicio de la empresa
Activo Total /Pasivos Totales	55%	
Capital de Trabajo		El capital supera el valor de gastos y costos mensuales
Activo Corriente - Pasivo Corriente =	15.112,84	

Elaborado por: Autora

TABLA N° 27. Análisis de sensibilidad

ANALISIS DE SENSIBILIDAD						
INVERSION INICIAL		55.489,58	TASA MENOR DEL	TASA MAYOR DE		
TASA PASIVA REFERENCIAL		4,53%	PROYECTO	INCERTIDUMBRE		
TASA ACTIVA REFERENCIAL		10,50%	0,0781	0,1781		
VIDA UTIL PROYECTO		5 AÑOS	7,81%	0,1		
VIDA UTIL PROYECTO	FLUJO NETO		FACTOR TASA DE RENTABILIDAD	FLUJO PRESENTE NETO	FACTOR TASA DE INCERTIDUMBRE	FLUJO PRESENTE NETO
0	-55.489,58			-55.489,58		
1	34.224,10	0,0781031	0,9275551	31.744,73	0,8488	29.050,17
2	32.739,52	0,0781031	0,8603585	28.167,73	0,7205	23.588,80
3	31.249,54	0,0781031	0,7980299	24.938,07	0,6116	19.111,46
4	29.384,26	0,0781031	0,7402167	21.750,72	0,5191	15.253,92
5	27.768,95	0,0781031	0,6865918	19.065,93	0,4406	12.236,10
	155.366,37			125.667,18		99.240,45
TOTAL FLUJO PRESENTE NETO				125.667,18		99.240,45
INVERSION INICIAL				55.489,58		55.489,58
VAN				70.177,60		43.750,87
PRC				1,79		
TIR				50,75%		
R.C.B.				2,26		2,26
RENTABILIDAD SIMPLE				56,00		
EXPLICACION DE LOS RESULTADOS FINANCIEROS						
VAN	VALOR ACTUAL NETO					
PRC	RECUPERACION DE CAPITAL					
TIR	TASA INTERNA DE RETORNO					
RCB	RECUPERACION COSTO BENEFICIO					
RENTAB.	INDICE DEL MERCADO					

Elaborado por: Autora

Valor actual neto (VAN).-

Conceptualizando brevemente el VAN o Valor actual Neto es el valor de los Flujos de Efectivo esperados menos la inversión Inicial del Proyecto (O. Bowlin, J. Martin, D. Scott Jr., Análisis Financiero, México 1982).

Esto dio como resultado un VAN de \$70.177.60 aplicando un costo de capital promedio ponderado del 7,81% lo que indica que la inversión es aceptable ya que producirá buenas ganancias.

Al considerarse un aumento del costo de capital del 10%, es decir una tasa mayor del 17,81%, se obtendrá un VAN de \$ 43.750,87, con una TIR del 50%

mayor a la del proyecto, siendo también rentable desde ese punto de vista dicho estudio.

Tasa Interna de Retorno TIR.-

Esta tasa consiste en evaluar el proyecto en función de una única tasa de rendimiento o la tasa de interés más alta que un inversionista pagaría sin perder su inversión. En resumidas cuentas esta tasa de descuento hace que el valor presente neto de un flujo de caja sea igual a cero.

Considerando la tasa menor del 7,81% se obtendrá una TIR en el flujo de caja para la realización del Proyecto de eventos es de 50%.

El objetivo es concluir si el proyecto es viable, con el estudio de la tasa de descuento, por esta razón se realizará la comparación para llegar a una conclusión general acerca de la rentabilidad del proyecto.

La tasa de descuento actual es de 7,69% (Portal Banco Central del Ecuador) por lo cual se puede concluir que el proyecto es viable, puesto que la tasa de descuento es menor que la TIR.

Recuperación capital (PRC).-

El período de recuperación se define como el número esperado de años que se requieren para que se recupere una inversión inicial.

El tiempo o período de recuperación de la inversión original es de 2 años. Este resultado es muy positivo si se toma en consideración que desde el primer año se generan utilidades.

Punto de Equilibrio- .Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto (**IT = CT**). El punto de equilibrio es usado comúnmente para determinar la posible rentabilidad de determinado producto.

TABLA N°28. Cálculo punto de Equilibrio

CÁLCULO DE PUNTO DE EQUILIBRIO						
DESCRIPCIÓN	MENSUALES		TOTAL MENSUAL	ANUALES		TOTAL ANUAL
	FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES	
Sueldos		4.182,22	4.182,22		50.186,60	50.186,60
Luz		50,00	50,00		600,00	600,00
Agua		35,00	35,00		420,00	420,00
Teléfono		50,00	50,00		600,00	600,00
Internet		30,00	30,00		360,00	360,00
Combustible		40,00	40,00		480,00	480,00
Arriendo	400,00		400,00	4.800,00		4.800,00
Útiles de Oficina	36,24		36,24	434,90		434,90
Depreciación de Activos Fijos	314,39		314,39	3.772,68		3.772,68
TOTAL	750,63	4.387,22	5.137,85	9.007,58	52.646,60	61.654,18

Elaborado por: Autora

Se determinará el punto de equilibrio en unidades monetarias, el punto de equilibrio por porcentaje y el punto de equilibrio por unidades de eventos organizados.

