



**Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN**

**CARRERA DE INGENIERA COMERCIAL**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA  
COMERCIAL**

**TEMA:**

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA  
ORGANIZADORA DE EVENTOS SOCIALES EN EL CANTÓN LA  
LIBERTAD PROVINCIA DE SANTA ELENA”**

**TUTOR:**

**MSc. BEATRIZ GARCÉS ÁLAVA**

**AUTORA:**

**ELINA ROSALBA GUERRA ESTRELLA  
GUAYAQUIL, 2016**



**REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

**FICHA DE REGISTRO DE TESIS**

**TITULO Y SUBTITULO:**

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA ORGANIZADORA DE EVENTOS SOCIALES EN EL CANTÓN LA LIBERTAD PROVINCIA DE SANTA ELENA”

**AUTORA:**

ELINA ROSALBA GUERRA ESTRELLA

**REVISOR:**

MSc. BEATRIZ SILVIA GARCÉS ÁLAVA

**INSTITUCIÓN:**

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

**FACULTAD:**

ADMINISTRACIÓN

**CARRERA:**INGENIERÍA COMERCIAL

**FECHA DE PUBLICACIÓN:**

**N. DE PAGS:**

Pag.148

**ÁREAS TEMÁTICAS:**

**PALABRAS CLAVE:** PYMES, Organización de eventos, Estructura organizacional

**RESUMEN:**

El siguiente trabajo de investigación tuvo como objetivo realizar una propuesta para la creación de una microempresa dedicada a la organización de eventos sociales en el cantón La Libertad en la Provincia de Santa Elena. Se consiguió información de primera mano a la misma que se la llamó información primaria puesto que se la adquirió durante el desarrollo de la investigación como lo fueron las encuestas y observaciones directas realizadas en el centro del cantón La Libertad, con el objetivo de conocer la aceptación del modelo de negocio de creación de una microempresa organizadora de eventos sociales, de igual manera se realizó la recolección de los datos secundarios que fue la información recaba de textos ,se manejó información de varios autores en cuanto a microempresa y todo lo relacionado con el

<p>tema investigado. En la interpretación de los datos recogidos mediante encuestas, se consideró los datos de mayor importancia los mismos que sirvieron de soporte para el desarrollo de la propuesta, por medio de esto se podría presentar el porqué de la toma de decisiones con respecto a los servicios a ofertar, los precios, las promociones y el lugar donde se llevará a cabo el negocio. En el análisis financiero realizado se logró demostrar la viabilidad del proyecto, ya que cuenta con una tasa interna de retorno favorable y de la misma manera el valor actual neto, con estos datos se demuestra que el emprendimiento es viable, económica y financieramente. El plan de negocios se adecuó a cada uno de los recursos que la microempresa necesita para iniciar sus actividades comerciales.</p>		
<p><b>N. DE REGISTRO:</b> (en base de datos):</p>	<p><b>N. DE CLASIFICACIÓN:</b></p>	
<p><b>DIRECCIÓN URL</b> (tesis en la web):</p>		
<p><b>ADJUNTO URL</b> (tesis en la web):</p>		
<p><b>ADJUNTO PDF:</b></p>	<p>SI <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>NO</p>
<p><b>CONTACTO CON AUTORA:</b> Elina Rosalba Guerra Estrella</p>	<p><b>Teléfono:</b> 0979869688</p>	<p><b>E-mail:</b> estrella_elina@hotmail.com</p>
<p><b>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</b></p>	<p><b>Nombres:</b> MSc. ROSA HINOJOSA DE LEIMBERG, DECANA <b>Teléfono:</b> 2596500 EXT. 201 DECANATO <b>E-mail:</b> rhinojosal@ulvr.edu.eec Mgs. RAFAEL ALBERTO ITURRALDE SOLÓRZANO, DIRECTOR DE CARRERA <b>Teléfono:</b> 2596500 EXT. 203 <b>E-mail:</b> riturraldes@ulvr.edu.ec</p>	

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES**

Yo, Elina Rosalba Guerra Estrella, con cédula de ciudadanía No. 0924249659 en calidad de autora, declaro bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a la suscrita y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo mi derecho patrimonial y de titularidad a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, según lo establece la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar “PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA ORGANIZADORA DE EVENTOS SOCIALES EN EL CANTÓN LA LIBERTAD PROVINCIA DE SANTA ELENA”

Autora:

---

Elina Rosalba Guerra Estrella

C.I No. 0924249659

## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutora del Proyecto de Investigación “PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA ORGANIZADORA DE EVENTOS SOCIALES EN EL CANTÓN LA LIBERTAD PROVINCIA DE SANTA ELENA”, nombrada por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

### **CERTIFICO:**

Haber dirigido, revisado y analizado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: “*PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA ORGANIZADORA DE EVENTOS SOCIALES EN EL CANTÓN LA LIBERTAD PROVINCIA DE SANTA ELENA*”, presentado por la estudiante ELINA ROSALBA GUERRA ESTRELLA como requisito previo a la aprobación de la investigación para optar al Título de INGENIERA COMERCIAL encontrándose apto para su sustentación

TUTORA

MSc. BEATRIZ GARCÉS ÁLAVA

C.I.No. 0921348199

# CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO



## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** ELINA GUERRA E.docx (D20921431)  
**Submitted:** 2016-06-22 02:26:00  
**Submitted By:** estrella\_elina@hotmail.com  
**Significance:** 4 %

### Sources included in the report:

GUIA DE MANUFACTURA DE ING AGUIRRE.docx (D11155087)  
PROYECTO DE LAS BPM calidad.docx (D11166619)  
[http://scd715854070afc9d.jimcontent.com/download/version/1336482740/module/5513833568/name/material\\_lectura\\_complementaria\\_organizacion\\_eventos.doc%20\(1\).docx](http://scd715854070afc9d.jimcontent.com/download/version/1336482740/module/5513833568/name/material_lectura_complementaria_organizacion_eventos.doc%20(1).docx)  
[http://www.ips.gov.py:8080/portal/rest/jcr/repository/collaboration/sites%20content/live/lpsWeb/web%20contents/manuales/Gu%C3%ADa%20de%20Protocolo%20y%20Organizaci%C3%B3n%20de%20Eventos%20IPS\\_Oficial.pdf](http://www.ips.gov.py:8080/portal/rest/jcr/repository/collaboration/sites%20content/live/lpsWeb/web%20contents/manuales/Gu%C3%ADa%20de%20Protocolo%20y%20Organizaci%C3%B3n%20de%20Eventos%20IPS_Oficial.pdf)  
<http://www.epmrq.gob.ec/images/lotaip/leyes/rbpm.pdf>  
<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/1467/1/UNACH-EC-R.BUBLI-2016-00002.pdf>  
<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/856/1/27T0111.pdf>  
<http://www.sri.gob.ec/BibliotecaPortlet/descargar/860658f2-d750-487d-9807-7c1436f61856/Reglamento%20para%20la%20Aplicaci%25EF%25BF%25BDn%20de%20la%20Ley%20de%20R%25EF%25BF%25BDgimen%20Tributario%20Interno.doc>  
[http://www.escapevirtual.com/~queseras/index.php/biblioteca-de-documentos/doc\\_download/34-ro-696-reglamento-bpm-alimentos-procesados](http://www.escapevirtual.com/~queseras/index.php/biblioteca-de-documentos/doc_download/34-ro-696-reglamento-bpm-alimentos-procesados)  
<http://www.produccioncientifica.luz.edu.ve/index.php/rafg/article/view/622/622>  
<http://revistas.um.es/rie/article/view/164111/158131>  
<http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/11059/3451/1/65811A282e.pdf>  
<http://goo.gl/LZDmFd>  
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/660>  
<http://goo.gl/6AgmyN>  
<http://www.eumed.net/ce/2011a/domh.htm?iframe=true&width=80%2525&height=80%2525>  
<http://goo.gl/zg1ltu>  
<http://goo.gl/275OEm>  
<http://goo.gl/IP3Mir>  
<http://goo.gl/BZLi7U>

### Instances where selected sources appear:

86

## AGRADECIMIENTO

A Dios por haberme dado la vida y por darme fortaleza para lograr cumplir una de mis metas.

Gratitud eterna a mi esposo Julio Rodríguez por su apoyo moral y económico a mi hija Alina que soporto horas de ausencia en la absorbente tarea de elaboración de este proyecto.

A mi padre Lino y a mis hermanos Yadira, Sonia, Diana, Jaime y Pablo, a mi abuelita Rafaela y a mi sobrino Patrick por sus oraciones y apoyo incondicional, lo cual me impulso a seguir adelante sin claudicar, hasta culminar esta etapa de mi vida.

A mis cuñados Yoslin y Geovanny por compartirme sus conocimientos y experiencias.

Un agradecimiento especial a mi querida Tutora Msc. Beatriz Garcés Álava, por haber sido más que una maestra una amiga, por su paciencia y por compartir sus conocimientos de manera desinteresada, por siempre mostrarse dispuesta a colaborar y por ser una elemento fundamental en el desarrollo del presente proyecto.

Al Eco. Oscar Machado, ya que por su aporte y ayuda valiosa hizo que este proyecto se cristalice.

Finalmente a todas las personas que amablemente orientaron y colaboraron al desarrollo de este trabajo.

Elina Guerra

## **DEDICATORIA**

A mi hija Alina que es mi fuente de inspiración, la alegría, el motivo de vida y la razón para superarme cada día.

A mi esposo Julio Rodríguez, por compartir conmigo los ideales de superación y por ser mi apoyo incondicional.

Por último y no por ser los menos importantes a mi Padre Lino por su apoyo constante y a mis hermanas Yadira, Sonia y Diana por confiar en mí, por motivarme cada día, por enseñarme a no rendirme y por ser quienes secaron mis lágrimas en momentos de desesperación, mujeres luchadoras que para mí son un ejemplo a seguir.

Elina Guerra

## Índice General

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>3</b>
1.1 TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	3
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	4
1.4 Sistematización del problema de investigación.....	4
1.5 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	5
1.6 OBJETIVOS .....	6
1.6.1 Objetivo General.....	6
1.6.2 Objetivos Específicos .....	6
1.7 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	7
1.8 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.....	7
1.8.1 General.....	7
1.8.2 Específicas .....	7
1.9 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES .....	8
<b>CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>9</b>
2.1 ANTECEDENTES .....	9
2.1.1 EL CANTÓN LA LIBERTAD .....	9
2.2 BASES TEÓRICAS.....	14
2.2.1 La Pirámide de las Necesidades de Abraham Maslow .....	14
2.2.2 Proyecto.....	15
2.2.3 PYMES.....	16
2.2.4 Desarrollo de MIPYMES en la provincia de Santa Elena.....	17
2.2.5 Microempresa .....	18
2.2.6 Empresas de servicios.....	20
2.2.7 Estrategias de marketing.....	22
2.2.8 Estructura organizacional .....	23
2.2.9 Las cinco fuerzas de Michael Porter.....	24
2.2.10 ANÁLIS FODA.....	26
2.2.10.1 Fortaleza .....	27

2.2.10.2 Oportunidades.....	27
2.2.11 Valores Organizacionales .....	27
2.2.12 Responsabilidad Social y Sostenibilidad.....	28
2.2.13 ¿Para que sirve un manual de funciones?.....	28
2.2.14 Determinación de la Factibilidad.....	29
2.2.15 Marketing .....	31
2.3 Marco Legal.....	34
2.3.1 Constitución de la microempresa .....	34
<b>CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>40</b>
3.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	40
3.1.1 Tipo de investigación .....	40
3.1.2 Enfoque de la investigación.....	40
3.1.3 Técnicas de investigación.....	41
3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA .....	43
3.2.1 Población .....	43
3.2.2 Muestra.....	44
3.3.3 Análisis de encuestas realizadas .....	60
<b>CAPÍTULO IV LA PROPUESTA.....</b>	<b>62</b>
4.1 TÍTULO DE LA PROPUESTA.....	62
4.2 JUSTIFICACIÓN .....	62
4.3 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA .....	63
4.4 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO .....	64
4.4.1 Nombre de la microempresa.....	64
4.4.2 Logotipo .....	65
4.4.3 Slogan.....	65
4.4.4 Misión.....	65
4.4.5 Visión .....	65
4.5 OBJETIVOS .....	66
4.5.1 Objetivo General.....	66
4.5.2 Objetivos Específicos .....	66
4.6 ORGANIGRAMA DE LA MICROEMPRESA .....	66
4.6.1 Análisis de las funciones .....	67

4.7 VALORES CORPORATIVOS.....	70
4.7.1 Responsabilidad.....	70
4.7.2 Eficiencia.....	70
4.7.3 Respeto.....	70
4.7.4 Honradez.....	71
4.8 ANÁLISIS PORTER.....	71
4.8.1 Amenaza de entrada de nuevos competidores.....	71
4.8.2 Amenaza de posibles productos sustitutos.....	71
4.8.3 Poder de negociación de los clientes.....	71
4.8.4 Poder de negociación de los proveedores.....	72
4.8.5 Rivalidad entre competidores existentes.....	72
4.9 ANÁLISIS FODA.....	72
4.10 PROCESO DE SERVICIO.....	74
Elaborado por: La autora.....	75
4.10.1 Descripción de los procesos del servicio.....	76
4.11 POLÍTICAS DE VENTAS.....	77
4.12 MARKETING MIX.....	77
4.12.1 Producto o servicio.....	77
4.12.2 Precio.....	79
4.12.3 Plaza.....	80
4.12.4 Promoción.....	82
4.13 ANÁLISIS FINANCIERO.....	86
4.13.1 Inversión.....	86
4.13.2 AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA ANUAL.....	87
4.13.2 Inversión en activos fijos.....	87
4.13.4 Presupuesto de ventas.....	88
4.13.5 Presupuestos de costos y gastos.....	90
4.13.6 Gastos por Servicios Básicos.....	90
4.13.7 Gastos de publicidad.....	90
4.13.8 Costos fijos consolidados.....	91
4.13.9 Costos totales Proyectados.....	91
4.13.10 Balance General.....	93

4.13.11 Flujo de caja proyectado.....	95
.13.13 Punto de equilibrio .....	97
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>100</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>102</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>103</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>109</b>
Reglamento de comprobantes de venta, retención y documento complementarios. ....	117
Reglamento de aplicación de la ley de régimen tributario interno. ....	117
Ley Del Registro Único De Contribuyentes.....	117
Reglamento de registro y control sanitario de alimentos. ....	117
Reglamentos de buenas prácticas para alimentos procesados. ....	117

## Índice de Tablas

Tabla 1. Operacionalización de variables independiente y dependiente .....	8
Tabla 2. Género de los encuestados.....	45
Tabla 3. Edad de los encuestados .....	45
Tabla 4. Ocupación de los encuestados .....	46
Tabla 5. Pregunta 1. ¿Acostumbra a celebrar cumpleaños u otro tipo de fiestas a sus hijos o familiares?.....	48
Tabla 6. Pregunta 2 ¿Qué lugar prefiere para la celebración de una fiesta?.....	49
Tabla 7. Pregunta 3 ¿Contrataría los servicios de una empresa que se dedique a la organización de eventos sociales? .....	50
Tabla 8. Pregunta 4 ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar por la organización de una fiesta?.....	51
Tabla 9. Pregunta 5 De los siguientes servicios, ¿Cuál contrataría? .....	52
Tabla 10. Pregunta 6 Si usted alquilara el local para la realización de su evento. ¿Dónde le gustaría que se encuentre ubicado, según su conveniencia y comodidad para sus invitados?.....	53
Tabla 11. Pregunta 7 Según su criterio. ¿En qué sector de La Libertad deberían estar ubicada las instalaciones de la microempresa para el contrato de sus servicios?.....	54
Tabla 12. Pregunta 8. ¿Cómo le gustaría pagar si contratara a una empresa para la organización de una fiesta?.....	55
Tabla 13. Pregunta 9 ¿Conoce si existe una empresa que se dedique a la organización de eventos sociales en el Cantón La Libertad?.....	56
Tabla 14. Pregunta 10 ¿Ha contratado los servicios de dicha empresa organizadora de eventos? .....	57
Tabla 15. Pregunta 11 ¿Qué le pareció el servicio que contrato?.....	58
Tabla 16. Pregunta 12. ¿A través de qué medios de comunicación usted ha visto o escuchado publicidad de empresas que organicen eventos sociales?.....	59
Tabla 17. Matriz FODA del proyecto Ensueños y Fantasías Eventos.....	73
Tabla 18. Precios .....	79
Tabla 19 Inversión Inicial Microempresa Ensueños y Fantasías Eventos.....	86
Tabla 20 Amortización de la deuda adq. Microempresa Ensueños y Fantasías Eventos .....	87

Tabla 21 Proyección de las ventas Microempresa Ensueños y Fantasías Eventos .....	89
Tabla 22 Presupuesto de Gastos por Servicios Básicos Anual Microempresa Ensueños y Fantasías Eventos .....	90
Tabla 23 Presupuesto Publicitario Anual Microempresa Ensueños y Fantasías Eventos .....	91
Tabla 24 Costos fijos proyectados Microempresa Ensueños y Fantasías Eventos.....	91
Tabla 25 Costos totales proyectados Microempresa Ensueños y Fantasías Eventos .....	92
Tabla 26 Balance General Proyectado Microempresa Ensueños y Fantasías Eventos .....	93
Tabla 27 Estado de Resultados Proyectado Microempresa Ensueños y Fantasías Eventos .....	94
Tabla 28. Flujo de Efectivo Proyectado Microempresas Ensueños y Fantasías Eventos.....	96
Tabla 29 Punto de equilibrio Microempresa Ensueños y Fantasías Eventos .....	98
Tabla 30 Punto de Equilibrio Ensueños y Fantasías Eventos.....	99
Tabla 31 Aporte de los socios Ensueños y Fantasías Eventos .....	128
Tabla 32 Amortización .....	131

## Índice de Figuras

Figura 1. Pirámide de las Necesidades de Abraham Maslow.....	14
Figura 2. Las cinco Fuerzas competitivas de Porter.....	24
Figura 3. Género de los encuestados .....	45
Figura 4. Edad de los encuestados.....	46
Figura 5. Ocupación de los encuestados.....	47
Figura 6. Costumbre de celebrar cumpleaños .....	48
Figura 7. Lugar de preferencia para festejos .....	49
Figura 8. ¿Contrataría los servicios? .....	50
Figura 9. Gasto .....	51
Figura 10. ¿Qué servicios contrataría? .....	52
Figura 11. Ubicación Salón de Eventos .....	53
Figura 12. Lugar de instalaciones de la Microempresa .....	54
Figura 13. Formas de pago .....	55
Figura 14. Conoce empresas que organices eventos sociales.....	56
Figura 15. Contrato los servicios.....	57
Figura 16. ¿Qué le pareció el servicio que contrató? .....	58
Figura 17. Medios de publicidad .....	59
Figura 18. Logotipo Microempresa Ensueños y Fantasías Eventos.....	65
Figura 19. Organigrama Microempresa Ensueños y Fantasías Eventos .....	66
Figura 20. Flujo del proceso del servicio .....	75
Figura 21. Mapa instalaciones Ensueños y Fantasías eventos .....	81
Figura 22. Distribución de la planta .....	81
Figura 23. Página de redes sociales Facebook.....	83
Figura 24. Tarjeta de presentación .....	84
Figura 25. Banner Microempresa Ensueños y Fantasías Eventos .....	85
Figura 26. Hojas Volantes Microempresa Ensueños y Fantasías Eventos .....	85

## Índice de Anexos

Anexo 1 La Libertad, 1927.....	109
Anexo 2 Libertad Malecon la Libertad 2016; <b>Error! Marcador no definido.</b> Anexo 3 Cuadro de competici	
Anexo 4 Encuestas realizadas a transeúntes del centro del cantón La Libertad.....	110
Anexo 5 Formato de encuestas y análisis de las preguntas. ....	10911
Anexo 6 Proyección de la población de la provincia de Santa Elena, por años calendario, según catones 2010 - 2020 .....	111
Anexo 7 Leyes que rigen a la Microempresa Ensueños y Fantasías Eventos.....	116
Anexo 8 Credito Dirigido a PYMES Y Empresas .....	117
Anexo 9 Requisitos para préstamo .....	119
Anexo 10 Accesorios elaborados con materiales reciclados .....	120
Anexo 11 Accesorios elaborados con materiales reciclados ....; <b>Error! Marcador no definido.</b>	
Anexo 12 Elaboración de bocaditos .....	122
Anexo 13 Cuestionario Post Venta.....	122
Anexo 14 Contrato de Servicios.....	12723
Anexo 15 Extensión del Contrato de Servicios .....	127
Anexo 16 Aporte de los socios Ensueños y Fantasías Eventos.....	128
Anexo 17 Ventas proyectadas en cantidades.....	129
Anexo 18 Inversión en activos fijos Microempresa Ensueños y Fantasías Eventos.....	129
Anexo 19. Amortización.....	131

## **Introducción**

Según datos del Censo de Población y Vivienda de noviembre del 2010, el cantón La Libertad, cuenta con un área de 25,6 kilómetros cuadrados y 95.942 habitantes, de ellos 48.030 son hombres y 47.912 mujeres. La mayor parte de la población se dedica a las actividades turísticas y comerciales. Este cantón es el que tiene mayor poder comercial del conglomerado urbano y de la provincia de Santa Elena, el mismo que alberga grandes organismos culturales, financieros, administrativos, negocios comerciales y empresas.

Entre las empresas existentes del cantón La Libertad están las de organización de eventos sociales como son fiestas infantiles, cumpleaños, bautizos, graduaciones, quince años, matrimonios, etc.

Anteriormente los eventos sociales eran considerados algo de poca importancia, se los desarrollaba de manera casera o empírica, con el cambio de mentalidad, la actualización de tendencias y la liberación de paradigmas respecto a los servicios complementarios a la actividad de eventos se considera como un área muy beneficiosa, debido a que las familias de la sociedad libértense acostumbran a participar con frecuencia en eventos sociales.

La existencia de pocos locales que presten estos servicios, los valores elevados, los paquetes previamente establecidos, la carencia de creatividad e innovación, no permiten que el consumidor pueda elegir a su conveniencia y gusto, por lo tanto los residentes del cantón La Libertad y sectores adyacentes, no pueden satisfacer sus necesidades al momento de organizar un evento social.

A partir de esto nace la idea de crear una Microempresa que se dedique a la Organización de Eventos Sociales en el Cantón La Libertad Provincia de Santa Elena, con esta finalidad se ha dividido este estudio en 4 capítulos.

**En el capítulo 1,** El contenido de esta sección permitirá a la autora direccionar de manera correcta la investigación. Se describe el tema a investigar, se realiza el planteamiento y la formulación de problema, se justifica el porqué de la investigación, se delimita la investigación, seguido a esto se fija los objetivos tanto generales como específicos.

**En el capítulo 2,** Se desarrolla el marco teórico, marco conceptual que reúne algunas definiciones de términos que aportan al desarrollo del proyecto, los mismos que están basados en la investigación, recabando información de diferentes autores, con respeto a la creación de microempresas, también se realiza los antecedentes tomando información de trabajos de titulación y maestrías, realizadas en el campo al cual está investigación está enfocada, se expone el marco legal, donde se detalla los términos legales al que el presente estudio está sujeto.

**En el capítulo 3,** Está compuesto de la metodología de la investigación, establece el tipo, enfoque y técnicas de investigación aplicadas para el desarrollo del proyecto, se explica el porqué de la participación de la población en el estudio, se presenta el cuestionario de las encuesta realizadas, se recogen datos los mismos que son analizadas mediante métodos estadísticos y finalmente se analizan resultados.

**En el capítulo 4,** Se detalla el desarrollo de la propuesta, está basado en la creación de una Microempresa organizadora de eventos sociales cuyo nombre es Ensueños y Fantasías Eventos. Se mide los indicadores financieros y económicos a través de los estados financieros, flujo de caja, presupuestos de ventas que brindan una perspectiva clara sobre la posición que tendrá la microempresa dentro del mercado.

En la parte final del presente trabajo están las conclusiones y recomendaciones de más importancia en el desarrollo de este trabajo.

Por último se detalla la bibliografía empleada en la construcción del presente proyecto de investigación.

## **CAPÍTULO I DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.1 Tema de investigación.**

“Propuesta para la creación de una microempresa organizadora de eventos sociales en el Cantón La Libertad provincia de Santa Elena.”

### **1.2 Planteamiento del problema de investigación**

Siendo La Libertad, el Cantón más extenso en el sector comercial de la provincia de Santa Elena, el mismo que alberga grandes organismos culturales, financieros, administrativos, negocios comerciales y empresas donde el inicio de la alternativa de organización de eventos sociales resultaría útil según los propósitos que se tracen. En la actualidad, las empresas que ven en su personal el pilar fundamental para el crecimiento y competitividad de esta, sienten la necesidad de agasajarlos y premiarlos en ciertos actos de reconocimiento público como el día del padre, de la madre, Navidad u otros eventos por iniciativa del empleador como la celebración de aniversario de creación de la empresa.

El fin de estas organizaciones es proyectar una gran imagen como empresa y hacer sentir bien a sus empleados, atendiéndolos de la mejor manera posible, comodidad, buena música, un lugar que se adapte a la actividad que se este realizando. Pero al momento de hacer los preparativos para desarrollar el evento de manera exitosa, surge el gran problema para la empresa, como se puede realizar el evento: el tiempo, información, falta de creatividad. La microempresa organizadora de eventos se presentaria como una solución para estos inconvenientes.

La organización de eventos sociales (fiestas infantiles, cumpleaños, bautizos, primera comunión, confirmación, graduaciones, quince años, despedidas de solteras(os) matrimonios, baby showers entre otros) en la actualidad son los menos explotados en esta localidad, en vista de que las familias de la sociedad libértense acostumbran a

participar con frecuencia en eventos sociales se considera un área muy beneficiosa para el desarrollo de la presente investigación.

La carencia de este servicio hace que los residentes del cantón La Libertad y sectores adyacentes, no puedan satisfacer sus deseos al momento de organizar un evento social. La necesidad de satisfacer al cliente en una fecha inolvidable, provoca que se determine nuevas estrategias, servicio de calidad e innovación. Surgiendo así una microempresa organizadora de eventos sociales para brindar un servicio de excelencia a la población.

Las empresas dedicadas a ofrecer este tipo de servicios tienen maneras inadecuadas de promocionar el servicio, esto se debe a que utilizan de cartillas, paquetes promocionales o previamente establecidos, sin que el cliente pueda elegir a su conveniencia y gusto. En otras palabras que el cliente pague por algo que no es de su utilidad y agrado. Por lo tanto este estudio busca captar un mercado que desea adquirir un servicio individualizado, único, diversificado de alto nivel y de precios asequibles.

El presente Proyecto de Investigación está basado en la línea de investigación enfocada al emprendimiento e innovación, debido a la falta de empresas destinadas a ofertar servicios de calidad de organización de eventos sociales en el Cantón La Libertad.

### **1.3 Formulación del problema de investigación**

¿Cómo atender las necesidades de organización de eventos sociales de los habitantes del cantón la Libertad provincia de Santa Elena periodo 2016-2020?

### **1.4 Sistematización del problema de investigación**

¿Cuáles son los requisitos legales necesarios para la constitución de una microempresa organizadora de eventos sociales en el cantón La Libertad?

¿Cómo establecemos la estructura administrativa y organizacional de la microempresa organizadora de eventos sociales en el cantón La Libertad?

¿Qué servicios ofrecerá la microempresa organizadora de eventos sociales en el cantón La Libertad?

¿Cómo conocer la demanda de la microempresa organizadora de eventos sociales en el cantón Libertad?

¿Cómo determinaremos la viabilidad económica del proyecto?

### **1.5 Justificación de la investigación**

Se puede justificar el desarrollo esta investigación, porque a través de la misma se obtendrá la información necesaria y de primera mano, que será de mucha importancia para el diseño de estrategias, a la vez se podrá saber si el proyecto tendrá aceptación en el mercado meta, conoceremos cuales son las oportunidades y debilidades.

Por otra parte, la formación académica recibida será reforzada con el desarrollo de esta investigación, además servirá como fuente de información para estudiantes o personas que estén interesados en crear emprendimientos, los que podrán adaptar las metodologías que se aplicarán durante el crecimiento de esta investigación. Sin dejar a un lado uno de los principales motivos para llevar a cabo esta investigación, es que la autora tiene el firme propósito de hacer realidad un emprendimiento de este tipo.

Es de mucha importancia recalcar que actualmente la mentalidad de los ecuatorianos ha cambiado, pues se podría decir que hasta hace poco la dinámica de las celebraciones de cumpleaños en Ecuador eran muy tradicionales y comunes, en la actualidad un cumpleaños se puede convertir en un gran acontecimiento con la ayuda de un buen proceso de diseño y planificación. La producción de festivales, ceremonias, fiestas, u otro tipo de reuniones, cada una de estas puede tener diferentes finalidades, por lo tanto es precisamente gracias a la dedicación, buen gusto y excelente organización, que se debe el éxito en un evento.

Un evento por minúsculo que sea, puede ser una tarea difícil ya sea que se trate de una fiesta temática, un gran evento o simplemente una pequeña reunión familiar. Por esta razón la finalidad del negocio es lograr la satisfacción de los clientes para esto, ofreceremos el mejor servicio para el desarrollo de un evento reflejado en el profesionalismo y preparación de cada detalle de acuerdo al gusto y presupuesto de los posibles asiduos.

## **1.6 Objetivos**

### **1.6.1 Objetivo General**

Elaborar un estudio de viabilidad para llevar a cabo la creación de una microempresa organizadora de eventos sociales en el Cantón La Libertad.

