UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

TRABAJO DE GRADO

"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN LOCAL DE EVENTOS EN EL CANTÓN CAYAMBE, PROVINCIA PICHINCHA"

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA-CPA

AUTOR:

ROSALES VÉLEZ JOEL FABRICIO

DIRECTOR:

ING. MERIZALDE LEITON CARLOS ERNESTO Msc.

IBARRA, 2024

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo tiene como finalidad realizar un estudio de factibilidad para la creación de un local de eventos que se dedique a la prestación de servicios en el cantón Cayambe, provincia de Pichincha. Mediante la aplicación de diferentes técnicas de investigación con el fin de determinar la viabilidad del proyecto. Como primer paso se encuentra el desarrollo del diagnóstico situacional del entorno en el cual se va a implementar el proyecto e identificar los principales factores que influyen positiva o negativamente a la propuesta, que se presentan en la matriz AOOR: aliados, oportunidades, oponentes y riesgos. En la fundamentación teórica se exponen las bases teóricas en las cuales se apoya el proyecto, acerca de la importancia que tiene el desarrollo de un estudio de factibilidad y también se encuentran conceptos relacionados con la propuesta. A continuación, se presenta el estudio de mercado que analiza e interpreta las principales fuerzas de mercado: oferta, demanda, precio y prácticas de marketing, que determinan la oportunidad de inserción al mercado de la propuesta. En el siguiente capítulo, se realiza un estudio técnico en donde se establecen factores de macro y micro localización, equipos, procesos y recurso humano necesario dentro del proyecto. En el estudio económico-financiero se consolida la información de las fases anteriores y se establece la inversión total del proyecto, estados financieros, indicadores económicos que determinan si el proyecto es rentable. La propuesta de organización expone aspectos de constitución legal del proyecto: razón social, base filosófica, estructura organizativa y figura jurídica con la que el proyecto continuará sus actividades a futuro. Al final se presenta la validación del proyecto, es decir en base a criterios de técnicos entendidos en la elaboración de proyectos de inversión determinan, si el estudio de factibilidad es nada viable, medianamente viable o muy viable.

EXECUTIVE SUMMARY

The purpose of this work is to carry out a feasibility study for the creation of an event venue for the provision of services in the canton of Cayambe, Pichincha province. By applying different research techniques in order to determine the feasibility of the project. As a first step is the development of the situational diagnosis of the environment in which the project will be implemented and identify the main factors that positively or negatively influence the proposal, which are presented in the matrix AOOR: allies, opportunities, opponents and risks. The theoretical basis sets out the theoretical basis on which the project is based, on the importance of the development of a feasibility study and also found concepts related to the proposal. Below is the market study that analyzes and interprets the main market forces: supply, demand, price and marketing practices, which determine the opportunity to market the proposal. In the next chapter, a technical study is carried out that establishes macro and micro location factors, equipment, processes and human resource required within the project. In the economic and financial study, the information from the previous phases is consolidated and the total investment of the project, financial statements, economic indicators are established that determine whether the project is profitable. The organizational proposal sets out aspects of the legal constitution of the project: social reason, philosophical basis, organizational structure and legal figure with which the project will continue its activities in the future. At the end, the validation of the project is presented, i.e. on the basis of technical criteria understood in the development of investment projects determine whether the feasibility study is not feasible, medium viable or very viable.

AUTORÍA

Yo Rosales Vélez Joel Fabricio con C.I 172746162-4, declaro que el trabajo de grado titulado **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN LOCAL DE EVENTOS EN EL CANTÓN CAYAMBE, PROVINCIA PICHINCHA"** ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría. En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico de la tesis de grado en mención.

Ibarra, a los 23 días del mes de marzo de 2024



Rosales Vélez Joel Fabricio

CI. 172746162-4

CERTIFICACIÓN DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

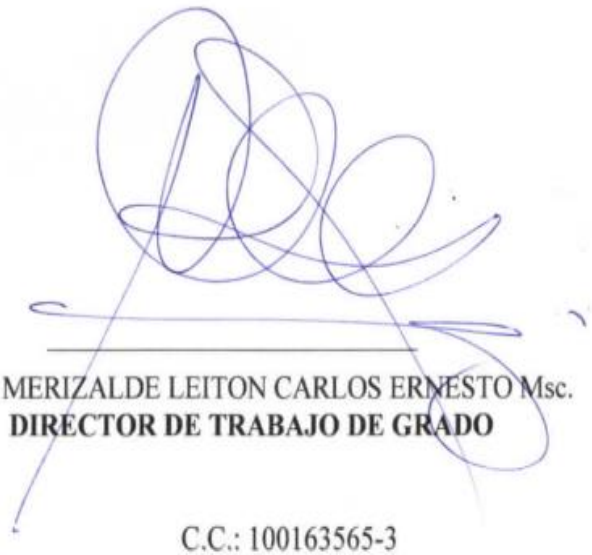
Ibarra, 23 de marzo de 2024

Merizalde Leiton Carlos Ernesto Msc.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final del trabajo de Integración Curricular, mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Universidad Técnica del Norte; en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.



ING. MERIZALDE LEITON CARLOS ERNESTO Msc.
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

C.C.: 100163565-3

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
DIRECCIÓN DE BIBLIOTECA

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	172746162-4		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Rosales Vélez Joel Fabricio		
DIRECCIÓN:	Cayambe, Juan Montalvo 9 de octubre y 13 de abril		
EMAIL:	Rosalesjoel93@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:		**TELÉFONO MÓVIL:**	0996412723

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN LOCAL DE EVENTOS EN EL CANTON CAYAMBE, PROVINCIA PICHINCHA"
AUTOR (ES):	Rosales Vélez Joel Fabricio
FECHA: DD/MM/AAAA	23/03/2024
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	■ **GRADO** ☐ **POSGRADO**
TITULO POR EL QUE OPTA:	**Ingeniero en Contabilidad y Auditoria C.PA.**
ASESOR /DIRECTOR:	**Ing. Merizalde Leiton Carlos Ernesto Msc.**

2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 23 días del mes de marzo de 2024

EL AUTOR:



.....

Rosales Vélez Joel Fabricio

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres lo hice por ustedes y por mí.

A mis hermanos, porque en cada etapa de mi vida están presentes en mis pensamientos

A mis tías, que estuvieron pendientes de este gran paso en mi vida profesional

Joel Fabricio Rosales Vélez

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme vida, por brindarme salud, y la fuerza necesaria para cumplir este objetivo profesional. Por la paciencia y tenacidad que se ve reflejada en este momento de culminar esta etapa.

A mis padres Juan Rosales y Ledi Vélez, quienes me apoyaron durante todo este tiempo de crecimiento profesional, por su apoyo, confianza, los valores y principios que me pudieron inculcar, para que sea un hombre de bien y jamás me olvide del lugar de donde vengo.

A mis hermanos y tías, por su confianza y su apoyo puesto en mí. Que estuvieron siempre para mí en los momentos más importantes.

A mis docentes, gracias por compartir todos sus conocimientos, en cada semestre superado, ha sido una carrera enriquecedora en cuanto a aprendizaje.

A mis compañeros de aula, con quienes compartí mucho y de quienes también pude aprender.

Joel Fabricio Rosales Vélez

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO ii
EXECUTIVE SUMMARY iii
AUTORÍA iv
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR v
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE vi
DEDICATORIA vii
AGRADECIMIENTO viii
PRESENTACIÓN xix
ANTECEDENTES xx
JUSTIFICACIÓN xxi
OBJETIVOS DEL PROYECTO xxiii
Objetivo General xxiii
Objetivos Específicos xxiii
CAPÍTULO I - DIAGNÓSTICO SITUACIONAL 1
1.1 Introducción 1
1.2 Objetivos del diagnóstico 1
1.2.1 Objetivo general. 1
1.2.2 Objetivos específicos. 2
1.3 Variables e indicadores 2
1.3.1 Recursos. 2
1.3.2 Controles. 2
1.3.3 Socios estratégicos. 2
1.4 Matriz de relación diagnóstica 3
1.5 Metodología 4
1.5.1 Variable recursos. 4
1.5.2 Variable controles. 4
1.5.3 Variable socios estratégicos. 4
1.6 Desarrollo matriz diagnóstica 4
1.6.1 Recursos. 4
1.6.2 Controles. 10

1.6.3 Socios estratégicos. 13
1.6.4 Proveedores. 16
1.7 Identificación AOOR 17
1.8 Identificación de la oportunidad de inversión 19
CAPÍTULO II - MARCO TEÓRICO 20
2.1 Introducción 20
2.2 Objetivos 20
2.2.1 Objetivo general. 20
2.2.2 Objetivos específicos. 20
2.1 Fundamentación teórica estudios de factibilidad 21
2.1.1. Definición. 21
2.1.2 Determinación de factibilidad en los proyectos. 21
2.1.3 Elaboración de estudios de prefactibilidad y factibilidad. 22
2.2 Eventos 23
2.2.1 Definición. 23
2.2.2 Tipos de eventos. 23
2.2.3 Organización de eventos. 24
2.3 Formulación de un proyecto y análisis de factibilidad 26
2.3.1 Estudio de mercado. 26
2.3.2 Estudio técnico. 30
2.3.3 Evaluación económica – financiera. 35
2.3.4 Análisis de rentabilidad del proyecto. 40
2.3.5 Estudio organizacional del proyecto. 42
2.3.6 Compañía de responsabilidad limitada. 49
CAPÍTULO III - ESTUDIO DE MERCADO 53
3.1 Introducción 53
3.2 Objetivo general 53
3.3 Objetivos específicos 54
3.4 Variables e indicadores 54
3.4.1. Oferta. 54
3.4.2. Demanda. 54
3.4.3. Precios. 54
3.4.4. Prácticas de marketing. 54
3.4.5. Estrategias comerciales. 55

3.5 Matriz de mercado......56
3.6 Metodología.....58
3.6.1. Variable oferta. 58
3.6.2 Variable demanda. 58
3.6.3. Variable precios. 58
3.6.4 Variable Prácticas de marketing. 58
3.7 Desarrollo de la matriz de mercado.....59
3.7.1 Oferta. 59
3.7.2 Demanda. 64
3.7.3 Precios.....82
3.7.4 Prácticas de marketing. 83
3.7.5 Estrategias comerciales.....84
3.7.6 Viabilidad de mercado. 88
CAPÍTULO IV – ESTUDIO TÉCNICO 89
4.1 Introducción.....89
4.2 Objetivo general 89
4.3 Objetivos específicos.....89
4.4 Localización del Proyecto 90
4.4.1 Macro Localización. 90
4.4.2 Micro localización. 91
4.1.3 Croquis de ubicación de calles.....93
4.5 Tamaño del proyecto 93
4.5.1 Diseño de las instalaciones. 94
4.5.2 Capacidad.....95
4.6 Procesos.....97
Cadena de valor 97
4.6.1 Simbología. 100
4.6.2 Proceso organización de eventos. 102
4.7 Determinación del presupuesto técnico.....106
4.7.1 Inversiones fijas. 106
4.7.2 Recurso humano.....112
4.7.3 Inversiones diferidas. 113
4.7.4 Resumen inversión fija, recurso humano y diferida. 114
4.8 Conclusiones del capítulo.....114

CAPÍTULO V – ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO....115
5.1 Introducción....115
5.2 Objetivo general....116
5.3 Objetivos específicos....116
5.4 Inversiones....116
5.4.1 Inversión fija.....116
5.4.2 Inversión capital de trabajo.....117
5.4.4 Inversión diferida.....120
5.4.5 Inversión total del proyecto.....121
5.4.6 Financiamiento....122
5.5 Parámetros generales....122
5.5.1 Inflación.....122
5.5.2 Variación del Sueldo básico unificado.....123
5.5.3 Depreciaciones.....123
5.6 Presupuesto de ingreso....124
5.7 Costos y gastos....127
5.7.1 Presupuesto de costos directos.....127
5.7.2 Costos indirectos de fabricación proyectados.....129
5.7.3 Depreciaciones.....130
5.7.4 Gastos y sueldos administrativos.....132
5.7.5 Proyección de sueldos administrativos.....134
5.7.6 Gastos de constitución.....134
5.7.7 Gastos de publicidad.....135
5.7.8 Gastos financieros.....135
5.7.9 Resumen de costos y gastos.....136
5.8 Estados de situación financiera....137
5.8.1 Estado de situación inicial.....137
5.8.2 Estado de resultados.....138
5.9 Evaluación Financiera....139
5.9.1 Flujo de caja.....139
5.9.2 Valor actual neto.....140
5.9.3 Tasa interna de retorno....140
5.9.4 Periodo de recuperación de la inversión.....141
5.9.5 Costo beneficio.....142

5.9.6 Costo promedio ponderado del capital 142
5.9.7 Punto de equilibrio 143
5.10 Resumen de evaluación financiera 144
CAPÍTULO VI - PROPUESTA ORGANIZACIONAL 145
6.1 Introducción 145
6.2 Objetivo General 145
6.3 Objetivos específicos 145
6.4 Propósito estratégico 146
6.4.1 Razón social, slogan y logotipo. 146
6.4.2 Base Filosófica. 147
6.4.3 Valores y principios organizacionales. 147
6.5 Estructura organizacional 148
6.5.1 Organigrama estructural. 148
6.5.2 Descripción de funciones. 149
6.6 Permisos de funcionamiento 153
6.6.1 Figura jurídica 156
6.7 Conclusiones del capítulo 156
CAPÍTULO VII – VALIDACIÓN 158
7.1 Introducción 158
7.2 Objetivo general 158
7.3 Objetivos específicos 158
7.4 Método de validación 159
7.4.1 Componentes a validar. 159
7.4.2 Calificación. 160
7.5 Matriz de validación 163
7.6 Resultados 164
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 166
Conclusiones: 166
Recomendaciones: 168
BIBLIOGRAFÍA 170
ANEXOS 172

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de variables e indicadores....3
Tabla 2 Nivel de instrucción cantón Cayambe: 2010 5
Tabla 3 Distribución de la red vial del cantón Cayambe: 2013 6
Tabla 4 Capacidad instalada de locales de eventos cantón Cayambe....8
Tabla 5 Listado de equipos tecnológicos de locales de eventos cantón Cayambe....9
Tabla 6 Listado de mobiliario de locales de eventos cantón Cayambe....10
Tabla 7 Principales líneas de crédito del cantón Cayambe:2012 14
Tabla 8 Entidades financieras cantón Cayambe:2018....15
Tabla 9 Principales restaurantes del cantón Cayambe 16
Tabla 10 Análisis de los principales aliados, oponentes, oportunidades y riesgos identificados ..18
Tabla 11 Variables e indicadores estudio de mercado 56
Tabla 12 Ficha de observación: oferta actual de locales de eventos en el cantón Cayambe....62
Tabla 13 Proyección de la oferta....64
Tabla 14 Actividades productivas del cantón Cayambe:2010 66
Tabla 15 Principales fiestas del cantón Cayambe:2013....67
Tabla 16 Frecuencia de asistencia a eventos....70
Tabla 17 Arreglos Florales....70
Tabla 18 Alimentación....71
Tabla 19 Capacidad de invitados 72
Tabla 20 Maestro de ceremonias....73
Tabla 21 Artistas 73
Tabla 22 Ambiente....74
Tabla 23 Organización 75
Tabla 24 Creatividad....75
Tabla 25 Número de invitados 76
Tabla 26 Creación de un local de eventos....77
Tabla 27 Tipos de eventos....78
Tabla 28 Beneficios del local de eventos....78
Tabla 29 Demanda potencial....79
Tabla 30 Proyección de la demanda....81
Tabla 31 Demanda insatisfecha....81

Tabla 32 Ficha de observación: precio de los competidores....82
Tabla 33 Ficha de observación: medios publicitarios....83
Tabla 34 Ficha de observación: Puntos de venta....84
Tabla 35 Ficha del servicio....85
Tabla 36 Macro localización....90
Tabla 37 Análisis calificación de posible ubicación....92
Tabla 38 Área de las instalaciones....94
Tabla 39 Capacidad instalada....95
Tabla 40 Demanda a captar por el proyecto....96
Tabla 41 Simbología de procesos....100
Tabla 42 Flujo organización de eventos....102
Tabla 43 Flujo de organización de eventos....103
Tabla 44 Flujo de organización de eventos....104
Tabla 45 Descripción de las actividades....105
Tabla 46 Muebles de oficina....107
Tabla 47 Equipos de oficina....107
Tabla 48 Equipos tecnológicos....108
Tabla 49 Muebles eventos....108
Tabla 50 Línea blanca....109
Tabla 51 Arriendo del local....110
Tabla 52 Adecuaciones....110
Tabla 53 Resumen de inversión fija....111
Tabla 54 Personal administrativo....112
Tabla 55 Resumen recurso humano....113
Tabla 56 Inversión diferida....113
Tabla 57 Inversión fija, recurso humano y diferida....114
Tabla 58 Inversión fija....116
Tabla 59 Sueldos administrativos....117
Tabla 60 Costos indirectos de fabricación....117
Tabla 61 Gastos de ventas....117
Tabla 62 Valor de insumos: eventos pequeños....118

Tabla 63 Valor de insumos: eventos medianos 118
Tabla 64 Valor de insumos: eventos grandes 119
Tabla 65 Insumos eventos 119
Tabla 66 Capital de trabajo 120
Tabla 67 Inversión diferida 121
Tabla 68 Inversión total 121
Tabla 69 Financiamiento 122
Tabla 70 Promedio de inflación 123
Tabla 71 Variación sueldo básico unificado 123
Tabla 72 Depreciaciones 124
Tabla 73 Precio por evento 125
Tabla 74 Presupuesto de ingreso 126
Tabla 75 Insumos: eventos pequeños 127
Tabla 76 Insumos: eventos medianos 127
Tabla 77 Insumos: Eventos grandes 128
Tabla 78 Número de eventos anual 128
Tabla 79 Proyección de costos directos 129
Tabla 80 Costos indirectos de fabricación 130
Tabla 81 Depreciaciones 130
Tabla 82 Proyección de la depreciación 131
Tabla 83 Sueldos primer año 132
Tabla 84 Sueldos segundo año 133
Tabla 85 Proyección de sueldos 134
Tabla 86 Gastos de constitución 134
Tabla 87 Publicidad 135
Tabla 88 Cuadro de amortización 136
Tabla 89 Estado de costos y gastos proyectado 136
Tabla 90 Estado de situación inicial 137
Tabla 91 Estado de resultados proyectado 138
Tabla 92 Flujo de caja 139
Tabla 93 Valor actual neto 140

Tabla 94 Tasa interna de retorno 140
Tabla 95 Período de recuperación de la inversión 141
Tabla 96 Costo beneficio 142
Tabla 97 Casto promedio ponderado del capital 143
Tabla 98 Punto de equilibrio 143
Tabla 99 Funciones del gerente 150
Tabla 100 Funciones del contador 151
Tabla 101 Funciones del jefe de eventos 152
Tabla 102 Funciones del auxiliar de limpieza 153
Tabla 103 Componentes a validar 159
Tabla 104 Calificación 160
Tabla 105 Ponderación 162
Tabla 106 Matriz de validación 163
Tabla 107 Rango de aceptación 164
Tabla 108 Resultados 164

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Frecuencia de asistencia a eventos 70

Ilustración 2. Arreglos Florales 71
Ilustración 3. Alimentación 71
Ilustración 4. Capacidad de invitados 72
Ilustración 5. Maestro de ceremonias 73
Ilustración 6. Artistas 74
Ilustración 7. Ambiente 74
Ilustración 8. Organización 75
Ilustración 9. Creatividad 76
Ilustración 10. Número de invitados 77
Ilustración 11. Creación de un local de eventos 77
Ilustración 12. Tipos de eventos 78
Ilustración 13. Beneficios del local de eventos 79
Ilustración 14. Macro localización cantón Cayambe 91
Ilustración 15. Diseño de las instalaciones 2D 94
Ilustración 16. Espacio entre mesas 95
Ilustración 17. Cadena de valor del local de eventos 98
Ilustración 18. Componentes del proceso 98
Ilustración 19. Etapas del proceso de organización de eventos 99
Ilustración 20. Logo del local 146
Ilustración 21. Organigrama del local de eventos 149

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de grado titulado **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN LOCAL DE EVENTOS EN EL CANTÓN CAYAMBE, PROVINCIA PICHINCHA"**, tiene como finalidad determinar la viabilidad del proyecto mediante la aplicación de diferentes técnicas de investigación.

En el capítulo I, se presenta el diagnóstico situacional, del cantón Cayambe, provincia de Pichincha y el estudio de los diferentes factores que influyen directamente en el proyecto, para determinar la matriz de aliados, oportunidades, oponentes y riesgos y la oportunidad de inversión.

En el capítulo II, se exponen las principales fuentes teóricas, que sustentan el objeto de estudio del presente proyecto y los principales conceptos de la propuesta.

En el capítulo III, se analizan las principales fuerzas de mercado: oferta, demanda, precio y prácticas de marketing que servirán para determinar la oportunidad de inserción del proyecto en el mercado.

En el capítulo IV, se realiza el estudio técnico del proyecto, que establece macro y micro localización, insumos, equipos, talento humano y procesos necesarios de la propuesta.

En el capítulo V, se desarrolla el estudio económico-financiero, en donde se presentan los ingresos, egresos, estados y la evaluación financiera, que permite conocer si el proyecto es rentable.

En el capítulo VI, se establece la estructura organizativa del proyecto, proponiendo una razón social, base filosófica, estructura adecuada y figura jurídica con la que el proyecto continuará sus actividades en el futuro.