TABLA N° 29. Resumen de Costos Fijos – Variables

CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO		
	MENSUAL	ANUAL
VENTAS	9.606,00	115.272,00
COSTOS FIJOS TOTALES	750,63	9.007,58
COSTOS VARIABLES TOTALES	4.387,22	52.646,60
PUNTO DE EQUILIBRIO	1.381,66	16.579,88

Elaborado por: Autora

El resultado obtenido se interpreta como las ventas necesarias para que la empresa opere sin pérdidas ni ganancias, si las ventas del negocio están por debajo de esta cantidad la empresa pierde y por arriba de la cifra mencionada son utilidades para ella.

6. ANALISIS DE IMPACTOS

Para evaluar los beneficios y prejuicios que el proyecto generará se realizó un análisis de los posibles impactos que causaría su puesta en marcha.

Para una mejor interpretación se evaluarán los impactos con una numeración desde menos tres hasta más tres, según lo detallado en la siguiente tabla:

TABLA N° 24. Valoración de impactos

NIVEL DE IMPACTO	INTERPRETACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> • -3 • -2 • -1 • 0 • 1 • 2 • 3 	<ul style="list-style-type: none"> • Alto Negativo • Medio Negativo • Bajo Negativo • No hay impacto • Bajo Impacto • Medio positivo • Alto positivo

6.1 SITUACIÓN SOCIAL

NIVEL DE IMPACTO

IMPACTO SOCIAL							
Indicador	Niveles de Impacto						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Disminución del estrés						X	
Disminución de los índices de desempleo						X	
Interacción mediante las relaciones sociales						X	
TOTAL						6	
IMPACTO SOCIAL	6	2					
	3						

ANÁLISIS

El impacto social que el proyecto causa es medio positivo, lo que quiere decir que la empresa fomentará en medida significativa al mejoramiento de las relaciones interpersonales, con los ambientes agradables que se logren plasmar en cada evento.

6.2 SITUACIÓN EDUCATIVA

NIVEL DE IMPACTO

IMPACTO EDUCATIVO							
Indicador	Niveles de Impacto						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Fuente de apoyo para practicas universitarias						x	
TOTAL						2	
IMPACTO EDUCATIVO	2	2					
	1						

ANÁLISIS

El aporte que se generará a la educación es medio pero positivo ya que los alumnos de universidades podrán realizar sus prácticas de estudios en protocolo y etiqueta en cada evento.

6.3 SITUACIÓN ECONÓMICA

NIVEL DE IMPACTO

IMPACTO ECONÓMICO							
Indicador	Niveles de Impacto						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Generación de empleo							X
Dinamización del aparato económico							X
TOTAL							6
IMPACTO ECONÓMICO	6	3					
	2						

ANÁLISIS

El impacto económico es alto positivo ya que se crearán nuevas fuentes de empleo y gracias a la satisfacción de los clientes y empresas se ampliará la

gama de servicios permitiendo mayor dinamismo en el mercado.

6.4 SITUACIÓN AMBIENTAL

NIVEL DE IMPACTO

IMPACTO AMBIENTAL							
Indicador	Niveles de Impacto						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Generación de desechos		X					
Incremento de los niveles de ruido		X					
TOTAL		-4					
IMPACTO AMBIENTAL	-4	-2					
	2						

ANÁLISIS

El impacto al ambiente será medio negativo, pero se aplicarán medidas para mitigarlos, como la correcta distribución de los desechos perecible y no perecibles, el uso de productos de limpieza biodegradable y ecológica cuyos ingredientes no contaminen en ambiente, estos se usarán al terminar un evento.

7. DISCUSIÓN

Esta investigación tuvo como propósito identificar la factibilidad para crear una agencia de organización de eventos en la ciudad de Esmeraldas, se pretendió medir el grado de aceptación por parte de la población esmeraldeña sus necesidades y preferencias para poder así satisfacer.

Los resultados obtenidos confirmaron la aceptación del mismo, resaltando la necesidad de hondar un poco más a profundidad en la investigación de mejores métodos para dar mayor comodidad al cliente y hacer de la organización de eventos algo sencillo y simplificado para el contratante quien sólo debe esperar resultados.