### **1.6.2 Objetivos Específicos**

- Realizar un estudio legal que permita la constitución de la microempresa organizadora de eventos sociales en el cantón La Libertad.
- Elaborar un análisis para la aplicación administrativa y organizacional de la microempresa organizadora de eventos sociales en el cantón La Libertad.
- Determinar los servicios que ofrecerá la microempresa organizadora de eventos sociales en el cantón La Libertad.
- Determinar la demanda de la microempresa organizadora de eventos sociales en el cantón La Libertad a través de un estudio de mercado.
- Elaborar un estudio de factibilidad económica del proyecto.

## **1.7 Delimitación de la investigación**

**País:** Ecuador

**Provincia:** Santa Elena

**Región:** Costa

**Cantón:** La Libertad

**Área Temática:** Servicios

**Delimitación temporal:** Año 2016 – 2020

## **1.8 Hipótesis de la investigación**

### **1.8.1 General**

La creación de la microempresa organizadora de eventos sociales en el Cantón la Libertad atenderá la demanda no satisfecha en cuanto a la organización eventos sociales.

### **1.8.2 Específicas**

- Establecer los aspectos legales que permitirá a la microempresa organizadora de eventos sociales iniciar sus actividades en el sector comercial del cantón La Libertad.
- Con el establecimiento de una estructura administrativa y organizacional, la microempresa organizadora de eventos sociales logrará una mayor efectividad en el desarrollo de sus actividades.
- Con el establecimiento de los servicios que ofrecerá la microempresa organizadora de eventos sociales, se logrará cubrir con eficacia las expectativas de los clientes.
- El estudio de mercado, ayudará a determinar el grado de aceptación de los habitantes del cantón La Libertad.

- La evaluación financiera de la creación de la microempresa organizadora de eventos sociales determinará si el negocio es rentable.

## 1.9 Operacionalización de las variables

**Tabla 1.** Operacionalización de variables independiente y dependiente

<b>Tipo y nombre de la variable</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Instrumento</b>	<b>Indicadores</b>
<b>Dependiente</b> Creación de una microempresa organizadora de eventos sociales en el cantón la Libertad.	Proceso de crear nueva empresa está relacionado con el emprendimiento, satisface necesidades a través de un producto o un servicio.	Encuestas Observación directa.	268 encuestas 4 observaciones directas
<b>Independiente</b> Demanda en el área de eventos sociales.	Iniciativa empresarial con el fin obtener información sobre la posibilidad comercial de una actividad económica.	Encuestas Observación directa	268 encuestas 4 observaciones directas

*Elaborado por:* La Autora

## **CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO**

Por medio del desarrollo del marco teórico, se podrá cristalizar conocimientos referentes a diversos conceptos que son necesarios para llevar a cabo la Creación de una microempresa organizadora de eventos sociales en el Cantón La Libertad Provincia de Santa Elena.

### **2.1 Antecedentes**

#### **2.1.1 El Cantón La Libertad**

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal (GADM) del Cantón La Libertad presenta la siguiente información en su página web sobre la historia del Cantón antes mencionado, la misma que brinda información muy valiosa para la realización de los antecedentes históricos de la presente investigación.

En los tiempos de antaño era llamada La Hueca o La Agujereada fue descubierta por Francisco Pizarro el 18 de agosto de 1527. (Ver anexo 1) En el año 1918 tomo el nombre de recinto La Libertad, no obstante el 26 de Octubre de 1935 se lo eleva a la categoría de Parroquia Rural y finalmente el 14 de abril de 1993 dejo de ser parroquia logrando su cantonización perteneciendo a la provincia del Guayas.

En la presidencia del Eco. Rafael Correa el 7 de noviembre del año 2007 dejó de pertenecer a la provincia del Guayas convirtiéndose en uno de los tres cantones de la nueva provincia de Santa Elena, siendo este el cantón más joven de la provincia. (Gobierno Autónomo Descentralizado Cantón La Libertad)

Este cantón cuenta con una superficie de 25,6 km<sup>2</sup> su población según el Censo de Población y Vivienda del 2010 es de 95.942 habitantes que se encuentra dividido en 47.912 mujeres y 48.030 hombres, es un cantón netamente urbano. Su población es mayormente joven, menores de 20 años, 41,938 que representa el 43,71% del total de la

población. El nivel de instrucción es media. (Gobierno Autónomo Descentralizado Cantón La Libertad)

En el aspecto económico el cantón La Libertad es el centro de acopio para las actividades turísticas de la provincia de Santa Elena (Ver anexo 2), principalmente alimentos, hoteles, almacenes, tiendas, en este cantón el comercio se constituye como sector de mayor crecimiento. Las actividades son potencialmente destinadas hacia el entretenimiento y diversión. En la industria, la refinería de petróleo de La Libertad, constituye una fuente generadora de trabajo para sus habitantes. (Gobierno Autónomo Descentralizado Cantón La Libertad)

La Libertad se muestra ubicada en la parte más occidental de la provincia de Santa Elena, entre los cantones Santa Elena y Salinas. Al norte está limitada por el Océano Pacífico; al Sur y al Oeste con el cantón Salinas y al Este con el cantón Santa Elena. La distancia entre la ciudad de Guayaquil y Libertad es de 140 Km. Este cantón cuenta con un clima seco, con escasas precipitaciones pluviométricas que predominan los cien milímetros para los últimos años y se encuentra a 10 msnm. (Gobierno Autónomo Descentralizado Cantón La Libertad)

### **2.1.2 Estado del conocimiento**

Con el pasar de los años se han inventado nuevas formas de elaborar las fiestas, entre ellas se destaca la manera tradicional de celebrar cumpleaños, que consiste en realizar una reunión en el hogar, donde los padres o familiares más cercanos que organizan la fiesta, tienen mayor participación al momento de organizar el agasajo, la misma que era desarrollada de una manera más personalizada pero demanda mayor dedicación y tiempo por parte de ellos.

Este tradicional estilo ha ido desapareciendo debido a que los padres o los familiares cercanos que organizan la fiesta cada vez emplean más tiempo en sus actividades laborales y la mayoría de las familias ya no tienen casas grandes con amplios jardines, las cuales se prestaban para recibir un gran número de invitados. Debido al crecimiento

de la demanda se crearon empresas dedicadas exclusivamente a la organización de fiestas. Es importante mencionar que en el cantón La Libertad existe contadas empresas que ofertan este tipo de servicio, sin embargo, no han cumplido con las expectativas del público consumidor.

En tal virtud se considera relevante el propósito de ingresar al mercado el servicio innovador de organización de eventos sociales. El negocio consiste en la organización original, personalizada del evento de preferencia del consumidor, incluyendo decoración, tarjetería, animación, juegos, refrigerio, alimentación, piqueo entre otros, que pueden variar según los requerimientos de los clientes.

Básicamente la idea es incursionar en el mercado una microempresa que cumpla con todas y cada una de las exigencias de los posibles clientes, por más singular que éstas sean, obtendremos este cometido, al presentar propuestas creativas y novedosas, basadas en los gustos de los anfitriones, así como en las últimas tendencias en moda, ambientación o catering. El éxito de la microempresa dependerá del trabajo en equipo, que es la base fundamental para lograr rapidez en solucionar problemas que se presenten en el transcurso de las actividades a desarrollar en las que se debe demostrar responsabilidad, pulcritud, compromiso. Tomando en cuenta lo antes mencionado, alcanzaremos el prestigio y reconocimiento en el cantón La Libertad, siendo esto la cúspide hacia donde se quiere llegar como microempresarios.

En el medio en el que nos desenvolvemos, los eventos de tipo social son de gran demanda, es común que grupos de amigos o familiares se reúnan para festejar determinado acontecimiento, pues los seres humanos tenemos la necesidad de pertenecer a un determinado grupo social y compartir momentos especiales.

En general, la mayoría de los textos encontrados sobre organización de eventos tienden a desarrollar desde el principio hasta el final la organización de un evento esto es lógico en un sector profesional. La mayoría de las publicaciones son prácticas y tratan sobre el proceso de planificación, organización y gestión del evento. Para poder realizar esta

investigación se requiere primero establecer los antecedentes, para de esta manera poder conocer las exploraciones anteriormente ejecutadas con relación al presente tema.

Lamentablemente el personal que labora en el Municipio del Cantón la Libertad no se encuentra autorizado para otorgar dicha información, por lo tanto para ayuda a la realización de esta investigación se tomará en cuenta tesis de grado de maestría, ingeniería y licenciatura que podrán ofrecer datos para adquirir conocimientos para la creación de una microempresa organizadora de eventos sociales en el Cantón la Libertad

Bonilla y Salguero realizaron un estudio de mercado, que permitió obtener datos acerca de los clientes, el tipo de servicio, precio, promociones, competidores y los proveedores con el fin de adquirir conocimientos que apoyen a la teoría de la creación de un centro de convenciones social y empresarial en el Cantón Pujilí de la provincia de Cotopaxi, en este estudio no se establecieron variables, para la preparación de dicha investigación se aplicó la metodología deductiva en la definición de la oferta y la demanda, así como también en el diagnóstico situacional en la parte interna y externa que generó la creación del proyecto (2014, p. 6)

Otro método aplicado fue el inductivo, este sirvió para conocer cada uno de los elementos que requiere la consecución de los objetivos, el método sistemático se lo aplicó en el estudio financiero, y para la identificación de la estructura organizacional se necesitó del método analítico. Se realizaron encuestas en cuyos resultados se vio la necesidad de implantar un proyecto como el que se realizó. Además el análisis desarrollado entre oferta y demanda, pudo establecer que existió una demanda considerable de un 50%. Mediante la evaluación financiera se concluyó que el proyecto era factible debido a los resultados que arrojó el VAN. (Bonilla y Salguero, 2014, p. 143)

En otro estudio realizado por Patricia Sosa el objetivo principal era realizar un análisis que demuestre la factibilidad para la implementación de una empresa de eventos sociales a domicilio para la ciudad de Quito. Mencionado estudio contenía bibliografía

que respaldaba el desarrollo práctico de los estudios del proyecto, así como se presentaron materiales y métodos, que permitieron la comprensión de los resultados en cada estudio. (2015, p. 3).

Se utilizaron métodos como el científico que fue aplicado, en el análisis de los resultados de las encuestas, el método inductivo se utilizó para diseñar el estudio organizacional y financiero de la empresa, así como también se empleó el método deductivo en la realización del análisis de cada una de las preguntas de las encuestas, y el método analítico se usó para establecer la oferta y demanda de los servicios que se ofreció. (Sosa, 2015, pp. 45-46)

Los autores demostraron que existía una demanda insatisfecha y por lo mismo existía la gran oportunidad de implementar la empresa de eventos sociales, la evaluación financiera fue rentable y provechosa ya que el VAN fue positivo de \$13.8888, 61 la TIR tuvo un valor satisfactorio, la relación beneficio - costo fue de \$1,30, la recuperación de capital sería en 2 años, tres meses y 25 días. Para concluir este proyecto fue factible de acuerdo a los estudios que se realizaron. (Sosa, 2015, pp. 145-146-149)

En el año 2013 en la ciudad de Loja Hugo Vaca realizó trabajo de investigación, su objetivo fue determinar la factibilidad de una empresa organizadora de eventos infantiles en la ciudad de Loja, desde un punto de vista técnico, administrativo y financiero, el mismo que buscaba aprovechar una oportunidad de inversión rentable. En la realización de dicha tesis se empleó varios métodos como inductivo, deductivo y analítico, técnicas de observación y encuesta.

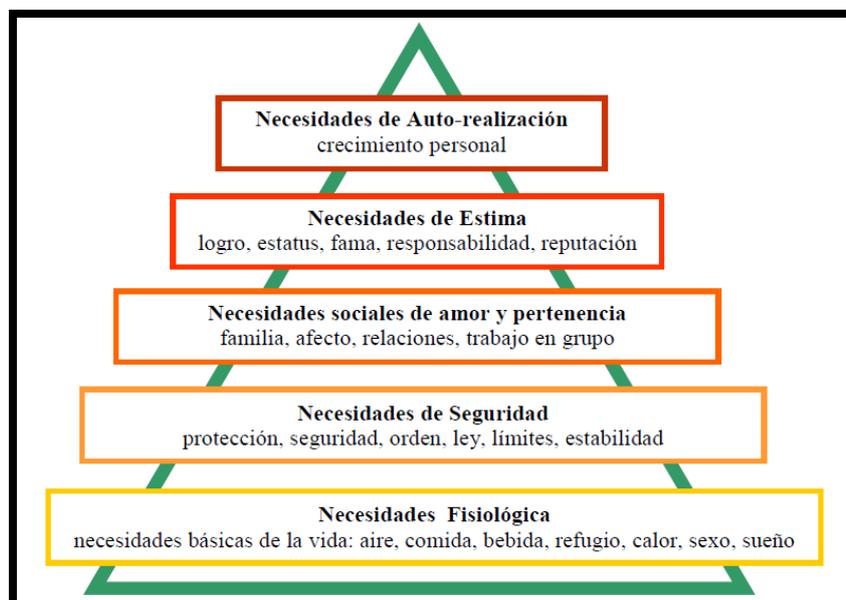
En ese estudio se realizó un análisis del mercado, el mismo determinó que el mercado meta, era la población económicamente activa de clase media, media alta y alta. Los resultados de las encuestas establecieron que existía una demanda insatisfecha, con el estudio técnico y financiero determinó la factibilidad de la empresa, los indicadores financieros fueron; el VAN \$9.784,63; la TIR alcanzó el 28,49% la B/C de 1,28; el PRC fue de 2 años 6 meses y 1 día, el Análisis de Sensibilidad demostró que no es sensible a un crecimiento en los costos. (Vaca, 2013, p. 3)

Lamentablemente se encuentran muchas tesis de grado y muy pocas de maestría y doctorales para este tipo de estudio, sin embargo las encontradas son de gran aporte para el desarrollo de la investigación, porque permitirá observar los diversos procedimientos, técnicas y métodos utilizados y más aún porque que fueron realizados para el mismo sector al cual la microempresa de eventos sociales está dirigida.

## 2.2 Bases teóricas

### 2.2.1 La Pirámide de las Necesidades de Abrahán Maslow

**Figura 1.** Pirámide de las Necesidades de Abrahán Maslow



*Fuente:* Chapman 2007

Se establece que no hay individuo que no tenga necesidades básicas, aunque el grado de las necesidades varíe con las sociedades al igual que el grado de satisfacción. La Jerarquía de las necesidades, consta de cinco niveles, como lo podemos observar en la figura los cuatro primeros niveles se refieren a las necesidades de déficit y al nivel superior lo llamo autorrealización, motivación de crecimiento o necesidad de ser como lo menciona Abraham Maslow. (como se citó en Andrade, G. 2011)

Entre esas necesidades están las fisiológicas que se encuentran en la parte inferior de la pirámide, son la necesidad de alimento, agua, oxígeno, sueño y sexo que comúnmente son satisfechas sin mucho esfuerzo. Otras necesidades son las necesidades psicológicas que aparecen cuando las necesidades fisiológicas ya han sido subsanadas y son las siguientes; necesidades de seguridad, necesidad social de amor y permanencia, necesidades de estima y necesidades de auto-realización estas últimas necesidades se definen conforme se satisfacen las necesidades más básicas así lo estableció Abraham Maslow (como se citó en Universidad Rafael Urdaneta. 2011)

En esta investigación para la creación de una microempresa organizadora de eventos se analizará la necesidad social de amor y permanencia ya que estamos enfocados al desarrollo de actividades de tipo social.

El alquiler de menaje y organización de eventos sociales aparece como una protesta de la sociedad que necesita reunirse por la necesidad de asociarse en un entorno ya que todo ser humano por naturaleza siente la necesidad de relacionarse, de pertenecer a una comunidad, de ser aceptado en la sociedad, de tener amigos, sentir el compañerismo, el afecto y el amor, estas necesidades se las satisface por medio de distintas funciones o actividades que pueden ser deportivas culturales o recreativas.

Por esta razón la microempresa organizadora de eventos además de ofrecer un servicio de organización personalizado, servirá como medio para que personas se conozcan, interactúen y se relacionen entre sí, una fiesta es un buen lugar para hacer nuevos amigos y a través de esto satisfacer la necesidad social como lo establece Maslow.

### **2.2.2 Proyecto**

Como lo dice Gabriel Baca en su libro Evaluación de Proyectos, proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, la cual tiene a resolver una necesidad humana, la misma que tiende a resolver una necesidad humana. (Baca Urbina , 2013, p. 2)

En este sentido puede haber diferentes ideas, inversiones de monto distinto, tecnología y metodologías con diverso enfoque, pero todas ellas destinadas a satisfacer las necesidades del ser humano en todas sus facetas, como pueden ser: educación, salud, ambiente, cultura, etcétera. (Baca Urbina , 2013, p. 2)

“Un proyecto puede abarcar una gran variedad de operaciones, desde pequeñas iniciativas hasta programas complejos.” (Centro internacional de Formación OIT, 2012)

“Un proyecto es un esfuerzo para lograr un objetivo específico por medio de una serie particular de tareas interrelacionadas y el uso eficaz de los recursos.” (Jack & Clements, 2012, p. 4)

#### **2.2.2.1 Proyecto de inversión**

Un plan que, si se le asigna un monto de capital y se le suministra una variedad de insumos, producirá un bien o un servicio, que podrán ser de mucha utilidad a la sociedad. Para cualquier tipo de evaluación de proyecto de inversión, su principal objetivo es conocer su rentabilidad económica y social, y que a la vez asegure solucionar una necesidad humana en forma eficiente, segura rentable. Solo así es posible asignar los recursos económicos a la mejor alternativa. (Baca Urbina , 2013, p. 2)

#### **2.2.3 PYMES**

En el Ecuador se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo al volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas.

Por lo general en nuestro país las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas entre las que destacamos las siguientes:

- Comercio al por mayor y al por menor.
- Agricultura, silvicultura y pesca.
- Industrias manufactureras.
- Construcción.
- Transporte, almacenamiento, y comunicaciones.
- Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas.
- Servicios comunales, sociales y personales.

#### **2.2.4 Desarrollo de MIPYMES en la provincia de Santa Elena**

El Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad en las Agendas para la transformación productiva territorial establece que, las microempresas, las pequeñas y mediana empresas (a este conjunto se lo conoce como *mipymes*) tienen una importancia estratégica en el crecimiento de la economía, para la transformación del aparato productivo local, y la mejor posición competitiva del país. Además, estos segmentos empresariales contribuyen a reducir la pobreza y la inequidad, al ser alternativas de generación de empleo e ingresos y se caracterizan por tener especificidad de activos, lo que les permite valorizar únicos.

El objetivo es que las mipymes tengan un trabajo prioritario en todas las fases, desde las iniciativas para mejorar las condiciones de productividad, calidad y comercialización, hasta las que impulsen una participación estratégica y provechosa en los mercados nacionales e internacionales. (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad)

“Siempre será importante que este proceso se lleve a cabo con una responsabilidad clara de los organismos públicos nacionales, los gobiernos autónomos descentralizados y las mipymes. Son varias las políticas generales que debe establecerse para apoyarlos.” (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad)

- Facilitar y gestionar la interacción de los actores de las distintas cadenas productivas.

- Apoyar a participación de los pequeños productores en los sistemas de compras públicas.
- Establecer un programa de innovación continua que considere las particularidades de los territorios.
- Crear programas de crédito preferenciales de la banca pública y fortalecer las instituciones de microfinanzas y cooperativas locales.
- Fomentar los emprendimientos. (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad)

“Adicionalmente, se debe trabajar en políticas específicas a nivel territorial, que responda a la realidad de cada zona.” (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad. 2011)

- La formación de complejos productivos y acuerdos de competitividad.
- Determinar subsidios, apoyos y cofinanciamiento de proyectos para la creación de empresas, para desarrollar la capacidad de innovación y para un mayor desarrollo tecnológico.
- Facilitar programas de desarrollo de proveedores, para promover la articulación de las mipymes entre sí y con las grandes empresas.
- Establecer mecanismos de comercialización que permitan intercambios comerciales en el mercado interno de manera competitiva.
- Poner en funcionamiento sistemas de información territorial.
- Creación de fideicomisos que promuevan procesos de exportación y otros programas que involucren sistemas para usar mejor la tecnología y apoyar la diversificación productiva, sobre todo en las zonas menos favorecidas. (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad)

### **2.2.5 Microempresa**

Se entiende que microempresa es la unidad económica manipulada por personas naturales, jurídicas o de hecho, formales o informales, que tiene las siguientes características:

Actividades de producción, comercio o servicios en los subsectores de alimentos, cerámicos, confecciones-textil, cuero y calzado, electrónico-radio-televisión, gráfico, químico, materiales de construcción, maderero, metalmecánica, profesionales, transporte, restaurantes, hotelería y turismo ecológico, cuidado de carreteras y otros afines. Actividades de autoempleo que tengan hasta 10 trabajadores. Actividades con un capital de trabajo de hasta veinte mil dólares de los Estados Unidos de América, que no incluya inmuebles, vehículos que sean herramientas de trabajo. Actividades registradas en una organización gremial micro empresarial. (Armas, 2011, p. 17)

Microempresa es la unidad productiva más pequeña de la estructura empresarial, en términos de la escala de activos fijos, ventas y números de empleados, que realiza actividades de producción, comercio o servicio en áreas rurales o urbanas. A partir de los parámetros definidos para la microempresa, los países establecen los de las pequeñas y medianas empresa. En general, una microempresa es una unidad productiva de autoempleo, con no más de diez empleados; una pequeña empresa emplea entre 11 y 50 personas; y una mediana empresa emplea entre 51 y 100 personas esto lo dice Lizarazo. (Como lo cito Rodríguez, 2015, p. 8)

#### **2.2.5.1 Creación de empresas**

Toda persona que desee y tenga recursos puede crear una empresa, para ello debe tener en cuenta que el objetivo final de esa idea, se convierta en un proyecto real. Es importante que el futuro microempresario analice y tenga en cuenta los factores internos y externos que mejoraran o afectaran a su negocio, ya que el proyecto empresarial puede ser viable y por lo tanto es necesario cumplir el proceso de puesta en marcha, generar producción y ventas en el tiempo inicialmente planteado.

Los factores externos que afectan un proyecto empresarial y que tienen incidencia directa en las debilidades y en las fortalezas, generan efectos trascendentales hasta el punto de obtener éxito o fracaso, dependiendo de la solidez del negocio algunas de estas variables son: (Galindo, 2008, p. 6)

El mercado.

La competencia.

Las políticas macroeconómicas que definen los gobiernos.

Los efectos inflacionarios.

Los problemas sociales.

Los decretos y leyes.

Los efectos ambientales. Etc.

Los factores internos que debe evaluar el empresario, para asegurar su permanencia en el mercado son los siguientes:

Competitividad.

Gestión.

Eficiencia.

Variables microeconómicas. Etc.

Por eso es importante que el microempresario conozca muy bien el proyecto que va a implementar y todo lo que involucra su desarrollo de su negocio.

Adicionalmente, debe plantear la misión y la visión de su negocio, los objetivos corporativos, el plan de operación y de producción, el volumen de ventas, el diseño de la planta productiva, el equipo administrativo y el plan estratégico a nivel financiero para el montaje y puesta en marcha de una empresa. (Galindo, 2008, p. 6)

El propósito de toda empresa con fin de lucro es el de obtener un margen de rentabilidad que beneficie a los socios o accionistas, sin sacrificar la calidad del servicio o del producto, todo este proceso debe justificar la inversión realizada en el proyecto.

### **2.2.6 Empresas de servicios**

Los individuos sienten una infinidad de necesidades que deben ser satisfechas pero no siempre las satisfacen con la compra de un bien material, si no que se hace necesario que nos presten un servicio para que nos podamos sentir conformes con nuestras necesidades cubiertas, entre ellas tenemos las de recreación, capacitación, medicina, asesoramiento, construcción, turismo, televisión por cable, organización de una fiesta,

luz, gas etcétera. Por lo tanto una empresa de servicio tiene como fin brindar a la comunidad el beneficio de ser complacidos.

“La empresa de servicio es aquella cuya actividad principal es ofrecer un servicio con el objetivo de satisfacer necesidades colectivas, poseen fines de lucro, pueden ser públicas, privadas o mixtas”. (Concepto de definición de, 2014)

Ya tenemos claro que las empresas de servicios son las que como su nombre mismo lo indica brindan servicio a la comunidad.

Se clasifican en:

Transporte.

Turismo.

Instituciones financieras.

Servicios públicos (energía, agua, comunicaciones)

Servicios privados (asesoría, ventas, publicidad, contable, administrativo)

Educación.

Finanzas.

Salubridad.

Estética.

(Bustos y Gallegos, 2012, p. 32)

### **2.2.6.1 Servicio al cliente.**

En mercados altamente competitivos la batalla por mantener la facturación de clientes habituales es crucial para el éxito a largo plazo de una empresa. Pero el servicio al cliente no es solo una ventaja comparativa. En muchos sectores, es la ventaja que determina la competitividad de un negocio. El servicio, por su parte, es el nuevo parámetro que utilizan los clientes para juzgar a una empresa.

“La mayoría de las empresas no comprenden que el servicio al cliente es realmente una acción de ventas” dice N. Powell Taylor. Quien fue director de servicios al consumidor y operaciones telefónicas del centro de información de General Electric situado en

Louisville, Kentucky. Servicio de vender puesto que estimula al cliente a regresar a la empresa con mayor frecuencia y a comprar más. (Tschohl, 2001, p. 1)

De acuerdo con un estudio realizado por American Management Association, las compras realizadas por clientes leales, quienes recurren una y otra vez a una organización porque están satisfechos con los servicios recibidos, representan un 65 por ciento del volumen de ventas promedio de una empresa (Tschohl, 2001, p. 1)

Según lo explica Lino en su estudio, servicio al cliente es un conjunto de actividades que brinda un proveedor con el fin de que el cliente adquiera el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. (Rodríguez, 2015, p. 33).

### **2.2.7 Estrategias de marketing.**

Un análisis del mercado bien preparado y un análisis de la competencia son importantes para el plan formal de marketing. Pero la sección más detallada de dicho plan es que incluye la información sobre la estrategia, y es la que, en muchos aspectos, está más sujeta al severo escrutinio de los posibles inversionistas. La estrategia delimita el curso de acciones de marketing que formarán o destruirán la visión del emprendedor.

Se deben enfocar cuatro intercambios o áreas de estrategia de marketing:

- Decisiones de producto que transformarán la idea del producto o servicio básico en un cúmulo de satisfacción.
- Actividades de distribución relacionadas con la entrega del producto o servicio a los clientes.
- Actividades de fijación de precios que asignen un valor aceptable de intercambio sobre el producto o servicio total.
- Actividades de promoción que transmitan la información necesaria a los mercados metas. (Longenecker, Moore, Petty y Palich, 2010 pp. 185-186)

## **2.2.8 Estructura organizacional**

La eficiencia de una empresa se mide cuando ésta supera las expectativas de la empresa, para ello es importante evaluar el desempeño de sus trabajadores, la eficiencia de las máquinas y equipos, la optimización de los tiempos y movimientos, los costos, el desarrollo de las políticas y directrices trazadas por la gerencia general, esto debe traducirse en utilidades para los socios, bienestar para los trabajadores y, generando políticas de responsabilidad hacia la sociedad mediante el desarrollo sostenible. (Galindo Ruiz, 2008)

Las actividades que debe realizar el administrador de una empresa es:

### **2.2.8.1 Planear**

“Involucra el desarrollo de actividades, sistemáticas, mediante el desarrollo de procesos científicos, evitando la improvisación de actividades.” (Galindo Ruiz, 2008, p. 83).

### **2.2.8.2 Dirigir**

Permite desarrollar los procesos de acuerdo con las competencias de los trabajadores y el orden tomando como base las máquinas y equipos dispuestos en función de cada actividad, de acuerdo con los planes previstos para el logro de los objetivos propuestos. (Galindo Ruiz, 2008, p. 83)

### **2.2.8.3 Controlar**

“Son todas las tareas o actividades que se ejecutan de acuerdo con las políticas o planes establecidos por la dirección central.” (Galindo Ruiz, 2008, p. 83)

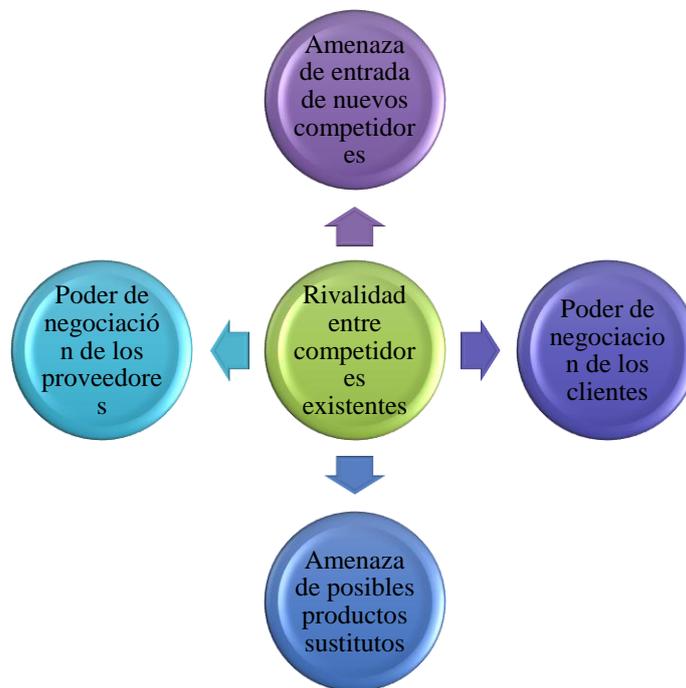
### **2.2.8.4 Ejecutar**

“Cada trabajador o cada máquina tiene establecidas las tareas o actividades que son necesarias para el desarrollo de la actividad operacional y comercial de la empresa”. (Galindo Ruiz, 2008, p. 83).