En el capítulo VII, tiene como finalidad validar el proyecto, a través del criterio de técnicos que conocen acerca de la elaboración de proyectos de inversión.

ANTECEDENTES

(Ecuatorianas, 2016), señala que el cantón Cayambe está situado al norte de la provincia de Pichincha, República del Ecuador con una extensión territorial de 1.188,8 Km2, una temperatura promedio de 12°C, posee las siguientes parroquias: Cayambe, Ayora, Juan Montalvo, Ascázubi, Cangahua, Otón, Sta. Rosa de Cusubamba y Olmedo. A 40 minutos de la ciudad de Quito.

Según el INEC (Censo 2010) posee una población de 85.5 mil habitantes (3,3% respecto a la Provincia de Pichincha) con una población urbana de 45,5% y rural de 54,5%, así mismo las mujeres representan un 51,1% y hombres 48,9%, la PEA representa un 59,6% (3,2% de la PEA de la Provincia de Pichincha).

Cayambe se dedica a diferentes actividades económicas. La actividad que predomina es la Agricultura, Ganadería, Silvicultura y pesca con un 47,7% de la población; El comercio al por mayor y menor que refiere a un 11,9%; Construcción un 7,9%; Industrias manufactureras un 7,7%; Transporte y almacenamiento un 4,5%; Enseñanza un 3,5% y otros un 6,3%.

La participación en la actividad económica, los establecimientos económicos son 2,8 mil establecimientos (2,5% de la provincia de Pichincha); Su ingreso por ventas es de 260 millones (0,4% de la Provincia de Pichincha); El personal ocupado 8,0 mil personas (1,4% de la Provincia de Pichincha). Las principales actividades que generan mayor ingreso son las Industrias manufactureras que representa un 43,2%; el comercio al por mayor y por menor- reparación de vehículos automotores y motocicletas un 39,5%; y Actividades financieras y de seguros un 4,0%.

JUSTIFICACIÓN

A nivel nacional, según la CFN (Corporación Financiera Nacional, 2017), indica que la tendencia de crecimiento en lo que se refiere al número de establecimientos que se dedican a la prestación de servicios de recreación, diversión y esparcimiento registrados en el Ministerio de Turismo en el año 2013 fue de 2.340 y en el año 2015 aumentó a 2.859, lo que significa que esta actividad aumentó en un 22,18%.

Así mismo, los ingresos de este grupo de actividad económica reflejan un incremento considerable, ya que en el año 2013 presentaron ingresos de 899,6 millones de dólares y para el año 2016 aumentó a 984,2 millones de dólares.

A nivel nacional la tendencia de crecimiento de los establecimientos, que se dedican a la organización de eventos ha tenido un importante crecimiento. El (Comercio, 2017) , manifiesta que:

> Es común ver a niñas y niños con sus trajes de primera comunión, entre los meses de mayo y agosto, también es la época en la que comienzan las celebraciones de grado de los colegios. Para el negocio de organización de eventos sociales, esta temporada representa un incremento en sus ventas. Según datos del INEC (Censo,2010), para 2015 operaban en el país 2.767, para eventos sociales y corporativos, la facturación sube en un 40% entre mayo y agosto, por la celebración de primeras comuniones, bautizos, matrimonios, confirmaciones y graduaciones. En esta temporada también aumentan las ventas, en especial en julio, cuando suben en un 25%. También algunas primeras comuniones para junio y julio. El número de eventos se mantuvo esta temporada y, en algunos casos, creció frente a la misma época del 2016.

A nivel local, el Cantón Cayambe según (GADIP, 2018) cuenta con 4 establecimientos dentro de la categoría recreación, diversión y esparcimiento dedicados a la prestación de servicios

en salas de recepción y banquetes. Estos establecimientos poseen una categorización de segunda, otorgada por el Ministerio de Turismo del Ecuador (Turismo, 2018).

Por lo expuesto anteriormente, surge la idea de implementar un local de eventos en el Cantón Cayambe, Provincia de Pichincha a raíz de la creciente tendencia que ha tenido este tipo de establecimientos a nivel nacional, demostrando ser un tipo de negocio rentable, en el que cualquier persona estaría dispuesta a invertir. Una de las razones por las cuales el servicio de organización de eventos es rentable se debe a que en ciertas épocas del año aumenta la demanda del servicio por parte de la población que en su mayoría buscan de algún espacio físico apropiado y que disponga de todos los recursos materiales, logísticos, humanos, etc., para la realización de su evento.

A pesar de que Cayambe cuenta actualmente con 4 establecimientos que se dedican a la prestación de este tipo de servicios, La propuesta de realizar este estudio de factibilidad para la creación de un local de eventos, dirige sus esfuerzos a mejorar la calidad del servicio ya existente en la localidad y apostar por una calificación de primera y porque no de lujo por parte del Ministerio de Turismo. Siendo beneficiados no sólo los administradores sino también la población de la localidad y el cantón al aportar desarrollo económico y ayudando a solucionar problemas socioeconómicos como el desempleo, generando plazas de trabajo para sus habitantes.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un local de eventos que se dedique a la prestación de servicios en el cantón Cayambe, provincia de Pichincha. Mediante la aplicación de diferentes técnicas de investigación con el fin de determinar la viabilidad del proyecto.

Objetivos Específicos

- Conocer el entorno del cantón Cayambe para identificar aliados, oportunidades, oponentes, riesgos en la perspectiva de implementar un local de eventos en el cantón Cayambe, Provincia de Pichincha.
- Determinar las principales fuentes teóricas acerca de los estudios de factibilidad y para la prestación de servicios de organización de eventos.
- Conocer el comportamiento de las fuerzas de mercado en la perspectiva de implementar un local de eventos en Cayambe.
- Sustentar técnicamente los diferentes procesos de la propuesta a través de un estudio que permita verificar la viabilidad del proyecto.
- Elaborar un estudio económico-financiero para determinar la rentabilidad del proyecto.
- Validar el estudio de factibilidad para la creación de un local de eventos en el cantón Cayambe, provincia Pichincha.

CAPÍTULO I - DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 Introducción

La presente propuesta acerca de la creación un local de eventos en el Cantón Cayambe, Provincia Pichincha, como primer paso para su desarrollo se encuentra el diagnóstico situacional del entorno en el cual se pretende implementar este proyecto.

Es de gran importancia el estudio del entorno, ya que existen diferentes factores que influyen directamente a la presente propuesta, para establecerlos, se ha tomado como herramienta la norma ISO 9001, (2015): Sistemas de gestión de la calidad. Estos factores son: recursos, controles y socios estratégicos. Que mediante una investigación de cada uno de estos factores de fuentes secundarias se recopila información que ayude a responder el objetivo general y específicos planteados respectivamente en este primer capítulo de la propuesta.

Una vez analizada la información recopilada de cada uno de sus factores e indicadores, podemos construir nuestra matriz en la que identificamos aliados, oportunidades, oponentes y riesgos que se pudieron identificar en el análisis de cada factor.

Al final se obtiene una conclusión que responde al objetivo de este capítulo, la oportunidad de Inversión que tiene la implementación de la presente propuesta.

1.2 Objetivos del diagnóstico

1.2.1 Objetivo general.

Conocer el entorno del cantón Cayambe para identificar aliados, oportunidades, oponentes, riesgos en la perspectiva de implementar un local de eventos en el cantón Cayambe, Provincia de Pichincha.

1.2.2 Objetivos específicos.

- Identificar los principales recursos que se implementan en los locales de eventos.
- Analizar los controles relacionados al funcionamiento de locales de eventos.
- Identificar los socios estratégicos que inciden en la actividad de organización de eventos.

1.3 Variables e indicadores

1.3.1 Recursos.

- ✓ Recurso humano
- ✓ Infraestructura
- ✓ Tecnología
- ✓ Mobiliario

1.3.2 Controles.

- ✓ Normativa internacional
- ✓ Ordenanzas municipales
- ✓ Patente
- ✓ Permisos de funcionamiento

1.3.3 Socios estratégicos.

- ✓ Proveedores
- ✓ Entidades financieras

1.4 Matriz de relación diagnóstica

Tabla 1
Matriz de variables e indicadores

Objetivo General	Objetivos específicos	Variables	Indicadores	Fuente de Información	Técnicas
Conocer el entorno del cantón Cayambe para identificar aliados, oportunidades, oponentes, riesgos en la perspectiva de implementar un local de eventos en el Cantón Cayambe, Provincia Pichincha.	Identificar los principales recursos relacionados con el funcionamiento de locales de eventos.	Recursos	1. Recurso Humano 2. Infraestructura 3. Tecnología 4. Mobiliario	Primaria Secundaria	Observación directa Bibliográfica
	Determinar los controles relacionados al funcionamiento de locales de eventos.	Controles	1. Normativa internacional 2. Ordenanzas municipales 3. Patente 4. Permisos de funcionamiento	Secundaria	Bibliográfica
	Identificar los socios estratégicos que inciden en la actividad de organización de eventos.	Socios estratégicos	1. Principales proveedores 2. Entidades financieras	Primaria Secundaria	Observación directa Bibliográfica

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

1.5 Metodología

1.5.1 Variable recursos.

Dentro del presente proyecto es importante estudiar el entorno en el cual se pretende implementar el local de eventos, para lo cual se identificará los principales recursos como talento humano, infraestructura, ambiente de trabajo y tecnología que se encuentran dentro de los establecimientos que brindan el servicio de organización de eventos.

1.5.2 Variable controles.

El estudio de las principales normas nacionales e internacionales para el presente proyecto es de vital importancia, por lo que se pretende realizar una investigación acerca de la normativa que posee el Cantón, para regular el funcionamiento de los locales de eventos.

1.5.3 Variable socios estratégicos.

Para la presente propuesta se pretende identificar los principales socios estratégicos con los que actualmente cuentan los establecimientos de organización de eventos y que pueden ser de vital importancia para dar vida al giro del negocio.

1.6 Desarrollo matriz diagnóstica

1.6.1 Recursos.

Recurso humano

El recurso humano con el que cuenta un territorio, en el que se pretende implementar un proyecto está ligado principalmente, a la educación de las personas que lo habitan y por el nivel de instrucción que poseen. Por eso es importante conocer el talento humano existente en el cantón Cayambe.

Tabla 2
Nivel de instrucción cantón Cayambe: 2010

Nivel de instrucción más alto al que asiste o asistió	Cayambe	Ascázubi	Cangahua	Otón	Santa Rosa de Cusubamba
Ninguno	4,62%	4,75%	17,75%	11,05%	5,53%
Centro de alfabetización (eba)	1,05%	0,97%	3,25%	1,77%	0,57%
Preescolar	1,25%	0,77%	1,17%	0,91%	1,07%
Primario	37,22%	40,76%	37,97%	44,58%	42,67%
Secundario	23,64%	25,24%	13,94%	10,47%	18,38%
Educación básica	9,58%	9,74%	16,12%	22,06%	17,23%
Educación media	7,31%	7,50%	3,91%	4,58%	6,26%
Ciclo post bachillerato	0,95%	0,53%	0,42%	0,37%	0,33%
Superior	11,95%	7,21%	2,45%	2,97%	4,13%
Postgrado	0,49%	0,15%	0,07%	0,04%	0,25%
Se ignora	1,94%	2,40%	2,94%	1,20%	3,58%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: PDYOT 2015, Cayambe
Elaborado por: El Autor

(PDYOT, Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Cayambe, 2015), indica que:

> El nivel de instrucción más alto dentro del cantón Cayambe es el primario con 39,41%, en segundo lugar, se encuentra el nivel secundario con un 20,43%, seguido por la categoría educación básica del 11,67%. El nivel mínimo registrado corresponde al postgrado con solo el 0,34%. A nivel parroquial, el nivel de instrucción primario registra un alto porcentaje principalmente en la parroquia Olmedo con un total de 53,99%. Para el caso del nivel de educación secundario es la parroquia Ascázubi quien registra mayor porcentaje con un 25,24%. En cuanto al nivel superior y de posgrado sólo la cabecera cantonal refleja un porcentaje alto de 11,95% y 0,49% respectivamente, comparado con las otras parroquias. Por otro lado, a nivel cantonal, el nivel de educación de posgrado no alcanza un porcentaje

significativo y éste se encuentra alrededor del 0,34%, siendo la población de la cabecera cantonal quienes aportan más a este porcentaje. (pág. 86)

Analizando el nivel de instrucción que presenta el cantón Cayambe, se puede determinar que dentro del cantón las personas poseen una educación básica siendo el mayor porcentaje de los demás niveles. Sin embargo, sólo en la cabecera cantonal existe un alto porcentaje correspondiente a un 11,95% de nivel superior, por ende, se puede entender que, dentro de la cabecera cantonal se puede encontrar talento humano competente para formar parte de proyectos de inversión.

Infraestructura.

- ✓ **Vías de acceso**

La infraestructura con la que cuenta el cantón se relaciona, directamente con las vías de acceso, que posee para la correcta movilización de las personas y para la facilitación de las principales actividades económicas.

Tabla 3
Distribución de la red vial del cantón Cayambe: 2013

VÍAS	KM	%
Pavimentado o asfaltado, dos o más vías	72,28	3,26
Revestimiento suelto o ligero, dos o más vías	106,96	4,83
Pavimentada o asfaltada, una vía	0,22	0,01
Revestimiento suelto o ligero, una vía	468,01	21,13
Camino de verano	777,13	35,08
Autopista, pavimentada o asfaltada, más de dos vías con parterre o separador	6,53	0,29
Calle	245,13	11,07
Sendero	75,97	3,43
Herradura	463,03	20,9
Total	2215,26	100

Fuente: PDYOT 2015, Cayambe
Elaborado por: El Autor

(PDYOT, Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Cayambe, 2015), indica que:

> El cantón Cayambe se encuentra atravesado por la vía Panamericana de suroeste a nor-oste, vía que comunica la capital nacional y el sur del país con las provincias de Imbabura y Carchi. La red vial del cantón Cayambe abarca alrededor de 2.215 Km; de los cuales prevalecen los caminos de verano con el 35,08% en las áreas rurales. Los caminos pavimentados de dos o más vías corresponden al 3,26% y son los que comunican la zona urbana con las cabeceras parroquiales de Ayora y Olmedo al norte; y con Cangahua al sur-este del cantón. La red vial dentro del área urbana se caracteriza por vías pavimentadas de dos o más carriles; la mayoría en buen estado. En zonas periféricas predominan las vías lastradas de una o dos carriles. (pág. 210)

Se puede determinar que la infraestructura de vías que predomina en el área urbana se encuentra, pavimentada y posee uno o dos carriles. Por ende, la mayoría de los establecimientos comerciales, se encuentran asentados en la parte urbana del cantón, ya que facilitan la movilización de sus actividades.

- ✓ **Locales de eventos del cantón Cayambe.**

Cayambe posee una infraestructura moderna en su zona urbana, por lo que se pueden encontrar edificaciones construidas a base de hormigón y que por lo general son puestas al servicio de la ciudadanía para ser objeto de arrendamiento mercantil. Estas edificaciones son arrendadas para diferentes actividades económicas y también para la prestación de servicios.

A nivel local, el Cantón Cayambe según (GADIP, 2018) cuenta con 4 establecimientos dentro de la categoría recreación, diversión y esparcimiento dedicados a la prestación de servicios

en salas de recepción y banquetes. Estos establecimientos poseen una categorización de segunda, otorgada por el Ministerio de Turismo del Ecuador (Turismo, 2018).

Estos cuatro locales poseen dimensiones totalmente diferentes, y se puede observar que a por su infraestructura la capacidad en número de personas varía y también se puede conocer la ubicación de cada uno de estos establecimientos, algunos poseen una ubicación céntrica mientras que otros se encuentran en zonas alejadas de la urbanización, cuentan con propaganda en parte de su infraestructura, lo que permite que sean identificados por los ciudadanos de la localidad.

La capacidad instalada, dirección, propietario y categoría de cada uno de estos locales se detalla a continuación:

Tabla 4
Capacidad instalada de locales de eventos cantón Cayambe

Nº	Nombre	Propietario	Dirección	Categoría	Capacidad máxima instalada (personas)
1	Zona cero	Lema Cachipuendo Mario Patricio	13 de abril y 6 de diciembre	Segunda	200
2	Recepciones y eventos Cayambe	Rivera Pazmiño Guerra	Restauración y Córdova Galarza	Segunda	150
3	Punto de encuentro canto do vale	Torres Ruiz María José	Calle Chile s/n y Quiroga	Segunda	60
4	Shak & rodiz	Diaz Navas Gloria Inés	Sergio mejía s/n y Rocafuerte Yaznan	Segunda	200

Fuente: Gadip, Cayambe 2018
Elaborado por: El Autor

La infraestructura que presentan los locales de eventos posee una capacidad como se detalla en el cuadro anterior, como mínima capacidad de 60 personas y llega a una capacidad máxima de 200 personas.

A nivel local, existe una gran variedad de oferta de locales para arrendamiento mercantil y para prestación de servicios, que se ubican en lugares estratégicos en donde la afluencia de personas es constante y visible para la ciudadanía.

- **Tecnología**

En cuanto a la tecnología que poseen los locales de eventos en Cayambe, se pudo observar que dentro de los eventos utilizan principalmente los siguientes equipos:

Tabla 5
Listado de equipos tecnológicos de locales de eventos cantón Cayambe

Equipos tecnológicos
Parlantes
Proyectores
Cámaras de humo
Pedestales
luces bicolores
Micrófonos
Consolas

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El Autor

Así mismo, en lo que se refiere a equipos tecnológicos. Cayambe cuenta con un sinnúmero de almacenes proveedores de dichos equipos tecnológicos para abastecer todo en cuanto a tecnología de calidad.

Mobiliario

A través de la investigación de campo que se realizó a los principales locales de eventos existentes en el Cantón, se pudo observar que el mobiliario que poseen es principalmente lo siguiente:

Tabla 6
Listado de mobiliario de locales de eventos cantón Cayambe

Muebles locales de eventos
Mesas
Sillas
Decoraciones
Manteles
Cocina
Escritorios

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El Autor

Actualmente, Cayambe posee almacenes que disponen de todo en lo referente a mobiliario y que sirven de potenciales proveedores de todos estos locales.

1.6.2 Controles.

- **Normativa internacional**

Dentro de la normativa internacional, pertinente que determina una gestión de calidad para los establecimientos que ofrecen productos y servicios, se encuentra la norma ISO 9001, la cual detalla herramientas y mecanismos de aplicación orientadas al mejoramiento de los procesos de las organizaciones.

(ISO 9001, 2015), señala que:

Los beneficios potenciales para una organización de implementar un sistema de gestión de la calidad basado en esta Norma Internacional son:

a) La capacidad para proporcionar regularmente productos y servicios que satisfagan los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables;
b) facilitar oportunidades de aumentar la satisfacción del cliente;
c) abordar los riesgos y oportunidades asociadas con su contexto y objetivos;

d) la capacidad de demostrar la conformidad con requisitos del sistema de gestión de la calidad especificados. (pág. 7)

Existen múltiples beneficios de aplicar la normativa ISO 9001 para las organizaciones que ofrecen productos y servicios, así es importante considerar un sistema de gestión de la calidad que permita siempre encaminarse a la satisfacción entera de la parte interna y externa de la organización.

- **Ordenanza municipal N° 009-a-gadipmc-2018**

Para la implementación de la presente propuesta, hemos también de analizar la normativa pertinente a nivel local, es decir el territorio en donde se pretende implementar la presente propuesta. (GADIP, CAYAMBE, 2018)**,** manifiesta que:

> El artículo 5 del Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización, establece la autonomía política, administrativa y financiera de los gobiernos autónomos descentralizados y regímenes especiales prevista en la Constitución, que comprende el derecho y la capacidad efectiva de estos niveles de gobierno para regirse mediante normas y órganos de gobierno propios. Que el artículo 54 de la norma ibídem, en su letra p) define que una de las funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal es, regular, fomentar, autorizar y controlar el ejercicio de actividades económicas, empresariales o profesionales, que se desarrollen en locales ubicados en la circunscripción territorial cantonal con el objeto de precautelar los derechos de la colectividad; y, el artículo 55 en su letra b) dispone que una de las competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado municipal, es ejercer el control sobre el uso y ocupación del suelo en el cantón.

La implementación de cualquier tipo de establecimiento económico se acoge a las disposiciones y atribuciones otorgadas por el gobierno central al gobierno local. Las cuáles serán acatadas en la implementación de cualquier tipo de proyecto.

- **Ordenanza Patente**

Dentro de los requisitos que maneja el gobierno local de Cayambe, se encuentra la especificidad e identificación del establecimiento que vaya a ejercer alguna actividad económica. (GADIP, CAYAMBE, 2018) manifiesta que:

> Dentro de las obligaciones que una persona natural o jurídica debe responder al momento de instalar una actividad económica, se encuentra: Que el Art. 57 literal c) del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización COOTAD, establece dentro de las atribuciones del Concejo Municipal, "Crear, modificar, exonerar o extinguir tasas y contribuciones especiales por los servicios que presta y obras que ejecute";
>
> Que los Arts. 546 y 547 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización COOTAD establece el Impuesto de Patentes Municipales y el sujeto pasivo de la obligación tributaria.

Todo establecimiento que vaya a ejercer cualquier tipo de actividad económica tendrá que cumplir con obligaciones que el gobierno local establece, en este caso el establecimiento deberá contar con una patente única y cumplir con su respectivo pago.