Coincidiendo así con la investigación realizada en la ciudad de Esmeraldas por M. Reasco (2010) “Proyecto de Factibilidad para la creación de una Agencia de Organización de Eventos Sociales” la misma que también, pudo verificar la necesidad de crear una agencia de organización de eventos en Esmeraldas, de ese año al presente, no se ha logrado consolidar una empresa de servicios de eventos integral, concluyendo en su investigación, la factibilidad y fácil implementación de este tipo de negocios. Así también se puede comparar la presente investigación con la de M. Romero (2012) “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de organización de eventos corporativos en la ciudad de Quito” la cuál al desarrollarse en la capital del Ecuador, se enfoca en los eventos corporativos por contar la con grandes compañías, muchas de ellas internacionales con sedes, las cuales tienen un concepto desarrollado en cuanto a eventos y es parte importante para promocionarse y para incentivar a sus empleados a diferencia del mercado esmeraldeño que se encuentra en crecimiento ya que las empresas que existían eran pequeñas en su mayoría locales, actualmente se han ido incorporando organizaciones y compañías grandes que han permitido enfocar dicho proyecto tanto a personas naturales como empresas.

Otro punto importante a evaluar para este proyecto sería la implementación de un sistema que permita la cotización y contratación de todos los servicios requeridos para el evento, incluidas video llamadas para ultimar detalles, sin

necesidad de un contacto directo el cual solo será el día del evento. Este punto es una de las nuevas tendencias 2013 en todo lo referente a organización de eventos, el boom de las redes sociales y las tendencias virtuales juegan un papel importante para la planificación, desarrollo, publicidad y medición de los eventos desarrollados por las organizadoras de eventos y relevante para hacer seguimiento una vez puesta en marcha la empresa ya que la idea es ir innovando el servicio.

Según investigaciones realizadas por la “GEBTA” (Gremio de agentes europeos de viajes y negocios) las tendencias mundiales de planificación de negocios apuntan a 2 lineamientos principales que serán determinantes para los organizadores de eventos las redes sociales y los factores ecológicos y sostenibles. El inmiscuir estas nuevas tendencias al presente proyecto permitirá el avance al planteamiento propuesto.

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1 CONCLUSIONES

- A través del estudio de mercado se logró establecer que sí existe por parte de la comunidad esmeraldeña el interés para contratar los servicios de la Agencia organizadora de eventos que se propone.
- Se determinó la estructura organizacional y el personal idóneo para desempeñar las actividades que realizará la empresa. Igualmente se estableció las formas de promoción y publicidad que permitirán incrementar el número de clientes.
- El VAN es positivo \$70.177.60, lo que quiere decir que los flujos generados por el proyecto y traídos al valor presente neto cubre la inversión inicial y nos deja un saldo positivo que asciende. Por el resultado favorable del análisis económico – financiero de esta investigación, se demuestra la factibilidad de crear la Agencia Organizadora de Eventos AGENVENTS.
- De igual forma se pudo determinar que el tiempo de recuperación de la inversión será de 2 años; lo cual resulta muy favorable. Después de mostrar los Estados Financieros, y las índices financieros, podemos concluir que el proyecto en cuestión, es económicamente viable y factible. Esta conclusión, está respaldada en los datos obtenidos en el análisis financiero.

8.2 RECOMENDACIONES:

- Para alcanzar los resultados proyectados, es necesario que se apliquen estrategias agresivas para las venta (el primer año) con el objetivo de captar a los compradores potenciales, pues son éstas las determinantes para que el negocio continúe y crezcan los volúmenes de venta.
- Para que la empresa consiga mantenerse líder en el mercado de Eventos, se recomienda la actualización y restauración del equipamiento, para de esta manera no sentirse amenazada por la competencia. Además, el presente estudio hace un llamado a crear alianzas estratégicas con proveedores de otros productos y servicios.
- Enfocarse a las nuevas tendencias en organización de eventos y llevar a la empresa a un marketing a través de redes sociales con mecanismos, funciones y links que faciliten el proceso de contratación.
- Se ponga en marcha el presente proyecto debido a que desde el punto de vista financiero el proyecto generará utilidades a partir del tercer año, como también fuentes de empleo, y la rentabilidad que tendrá el negocio a lo largo de la vida útil del proyecto, demandando un costo beneficio de 2.26 que significa que por cada dólar invertido se tendrá utilidades de 1,26.