### 2.2.9 Las cinco fuerzas de Michael Porter

Michael Porter, es uno de los más grandes estrategas, líder y uno de los mejores economistas de todos los tiempos, entre sus éxitos encontramos el desarrollo de las cinco fuerzas de Porter, que mediante su aplicación, permiten maximizar los recursos y superar a la competencia. El economista manifiesta que si no se tiene un plan perfectamente diseñado, es imposible sobrevivir en el mundo de los negocios.

**Figura 2.** Las cinco Fuerzas competitivas de Porter



*Fuente:* Fred R. David 2013

Michael Porter ha reconocido las cinco fuerzas competitivas que establecen el atractivo esencial a largo plazo de un mercado los mismos que son: Rivalidad entre competidores existentes, Amenaza de entrada de nuevos competidores, amenaza de posibles productos sustitutos, poder de negociación de los clientes y finalmente el poder de negociación de los proveedores. (Kotler, P. y Keller, K. 2012, p. 5)

### **2.2.9.1 Rivalidad entre competidores existentes**

Un mercado con un gran número de competidores fuertes no es atractivo, en estos mercados existen guerras de precios, lanzamientos de nuevos productos, publicidad constante, todas estas actividades harán que competir sea difícil ya que requiere de un elevado uso de recursos económicos. (Kotler, P. y Keller, K. 2012, pp 232)

La rivalidad entre competidores generalmente inicia cuando diversas empresas se enfrentan por una posición en el mercado, en este punto se puede competir directamente con otras empresas que ofrezcan el mismo servicio.

### **2.2.9.2 Amenaza de entrada de nuevos competidores**

Aquí el mercado no es atractivo, esto depende de que las barreras sean fáciles o difíciles de pasar por nuevos comerciantes, que lleguen con novedosos recursos, tengan competencia como para apoderarse de una parte del mercado. Los nuevos participantes de la industria por lo general contribuyen con nuevas capacidades, deseos de ganar participación de mercado y recursos importantes. Por lo tanto, representa amenazas para una organización establecida. La amenaza de su ingreso depende de la presencia de barreras de entrada y de la reacción que se espera de los competidores existentes. (Kotler, P. y Keller, K. 2012, pp. 232).

### **2.2.9.3 Amenaza de posibles productos sustitutos**

Un mercado no llama la atención cuando hay productos sustitutos potenciales, si estos productos muestran estar tecnológicamente en niveles superiores abaratan precios y esto causa que los márgenes de utilidad de una compañía bajen. (Kotler, P. y Keller, K. 2012, pp. 232).

Se puede decir que un producto sustituto es diferente al original, pero que satisface las necesidades, a medida que aparecen más sustitutos, se puede observar que la demanda y el precio de los productos se hacen más flexibles, por lo que los fabricantes pueden

asegurarse incrementando los precios o la propia empresa se ve forzada a reducir sus propios precios.

#### **2.2.9.4 Poder de negociacion de los clientes**

El mercado no es atractivo si los compradores tienen el poder de negociación fuerte, cuando existe un mayor orden, las peticiones en materia de reducción de precios, mejor calidad de servicios, esto incurrirá en una baja en los márgenes de utilidad. (Kotler, P. y Keller, K. 2012, pp. 232)

#### **2.2.9.5 Poder de negociación de los proveedores.**

El mercado no es atractivo si los proveedores pueden subir los precios y se encuentren organizados, tengan recursos e impongan sus condiciones de los productos, Es complicado cuando no hay productos sustitutos de los insumos utilizados. Los clientes afectan enormemente a una industria a través de su poder o capacidad para rebajar los precios de los productos, exigir mayor calidad o más servicios y hacer enfrentar a los competidores entre ellos. (Kotler, P. y Keller, K. 2012, pp.232).

#### **2.2.10 Análisis FODA**

Según Díaz y Matamoros (2011) las siglas FODA se originan de las palabras fortalezas, oportunidades, debilidades, y amenazas. Es un instrumento de administración que permite el curso de la programación estratégica facilitando información indispensable para crear medidas para corregir y mejorar el crecimiento de proyectos.

Talancón, H. (2006) manifiesta que el análisis FODA es efectuar una estimación de los elementos fuertes y débiles, que al encontrarse en grupo determinan el estado interno de una organización, mientras que al evaluar las oportunidades y amenazas brindan una visión general de cómo se encuentra estratégicamente una organización.

### **2.2.10.1 Fortaleza**

Marcan la diferencia con los competidores, factores de importancia con los que la empresa cuenta. (Castro W. 2015).

### **2.2.10.2 Oportunidades**

Son los aspectos positivos que la empresa posee, se los puede aprovechar. (Castro W. 2015).

### **2.2.10.3 Debilidades**

Son los factores negativos que se deben eliminar o desechar, son las que se deben mejorar para convertirlas en fortalezas. (Castro W. 2015).

### **2.2.10.4 Amenazas**

Las amenazas pueden complicar el logro de los objetivos, estas provienen del entorno. (Castro W. 2015).

## **2.2.11 Valores Organizacionales**

Como lo menciona Ansa M. en el año 2009 en la Revista Arbitrada Formación Gerencial los valores organizacionales, son las bases que determinan la conducta dentro de la organización y de todo aquel que la conforma. Existen tres tipos de valores como pueden ser los éticos entre ellos están la honradez, equidad, lealtad, dignidad, discreción y responsabilidad, los valores profesionales como son la puntualidad y asistencia, eficacia, creatividad, actualización profesional, cooperación, productividad, iniciativa, espíritu de servicio y solidaridad, y dentro de los valores organizacionales tenemos honestidad, respeto, legitimidad, calidad y compromiso social, ecológico y económico con la comunidad.

### **2.2.12 Responsabilidad Social y Sostenibilidad**

El desarrollo sostenible, perdurable o sustentable, nace como una respuesta al deterioro del medio ambiente. La siguiente definición fue establecida por primera vez en el año de 1987 en el informe de Brundtland como “Satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro para atender sus propias necesidades” el mismo que fue confirmado en el año 1992 “El derecho al desarrollo debe ejercerse en forma tal que responda equitativamente a las necesidades de desarrollo y ambientales de las generaciones presentes y futuras. (Viteri, J., & Jácome, M. (2013).

La sostenibilidad tiene varios aspectos que la empresa debe asumir hoy con una visión del mañana como un estrategia empresarial que aborde temas actuales de rendición de costos, riesgos, cuidado medio ambiental y los convierta en iniciativas empresariales y tecnológicas no solo que sean innovadoras si no también alcancen una rentabilidad y un crecimiento por un largo tiempo. (Viteri, J., & Jácome, M. (2013).

La responsabilidad social es el compromiso de reconocer los problemas de interés público como los siguientes: medio ambiente, pobreza, hambre, desigualdad de ingresos, atención de salud, desnutrición. La responsabilidad social concierne a las empresas, estado, universidades, estos son los medios que proporcionan acciones que generen impactos positivos en la sociedad. (Viteri J., 2010).

### **2.2.13 ¿Para que sirve un manual de funciones?**

Un manual de funciones sirve para describir la secuencia lógica las tareas que componen cada uno de los procedimientos que se quieran llevar a cabo, recalando principalmente quién, cómo, dónde y cuándo y para qué se lo realiza. (Contreras, R., Rosales, L. & Meraz, L. & González, J. 2013).

## **2.2.14 Determinación de la Factibilidad**

### **2.2.14.1 Factibilidad**

Se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados, la factibilidad se apoya en tres aspectos básicos:

- Operativo.
- Técnico.
- Económico.

El éxito de un proyecto está determinado por el grado de factibilidad que se presente en cada una de los tres aspectos anteriores.

Estudio de Factibilidad: Sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación. (Ramírez, O., & Paúl, H. 2012).

### **2.2.14.2 Objetivos de un Estudio de Factibilidad.**

- Auxiliar a una organización a lograr sus objetivos.
- Cubrir las metas con los recursos actuales en las áreas técnicas, económicas y operativas.
- Reducción de errores y mayor precisión en los procesos.
- Reducción de costos mediante la optimización o eliminación de recursos no necesarios.
- Integración de todas las áreas y subsistemas de la empresa.
- Actualización y mejoramiento de los servicios a clientes o usuarios.
- Aceleración en la recopilación de datos.
- Reducción en el tiempo de procesamiento y ejecución de tareas.
- Automatización u optimización de procedimientos manuales.
- Reinversión social de sus excedentes, con igualdad sustantiva entre sus integrantes.

### **2.2.14.3 Recursos de los estudios de Factibilidad**

La determinación de los recursos para un estudio de factibilidad sigue el mismo patrón considerado por los objetivos vistos anteriormente, el cual deberá revisarse y evaluarse si se llega a realizar un proyecto, estos recursos se analizan en función de tres aspectos:

#### **Factibilidad Operativa**

Se refiere a todos aquellos recursos donde interviene algún tipo de actividad (Procesos), depende de los recursos humanos que participen durante la operación del proyecto. Durante esta etapa se identifican todas aquellas actividades que son necesarias para lograr el objetivo y se evalúa y determina todo lo necesario para llevarla a cabo. (Ramírez, O., & Paúl, H. 2012).

#### **Factibilidad Técnica**

Se refiere a los recursos necesarios como herramientas, conocimientos, habilidades, experiencia, etc., que son necesarios para efectuar las actividades o procesos que requiere el proyecto. Generalmente se refiere a elementos tangibles que se pueden medir.

El proyecto debe considerar si los recursos técnicos actuales son suficientes o deben complementarse.

#### **Factibilidad Económica**

Se refiere a los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar o llevar a cabo las actividades o procesos y/o para obtener los recursos básicos que deben considerarse son el costo del tiempo, el costo de la realización y el costo de adquirir nuevos recursos.

Generalmente la factibilidad económica es el elemento más importante ya que a través de él se solventan las demás carencias de otros recursos, es lo más difícil de conseguir y requiere de actividades adicionales cuando no se posee.

#### **2.2.14.4 Presentación de un estudio de Factibilidad**

Un estudio de factibilidad requiere ser presentado con todas la posibles ventajas para la empresa u organización, pero sin descuidar ninguno de los elementos necesarios para que el proyecto funcione. Para esto dentro de los estudios de factibilidad se complementan dos pasos en la presentación del estudio:

##### **Requisitos Óptimos**

Se refiere a presentar un estudio con los requisitos óptimos que el proyecto requiera, estos elementos deberán ser los necesarios para que las actividades y resultados del proyecto sean obtenidos con la máxima eficacia.

##### **Requisitos Mínimos**

Consiste en un estudio de requisitos mínimos, mínimos necesarios que el proyecto debe tener para obtener las metas y objetivos, este paso trata de hacer uso de los recursos disponibles de la empresa para minimizar cualquier gasto o adquisición adicional.

Un estudio de factibilidad debe representar gráficamente los gastos y los beneficios que acarreará la puesta en marcha del sistema, para tal efecto se hace uso de la curva costo-beneficio.

#### **2.2.15 Marketing**

El marketing trata de identificar y satisfacer las necesidades humanas y sociales. Una de las mejores y más cortas definiciones de marketing es “Satisfacer las necesidades de manera rentable.” La American Marketing Association, ofrece la siguiente definición formal: Marketing es la actividad o grupo de entidades y procedimiento para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los consumidores, clientes, socios y la sociedad en general. (Kotler, P. y Keller, K. 2012, p. 5).

El marketing es un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactorios de necesidades, asignarle precios, promover y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de la organización, lo menciona Stanton y otros. (Como se citó en Yanchaguno Elsa, 2011).

“El marketing es un proceso social por el cual tanto grupos como individuos obtienen lo que necesitan y desean mediante la creación, oferta y libre intercambio de productos y servicios de valor con otros grupos de individuos.” (Kotler, P. y Keller, K. 2012)

### **2.2.15.1 Marketing mix**

“Conjunto de herramientas tácticas de marketing (producto, precio, plaza y promoción) que la empresa combina para producir la respuesta deseada en el mercado meta.” (Kotler y Armstrong, 2012, p. 51)

#### **Producto**

“Es la combinación de bienes y servicios que la compañía ofrece al mercado meta.” (Kotler y Armstrong, 2012, p. 51)

#### **Personas**

Las personas desempeñan un papel imprescindible en la comercialización de los servicios. Es importante saber que recurso humano requerimos para la empresa pero es más importante quienes están en contacto directo con los clientes porque de ellos dependerá un mayor o menor éxito de la empresa.

#### **Precio**

“Es la cantidad de dinero que los clientes tienen que pagar para obtener el producto” (Kotler y Armstrong, 2012, p. 52).

## **Plaza**

“Incluye las actividades de la compañías que hacen que el producto este a la disposición de los consumidores meta.” (Kotler & Armstrong, 2012, p. 52).

## **Promoción**

“Implica actividades que comunican las ventajas del producto y persuaden a los clientes meta de que lo compren.” (Kotler y Armstrong, 2012, p. 52)

## **Publicidad**

Es la difusión o divulgación de información de ideas u opiniones de carácter político religioso o comercial, con una única intención de que las personas que lo ven reacciones de una determinada manera, piense según unas ideas o adquiera un determinad producto o servicio.

## **Cliente**

Es la persona que utiliza con frecuencia los servicios de un profesional o empresa.

## **Misión**

Sirve a la empresa como guía, es el propósito general o razón de ser de las empresas, responde las preguntas ¿Para qué se creó nuestra empresa? ¿Por qué nació la empresa?

## **Visión**

Es el camino al que se dirige la empresa a largo plazo y establece en que se convertirá la empresa.

### **2.2.16.1 Estudio de Mercado.**

Es un proceso sistemático de recolección de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un proyecto de factibilidad, un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados. (Vaca Luzuriaga, 2013, p. 17)

### **2.2.16.2 Presupuestos**

Según (Hernández y Rodríguez & Pulido Martínez, 2011) “el presupuesto es el cálculo anticipado de los ingresos y egresos de la operación financiera de una empresa durante un periodo, por lo general en forma anual”.

## **2.3 Marco Legal**

### **2.3.1 Constitución de la microempresa**

En esta sección se describirá en primera instancia el tipo de entidad que se conformará, familiar o limitada además la parte tributaria de la misma no podría dejarse a lado por lo que se especificarán los diferentes impuestos a los que estará sujeta la microempresa.

Por lo tanto la Microempresa organizadora eventos sociales iniciará sus actividades bajo la personería de compañía de responsabilidad limitada.

Por otro lado, el inicio de operaciones legales de las empresas en el Ecuador requiere la obtención de registros y autorizaciones ante diferentes entidades públicas y privadas, dependiendo de la forma empresarial, así como de la envergadura y actividad comercial a desarrollar; detalles que se especificaran más adelante.

Para la constitución de la empresa se debe conseguir las siguientes formalidades:

### 2.3.2 Requisitos para el permiso de funcionamiento por primera vez:

#### **Servicio de Rentas Internas. Emisión de Registro Único de Contribuyentes (RUC.)**

- Original y copia de cédula de identidad.
- Original de certificado de votación de las últimas elecciones.
- Copia de planilla de servicios básicos actualizada del domicilio y del lugar donde realiza la actividad económica: a nombre del contribuyente o familiares directos.
- Correo electrónico activo.
- Número de teléfono celular.

Si la planilla no consta a nombre del contribuyente o familiares directos deberá presentar:

Por primera vez.

- Carta de sesión firmada por el dueño de la planilla.
- Copia de cédula y certificado de votación del dueño de la planilla.
- Original y copia de contrato de arrendamiento inscrito en el juzgado de inquilinato, juzgado civil o notariado no reconocimiento de firmas siempre que este supere la base de un salario básico unificado.

#### **Superintendencia de compañías**

**Reserva de nombre en la superintendencia de compañía:** Este trámite es efectuado en la página web [www.supercias.gob.ec](http://www.supercias.gob.ec) consiste en verificar si no existe un nombre igual al de la empresa que se va a constituir.

**Elaborar el estatuto social (Elaboración de minuta):** Es un contrato social que regirá a la sociedad y señala el tipo de empresa que es y se valida mediante una minuta firmada por un abogado.

Requisitos:

- Datos del titular o socio
- Nombre
- Domicilio
- Estado civil
- Nacionalidad
- Ocupación
- Ruc.

**Abrir una cuenta de integración de capital:** Si el aporte del capital es en efectivo se tendrá que presentar una copia de la minuta para abrir una cuenta corriente en el banco de preferencia.

Requisitos:

- Capital mínimo: \$800
- Carta de socios en la que detalla la participación de cada uno de los accionistas.
- Copias de cédulas y papeleta de votación de cada accionista.
- Si el aporte es en bienes se tendrá que adjuntar a la minuta un informe detallado de enseres con su valor correspondiente.

**Elevar a escritura pública. (Trámite notarial)**

- Minuta de constitución de la empresa, original y copia.
- Constancia del depósito bancario por la apertura de la cuenta corriente a nombre de la empresa que se va a constituir.
- Copia de documentos de identidad de los otorgantes y cónyuges en caso de ser casados.
- Pago de los derechos notariales.
- Escritura pública de constitución, el notario o el titular de la empresa debe enviarla al registro público para su inscripción.

**Aprobar el estatuto:** Consiste en llevar la escritura pública a la Superintendencia de compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución. Si no hay observaciones, el trámite estará listo en cuatro o cinco días laborables. La Superintendencia de

Compañías entregara cuatro copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional.

**Inscribir la compañía:** Con todos los documentos antes descritos, se deberá ir al Registro Mercantil del cantón donde fue constituida la empresa, para inscribir la sociedad.

**Publicación:** Consiste en publicar un extracto de la escritura constitutiva en un medio de comunicación masivo.

**Inscribir el nombramiento del representante:** Este trámite consiste en inscribir el nombramiento de administrado de la empresa en el registro mercantil.

#### **Requisitos para RUC persona jurídica**

- Ruc 01-A, lleno firmado por el Representante Legal.
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil.
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal con reconocimiento de firmas.

#### **Permiso de funcionamiento Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón La Libertad.**

Por primera vez

- Llenar solicitud haciendo la petición de patente.
- Copia de cedula de ciudadanía
- Copia de RUC
- Copia de contrato de arrendamiento del local.
- Predio urbano al día.
- Copia de planilla de servicio básico.

### **Permiso de funcionamiento Cuerpo de Bomberos La Libertad**

Es un documento que otorga la mencionada entidad una vez que el personal del Cuerpo de Bomberos haya inspeccionado el local donde funcionara el negocio, básicamente consiste en revisar instalaciones y en asegurarse de que tenga los medio necesarios para prevenir y contrarrestar cualquier tipo de incendios que se puedan presentar.

Requisitos:

- Copia de RUC
- Factura de compra o recarga de extintor
- Tipo de extintor (10 lbs.- 15 bs. -20 lbs. Pqs o Co2)
- Uso de suelo (GAD)
- Informe de inspección
- Pago de tasa (De acuerdo al tamaño del local entre \$29 - \$58)

### **Certificado de salud**

Consiste en la realización de exámenes médicos para conocer el estado de salud de los empleados de la microempresa.

### **Permiso sanitario**

Para obtener este permiso, se presenta en la Jefatura Provincial de Salud de cada provincia.

Requisitos:

- Certificado de uso de suelo.
- Categorización (para locales nuevos) otorgados por el área de control sanitario.
- Comprobante de pago de patente del año.
- Certificado de salud.
- Informe del control sanitario sobre el cumplimiento de requisitos para la actividad.
- Copia de cedula de identidad y papeleta de votación actualizada.

### **Inscripción de nuevo empleador Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social**

- Ir a esta dirección [www.iess.gob.ec](http://www.iess.gob.ec)
- Sistema de empleadores.
- Registro de nuevo empleador.
- Sector privado y llenar datos.
- Se registra la afiliación del patrono y empleados. El primero debe obtener la clave, a través de la dirección [www.iess.gob.ec](http://www.iess.gob.ec)

### **Pasos para obtener el permiso otorgado por La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria ARCSA**

- Descargar de la página WEB del Ministerio de Salud Publica [www.salud.gob.ec](http://www.salud.gob.ec) en el link ARCSA los formularios
- Ingrese al Sistema <http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/>
- Genere un usuario y contraseña
- Llene la solicitud (Guía para la obtención del Permiso de Funcionamiento)
- Verifique el código y los requisitos en la Guía de Requisitos para la obtención del Permiso de Funcionamiento
- Imprima la orden de pago para cancelar el valor indicado en el mismo, en cualquier sucursal del Banco del Pacífico.
- Después de 72 horas se validará su pago y podrá imprimir su factura y permiso de funcionamiento.
- Los siguientes requisitos NO son necesarios adjuntarlos porque serán verificados en línea con las instituciones pertinentes.
- Número de Cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
- Número de cédula y datos del responsable técnico de los establecimientos que lo requieren (Perfil Representantes Técnicos de Plantas Procesadoras de Alimentos).
- Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC/RISE)
- Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad, si fuera el caso.

## **CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **3.1 Metodología de la investigación**

#### **3.1.1 Tipo de investigación**

La investigación descriptiva según Fidias Arias (2006) es la que busca interpretar un fenómeno con el objetivo de constituir los cimientos. El nivel de conocimientos de ese tipo de investigación es intermedio.

Esta investigación es descriptiva porque se hace una descripción absoluta y detallada de las características, de cada uno de los factores, fenómenos y hechos, del mercado que se investigó, los resultados que arrojó la investigación aportaron en la adquisición conocimientos en el campo de la organización de eventos sociales, los mismos que fueron explicados a través de un análisis. Con este tipo de investigación se logró organizar la información que se obtuvo de las encuestas, la finalidad fue hacer un extracto presentando los resultados de una manera tabulada, para luego proceder a hacer la interpretación de los datos obtenidos.

El estudio de mercado aportó al desarrollo de la propuesta de creación de una microempresa organizadora de eventos sociales, principalmente porque permitió tener una idea clara de lo que necesita el negocio, como la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el servicio, la infraestructura necesaria para el negocio, provisiones necesarias para llevar a cabo un evento, además que servicios serán los más solicitados, el tipo de clientes que se encuentran interesados en contratar los servicios.

#### **3.1.2 Enfoque de la investigación**

##### **3.1.2.1 Cuantitativo**

Según Hueso y Sempere (2012) el enfoque cuantitativo se basa en el uso de técnicas estadísticas para adquirir conocimientos de los aspectos de interés de la población objeto de estudio.

En la presente investigación se tomó en cuenta el enfoque cuantitativo, porque se obtuvieron datos numéricos en grandes cantidades, los mismos que permitió definir, explicar y argumentar con bases las hipótesis planteadas.

### **3.1.2.2 Cualitativo**

“La investigación cualitativa esencialmente desarrolla procesos en términos descriptivos e interpreta acciones, lenguajes, hechos funcionalmente relevantes y los sitúa en una correlación con el más amplio contexto social.” Rodríguez, J. (2011).

Es cualitativa porque se realizó encuestas y a través de ellas se logró conocer las percepciones, ideas, opiniones, preferencias y gustos de la población en estudio.

### **3.1.3 Técnicas de investigación**

Las técnicas usadas para esta investigación fueron, las técnicas de campo y técnica documental.

#### **3.1.3.1 Técnica documental**

Como lo describe Grajales T. (2000) la investigación documental es aquella que se lleva a cabo a través de documentos como pueden ser libros, revistas, periódicos, memorias, anuarios, registros, constituciones, entre otros.

Para realizar esta investigación se aplicó esta técnica, porque es la que permite recopilar información a través de la consulta de documentos como fueron libros, revistas, tesis de grado, tesis de maestría, artículos científicos, documentos de sitio web. El uso de esta técnica fue de gran ayuda para el desarrollo del marco teórico siendo este el punto de partida para la adquisición de conocimientos sobre lo que compete al proyecto.

### **3.1.3.2 Técnica de campo.**

La técnica de campo, también es conocida como investigación directa, la misma que se lleva a cabo en el lugar y tiempo en que acontece la investigación, permite la observación y el contacto directo con el objeto de estudio. (Grajales T. 2000).

Dentro de las técnicas de campo se realizaron observaciones directas y encuestas.

#### **Observación directa**

La observación directa es cuando los sujetos a investigar son personas, paisajes, lugares, etc. y existe la necesidad de que el investigador se desplace a ellos.

Se llevó a cabo la observación directa, por medio de visitas a los posibles competidores, (Ver anexo 3) la misma que fue de gran aporte a la presente investigación. La observación sirvió para saber a quienes se enfrentará la microempresa, a través de esta técnica se pudo conocer el tipo de productos, los servicios que ofrecen, precios, calidad del servicio, promociones, combos establecidos, como es la atención al cliente, entre otros.

#### **Encuestas**

Por medio de las encuesta se recabo la información necesaria para el desarrollo de la propuesta y se pudo tener contacto directo con los encuestados la misma que se llevó a cabo en el centro del cantón La Libertad (ver anexo 4). Para la tabulación de las encuestas se utilizaron herramientas, las mismas que detallaremos continuación.

Padin, L. (2007) en su manual de usuario explica que Excel es una herramienta que permite realizar hojas de cálculo, maneja datos de diferente tipo, permite hacer gráficos, tablas, analiza y administra información, la misma que posibilita trabajar con números de manera fácil e intuitiva. Conociendo las ventajas que proporciona esta aplicación y el fácil manejo, se aprovechó sus bondades y se lo usó en el análisis de los datos de las

encuestas de esta investigación, se la ejecutó en las preguntas uno, dos, tres, cuatro, seis, siete, ocho, nueve, y once.

La aplicación SPSS de IBM es un sistema extenso y adaptable de estudio estadístico y administración de información, que está apto para trabajar con datos que provienen de distintos formatos ofreciendo desde gráficos sencillos hasta análisis estadísticos complejos CASEN, E. (2006), se aplicó esta herramienta en las preguntas cinco y doce porque este programa permite hacer un análisis estadístico y brinda las funciones necesarias para llevar a cabo el desarrollo analítico de principio a fin de los datos, se empleó el SPSS en las preguntas cinco y doce porque son preguntas con respuestas múltiples, se ahorró tiempo y fue más sencilla su tabulación.

Como lo menciona José Serrano Angulo (2013), una pregunta de respuesta múltiple se propone de modo que el encuestado pueda elegir más de una de alternativa o todas. Esto hace que estas interrogantes se separen para su tabulación en tantas variables dicotómicas como alternativas se planteen.

## **3.2 Población y muestra**

### **3.2.1 Población**

Según Raúl Rojas (2013) cuando se habla de población en términos estadísticos, se refiere a la totalidad de los elementos que tienen las principales características objeto de análisis.

La población del cantón La Libertad es de 95.942 habitantes; de los cuales 47.912 son mujeres y 48.030 son hombres según el INEC en el censo de Población y Vivienda realizado en noviembre del 2010 (GADM). Revisando la página del Instituto Nacional De Estadísticas y Censos (INEC), presenta datos de la proyección de la población Ecuatoriana, por años calendario periodo 2010-2020, donde se puede observar que para el año 2016 la población estimada 110.426(Ver anexo 6) (INEC, 2016)

### 3.2.2 Muestra

“La muestra es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible” (Arias F., 2006).

Para este estudio se trabajó con la fórmula de la población desconocida ya que mirando desde el punto de vista real, en el desarrollo de fiestas predomina mucho la opinión de los homenajeados ya sea en fiestas infantiles, quince años, aniversarios, etc. La opinión de estas personas (niños, adolescentes, ancianos) influye mucho en la decisión que tomará el organizador.

El tamaño de la muestra se determinó por medio de aplicación de fórmula estadística.

**e** = Error admisible determinado por el investigador es el 6%  $e = 0.06\%$

**p**= Posibilidad a favor que equivale  $p= 0,5$

**q**= Posibilidad en contra que equivale a  $q= 0,5$

**Z**= Constante que depende del nivel de confianza 95% que equivales a 1,96

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2} \quad n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,06^2} \quad n = \frac{3,84 * 0,25}{0,0036} \quad n = \frac{0,96}{0,0036} = 268$$

**N= 268** Número de encuestas que se realizó.

La muestra incluye a los habitantes y transeúntes de la zona céntrica del cantón La Libertad, ya que la Microempresa tiene por objetivo establecer sus instalaciones en el centro del Cantón antes mencionado, los encuestados fueron personas mayores de 18 años, sin necesidad de que sean económicamente activas ya que al momento de organizar fiestas o algún tipo de evento, no siempre el que cubre los gastos es el que organiza el acontecimiento, en ciertos casos suelen ser padrinos, familiares que se encuentran en el extranjero, etc. A este grupo de personas se les hizo una encuesta sobre la problemática planteada, la misma que se la realizó de manera personalizada, se les efectuó doce preguntas, con el fin de obtener información relevante que beneficie al crecimiento de la microempresa dentro de este mercado.