- **Licencia única de funcionamiento de establecimientos turísticos del cantón Cayambe**

Así mismo otro requisito que se encuentra dentro de los controles locales, al momento de implementar una actividad económica se encuentran los permisos que le permitirán realizar de manera lícita las actividades a los establecimientos ya existentes o que quieran implementarse. (GADIP CAYAMBE, 2018), indica que:

Los Requisitos para renovación y obtención de la licencia única anual de funcionamiento de establecimientos turísticos del cantón Cayambe

a) Copia del pago del Impuesto a la Patente otorgada por el GADIP del Municipio de Cayambe, del año en curso
b) Copia del Pago del Impuesto a la Licencia Única Anual de Funcionamiento, otorgado por el GADIP del Municipio de Cayambe del año en curso
c) Copia del Registro Único de Contribuyentes (R.U.C) actualizado
d) Lista de Precios de los servicios ofertados por el establecimiento (La Carta).
e) Copia del Permiso de Funcionamiento otorgado por el Cuerpo de Bomberos, del año en curso.
f) Copia del Permiso de Funcionamiento otorgado por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, del año en curso. (Para los establecimientos de Restaurantes)
g) Copia de Certificado de Registro otorgado por el MINISTERIO DE TURISMO (en el caso de Nuevos Establecimientos).

Para los establecimientos que se dedican a actividades turísticas incluidas las de recreación y esparcimiento, como el servicio de catering y organización de eventos, un requisito que deben cumplir es adquirir una licencia única de funcionamiento, reuniendo las características antes mencionadas.

1.6.3 Socios estratégicos.

La identificación de socios estratégicos para proyectos de tipo emprendimiento y que se dediquen a la organización de eventos, los principales socios estratégicos que se requieren son los siguientes:

- **Líneas de crédito y colocaciones de la CFN en el cantón Cayambe**

Las líneas de crédito que el cantón maneja corresponden a cada rama de actividad económica y que, se detalla a continuación:

Tabla 7
Principales líneas de crédito del cantón Cayambe:2012

Cantón	Sector	Monto	%
Cayambe	Comercio, Servicios y Consumos	1459882,3	41,91
	Cultivos Agrícolas	252480,68	7,25
	Maquinaria Agrícola	89599,95	2,57
	Pasto y Ganadería	1130690,9	32,46
	Pequeña Industria y Artesanía	235955,6	6,77
	Consolidación de Deudas	5832,26	0,17
	Mejoras Territoriales	308750	8,86
	TOTAL	3483191,69	100,00

Fuente: PDYOT Cayambe, 2015
Elaborado por: El Autor

(PDYOT, Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Cayambe, 2015), señala que:

> Las colocaciones en microcrédito que tienen una relación con los sistemas de economía popular fueron en el 2013 en total de $20.308.779, de los cuales $7.781.926 los realizaron las cooperativas (SEPS 2013) y los $12.526.852 por los bancos (sbs, 2013). Fuera de estas estadísticas se encuentran los más de $10 millones que han sido colocados por el sistema de microcrédito que lidera la Casa Campesina, cuyo modelo ha resultado exitoso y de gran acogida en la mayoría de los sectores de la economía popular. Este modelo también ha logrado generar una cultura financiera y de pagos que se ha mantenido en los últimos años. (pág. 177)

Analizando las líneas de crédito que actualmente posee el cantón, la línea de crédito que mayor porcentaje posee es aquella que se destina para actividades económicas referentes a

comercio, servicios y consumo, con un porcentaje de 41,91%. Por lo que existe oportunidad de adquirir créditos para esta rama de actividad.

- **Principales entidades financieras del Cantón**

Las principales entidades financieras del Cantón, que actualmente financian distintos tipos de créditos para pequeños, medianos y grandes proyectos son las siguientes:

Tabla 8
Entidades financieras cantón Cayambe:2018

Entidad Financiera	Productos que oferta
Banco Pichincha	Productivo Constructor
Banco del Pacífico	Ecológico Crédito Pacífico Crédito ágil
BanEcuador	Banca de oportunidades Crédito emprendimiento Crédito de desarrollo humano
Cooperativa 23 de Julio	Crédito a microempresas Crédito comercial Microcrédito
Cooperativa Cooprogreso	Consumo Prioritario Productivo

Fuente: Balcón servicios, principales entidades financieras del cantón Cayambe
Elaborado por: El Autor

Analizando la información de productos que poseen las entidades financieras, se puede identificar que existen créditos exclusivos que apoyan a los emprendimientos.

1.6.4 Proveedores.

En este punto, se identifican a los directos proveedores que un establecimiento que se dedica a la organización de eventos requiere para su funcionamiento y para brindar un servicio completo. Así los principales proveedores son los siguientes:

- **Servicio de catering**

El servicio de catering es el principal requerimiento al momento de contratar un servicio de organización de eventos, por lo que identificar la existencia de los establecimientos que proporcionan este servicio es de vital importancia.

A nivel del cantón Cayambe, existen algunos restaurantes con este tipo de servicios, de entre los cuales se detallan a continuación:

Tabla 9
Principales restaurantes del cantón Cayambe

Nombre	Dirección	Sector	Categoría
Café de la vaca	Panamericana norte s/n antiguo camino real	Cayambe	Primera
Kentucky Fried chicken	Av. Víctor Cartagena no.6-50	Cayambe	Segunda
Delicatessen Katy	Natalia Jarrin s0-15 y bolívar	Cayambe	Segunda
Restaurante hacienda la compañía de Jesús	Panamericana norte s/n junto a la plantación Rosadex	Cayambe	Segunda
Fritadas Rosita	Calle Víctor Cartagena n5-13 y 24 de mayo	Cayambe	Segunda
Chifa Fénix	Los pinos s/n y av. Natalia Jarrin	Cayambe	Segunda
Balcón 2 hemisferios	Panamericana norte - a media cuadra monumento mitad del mundo	Cayambe	Segunda
Marisquería Bucanero	Restauración y alianza esq.	Cayambe	Segunda
Casa de Fernando	Panamericana norte km.2 vía a Otavalo	Cayambe	Segunda
Los Andes	Av. Natalia Jarrín y calderón	Cayambe	Tercera

El ejecutivo	Terán 511 y Calderón	Cayambe	Tercera
Paradero Cassu	Natalia Jarrín 511 y Calderón	Cayambe	Tercera
El rosal	Av. Natalia Jarrín so-0541 y sucre	Cayambe	Tercera

Fuente: Gadip, Cayambe 2018
Elaborado por: El Autor

- **Seguridad**

Un aspecto importante dentro de los proveedores para la organización de eventos es el servicio de seguridad, por lo que a continuación se identificó en el cantón las principales entidades dedicadas a este tipo de servicio.

El establecimiento de mayor importancia dentro del cantón es INVIN, reconocido a nivel cantonal y provincial por brindar servicio de seguridad de calidad.

- **Internet**

El servicio de internet que posee el cantón está determinado por diferentes líneas que ofertan este tipo de servicios, y que se detallan a continuación:

- Claro
- CNT
- Saitel

1.7 Identificación AOOR

A continuación, se elabora la matriz AOOR, que identifica a los principales aliados, oponentes, oportunidades y riesgos para el presente proyecto. Para determinar si la oportunidad de inversión es favorable.

Tabla 10
Análisis de los principales aliados, oponentes, oportunidades y riesgos identificados

	ALIADOS		OPONENTES
A1	Entidades financieras que brindan apoyo para la ejecución de todo tipo de proyectos	O1	Locales de eventos que funcionan de manera ilegal
A2	Infraestructura en arrendamientos adecuada para implementación de locales de eventos	O2	Competencia directa por parte de los locales ya existentes
A3	Alianzas estratégicas con los principales proveedores de mobiliario	O3	Precios elevados de insumos y equipamiento necesario para el local de eventos
A4	Alianzas estratégicas con los principales proveedores de equipos tecnológicos		
A5	Disponibilidad de recurso humano calificado para formar parte del local de eventos sociales.		
	OPORTUNIDADES		**RIESGOS**
O1	Crecimiento económico para el cantón	R1	No aceptación del proyecto por parte de la ciudadanía
O2	Creación de nuevas plazas de empleo para las personas que viven en la localidad	R2	Dificultad económica de acceso a la tecnología necesaria para implementar el local de eventos
O3	Incremento de actividades de eventos sociales para el cantón y la provincia	R3	Decaimiento de la economía
O4	Reconocimiento a nivel local		
O5	Atracción de inversión para el cantón		

Fuente: Diagnóstico situacional
Elaborado por: El Autor

1.8 Identificación de la oportunidad de inversión

Una vez analizada la información relevante de cada factor del entorno para la creación de un local de eventos en el cantón Cayambe, provincia de Pichincha. Podemos determinar que la oportunidad de inversión es positiva para la implementación de esta propuesta, ya que en la identificación de los principales aliados se cuenta con entidades financieras que apoyan financieramente a este tipo de proyectos, así mismo el cantón cuenta con proveedores de los principales insumos como: mobiliario, servicio de catering, tecnología y servicios de seguridad que son primordiales dentro de la constitución de un local de eventos. También, podemos decir que las oportunidades que brinda la implementación del presente proyecto en el entorno son varias, así a nivel local el crecimiento económico será positivo, lo cual a su vez desarrollará oportunidades de trabajo para el talento humano presente en la localidad y como consecuencia de la elaboración del proyecto, atracción de inversionistas para el cantón.

Es importante tomar en cuenta los riesgos y oponentes que pudieran afectar de manera negativa a la presente propuesta, es importante entonces, identificar el tipo de oponente como los locales que brindan el mismo servicio de organización de eventos y otros que funcionan de manera ilegal. De manera que, es primordial mitigar y reducir el riesgo en lo posible mediante la elaboración de estrategias que permitan fortalecer al proyecto.

CAPÍTULO II - MARCO TEÓRICO

2.1 Introducción

En el presente capítulo del proyecto se exponen las principales fuentes teóricas relacionadas con estudios de factibilidad y en la organización de eventos. Apoyados en bases bibliográficas relevantes y de no más de cinco años atrás, que sustentarán el objeto del estudio del presente proyecto.

En la primera parte se describe la importancia que tienen los estudios de factibilidad en la elaboración de proyectos de inversión, en la segunda parte se exponen conceptos relacionados con la prestación de servicios y organización de eventos sociales o de otra índole, y la tercera parte se compone de las fases que integran un estudio de factibilidad y los componentes que se desarrollan para cada una de las fases.

2.2 Objetivos

2.2.1 Objetivo general.

Determinar las principales fuentes teóricas acerca de los estudios de factibilidad y para la prestación de servicios de organización de eventos.

2.2.2 Objetivos específicos.

- Identificar fuentes relevantes de información que ayuden a validar el estudio de factibilidad para la creación de un local de eventos que se dedique a la prestación de servicios en el cantón Cayambe, provincia de Pichincha.
- Clasificar y ordenar la información en función al criterio de importancia y seleccionar aquellos de mayor relevancia para la investigación.

- Describir cada uno de los aspectos recopilados de las diferentes fuentes teóricas relacionados con los estudios de factibilidad y para la prestación de servicios de organización de eventos.

2.1 Fundamentación teórica estudios de factibilidad

2.1.1. Definición.

El presente proyecto tiene el carácter de factibilidad por lo que es importante conocer el sentido de realizar este tipo de estudios “El estudio de factibilidad es una condición para el éxito en la implantación de un proyecto, por lo que se debe tener en claro lo que se desea alcanzar; es decir, preguntar “qué”, lo cual una vez definido, verifica la factibilidad de que el proyecto pueda ser llevado a cabo por una empresa y cuál es la estructura, tanto legal, organizacional y financiera que se debe adoptar”. (Carlos Enrique Pacheco Coello, Gabriel Jesús Pérez Brito , 2015, pág. 18)

Los estudios de factibilidad permiten al investigador tener una certeza del éxito de un proyecto de inversión en el mercado y conocer la estructura que debe cumplir tanto organizacional, aspectos legales que debe cumplir, la evaluación financiera considerada factor clave del estudio de factibilidad.

2.1.2 Determinación de factibilidad en los proyectos.

El camino para la determinación de la factibilidad de los proyectos de inversión consta de fases, que deben ser consecutivas.

Para determinar la factibilidad en los proyectos, es importante seguir un proceso metodológico que se realiza en fases o capítulos, Así: Si la factibilidad es negativa, se niega el proyecto o se redefine, se sigue el paso para determinar si existe factibilidad de mercado; es decir, analizar la demanda, oferta (quiénes ofrecen el proyecto y su posicionamiento) y

> cuál es el mercado meta en este aspecto. Se recomienda ser cauteloso al momento de definirlo. Si la factibilidad es negativa, se niega el proyecto y se redefinen otras oficinas de mercado. Si la respuesta se vuelve positiva se pasa al "cómo", es decir, a verificar la ingeniería del producto y la ingeniería del proyecto. (Carlos Enrique Pacheco Coello, Gabriel Jesús Pérez Brito , 2015, pág. 19)

Para determinar si un proyecto es factible o no se debe tomar en cuenta algunos estudios previos como las fuerzas que actúan en el mercado y la aceptación del producto o servicio, hasta llegar a determinar si el proyecto es negativo o positivo y poder continuar con las demás fases del estudio.

2.1.3 Elaboración de estudios de prefactibilidad y factibilidad.

La decisión de elaborar un estudio de prefactibilidad o factibilidad dependerá del investigador y de lo que desea llegar a determinar.

> Para determinar la factibilidad de un proyecto de inversión, se tiene algunos tipos de estudios que según el interesado puede hacer uso, según el nivel de profundidad al cual desea llegar. Así: Los estudios de pre inversión comprenden normalmente 3 tipos, estudios de oportunidad, estudios de prefactibilidad y estudios de factibilidad, la metodología o análisis que se sigue en cada uno es idéntica, lo que diferencia uno del otro es el grado de precisión o profundidad en cada etapa siendo el más acabado el de factibilidad, en ocasiones una vez concluida una inversión e incluso funcionando se determina hacer un nuevo estudio para determinar en qué medida se cumplen los parámetros establecidos en el estudio de factibilidad, denominándosele al realizado posteriormente como estudio de efectividad económica. (Salazar, 2018, pág. 40)

La diferencia que se tiene al elaborar un estudio de prefactibilidad y elaborar uno de factibilidad, se basa en la profundidad de lo que se desea determinar. Por esto, se ha de considerar al estudio de factibilidad idónea para un tipo de proyecto de gran amplitud y de gran importancia, con el fin de tener la mayor certeza en cada fase desarrollada.

2.2 Eventos

2.2.1 Definición.

El tipo de servicio que se presenta en la presente propuesta es la organización de eventos, por lo que es importante conocer el concepto de un evento.

> Evento es todo acontecimiento previamente organizado que reúne a un determinado número de personas en tiempo y lugar preestablecidos, que desarrollarán y compartirán una serie de actividades afines a un mismo objetivo para estímulo del comercio, la industria, el intercambio social y la cultura general. (Sanchez, 2014, pág. 27)

Se entiende a un evento como la reunión de un sinnúmero de personas que, mediante una planificación anticipada desarrollan acciones de tipo social, corporativo o cultural con el fin de fortalecer sus lazos de interacción.

2.2.2 Tipos de eventos.

Los eventos poseen diferentes connotaciones y el fin de cada tipo de evento es diferente, por eso es importante conceptualizar cada uno de estos.

- **Eventos sociales**

(Sanchez, 2014), señala que: “aquellos que reúnen a un determinado número de personas y cuya trascendencia en la mayoría de los casos no va más allá de los límites de quienes fueron invitados. Generalmente son de carácter festivo” (pág. 29).

Los eventos sociales son mayormente de carácter festivo y por lo general son familiares, poseen un número de invitados para llevarse a cabo.

- **Eventos culturales, académicos y formativos.**

(Sanchez, 2014), indica que: "la comunicación se da en forma de transmisión de mensajes que tienden a enriquecer el aspecto cultural de quienes participan" (pág. 29).

Otros tipos de eventos que se llevan a cabo son de carácter cultural, académico, y formativo en los que el fin es de igual manera reunir a cierto grupo de personas en el que se transfiere un tipo de conocimiento ligado a su tema de reunión.

2.2.3 Organización de eventos.

La organización de eventos, sin duda alguna también puede considerarse como una actividad importante dentro de la economía de la localidad. Así, como la tendencia de crecimiento que ha tenido ha tenido en los últimos años. La organización de eventos posee ciertas fases que son de gran importancia tomar en cuenta al momento de realizar un evento.

- **Fases de organización de eventos.**

(Sanchez, 2014), expresa que:

> ¿Qué es planificar? Es organizar algo conforme a un plan. Es la disposición general de un proyecto. De acuerdo con las condiciones y los cambios cada vez más vertiginosos del mercado actual, ya no basta con ser un buen intuitivo. Hoy se requiere de un alto nivel de eficiencia, capacitación, información permanentemente actualizada. Además, es una actividad de un alto nivel de versatilidad que incluye tareas como relaciones públicas, administración de recursos, ambientación, manejo de grupos, supervisión general, etc. Por lo cual se requiere de una correcta planificación y organización profesional para poder competir y lograr excelencia en la calidad del servicio. Un evento que no ha sido organizado

en forma profesional, si sale bien, más que nada será producto de la buena suerte. El proceso de planificación consta de seis etapas:

- ✓ Previsión: Es el elemento que, basado en metas establecidas previamente, resultado del análisis y la investigación, determina el curso de acción óptimo a seguir.
- ✓ Planeación: Es el curso de acciones a seguir de modo que se establezcan: la secuencia de las operaciones para efectuarlas, la determinación de tiempos, elementos y presupuestos con qué lograrlos.
- ✓ Organización: Es la estructuración de acciones y funciones, la asignación de jerarquías para lograr los objetivos establecidos previamente con la máxima eficiencia y ahorro de RRHH, recursos materiales y económicos.
- ✓ Integración: En esta etapa se ejerce realmente la integración física de los colaboradores, quienes, en las distintas áreas se harán cargo de todas las acciones contempladas en el plan de trabajo.
- ✓ Dirección: Es la etapa de ejecución o actuación. Es la función ejecutiva que se ejerce mediante la delegación de autoridad y responsabilidad por medio de eficaces canales de comunicación y con una supervisión ágil y permanente para realizar de modo efectivo lo planeado.
- ✓ Control: Es la etapa final del proceso. En ella la función del equipo de trabajo es la de recolectar, analizar, y comparar los datos necesarios para evaluar el logro de las metas establecidas al comienzo. (pág. 62)

Las fases de la organización de eventos son 6. Las mismas que son realizadas consecutivamente, en cada una de estas las actividades que se realizan son diferentes, empezando por la previsión de lo que se quiere alcanzar, luego en la planificación se detallan los tiempos en

los cuales se realizarán todas las actividades, la organización designa responsabilidades de cada una de las tareas a ejecutarse, la integración reúne todo los necesario en recurso humano e infraestructura, la dirección se encarga de supervisar a todo los niveles que integran el proceso, y por último el control permite evaluar los aspectos importantes dentro de todas las fases antes realizadas.

- **Ambientación**

  (Sanchez, 2014), indica que:

  > Toda escena transcurre en un ambiente dado, en un escenario. Este puede ser natural, casual o creado y generado con una intención específica. En la puesta en marcha de un evento, en su proyecto y realización, el espacio en el que transcurre debe ser elegido y diseñado, interviniendo activamente en el desarrollo de la actividad. La caja especial, los objetos, la luz, el color, muebles y estructuras, sonidos y texturas son percibidos en conjunto creando un ambiente y clima determinado que será vivenciado por los asistentes durante el desarrollo del evento, creando una puesta en escena, una escenografía. (pág. 104)

Dentro del lugar en donde se llevan a cabo los eventos un factor relevante que determina que tan cálida es la reunión, es el ambiente en el cual las personas sentirán si son apropiados todos los elementos que son parte de la decoración, la luz, el sonido y demás, que son parte de la escena propuesta por el local que brinda el servicio.

2.3 Formulación de un proyecto y análisis de factibilidad

2.3.1 Estudio de mercado.

(Carlos Enrique Pacheco Coello, Gabriel Jesús Pérez Brito , 2015), expresan que: “Con este estudio se pretende conocer y hacer un análisis de la demanda y la oferta; es decir, saber quiénes

serán los posibles consumidores del producto o servicio a proporcionar, así como cuáles son las empresas que actualmente lo ofrecen" (pág. 24).

Es importante realizar un estudio de mercado que permita conocer el mercado al cual el servicio va a ser dirigido, con el fin de determinar una viabilidad de mercado y aceptación por parte de la ciudadanía.

- **Elección del mercado**

  (Julián Villanueva, Juan Manuel de Toro , 2017), manifiesta que:

  La elección correcta del mercado al que va a ofrecer sus productos o servicios es, sin ninguna duda, una de las decisiones más importantes que debe tomar cualquier empresa. Al acertar, se satisface adecuadamente alguna necesidad real y se logra el sentido económico y social que justifica la existencia de la entidad. Por el contrario, si se comete un error en esta decisión, suele ser muy difícil alterar sin traumas esta variable fundamental de la estrategia comercial de todo negocio. (pág. 35)

Dentro de la fase de estudio de mercado, la elección del mercado al cual se va a dirigir el servicio de cualquier proyecto es de vital importancia para la supervivencia del negocio en el mercado y para que éste continúe a lo largo del tiempo.

- **Segmentación del mercado**

  (Julián Villanueva, Juan Manuel de Toro , 2017), indican que:

  Por regla general, se suele comenzar un análisis de segmentación identificando aquellas variables del consumidor que sean más útiles para predecir el modo de compra y uso del producto en cuestión. Estas variables son las que definen si un individuo pertenece a uno u otro segmento, y qué segmentos ofrecen mayores oportunidades de éxito comercial. (pág. 35)

Una vez identificado el mercado es importante segmentar de manera que el grupo sea identificado por los gustos, preferencias e intención de compra del producto o servicio que se intenta introducir al mercado.