9. REFERENCIAS

9.1 BIBLIOGRAFIA

1. Agüero, M. (2007). *Definiciones y tendencias del turismo de eventos, en contribuciones a la economía, N°82.*
2. Anziluti, B. (22 de Junio de 2012). *Organizacion de eventos.* Obtenido de ineventos: www.ineventos.com
3. Di, G. (Agosto de 2010). *Organización integral de eventos empresariales, académicos y sociales.* Obtenido de RedRRPP: RedRRPP.com.ar
4. Inen. (2006). *Turismo, Organizador de eventos, Requisitos de competencia laboral.* Obtenido de Hoteles Ecuador Web site: <http://www.hotelesecuador.com/downloads/ORGANIZADOR%20DE%20EVENTOS.pdf>
5. *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.* (2010). Obtenido de ecuador en cifras: <http://www.ecuadorencifras.gob-e./resultados/>
6. Rae. (2001). *rae.* Obtenido de Diccionario de la Real academia de la lengua española: www.rae.es
7. Anello, E. (1998). *Conceptos Básicos en la elaboración de Proyectos.* Quito, Ecuador.
8. Angulo, H. (1990). *Boletín Informativo de Investigación: Tesis y Proyectos.* Manabí, Ecuador.
9. Ayres, F. (1991) *Matemáticas Financiera.* Editorial Mc Graw Hill. Colombia
10. Beravek, W. (1975). *Análisis para la toma de decisiones financieras.* Editorial Labor. Barcelona, España.
11. Crespo, Rodrigo 1990: Aspectos legales de los negocios en el Ecuador. Quito, Ecuador
12. Hernández, J. (1998) *Diseño de proyectos.* Quito, Ecuador.
13. Pineda, B. (1994). *Metodología de la Investigación.* Washington, Estados Unidos.

14. Corporación Andina de Gerencia Social (Septiembre 2002). *Marco Lógico para el Diseño y Conceptualización de proyectos*, Quito,
15. Posso (2005). *Investigación Científica Metodología para el trabajo de Grado (Tesis y Proyectos)*, II edición, Ibarra.
16. Contreras (2005). *Instrumento de medición del mercado de congresos y convenciones*
17. Gravioto (1990). "Organización de Congresos y convenciones." Editorial Trillas
18. Carlos F. (2005). *Manual Práctico Para Organización De Eventos: Técnicas De Organización De Actos II*,
19. González, L. (2007). *Guía teórico-práctica para la Organización de Eventos*. Versión Digital. La Habana, [Cuba](#).
20. Sánchez J. (2010). *Organización De Eventos Problemas E Imprevistos Soluciones Y Sugerencias*. Editorial: [LECTORUM - UGERMAN](#).
21. Otero (2009). *Protocolo y Organización de Eventos*. Universitat Oberta De Catalunya
22. Carlos A. Gómez -(2006) en su libro *Gerencia de eventos especiales*
23. Rodríguez E. 2001 "Actualidad, tendencia y perspectiva del Turismo de Eventos" C Habana, Ediciones Balcón página 2.
24. Herrero P. 2000 *Gestión y Organización de Congresos*. Editorial Síntesis Madrid.
25. Organización Mundial del Turismo (OMT) (2005). *Conferencia de la OMT*, documento principal 2005 página 1. Disponible en [World- tourism.org/](http://World-tourism.org/)

9.2 ANEXOS

Anexo 1. Modelo Encuesta

PROYECTO “CREACIÓN DE UNA AGENCIA ORGANIZADORA DE EVENTOS EN LA CIUDAD DE ESMERALDAS”

PREGUNTAS:

PREGUNTA 1: Por favor marque con una x el género al cual Usted pertenece; siendo “F” para femenino y “M” para masculino.

F _____ M _____

PREGUNTA 2: El rango de la edad en la que Usted se encuentra es:

- 21 a 30 años -----
- 31 a 35 años -----
- 36 a 40 años -----
- Mayor de 40 años -----

PREGUNTA 3: ¿Es usted económicamente activo?

SI -----

NO -----

-PREGUNTA 4: El rango de sus ingresos mensuales está entre:

- \$250 – 400 -----
- \$400 – 550 -----
- \$550 - 700 -----
- Más de \$700 -----

PREGUNTA 5: ¿Sabe que es una Agencia Organizadora de Eventos?

SI -----

NO -----

PREGUNTA 6: ¿Alguna vez ha contratado los servicios de una empresa de Eventos?

SI -----

NO -----

PREGUNTA 7: ¿Con que frecuencia solicita/ría usted este servicio?

1 vez al año -----

2 veces al año -----

3 veces al año -----

Ocasionalmente -----

PREGUNTA 8: ¿Conoce alguna empresa organizadora de eventos en la ciudad de Esmeraldas? SI ----- NO ----- Menciónela.

PREGUNTA 9: ¿Cómo calificaría los servicios de la empresa de eventos que Usted conoce?

- Excelente -----
- Buena -----
- Regular -----
- Mala -----
- Pésima -----

PREGUNTA 10: ¿Para qué tipo de eventos contrató/ría un servicio de planificación? Menciónelos.

PREGUNTA 11: ¿Qué tipo de servicios le gustaría recibir al contratar una empresa organizadora de eventos? Menciónelos.

Decoración	Mesas
Animación	Sillas
Licores	Música
Tarjeterías	Otros
Banquetes	Todos
Meseros	
Salón	

Anexo 2.

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS

Para este análisis se realizaron varias preguntas a los consumidores las cuales se detallan a continuación:

Pregunta 5: ¿Sabe que es una Agencia Organizadora de Eventos?