## Análisis de los resultados

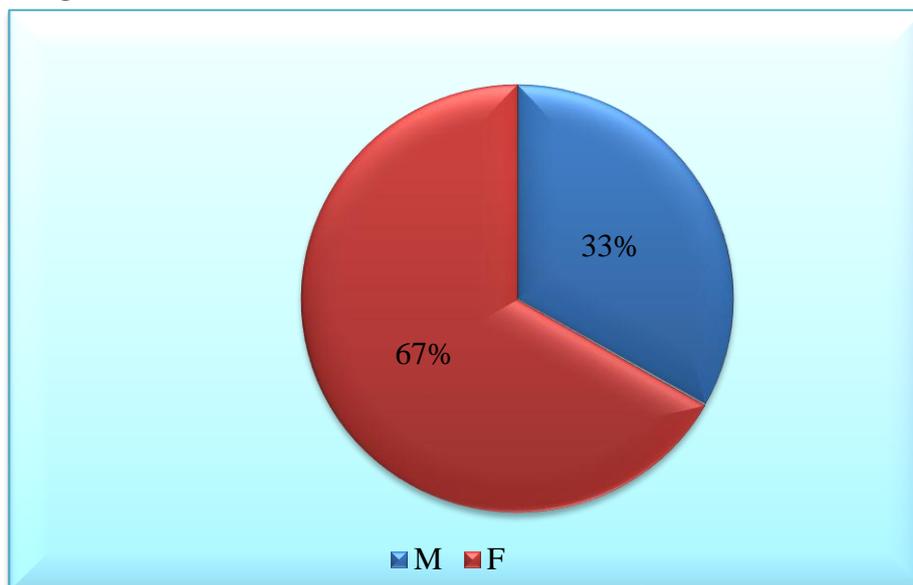
**Tabla 2.** Sexo de los encuestados

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
M	89	33%
F	179	67%
<b>Total</b>	<b>268</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta

*Elaborado por:* La autora

**Figura 3.** Sexo de los encuestados



*Fuente:* Encuesta

*Elaborado por:* La autora

**Análisis:** Del total de los encuestados el 67.0% fueron mujeres, y el 33.0% hombres, los encuestados no tuvieron problema al contestar esta parte de la encuesta.

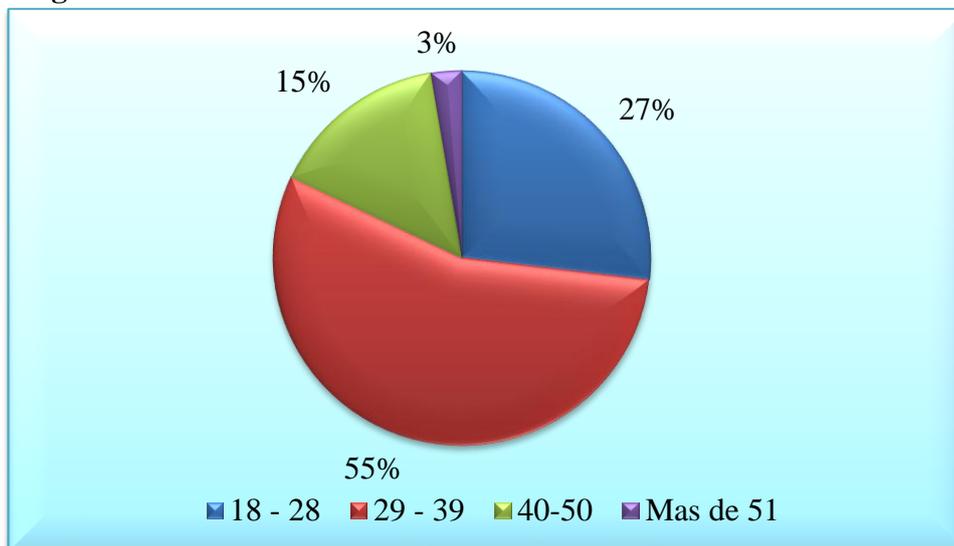
**Tabla 3.** Edad de los encuestados

Edades	Frecuencia	Porcentaje
18 – 28	72	27%
29 – 39	148	55%
40-50	41	15%
Más de 51	7	3%
<b>Total</b>	<b>268</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta

*Elaborado por:* La autora

**Figura 4.** Edad de los encuestados



*Fuente:* Encuesta

*Elaborado por:* La autora

**Análisis:** Del total de encuestados el 27.0% tienen entre 18 y 28 años, el 55.0% tienen entre 29 y 39 años, el 15.0% tiene entre 40 y 50 años y tan solo un 3.0% tienen más de 51 años de edad.

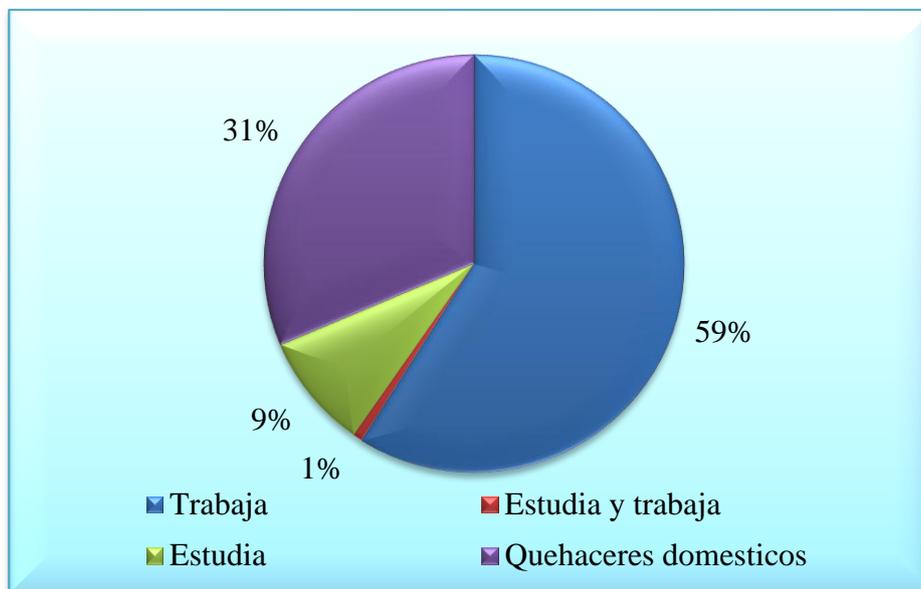
**Tabla 4.** Ocupación de los encuestados

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje
Trabaja	158	59%
Estudia y trabaja	2	1%
Estudia	24	9%
Quehaceres domésticos	84	31%
<b>Total</b>	<b>268</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta

*Elaborado por:* La autora

**Figura 5.** Ocupación de los encuestados



*Fuente:* Encuesta

*Elaborado:* La autora

**Análisis:** Del total de las personas encuestados el 59.0% trabaja, el 31.0% se dedica a los quehaceres domésticos, el 9.0% estudia y el 1.0% estudia y trabaja.

**Tabla 5.** Pregunta 1. ¿Acostumbra a celebrar cumpleaños u otro tipo de fiestas a sus hijos o familiares?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	88	33%
A veces	177	66%
Nunca	3	1%
<b>Total</b>	<b>268</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta

*Elaborado por:* La autora

**Figura 6.** Costumbre de celebrar cumpleaños



*Fuente:* Encuesta

*Elaborado por:* La autora

**Análisis:** El 66.0% de los encuestados celebran cumpleaños o algún tipo de festejos a veces esto es de 1 a 3 veces por año, el 33.0% de los encuestados siempre siendo esto de 4 a 6 veces por año y el 1.0% de la población no celebra nunca ningún tipo de acontecimiento.

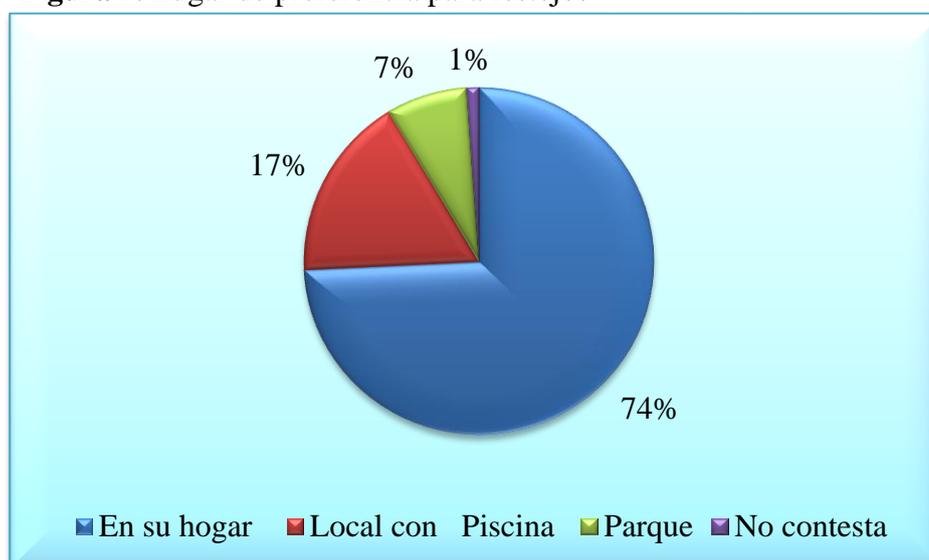
**Tabla 6.** Pregunta 2 ¿Qué lugar prefiere para la celebración de una fiesta?

Lugar	Frecuencia	Porcentaje
En su hogar	199	74%
Local con Piscina	46	17%
Parque	20	7%
No contesta	3	1%
<b>Total</b>	<b>268</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta

*Elaborado por:* La autora

**Figura 7.** Lugar de preferencia para festejos



*Fuente:* Encuesta

*Elaborado por:* La autora

**Análisis:** La mayoría de los encuestados acostumbra a realizar sus fiestas en sus hogares esto está representado con un 74.0%, seguido por un 17.0% de los encuestado prefiere realizar sus eventos en locales con piscina o especializados, el 8.0% desea realizar sus eventos en un parque y el 1.0% de la población prefiere no contestar.

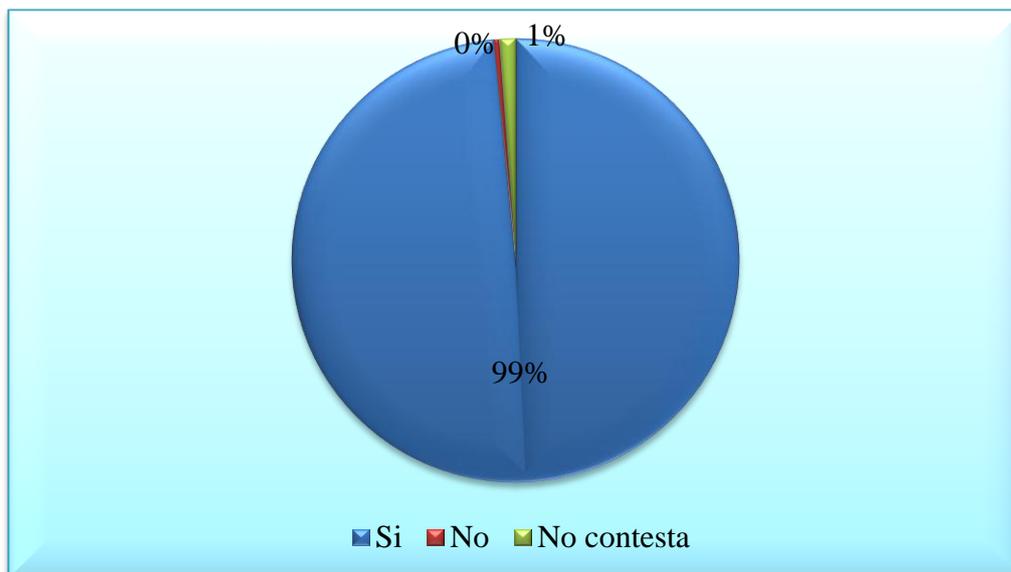
**Tabla 7.** Pregunta 3 ¿Contrataría los servicios de una empresa que se dedique a la organización de eventos sociales?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	264	99%
No	1	0%
No contesta	3	1%
<b>Total</b>	<b>268</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta

*Elaborado por:* La autora

**Figura 8.** ¿Contrataría los servicios?



*Fuente:* Encuesta

*Elaborado por:* La autora

**Análisis:** El resultado de esta pregunta es muy favorable para la creación de una microempresa organizadora de eventos, ya que el 99.0% de la población dijo que si contrataría los servicios de la microempresa, y el 1.0% de los encuestado no contesto porque no realizan ningún tipo de eventos.

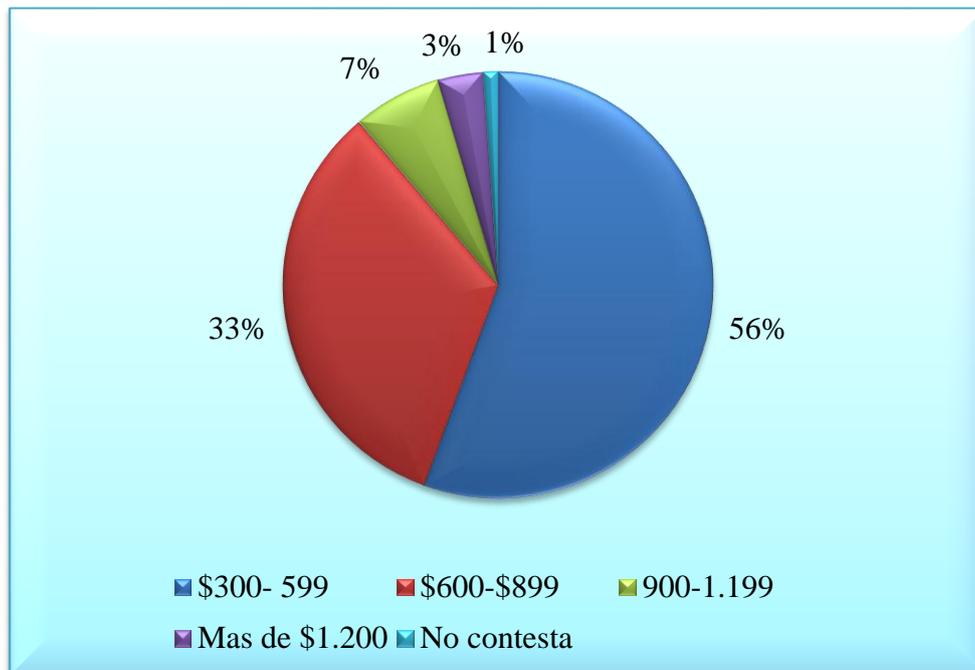
**Tabla 8.** Pregunta 4 ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar por la organización de una fiesta?

Rango	Frecuencia	Porcentaje
\$300- 599	177	66%
\$600-\$899	62	23%
900-1.199	20	7%
Más de \$1.201	6	2%
No contesta	3	1%
<b>Total</b>	<b>268</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

**Figura 9.** Gasto



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

**Análisis:** Del total de encuestados el 56.0% está dispuesto a gastar en un evento de \$300 a \$599, mientras que el 33.0% está dispuesto a gastar entre \$600 a \$899, el 7.0% de los encuestados entre \$900 y \$1.199, el 3% de los encuestados más de \$1.200 y finalmente el 1.0% de los encuestados no responde.

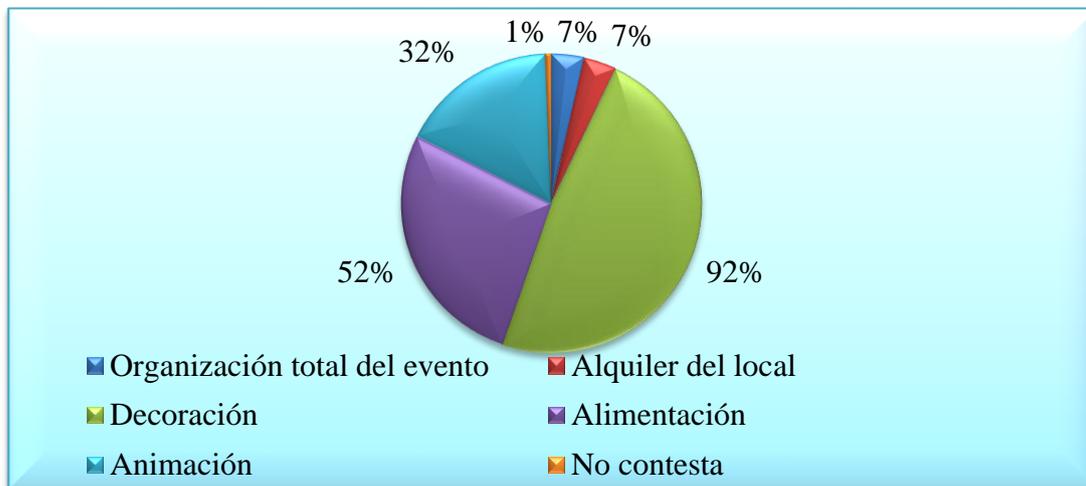
**Tabla 9.** Pregunta 5 De los siguientes servicios, ¿Cuál contrataría?

Servicios	Frecuencia	Porcentaje de casos
Organización total del evento	18	7%
Alquiler del local	18	6.7%
Decoración	247	92%
Alimentación	139	52%
Animación	87	32%
No contestan	3	1%

*Fuente:* Encuesta

*Elaborado por:* La autora

**Figura 10.** ¿Qué servicios contrataría?



*Fuente:* Encuesta

*Elaborado por:* La autora

**Análisis:** En esta pregunta cabe recalcar que la mayoría de los encuestados está dispuesto a contratar el servicio de decoración acompañado de algún otro servicio, del total de respuestas el 92.0% de la población decidió contratar el servicio de decoración, el 52.0% prefiere contratar alimentación, seguido con el 32.0% animación, el 7.0% de la población está dispuesto a contratar el servicio completo de la organización del evento, de igual manera con el 7.0% el alquiler de local y finalmente el 1.0% de la población no contesta porque no organizan eventos.

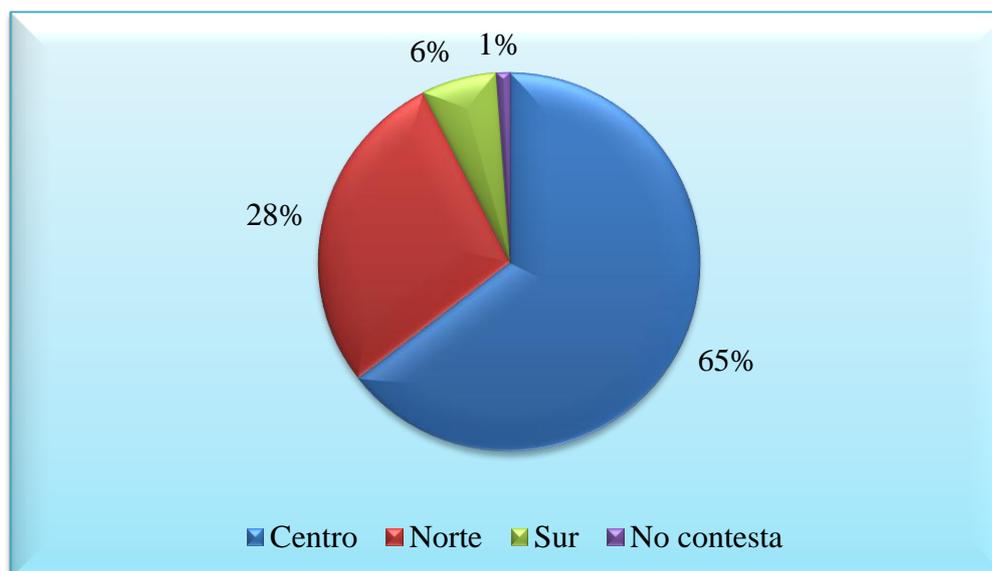
**Tabla 10.** Pregunta 6 Si usted alquilara el local para la realización de su evento. ¿Dónde le gustaría que se encuentre ubicado, según su conveniencia y comodidad para sus invitados?

Sector	Frecuencia	Porcentaje
Centro	173	65%
Norte	75	28%
Sur	17	6%
No contesta	3	1%
<b>Total</b>	<b>268</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta

*Elaborado por:* La autora

**Figura 11.** Ubicación Salón de Eventos



*Fuente:* Encuesta

*Elaborado por:* La autora

**Análisis:** Del total de los encuestados el 65.0% de la población prefiere que el salón para la realización un evento se encuentre en la zona céntrica del cantón, el 28.0% de la población en la parte norte, mientras tanto que el 6.0% de los encuestados prefiere el sur y finalmente el 1.0% de la población no contesta porque no acostumbra a celebrar ningún tipo de eventos.

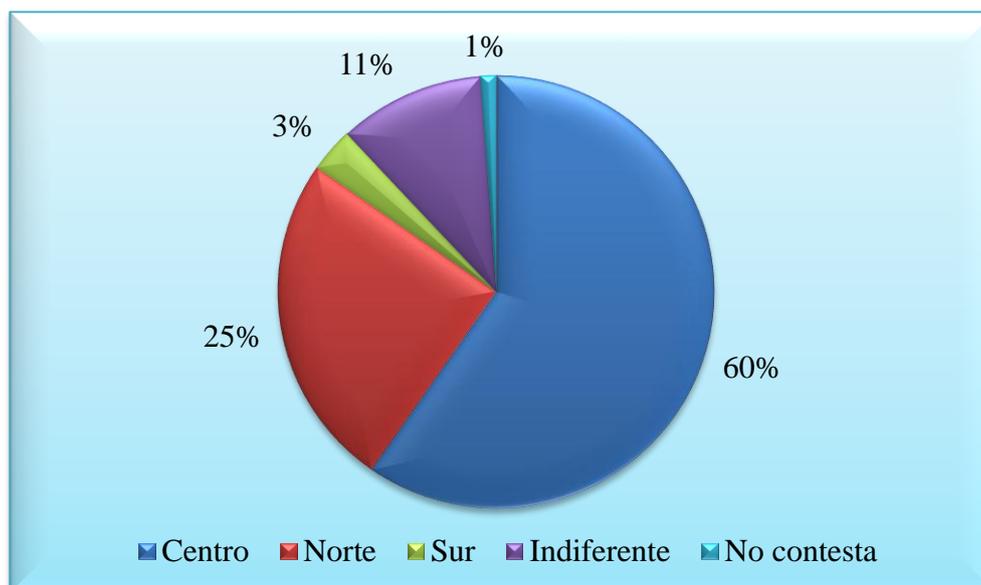
**Tabla 11.** Pregunta 7 Según su criterio. ¿En qué sector de La Libertad deberían estar ubicadas las instalaciones de la microempresa para el contrato de sus servicios?

Sectores	Frecuencia	Porcentaje
Centro	160	60%
Norte	67	25%
Sur	9	3%
Indiferente	29	11%
No contesta	3	1%
<b>Total</b>	<b>268</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta

*Elaborado por:* La autora

**Figura 12.** Lugar de instalaciones de la Microempresa



*Fuente:* Encuesta

*Elaborado por:* La autora

**Análisis:** La mayoría de los encuestados prefiere que las instalaciones de la microempresas se encuentre ubicado en el centro del cantón esto está representado con un 60.0%, el 25.0% de la población prefiere el norte, el 3.0% en el sur, mientras que para el 11.0% de la población le es indiferente y para concluir el 1.0% de la población no contesta porque no realiza ningún tipo de celebración.

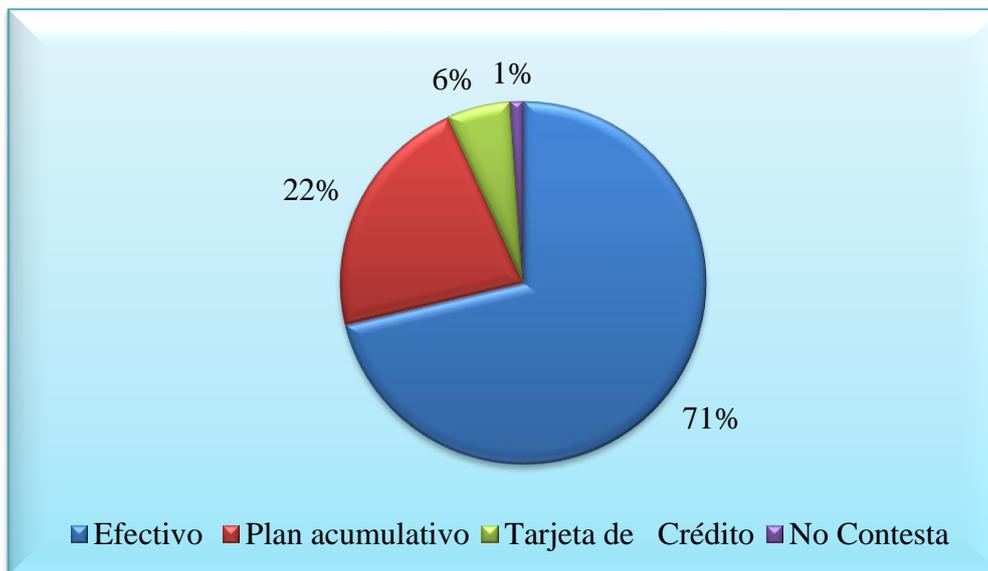
**Tabla 12.** Pregunta 8. ¿Cómo le gustaría pagar si contratara a una empresa para la organización de una fiesta?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Efectivo	191	71%
Plan acumulativo	59	22%
Tarjeta de Crédito	15	6%
No Contesta	3	1%
<b>Total</b>	<b>268</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta

*Elaborado por:* La autora

**Figura 13.** Formas de pago



*Fuente:* Encuesta

*Elaborado por:* La autora

**Análisis:** Según los datos arrojados por las encuestas la población del cantón La Libertad prefiere pagar este tipo de servicio en efectivo, esto está representado con un 71.0%, mientras que el 22.0% de la población prefiere el plan acumulativo, y solo el 6.0% de la población está dispuesta a pagar con tarjetas de crédito, también estas los que no contestaron porque no celebran ningún tipo de eventos representado con el 1.0%.

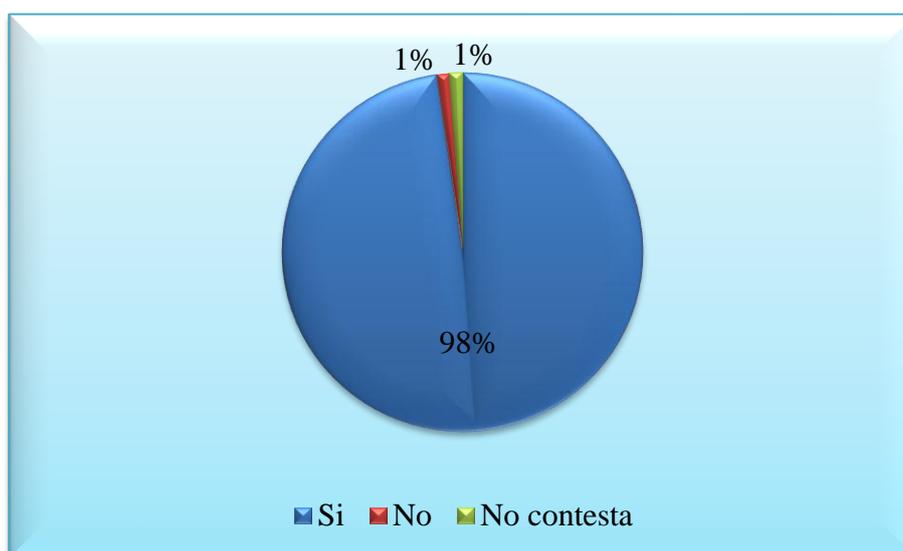
**Tabla 13.** Pregunta 9 ¿Conoce si existe una empresa que se dedique a la organización de eventos sociales en el Cantón La Libertad?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	262	98%
No	3	1%
No contesta	3	1%
<b>Total</b>	<b>268</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta

*Elaborado por:* La autora

**Figura 14.** Conoce empresas que organices eventos sociales



*Fuente:* Encuesta

*Elaborado por:* La autora

**Análisis:** La mayor parte de la población conoce la existencia de empresas q se dedique a la organización de eventos esto está representado con el 98.0% de la población, mientras que el 1.0% no conoce y el 1.0% no contesta porque no realiza ningún tipo de eventos.

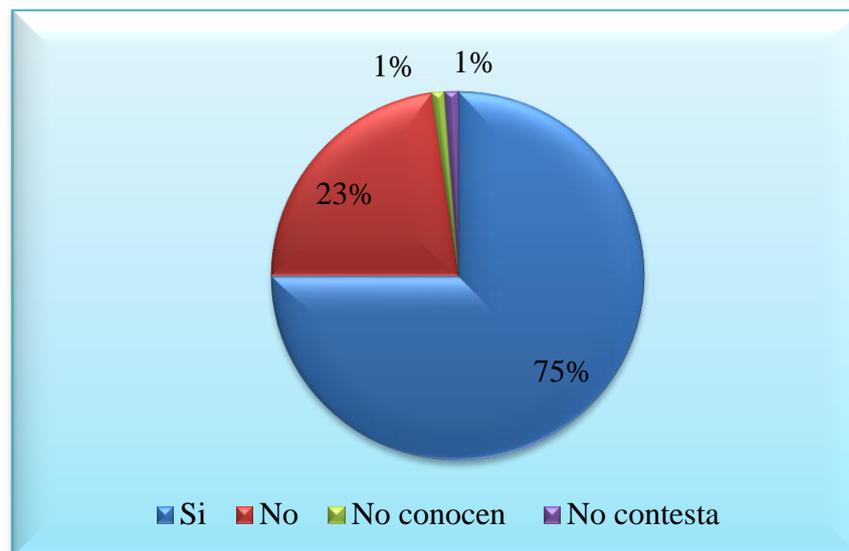
**Tabla 14.** Pregunta 10 ¿Ha contratado los servicios de dicha empresa organizadora de eventos?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	201	75%
No	61	23%
No contestaron porque no conocen	3	1%
No contesta	3	1%
<b>Total</b>	<b>268</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta

*Elaborado por:* La autora

**Figura 15** Contrató los servicios



*Fuente:* Encuesta

*Elaborado por:* La autora

**Análisis:** El 75.0% de los encuestados ha contratado el servicio que ofrece este tipo de empresas, siendo esta la mayor parte de la población, el 23.0% no contratado el servicio, el 1.0% no contesta porque no conoce y el 1.0% de la población no contesta porque no realiza eventos.