- **Oferta**

(Uribe, 2015), señala que:

> No es fácil estimar la oferta en un plan de negocio determinado, dado que la información generalmente se encuentra en poder de las empresas competidoras. Una forma de tener rápido conocimiento de la oferta de los productos es observar el número de empresas que compiten en el mercado e identificar si son empresas monopolísticas, oligopolísticas o si existen muchos competidores. (pág. 66)

Dentro de las principales fuerzas de mercado, la oferta es aquella que se encuentra determinada por los principales competidores que ofrecen el mismo tipo de producto o servicio, por lo que, si se requiere determinar la oferta actual, se debe identificar a dicha competencia.

- **Proyección de la oferta**

(Carlos Coello y Gabriel Pérez , 2015), manifiesta que: “Es lo que se espera que la oferta crezca durante el año” (pág. 42) .

Se entiende a la proyección de la oferta como la cantidad de un producto o servicio puesto a disposición por los actuales oferentes y que en el próximo año se espera que aumente.

- **Demanda**

(Teresa Vallet Bellmunt, Antonio Vallet Bellmunt, Llu Vallet Bellmunt, Emilia Casanova Calatayud, Victor del Corte Lora, Marta Estrada Guillén, Juan Carlos Fandos Roig, Valentín Gallart Camahort, Pilar Monte Collado , 2015), señalan que:

"Podemos definir la demanda como el volumen total de producto que sería adquirido por un mercado en un lugar y periodo de tiempo fijado, para unas condiciones de entorno y esfuerzo comercial determinado" (pág. 44).

La demanda es aquella que nos permite dentro de la fase de estudio de mercado, determinar la cantidad del producto o servicio que el mercado meta estaría dispuesto a consumir durante un período de tiempo determinado.

- **Demanda insatisfecha**

(Uribe, 2015), señala que:

> El balance entre la demanda y la oferta estimadas permite establecer las posibilidades de mercado del proyecto. Si la demanda es menor que la oferta, el plan de negocio posiblemente será rechazado. Pero si la demanda resulta mayor que la oferta, significa que existe una demanda insatisfecha y, por lo tanto, se presentan claras posibilidades de participar en el mercado. (pág. 53)

Se entiende que, una vez identificada y cuantificada a la oferta y demanda actual de un proyecto, para determinar si el producto o servicio puede ingresar al mercado, se realiza una comparación entre las dos fuerzas de mercado, es decir si la demanda es mayor a la oferta actual, entonces se determina que existe una demanda insatisfecha, por lo que el proyecto tiene grandes posibilidades de inserción al mercado.

- **Demanda futura**

(Teresa Vallet Bellmunt, Antonio Vallet Bellmunt, Llu Vallet Bellmunt, Emilia Casanova Calatayud, Victor del Corte Lora, Marta Estrada Guillén, Juan Carlos Fandos Roig, Valentín Gallart Camahort, Pilar Monte Collado , 2015), indican que:

"Una vez conocidas las variables que influyen en la demanda actual y pasada, se puede realizar una previsión de la demanda futura" (pág. 47).

La demanda futura toma como base a la demanda pasada y la actual, para conocer el comportamiento en el futuro de la demanda, siendo un aspecto importante para conocer y prever estrategias de marketing.

2.3.2 Estudio técnico.

(Carlos Enrique Pacheco Coello, Gabriel Jesús Pérez Brito , 2015), indican que:

"Con esto se espera conocer las necesidades de la empresa, y qué es lo que se requiere para producir el bien o servicio que se desea proporcionar" (pág. 24).

Al determinar la viabilidad de mercado se procede a realizar el estudio técnico en el cual se analizan que componentes son los que deben considerarse para implementar el local de eventos para prestar el servicio que oferta cualquier empresa.

(Dujisin, 2015), manifiesta que:

> El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos. La importancia de este estudio se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto; además de proporcionar información de utilidad al estudio económico-financiero. Todo estudio técnico tiene como principal objetivo el demostrar la viabilidad técnica del proyecto que justifique la alternativa técnica que mejor se adapte a los criterios de optimización. En

particular, los objetivos del estudio técnico de un proyecto son los siguientes:(1) Determinar la localización más adecuada en base a factores que condicionen su mejor ubicación. (2) Enunciar las características con que cuenta la zona de influencia donde se ubicará el proyecto. (3) Definir el tamaño y capacidad del proyecto. (4) Mostrar la distribución y diseño de las instalaciones. (5) Especificar el presupuesto de inversión, dentro del cual queden comprendidos los recursos materiales, humanos y financieros necesarios para su operación. (6) Incluir un cronograma de inversión de las actividades que se contemplan en el proyecto hasta su puesta en marcha. (7) Enunciar la estructura legal aplicable al proyecto. (8) Comprobar que existe la viabilidad técnica necesaria para la instalación del proyecto en estudio. (pág. 99)

Por tanto, el estudio técnico es aquel que dentro de los proyectos de inversión permiten identificar todos los recursos necesarios para implementar la idea de negocio. Empezando por determinar la localización óptima del proyecto, mediante la aplicación de parámetros que permitan tomar la mejor decisión de ubicación. Luego, establecer los procesos con los cuales se llevará a cabo, el proceso de realización de un producto o servicio. También, reunir todos los recursos humanos, equipamiento, que forman parte de la inversión fija, variable y diferida del proyecto.

- **Localización del proyecto**

  (Dujisin, 2015), señala que:

  La ubicación geográfica es una cuestión que para muchos proyectos viene a ser un aspecto sustantivo por el efecto que puede tener en los costos operativos y rentabilidad. Para la localización es necesario considerar:

  - ✓ Relación con proveedores; costo transporte insumos
  - ✓ Respecto clientes; costo transporte envío productos terminados

- ✓ Normas medio ambientales, restricciones Comunales (ruidos, contaminación, desechos, etc.) Transporte del personal; facilidades – dificultades
- ✓ Capacidad energía eléctrica, servicios básicos agua, gas
- ✓ Servicio red de comunicación (internet, telefonía). (pág. 107)

La localización óptima del proyecto es un aspecto importante dentro del desarrollo del estudio técnico, ya que para determinar la ubicación idónea se ha de tomar en cuenta factores que inciden directamente en la puesta en marcha del proyecto. Así la que mejor condición reúne, es la seleccionada.

- **Macro localización**

(Uribe, 2015), indica que:

"Corresponde a la selección de un área global en donde, de acuerdo con los estudios preliminares realizados, se puede ubicar el proyecto" (pág. 73).

Dentro de la localización de un proyecto, primero es importante la macro localización que comprende el área global de asentamiento en donde se pretende ubicar a un proyecto.

- **Micro localización**

(Uribe, 2015), expresa que:

> Una vez elegida la región donde se puede localizar el proyecto (macro localización), comienza el proceso de elegir la zona y, dentro de esta, el sitio preciso (a nivel de factibilidad). Cuando el estudio se adelanta a nivel de investigación preliminar, identificar la zona geográfica es suficiente para efectos de la localización. (pág. 73)

Al realizar la identificación de la región que corresponde a la macro localización de un proyecto, se continúa con el lugar preciso en donde se selecciona en base a parámetros de accesibilidad y factibilidad al sitio en donde se instalará el proyecto.

- **El proceso operativo**

  (Dujisin, 2015), señala que:

  Primero dejar en claro que todo proceso operativo debe contener un diagrama de flujo y no por una cuestión de forma, sino porque a través de ese diseño el emprendedor evidencia que sabe cómo se hace el producto de su proyecto. Ahora, sabemos que existen marcadas diferencias entre el proceso operativo del producto de un negocio de servicio, un negocio comercial y un negocio de fabricación de un bien. (pág. 102)

El proceso operativo es aquel que se describe en la fase operativa del proyecto, con el fin de definir y describir todas las actividades y tareas que componen al proceso y diferenciarlo de un producto o servicio.

- **Diagrama de flujo**

  (Dujisin, 2015), indica que:

  Un diagrama de flujo es una representación gráfica de un proceso. Cada paso del proceso es representado por un símbolo diferente que contiene una breve descripción de la etapa del proceso. Los símbolos gráficos del flujo del proceso están unidos entre sí con flechas que indican la dirección de flujo del proceso, ofrece una descripción de las actividades implicadas en un proceso mostrando la relación secuencial entre ellas, facilitando la rápida comprensión de cada actividad y su relación con las demás. (pág. 101)

El diagrama de flujo es la representación gráfica del proceso que sigue una secuencia lógica de pasos que se siguen con el fin de establecer un proceso estándar y bien diseñado, que debe cumplirse para obtener el producto o servicio terminado.

- **Necesidad de recursos humanos**

  (Dujisin, 2015), manifiesta que:

> Comprende la identificación, mediante cada puesto laboral, de personas que participan del proceso operativo, tanto de mando, control, diseño como de trabajo manual. En forma genérica, se pueden identificar los puestos siguientes: supervisor, técnico, maestro, operario, ayudante, encargado de bodega o almacén, y otros posibles según la actividad. (pág. 106)

Por ende, es necesario el reclutamiento de talento humano calificado para ocupar cada puesto dentro del proyecto, esto con el fin de asegurar que cada tarea asignada sea realizada con total eficiencia y eficacia.

- **Equipos y obras físicas**

  (Dujisin, 2015), manifiesta que:

  > Consiste en determinar el equipamiento que se requiere para elaborar el producto del proyecto con su respectivo valor de adquisición: maquinaria, equipos, herramientas, vehículo, mobiliario producción, bodega, almacén. También equipos y mobiliario administración. En general todos los bienes que se clasifican como activo fijo susceptibles de ser depreciados. El activo fijo total es la inversión inicial del proyecto. Y las obras físicas, se refiere a construcciones específicas (bodega, ampliaciones) e instalaciones diversas (eléctricas, gas, sanitarias, de residuos, etc.), que se registran como egreso amortizable y no como activo fijo a ser depreciado. Lo indicado, en todo caso, es para efecto de montos que se ingresan en la Proyección de Flujo de Caja del proyecto y no bajo rigor normativo-contable. (pág. 104)

Los equipos son todas aquellas adquisiciones que en primera instancia conforman la inversión inicial del proyecto y que contiene a todos los equipos, maquinaria o herramientas necesarias para la elaboración de un producto o bien el requerimiento de mobiliario administrativo.

También, para efectos contables toda esta inversión corresponde a inversión fija, por tanto, es susceptible a la respectiva depreciación.

2.3.3 Evaluación económica – financiera.

La evaluación económica financiera del proyecto es una de las partes más importantes, por cuanto se quiere conocer si la puesta en marcha del negocio será rentable. (Carlos Enrique Pacheco Coello, Gabriel Jesús Pérez Brito , 2015), señalan que: "Con esto se espera conocer las necesidades de la empresa, y qué es lo que se requiere para producir el bien o servicio que se desea proporcionar" (pág. 24).

(Dujisin, 2015), señala que:

> El estudio económico esencialmente tiene por objeto realizar la evaluación económico-financiera del proyecto de negocios. Esta tarea, en lo sustantivo, consiste en efectuar análisis de cálculo evaluativo de rentabilidad del proyecto mediante la construcción del flujo de caja proyectado, basándose en las cifras de ingresos, gastos, costos e inversión inicial obtenidas a través de los estudios de mercado, técnico y de organización. Por lo mismo se ha insistido en la confiabilidad de las cifras: si a un sistema de cálculo se ingresan datos no confiables o "basura" el resultado no puede ser confiable solo puede ser "basura", por lo tanto, inservible en cualquier sentido. (pág. 133)

La evaluación económico-financiera permite al proyecto elaborar distintos estados financieros como: el balance general, estado de resultados, flujo de caja proyectado, con información obtenida de las fases anteriormente desarrolladas; el estudio de mercado y el estudio técnico, esperando en que la información obtenida sea confiable.

- **Inversiones**

  (Herrera, 2014), señala que:

En esta parte de la formulación se deben considerar las cuentas y documentos que determinan el horizonte del proyecto y que permiten definir los orígenes (fuentes) y las aplicaciones (usos), como el balance proyectado con sus respectivos índices.

Inversiones fijas:

- Costos de los terrenos para la instalación
- Costos de la preparación y acondicionamiento
- Costos de los edificios y obras de ingeniería
- Costos iniciales de los recursos naturales
- Costos de la maquinaria y equipo
- Costos de la instalación de los equipos
- Costos activos fijos incorporados (licencias, patentes)
- Costos de promoción y organización
- Costos de reclutamiento y entrenamiento del personal

Inversiones diferidas:

- Gastos emisión de acciones de capital
- Gasto por estudios preparatorios preliminares
- Gastos previos a la producción
- Gastos de ensayos de funcionamiento
- Gastos imprevistos del proyecto

Capital de trabajo:

- Costos de materias primas
- Costos productos intermedios
- Costos productos terminados

- Caja y bancos
- Créditos de comercialización
- Anticipos de proveedores
- Cuentas por pagar
- Cuentas por cobrar. (pág. 115)

Las inversiones son aquellos rubros con los que el proyecto da inicio en sus operaciones, y se compone de una inversión fija, la cual agrupa a toda la infraestructura, equipos, mobiliario necesario. La inversión diferida, la cual se refiere gastos de constitución, gastos previos al inicio de la producción. Así mismo, se cuenta con el capital de trabajo, en la cual constan los costos de la materia prima, cuentas por pagar, entre otras.

- **Presupuesto de ingresos y gastos**

(Herrera, 2014), menciona que:

No se requiere ser un experto financiero para derivar que la presupuestación es un supuesto, es decir, un proceso en el cual a partir de una información disponible y un conjunto de herramientas manuales y computarizadas más unas suposiciones razonables, se intenta prever el resultado de las operaciones de un proyecto.

El presupuesto de ingresos y gastos tiene cuatro (4) objetivos básicos:

- ✓ Cuantificar en términos monetarios todos los componentes del proyecto tanto desde el punto de vista de los desembolsos requeridos en las fases de inversión y operación como de los ingresos generados a partir de la puesta en marcha del proyecto.
- ✓ Analizar los flujos resultantes positivos y negativos con base en los diferentes enfoques del comportamiento de los costos internos y externos, de la demanda

efectiva y de todos aquellos factores que puedan incidir en el flujo de ingresos y gastos del proyecto.

- ✓ Suministrar los datos básicos para la elaboración de los estados financieros requeridos para la administración efectiva del proyecto.
- ✓ Servir de base para la determinación del flujo de caja del proyecto que proporcione información sustentada para las evaluaciones de rentabilidad o conveniencia social y de los análisis de sensibilidad pertinentes. (pág. 109)

Dentro de la fase de evaluación económica – financiera del proyecto la determinación del presupuesto de ingresos y de gastos, tiene diferentes objetivos que se obtienen a partir de su elaboración; se obtiene un resumen de todos los ingresos que provienen del proyecto y todos los gastos incurridos, se obtiene resultados y ayudan a la construcción de estados financieros del proyecto.

- **Costos de fabricación**

(Herrera, 2014), *señala que:*

Costos directos:

- ✓ Materias primas para el proceso
- ✓ Mano de obra directa
- ✓ Materiales directos
- ✓ Prestaciones

Costos indirectos (gastos de fabricación):

- ✓ Servicios de energía, gas, agua, aseo, etc.
- ✓ Mano de obra indirecta
- ✓ Prestaciones sociales

- ✓ Mantenimiento y reparación
- ✓ Enseres de fábrica
- ✓ Depreciación de la planta y equipos
- ✓ Seguros, impuestos, licencias y alquileres
- ✓ Materiales de seguridad y primeros auxilios
- ✓ Formatos de procedimientos
- ✓ Papelería
- ✓ Amortización de diferidos
- ✓ Investigaciones técnicas Arriendos y comunicaciones
- ✓ Costos de administración:
- ✓ Sueldos
- ✓ Prestaciones
- ✓ Enseres de oficina
- ✓ Útiles y papelería de oficina
- ✓ Seguros y alquileres
- ✓ Depreciaciones administrativas
- ✓ Comunicación y transporte
- ✓ Relaciones públicas
- ✓ Investigación y desarrollo

Costos de ventas:

- ✓ Comercialización:
- ✓ Sueldos y salarios del personal de mercadeo
- ✓ Comisiones de vendedores

- ✓ Gastos de representación
- ✓ Gastos de publicidad y comunicaciones
- ✓ Asistencia técnica a clientes
- ✓ Papelería y útiles de oficina
- ✓ Distribución:
- ✓ Sueldos y salarios de supervisores
- ✓ Secretarias de ventas
- ✓ Impulsadoras y mercaderistas
- ✓ Fletes, empaques y envases
- ✓ Gastos de merchandising
- ✓ Costos financieros:
- ✓ Intereses
- ✓ Comisiones. (pág. 111)

Los costos de fabricación son todos aquellos que intervienen de manera directa en la producción de un producto o en la prestación de un servicio. Los costos directos, es toda la materia prima directa, mano de obra directa necesaria para la producción de un producto. Los costos indirectos, por el contrario, son aquellos costos que directamente no intervienen en la producción del producto, pero que son necesarias de manera indirecta.

2.3.4 Análisis de rentabilidad del proyecto.

(Dujisin, 2015), señala que:

El análisis de rentabilidad de un proyecto de negocios por lo general se realiza aplicando los indicadores Tasa Interna de Retorno, TIR, y Valor Actual Neto, VAN, que son los

indicadores financieros que habitualmente se emplean con este propósito, pero también hay otros indicadores. (pág. 159)

Para determinar la rentabilidad de un proyecto, es recomendable la aplicación de ciertos indicadores que nos brinden información acerca de que tan recomendable es la puesta en marcha del proyecto. Existen más indicadores que pueden utilizarse, dependiendo de la profundidad del análisis.

- **El valor presente neto, vpn.**

(Aranday, 2018), señala que:

Es la diferencia entre el valor presente de los flujos de efectivo menos el valor presente de los egresos; cuando el valor presente neto es mayor o igual a cero, el proyecto se acepta, cuando el valor presente neto es menor que cero, el proyecto se rechaza. (pág. 47)

El valor presente neto es aquel que determina si el proyecto podrá generar rentabilidad. Así, si el resultado es positivo el proyecto se acepta y si resulta negativa, debe rechazarse.

- **Tasa interna de retorno, tir.**

La tasa interna de retorno se puede definir como la máxima tasa de interés que puede pagarse por el capital empleado en la inversión, sin que el proyecto genere pérdidas monetarias. (Dujisin, 2015 , pág. 159)

La tasa interna de retorno permite conocer el valor de retorno que tiene el capital que ha sido invertido en el proyecto. Ésta no debe ser menor a la tasa de descuento.

- **Relación costo beneficio.**

(Dujisin, 2015), indica que:

El análisis costo-beneficio es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su

rentabilidad, entendiéndose por proyecto de inversión no solo como la creación de un nuevo negocio, sino también, como inversiones que se pueden hacer en un negocio en marcha tales como el desarrollo de nuevo producto o la adquisición de nueva maquinaria. Mientras que la relación costo beneficio (B/C), también conocida como índice neto de rentabilidad, es un cociente que se obtiene al dividir el Valor Actual de los Ingresos totales netos o beneficios netos (VAI) entre el Valor Actual de los Costos de inversión o costos totales (VAC) de un proyecto. B/C = VAI / VAC". (pág. 174)

El indicador costo – beneficio, es otro indicador de rentabilidad aplicable a los nuevos proyectos de inversión, que mediante la relación entre todos los costos que implica producir un producto o prestar un servicio y los ingresos que se obtienen, el resultado demuestra si existe un beneficio o no.

2.3.5 Estudio organizacional del proyecto.

(Dujisin, 2015), indica que:

En términos de concepto general, el estudio de organización tiene por objeto determinar las necesidades de carácter administrativo y legal que se precisan para la organización y funcionamiento del proyecto de negocio. De manera que se debe construir el diseño organizacional de la empresa e identificar los requisitos reglamentario-normativos que hay que cumplir para poder funcionar y ello a partir del producto del proyecto y el mercado que se desenvolverá empresarialmente. Como resulta claro, existen diferencias no menores en esos aspectos según sea el tipo de proyecto que se trate y dónde piensa ser implementado. Entonces en este estudio se pueden distinguir tres cuestiones de trabajo funcionalmente vinculadas:

- ✓ diseño de la forma organizacional que tendrá la empresa

- ✓ definir la forma de constitución legal que resulta más adecuada
- ✓ identificar los requisitos normativo-legales de funcionamiento. (pág. 123)

El estudio organizacional de un proyecto permite determinar todos los aspectos legales que requiere para su puesta en marcha, determinar con qué tipo de figura jurídica o persona natural puede comenzar a realizar sus funciones. También, los requisitos legales que debe cumplir para su constitución y posterior funcionamiento.

- **Empresa**

(Galindo, 2014), manifiesta que:

> El Diccionario de la Real Academia Española define el concepto "empresa" como la "entidad integrada por el capital y el trabajo, como factores de producción y dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos y la consiguiente responsabilidad. (pág. 14)

El concepto de empresa reúne ciertos requisitos, como el de poseer un capital de trabajo con el cual realiza sus operaciones, también la empresa puede dedicarse a diferentes tipos de actividades, entre las más importantes: producir bienes, comercializarlos o prestar servicios.

- **Misión**

(María Eugenia Caldas Blanco, Reyes Carrión Herráez y Antonio J. Heras Fernández, 2017), indica que:

"La misión es la razón de existir de una empresa. Representa su identidad y personalidad en el momento presente" (pág. 264).