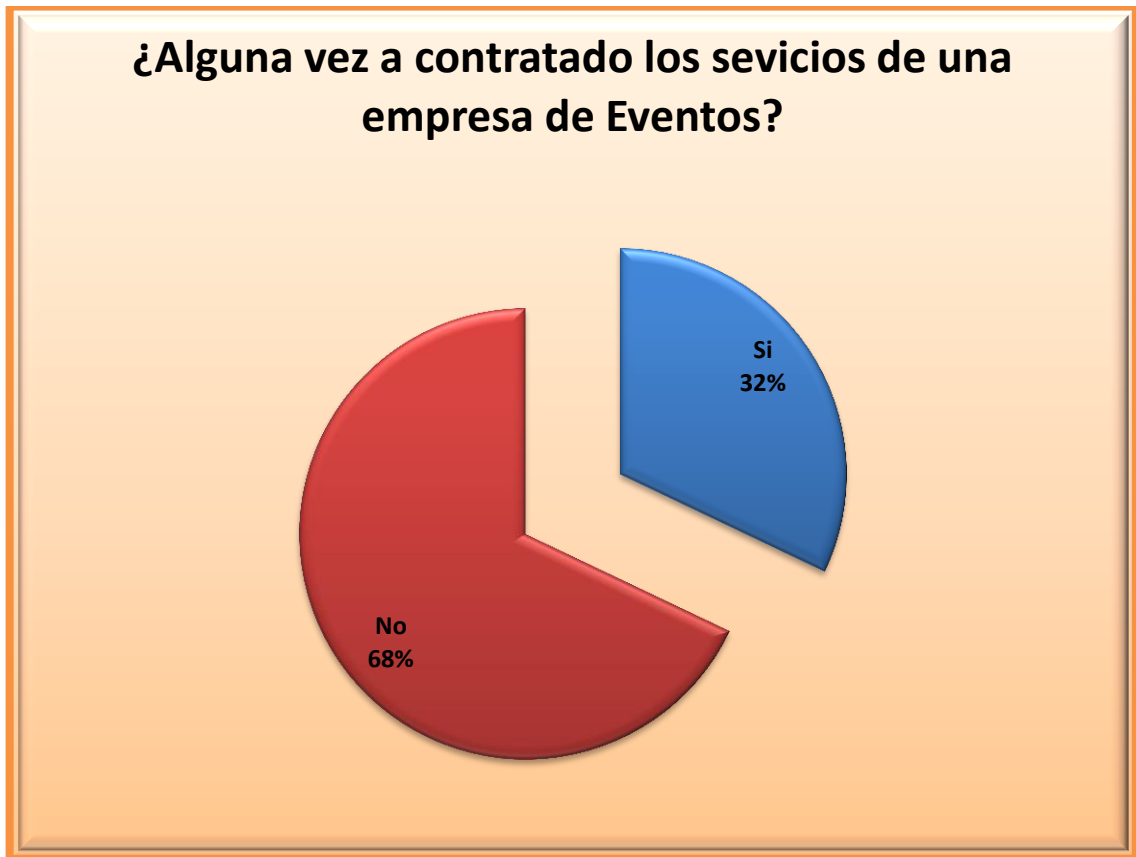


Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

Como se muestra en la gráfica, el 84.21% de los encuestados, afirman conocer lo que es una agencia organizadora de eventos, esto indica que no será necesaria una estrategia informativa fuerte, dado que el mercado objetivo ya tiene un conocimiento previo del servicio que se va a ofrecer; sin embargo será necesario de todas maneras diseñar un plan de marketing estratégico, que presente propuestas innovadoras y promociones que aseguren la fidelidad de los clientes.

Pregunta 6: ¿Alguna vez ha contratado los servicios de una empresa de Eventos?