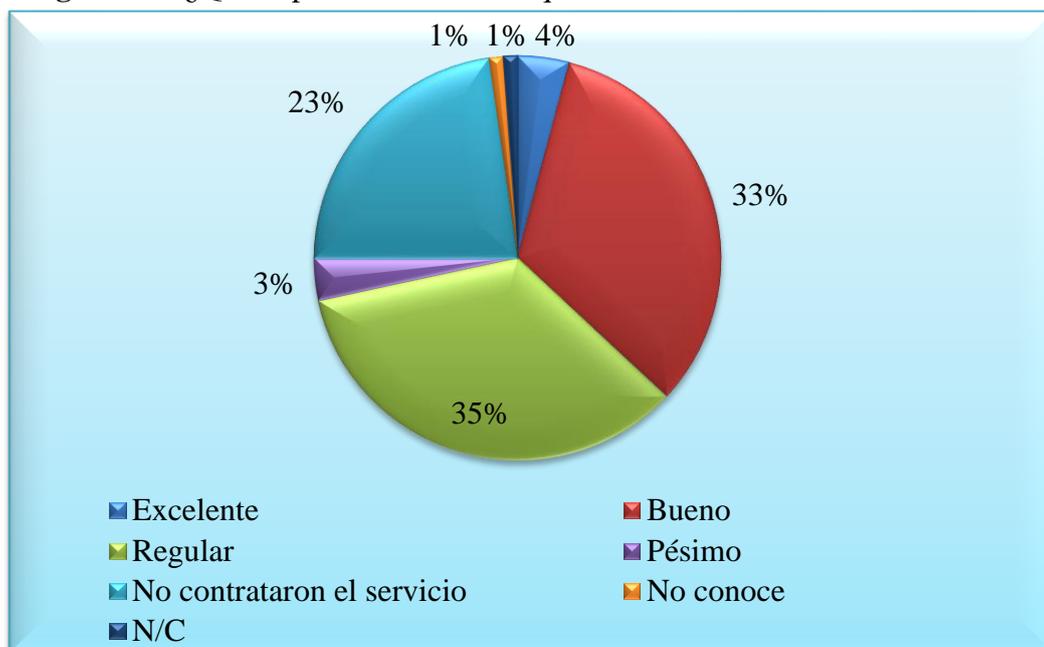
**Tabla 15.** Pregunta 11 ¿Qué le pareció el servicio que contrató?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	11	4%
Bueno	88	33%
Regular	93	35%
Pésimo	9	3%
No contrataron el servicio	61	23%
No conoce	3	1%
N/C	3	1%
<b>Total</b>	<b>268</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta

*Elaborado por:* La autora

**Figura 16.** ¿Qué le pareció el servicio que contrató?



*Fuente:* Encuesta

*Elaborado por:* La autora

**Análisis:** El 4.0% de la población manifestó que el servicio recibido fue excelente, el 33.0% de la población considera que el servicio fue bueno, el 35.0% de la población dijo que el servicio contratado fue regular, al 3.0% le pareció pésimo, el 23% de los encuestados contrataron el servicio, el 1.0% no contesta porque no conoce y el 1.0% de la población no contesta porque no realiza eventos.

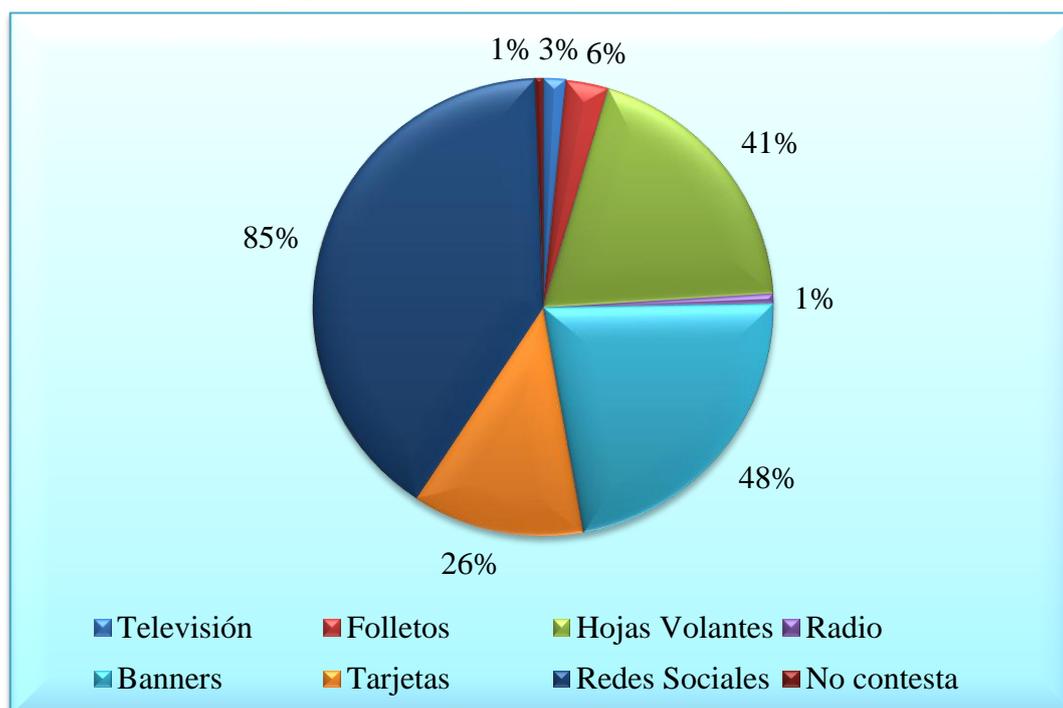
**Tabla 16.** Pregunta 12. ¿A través de qué medios de comunicación usted ha visto o escuchado publicidad de empresas que organicen eventos sociales?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	9	3%
Folletos	17	6%
Hojas Volantes	111	41%
Radio	4	1%
Banners	128	48%
Tarjetas	69	26%
Redes Sociales	229	85%
No contesta	3	1%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

**Figura 17** Medios de publicidad



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

**Análisis:** A esta interrogante respondieron 268 personas las mismas que podían escoger varias respuestas. Como resultado se estableció que las redes sociales son el medio en el que los encuestados ven mayormente publicidades para este tipo de

negocios y que alcanzó el mayor porcentaje de 85.0%, posteriormente los banners que significan el 48.0%, las hojas volantes que alcanzan el 41.0%, las tarjetas de presentación obtuvieron el 26% de respuestas, los folletos que alcanza un 6.0%, la televisión que representa el 3.0% y finalmente el 1.0% de la población no contesta porque no realiza eventos.

### **3.3.3 Análisis de encuestas realizadas**

Esta encuesta se la realizó con el fin de poder determinar el nivel de aceptación que podría tener la *Microempresa Organizadora de Eventos Sociales*, para establecer la calidad el servicio que ofrecen las empresas de este tipo en el cantón La Libertad y para poder obtener los datos necesarios para realizar proyecciones con información confiable.

Luego de haber obtenido los resultados de la investigación de mercado, se tiene las siguientes conclusiones, las mismas que son alentadoras para el desarrollo de este proyecto. La Investigación realizada demostró que en la actualidad la organización de eventos sociales está en apogeo según lo demuestra la encuesta realizada a 268 personas en el centro del cantón La Libertad. En base a la información obtenida se observa que la población libértense prefiere festejar los cumpleaños, bautizos, primeras comuniones, matrimonios quince años, lo que busca el anfitrión es sobresalir en la sociedad.

Como resultado de las preguntas de información quedo establecido que la mayoría son mujeres, siendo estas las que más frecuentan lugares donde ofertan productos para la organización de fiestas, ya que las encuestas se las realizó en lugares cercanos a este tipo de locales, las edades de los encuestados que mayor frecuencia tubo fue entre 29 y 39 años, siendo la mayoría económicamente activas.

Una de las primeras preguntas arrojo resultados favorables para la creación del negocio ya los encuestados manifestaron que mayormente realizan eventos a veces, siendo esto de 1 a 3 veces por año, y prefieren celebrar las fiestas en sus hogares, esto es manteniendo la tradición de la clase media a baja, no obstante los encuestados con

mayores posibilidades económica si están dispuestos alquilar un local para llevar a cabo sus festejos pero en menor cantidad.

La mayoría de los encuestados que acostumbra a desarrollar eventos están dispuestos a contratar los servicios de una empresa que se dedique a la organización de este tipo de acontecimientos, y están prestos a gastar entre \$300.00 y \$600.00 por un festejo. Además los servicios que los encuestados desean contratar con más frecuencia son la decoración, animación y alimentación y para la realización del evento la población prefiere la parte central del cantón, al igual que las instalaciones de la microempresa y la contratación del servicio los encuestados creen que el lugar más idóneo es el centro del cantón ya que esta es una zona muy comercial y pueden encontrar todo lo que necesitan sin necesidad de recorrer varios sectores del La Libertad.

Los encuestados prefieren pagar en efectivo, la mayoría de la población conoce y ha contratado los servicios de una empresa que organice eventos pero no han quedado totalmente satisfechos por el servicio recibido. Como se conoce en la actualidad la redes sociales están en auge y por lo tanto son el mejor medio de publicidad para este tipo de negocios y lo confirma la encuesta realizada.

## CAPÍTULO IV LA PROPUESTA

### 4.1 Título de la propuesta

Creación de la Microempresa *Ensueños y Fantasías Eventos*.

### 4.2 Justificación

La organización de eventos sociales es una actividad que hoy en día está generando altos ingresos económicos y tiene una gran aceptación, esto ocurre porque las familias aun estando económicamente inestables, hacen grandes esfuerzos para ofrecer a sus homenajeados una fiesta que no puedan olvidar, para los padres esto no es un sacrificio ya que para ellos no tiene precio ver sonreír a sus hijos o familiares al momento de festejar un cumpleaños, matrimonio, graduación entre otros.

El cantón La Libertad cuenta con un total de 95.942 habitantes, en esta población existe un grupo de personas que adquieren estos servicios, debido a que día a día la población crece social y económicamente, potenciado por la variedad de actividades económicas de esta localidad.

Luego de realizar el análisis de las encuestas, se pudo resumir la información de la siguiente manera, la creación de una microempresa organizadora de eventos sociales es de mucha importancia en el cantón La Libertad, debido a que la sociedad lo solicita ya sea de manera directa o indirecta, buscando como clientes un servicio de calidad que se ajuste a sus posibilidades económicas y principalmente la satisfacción de sus necesidades.

Con la creación de la microempresa *Ensueños y Fantasías Eventos* se aportará a la sociedad con la generación de fuentes de trabajo contribuyendo así al desarrollo del cantón La Libertad.

### **4.3 Constitución de la empresa**

La microempresa se constituye jurídicamente como compañía de responsabilidad limitada, integrada por tres accionistas cuyos nombres son Guerra Estrella Elina Rosalba su aporte es de \$5.400,00, Vera Ponce Fresia Beatriz su aporte al capital es \$5000.00 y Aguilar Collantes Inés Xiomara con un aporte de \$5000,00, el monto total representa el 58% del aporte al capital, adicional a esto se hará un préstamo al Banco Nacional del Fomento por el monto de \$11.000,00, este valor representa el 42% del total del capital social.

El servicio solicitado es un crédito dirigido a PYMES, y Empresas, (Ver Anexo 8) se eligió dicha entidad bancaria porque la tasa de interés es baja y facilita la garantía quirografaria y prendaria, y facilidad para conseguir los requisitos. (Ver Anexo 9) La microempresa llevará a cabo sus actividades comerciales bajo la razón social de Ensueños y Fantasías Eventos y se le añadirá la palabra Compañía Limitada. Cabe recalcar que las accionistas responderán por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales, como lo dice en el art. 93 de la ley de compañías.

Ensueños y Fantasías Eventos Compañía Limitada se verá sujeta a normas y leyes que deben cumplirse para poder llevar a cabo sus actividades comerciales, entre ellas están la Superintendencia de Compañías en la constitución y legalización de la microempresa, el Servicio de Rentas Internas para la declaración de impuestos, Ministerio de Relaciones Laborales para la cancelación de todos los beneficios que corresponden por ley a los empleados, Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social para la afiliación correspondiente a cada uno de los colaboradores de la microempresa para que puedan gozar de los beneficios que este ofrece.

También la microempresa para su correcto funcionamiento necesita de los permisos que emite el Municipio del cantón La Libertad para permisos de funcionamientos, pago de patentes entre otros, Benemérito Cuerpo de Bomberos del cantón La Libertad que es el que emite el permiso de funcionamiento, Ministerio de Salud Pública para emisión de certificados de salud para trabajadores y finalmente la Agencia Nacional de Regulación,

y Control y Vigilancia Sanitaria que es la que se encarga del control sanitario de los alimentos y de las buenas prácticas de alimentos procesados.

#### **4.4 Descripción del negocio**

Esta propuesta se la realizará a través del aporte de capital de accionistas y un crédito a una entidad Privada financiera que permitirá obtener una parte del capital para la creación de La Microempresa *Ensueños y Fantasías Eventos*, la misma que se dedicará a la prestación de servicio, la organización, ejecución y dirección de eventos sociales como pueden ser cumpleaños, fiestas infantiles, matrimonios, quince años, aniversarios, entre otros, adicionalmente ofrecerá los el servicio bufete, decoraciones, elaboración de bocaditos, arreglos florales naturales, así como también el alquiler de accesorios para todo tipo de evento social, etc.

##### **4.4.1 Nombre de la microempresa**

El nombre la microempresa será *Ensueños y fantasías eventos*, se escogió este nombre principalmente por el significado de cada una de sus palabras ya que están relacionadas con la magia, fantasía y los sueños, que se harán realidad a través de una celebración o acontecimiento, ya que por lo general al realizar un cumpleaños, quince años, matrimonio etc., se cumplen los deseos de los homenajeados.

#### 4.4.2 Logotipo

Figura 18. Logotipo Microempresa Ensueños y Fantasías Eventos



*Elaborado por:* La autora

#### 4.4.3 Slogan

“Creamos realidades basadas en tus fantasías”

#### 4.4.4 Misión

Ser una microempresas competitiva que ofrezca un servicio de calidad, creativo, con atención rápida y personalizada, cordial, con personal calificado para la atención de nuestros clientes en la realización de todo tipo de eventos sociales sin importar el tamaño del mismo, lograr la completa satisfacción teniendo en cuenta cada detalle para que sea un recuerdo inolvidable cada uno de nuestros consumidores.

#### 4.4.5 Visión

Lograr el posicionamiento en el mercado dentro de los próximos 5 años como una de las empresas de mayor reconocimiento en el cantón La Libertad, ser la primera alternativa en la mente de los consumidores.

## 4.5 Objetivos

### 4.5.1 Objetivo General

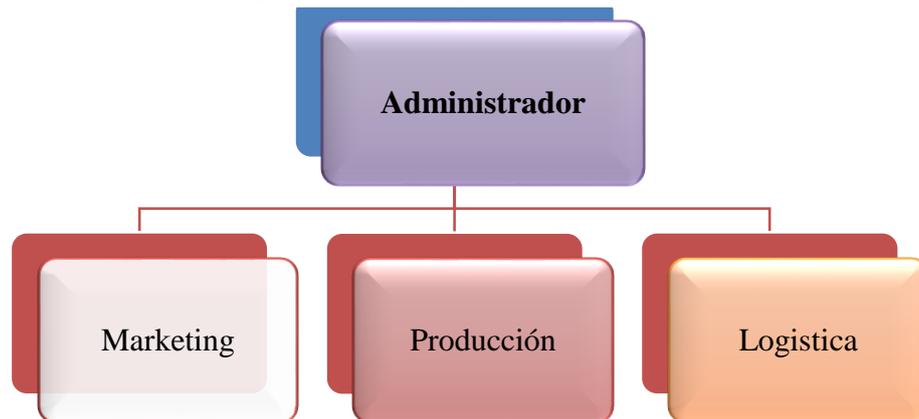
Dotar a la población del Cantón La Libertad, con una Microempresa que se dedique a ofrecer servicios de organización de eventos sociales.

### 4.5.2 Objetivos Específicos

- Lograr la participación en el mercado en su inicio del 2%, buscando llegar en cinco años al 30%.
- Brindar a los clientes un servicio personalizado, de calidad, innovador y precios justos
- Realizar alianzas estratégicas con los proveedores, con el fin de abaratar costos.
- Crear una cultura empresarial, donde los colaboradores estén en un buen ambiente laboral y donde tengan sentido de pertenencia.
- Generar nuevas plazas de empleo en diferentes áreas, a los habitantes del cantón La Libertad.

## 4.6 Organigrama de la Microempresa

**Figura 19.** Organigrama Microempresa Ensueños y Fantasías Eventos



*Fuente:* La Autora

La estructura organizacional de la microempresa *Ensueños y Fantasías Eventos* será muy pequeña, tendrá las áreas necesarias básicas, todos se reportaran con el administrador, cada área tiene un encargado y tareas que realizar.

#### **4.6.1 Análisis de las funciones**

El análisis de las funciones del personal dentro de la microempresa es de mucha importancia, ya que como pequeña empresa es necesario optimizar costos y tiempo en la realización de cada una de las actividades diarias, para lograr ofrecer servicios de calidad y así lograr una expansión en el mercado del Cantón La Libertad. Lo que se quiere lograr con la descripción de los puestos de trabajos es, establecer de manera sencilla y clara los diferentes cargos y actividades a realizar en cada uno de ellos, para lograr el éxito en el desarrollo de las tareas.

##### **4.6.1.1 Administrador**

- Tendrá las siguientes funciones:
- Realizará la función de representante legal.
- Se encargará del área financiera, recursos humanos y dirigirá la producción.
- Realizará presupuestos.
- Planificar, organizar, impulsar los eventos que deba cubrir la microempresa.
- Planear, dirigir, supervisar y controlar los recursos de la microempresa.
- Supervisar el normal funcionamiento de todas las actividades de la microempresa.
- Negociará con los proveedores de materia prima, insumos y materiales a la vez también los servicios subcontratados por la microempresa.
- Contacto con los clientes, creación y diseño para los diferentes eventos que se lleven a cabo.
- Se asegurará de que las necesidades del consumidor queden satisfechas.

## **Perfil**

Ingeniero Comercial o carreras afines. Buenas habilidades de negociación. Debe poseer espíritu de líder, capacidad para relacionarse con las personas. Experiencia en cargos similares. Alto nivel de autoestima, integridad, honestidad, debe ser responsable, capacidad de realizar trabajo en equipo, buenas normas de conducta, disponibilidad de tiempo, capacidad para soportar el trabajo a presión. Edad 30 a 40 años, disponibilidad de tiempo.

### **4.6.1.2 Marketing.**

- Se encargará de negociar las propuestas de publicidad para la microempresa.
- Encargado de las redes sociales de la microempresa.
- Presentará propuestas de promociones y publicidad.
- Realizará el seguimiento post veta.

## **Perfil**

Egresado o Licenciado en Marketing, creativo, facilidad de comunicación, con experiencia en cargos similares, excelente manejo de redes sociales, disponibilidad de tiempo.

### **4.6.1.3 Logística**

- Supervisar el ingreso de materia prima insumos y materiales a la bodega de la microempresa.
- Realizará reportes de existencias de materiales con que la microempresa cuenta.
- Se encargará de la trasportación de materiales y equipos para llevar a cabo un evento.
- Colaborará en la decoración de los diversos eventos que la microempresa deba cumplir.
- Realizara actividades de mensajería y limpieza.

## **Perfil**

Bachiller, con experiencia en montaje y decoración, facilidad de comunicación, disponibilidad de tiempo, capacidad para soportar trabajo a presión, hombre, Edad 20 a 35 años, disponibilidad de tiempo.

### **4.6.1.4 Producción**

- Desarrollar actividades de producción.
- Elaboración de menú.
- Solicitar los insumos y materiales necesarios para la producción
- Reportar diariamente lista de requerimientos de su área de trabajo.
- Colaborar en actividades de decoración cuando lo amerite el caso.

## **Perfil**

Bachiller, capacidad de comunicación, facilidad de resolver problemas, capacidad para soportar el trabajo a presión. Edad 18 a 35 años, disponibilidad de tiempo.

### **Responsabilidad Social de la Microempresa**

La Microempresa Ensueños y Fantasías Eventos intentará lograr una sostenibilidad, es por eso que aparte de generar réditos económicos para los accionistas, beneficios sociales y además tendrá una responsabilidad social inclinada hacia el medio ambiente. Se logrará este propósito por medio de diferentes maneras.

- La microempresa ofrecerá nuevas fuentes de trabajo a los pobladores del cantón La Libertad.
- Ensueños y Fantasías Eventos se comprometerá en capacitar a sus empleados para concientizarlos en el cuidado el medio ambiente y enseñar practicar de reutilización de materiales reciclados en elaboración de diversos productos que servirán como accesorios en la decoración de mesas para fiestas como pueden ser sorpresas, centros de mesa, carameleras, marcos para fotos entre otros, que

pueden ser elaborados con tarros de leche, cartón, envases de leche Tetra Pack. (Ver anexo 10-11).

- A la vez la microempresa realizará el servicio de separación de los desechos producidos por las actividades que la misma realizará.
- También brindará descuentos especiales a instituciones que no cuenten con los recursos necesarios para llevar a cabo un evento, como por ejemplo escuelas fiscales, albergues de ancianos y niños, casas comunales, fundaciones y principalmente a los centros infantiles Creciendo con Nuestros Hijos (CNH), que son proyectos que el Ministerio de Inclusión Económica y Social ejecuta.

## **4.7 Valores Corporativos**

### **La Microempresa**

En cualquier organismo que se dedique a la actividad comercial, uno de los principales cimientos para obtener los resultados esperados y positivos, es tener acentuado los valores que harán marcar la diferencia con respecto a los competidores.

#### **4.7.1 Responsabilidad**

Tomaremos decisiones y asumiremos los resultados, las labores de trabajo se la tomará con seriedad, se cumplirá con contratos establecidos con profesionalismo.

#### **4.7.2 Eficiencia**

Realizamos todas las actividades comerciales y primordialmente nuestro trabajo de la mejor manera posible desde el principio hasta el fin, para logran entregar un servicio de calidad, a nuestros consumidores.

#### **4.7.3 Respeto**

Consiste en ser amable, cordial, atento, mostrar educación esta es la manera más idónea de tratar a las personas que nos rodean. Cabe recalcar que al ser una microempresa que

oferte servicios siempre estaremos en contacto con clientes, proveedores, compañeros de labores, es muy importante aceptar las distintas formas de pensar, necesidades, gustos e intereses, con el fin de que exista la armonía y la buenas relaciones dentro y fuera de la entidad.

#### **4.7.4 Honradez**

Como microempresa actuaremos con principios éticos. Se realizará todas las actividades comerciales de la mejor manera posible como puede ser, el pago de impuestos, emisión de facturas y principalmente hablando siempre con la verdad, si perjudicar a los socios, consumidores, colaboradores y proveedores.

### **4.8 Análisis Porter**

#### **4.8.1 Amenaza de entrada de nuevos competidores**

Esta amenaza lo colocaremos en el nivel medio ya que hay probabilidades de que surjan nuevos negocios que se dediquen a este tipo de actividades debido a que la población del cantón la Libertad tiene una cultura festiva.

#### **4.8.2 Amenaza de posibles productos sustitutos**

Este punto se coloca en un nivel medio, debido a que en el cantón La Libertad, en ciertos hogares las fiestas son organizadas por los familiares de los homenajeados de forma tradicional. También se debe mencionar la existencia de empresas que expenden artículos que pueden ser sustitutos de los productos y servicios ofrece Ensueños y Fantasías Eventos como son las tiendas que venden accesorios para fiestas como globos, piñatas, locales de alquiler disfraces.

#### **4.8.3 Poder de negociación de los clientes**

Los clientes tendrán la capacidad de negociación ya que son los que deciden si desean o no el servicio, se les ofrecerá varias alternativas para la organización de su evento.

También hay que tomar en cuenta que en el cantón La Libertad existen tres empresas dedicadas a ofrecer este tipo de servicios, por lo tanto el cliente tendrá distintas opciones que elegir, pero el cliente se decidirá por los servicios que ofrece nuestra microempresa porque marcamos la diferencia en la calidad de servicio, innovación y precios.

#### **4.8.4 Poder de negociación de los proveedores.**

El poder de negociación con los proveedores las tendrá Ensueños y Fantasías Eventos, esto se debe a que en el Cantón La libertad ya que existen varios negocios que ofrecen variedades de productos e insumos y en caso no de no contar con los materiales se procederá a la compra de los productos en los cantones adyacentes como Santa Elena, Guayaquil, la idea es quedarse con el proveedor que ofrezca los mejores precios del mercado.

#### **4.8.5 Rivalidad entre competidores existentes**

Como competidores directos tenemos a tres empresas dedicadas a este tipo de actividad que son Eventos Gissel, Eventos Party World, Sala de Eventos San Sebastián, la debilidad de estas empresas es que no tienen variedad en sus servicios, no son innovadores, los precios elevados, mala atención a clientes.

Dentro de los competidores indirectos tenemos las empresas que ofrecen sus locales y sus productos para la organización de eventos como por ejemplo Play Zone hoteles que ofrecen el servicio de recepción para eventos y Discotecas que ofrecen ingreso, bebidas y pastel gratis al homenajeado por la celebración de su cumpleaños.

### **4.9 Análisis FODA**

La matriz FODA siendo una herramienta de análisis, se la aplicó a Ensueños y Fantasías Eventos, con el fin de establecer el estado real de la misma, en comparación con las empresas prestadoras del servicio de organización de eventos en el Cantón La Libertad.

Una vez elaborado el análisis se fijaran las decisiones y acciones que la microempresa deba aplicar para mejorar su posición en el mercado.

**Tabla 17.** Matriz FODA del proyecto Ensueños y Fantasías Eventos

<b>Fortalezas</b>	
<b>F1</b>	Capacidad de respuesta ante las exigencias de la demanda.
<b>F2</b>	Alto control de calidad en nuestros servicios
<b>F3</b>	Facilidades de pago.
<b>F4</b>	Variedad en servicios.
<b>F5</b>	Personalización de fiestas.
<b>F6</b>	Creatividad e innovación.
<b>Debilidades</b>	
<b>D1</b>	No somos reconocidos en el mercado.
<b>D2</b>	No contamos con infraestructura propia.
<b>Oportunidades</b>	
<b>O1</b>	Financiamiento con instituciones bancarias
<b>O2</b>	Clientes insatisfechos.
<b>O3</b>	La población Libértense tiene cultura de festejos
<b>O4</b>	Crecimiento de la demanda.
<b>O5</b>	Precios elevados por parte de la competencia
<b>O6</b>	Falta de publicidad por parte de la competencia.
<b>Amenaza</b>	
<b>A1</b>	Incumplimiento por parte de los proveedores.
<b>A2</b>	Crisis económica
<b>A3</b>	Incremento de las tasas de interés
<b>A4</b>	Desastres naturales
<b>A5</b>	Delincuencia
<b>A6</b>	Aumento de precios en la materia prima para el servicio.