Por lo indicado, la misión de una empresa es una parte importante para el desarrollo de sus operaciones, ya que indica la razón de ser y cuál es su actividad principal.

- **Visión**

(María Eugenia Caldas Blanco, Reyes Carrión Herráez y Antonio J. Heras Fernández, 2017), señala que:

"Describe la cultura empresarial o el espíritu y la ideología que inspirará tu trabajo a futuro" (pág. 264).

La visión corresponde a la parte en la que la empresa proyecta a futuro sus operaciones y lo que quiere llegar a ser o convertirse, dentro del mercado y para sus clientes.

- **Valores**

(Aranday, 2018), manifiesta que:

Es la descripción de las cualidades con las que cuenta la organización en términos de su gente, desarrollo, investigaciones, procesos; por ejemplo:

- Justicia (honestidad e integridad).
- Prudencia (responsabilidad).
- Templanza (lealtad y autenticidad).
- Fortaleza (resistencia ante situaciones adversas).
- Sabiduría (conocimiento y experiencia).
- Arte (saber hacer, saber crear). (pág. 14)

Los valores con los que cuenta una empresa resaltan las cualidades que posee el equipo de trabajo y con las cuales realizan sus operaciones, encaminadas a la mejora continua de operaciones internas y de interacción con los clientes.

- **Organigrama**

(Uribe, 2015), señala que:

El diseño de la estructura organizacional se hace teniendo en cuenta la forma en que va a operar el plan de negocio, desde el punto de vista de operativo y de su administración. Antes de definir

> la estructura organizacional que más se ajusta al plan de negocio, es importante realizar una identificación plena de todas las actividades a realizar en la ejecución del plan de negocio, las cuales se agrupan por áreas, ya sea de producción, administrativa, financiera y de comercialización. Igualmente, es importante determinar los requerimientos del personal que va a realizar las funciones definidas a cada área dentro de la empresa. Luego, se procede al diseño del organigrama, con sus adecuados manuales de métodos y procedimientos. (pág. 87)

El organigrama es la representación gráfica de las áreas que componen a una organización, es decir antes de realizar el organigrama se debe tener en claro todas las áreas, encargados y actividades que componen a la organización, para establecer el diseño organizacional adecuado.

- **Manual de funciones**

(Uribe, 2015), expresa que:

> La organización en los planes de negocios hace referencia a la definición de su estructura orgánica; al personal de planta; la asignación de funciones básicas a cada cargo; el establecimiento del límite de autoridad y responsabilidad; el proceso de reclutamiento; la selección, inducción y capacitación; la identificación de canales de comunicación, motivación, etc. (pág. 87)

El manual de funciones de una organización es en donde se detallan las funciones que desempeña cada uno de los miembros de la organización que son encargados de las principales áreas y especifica el límite de sus responsabilidades.

- **Tipos de empresas**

(Galindo, 2014), menciona que:

No hay una clasificación única de empresas, pues existen diversos criterios que las agrupan. A continuación, se hará referencia a la importancia de su sistema filosófico, sus acciones con base en el mismo y cómo colaboran al desarrollo de un país.

Por su tamaño:

- ✓ Micro
- ✓ Pequeña
- ✓ Mediana
- ✓ Grande

Por su finalidad:

- ✓ Públicas
- ✓ Privadas
- ✓ Servicios

Por su actividad económica:

- ✓ Extractivas
- ✓ Transformación
- ✓ Servicios

Por sus objetivos:

- ✓ Lucrativas
- ✓ No lucrativas

Por el origen del capital:

- ✓ Público
- ✓ Privado
- ✓ Mixto

- ✓ Extranjero

Por su constitución legal:

- ✓ Sociedades regulares o de derecho
- ✓ Sociedades irregulares o de hecho. (pág. 19)

Se puede expresar que, no existe un único tipo de empresas ya que, la clasificación de una empresa depende de varios aspectos como, por ejemplo: su tamaño, sus objetivos, el capital proveniente de sus accionistas, sus objetivos o su constitución legal. Es importante reconocer el tipo de empresa que se crea y las obligaciones y derechos a los cuales se acoge.

- **Diseño de la forma organizacional**

El diseño de la forma organizacional, que tendrá el proyecto puede contemplar ciertas características. (Dujisin, 2015), manifiesta que:

> El análisis de diseño organizacional debe incorporar el hecho que bajo cualquier forma de organización empresarial subyacen diversas relaciones de programación y coordinación operativa específica entre áreas, cuestión que a fin de cuentas significa relaciones de comunicación y colaboración individual y grupal entre personas. En términos de aplicación, esos elementos se indican y explican en el manual de organización y funciones junto con las descripciones de cargos o puestos de trabajo que tendrá la organización. De manera que la tarea de elaborar un diseño organizacional no es colocar un par de líneas verticales y horizontales desde los cargos identificados, como algunos piensan, sino que precisa desarrollar una reflexión analítica de las principales relaciones e interacciones individuales-grupales de decisión, supervisión y ejecución, que han de permitir un desempeño competitivo de la operación de negocio del proyecto. (pág. 124)

La estructura organizacional del proyecto tiene mucho que ver en la forma en la que se desarrollan las actividades de negocio, así cada área que posee se define la manera en la que se vincula y comunica con las demás áreas existentes para el logro de los objetivos organizacionales.

- **Forma de constitución legal**

La forma en la que el proyecto se va a constituir es importante en el estudio organizacional del negocio que se desea poner en marcha. (Dujisin, 2015), señala que:

> Se refiere al tipo de sociedad y el nombre comercial que tendrá como razón social la empresa cuando se constituya legalmente como tal. Las figuras legales que existen son varias, siendo las más comunes la sociedad de responsabilidad limitada (Ltda.) y la sociedad anónima (S.A.). Por lo general las empresas Pymes se constituyen bajo la figura legal de sociedad Ltda. ya que resulta más simple de constituir, así como respecto a las disposiciones de administración. En todo caso, se trata de un asunto legal que recomiendo consultar con un abogado antes de tomar cualquier decisión sobre la figura legal que resulta más apropiada según las características particulares del proyecto de negocios. (pág. 125)

El tipo de sociedad bajo el cual el proyecto inicia sus operaciones es de vital importancia para las personas que lo están ejecutando, por cuanto cierto tipo de figura jurídica permite constituir el proyecto en compañías como de responsabilidad limitada, sociedad anónima y otras.

- **Identificar los requisitos normativo – legales de funcionamiento**

La legalidad de cualquier negocio depende del tipo de negocio que se piensa implementar, y en los requisitos que debe cumplir. (Dujisin, 2015), manifiesta que:

> En cuestiones de constitución legal y normativo-reglamentarias asociadas al proyecto y su localización hay que identificar en forma eficiente y precisa lo que corresponde a la actividad de negocios del proyecto en particular, de lo cual debe resultar un conocimiento

fundamentado concreto tanto de los aspectos ventajosos que no representan inconvenientes, así como de los que son obstáculos limitativos y ver cómo resolverlos:

- ✓ Tipo Sociedad: Ltda. S.A. otra; característica/ventaja/desventaja
- ✓ Requerimientos legales de constitución
- ✓ Requerimientos Municipales de funcionamiento
- ✓ Requerimientos Cámara Industria y Comercio
- ✓ Restricciones - normativas medio ambientales
- ✓ Requerimientos fiscales tributario; SII.
- ✓ Sistema Contable (libros, facturas, etc.)
- ✓ Otros requerimientos de Constitución y puesta en marcha. (pág. 126)

Una vez identificado el tipo de constitución legal que adopta un proyecto, éste debe cumplir ciertos requisitos para su puesta en marcha desde aspectos generales y luego aspectos locales, como los permisos municipales de funcionamiento, cumplir con temas en cuanto a tributos, y demás que pudieran ser necesarios para el proyecto.

2.3.6 Compañía de responsabilidad limitada.

(Compañías, 2017), Art. 92.- 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 añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola",

"constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar. (pág. 23) .

La compañía de responsabilidad limitada es aquella que se puede constituir con dos o más socios, que por decisión propia inician una sociedad que se puede dedicar al comercio, agricultura, construcción, etc.

(Compañías, 2017), indica:

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.

El número de socios que pueden conformar una compañía de responsabilidad limitada no puede, en ningún caso exceder a los quince socios que la conforman, por lo que este tipo de compañía se ajusta adecuadamente a nuevos proyectos de carácter familiar.

- **Registro de la compañía limitada**

Los requisitos para el registro de la compañía limitada ante el registro mercantil son los siguientes:

(mercantil, 2017), señala que los requisitos para la inscripción de una compañía limitada son los siguientes:

- ✓ Presentar al menos 3 testimonios originales de la escritura pública de constitución. Todos los testimonios deben tener el mismo número de fojas y todas deben estar rubricadas por el notario ante el que se otorgó la escritura (Art. 41 de la Ley Notarial).

- ✓ Cada testimonio deberá tener el original de su Resolución aprobatoria emitida ya sea por la Superintendencia de Compañías o por la Superintendencia de Bancos y Seguros.
- ✓ Cada testimonio deberá contar con la razón de marginación de la Resolución aprobatoria, sentada por el notario ante el cual se otorgó la escritura de constitución. En la razón de marginación, se debe verificar que los datos de la Resolución que se margina sean correctos.
- ✓ Tratándose de compañías de responsabilidad limitada, se deberá presentar el certificado de publicación por la prensa del extracto de la escritura pública de constitución (Art. 136 de la Ley de Compañías).Si los socios o accionistas son extranjeros, en la escritura deberá indicarse si son o no residentes en el Ecuador, o en su defecto deberán adjuntar copia certificada de su visa, con la finalidad de determinar si tienen o no la obligación de presentar el RUC (Art. 3 de la Ley de Registro único de Contribuyentes, Art. 9.1 de la Ley de Régimen Tributario Interno, y Circular NAC-DGECCGC12-0011, publicada en el Registro Oficial Segundo Suplemento 735 del 29 de junio de 2012).
- ✓ Si la compañía se constituyere con la aportación de algún inmueble, la escritura deberá inscribirse en el Registro de la Propiedad antes de la inscripción en el Registro Mercantil. La inscripción en el Registro Mercantil no podrá efectuarse luego de los 90 días de realizada la inscripción en el Registro de la Propiedad (Art. 10 de la Ley de Compañías).
- ✓ Las fechas de los documentos contenidos en la escritura de constitución deben constar en el siguiente orden: a) Certificado de reserva del nombre; b) Certificado

de apertura de la cuenta de integración de capital; c) Escritura pública de constitución; d) Otorgamiento de los testimonios de la escritura (debe ser al menos igual a la fecha de la escritura); e) Resolución aprobatoria; f) Razón de marginación (debe ser al menos igual a la de la Resolución aprobatoria); g) Publicación por la prensa (puede ser antes o después de la razón de marginación).

La conformación de una compañía de responsabilidad limitada debe cumplir con todos los requisitos que el registro mercantil indique, entre ellos el número y nombres de los socios que la conforman, las aportaciones con las que cada uno conforman el capital y demás documentos necesarios.

CAPÍTULO III - ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Introducción

El presente capítulo es elaborado con el propósito de conocer el comportamiento de las principales fuerzas de mercado, para la creación de la presente propuesta.

En lo que se refiere a la oferta, a través de la investigación de campo se determinará y analizará los principales oferentes del servicio de organización de eventos, así se analizará que incluye en el servicio que actualmente ofertan.

Para el estudio de la demanda, se llegará al mercado meta que contiene a los potenciales demandantes del servicio con instrumentos de recolección de sus gustos, preferencias y demás que permitan conocer la cantidad de las personas dispuestas a contratar el servicio.

Es importante conocer el precio con que actualmente cuentan estos establecimientos, que servirán de referencia para el precio del servicio que en el proyecto se establecerá. Así también, las prácticas de marketing que poseen, esto con el fin de entender cómo se puede llegar a las personas con el servicio que se pretende introducir al mercado.

Con todo lo anteriormente realizado, se proponen algunas estrategias comerciales, que se basan en atraer a los potenciales clientes del servicio con un servicio de calidad, precio accesible, promoción permanente y un valor agregado a los ya existentes locales de eventos de la localidad.

También, se determinará si la presente propuesta tendrá oportunidad de inserción en el mercado.

3.2 Objetivo general

Conocer el comportamiento de las fuerzas de mercado en la perspectiva de implementar un local de eventos en Cayambe.

3.3 Objetivos específicos

- Analizar la oferta de servicios similares a la propuesta
- Estudiar el comportamiento de la demanda de servicios similares
- Analizar los precios de los servicios similares
- Caracterizar las prácticas de marketing usuales en el medio
- Diseñar estrategias comerciales en base a gustos y preferencias del cliente

3.4 Variables e indicadores

3.4.1. Oferta.

- ✓ Análisis de la oferta
- ✓ Identificación de la oferta
- ✓ Proyección de la oferta

3.4.2. Demanda.

- ✓ Demanda actual
- ✓ Demanda potencial
- ✓ Demanda insatisfecha
- ✓ Proyección de la demanda

3.4.3. Precios.

- ✓ Precios de los competidores
- ✓ Precio promedio

3.4.4. Prácticas de marketing.

- ✓ Publicidad

- ✓ Promoción

3.4.5. Estrategias comerciales.

- ✓ Servicio
- ✓ Precio
- ✓ Plaza
- ✓ Publicidad
- ✓ Valor agregado

3.5 Matriz de mercado.

Tabla 11
Variables e indicadores estudio de mercado

Objetivo General	Objetivos específicos	Variables	Indicadores	Técnicas	Informantes
Conocer el comportamiento de las fuerzas de mercado en la perspectiva de implementar un local de eventos en Cayambe.	Analizar la oferta de servicios similares a la propuesta	Oferta	1.Análisis de la oferta 2.Identificación de la oferta 3.Proyección de la oferta	-Entrevista -Observación directa -Ficha de observación	-Dueños de los locales de eventos del cantón Cayambe - Locales de eventos del cantón Cayambe
	Estudiar el comportamiento de la demanda de servicios similares	Demanda	1.Demanda actual 2.Demanda potencial 3.Demanda insatisfecha 3. Proyección de la demanda	-Encuesta	- Fuente secundaria - potenciales demandantes del servicio de organización de eventos en el cantón Cayambe
	Analizar los precios de los servicios similares	Precios	1. Precios de los competidores 2. Precio promedio	-Observación directa -Ficha de observación	-Dueños de locales de eventos del cantón Cayambe
	Caracterizar las prácticas de marketing usuales en el medio	Prácticas de marketing	1.Publicidad 2. Plaza	-Observación directa -Ficha de observación	-Dueños de locales de eventos del cantón Cayambe

	Diseñar estrategias comerciales en base a gustos y preferencias del consumidor	Estrategias comerciales	1. Servicio 2. Precio 3. Plaza 4. Publicidad 5. Valor agregado	-Observación directa	- Dueños de locales de eventos del cantón Cayambe

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

3.6 Metodología

3.6.1. Variable oferta.

Para analizar la oferta que actualmente existe en el Cantón Cayambe, se utilizará como técnica de recolección de información una ficha de observación directa que servirá para determinar la cantidad de negocios dedicados a esta actividad económica, y los servicios que cada uno ofrece que también servirá como dato esencial para proyectar la oferta.

3.6.2 Variable demanda.

Así, también dentro de las fuerzas de mercado que se analizarán en este capítulo se encuentra la demanda. Por lo que en primer lugar se identificará el segmento de mercado al cual se enfocará la presente propuesta, aplicando la fórmula a la población económicamente activa, luego se diseñará y aplicará la respectiva encuesta y por último se tabularán los datos y se analizarán, con el fin de determinar la demanda actual, demanda insatisfecha, demanda real y demanda proyectada se realizará una encuesta a los posibles compradores de la propuesta del presente proyecto.

3.6.3. Variable precios.

Para el análisis de los precios, se tomará en consideración los precios actuales de los competidores, costos y proveedores que hacen accesible o no el precio hacia la ciudadanía. Para lo cual se elaborará una ficha de observación directa que consolide la información concerniente al precio de este tipo de servicios.

3.6.4 Variable Prácticas de marketing.

Para el estudio de las prácticas de marketing que implementan los actuales establecimientos, dedicados a la prestación de servicios para la realización de eventos, se analizarán varios aspectos entre ellos la publicidad, promoción y canales de distribución utilizados como

herramientas de marketing para el giro del negocio. En este aspecto se realizará trabajo de campo apoyados en una ficha de observación directa como apoyo para consolidar la información relevante.

3.7 Desarrollo de la matriz de mercado

3.7.1 Oferta.

Análisis de la oferta

- **Entrevista**

La presente entrevista fue realizada a una de las propietarias de uno de los locales más importantes que se dedican a la organización de eventos en el cantón Cayambe.

Nombre: Diaz Navas Gloria Inés

Establecimiento: Sala de recepciones SHAK & RODIZ

- **¿Qué tipo de servicio que oferta?**

Organización de todo tipo de evento social matrimonios, bautizos, quince años, etc. Así todo lo que comprende artistas, menú, etc.

- **¿Cree Ud. que su local ayuda a la generación de empleo?**

Genera empleo en diversas áreas: ayudantes de cocina, cocineros, meseros, guardias de seguridad, personas encargadas del sonido que generan ingresos y que ayudan a sus familias a salir adelante.

- **¿Qué categorización posee su local de eventos?**

Actualmente, posee una categorización de segunda por lo que le faltan algunos servicios para poder llegar a primera categoría y prefiere quedarse con la categoría de segunda ya que si alcanza la primera categoría aumentaría su valor de pago.

- **¿Su local de eventos posee demanda?**

La gente cambia de mentalidad, antes la gente realizaba sus propios eventos en casa y actualmente las personas no tienen tiempo de organizar todo lo que conlleva realizar un evento, por lo que el servicio que se presta posee todo en un solo paquete.

Las personas usualmente realizan créditos para realizar su evento, por comodidad buscan un solo lugar antes que buscar por separado todo lo necesario para el evento.

- **¿Cuáles son las temporadas en las que tiene mayor demanda?**

Existen temporadas altas como en todo tipo de negocio, para el local de eventos son las graduaciones, comuniones, etc.

- **¿Su negocio es rentable?**

Todo negocio tiene que ser rentable, por ende, el local de eventos es rentable.

- **¿Conoce el número de establecimientos dedicados a la organización de eventos en Cayambe?**

Según el catastro existen 4 establecimientos dedicados a la prestación de este tipo de servicios, sin embargo, alrededor de Cayambe existen locales que pretender llegar a ser imitaciones de estos locales existen alrededor de 30 establecimientos. No existe control por parte de las autoridades competentes.

- **¿Cuáles impuestos son los que debe cancelar por su negocio?**

Impuesto a la patente, a los bomberos, permiso de funcionamiento, Ministerio de Turismo. Son necesarios para el financiamiento del cantón y del país. Algunos son muy altos a lo que deberían ser.

- **¿Qué tipo de tecnología es necesaria?**

Innovación en sonido y equipos tecnológicos necesarios.

- **¿Qué tipo de proveedores son necesarios?**

Todo tipo de proveedores para cada recurso que posee el local, en cuanto a recuerdos, decoración, etc. Se maneja con proveedores de diferentes provincias.

- **¿Cuál es la publicidad que utiliza?**

Utilización de publicidad radial principalmente, y publicidad en volantes. No utiliza redes sociales

- **¿Considera que su establecimiento es de calidad?**

Se maneja con productos de calidad, así el cliente recomienda a otros posibles clientes acerca de la satisfacción recibida en la contratación del servicio.

Por lo expuesto, se puede denotar que la dueña del local Shak & Rodiz, conoce no sólo el funcionamiento del giro del negocio, sino también es consciente de la rentabilidad que tiene su negocio, cuando se trata de temporadas altas en las que la demanda aumenta. Un factor que se pudo señalar como no beneficioso para su local, son los impuestos que, en el caso de su categorización de segunda, considera que son un poco altos por lo que no quisiera obtener la categorización de primera, en este punto se puede considerar este aspecto como una ventaja competitiva para el presente proyecto, por cuanto se puede proyectar para que alcance una categoría de primera.

- **Identificación de la oferta**

Actualmente, en el Cantón Cayambe existen 4 establecimientos que se dedican a la prestación de servicios de organización de eventos. al no contar con ninguna información acerca de la oferta que actualmente posee este tipo de servicio, ya que según el municipio de Cayambe a la fecha no se ha realizado ningún estudio de mercado de este tipo de establecimientos.

Tabla 12
Ficha de observación: oferta actual de locales de eventos en el cantón Cayambe

Nombre	Ubicación	Tipo de servicios que oferta	Cantidad de eventos por temporada			Cantidad promedio de asistentes por evento	Oferta actual			TOTAL
			Alta (Febrero, Mayo, Agosto, Diciembre)	Media (septiembre, octubre, noviembre, abril)	Baja (Enero, Marzo, Junio, Julio)		Alta (Febrero, Mayo, Agosto, Diciembre)	Media (septiembre, octubre, noviembre, abril)	Baja (Enero, Marzo, Junio, Julio)	
ZONA CERO	13 DE ABRIL Y 6 DE DICIEMBRE	-Todo tipo	4 eventos por mes	2 eventos por mes	1 eventos por mes	200	3200	1200	800	5200
RECEPCIONES Y EVENTOS CAYAMBE	RESTAURACIÓN Y CORDOVA GALARZA	- Peñas solidarias - Bautizos - Matrimonios	5 eventos por mes	3 eventos por mes	1 evento por mes	150	3000	1800	600	5400
PUNTO DE ENCUENTRO CANTO DO VALE	CALLE CHILE S/N Y QUIROGA	-Capacitaciones - Eventos familiares	3 eventos por mes	2 eventos por mes	1 evento por mes	60	720	480	240	1440
SHAK & RODIZ	SERGIO MEJIA S/N Y ROCAFUERTE YAZNAN	- Reuniones - Matrimonios - Quince años - Todo tipo	4 eventos por mes	2 eventos por mes	1 evento por mes	150	2400	1200	600	4200
TOTAL										16240

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

La oferta con la que actualmente cuenta Cayambe es de 16.240 personas al año. Estos establecimientos fueron encontrados mediante un recorrido por las principales calles del Cantón Cayambe y corroborada con fuente secundaria encontrada en el catastro del Municipio de la localidad.