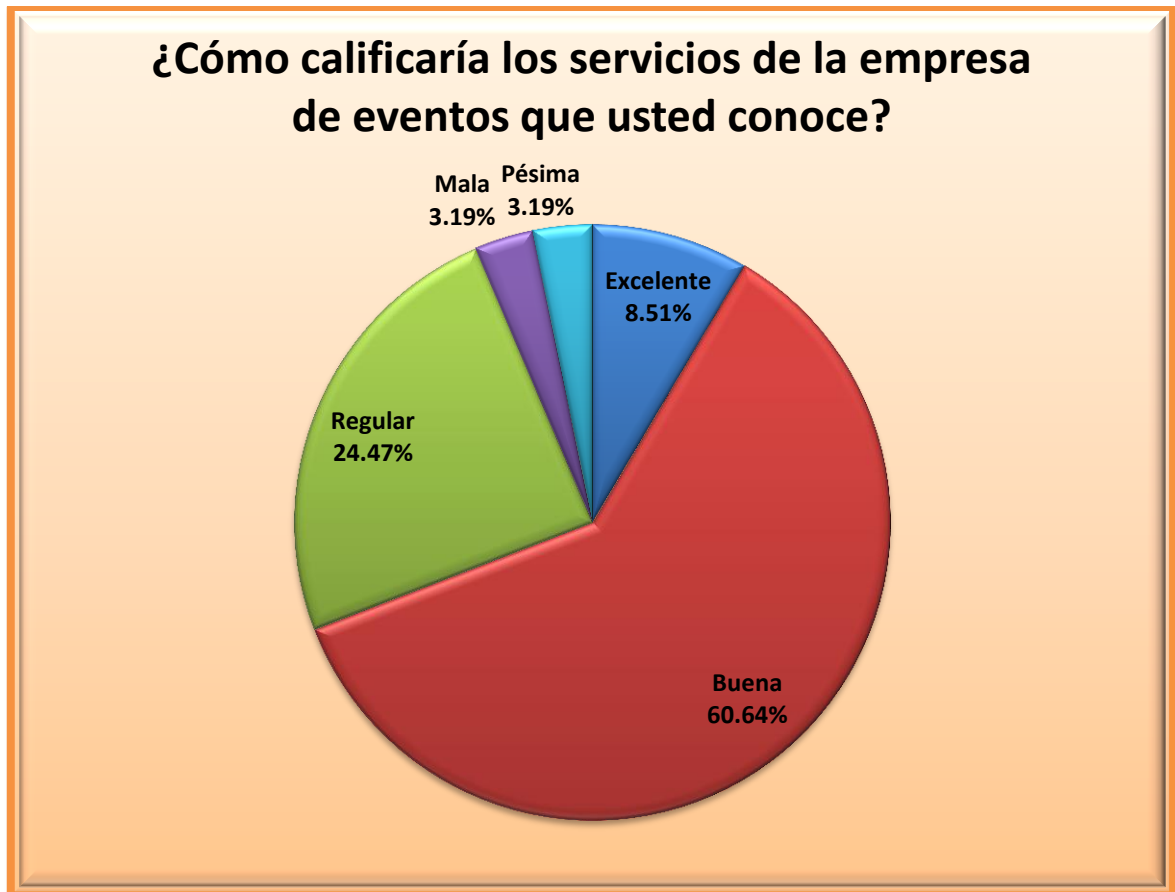


Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

El resultado que se obtuvo muestra que un 68% de los encuestados no han contratado estos servicios posiblemente porque estos servicios en su mayoría suelen ofertarse por separado da la impresión de ser más caro que si lo presentas en un solo paquete, al verlo así el cliente no se arriesga a gastar y prefiere organizar por su cuenta .

Pregunta 9: ¿Cómo calificaría los servicios de la empresa de eventos que Usted conoce?



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

Como se puede observar solo el 8.52% opinan que los servicios son excelentes, esto podría ser debido a que como se mencionó antes aún con el servicio de estas empresas el cliente debe preocuparse por muchos detalles ya que ellos no ofrecen todos los servicios.

Pregunta 10: ¿Para qué tipo de eventos contrató/ría un servicio de planificación?

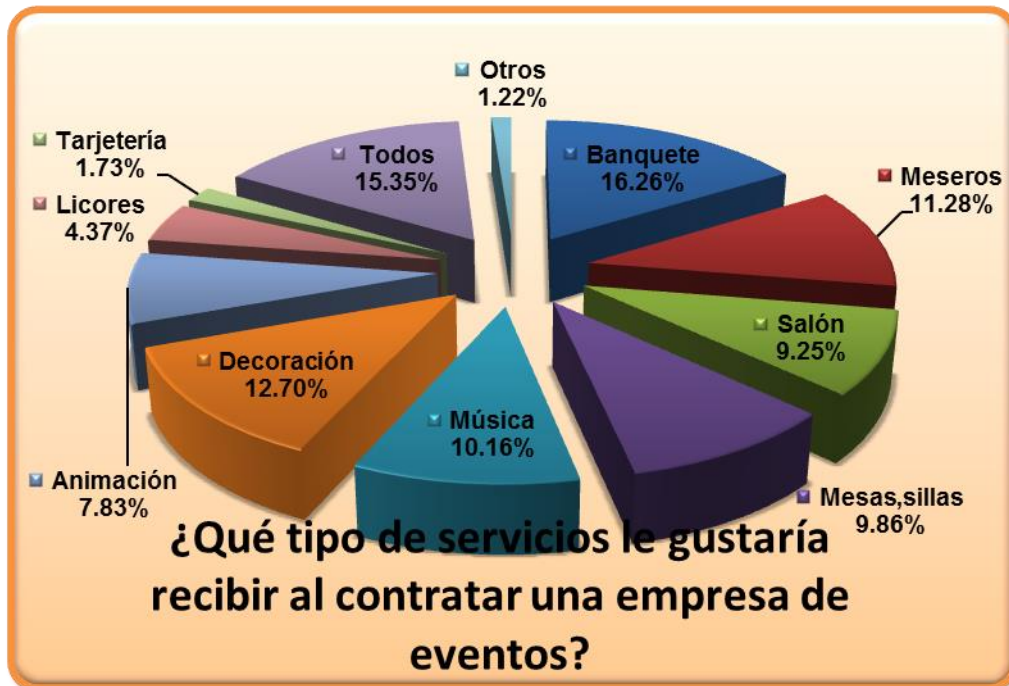


Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

Los eventos más solicitados para una planificación serían cumpleaños y matrimonios es decir eventos sociales y entre otros los encuestados mencionaron los baby showers y las cenas, sin embargo los eventos de empresas van incrementando en el mercado.