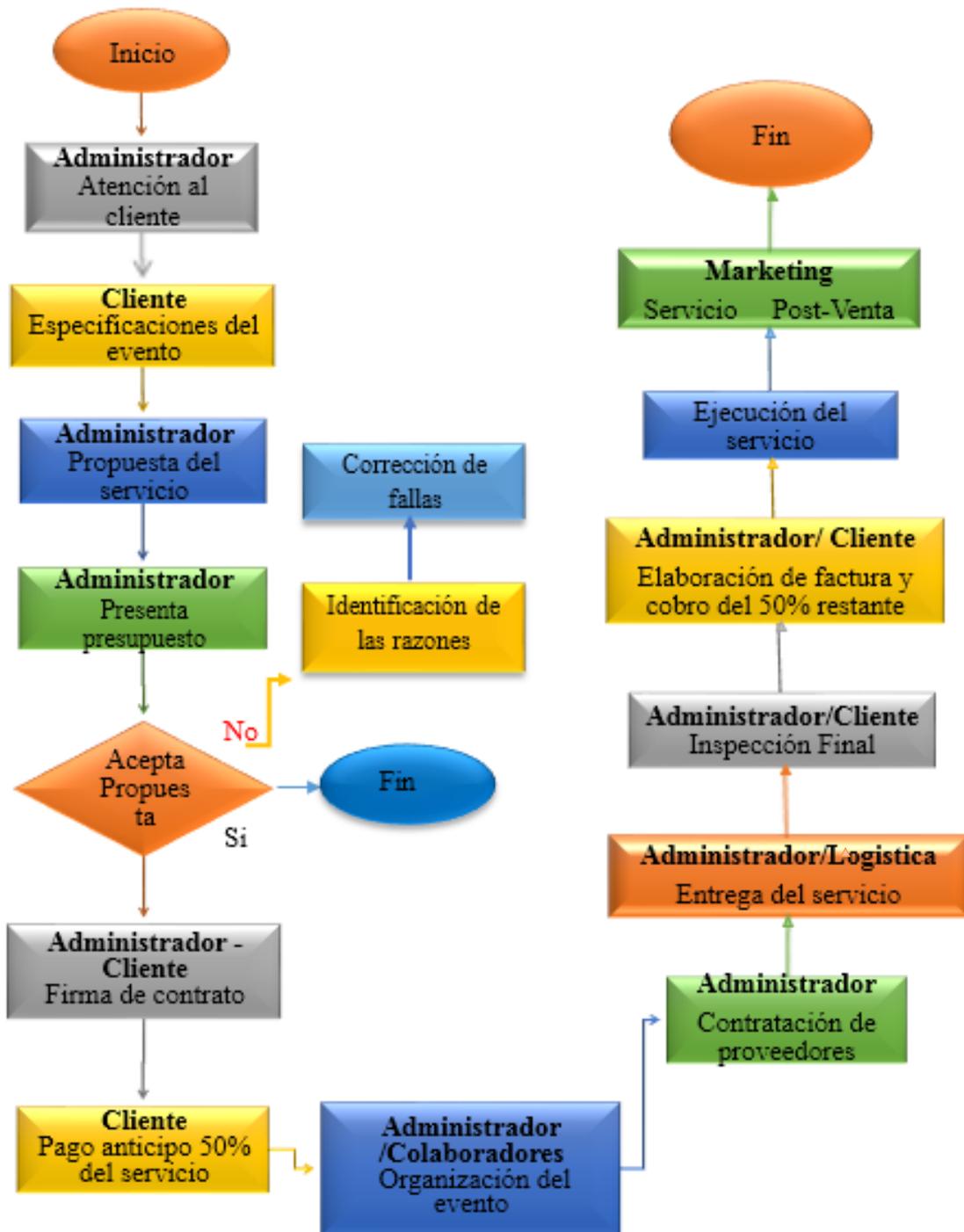
*Elaborado por:* La autora

- Se puede concluir que gracias al análisis FODA se determinó las ventajas y la diferencia que tiene *Ensueños y Fantasías Eventos* con relación a sus competidores,
- Siendo la principal fortaleza, la capacidad de respuesta ante las exigencias de la demanda y el alto control de calidad en nuestros servicios, estas fortalezas serán de mucha importancia en el futuro para lograr captar clientela no solo del Cantón La Libertad así como también en toda la provincia de Santa Elena.
- Se establecen dos debilidades siendo la principal que no somos reconocidos en el mercado por ser una microempresas nueva ya que una de las formas de que un cliente contrate los servicios de este tipo de empresas es a través de referencias personales.
- Entre las oportunidades está el financiamiento de instituciones bancarias ya que están facilitan préstamos a PYMES y empresas, esto será aprovechado por la microempresa *Ensueños y Fantasía Eventos*. Otra de las oportunidades que será aprovechada es la insatisfacción de los consumidores y la cultura de festejos que tiene la población Libértense.
- Finalmente las amenazas, entre ellas tenemos el incremento de las tasas de interés, que afectarían en futuros préstamos, la crisis económica que está atravesando el país ya que esto incidiría de manera negativa en la microempresa, así como también los desastres naturales ya que estos son impredecibles, ocasionan pérdidas económicas y humanas como el terrible acontecimiento ocurrido el 16 de abril del presente año.

#### **4.10 Proceso de servicio**

Es de mucha importancia establecer los pasos a seguir para la prestación de los servicios, estos asegura una buena administración y crecimiento de la microempresa, así como también se obtendrá un gran número de clientes satisfechos y felices

Figura 20. Flujo del proceso del servicio



Elaborado por: La autora

#### **4.10.1 Descripción de los procesos del servicio**

Cuando el cliente ingrese a nuestras instalaciones será atendido por el Administrador, este lo recibirá con actitud amable, preguntará y escuchará con atención las necesidades, detalles, expectativas y preferencias del cliente, también será el encargado de asesorar y aconsejarlo. Una vez obtenida toda la información necesaria del consumidor, el administrador le presentará una gama de propuestas, servicios y combos que ofrece la microempresa. En este punto del proceso también de determinar cada detalle que conlleve el desarrollo del evento.

Posteriormente el asiduo escogerá el o los servicios de su preferencia, se presentará el o los presupuestos al usuario, este es el momento en el que el cliente decide si contrata o no el servicio, el mismo que puede o no contratarlo, si la decisión es negativa se le ofrecerá nuevas propuestas tratando de convencer al consumidor, caso contrario en esta etapa termina el proceso se identificarán las razones que llevó al cliente a rechazar el servicio y se corregirán las fallas.

Si el cliente escoge la propuesta que más se apegue a sus necesidades, el siguiente paso es el contrato, en esta fase el cliente acepta las condiciones del servicio y las formalidades para garantizar el cumplimiento del servicio y el pago por parte del consumidor. Una vez leídas todas las cláusulas del contrato se procederá a la firma de contratación del servicio y posteriormente al pago por anticipado del 50% del presupuesto.

La microempresa Ensueños y Fantasías Eventos para iniciar las actividades de organización contactará a los proveedores, que por lo general serán los de personal, materia prima, insumos y materiales que se necesitaran para organizar el evento.

Un día previo al evento se llama al cliente para confirmar del servicio, el administrador coordinará todo lo correspondiente al montaje y de todos y cada uno de los detalles y se procede a la entrega del servicio. Posterior a esto se realizará una inspección final para verificar que todo este como lo solicito el cliente, luego de verificar se pasará una última

revisión pero esta vez con el encargado de organizar la fiesta, para que pueda constatar la calidad y buen servicio que ofrece Ensueños y fantasías eventos.

Como siguiente paso, se procede a la elaboración de la factura y al pago en efectivo del 50% restante. Una vez terminado el evento, en días posteriores se contacta al consumidor para que este responda a un pequeño cuestionario que servirá para mejorar el servicio y para medir el nivel de satisfacción del cliente. (Ver anexo 13).

#### **4.11 Políticas de ventas**

La microempresa al prestar sus servicios deberá firmar contrato (Ver Anexo 14)

#### **4.12 Marketing Mix**

Ensueños y Fantasías Eventos es una microempresa nueva en el mercado local del cantón La Libertad, por lo tanto para introducirse en este nicho deberá aplicar una publicidad agresiva que permitan captar la atención de los clientes potenciales, para lograr los objetivos es necesario el mix del marketing por medio de esta herramienta podremos incrementar la posibilidad de que el servicio ofertado sea adquirido por el público consumidor.

##### **4.12.1 Producto o servicio**

La Microempresa Ensueños y Fantasías Eventos se dedicará a la prestación de servicio, la organización, ejecución y dirección de eventos sociales como pueden ser cumpleaños, fiestas infantiles, matrimonios, quince años, aniversarios, entre otros, adicionalmente ofrecerá los servicios bufet, decoraciones, elaboración de bocaditos, arreglos florales naturales, así como también el alquiler de accesorios para todo tipo de evento social, etc.

La microempresa tendrá la capacidad de cubrir 12 eventos al mes entre ellos una quinceañera de 100 personas, 2 fiestas infantiles de 100 personas, 5 decoraciones de mesas centrales, 2 bufet sencillo para 50 personas, 2 bufet completo para 50 personas,

adicional a esto, como se menciona en el anterior párrafo se ofrecerá el ser de alquiler de mantelería, elaboración de bocaditos entre otros.

Si la demanda supera al número de eventos esperados, si se los podrá cubrir ya que existe una política de venta establecida que consiste en, la firma de un contrato, en el que se estipula la cancelación del 50% del valor total a facturar por el evento, el mismo que servirá para dotarnos de los insumos y materiales necesarios para el cumplimiento del mismo.

Ensueños y Fantasías Eventos utilizará el buen servicio como herramienta de posicionamiento, ya que la mayor influencia para contratar nuestros servicios son los referidos.

En la observación directa que se realizó a los competidores, se notó la mala atención, esto se debe a que en ciertos locales te atienden según como te veas, sin tomar en cuenta que sus negocios dependen del consumidor sin importar clase social o apariencia. Es por esto que la microempresa se enfocará en la atención personalizada, para ayuda de esto, las instalaciones contarán con una oficina y una mini sala de espera, la misma que será usada cuando existieran dos o más clientes a la vez, mientras tanto nuestros asiduos estarán cómodos ya que contarán con una sala con aire acondicionado, televisor, y se les ofrecerá un catálogo con fotos de diferentes decoraciones, eso ayudara ya que al momento de ofrecerles el servicio ya tendrán una idea de lo que necesitan para su evento.

### **Formas de pago**

En el estudio de mercado que se realizó, los resultados fueron que la mayoría de los encuestados prefieren pagar este tipo de servicios en efectivo o por medio del plan acumulativo, por tal motivo estas fueron las formas de pago que *Ensueños y Fantasías Eventos* pondrá a disposición de sus clientes. Los pagos con tarjeta de crédito no tuvieron aceptación en la población, por ende a los inicios no contaremos con este tipo de pagos, pero en un futuro se lo aplicaría si los clientes los solicitaran.

#### 4.12.2 Precio

Los precios dependerán del tipo del servicio que el cliente solicite. Por ejemplo lugar donde se realiza el evento, número de invitados, los servicios que desea contratar, la fecha del evento, siempre se tratará de adaptar el servicio con a la economía del cliente ofreciendo variedad de precios.

Para el cálculo del precio se consideró el costo de los insumos, materias primas y materiales, sumado a esto los costos fijos y la utilidad a ganar que se estableció entre el 50% y el 85%, esta variación dependerá del tipo de servicio que el cliente solicite, es importante mencionar que los precios establecidos están acorde con el mercado en lo que se refiere a este tipo de servicios. Cabe recalcar que la distribución del servicio ser directa, no existirán intermediarios, obtendremos los insumos y productos y luego venderlos al cliente, de esta manera evitaremos el incremento de los precios.

**Tabla 18. Precios**

<b>Ensueños y Fantasías Eventos</b>	
<b>Lista de Precios</b>	
<b>Calle Robles Bodero y Av.3</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Costo U. x Alquiler</b>
Sillas Grandes	0,30( a partir de 25 sillas)
Sillas Infantiles	0,25( a partir de 25 sillas)
Mesas	2,50
Mesón	5,00
Mesas con luces	35,00
Desniveles	5,00
Banconas para recuerdos	10,00
Porta Cup cake	5,00
Charoles MDF	4,00
Carretas MDF	2,50
Caja Ranurada MDF	2,50
Base MDF	5,00
Samovares	7,00
Platos tendidos	0,35(a partir de 25 platos)
Cubiertos	0,40 (a partir de 25 cubiertos)
Platos postre	0,25 ( a partir de 25 platos)
Espátulas	2,00
Cucharones	2,00
Vasos	0,20( a partir de 25 vasos)
Copas Flautas	0,20 ( a partir de 25 copas)

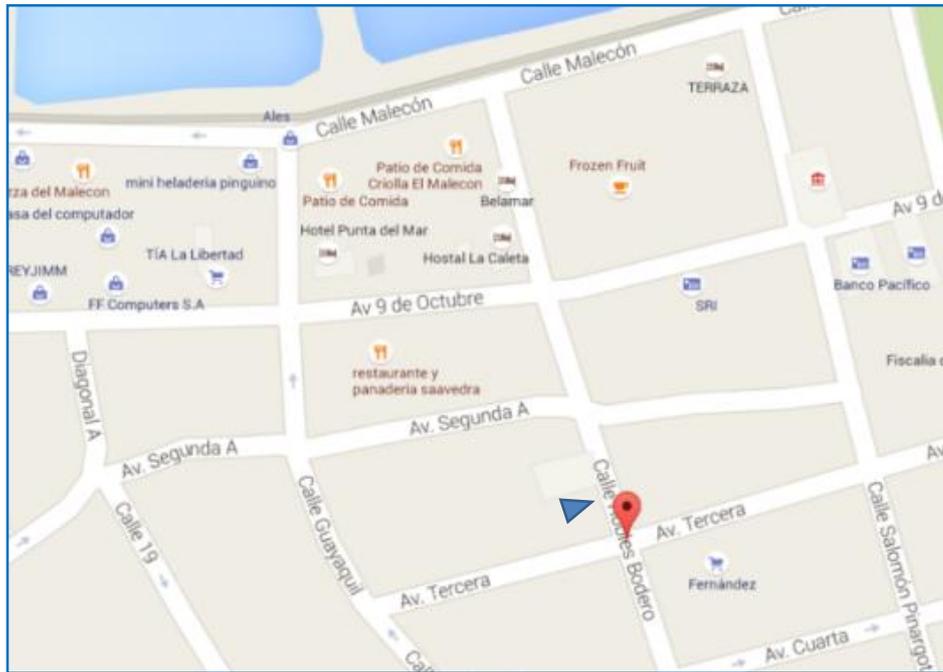
Copas para agua	0,30 (a partir de 25 copas)
Charoles	2,00
Hieleras grandes	10,00
Cafetera	10,00
Jarrones	10,00
Copones	8,00
Bases para Arcos	5,00
Pedestales	8,00
Centros de mesa	5,00
Candelabros	10,00
Bases para Cortinas	10,00
Máquina de canguil	50,00 (100 unidades)
Máquina de hot-dog	90,00 (100 unidades)
Máquina de algodón de azúcar	50,00 (100 unidades)
Manteles	3,50
Cortinas	5,00
Sobre manteles	2,50
Forro para sillas	0,60
Servilletas	0,25 (a partir de 25 servilletas)
Lazos	0,20 (a partir de 25 lazos)
Telas decoración	7,00
Manteles mesones	5,00
Carpas 3x3	35,00
Carpas 6x3	50,00
Carpas 6x6	70,00

*Elaborado por:* La autora

#### **4.12.3 Plaza**

La presente propuesta se la llevará a cabo en el Ecuador en el cantón La Libertad provincia de Santa Elena en la zona centro debido a que esta es una zona donde existe mucho comercio. Para la realización de las actividades comerciales, *Ensueños y Fantasías Eventos* se verá en la obligación de arrendar un local ya que no cuenta con local propio, el mismo que estará ubicado en el centro del cantón antes mencionado en las calles Robles Boderó y Av. 3. Las Características del inmueble son; edificio de una planta color melón con blanco y puertas enrollables.

**Figura 21** Mapa instalaciones Ensueños y Fantasías eventos



*Fuente:* Google Mapas, 2016

### **Distribución de la planta**

Se encuentra distribuida en cuatro partes administración, cocina, bodega y un baño

**Figura 22.** Distribución de la planta



*Elaborado por:* La autora

#### 4.12.4 Promoción

Ensueños y Fantasías Eventos Cía. Ltda. , presentará ofertas promocionales que detallaremos a continuación

**Tabla 19** Ofertas Ensueños y Fantasías Eventos

<p><b>Oferta 1 Precio \$100,00</b></p> <p>Incluye: 2 Desniveles para bocaditos + Base para torta + 2 Banconas para recuerdos + 1 Porta Cupcakes + 1 Mesón + 1 Bancona para recuerdos + 1 Mantel mesones + 1 Fondo de Cortinas + 1 Porta Cupcakes + 2 Detalle con flores + 4 Piezas de cristal + 2 Carretas medianas o grandes de madera. (Puede ajustarse al gusto del cliente) Cortesía diseño y montaje, adicional torta falsa</p>
<p><b>Oferta 2 Precio por cada ciento \$25,00</b></p> <p>A partir de 200 bocaditos (de sal o dulce) de cortesía una docena por cada ciento. Cortesía decoración de bocaditos de la mesa de dulces</p>
<p><b>Oferta 3</b></p> <p>Por la decoración completa de mesa principal de lunes a jueves. Cortesía diseño, montaje y 30 sillas.</p>

*Elaborado por: La autora*

##### 4.12.4.1 Publicidad

Para que la microempresa tenga un mayor reconocimiento en el Cantón La Libertad debe promover mucho el área publicitaria. Para lograr esto tomaremos en cuenta los datos arrojados por las encuestas realizadas a una parte los pobladores del cantón La Libertad, los mismos que manifestaron que han observado publicidad para este tipo de negocios a través de las redes sociales, banners, hojas volantes, y tarjetas de presentación, por lo tanto estos serán nuestros medios publicitarios más fuertes.

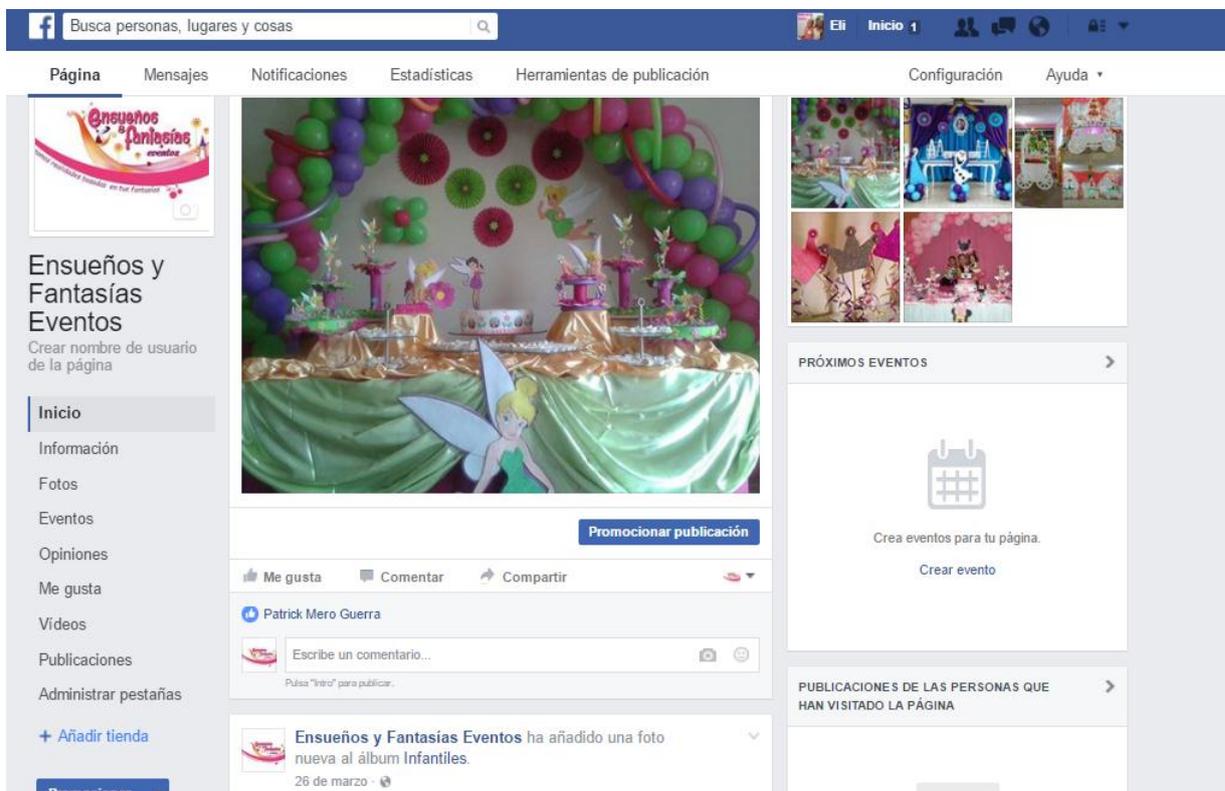
##### 4.12.4.2 Redes Sociales

Las redes sociales son plataformas que sirven para comunicarse entre sí a individuos o instituciones y en la actualidad han cambiado la forma en que las personas se

comunican, son utilizadas para encontrar información, vender productos, como entretenimiento, promocionar un negocio entre otros, es por ello se utilizaremos este medio como principal fuente publicitaria principalmente porque sus costos son bajos, y a la vez crea una fuerte impresión en el cliente, se puede llevar un control de visitas, conteo de número de seguidores y ver el aumento de los mismos, se pueden realizar informes mediante los datos que arroja por las visitas que se ha recibido, se puede estar en constante contacto con los posibles consumidores.

Existen varias formas de hacer publicidad en estos medios, por mensajes escritos, de manera visual, fotos y videos, permite interactuar con los usuarios. Para el control y manejo de las redes sociales tendremos una persona que será la encargada de estar en contacto permanente con posibles clientes, hará la publicidad, promocionará el servicio, presentará informes y estadísticas de mensuales, llevara el conteo de seguidores, etc.

**Figura 23.** Página de redes sociales Facebook Ensueños y Fantasías Eventos



*Elaborado por:* La autora

**Figura 23.** Página de red social Instagram de Ensueños y Fantasías Eventos



*Elaborado por:* La autora

#### 4.12.4.3 Tarjetas de presentación

**Figura 24.** Tarjeta de presentación



*Elaborado por:* La autora.

#### 4.4 Banner

Figura 25. Banner Microempresa Ensueños y Fantasías Eventos



Elaborado por: La autora

#### 4.12.4.5 Hojas volantes

Figura 26. Hojas Volantes Microempresa Ensueños y Fantasías Eventos



Elaborado por: La autora

## Horario de atención

La Microempresa *Ensueños y Fantasías Eventos*, atenderá a sus clientes en los siguientes horarios.

Lunes a Viernes de 9:00 - 18:00

Sábados de 9:00 – 19:00, en días sábados el horario podrá extenderse si el cliente o el evento lo requiere.

Domingos de 9:00 - 14:00 Existirán excepciones, si hay algún evento planificado que no se encuentre dentro del horario establecido para el día domingo, se laborará hasta el cumplimiento del mismo.

## 4.13 Análisis financiero

### 4.13.1 Inversión

Para la determinación de la inversión se ha tomado en cuenta todos los requerimientos que se va a tener al inicio de las actividades comerciales de la empresa como son la inversión en activos fijos mobiliarios y un fondo de capital.

**Tabla 20** Inversión Inicial Microempresa Ensueños y Fantasías Eventos

Meses a empezar (antes de producir o vender)	Inversión en Capital de Trabajo		Total de Inversión Inicial	
1	Valor Mensual Costos Fijos	3.918,40	Inversión en Activos Fijos	20.382,50
1	Valor Mensual Costos Variables	1.427,50	Gasto de constitución	607,56
	Efectivo	64,04	Inversión en Capital de Trabajo	5.409,94
	<b>Totales</b>	<b>5.409,94</b>		<b>26.400,00</b>

*Elaborado por:* La autora

#### 4.13.2 Amortización de la Deuda Anual

Estos recursos económicos se financiarán de un aporte de capital de tres socios representando el 52% y un préstamo bancario del 42%. Dicho préstamo bancario se amortizará en un plazo de 4 años.

**Tabla 21** Amortización de la deuda adquirida Microempresa Ensueños y Fantasías Eventos

<b>Amortización de la Deuda Proyectada</b>					
<b>Años</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Pagos por Amortizaciones	1.108,90	2.423,56	2.726,33	3.066,93	1.674,29
Pago por Intereses	1.511,62	1.041,50	738,73	398,13	58,24
Servicio de Deuda	2.620,52	3.465,06	3.465,06	3.465,06	1.732,53

*Elaborado por:* La autora

#### 4.13.2 Inversión en activos fijos

Como es de conocimiento, los activos fijos son duraderos, pero no eternos y la vida útil de los mismos depende del ciclo de explotación que le dé la microempresa

Como lo indica la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno en su Capítulo 4 Sección Primera artículo 7 “La depreciación y amortización, conforme a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil, a la corrección monetaria, y la técnica contable, así como las que se conceden por obsolescencia y otros casos, en conformidad a lo previsto en esta Ley y su reglamento”

En el artículo 28 del Reglamento para la aplicación de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, en su numeral 6, establece que las depreciaciones de los activos fijos se calcularán en base a los siguientes porcentajes:

- I. Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares 5% anual.
- II. Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.
- III. Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.

IV. Equipos de cómputo y software 33% anual.

Las inversiones de proyecto, están constituidas por los gastos que se efectúan en unidad del tiempo para la adquisición de determinados factores y medios productivos , los cuales permiten implementar la unidad de producción que a través del tiempo genera un flujo de beneficios. Las inversiones en activos fijos del presente proyecto tienen una vida útil mayor a un año y son susceptibles a depreciación tal es el caso de las maquinarias planta y equipos.

Para la puesta en marcha del proyecto de creación de una microempresa organizadora de eventos sociales se necesita adquirir fijos valorados en \$ 20.382,50

#### **4.13.4 Presupuesto de ventas**

El presupuesto de ventas son todos los ingresos que esperamos tener en base a los datos obtenidos en las encuestas aplicadas, se realizó el presupuesto según los servicios ofrecidos. La proyección en ventas y su variación en precios ha sido calculada en función del crecimiento de la inflación que para el 2015 fue de 3.38% anual según fuente del Banco Central de Ecuador.

**Tabla 21** Proyección de las ventas Microempresa Ensueños y Fantasías Eventos

<b>Ensueños y Fantasías Eventos</b>					
<b>Ventas Proyectadas para 5 Años</b>					
<b>Servicios</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Quinceañera	\$ 2.800,00	\$ 6.368,21	\$ 6.912,63	\$ 7.503,59	\$ 8.145,07
Fiesta Infantil	\$ 6.930,00	\$ 13.919,08	\$ 15.109,03	\$ 16.400,70	\$ 17.802,79
Matrimonio (100prs)	\$ 3.300,00	\$ 5.458,46	\$ 5.925,11	\$ 6.431,65	\$ 6.981,49
Matrimonio (50prs)	\$ 2.100,00	\$ 3.473,57	\$ 3.770,52	\$ 4.092,87	\$ 4.442,76
Decoraciones de mesa	\$ 1.300,00	\$ 4.217,90	\$ 4.650,24	\$ 5.029,23	\$ 5.439,12
Bufet sencillo	\$ 4.710,00	\$ 9.348,86	\$ 10.307,12	\$ 11.147,15	\$ 12.055,64
Bufet Completo	\$ 5.364,00	\$ 11.090,61	\$ 12.227,39	\$ 13.223,93	\$ 14.301,68
Bocaditos	\$ 6.878,57	\$ 14.222,13	\$ 15.679,90	\$ 16.957,82	\$ 18.339,88
<b>Ventas Totales</b>	<b>\$ 3.382,57</b>	<b>\$ 68.098,83</b>	<b>\$ 74.581,94</b>	<b>\$ 80.786,92</b>	<b>\$ 87.508,42</b>

*Elaborado por:* La autora

#### 4.13.5 Presupuestos de costos y gastos

En el presupuesto de gastos se detalla todos los desembolsos que se va a tener por la operación del negocio, además de los costos que incidirían en el desarrollo de las actividades comerciales. En los gastos por servicios básicos uno de los mayores valores que incluyen son los del local donde funcionarán las oficinas las mismas que serán empleadas para atender a nuestros clientes cuando soliciten de nuestros servicios.

#### 4.13.6 Gastos por Servicios Básicos

**Tabla 23** Presupuesto de Gastos por Servicios Básicos Anual Microempresa Ensueños y Fantasías Eventos

<b>Ensueños y Fantasías Eventos</b>		
<b>Gastos en Servicios Básicos</b>		
<b>Concepto</b>	<b>Gasto / mes</b>	<b>Gasto / año</b>
Energía Eléctrica	\$ 55,00	\$ 660,00
Servicio telefónico	\$ 10,00	\$ 120,00
Alquiler	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Internet	\$ 27,00	\$ 324,00
Teléfono celular	\$ 35,00	\$ 420,00
Agua	\$ 25,00	\$ 300,00
<b>Total</b>	<b>\$ 552,00</b>	<b>\$ 6.624,00</b>

*Elaborado por:* La autora

#### 4.13.7 Gastos de publicidad

Los gastos de publicidad que tendrá la microempresa serán los desembolsos por promociones que se ofrezca al consumidor, más valores por impresión en volantes banners y tarjetas de presentación para dar a conocer a la empresa y sus servicios. Además se tendrá contratado y enrolado a medio tiempo a una persona que se dedicará específicamente al control y manejo de las redes sociales de la microempresa Ensueños y Fantasías Eventos, gasto que se encontrará reflejado en el cuadro de sueldos y salarios.

**Tabla 23** Presupuesto Publicitario Anual Microempresa Ensueños y Fantasías Eventos

<b>Ensueños y Fantasías Eventos</b>			
<b>Presupuesto Publicitario / Gastos de Ventas</b>			
<b>Medio</b>	<b>Costo/Pauta</b>	<b># De Pautas</b>	<b>Gasto / año</b>
Tarjetas de presentación	\$ 40,00	2	\$ 80,00
Volantes	\$ 80,00	4	\$ 320,00
Banner	\$ 70,00	1	\$ 70,00
Catálogo	\$ 35,00	2	\$ 70,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 540,00</b>

*Elaborado por:* La autora

#### 4.13.8 Costos fijos consolidados

El consolidado de los que son costos fijos de la empresa se establece a los sueldos de nuestro personal y todos sus beneficios, servicios básicos y los gastos varios incurridos anualmente.

**Tabla 24** Costos fijos proyectados Microempresa Ensueños y Fantasías Eventos

<b>Ensueños y Fantasías Eventos</b>					
<b>Costos Fijos Proyectados / Años</b>					
<b>Tipo de Costo</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Gastos Sueldos y Salarios	\$ 9.411,58	\$ 19.459,38	\$20.117,11	\$20.797,07	\$ 21.500,01
Gastos en Servicios Básicos	\$ 3.312,00	\$ 6.847,89	\$ 7.079,35	\$ 7.318,63	\$ 7.566,00
Gastos de Ventas	\$ 270,00	\$ 558,25	\$ 577,12	\$ 596,63	\$ 616,79
Gastos Varios	\$ 788,70	\$ 1.630,72	\$ 1.685,83	\$ 1.742,82	\$ 1.742,82
<b>Total Costos Fijos</b>	<b>\$ 13.782,28</b>	<b>\$ 28.496,24</b>	<b>\$29.459,42</b>	<b>\$30.455,15</b>	<b>\$ 31.425,62</b>

*Elaborado por:* La autora

#### 4.13.9 Costos totales Proyectados

Los costos totales están dados de los egresos totales en los que se va a incurrir para la realización de las actividades de la empresa con el fin de generar ingresos por las ventas

y un resultado al final de cada periodo contable. Dentro de los egresos más significativos anuales tenemos el valor de los sueldos y salarios y el de los costos variables.