- **Proyección de la oferta**

La proyección de la oferta se la realiza utilizando la fórmula de crecimiento poblacional, utilizada para estimar el número de habitantes en el tiempo. La tasa de crecimiento de la localidad de Cayambe, entre los años 2001 – 2010 que se encuentra en el PDYOT (2015-2025) Porcentaje que corresponde a un 2,53% anual y se aplica la fórmula:

$$Pp = Pb(1 + i)^n$$

Donde:

- ✓ Pp: población futura
- ✓ Pb: población inicial
- ✓ i: tasa media de crecimiento poblacional
- ✓ n: año proyectado

Cálculos:

Año 2019

$Pp = 16.240(1 + 0{,}0253)^1$

$Pp = 16.651$

Año 2020

$Pp = 16.651(1 + 0{,}0253)^2$

$Pp = 17.504$

Año 2021

$Pp = 17.504(1 + 0{,}0253)^3$

$Pp = 18.866$

Año 2022

$Pp = 18.866(1 + 0{,}0253)^4$

$Pp = 20.849$

Año 2023

$Pp = 20.849(1 + 0{,}0253)^5$

$Pp = 23.623$

Tabla 13
Proyección de la oferta

AÑOS	OFERTA DE EVENTOS ANUAL (clientes)
2019	16.651
2020	17.504
2021	18.866
2022	20.849
2023	23.623

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

3.7.2 Demanda.

- **Factores del mercado**
  - **Extensión Territorial**

La extensión territorial en donde se piensa implementar el proyecto es en el cantón Cayambe. (PDYOT, Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Cayambe, 2015), señala que:

> El cantón Cayambe está ubicado en los Andes, al norte del Ecuador, al noreste de la provincia de Pichincha, al pie del nevado que lleva su nombre; posee una extensión de 1.350km²; su cabecera cantonal tiene su mismo nombre, la fecha de cantonización fue el 23 de Julio de 1.883. Cayambe tiene 2 parroquias urbanas: Juan Montalvo y Ciudad de Cayambe y 6 parroquias rurales: Ascázubi, Cangahua, Olmedo, Otón, San José de Ayora y Santa Rosa de Cusubamba. Sus límites son: al norte la provincia de Imbabura, al sur con el Distrito Metropolitano de Quito; al este la Provincia de Napo y Sucumbíos; y al oeste con el cantón Pedro Moncayo.
>
> Cayambe tiene una altitud: 2.700 a 5.790m.s.n.m, su clima es frío – templado y su temperatura oscila entre 8° y 22° centígrados, con una humedad relativa cercana al 80% y precipitación media anual de 600 – 800mm. (pág. 14)

Es necesario dentro de los factores de mercado identificar la extensión territorial del cantón Cayambe, con el propósito de determinar la ubicación del proyecto, e identificar la existencia de zonas urbanas y rurales, número de parroquias, entre otros datos generales.

- **Carácter**

El sector en donde se encuentra ubicado Cayambe es urbano, y a sus alrededores se encuentran las principales parroquias en su mayoría rurales.

- **Factores intrínsecos**
  - **Estructura económica de la población**

(PDYOT, Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Cayambe, 2015), indica que:

> En el cantón Cayambe, desde el año 2010, la mayoría de la población está en edad de trabajar (PET), esto es 66 096 habitantes o el 77% de la población total. De este grupo La

población económicamente activa (PEA) alcanza al 59,58% equivalente a 39380 habitantes, siendo éste el tamaño de la oferta de la fuerza laboral de Cayambe, complementariamente el 40,42% o 26 716 personas forman la población económicamente inactiva (PEI). (pág. 138)

Se puede evidenciar, que el cantón Cayambe posee un porcentaje alto que corresponde a la población económicamente activa, que refiere a un 59,58%, es decir 39.380 más de la mitad de toda su población, se puede determinar que dichas personas mantienen un ingreso que les brinda capacidad de compra.

- **Población económicamente activa y las principales actividades productivas**

(PDYOT, Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Cayambe, 2015), señala que: "Al desagregar la población ocupada por rama de actividad, se evidencia en principio, las actividades que más empleo generan. Además, permite analizar el desempeño de los sectores del sistema económico local" (pág. 141).

Tabla 14
Actividades productivas del cantón Cayambe:2010

Principales Actividades	Total	PEA %	Urbano	PEA%	Rural	PEA%
Población ocupada en agricultura, silvicultura, caza y pesca	16662	42,30%	5606	14,20%	11056	28,10%
Población ocupada en Comercio al por mayor y menor	4167	10,60%	3116	7,90%	1051	2,70%
Población ocupada en el sector público	2811	7,10%	1985	5%	826	2,10%
Población ocupada en Industrias manufactureras	2703	6,90%	1758	4,50%	945	2,40%
Población ocupada en construcción	2746	7%	683	1,70%	2063	5,20%
Población ocupada en transporte y almacenamiento	1557	4%	1005	2,60%	552	1,40%
Población ocupada en Actividades de alojamiento y servicio de comidas	1055	2,70%	848	2,20%	207	0,50%

Fuente: PDYOT 2015, Cayambe
Elaborado por: El Autor

Las personas económicamente activas del cantón se dedican a una actividad económica diferente, siendo la agricultura, silvicultura las que más abarcan a la PEA. También se puede observar que la población que se dedica a actividades de alojamiento y servicio de comidas corresponde un 2,70%, es decir 1.055 personas del total de la población.

- **Aficiones y diversiones**

(PDYOT, PDYOT CAYAMBE 2015 - 2025, 2015), indica que:

El cantón Cayambe posee una gran riqueza cultural, desde sus fiestas tanto cívicas como de índole religioso, como comidas, trajes típicos, restos arqueológicos y pueblos indígenas que han habitado el territorio desde hace ya muchísimos años. En cuanto a sus manifestaciones culturales, como parte de la identidad cultural que posee, en el cantón Cayambe se encuentran una gran variedad de expresiones representativas y reconocidas por la población, entre las más importantes se puede resaltar.

Tabla 15
Principales fiestas del cantón Cayambe:2013

Manifestaciones culturales
Fiestas del Sol o Intiraymi
Fiestas de San Juan (Parroquia de Olmedo)
Fiesta de San Pedro
Fiesta de San Pablo (Parroquia de Cangahua)
Gastronomía (Bizcochos, Uchujacu, Guarango, Chicha de Jora, Queso de Hoja y Manjar de leche)
Museo Arqueológico
Monumento mitad del mundo
Iglesia Matriz
Hacienda Guachalá
Laguna San Marcos
Complejo Arqueológico Puntiatsil
Diversas artesanías en madera, lana, lienzo, pintura, tallado de paisajes y figuras artesanales como Diabluma y Chinucas
Personajes típicos: Diabluma, Aruchicos Huasicama, Chinuca, Taquiador, El Campanillero y Payasos
Coplas cayambeñas

Fuente: PDYOT Cayambe 2015
Elaborado por: El Autor

Por lo señalado, Cayambe es reconocido por ser un cantón pluricultural que alberga diferentes manifestaciones culturales transformadas en fiestas que se celebran en ciertas épocas del año, son las principales aficiones de las personas que habitan la localidad.

- **Factores extrínsecos**
  - **Demográficos**

(PDYOT, PDYOT CAYAMBE 2015 - 2025, 2015), indica que:

La población comprendida entre los rangos menores a 1 año hasta los 14 años contemplaba en el año 2010 es de 34%; de 15 a 64 años es de 60% y de 65 años y más es de 6%. Esta descripción nos muestra una pirámide todavía expansiva, con predominio de los grupos de habitantes jóvenes (el grupo poblacional más numeroso es el que se ubica en el rango de 5 a 9 años con 10.078); pero es bueno recalcar un número reducido de niños y niñas menores de un año a 4 años. Es necesario anotar que el análisis entre variables sexo y edad se establece que existe un relativo predominio de mujeres en los grupos de edad. (pág. 80)

Por lo mencionado, dentro de los factores de mercado es importante conocer que rangos de edad son los que más predominan en la localidad, para que la determinación del mercado meta se lleve a cabo de manera objetiva.

- **Estratificación**

La estratificación del presente proyecto de crear un local de eventos que organice todo tipo de eventos, no sólo sociales como las conocidas fiestas de quince años, matrimonios, entre otros, sino abierto a la organización de eventos de tipo corporativo, cultural, es decir, todo tipo de evento. Por esto, la estratificación del proyecto comprende a las familias y a las personas que pertenecen a organizaciones como empresas u otras.

- **Segmentación**

Para la presente investigación se debe seleccionar al mercado correcto, por lo que de los 85 mil habitantes que según el PDYOT (2015), seleccionaremos únicamente a los potenciales compradores del servicio a ofertarse. Así entonces, la población económicamente activa del Cantón Cayambe será la indicada para llevar acabo nuestro estudio de mercado. Según el PDYOT (2015), la población económicamente activa del cantón asciende a 39.380 personas.

- **Diseño de la encuesta**

Para identificar la demanda potencial en la presente investigación, se ha elaborado una encuesta que contiene 6 preguntas con diferentes alternativas, las cuales se direccionan a conocer los gustos, preferencias de los posibles demandantes del servicio de local de eventos. **Anexo A:** Encuesta dirigida a los potenciales demandantes de servicios de eventos sociales en el cantón Cayambe, provincia de Pichincha.

- **Muestra**

- **Cálculo de la muestra**

La muestra constituye una parte de la población, este grupo de personas se estableció para saber cuántas encuestas se deben realizar, aplicando la siguiente fórmula:

- ✓ N = Población
- ✓ e = error aceptable
- ✓ z = nivel de confianza
- ✓ P = probabilidad de éxito
- ✓ Q = probabilidad de fracaso

$$n = \frac{z^2 PQN}{e^2(N-1)+z^2 PQ}$$

$$n = \frac{1{,}96^2(0{,}50)\ (0{,}50)\ (39.380)}{0{,}05^2(39.380-1)+1{,}96^2 0{,}50.0{,}50}$$

$$n = 380{,}46$$

$$\mathbf{n = 380}$$

- **Tabulación y análisis de la encuesta dirigida a los potenciales demandantes de servicios de eventos sociales en el cantón Cayambe, provincia de Pichincha**.

1. **¿Con que frecuencia asiste Ud. a eventos de todo tipo?**

Tabla 16
Frecuencia de asistencia a eventos

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a. Al menos una vez por mes	18	5%
b. Al menos una vez por bimestre	7	2%
c. Al menos una vez por trimestre	112	30%
d. Al menos una vez por cuatrimestre	1	0%
e. Al menos una vez por semestre	54	14%
f. Al menos una vez por año	188	49%
TOTAL	380	100%

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Ilustración 1. Frecuencia de asistencia a eventos

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Al analizar los resultados de la investigación, se puede observar que, la mayoría de las personas asisten a un evento al menos una vez por año, pero también una gran parte lo hacen una vez cada tres meses, por lo que se considera un indicador relevante a considerar para la demanda del proyecto.

2. **De las siguientes opciones ¿Cuáles valoraría al momento de contratar el servicio de un local que organice todo tipo de eventos sociales?** Califique del 1 al 5. Siendo 5 muy importante, 4 importante, 3 no muy importante, 2 poco importante y 1 nada importante.

a) Arreglos Florales

Tabla 17
Arreglos Florales

VARIABLES		FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a. Arreglos florales	5. Muy importante	33	9%
	4. Importante	153	40%
	3. No muy importante	159	42%
	2. Poco importante	32	8%
	1.Nada importante	3	1%
TOTAL		380	100%

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Ilustración 2. Arreglos Florales

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Al analizar los resultados de la investigación, se puede observar que la mayoría de los encuestados consideran no muy importante la presencia de arreglos florales para la decoración en los eventos a los cuales asisten, y una considerable cantidad sí lo consideran importante al momento de encontrarse en un evento, porque embellecen el ambiente del evento.

b) Alimentación

Tabla 18
Alimentación

VARIABLES		FRECUENCIA	PORCENTAJE %
b. Alimentación	5. Muy importante	96	25%
	4. Importante	232	61%
	3. No muy importante	49	13%
	2. Poco importante	2	1%
	1.Nada importante	1	0%
TOTAL		380	100%

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Ilustración 3. Alimentación

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Al analizar los resultados obtenidos, se puede observar que, la mayoría de las personas encuestadas consideran la alimentación como algo importante dentro de la organización de eventos, ya que las personas desean degustar comida cuando asisten a un evento. Por lo que el proyecto debe considerar adquirir un servicio de catering que satisfaga las expectativas de los demandantes.

c) Capacidad de invitados

Tabla 19
Capacidad de invitados

VARIABLES		FRECUENCIA	PORCENTAJE %
c. Capacidad de invitados	5. Muy importante	65	17%
	4. Importante	216	57%
	3. No muy importante	94	25%
	2. Poco importante	5	1%
	1.Nada importante	0	0%
TOTAL		380	100%

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Ilustración 4. Capacidad de invitados

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

En base a los resultados de la investigación, se puede observar que la mayoría de los encuestados consideran importante a la capacidad de los locales, a los cuales piensan contratar para el servicio de organización de un evento, ya que la cantidad de invitados suele grande. Por esto, el proyecto debe contar con un local que se encuentre en condiciones de alojar un número significativo de invitados.

d) Maestro de ceremonias

Tabla 20
Maestro de ceremonias

VARIABLES		FRECUENCIA	PORCENTAJE %
d. Maestro de ceremonias	5. Muy importante	40	11%
	4. Importante	227	60%
	3. No muy importante	89	23%
	2. Poco importante	16	4%
	1.Nada importante	8	2%
TOTAL		380	100%

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Ilustración 5. Maestro de ceremonias

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Con respecto a los resultados de la investigación, se puede evidenciar que la mayor parte de los encuestados manifiestan que es importante la presencia de un maestro de ceremonias, el cual transmite un mensaje en los eventos a los cuales asisten o se encuentran realizando. Así se convierte en un elemento a ser parte del local de organización de eventos propuesto.

e) Artistas

Tabla 21
Artistas

VARIABLES		FRECUENCIA	PORCENTAJE %
e. Artistas	5. Muy importante	45	12%
	4. Importante	236	62%
	3. No muy importante	84	22%

	2. Poco importante	11	3%
	1.Nada importante	4	1%
TOTAL		380	100%

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Ilustración 6. Artistas

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Al analizar los resultados de la investigación, se puede denotar que los encuestados piensan que es importante que un evento cuente con artistas, ya que animan al evento. Por tanto, se considera la integración de artistas acorde al tipo de eventos a realizarse en el proyecto.

f) Ambiente

Tabla 22
Ambiente

VARIABLES		FRECUENCIA	PORCENTAJE %
f. Ambiente	5. Muy importante	67	18%
	4. Importante	232	61%
	3. No muy importante	73	19%
	2. Poco importante	8	2%
	1.Nada importante	0	0%
TOTAL		380	100%

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Ilustración 7. Ambiente

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

En base a los resultados de la investigación, se puede determinar que los encuestados ven al ambiente, en cuanto a iluminación, espacios, decoración como algo importante, porque es la primera impresión de cómo se va a desarrollar el evento al cual asisten.

g) Organización

Tabla 23
Organización

VARIABLES		FRECUENCIA	PORCENTAJE %
g. Organización	5. Muy importante	98	26%
	4. Importante	251	66%
	3. No muy importante	28	7%
	2. Poco importante	3	1%
	1.Nada importante	0	0%
TOTAL		380	100%

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Ilustración 8. Organización

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Con respecto a la organización de eventos de todo tipo, las personas consideran un factor importante al momento de contactarse con un local que organice eventos, porque desean que el evento resulte de la mejor manera posible. Por esto, se tomará en cuenta este aspecto dentro de la idea de proyecto.

h) Creatividad

Tabla 24
Creatividad

VARIABLES		FRECUENCIA	PORCENTAJE %
h. Creatividad	5. Muy importante	70	18%
	4. Importante	270	71%
	3. No muy importante	37	10%
	2. Poco importante	3	1%
	1.Nada importante	0	0%
TOTAL		380	100%

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Ilustración 9. Creatividad

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Al analizar los resultados de la investigación, la mayoría de las personas piensan que dentro de la organización de eventos la creatividad debe ser un factor que se encuentre dentro de su ejecución, ya que el cliente busca la innovación de lo ya conocido. Por esto, el proyecto debe considerar a la innovación en los procesos cada evento a realizarse.

3. ¿Cuál es el número de invitados a los eventos a los que Ud. asiste?

Tabla 25
Número de invitados

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a. Hasta 10 personas	2	0%
b. Hasta 20 personas	19	5%
c. Hasta 30 personas	23	6%
d. Hasta 40 personas	68	18%
e. Hasta más de 50 personas	268	71%
TOTAL	380	100%

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Ilustración 10. Número de invitados

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

En base a los resultados obtenidos de la encuesta, se puede evidenciar que la mayoría de las personas que usualmente asisten a eventos de todo tipo, los invitados son más de 50 personas. Es decir, que la capacidad de los locales existentes es amplia y por tanto la implementación del proyecto debe considerar una infraestructura adecuada y que abastezca la necesidad de los demandantes.

4. **¿Está de acuerdo con la creación de un local que se dedique a la organización de eventos, en la localidad de Cayambe?**

Tabla 26
Creación de un local de eventos

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a. Muy de acuerdo	48	13%
b. De acuerdo	295	78%
c. No muy de acuerdo	27	7%
d. Poco de acuerdo	9	2%
e. Nada de acuerdo	1	0%
TOTAL	380	100%

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Ilustración 11. Creación de un local de eventos

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Con respecto a la pregunta de la creación de un local de eventos en la localidad de Cayambe, los encuestados en su mayoría están de acuerdo con la creación de un local de que se dedique a la prestación del servicio en organización de eventos. Por lo que se puede identificar una demanda potencial positiva para el proyecto.

5. ¿Qué tipos de eventos cree Ud. que deberían organizarse en el local que presta este tipo de servicio?

Tabla 27
Tipos de eventos

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a. Matrimonios	33	9%
b. Quince años	19	5%
c. Graduaciones	43	11%
d. Eventos corporativos	65	17%
e. Confirmaciones	24	6%
f. Bautizos	11	3%
g. Todos	185	49%
TOTAL	380	100%

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Ilustración 12. Tipos de eventos

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Al analizar los resultados de la investigación, a los encuestados les gustaría que se organicen eventos de tipo social y familiar como: matrimonios, graduaciones, quince años, entre otros. Pero a la mayoría de las personas les gustaría que el local oferte la organización de todo tipo de evento sea social o de otro tipo como corporativo.

6. ¿Cuáles piensa usted, que serían los beneficios del mencionado servicio para las personas del Cantón Cayambe, Provincia de Pichincha?

Tabla 28
Beneficios del local de eventos

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a. Crecimiento económico	136	36%
b. Generación de empleo	195	51%

c. Esparcimiento/Recreación	49	13%
TOTAL	380	100%

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Ilustración 13. Beneficios del local de eventos

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

En base a los resultados de la pregunta de los beneficios que podría tener la localidad en el cantón Cayambe, por la creación de un local de eventos, aparte de sólo enfocarse en la recreación y esparcimiento de las personas, la mayoría de las personas creen que se generaría empleo en el cantón, por lo tanto, ayudaría al desarrollo económico de las personas en general.

- **Demanda potencial**

Actualmente, en el Cantón Cayambe no se ha realizado ningún tipo de estudio de mercado por lo que no se tiene datos acerca de los demandantes que tienen los locales que ofertan el servicio de organización de eventos.

Por esto, en la encuesta aplicada se ha realizado una pregunta acerca de si los clientes están de acuerdo con la creación de un local que se dedique a la organización de eventos, con el fin de determinar la demanda potencial del servicio.

- **¿Está de acuerdo con la creación de un local que se dedique a la organización de eventos, en la localidad de Cayambe?**

Tabla 29
Demanda potencial

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a. Muy de acuerdo	48	13%
b. De acuerdo	295	78%
c. No muy de acuerdo	27	7%
d. Poco de acuerdo	9	2%

e. Nada de acuerdo	1	0%
TOTAL	380	100%

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Se puede determinar entonces, que la población económicamente activa del Cantón Cayambe son 39.380 personas y si, las personas en un porcentaje que corresponde a un 78% están de acuerdo la creación de un local de eventos en el cantón Cayambe, la demanda potencial sería: 30.716 clientes.