Pregunta 11: ¿Qué tipo de servicios le gustaría recibir al contratar una empresa organizadora de eventos?



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autora

16.29% de los encuestados mencionaron el banquete, ya que este servicio es uno de los principales en un evento y siempre se quiere lo mejor para los comensales; seguido de un 15.54% que opinan desearían recibir todos los servicios y así no tener que preocuparse por nada entre otros servicios los encuestados sugirieron: damas de compañía, strippers, serenatas y música en vivo las cuales son muy buenas opciones que diferencian.

Anexo 3.

MODELO DE ENTREVISTA A DUEÑOS O ADMINISTRADORES DE EMPRESAS DE EVENTOS

Salón eventos:

Dirección:

Entrevistado:

Fecha:

Duración:

1. ¿Qué tiempo de funcionamiento tiene su negocio?
2. ¿Qué tipo de servicios ofrece?
3. ¿Quiénes son sus potenciales clientes?
4. ¿Cuáles son los meses en los que más contratan sus servicios?
5. ¿Existen temporadas altas y bajas en su negocio? ¿Cuándo?
6. ¿Entre cuanto fluctúan los precios por persona?
7. Considera Ud. Que el lugar donde está ubicado su negocio es estratégico
8. ¿Alrededor de cuánto asciende el total de eventos mensuales?
9. ¿Cuál considera Ud. que es su porcentaje de crecimiento en ganancias con relación de un periodo a otro?

Anexo 4. Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACION					
BENEFICIARIO					
INSTIT. FINANCIERA	CFN				
MONTO EN USD	30.489,58				
TASA DE INTERES	10,50%		T. EFECTIVA	11,0203%	
PLAZO	5 años				
GRACIA	0 años				
FECHA DE INICIO	01/01/2015				
MONEDA	DOLARES				
AMORTIZACION CADA	30 días				
Número de períodos	60 para amortizar capital				
No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		30.489,58			
1	31-ene-2015	30.101,02	266,78	388,56	655,34
2	02-mar-2015	29.709,06	263,38	391,96	655,34
3	01-abr-2015	29.313,68	259,95	395,39	655,34
4	01-may-2015	28.914,83	256,49	398,85	655,34
5	31-may-2015	28.512,50	253,00	402,34	655,34
6	30-jun-2015	28.106,64	249,48	405,86	655,34
7	30-jul-2015	27.697,24	245,93	409,41	655,34
8	29-ago-2015	27.284,25	242,35	412,99	655,34
9	28-sep-2015	26.867,64	238,74	416,60	655,34
10	28-oct-2015	26.447,40	235,09	420,25	655,34
11	27-nov-2015	26.023,47	231,41	423,93	655,34
12	27-dic-2015	25.595,84	227,71	427,63	655,34
TOTAL			2.970,34	4.893,74	7.864,08
13	26-ene-2016	25.164,46	223,96	431,38	655,34
14	25-feb-2016	24.729,31	220,19	435,15	655,34
15	26-mar-2016	24.290,35	216,38	438,96	655,34
16	25-abr-2016	23.847,55	212,54	442,80	655,34
17	25-may-2016	23.400,88	208,67	446,67	655,34
18	24-jun-2016	22.950,30	204,76	450,58	655,34
19	24-jul-2016	22.495,77	200,82	454,52	655,34
20	23-ago-2016	22.037,27	196,84	458,50	655,34
21	22-sep-2016	21.574,75	192,83	462,51	655,34
22	22-oct-2016	21.108,19	188,78	466,56	655,34
23	21-nov-2016	20.637,55	184,70	470,64	655,34
24	21-dic-2016	20.162,79	180,58	474,76	655,34
TOTAL			2.431,03	5.433,05	7.864,08