**Tabla 25** Costos totales proyectados Microempresa Ensueños y Fantasías Eventos

<b>Ensueños y Fantasías Eventos</b>					
<b>Costos totales Proyectados</b>					
<b>Tipo de Costo</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Costo Fijo	\$ 13.782,28	\$ 28.496,24	\$ 29.459,42	\$ 30.455,15	\$ 31.425,62
Costos Variables	\$ 6.089,00	\$ 25.218,10	\$ 27.374,00	\$ 29.714,20	\$ 32.254,47
<b>Totales</b>	\$ 19.871,28	\$ 53.714,35	\$ 56.833,42	\$ 60.169,35	\$ 63.680,09

*Elaborado por:* La autora

#### 4.13.10 Balance General

**Tabla 26** Balance General Proyectado Microempresa Ensueños y Fantasías Eventos

<b>Ensueños y Fantasías Eventos</b>						
<b>Balance General</b>						
<b>Proyección Años 2016-2020</b>						
<i>Activos</i>	<b>Año 0</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Disponible	\$ 5.409,94	\$ 11.099,70	\$ 20.254,34	\$ 31.192,72	\$ 43.764,44	\$ 60.177,20
Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Activo Corriente	\$ 5.409,94	\$ 11.099,70	\$ 20.254,34	\$ 31.192,72	\$ 43.764,44	\$ 60.177,20
<b>Activos Fijos</b>	\$ 20.382,50	\$ 20.382,50	\$ 20.382,50	\$ 20.382,50	\$ 20.382,50	\$ 20.382,50
Depreciación Acumulada	0	\$ 1.501,15	\$ 4.796,57	\$ 8.092,00	\$ 11.326,31	\$ 14.499,51
Activos Fijos Netos	\$ 20.382,50	\$ 18.881,35	\$ 15.585,93	\$ 12.290,50	\$ 9.056,19	\$ 5.882,99
<b>Activos diferidos</b>	\$ 607,56	\$ 607,56	\$ 607,56	\$ 607,56	\$ 607,56	\$ 607,56
Amortización de Gastos	0	\$ 60,76	\$ 182,27	\$ 303,78	\$ 425,29	\$ 546,80
Activos diferidos Netos	\$ 607,56	\$ 546,80	\$ 425,29	\$ 303,78	\$ 182,27	\$ 60,76
<b>Total de Activos</b>	<b>\$ 26.400,00</b>	<b>\$ 30.527,85</b>	<b>\$ 36.265,56</b>	<b>\$ 43.787,01</b>	<b>\$ 53.002,90</b>	<b>\$ 66.120,95</b>
<i>Pasivos</i>						
Cuentas por Pagar	0	0	0	0	0	0
Impuestos por Pagar	\$ -	\$ 1.764,78	\$ 3.345,08	\$ 4.580,79	\$ 5.683,04	\$ 6.900,20
Pasivo Corriente	\$ -	\$ 1.764,78	\$ 3.345,08	\$ 4.580,79	\$ 5.683,04	\$ 6.900,20
<b>Deuda LP</b>	\$ 11.000,00	\$ 9.891,10	\$ 7.467,55	\$ 4.741,22	\$ 1.674,29	\$ -
<b>Total de Pasivos</b>	<b>\$ 11.000,00</b>	<b>\$ 11.655,89</b>	<b>\$ 10.812,62</b>	<b>\$ 9.322,01</b>	<b>\$ 7.357,33</b>	<b>\$ 6.900,20</b>
<i>Patrimonio</i>						
Capital Social	\$ 15.400,00	\$ 15.400,00	\$ 15.400,00	\$ 15.400,00	\$ 15.400,00	\$ 15.400,00
Utilidad del Ejercicio	\$ -	\$ 3.471,97	\$ 6.580,97	\$ 9.012,06	\$ 11.180,58	\$ 13.575,17
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ -	\$ 3.471,97	\$ 10.052,93	\$ 19.065,00	\$ 30.245,58
<b>Total de Patrimonio</b>	<b>\$ 15.400,00</b>	<b>\$ 18.871,97</b>	<b>\$ 25.452,93</b>	<b>\$ 34.465,00</b>	<b>\$ 45.645,58</b>	<b>\$ 59.220,75</b>
<b>Pasivo más Patrimonio</b>	<b>\$ 26.400,00</b>	<b>\$ 30.527,85</b>	<b>\$ 36.265,56</b>	<b>\$ 43.787,01</b>	<b>\$ 53.002,90</b>	<b>\$ 66.120,95</b>

Elaborado por: La autora

#### 4.13.11 Estado de resultados proyectados

En el estado de resultados se observa una utilidad de \$3.471,97 para los siguientes años de operaciones registra una utilidad creciente hasta el quinto año.

**Tabla 27** Estado de Resultados Proyectado Microempresa Ensueños y Fantasías

<b>Ensueños y Fantasías Eventos</b>						
<b>Estado de Resultado</b>						
<b>Proyección 2016 – 2020</b>						
<b>Rubro</b>	<b>Año</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Ventas		33.382,57	68.098,83	74.581,94	80.786,92	87.508,42
Costo de Venta		-12.178,00	-25.218,10	-27.374,00	-29.714,20	-32.254,47
<b>Utilidad Bruta en Venta</b>		<b>\$ 21.204,57</b>	<b>\$ 42.880,72</b>	<b>\$ 47.207,94</b>	<b>\$ 51.072,71</b>	<b>\$ 55.253,95</b>
Gastos Sueldos y Salarios		-9.411,58	-19.459,38	-20.117,11	-20.797,07	-21.500,01
Gastos Generales		-4.370,70	-9.036,86	- 9.342,31	-9.658,08	-9.925,61
Gastos de Depreciación		-1.501,15	-3.295,42	-3.295,42	-3.234,31	-3.173,20
Gastos de Constitución ( Amortización)		-60,76	- 121,51	-121,51	-121,51	-121,51
<b>Utilidad Operativa</b>		<b>\$ 5.860,38</b>	<b>\$ 10.967,55</b>	<b>\$ 14.331,59</b>	<b>\$ 17.261,75</b>	<b>\$ 20.533,62</b>
Gastos Financieros		-623,63	-1.041,50	-738,73	-398,13	-58,24
<b>Utilidad Neta (Utilidad antes de Impuestos)</b>		<b>\$ 5.236,75</b>	<b>\$ 9.926,04</b>	<b>\$ 13.592,86</b>	<b>\$ 16.863,62</b>	<b>\$ 20.475,38</b>
Repartición Trabajadores 15%		-785,51	-1.488,91	-2.038,93	-2.529,54	-3.071,31
Utilidad antes Impuesto Renta		4.451,24	8.437,14	11.553,93	14.334,07	17.404,07
Impuesto a la Renta 22%		-979,27	-1.856,17	-2.541,86	-3.153,50	-3.828,90
<b>Utilidad Disponible</b>		<b>\$ 3.471,97</b>	<b>\$ 6.580,97</b>	<b>\$ 9.012,06</b>	<b>\$ 11.180,58</b>	<b>\$13.575,17</b>

Elaborado por: La autora

Para la realización del estado de resultados consideraron los siguientes aspectos:

- El gasto financiero que se genera por la financiación que se ha solicitado para iniciar el proyecto.
- La empresa reconocerá en beneficio a los colaboradores el 15% de las utilidades líquidas, a ser distribuido el 10% entre los trabajadores de la empresa por igual de acuerdo al tiempo laborado y el 5% restante en proporción a sus cargas familiares.
- El pago de impuesto se realizará de acuerdo a las obligaciones tributaria como lo dispone el código tributario esto será el 22% de la utilidad generada en el período fiscal después de la repartición a trabajadores.

#### **4.13.11 Flujo de caja proyectado**

El flujo de caja neto del proyecto de inversión para el primer año de operaciones es de \$5.689,76 con un incremento en los cinco años posteriores.

La recuperación de la inversión se da en 3 años 1 mes una vez comenzado el proyecto.

**Tabla 28.** Flujo de Efectivo Proyectado Microempresas Ensueños y Fantasías Eventos

<b>Ensueños y Fantasías Eventos</b>						
<b>Flujo de Efectivo</b>						
<b>Proyección 2016 – 2020</b>						
<b>(Cifras expresadas en dólares)</b>						
<b>Rubro</b>	<b>Año</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>Flujo de efectivo de actividades de operación</b>						
Cobros por actividades de operación(Ventas)		33.382,57	68.098,83	74.581,94	80.786,92	87.508,42
Pagos por actividades de operación		- 26.583,91	- 54.755,85	- 57.572,14	- 60.567,48	- 63.738,33
Utilidad a Trabajadores			- 785,51	- 1.488,91	- 2.038,93	- 2.529,54
Impuesto a la renta			- 979,27	- 1.856,17	- 2.541,86	- 3.153,50
<b>Flujo neto efectivo por actividades de operación</b>		<b>\$ 6.798,66</b>	<b>\$11.578,19</b>	<b>\$ 13.664,72</b>	<b>\$ 15.638,65</b>	<b>\$ 18.087,05</b>
<b>Flujo de efectivo de actividades de financiamiento</b>						
Pago de préstamos		- 1.108,90	- 2.423,56	- 2.726,33	- 3.066,93	- 1.674,29
<b>Flujo neto efectivo por actividades de financiamiento</b>		<b>- 1.108,90</b>	<b>- 2.423,56</b>	<b>- 2.726,33</b>	<b>- 3.066,93</b>	<b>- 1.674,29</b>
<b>Flujo de efectivo y equivalentes al efectivo Anual</b>	<b>-26.400,00</b>	<b>\$ 5.689,76</b>	<b>\$ 9.154,64</b>	<b>\$ 10.938,39</b>	<b>\$ 12.571,72</b>	<b>\$ 16.412,76</b>
<b>Pay Back del Flujo</b>		<b>-20.710,24</b>	<b>-11.555,60</b>	<b>-617,22</b>	<b>11.954,50</b>	<b>28.367,26</b>

*Elaborado por:* La autora

### **.13.13 Punto de equilibrio**

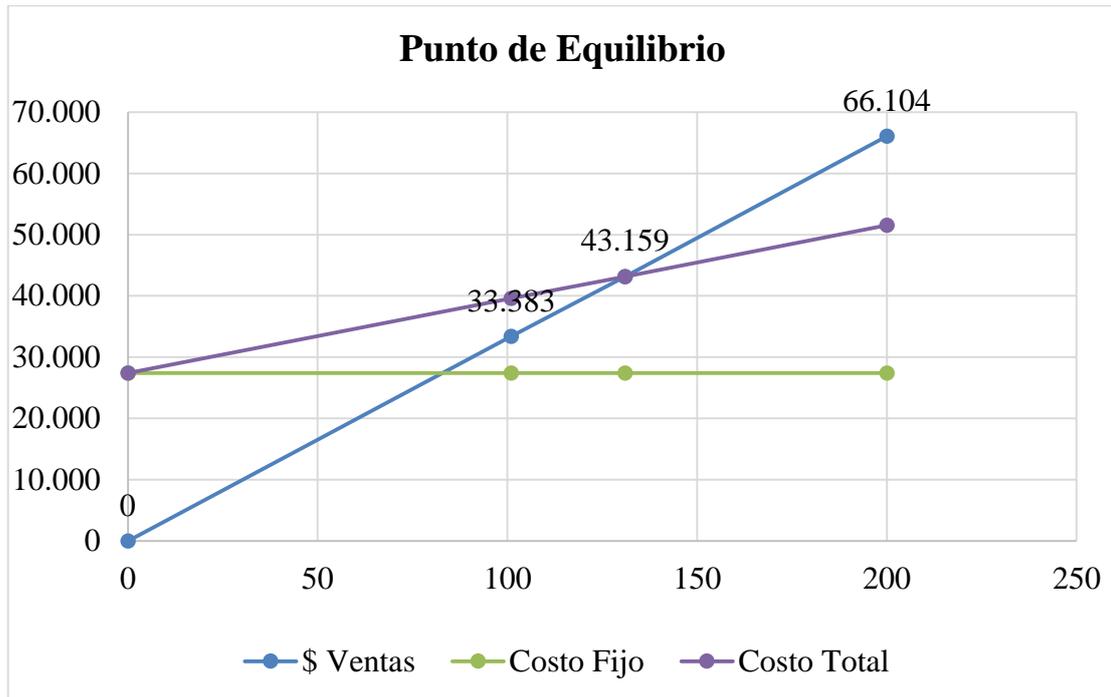
El punto de equilibrio del presente proyecto está determinado en sus costos fijos y costos variables además de las unidades monetarias totales que debe conseguir la empresa dentro del período determinado para igualar los costos de producción y los gastos incurridos al momento de brindar el servicio; o a su vez establecer el número de unidades de producción que debe vender la empresa para alcanzar una equidad entre sus costos y gastos.

**Tabla 29** Punto de equilibrio Microempresa Ensueños y Fantasías Eventos

<b>Ensueños y Fantasías Eventos</b>							
<b>Punto de Equilibrio</b>							
<b>Servicio</b>	<b>Servicios vendidos</b>	<b>% Participación</b>	<b>Precio</b>	<b>Costo Variable</b>	<b>Margen</b>	<b>Margen Ponderado</b>	<b>Punto de Equilibrio</b>
Quinceañera	6	6%	466,67	140,00	326,67	19,41	8
Fiesta Infantil	21	21%	330,00	140,00	190,00	39,50	27
Matrimonio (100prs)	3	3%	1.100,00	140,00	960,00	28,51	4
Matrimonio (50prs)	3	3%	700,00	165,00	535,00	15,89	4
Decoraciones de mesa	13	13%	100,00	40,00	60,00	7,72	17
Bufet sencillo	10	10%	471,00	235,50	235,50	23,32	13
Bufet Completo	9	9%	596,00	298,00	298,00	26,55	12
Bocaditos	36	36%	191,07	53,50	137,57	49,04	47

*Elaborado por:* La autora

**Tabla 30** Punto de Equilibrio Ensueños y Fantasías Eventos



*Elaborado por:* La autora

Para el primer año se requiere facturar 43.159,00 dólares en unidades monetarias para cubrir los gastos y costos de producción vendiendo la cantidad de servicios detallados en el cuadro anterior logramos llegar al valor requerido.

**Indicadores de rentabilidad**

<b>TIR:</b>	<b>25%</b>
<b>VAN:</b>	<b>\$11.251,67</b>

*Elaborado por:* La autora

Se puede concluir que la puesta en marcha del proyecto de inversión es viable puesto que tenemos un TIR del 25% lo cual convierte a este proyecto en atractivo.

El valor actual neto del proyecto es de \$11.251,67 es mayor a cero lo cual se puede interpretar que es viable la puesta en marcha del proyecto de inversión.

## Conclusiones

- El estudio realizado demostró que el 60% de la población encuestada prefiere la zona centro para las instalaciones de la microempresa por este motivo la implementación de la microempresa que será en el centro del cantón La Libertad.
- La microempresa consta de cuatro áreas especializadas: Administración, marketing, producción y logística, las mismas que están divididas idóneamente, a la vez se establecieron los recursos humanos necesarios para cubrir cada uno de los cargos de la puesta en marcha del proyecto, se logró esto mediante una descripción de perfil de puestos idóneos para llevar a cabo cada actividad, se tomó en cuenta las capacidades, habilidades y conocimientos del recurso humano ya que de esto depende la calidad del servicio que se ofrecerá.
- El estudio de mercado realizado permitió dar a conocer las preferencias y gustos de las familias al momento de organizar un evento de tipo social, se conoció la demanda insatisfecha y aspectos generales del sector así como también se determinó los servicios más solicitados por los consumidores que fueron decoración de eventos, alimentación, y animación, siendo estos los principales servicios que ofrecerá la microempresa.
- Por otro lado se pudo conocer la forma más acertada de llegar al mercado siendo esto, por medio de redes sociales, banners hojas volantes y tarjetas de presentación, también se determinaron los precios de los servicios los mismos que están acorde con lo que el cliente está dispuesto a gastar en un servicio y a la vez genera un ingreso económico a la microempresa.
- Estudiando la demanda se puede concluir que este negocio está dirigido a las personas económicamente activas representado con el 59% y personas económicamente inactivas, ya que en los resultados de la encuestas el 31% de los encuestados fueron amas de casa que no reciben ingresos económicos, sin

embargo se presentaran como las posibles contratantes de nuestros servicios. Se demostró la aceptación de los servicios que ofrecerá la microempresa puesto que del total de 268 encuestas realizadas 264 encuestados están dispuestos a contratar el servicio de la microempresa organizadora de eventos sociales, pero más allá de la demanda es la insatisfacción que han creado otras empresas, debemos iniciarnos en el mercado con precios justos, excelencia en la atención a los clientes, innovación constante para satisfacer las necesidades de los consumidores.

- Se determinó la inversión requerida para desarrollar el estudio financiero apropiado para la creación de una microempresa, se analizó el financiamiento, el capital de trabajo, los presupuestos, estados financieros y depreciaciones todo esto proyectado para cinco años, la situación financiera de la microempresas durante la ejecución del proyecto fue favorable, posterior a esto de determino que el proyecto es factible de manera económica y finalmente, la Tasa Interna de Retorno del proyecto es de 25%, se demostró que existe un mercado favorable para la creación de una microempresa organizadora de eventos sociales en el cantón La Libertad provincia de Santa Elena.
- Una vez realizado el análisis de los factores externos e internos se establecieron las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que implican al proyecto, de esta manera se determinó que existen factores favorables dentro del mercado, como disponibilidad de financiamiento.
- Concluimos que las bases teóricas, fueron un apoyo sustancial para dar a conocer y entender los puntos y bases de mayor importancia para el estudio de creación de una microempresa, de modo que los conceptos establecidos en esta investigación sirvan de apoyo a investigaciones futuras.

## Recomendaciones

- Realizar investigaciones de mercado de manera constante, para obtener conocimiento sobre, gustos, preferencias, sugerencias de los consumidores.
- Contratar personal calificado que tenga y experiencia para poder ofrecer al consumidor un servicio de calidad.
- Todos los trabajadores de la microempresa deben conocer con claridad la misión, visión y las funciones a realizar en cada uno de sus puestos de trabajo, el fin es lograr que exista un compromiso y un propósito en común.
- Capacitar continuamente a los colaboradores de la microempresa para incrementar los conocimientos en lo referente a eventos sociales, nuevas tendencias, técnicas de decoración y mantenerlos actualizados.
- Elaborar programas de promoción y publicidad permanente que sean informativos, llamativos y que transmitan las ventajas de contratar los servicios de La microempresa para que pueda lograr una mejor promoción de sus servicios, deberá crear una página web, para ofrecer sus servicios y cotizaciones online.
- Para lograr una mayor captación en el mercado, se recomienda la apertura de nuevas sucursales en sectores adyacentes del Cantón La Libertad y en la provincia, sin desatender el servicio ya que los consumidores se sienten identificados con un local que brinde estándares de servicio de calidad, atención cordial e higiene.
- Al finalizar la presente investigación, se recomienda la aplicación real, en base a las encuestas realizadas en el Cantón La Libertad una microempresa de este tipo tendrá aceptación y más aún si el resultado de la evaluación financiera es positivo.

## Referencias

- Ansa, M. (2009). Valores institucionales en el personal administrativo de la Universidad del Zulia. *Revista Arbitrada Formación Gerencial*, 8(2). Recuperado de <http://www.produccioncientifica.luz.edu.ve/index.php/rafg/article/view/622/622>
- Angulo, J. (2013). Respuestas múltiples en la investigación educativa: codificación, tabulación y análisis. *Revista de Investigación Educativa*, 31(2), 374. Recuperado de <http://revistas.um.es/rie/article/view/164111/158131>
- Arias, F. (2006) *El proyecto de investigación* Recuperado de [http://datateca.unad.edu.co/contenidos/202030/Fidias\\_G.\\_Arias\\_El\\_Proyecto\\_de\\_Investigacion\\_5ta.\\_Edicion-.pdf](http://datateca.unad.edu.co/contenidos/202030/Fidias_G._Arias_El_Proyecto_de_Investigacion_5ta._Edicion-.pdf)
- Asamblea Constituyente (2015) Constitución de la República de Ecuador. Reglamento para la aplicación de la ley de régimen tributario interno (Decreto No. 374) Última modificación Decreto N° 580 Registro Oficial N° 448. Recuperado de <https://goo.gl/dpPcVY>
- Asamblea Constituyente (2008) Constitución de la República de Ecuador. Acuerdo Ministerial 2912. Registro Oficial N° 896. Recuperado de <http://goo.gl/bVzc0n>
- Agudelo, D. y Beltrán, J. (2013). *Estudio de factibilidad para la creación de Santor Eventos S.A.S una empresa de eventos sociales y entretenimiento en Zarzal* (Tesis de grado, Universidad Tecnológica de Pereira). Recuperado de <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/11059/3451/1/65811A282e.pdf>
- Armas, M. (Abril de 2011). *Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de ropa maternal en el cantón santa elena*. (Tesis de grado, Universidad provincia de Santa Elena) Recuperada de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/1779/1/02%20ICA%20154%20TESIS.pdf>

Andrade, G. (2011) *La importancia de la motivación personal del estudiante en la educación a distancia pública*. Recuperados de - <http://148.204.103.78/memorias/linea2/67.pdf>

Baca , G. (2013). *Evaluacion de Proyectos*. México: Mc. Graw Hill.

Bonilla, V. y Salguero, D. (Mayo 2014). *Proyecto de factibilidad para la creación de un centro de convenciones social y Empresarial en el cantón Pujilí de la provincia de Cotopaxi* (Doctoral dissertation, Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE Extensión Latacunga. Maestría en Gestión de Empresas Mención Pequeñas y Medianas Empresas.). Recuperado de <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/9361/1/T-ESPEL-MAE-0078.pdf>

Bustos, S. y Gallegos, S. ( Abril 2012). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa Organizadora de todo tipo de eventos sociales en el cantón Simón Bolívar – Provincia del Guayas*. (Tesis de grado, Universidad de Milagro) Recuperado de <http://goo.gl/LZDmFd>

Contreras, R., Rosales, L. & Meraz, L. & González, J. (2013) *Guía Técnica para elaborar manuales de Organización*. Recuperado de <http://goo.gl/eBwpwf>

CASEN, E. (2006). Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional. *Santiago, Gobierno de Chile*. Recuperado de <http://goo.gl/wiaGLq>

Castro, W. (2014). *Planificación estratégica para la implementación del proyecto RV Ecuador casas rodantes, con el objetivo de fomentar el turismo interno en el Ecuador*. (Tesis de grado, Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil) Recuperado de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/660>

Centro internacional de Formación OIT (2012) *Manual de elaboración de proyectos Una herramienta paso a paso para apoyar el desarrollo de las cooperativas y*

*otras formas de organizaciones de autoayuda.* Recuperado de <http://goo.gl/6AgmyN>

Díaz, A., & Matamoros, I. (2011). El análisis DAFO y los objetivos estratégicos. *Contribuciones a la Economía*, Recuperado de <http://www.eumed.net/ce/2011a/domh.htm?iframe=true&width=80%&height=80%>

ECUADOR, C. B. E., & SOLUCIONES, C. Y. P. Observatorio de la Economía Latinoamericana. *Revista académica de economía con el Número Internacional Normalizado de Publicaciones Seriadas ISSN, 1696, 8352.*

Evento. (s.f.). En Diccionario de la Real Academia Española, Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=H9JpZQS>

Empresa de servicios, (s.f.) En Definicion.de. Recuperado de <http://conceptodefinicion.de/empresa-de-servicios/>

Gobierno Autónomo Descentralizado Cantón La Libertad. Recuperado de <http://www.lalibertad.gob.ec/index.php/la-libertad/la-historia>

Gobierno Autónomo Descentralizado Cantón La Libertad. Recuperado de <http://www.lalibertad.gob.ec/index.php/la-libertad/demografia>

Galindo, C. (2008) *Manual para la creación de empresas 3era. Edición* Bogotá, Colombia: Ecoe. Ediciones

Grajales, T. (2000). *Tipos de investigación.* Recuperado de <http://tgrajales.net/investipos.pdf>

H.Congreso Nacional.(1999) Comisión de Legislación y codificación Ley de compañías Registro oficial 312, modificado 20 de Mayo 2014. Recuperado de <https://goo.gl/7c0rNt>

- H.Congreso Nacional. (4 de Noviembre de 2002) Ministerio de Salud Publica. Decreto Ejecutivo 3253. Registro Oficial 696. Recuperdo de
- Hueso, A., Sempere, C., & Josep, M. (2012). Metodología y técnicas cuantitativas de investigación. Recuperado de <https://goo.gl/mhvXaq>
- INEC. (2016). Recuperado de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- Jack, G. & Clements, J. (2012). *Administracion exitosa de proyectos*. Mexico: Cengage Learning Editores.
- Kotler , P., y Armstrong, G. (2012). *Marketing*. Mexico: Pearson Educacion .
- Kotler, P. y Keller, K. (2012). *Direccion de Marketing decimocuarta edicion*. Mexico: Pearson Educación.
- Longenecker, Moore, Petty, y Palich, (2010). *Administracion de pequeñas empresas, Lanzamiento y crecimiento de iniciaiva emprendedoras , 14.ed*. Mexico: Cengage Learning Editores.
- Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad. (2011) *Agendas para la transformación productiva territorial: provincia de Santa Elena*. Recuperado de <http://goo.gl/VmLiKc>
- Ortiz, E. (2013). *Plan de negocios pra la creaciónn de una empresa integral organizadora de eventos sociales en la parroquia de cumbaya*. (Tesis de grado, Universidad Intrnacional SEK. Quito). Recuperado de <http://goo.gl/zg1Itu>
- Padin, L. (2007). *Excel 2007: manual del usuario*. USERSHOP. Recuperado de <https://goo.gl/I6tJPi>

- Ramírez, O., & Paúl, H. (2012). Propuesta de un modelo de gestión para fomentar una cultura emprendedora desde la universidad Luis Vargas Torres Provincia de Esmeraldas República del Ecuador. *Observatorio de la Economía y la Sociedad Latinoamericana*, 171(171).
- Rodríguez, M. (2015). *Microempresas y generación de empleos para madres adolescentes, canton el empalme*. (Tesis de grado|1234567890 Universidad Tecnica Estatal, Quevedo)
- Rodríguez, L. (2015) *Eestudio de factibilidad para la creación de una cadena de restaurantes en los tres cantones de la provincia de Santa Elena, año 2015*. (Tesis de grado, Universidad Estatal Peninsula de Santa Elena) Recuperado de <http://goo.gl/IP3Mlr>
- Rodríguez, J. (2011). Métodos de investigación cualitativa. *Revista de Investigación Silogismo*, 1(08).Recuperado de <http://goo.gl/o6V1Bw>
- Servicio de Rentas Internas.. Recuperdo de <http://www.sri.gob.ec/de/retencion-de-impuestos>
- Servicio de Rentas Internas.. Recuperdo de <http://www.sri.gob.ec/web/10138/131>
- Sosa, P. (2015). *Estudio de factibilidad para la implementación de una empresa de eventos sociales a domicilio para la ciudad de Quito* (Tesis de grado,Universidad Nacional de Loja) Recuperdo de <http://goo.gl/BZLi7U>
- Servicio de Rentas Internas SRI. (4 de Agosto de 2004). Recuperdo de <http://www.sri.gob.ec/web/10138/131>
- Tschohl, J. (2001). *El arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia Tercera edición*. México: Pax México.

- Talancón, H. (2006). La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales. *Contribuciones a la Economía*, 2.
- Universidad Rafael Urdaneta, *La teoría de las necesidades*. (Cátedra: Principios Administrativos, Venezuela) Recuperado de <http://goo.gl/YoJ3Y9>
- Vaca, H. (2013). *Proyecto de factibilidad para la Creación de una empresa organizadora de Eventos infantiles en la ciudad de Loja* (Tesis de grado, Universidad Nacional de Loja) Recupero de <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/53>
- Viteri J. (2010). Responsabilidad social. *Enfoque UTE*, 1(1), pp-90. Recuperado de <http://www.ayto-toledo.org/medioambiente/a21/BRUNDTLAND.pdf>
- Viteri, J., & Jácome, M. (2013). La Responsabilidad Social como Modelo de Gestión Empresarial. *EIDOS*, 4, 92-100.
- Yanchaguano, Elsa. (2011). *Plan de marketing para la cooperativa de transporte de carga pesada Rutas del Cotopaxi del cantón Latacunga*. (Tesis de grado Universidad Técnica de Cotopaxi, Cotopaxi) Recuperado de <http://goo.gl/275OEm>

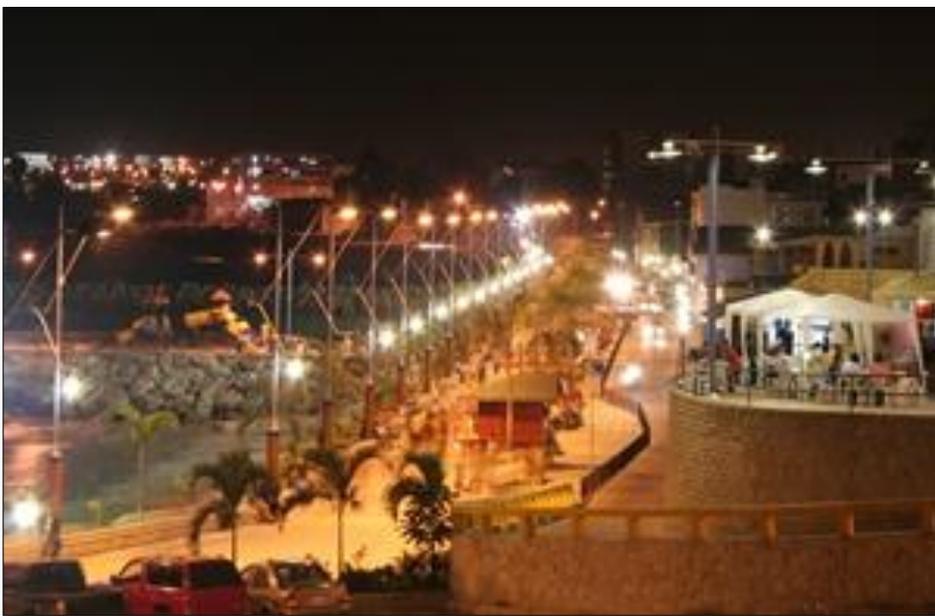
## Anexos

### Anexo 1 La Libertad, 1927



*Fuente:* Dpto. de Relaciones públicas GAD La Libertad

### Anexo 2 Libertad Malecon la Libertad 2016



*Fuente:* Dpto. de Relaciones públicas GAD La Libertad.