- **Proyección de la demanda**

La proyección de la demanda se la realiza utilizando la fórmula de crecimiento poblacional, utilizada para estimar el número de habitantes en el tiempo, en base a la demanda potencial obtenida en la investigación y se proyecta para los próximos 5 años con la tasa de crecimiento anual 2001-2010 del PDYOT (2015), de la localidad de Cayambe que corresponde a un 2,53% anual. Aplicando la siguiente fórmula:

$$Pp = Pb(1 + i)^n$$

Donde:

- ✓ Pp: población futura
- ✓ Pb: población inicial
- ✓ i: tasa media de crecimiento poblacional
- ✓ n: año proyectado

Año 2019

$Pp = 30.716(1 + 0{,}0253)^1$

$Pp = 31.493$

Año 2020

$Pp = 31.493(1 + 0{,}0253)^2$

$Pp = 33.107$

Año 2021

$Pp = 33.107(1 + 0{,}0253)^3$

$Pp = 35.684$

Año 2022

$Pp = 35.684(1 + 0{,}0253)^4$

$Pp = 39.435$

Año 2023

$Pp = 39.435(1 + 0{,}0253)^5$

$Pp = 44.682$

Tabla 30
Proyección de la demanda

AÑOS	DEMANDA DE EVENTOS ANUAL (clientes)
2019	31.493
2020	33.107
2021	35.684
2022	39.435
2023	44.682

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

- **Demanda insatisfecha**

DEMANDA INSATISFECHA = DEMANDA – OFERTA

Tabla 31
Demanda insatisfecha

AÑO	OFERTA	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA INSATISFECHA
2019	16.651	31.493	14.842

2020	17.504	33.107	15.603
2021	18.866	35.684	16.818
2022	20.849	39.435	18.586
2023	23.623	44.682	21.059

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Al realizar la diferencia entre la demanda potencial de la presente propuesta y la oferta actual, se puede determinar que para los próximos 5 años existe una demanda insatisfecha que, ayuda a la presente propuesta a implementar una estrategia de introducción al mercado, con un servicio que permita cubrir con las necesidades que la ciudadanía busca en cuanto a la organización de eventos.

3.7.3 Precios.

Precios de los competidores

Tabla 32
Ficha de observación: precio de los competidores

Nº	Nombre	Tipo de servicios que oferta	Precios	Capacidad instalada (personas)
1	ZONA CERO	- Todo tipo de evento	$600	200
2	RECEPCIONES Y EVENTOS CAYAMBE	- Peñas	$ 400	150
		- Peñas solidarias	$ 350	
		- Artista solidario	$ 500	
		- Todo tipo	$ 350	
3	PUNTO DE ENCUENTRO CANTO DO VALE	- Capacitaciones - Eventos familiares	$250	60
4	SHAK & RODIZ	- Reuniones Matrimonios - Quince años	$800	200

- Todo tipo

Fuente: Investigación
Elaborado por: El Autor

Los precios que actualmente poseen los establecimientos dedicados a la prestación del servicio de organización de eventos oscilan entre un rango de $250 dólares hasta un máximo de $800 dólares, que depende mucho del tipo de evento que desee realizarse y la capacidad instalada de cada uno de los locales que actualmente existen en la localidad. Para el presente proyecto estos precios sirven como referencia para ofertar el servicio.

3.7.4 Prácticas de marketing.

- **Publicidad**

La publicidad que manejan los locales de eventos, la realizan a través de medios de difusión propios del Cantón como lo son: la radio y televisión, que son medios de comunicación exclusivos para las personas que habitan en la ciudad de Cayambe.

Para tener constancia de la veracidad publicitaria que actualmente poseen los locales de eventos, se ha hecho un seguimiento a los principales medios de comunicación antes mencionados, con el fin de determinar la frecuencia con la que aparecen espacios publicitarios, promocionando los productos que ofertan los locales de eventos.

Tabla 33
Ficha de observación: medios publicitarios

Establecimiento	Medio publicitario	Información
Zona cero	Clientela	Entrevista al dueño
Recepciones y eventos Cayambe	Clientela	Entrevista al dueño
Punto de encuentro Canto do Vale	Página de Facebook	Entrevista al dueño
Shak & Rodiz		Entrevista al dueño

	Radio “Intipacha” Cayambe
	Canal de televisión “9” Cayambe

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

- **Plaza**

La plaza que manejan los locales de eventos, la realizan a través desde sus propios establecimientos. Es como logran llegar directamente a los clientes a través de sus puntos de venta.

A continuación, se detallan los puntos de atención y venta de cada uno de los locales de eventos existentes en la localidad:

Tabla 34
Ficha de observación: Puntos de venta

Establecimiento	Punto de atención	Información
Zona cero	Canal 9	Entrevista al dueño
Recepciones y eventos Cayambe	Recepciones y eventos Cayambe	Entrevista al dueño
Punto de encuentro Canto do Vale	Punto de encuentro Canto do Vale	Entrevista al dueño
Shak & Rodiz	Local de recuerdos Shak & Rodiz	Entrevista al dueño

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

3.7.5 Estrategias comerciales

Servicio.

El local de eventos se llamará Multieventos Cayambe, ya que, al analizar las diferentes opiniones de los potenciales demandantes en la encuesta aplicada, están de acuerdo con implementar un local de eventos en la ciudad de Cayambe, que organice todo tipo de eventos no sólo uno específicamente.

Así, entonces dentro de la organización de eventos se priorizará algunos aspectos relevantes que los potenciales demandantes opinan que son de importancia, como el servicio de la comida, el ambiente, entre otros.

El valor agregado que tendrá el local de eventos a diferencia de los demás locales ya existentes será la organización personalizada de eventos, esto quiere decir que existirá una relación más profunda con el cliente, con el fin de que el evento a realizarse sea de su total satisfacción.

- **Ficha Servicio**

Para sustentar el servicio que se pretende implementar en el Cantón Cayambe, a continuación, se detalla los tipos de eventos que se realizarán el local de eventos.

Tabla 35
Ficha del servicio

MULTIEVENTOS CAYAMBE	**Cód.**	
Organización de eventos sociales, corporativos y culturales	**1**	
Descripción		
Alquiler de local con gran capacidad de invitados, planeación, organización y ejecución para sus momentos especiales		
Tipos de eventos		
- Matrimonios - Quince años - Graduaciones - Eventos corporativos Confirmaciones - Bautizos - Eventos culturales		-
Elementos		

- Asesoría en la planeación del evento Mantelería y sillas - Vajilla - Catering - Meseros - Sonido y luces - Ambientación de acuerdo al tipo de evento	- -
Seguridad	
- Se cuenta con guardia de seguridad en el área de estacionamiento de carros	

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

- **Precio**

En lo que se refiere al precio del servicio, la estrategia para establecer el precio se basa en la competencia, este método es el más idónea y prudente, ya que al tratarse de un servicio que está ingresando al mercado, lo más conveniente es que su precio esté determinado por los locales de eventos ya existentes.

Una vez el servicio se encuentre posicionado en el mercado, se podría aplicar otro método basado en el valor del servicio del local de eventos, para que el precio se determine en función a los beneficios que el cliente obtendrá, es decir un servicio de calidad y creando valor.

El precio que se establecerá para el local de eventos dependerá de la capacidad instalada que se analizará en el siguiente capítulo.

- **Plaza**

Los canales de distribución que realizan los locales de eventos ya existentes en la localidad establecen una línea directa de entrega del servicio, entre su establecimiento con el cliente.

La estrategia para el presente proyecto es dirigir sus canales de distribución no sólo de manera directa, sino a través de medios electrónicos, a través de un portal web que permita al cliente

encontrar toda la información de paquetes que ofrece el local de eventos y reservar con anticipación el servicio de su interés.

- **Publicidad**

Como estrategia de publicidad para el local de eventos, se empleará una publicidad de tipo persuasiva, ya que el servicio se encuentra en una etapa de inserción en el mercado y por ende la competencia puede llegar a vencer a la propuesta. Consiste en motivar a los potenciales clientes a que prueben el servicio. El local de eventos contará con publicidad de diferentes medios de comunicación:

- ✓ Radio
- ✓ TV
- ✓ Página web
- ✓ Redes sociales

- **Valor agregado**

Cuando se habla de valor agregado, se tiene que mencionar a la innovación y la diferenciación del servicio que se propone en el presente proyecto con los ya existentes, por eso el presente servicio se caracterizará por ir de la mano de la constante investigación de las necesidades, gustos y preferencias de los clientes potenciales y transformarlos en innovación que se aplicará a los principales elementos de marketing: servicio, precio, plaza y promoción.

Dentro del proceso de organización de eventos que ofrecerá el local, también se integrará a la innovación como estrategia fundamental. Algunas estrategias propuestas para generar valor agregado:

- ✓ Proximidad con el cliente al momento de organizar su evento
- ✓ Participación del cliente en el proceso de organización de su evento

3.7.6 Viabilidad de mercado.

Una vez realizado el estudio de mercado, se puede determinar que el lugar en donde se pretende implementar el proyecto posee características territoriales apropiadas, distribuidas en zonas urbanas y rurales. También, se puede identificar a una población económicamente activa a la cual se dirige el proyecto de gran significancia, la PEA alcanza un 59,58%. La población se caracteriza por poseer una cultura rica en fiestas propias del cantón, por lo que las personas se caracterizan por poseer un espíritu festivo.

La creación de un local que oferte este tipo de servicios es una oportunidad de negocio, ya que en el año existen diferentes tipos de eventos sociales que requieren organización en un lugar adecuado. También, se pudo evidenciar que en el transcurso del año existen temporadas que son altas en cuanto a la demanda de organización de eventos.

Al sólo existir 4 establecimientos en el Cantón Cayambe que ofertan este tipo de servicios, se demostró que existe una demanda insatisfecha que no está siendo cubierto por los locales ya existentes, por lo que representa otra oportunidad para la implementación de la presente propuesta.

CAPÍTULO IV – ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Introducción

En el presente capítulo se realiza el correspondiente estudio técnico de la propuesta, en el cual se establece la macro localización y a partir de factores que influyen directamente en el proyecto se determina la micro localización.

También, se identifica todos los suministros, equipos, tecnología y recurso humano que son necesarios para la implementación de la propuesta.

Así mismo, se determinan todos los procesos que incurren en la organización de eventos, y se detallarán todas las actividades necesarias en el flujograma de procesos.

Por último, se obtiene el total de la inversión del proyecto que se divide en fija, variable y diferida requerida para el funcionamiento de la propuesta.

Es importante el desarrollo del presente capítulo, a manera de conocer la viabilidad técnica del proyecto, por lo que a partir de todos los factores antes señalados se determina si el proyecto cuenta con las condiciones necesarias y la inversión requerida para su puesta en marcha.

4.2 Objetivo general

Sustentar técnicamente los diferentes procesos de la propuesta a través de un estudio que permita verificar la viabilidad del proyecto.

4.3 Objetivos específicos

- Establecer la macro y micro localización del local de eventos.

- Identificar los principales suministros, equipos, tecnología y recurso humano para la creación de un local de eventos.
- Determinar los diferentes procesos que son necesarios para el desarrollo de la organización de eventos.
- Establecer la inversión necesaria en la implementación de la propuesta.

4.4 Localización del Proyecto

4.4.1 Macro Localización.

La implementación del local de eventos se la realizará en el Cantón Cayambe, Provincia de Pichicha, ubicada al norte del Ecuador. Conocido por ser un atractivo turístico al encontrarse el nevado que lleva su mismo nombre y por sus fiestas populares, que atraen siempre a turistas propios y extranjeros.

Tabla 36
Macro localización

MACRO LOCALIZACIÓN	
País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Ciudad	Cayambe
Superficie	1350 km²
Altitud	2830 m.s.n.m
Población	85.795 habitantes

Fuente: Gobierno autónomo descentralizado de la provincia de Pichincha, 2018

Elaborado por: El Autor

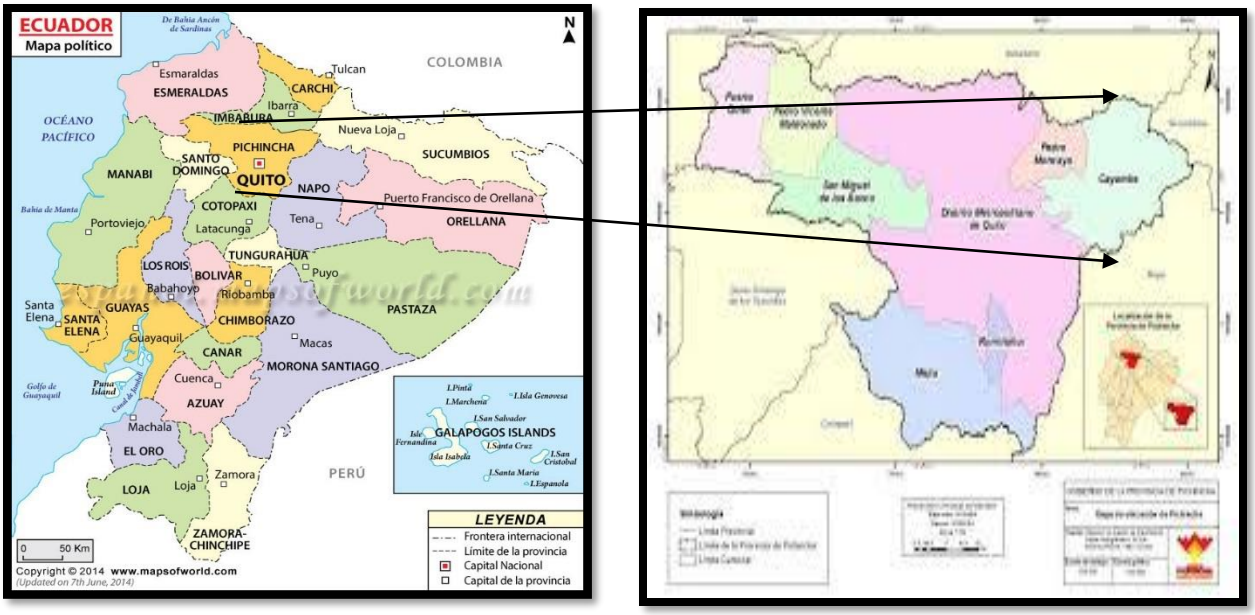


Ilustración 14. Macro localización cantón Cayambe

Fuente: Mapas del mundo, 2014
Fuente: PDYOT, Pichincha 2015

El local de eventos se encontrará ubicado en el Cantón Cayambe, situado en la Provincia de Pichincha que limita al norte con la provincia de Imbabura, al sur con el Distrito Metropolitano de Quito, al este con la provincia de Napo y al oeste con el cantón Pedro Moncayo.

4.4.2 Micro localización.

Dentro de la micro localización del proyecto es importante, tomar en cuenta factores que influyen en la mejor opción para posicionar el local de eventos.

Factores determinantes.

Los principales factores para determinar la micro localización del proyecto son:

- **Ubicación**

La ubicación del proyecto es el factor más importante, ya que al tratarse de la implementación de un local de eventos lo que se espera es que se encuentre ubicado a una distancia

considerable del centro de la ciudad, con el fin de que el ruido que se produzca en la realización de los eventos no afecte en ningún sentido a la ciudadanía.

- **Facilidad de vías de acceso**

Dentro de los factores determinantes, la facilidad de vías de acceso es muy importante considerar al momento de pensar en que los asistentes a los eventos sociales deben trasladarse al local, es por esto por lo que el recorrido que ellos tomen debe ser el más adecuado y accesible.

- **Costo arriendo**

Cayambe cuenta con algunos locales de arriendo, que varían en su precio dependiendo de qué tan cerca o lejos se encuentren de la zona céntrica de la ciudad, entre más cerca el precio sube y viceversa. Por esto para determinar la ubicación óptima del proyecto se tomará en cuenta un lugar en el que su precio sea cómodo y su cercanía al centro de la ciudad adecuada.

- **Acceso a servicios básicos**

El acceso a servicios básicos es de gran importancia, por esto en donde vaya a estar ubicado el local de eventos debe existir: alcantarillado, agua potable, luz eléctrica, vías de comunicación, que determinen la ubicación óptima del establecimiento.

Tabla 37
Análisis calificación de posible ubicación

Factores	Peso	Centro de la ciudad		Vía Tabacundo		Km ½ Vía Otavalo	
		Punt.	Pond.	Punt.	Pond.	Punt.	Pond.
Ubicación	0,40	6	2,40	7	2,80	9	3,60
Facilidad de vías de acceso	0,25	5	1,25	7	1,75	9	2,25
Costo arriendo	0,20	5	1,00	3	0,60	7	1,40
Acceso a servicios básicos	0,15	8	1,20	7	1,05	8	1,20
Total	1,00		5,85		6,20		8,45

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Una vez realizado el método cuantitativo por puntos para determinar la ubicación exacta del proyecto, se determina que de entre las tres opciones posibles de localización será en el Km ½ Vía Otavalo, ya que al tener la mayor ponderación éste es lugar óptimo para la implementación del establecimiento.

4.1.3 Croquis de ubicación de calles

El cantón Cayambe, es en donde se realizará el local de eventos, km ½ vía Otavalo.



Fuente: Google Maps

4.5 Tamaño del proyecto

El tamaño del local que será arrendado y adecuado para la implementación del local de eventos posee una superficie de 350m², distribuidas de la siguiente manera:

Tabla 38
Área de las instalaciones

Descripción	Total, m²
Salón	250
Cocina	32
Oficina	25
Baños	23
Cabina Dj	20
Total	350

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

4.5.1 Diseño de las instalaciones.

El diseño de las instalaciones permite conocer el espacio físico necesario, para la ejecución del proceso de realización de eventos y las áreas en las cuales cada etapa del proceso se llevará a cabo.



Ilustración 15. Diseño de las instalaciones 2D

Elaborado por: El Autor

4.5.2 Capacidad.

El espacio que se tiene para el salón en donde se realizará el evento es de 250m². A continuación, se muestra una ilustración con las medidas estimadas para cada mesa y la cantidad de personas por cada mesa.

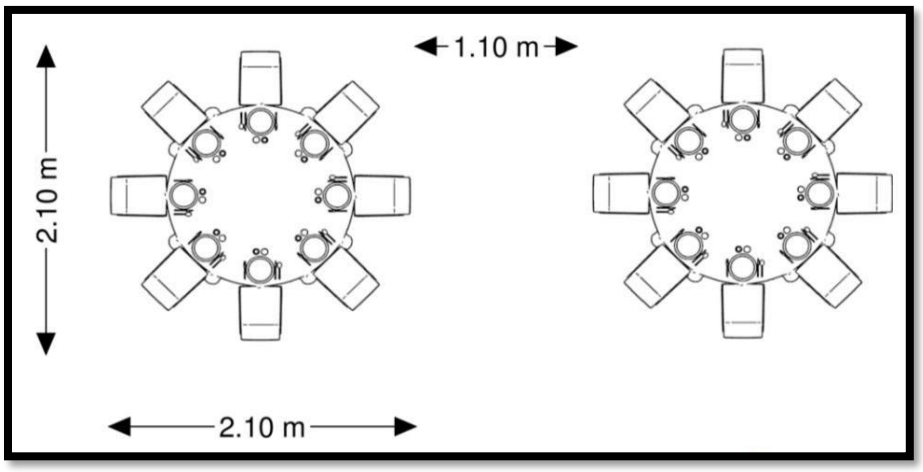


Ilustración 16. Espacio entre mesas

Elaborado por: El Autor

En cada mesa se tendrá asiento para 8 personas, las dimensiones de cada mesa son: 4,20 m² área de la mesa redonda, el espacio entre cada mesa incluido el espacio para movilidad de una persona con su silla abierta es de 1,10 m. Entonces la capacidad instalada quedaría de la siguiente manera:

Tabla 39
Capacidad instalada

Descripción	m²
Área total del salón	250
Área de baile	30
Área de tarima	18

Total	202
Área de mesas y espacio entre mesas	5,30
Capacidad de personas por mesa	8 personas
Capacidad de mesas en el salón	38
Capacidad en número de personas	304

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

En el capítulo anterior, a través del estudio de mercado se pudo determinar que existe una demanda insatisfecha, por lo que, analizando la capacidad potencial que posee el proyecto de 304 personas asistentes y un promedio de 3 eventos a realizarse por mes, la demanda que podría ser cubierta por el local de eventos será: (304 x 3 x 12) = 10.944 clientes, que corresponde a un 73,74% del total de la demanda insatisfecha.

Tabla 40
Demanda a captar por el proyecto

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA PARA CAPTAR POR EL PROYECTO 73,74%
2019	14.842	10.944
2020	15.603	11.506
2021	16.818	12.402
2022	18.586	13.705
2023	21.059	15.529

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

El número de eventos que se ofertarían desde el primer año corresponde al 73,74% de la demanda insatisfecha a cubrir es decir 304 personas (10.944/304) entre la capacidad potencial por

evento, que corresponde a 36 eventos por año y 3 eventos promedio por mes. La capacidad instalada se la ha realizado con la capacidad potencial del proyecto.

4.6 Procesos

Cadena de valor

(López, 2017), indica que:

> La cadena de valor agregado es la secuencia de funciones de negocio en la cual una utilidad cuantificable y relevante, es agregada a los productos o servicios de una empresa. Estas funciones son:
>
> - Investigación y desarrollo (I&D): la generación y experimentación con ideas relativas a nuevos productos, servicios o procesos.
> - Diseño de productos, servicios o procesos: la planeación detallada y el diseño de productos, servicios o procesos.
> - Producción: la coordinación y el ensamblaje de recursos e insumos necesarios para producir un producto o un servicio.
> - Mercadeo: la forma en la cual individuos o grupos perciben y valoran los atributos de productos o servicios y luego deciden comprar estos productos o servicios.
> - Distribución: el mecanismo por el cual los productos o servicios son entregados a los clientes.
> - Servicio al cliente: las actividades de soporte y satisfacción al cliente, posteriores a la adquisición y disfrute del producto o servicio. (pág. 3)

La cadena de valor es un aspecto muy importante dentro de los negocios, puesto que se evidencia el proceso que debe seguirse dentro del negocio para entregar al final el valor que se espera al cliente. A continuación, se presenta la cadena de valor del local de eventos.