25	20-ene-2017	19.683,87	176,42	478,92	655,34
26	19-feb-2017	19.200,77	172,23	483,11	655,34
27	21-mar-2017	18.713,43	168,01	487,33	655,34
28	20-abr-2017	18.221,84	163,74	491,60	655,34
29	20-may-2017	17.725,94	159,44	495,90	655,34
30	19-jun-2017	17.225,70	155,10	500,24	655,34
31	19-jul-2017	16.721,09	150,72	504,62	655,34
32	18-ago-2017	16.212,05	146,31	509,03	655,34
33	17-sep-2017	15.698,57	141,86	513,48	655,34
34	17-oct-2017	15.180,59	137,36	517,98	655,34
35	16-nov-2017	14.658,08	132,83	522,51	655,34
36	16-dic-2017	14.131,00	128,26	527,08	655,34
TOTAL			1.832,29	6.031,79	7.864,08
37	15-ene-2018	13.599,31	123,65	531,69	655,34
38	14-feb-2018	13.062,96	118,99	536,35	655,34
39	16-mar-2018	12.521,92	114,30	541,04	655,34
40	15-abr-2018	11.976,15	109,57	545,77	655,34
41	15-may-2018	11.425,60	104,79	550,55	655,34
42	14-jun-2018	10.870,24	99,97	555,37	655,34
43	14-jul-2018	10.310,01	95,11	560,23	655,34
44	13-ago-2018	9.744,88	90,21	565,13	655,34
45	12-sep-2018	9.174,81	85,27	570,07	655,34
46	12-oct-2018	8.599,75	80,28	575,06	655,34
47	11-nov-2018	8.019,66	75,25	580,09	655,34
48	11-dic-2018	7.434,49	70,17	585,17	655,34
TOTAL			1.167,57	6.696,51	7.864,08
49	10-ene-2019	6.844,20	65,05	590,29	655,34
50	09-feb-2019	6.248,75	59,89	595,45	655,34
51	11-mar-2019	5.648,09	54,68	600,66	655,34
52	10-abr-2019	5.042,17	49,42	605,92	655,34
53	10-may-2019	4.430,95	44,12	611,22	655,34
54	09-jun-2019	3.814,38	38,77	616,57	655,34
55	09-jul-2019	3.192,41	33,38	621,96	655,34
56	08-ago-2019	2.565,01	27,93	627,41	655,34
57	07-sep-2019	1.932,11	22,44	632,90	655,34
58	07-oct-2019	1.299,21	16,91	638,43	655,34
59	06-nov-2019	660,78	11,37	643,97	655,34
60	06-dic-2019	16,81	5,78	649,56	655,34
TOTAL			429,73	7.434,34	7.864,08

Anexo 5. Tablas de depreciación

TABLA DE DEPRECIACION ANUAL			
NOMBRE DEL ACTIVO		VEHICULO	
COSTO		26.500,00	
VIDA UTIL		10 AÑOS	
VALOR RESIDUAL		10%	2.650,00
DEPRECIACION ANUAL			2.385,00
V.U.	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			26.500,00
1	2.385,00	2.385,00	24.115,00
2	2.385,00	4.770,00	21.730,00
3	2.385,00	7.155,00	19.345,00
4	2.385,00	9.540,00	16.960,00
5	2.385,00	11.925,00	14.575,00
	11.925,00		

TABLA DE DEPRECIACION ANUAL			
NOMBRE DEL ACTIVO		MUEBLES Y ENSERES	
COSTO		2.662,00	
VIDA UTIL		10 AÑOS	
VALOR RESIDUAL		10%	266,20
DEPRECIACION ANUAL			239,58
V.U.	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			2.662,00
1	239,58	239,58	2.422,42
2	239,58	479,16	2.182,84
3	239,58	718,74	1.943,26
4	239,58	958,32	1.703,68
5	239,58	1.197,90	1.464,10
6	239,58	1.437,48	1.224,52
7	239,58	1.677,06	984,94
8	239,58	1.916,64	745,36
9	239,58	2.156,22	505,78
10	239,58	2.395,80	266,20
	2.395,80		

TABLA DE DEPRECIACION ANUAL			
NOMBRE DEL ACTIVO		EQUIPOS DE COMPUTACION	
COSTO		3.110,00	
VIDA UTIL		3 AÑOS	
VALOR RESIDUAL		10%	311,00
DEPRECIACION ANUAL			933,00
V.U.	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			3.110,00
1	933,00	933,00	2.177,00
2	933,00	1.866,00	1.244,00
3	933,00	2.799,00	311,00
	2.799,00		

TABLA DE DEPRECIACION ANUAL			
NOMBRE DEL ACTIVO		EQUIPOS DE OFICINA	
COSTO		2.390,00	
VIDA UTIL		10 AÑOS	
VALOR RESIDUAL		10%	239,00
DEPRECIACION ANUAL			215,10
V.U.	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			2.390,00
1	215,10	215,10	2.174,90
2	215,10	430,20	1.959,80
3	215,10	645,30	1.744,70
4	215,10	860,40	1.529,60
5	215,10	1.075,50	1.314,50
6	215,10	1.290,60	1.099,40
7	215,10	1.505,70	884,30
8	215,10	1.720,80	669,20
9	215,10	1.935,90	454,10
10	215,10	2.151,00	239,00
	2.151,00		