### Anexo 3 Cuadro de los competidores

N°	Competidores	Dirección
1	Eventos Gissel	Diagonal A y Avenida 16 Ava.
2	Eventos Party World	Cale Salomón Pinargote Diagonal Cooperativa de ahorro y crédito 29 d octubre
3	Sala de Eventos San Sebastián	Avenida Carlos Espinoza y Av. 12 Ava.

*Elaborado por:* La autora

### Anexo 4 Encuestas realizadas a transeúntes del centro del cantón La Libertad



*Fuente:* La encuesta



*Elaborado:* por la autor

## **Anexo 5** Formato de encuestas y análisis de las preguntas.

La presente encuesta tiene por objetivo recopilar información para un estudio para la creación de una microempresa organizadora de eventos sociales en el Cantón La Libertad. Se especifica que la información recogida por los encuestados sea verdadera.

### **Estudio de datos de identificación.**

<b>Edad</b>	<b>Sexo</b>	<b>Ocupación</b>		
___	M ___ F ___	Trabaja___	Estudia___	Quehaceres domésticos___

**Objetivo:** En esta investigación se consideró importante hacer las preguntas de identificación de los encuestados como es conocer la edad, género y ocupación, debido a que brindó información sobre las características de los posibles consumidores del servicio, y a la vez permitió saber si son personas económicamente activas o no las que realizan u organizan festejos.

### **Pregunta 1**

<b>¿Acostumbra a celebrar cumpleaños u otro tipo de fiestas a sus hijos o familiares?</b>				
Siempre	<input type="radio"/>	A veces	<input type="radio"/>	Nunca <input type="radio"/>

**Objetivo:** Esta pregunta determinó la frecuencia con que los encuestados celebran cumpleaños u otro tipo de festejos.

### **Pregunta 2**

<b>¿Qué lugar prefiere para la celebración de una fiesta?</b>				
En su hogar	<input type="radio"/>	Local con Piscina	<input type="radio"/>	Parque <input type="radio"/>

**Objetivo:** El objetivo de esta pregunta fue saber la preferencia del encuestado en lo que respecta a la localización del festejo, debido a que la microempresa no contara con salón para llevar a cabo los eventos, permitió obtener conocimientos para saber si es necesario o no establecer alianzas con proveedores de este tipo de servicio.

### Pregunta 3

**¿Contrataría los servicios de una empresa que se dedique a la organización de eventos sociales?**

Sí

No

**Objetivo:** Lo que se logró con esta pregunta es determinar la aceptación del mercado con respecto a la microempresa organizadora de eventos sociales.

### Pregunta 4

**¿Cuánto estaría dispuesto a gastar por la organización de una fiesta?**

**Objetivo:** El fin de esta interrogante fue saber cuánto está dispuesto a gastar el encuestado, en esta pregunta no se especifica el número de invitados ni el tipo de evento, porque por lo general los festejos más frecuentes son cumpleaños y el gasto dependerá del número de invitados y el tipo de fiesta que se realice. Otro motivo fue saber si el nivel de gasto se relaciona con el precio real de llevar a cabo una fiesta.

### Pregunta 5

**De los siguientes servicios, ¿Cuál contrataría?**

Organización total del evento\_\_ Alquiler del local\_\_ Decoración\_\_ Animación\_\_

Alimentación\_\_

**Objetivo:** Se realizó esta pregunta con el fin de saber cuál o cuáles de los servicios serán los más solicitados por los posibles clientes y en qué área deberemos proveernos más, para poder satisfacer las necesidades del consumidor.

### Pregunta 6

**Si usted alquilará el local para la realización de su evento. ¿Dónde le gustaría que se encuentre ubicado, según su conveniencia y comodidad para sus invitados?**

Centro

Norte

Sur

**Objetivo:** Esta interrogante va de la mano con la pregunta dos, depende mucho de la elección del encuestado, si la preferencia del mismo en su mayoría es alquiler de local para la realización del evento, las alianzas se las establecería con proveedores cuya salas de eventos se encuentren ubicadas en los sectores de mayor aceptación.

### Pregunta 7

**Según su criterio. ¿En qué sector de La Libertad deberían estar ubicadas las instalaciones de la microempresa para el contrato de sus servicios?**

Centro  Norte  Sur  Indiferente

**Objetivo:** Independientemente de los resultados que arroje esta pregunta, para la atención de sus clientes la microempresa organizadora de eventos, estará ubicada en la zona céntrica del cantón La Libertad. Por lo tanto las respuestas servirán para afirmar la ubicación, o para en el futuro abrir una sucursal.

### Pregunta 8

**¿Cómo le gustaría pagar si contratara a una empresa para la organización de una fiesta?**

Efectivo  Plan acumulativo  Tarjeta de Crédito

**Objetivo:** Aquí se conoció preferencias de pago de los encuestados, con esta pregunta también se dio a conocer si el encuestado le interesa realizar el pago por medio del plan acumulativo, claro está que para realizar este tipo de cancelación se establecerán reglas y será previo contrato.

### Pregunta 9

**¿Conoce si existe una empresa que se dedique a la organización de eventos sociales en el Cantón La Libertad?**

Sí  No

**Objetivo:** En esta pregunta básicamente lo que se quiso saber es, si el encuestado conoce empresas que se dediquen a la organización de eventos.

### Pregunta 10

**¿Ha contratado los servicios de dicha empresa organizadora de eventos**

Sí  No

**Objetivo:** El objetivo de esta pregunta es fue de mucha importancia, ya que dependiendo de los resultados, se establecieron estrategias que permitan incentivar a que las personas contraten los servicios y a la vez lograr fidelidad comercial con nuestra microempresa.

### Pregunta 11

**¿Qué le pareció el servicio que contrato?**

Excelente  Bueno  Regular  Pésimo

**Objetivo:** Lo que se trató de lograr en esta interrogante es, conocer la calidad del servicio que ofrecen los competidores.

### Pregunta 12

**¿A través de qué medios de comunicación usted ha visto o escuchado publicidad de empresas que organicen eventos sociales?**

Televisión\_\_\_ Folletos\_\_\_ Hojas Volantes\_\_\_ Radio\_\_\_ Banners\_\_\_ Periódico\_\_\_  
Tarjetas\_\_\_ Redes Sociales\_\_\_

**Objetivo:** El objetivo principal fue saber cuál o cuáles son los medios de comunicación o publicitarios más conocido en la Organización de eventos sociales. Los resultados arrojados de esta pregunta fueron de aporte al plan de Marketing porque se tomaron en cuenta los medios que los encuestados hayan visto más publicidad referente a organización de eventos.

**Anexo 6** Proyección de la población de la provincia de Santa Elena, por años calendario, según catones 2010 - 2020

<b>Código</b>	<b>Nombre de cantón</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>2401</b>	<b>Santa Elena</b>	148,475	152,340	156,253	160,203	164,196	168,219	172,278	176,373	180,494	184,642	188,821
<b>2402</b>	<b>Libertad</b>	99,151	101,040	102,928	104,812	106,694	108,565	110,426	112,282	114,123	115,952	117,767
<b>2403</b>	<b>Salinas</b>	70,621	72,835	75,095	77,393	79,734	82,112	84,531	86,991	89,485	92,017	94,590

*Fuente: INEC*

## **Anexo 7** Leyes que rigen a la Microempresa Ensueños y Fantasías Eventos

### **Ley de Superintendencia de Compañías**

#### **Compañía de responsabilidad Limitada**

La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos 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, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. (H.Congreso Nacional, Registro oficial 196 Reformado, Mayo,2006).

**Art. 94.-** La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitida por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, segura, capitalización y ahorro.

**Art. 95.-** La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince; si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse. (H.Congreso Nacional, Registro oficial 196 Reformado, Mayo, 2006).

#### **Del Capital**

**Art. 102.-** “El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías.” (H.Congreso Nacional, Registro oficial 196 Reformado, Mayo, 2006).

Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía. (H.Congreso Nacional, Registro

## **Ley Orgánica de Régimen Tributario**

### **Reglamento de comprobantes de venta, retención y documento complementarios.**

Art. 8.- Obligación de emisión de comprobantes de venta y comprobantes de retención

### **Reglamento de aplicación de la ley de régimen tributario interno.**

Art. 1.- Cuantificación de los ingresos, el Art. 2.- Sujetos pasivos y Art. 92.- Que habla sobre los agentes de retención

## **Ley Del Registro Único De Contribuyentes**

Art. 3.- De la Inscripción Obligatoria

### **Reglamento de registro y control sanitario de alimentos.**

Art. 37 que se refiere a la realización de inspecciones y el Art. 38 que habla sobre los resultados de la inspecciones realizadas.

### **Reglamentos de buenas prácticas para alimentos procesados.**

Art. 3. De las condiciones mínimas básicas, Art. 4. De la localización, Art. 5. Diseño y construcción, del Personal Art. 10. Consideraciones generales y el Art. 12.- Estado de salud.

## Anexo 8 Crédito Dirigido a PYMES Y Empresas

**Crédito**  
Producción Comercio y Servicios

Crédito dirigido a PYMES, y Empresas.

**Monto**  
Mínimo \$500 Máximo: \$300.000

**Tasa de interés**  
10% reajutable,  
Producción Ciclo corto: 11,20% reajutable

**Garantía**  
Quirografaria, Prendaria ó Hipotecaria.

**Destino**  
Capital de trabajo, Activos fijos: Lotes de terrenos en el sector urbano, locales comerciales, maquinaria nueva y usada.

**Beneficios**  
Plazo en función del destino de la inversión hasta 15 años.  
Forma de pago: mensual, bimestral, trimestral, semestral, anual.  
Periodo de gracia: en función del destino de la inversión.

*Fuente:* BNF

## Anexo 9 Requisitos para préstamo

### Requisitos

1. Copia legible en blanco y negro o a color de Cédula de Identidad de cliente y garante.
2. Copia legible en blanco y negro o a color de la papeleta de votación vigente del cliente y garante.
3. Para el caso de personas con capacidades especiales y mayores de 65 años la presentación del certificado de votación es opcional.
4. Original o copia de la planilla de servicio básico (con una validez de hasta 60 días), tanto para el cliente como para el garante.
5. Copia de RUC o RISE del solicitante para montos mayores a \$3.000
6. Plan de Inversión (formato entregado por el BNF para préstamos desde \$20.000 hasta \$100.000).
7. Proyecto de factibilidad de la actividad productiva a desarrollar para préstamos superiores a \$100.000

#### **PARA COMPRA DE ACTIVOS FIJOS:**

1. Proforma o cotización de los bienes a adquirir.
2. Copia de la declaración de Impuesto a la renta del último año (si estuviera obligado a hacerlo).
3. Copia de la declaración de Impuesto al Valor Agregado IVA del último año (si estuviera obligado a hacerlo).
4. En caso de poseer bienes inmuebles y / o vehículo presentar un documento que certifique la tenencia del mismo.
5. Título de Propiedad o Contrato de arrendamiento del lugar de la inversión, cuando éste sea diferente al domicilio.

#### **PARA EL CASO DE GARANTIA HIPOTECARIA:**

1. Certificado de gravámenes del Registro de la Propiedad (con una antigüedad no mayor a 90 días).
2. Copia del recibo de impuesto predial del último año.

*Fuente:* BNF

**Anexo 10** Accesorios elaborados con materiales reciclados



*Elaborado por:* La autora

**Anexo 11. Accesorios elaborados con materiales reciclados**



*Elaborado por: La autora*

Anexo 12 Elaboración de bocaditos.



*Elaborado por:* La autora

## Anexo 13 Cuestionario Post Venta

<b>Cuestionario post-venta, enfocado a la mejora del servicio de la Microempresa Ensueños y Fantasías Eventos.</b>
1.- ¿Por qué decidió contratar nuestros servicios?
2.- ¿Cómo conoció o porque medio vio a la microempresas Ensueños y Fantasías Eventos?
3.- ¿El precio del servicio solicitado le pareció razonable?
4.- ¿Cuál es el grado de satisfacción del servicio recibido?
5.- ¿Volvería a solicitar los servicios de la Microempresa Ensueños y Fantasías Eventos?
6.- ¿Recomendaría los servicios de la Microempresa Ensueños y Fantasías Eventos a familiares amigos o conocidos?

*Elaborado por:* La autora

## Anexo 14 Contrato

### **Contrato de prestación de servicios**

Contrato de prestación de servicios de eventos sociales que celebran por una parte Ensueños y Fantasías Eventos, representada legalmente por Guerra Estrella Elina Rosalba a quién en lo sucesivo se le denominará “El Prestador del Servicio” y por la otra parte, a quién en lo sucesivo se le denominará “cliente”.

### **Declaraciones**

#### **Declara “El Prestador del Servicio”**

**A.-** Ser Ecuatoriana por nacimiento, mayor de edad, con Registro de Contribuyentes número 0924249659001 y con domicilio fiscal en La Libertad Zona Centro de este Cantón.

**B.** - Tener dominio sobre el inmueble objeto de este documento, el mismo que se encuentra ubicado en la calle Robles Bodero y Av. 3, cuyo predio reúne todas las condiciones de higiene y salubridad

a) Que cuenta con la capacidad, la infraestructura, servicios y recursos necesarios para dar cabal cumplimiento a las obligaciones que por virtud del presente contrato adquiere.

## **2.- Declara el “Cliente”**

a) Llamarse como ha quedado plasmado en el proemio de este contrato.

b) Que es su deseo obligarse en los términos y condiciones del presente contrato.

c) Que para los efectos legales del presente contrato señala como su domicilio el ubicado en:

### **Clausulas**

**Primera.-** El objeto del presente contrato es la prestación de servicios para la organización de un evento social para.....personas, el cual se llevará a cabo el día....del mes .....del año... y tendrá una duración de ...horas, el cual iniciará a las.....y terminará a las.....en la dirección de..... De acuerdo a las características y especificaciones del anexo de este contrato, el mismo que forma parte del presente.

**Segunda.-** “El prestador del servicio” podrá cobrar una cantidad adicional, debidamente prevista en el presupuesto, en caso de que el evento prolongue su duración y/o el número de invitados exceda al estipulado.

**Tercera.-** El costo total que el “Cliente” debe solventar por la prestación del servicio es el estipulado por las personas señaladas en la cláusula primera del presente contrato y por los servicios contratados y señalados en el anexo (Ver anexo 14), no importa si el número de asistentes al evento es inferior al estipulado. Dicho costo será cubierto por el “Cliente” de contado, en moneda nacional y en la forma siguiente.

a) El 50% a la firma del presente contrato, por concepto de anticipo.

b) El 50% antes del inicio del evento.

- c) Si el cliente realiza su cancelación por medio de plan acumulativo, el mismo deberá iniciar sus pagos con 3 meses de anticipación, en pagos del 20% del total del valor aproximado del servicio.

“El prestador del servicio” deberá expedir el comprobante respectivo el que contendrá por lo menos la siguiente información: nombre, razón social, fecha e importe del anticipo, nombre y firma de la persona debidamente autorizada que recibe el anticipo y el sello del establecimiento, el nombre del cliente, la fecha, hora y el tipo de evento o servicios solicitados.

“El Cliente” se obliga a depositar una cantidad equivalente al 10% del costo estipulado para garantizar el pago de los servicios excedentes, imprevistos daños o perjuicios en su caso. Dicho depósito será devuelto al cliente si al finalizar el evento no se verificó

Independientemente de la entrega o no del anticipo “El Prestador del servicio” deberá entregar al cliente la factura o comprobante que ampare el pago de los servicios contratados, en la que hará constar detalladamente el nombre y el precio de cada uno de los servicios proporcionados, la finalidad es que el consumidor pueda verificar en detalle los servicios recibidos.

**Cuarta.-** A efecto de tener seguridad en cuanto al número de asistentes el evento social el coordinador y el prestador del servicio y la microempresa.....establecen como procedimiento de control y verificación el siguiente:

- a) “El cliente” y “El Prestador del Servicio” designarán cada uno, a una persona de su confianza a efecto de que sólo ingresen al lugar personas autorizadas por “El Cliente” para lo cual, podrá pactar el uso de boleto.
- b) “El Prestador del Servicio” se obliga a contar con un margen de excedente por lo mínimo de un 10% sobre el total contratado, para ser posibles de atender la sobredemanda autorizada por el cliente.

**Quinta.-** “El Cliente” cuenta con un plazo mínimo de 5 días hábiles posteriores a la firma del presente contrato para cancelar la operación sin responsabilidad alguna de su parte, en cuyo caso “El Prestador del Servicio” se obliga a reintegrar todas las cantidades que “El Cliente” le haya entregado, lo anterior no será aplicado si la fecha de la prestación del servicio se encuentra a diez días hábiles o menos de la celebración.

**Sexta.-** “El Cliente” se obliga a designar a una persona de su confianza, quien durante el evento será quien trate los asuntos relacionados con la presentación del servicio, asimismo se a obliga a abstenerse de dar instrucciones al personal del prestador del servicio que no tenga relación con el objeto del presente y procurar que sus invitados conserven la misma conducta. Por su parte el prestador del servicio se obliga a designar, de entre su personal, a una persona que será quien durante la celebración del evento trate con el representante del cliente o con el cliente, los asuntos relacionados con la prestación del servicio, y se obliga a que su personal atienda con esmero y cortesía a los asistentes del evento.

**Séptima.-** En el caso incumplimiento del contrato por cualquiera de las dos partes, se hará acreedor a las siguientes penas:

- a) Si se da por terminado cuando haya transcurrido solo una tercera parte del tiempo faltante para que se realice el evento, contando desde la fecha de firma de este contrato, se aplicará una pena correspondiente a una cantidad igual a 20% del precio del total a pagar.
- b) Si se da por terminado cuando ya haya transcurrido la mitad del tiempo faltante para que se realice el evento, contado desde la fecha de firma de este contrato, se aplicará una pena correspondiente a una cantidad igual al 33% del precio total a pagar.
- c) Si se da por terminado cuando haya transcurrido dos terceras partes del tiempo faltante para que se realice el evento, contando desde la fecha de firma de este contrato, se aplicará una pena correspondiente a una cantidad igual al 70% del precio total a pagar.

- d) Si se da por terminado cuando falten solamente 48 horas o menos para la realización del evento, se aplicara un apena correspondiente a una cantidad igual al 100% del precio total a pagar.
- e) En caso de ser “El Prestador del Servicio” quien incurra en incumplimiento del presente contrato este se obliga a devolver todas entregadas por el “Cliente”, más la pena convencional correspondiente de acuerdo al incumplimiento antes señalado, y sin perjuicio de lo establecido en la cláusula quinta del presente contrato.

**Octava.-** Si los bienes designados a la prestación del servicio sufrieren un menoscabo por culpa o negligencia debidamente comprobada por el “Cliente” o sus invitados, éste se obliga a cubrir los gastos de reparación de los mismos o en su caso indemnizar al prestador del servicio hasta con un 60% de su valor.

**Novena.-** Para la interpretación y cumplimiento dl presente contrato las partes se someten a la competencia de la Dirección de Defensa Del Consumidor, a las leyes y jurisdicción de los tribunales competentes del fuero común del Cantón la Libertad. No habiendo más que consten sobre le presente documento y enteradas las partes de su alcance y contenido legal, lo suscriben en el Cantón La Libertad los...días.....del mes.....del año.....

\_\_\_\_\_  
**El Cliente**

\_\_\_\_\_  
**El prestador del servicio del servicio**

#### **Anexo 15** Extensión del Contrato de Servicios

El objeto del presente contrato es la prestación de servicios para la organización de un evento para.....personas, el cual se llevará a cabo el día...del mes....del año...y tendrá la duración de.....horas, de acuerdo a las características y especificaciones del contrato. De igual forma el presente documento se establece las características del menú, calidad y cantidad de mantelería, sillería, arreglos florales y de más implemento necesarios para llevar a cabo dicho evento. “El Prestador del Servicio” por virtud del contrato ofrece a “el consumidor” los siguientes servicios.

<b>Servicio</b>	<b>Precio</b>
1.- El alquiler del salón de propiedad de.....ubicado en....el mismo que cuenta con una capacidad máxima de....el cual tiene una capacidad máxima de....personas.	
2.- Elaboración del menú a la elección y preferencia del “consumidor”.	
3.- Alquiler de mesas, sillas, manteles, vasos y demás elementos indispensables y necesarios para la celebración en base al número de asistentes.	
4.- Servicio del mesero y durante el tiempo que dure el evento.	
5.- El evento conforme a la elección y preferencia de “el consumidor”	
6.- El costo por ampliación de la duración del evento por cada hora.	
7.- El costo por invitado que exceda de la cantidad prevista en esta cláusula.	
8.- Otros a especificar Otros.	
<b>Subtotal</b>	
<b>I.V.A.</b>	
<b>Monto total</b>	
<b>Porcentaje de anticipo requerido</b>	

*Elaborado por:* La autora

#### **Anexo 16** Aporte de los socios Ensueños y Fantasías Eventos

<b>Ensueños y Fantasías Eventos</b>		
<b>Accionistas</b>	<b>Aporte</b>	<b>Porcentaje</b>
Guerra Estrella Elina Rosalba	5400	34%
Vera Ponce Fresia Beatriz	5000	33%
Aguilar Collantes Inés Xiomara	5000	33%
<b>Total</b>	<b>15400</b>	<b>100%</b>

*Elaborado por:* La autora

**Anexo 17 Ventas proyectadas Ensueños y Fantasías Eventos**

<b>Unidades Proyectadas a Vender en 5 Años</b>					
<b>Incremento en ventas proyectado</b>	<b>20%</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>
	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Quinceañera	6	13	14	15	15
Fiesta Infantil	21	41	43	45	47
Matrimonio (100prs)	3	5	5	5	6
Matrimonio (50prs)	3	5	5	5	6
Decoraciones de mesa	13	41	43	45	47
Bufet sencillo	10	19	20	21	22
Bufet Completo	9	18	19	20	21
Bocaditos	36	72	76	79	83
<b>Ventas Totales en Unidades</b>	<b>101</b>	<b>214</b>	<b>224</b>	<b>235</b>	<b>247</b>

*Elaborado por:* La autora

**Anexo 18 Inversión en activos fijos Microempresa Ensueños y Fantasías Eventos**

<b>Ensueños y Fantasías Eventos</b>			
<b>Inversión En Activos Fijos</b>			
<b>Muebles y Equipos</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Tipo de Activo</b>	<b>Valor</b>	<b>Total</b>
100	Sillas Grandes	\$11,80	1.180,00
50	Sillas Infantiles	\$4,50	225,00
25	Mesas	\$35,00	875,00
5	Mesón	\$70,00	350,00
3	Mesas con luces	\$280,00	840,00
12	Desniveles	\$25,00	300,00
12	Banconas para recuerdos	\$30,00	360,00
12	Charoles MDF	\$9,50	114,00
6	Carretas MDF	\$8,50	51,00
6	Caja Ranurada MDF	\$4,75	28,50
4	Base MDF	\$12,50	50,00
12	Porta Cup cakes	\$10,00	120,00
10	Samovares	\$70,00	700,00
100	Platos tendidos	\$4,50	450,00
100	Cubiertos	\$3,60	360,00
100	Platos postre	\$3,50	350,00
12	Espátulas	\$5,00	60,00
12	Cucharones	\$5,00	60,00
100	Vasos	\$0,90	90,00
100	Copas Flautas	\$2,00	200,00
100	Copas para agua	\$3,00	300,00
8	Charoles	\$11,00	88,00

3	Hieleras grandes	\$8,00	24,00
2	Cafetera	\$50,00	100,00
5	Jarrones	\$30,00	150,00
25	Copones	\$20,00	500,00
4	Bases para Arcos	\$8,00	32,00
20	Pedestales	\$25,00	500,00
25	Centros de mesa	\$5,00	125,00
25	Candelabros	\$25,00	625,00
3	Bases para Cortinas	\$60,00	180,00
1	Máquina de canguil	\$250,00	250,00
1	Máquina de hot-dog	\$200,00	200,00
1	Máquina de algodón de azúcar	\$350,00	350,00
25	Manteles	\$20,00	500,00
25	Cortinas	\$20,00	500,00
25	Sobremanteles	\$10,00	250,00
100	Forro para sillas	\$8,00	800,00
100	Servilletas	\$2,00	200,00
100	Lazos	\$1,50	150,00
25	Telas decoración	\$20,00	500,00
5	Manteles mesones	\$30,00	150,00
2	Carpas 3x3	\$180,00	360,00
2	Carpas 6x3	\$360,00	720,00
2	Carpas 6x6	\$1.000,00	2.000,00
1	Computadora	\$400,00	400,00
1	Impresora	\$150,00	150,00
1	Muebles de oficina ( escritorio, sillas )	\$355,00	355,00
1	Aire Ac.	\$700,00	700,00
1	Teléfono	\$80,00	\$80,00
1	Cocina industrial 6 quemadores con horno	\$480,00	480,00
1	Tanques de gas industrial de 45Kgs.	\$100,00	100,00
4	Moldes de metal bocaditos(Juegos x 100)	\$12,00	48,00
1	Set Moldes para Torta	\$26,00	26,00
1	Batidora Semi-Industrial	\$450,00	450,00
1	Balanza Gramera	\$20,00	20,00
1	Set cucharas de medida	\$1,50	1,50
1	Licadora Industrial	\$325,00	325,00
1	Set Reposteros de Medidas	\$4,50	4,50
5	Ollas	\$75,00	375,00
1	Archivador	180,00	180,00
10	Perchas de Metal	45,00	450,00
<b>Totales</b>			<b>\$20.382,50</b>

*Elaborado por:* La autora

**Anexo 19 Amortización**

<b>Ensueños y Fantasías Eventos</b>				
<b>Capital</b>	11.000,00			
<b>Tasa de Interés</b>	11,83%			
<b>Número de Pagos</b>	48			
<b>Fecha de Inicio</b>	1-jul.-16			
<b>Cuota Mensual</b>	288,75			
Intereses del Préstamo	3.748,22			
<b>Pago</b>	<b>Capital</b>	<b>Amortización</b>	<b>Interés</b>	<b>Pago</b>
0	11.000,00	-	-	-
1	10.819,69	180,31	108,44	288,75
2	10.637,60	182,09	106,66	288,75
3	10.453,71	183,89	104,87	288,75
4	10.268,01	185,70	103,06	288,75
5	10.080,48	187,53	101,23	288,75
6	9.891,10	189,38	99,38	288,75
7	9.699,86	191,25	97,51	288,75
8	9.506,73	193,13	95,62	288,75
9	9.311,69	195,03	93,72	288,75
10	9.114,74	196,96	91,80	288,75
11	8.915,84	198,90	89,86	288,75
12	8.714,98	200,86	87,90	288,75
13	8.512,14	202,84	85,92	288,75
14	8.307,30	204,84	83,92	288,75
15	8.100,44	206,86	81,90	288,75
16	7.891,54	208,90	79,86	288,75
17	7.680,59	210,96	77,80	288,75
18	7.467,55	213,04	75,72	288,75
19	7.252,41	215,14	73,62	288,75
20	7.035,15	217,26	71,50	288,75
21	6.815,75	219,40	69,35	288,75
22	6.594,19	221,56	67,19	288,75
23	6.370,44	223,75	65,01	288,75
24	6.144,49	225,95	62,80	288,75
25	5.916,31	228,18	60,57	288,75
26	5.685,88	230,43	58,32	288,75
27	5.453,18	232,70	56,05	288,75
28	5.218,18	235,00	53,76	288,75
29	4.980,87	237,31	51,44	288,75
30	4.741,22	239,65	49,10	288,75
31	4.499,20	242,01	46,74	288,75
32	4.254,80	244,40	44,35	288,75
33	4.007,99	246,81	41,95	288,75
34	3.758,75	249,24	39,51	288,75
35	3.507,05	251,70	37,06	288,75
36	3.252,87	254,18	34,57	288,75
37	2.996,18	256,69	32,07	288,75

38	2.736,96	259,22	29,54	288,75
39	2.475,19	261,77	26,98	288,75
40	2.210,84	264,35	24,40	288,75
41	1.943,88	266,96	21,80	288,75
42	1.674,29	269,59	19,16	288,75
43	1.402,04	272,25	16,51	288,75
44	1.127,10	274,93	13,82	288,75
45	849,46	277,64	11,11	288,75
46	569,08	280,38	8,37	288,75
47	285,94	283,14	5,61	288,75
48	0,00	285,94	2,82	288,75

*Elaborado por:* La autora