Ilustración 17. Cadena de valor del local de eventos

Fuente: Costeo con base en procesos, Francisco Toro (2017)
Elaborado por: El Autor

Proceso

(Álvarez, 2016), indica que: "Conjunto de los recursos y de las actividades, interrelacionadas, repetitivas y sistemáticas, mediante los cuales unas entradas se convierten en unas salidas o resultados" (pág. 16).

Se entiende entonces, que el proceso es aquel que se encuentra conformado por recursos que son necesarios para llevar a cabo el proceso, que se denominan entradas y que dan como resultado el valor para el cliente. A continuación, se muestra los componentes del proceso:

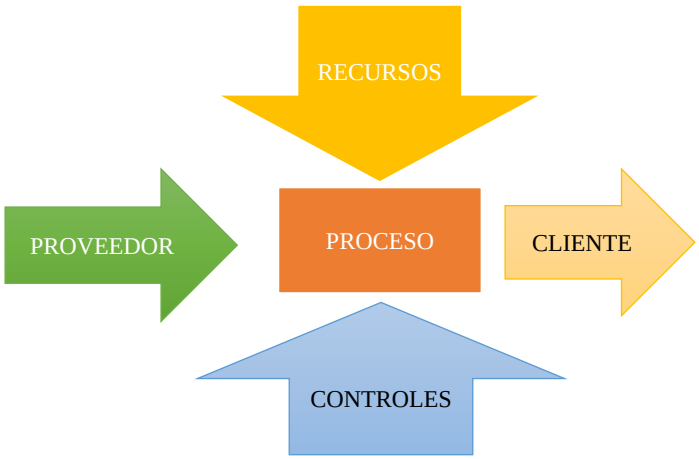


Ilustración 18. Componentes del proceso

Fuente: Configuración y usos de un mapa de procesos, José Álvarez (2016)
Elaborado por: El Autor

Para elaborar un proceso se debe tener en cuenta los elementos, que son parte de su formulación como todos los recursos necesarios, los proveedores que proporcionan los insumos para la prestación del servicio, los controles a los cuales debe responder al momento de realizarse el proceso, y por último el cliente al cual se le entregará el servicio.

Etapas del proceso de organización de eventos

(Sanchez, 2014), señala que:

> Es una actividad de alto nivel de versatilidad que incluye tareas como relaciones públicas, administración de recursos, ambientación, manejo de grupos, supervisión general, etc. Por lo cual se requiere de una correcta planificación y organización profesional para poder competir y lograr excelencia en la calidad del servicio. El proceso de organización consta de seis etapas. (pág. 62)

Las etapas del proceso de organización de eventos son diferentes y en cada una de estas se realiza actividades que se desprenden de cada una de estas etapas y que deben llevarse a cabo de manera consecutiva con el fin de brindar un servicio de calidad.



Ilustración 19. Etapas del proceso de organización de eventos

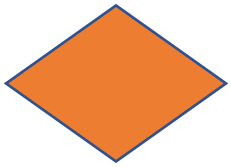
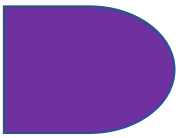
Fuente: Cómo organizar eventos con éxito, Rosario Sánchez (2014)
Elaborado por: El Autor

4.6.1 Simbología.

Dentro del proceso de organización de eventos existen subprocesos y que, para llevarse a cabo, deben existir actividades o tareas a realizarse, que son representadas en flujogramas. A continuación, se presenta la simbología para su elaboración.

Tabla 41
Simbología de procesos

Símbolo	Nombre	Función
	Terminal	Identifica el inicio y el fin de un proceso
	Actividad	Se utiliza para representar una actividad
	Documento	Simboliza al documento resultante de la operación respectiva

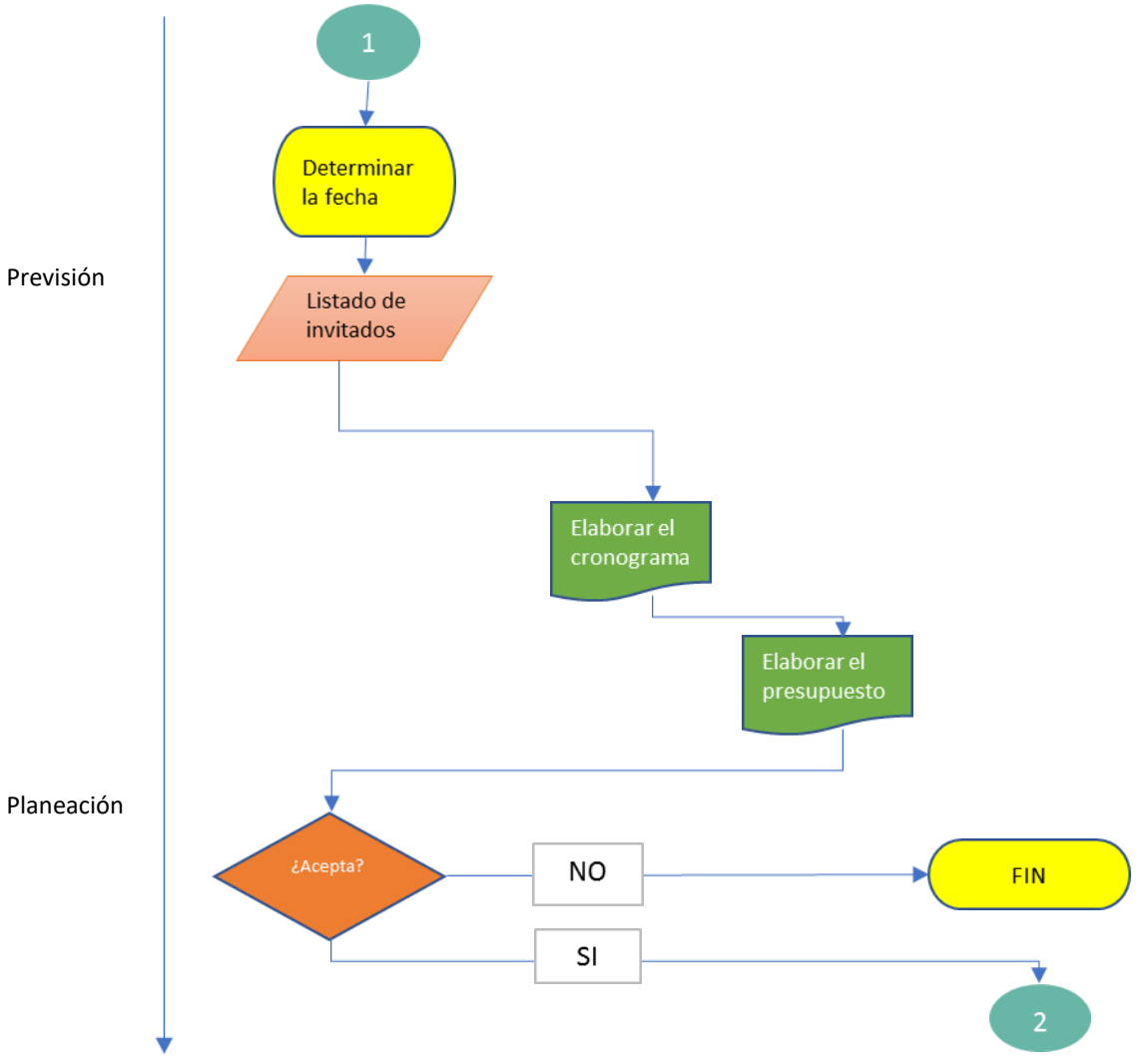
	Decisión	Se usa para representar el punto del proceso donde debe tomarse una decisión
	Dirección del flujo	Indica el sentido y la secuencia de las etapas
	Espera	Se utiliza para indicar espera antes de realizar una actividad
	Almacenamiento interno	Indica una tarea de almacenamiento interno
	Datos	Significa cualquier tipo de datos dentro del proceso

Fuente: Sistemas de archivos y clasificación de documentos, 2015
Elaborado por: El Autor

4.6.2 Proceso organización de eventos.

Tabla 42
Flujo organización de eventos

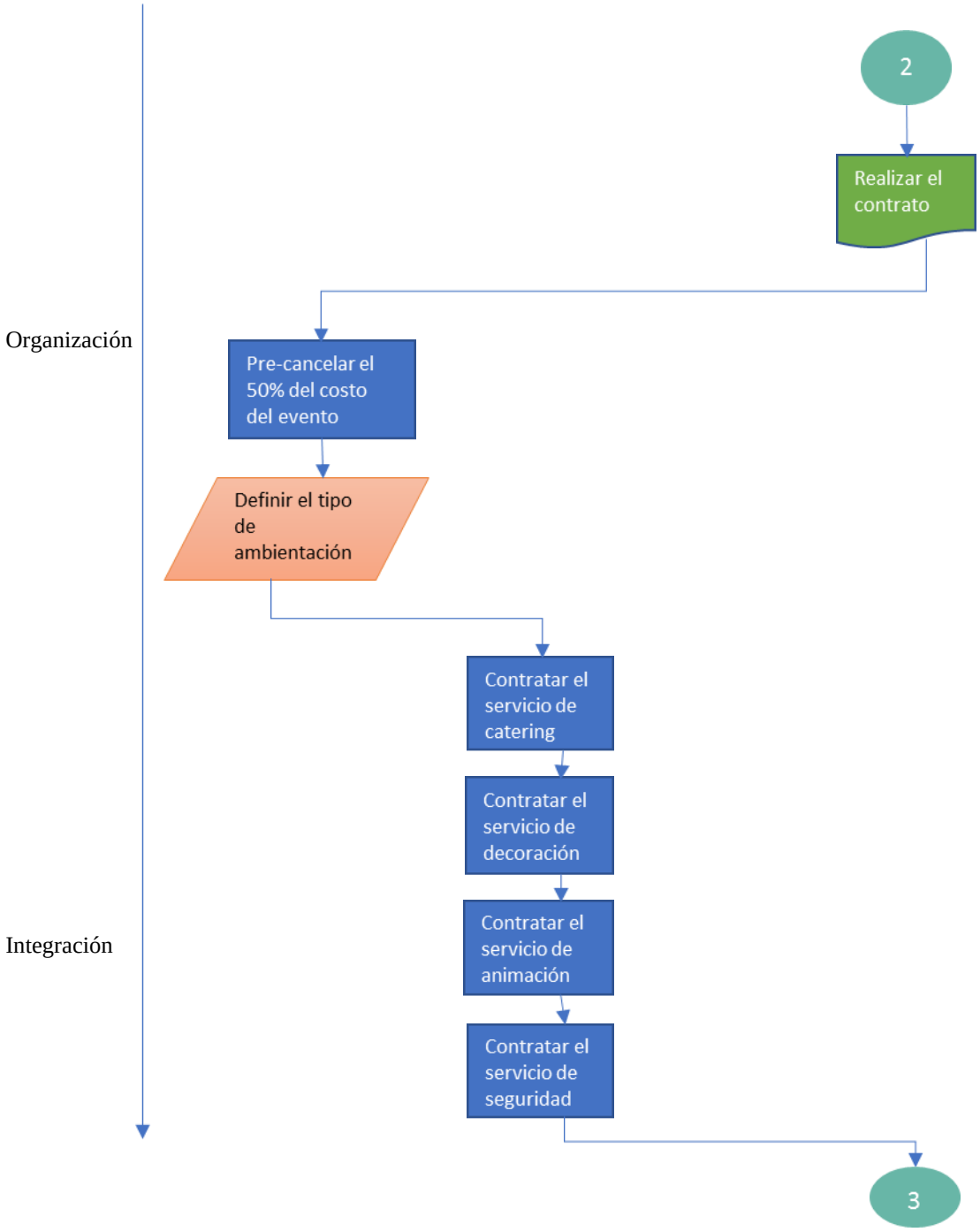
Proceso	Organización de eventos			
Responsables	Cliente	Eventos	Contabilidad	Gerencia
Proceso				



Fuente: Cómo organizar eventos con éxito, Rosario Sánchez (2014)
Elaborado por: El Autor

Tabla 43
Flujo de organización de eventos

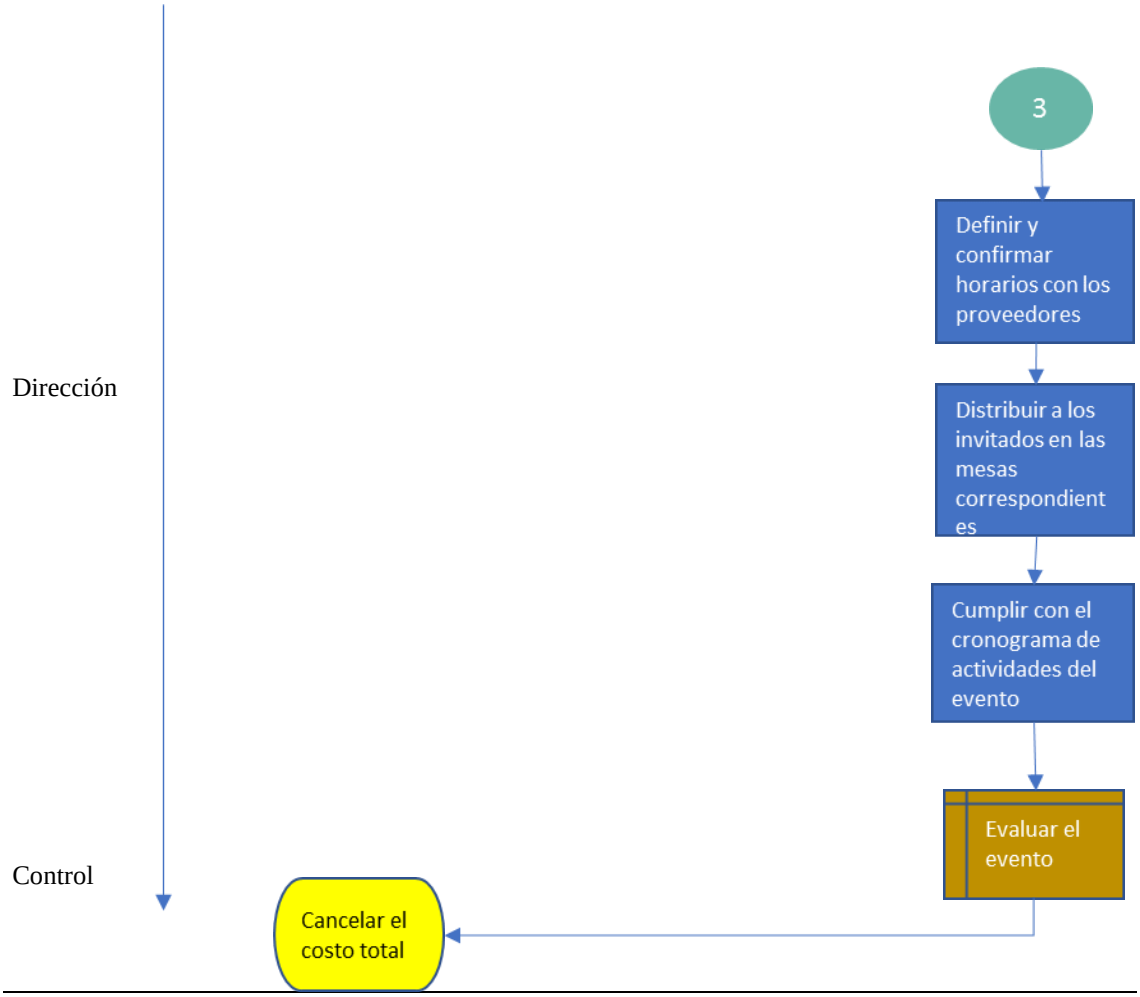
Proceso	Organización de eventos			
Responsables	Cliente	Eventos	Contabilidad	Gerencia
Proceso				



Fuente: Cómo organizar eventos con éxito, Rosario Sánchez (2014)
Elaborado por: El Autor

Tabla 44
Flujo de organización de eventos

Proceso	Organización de eventos			
Responsables	Cliente	Eventos	Contabilidad	Gerencia
Proceso				



Fuente: Cómo organizar eventos con éxito, Rosario Sánchez (2014)
Elaborado por: El Autor

- **Descripción de las actividades**

La descripción de las actividades, que conforman el proceso de la organización de eventos se detalla a continuación. En cada etapa del proceso se asigna a un responsable para su ejecución y supervisión.

Tabla 45
Descripción de las actividades

Proceso: Organización de eventos			
Fases	Área	Responsable	Descripción de actividades
Previsión	Eventos	Cliente	-Determinar la fecha en la que se realizará la fiesta de quince años -Elaborar la lista de invitados para determinar el número aproximado de asistentes
Planeación	Eventos Contabilidad	Jefe de eventos Contador	-Elaborar el cronograma con los tiempos en los que se realizará la fiesta -Elaborar el presupuesto de costo con todos los requerimientos para la realización del evento
Organización	Gerencia Cliente	Gerente Cliente	-Realizar el contrato con el cliente, en el que constará las obligaciones y derechos de ambas partes -El cliente elegirá el tipo de ambientación con el que se realizará el evento
Integración	Eventos	Jefe de eventos	-Contratar el servicio de catering, que incluye el tipo de comida seleccionada por el cliente -Contratar el servicio de decoración que el cliente seleccionó al inicio -Contratar el servicio de animación, que incluye el Dj -Contratar el servicio de seguridad
Dirección	Gerencia	Gerente	-Definir el horario con los diferentes proveedores para el acercamiento de los diferentes insumos -Cumplir con las actividades incluidas en el cronograma del evento
Control	Gerencia Cliente	Jefe de eventos Cliente	-Evaluar la calidad del evento junto con el cliente -Cancelar el costo total del evento

Fuente: Cómo organizar eventos con éxito, Rosario Sánchez (2014)
Elaborado por: El Autor

Este proceso de organización de eventos contiene 6 etapas antes descritas y cada una de estas contiene actividades a realizarse que se desarrollan consecutivamente y bajo la responsabilidad de un delegado. En el estudio de mercado se determinó que a la mayoría de los encuestados les gustaría que la propuesta del local de eventos oferte todo tipo de eventos sociales y eventos de tipo corporativo, para lo cual el local toma como base el proceso de (Sanchez, 2014), en el que describe por etapas la organización de eventos y que se acopla a todo tipo de evento social o corporativo.

4.7 Determinación del presupuesto técnico

Para determinar el presupuesto técnico de la presente propuesta, se debe tomar en cuenta la maquinaria, el equipo y los recursos humanos necesarios para la puesta en marcha del local de eventos. Así mismo, se detallarán y cuantificarán todos los implementos necesarios para el desarrollo del local, apoyados en cotizaciones de los principales almacenes proveedores de estos equipos existentes en la ciudad de Cayambe.

La inversión inicial con la contará el proyecto, estará compuesta por todas las adquisiciones fijas y diferidas o intangibles, que se detallarán a continuación:

4.7.1 Inversiones fijas.

La inversión fija se compone de todos los muebles y equipos para que el local de eventos pueda funcionar de una manera correcta y técnica.

- **Muebles de oficina**

Los muebles de oficina requeridos para el local de eventos son todos aquellos bienes con los que el área administrativa contará para realizar sus operaciones, y que se detallan a continuación:

Tabla 46
Muebles de oficina

MUEBLES DE OFICINA			
Muebles de oficina	Cant.	Valor Unitario (USD)	Total (USD)
Escritorios de oficina	3	$148,00	$444,00
Sillas de escritorio	3	$35,00	$105,00
Archivador metálico	2	$115,00	$230,00
Total			$779,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Estos muebles son de material metálico, y se encuentran en los principales almacenes de la localidad.

- **Equipos de oficina**

El equipo de oficina con el que el local de eventos contará para la parte administrativa, son equipos tecnológicos necesarios para realizar las operaciones administrativas del local de eventos:

Tabla 47
Equipos de oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
Equipos de oficina	Cant.	Valor Unitario (USD)	Total (USD)
Computador Cori 3 HP	3	$545,00	$1.635,00
Teléfono inalámbrico Panasonic	2	$52,00	$104,00
Impresora Epson	1	$250,00	$250,00
Televisor de 32 pulgadas	1	$380,00	$380,00
Total			$2.369,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Los equipos de oficina antes detallados, son de fácil acceso en los principales almacenes tecnológicos en el cantón y cuentan con equipos de calidad.

- **Equipos tecnológicos**

Los equipos tecnológicos con los que el local de eventos debe contar para realizar sus operaciones, son los que se detallan a continuación:

Tabla 48
Equipos tecnológicos

EQUIPOS TECNOLÓGICOS			
Equipos tecnológicos	Cant.	Valor Unitario (USD)	Total (USD)
Parlantes de amplificación	4	$710,00	$2840,00
Proyector Optomac pantalla 2*2	1	$735,00	$735,00
Cámara de humo	1	$135,00	$135,00
Spider de luces	1	$350,00	$350,00
luces bicolores	1	$90,00	$90,00
Total			$4150,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Rosales Joel

Estos equipos tecnológicos serán utilizados para la ejecución de los eventos, y son indispensables para que los eventos se lleven a cabo, y se pueden encontrar en los principales almacenes del cantón.

- **Muebles eventos**

El requerimiento de los muebles para los eventos se realizó en base a la capacidad máxima del local, que son 304 personas.

Tabla 49
Muebles eventos

MUEBLES EVENTOS			
Muebles eventos	Cant.	Valor Unitario (USD)	Total (USD)
Mesas y sillas (8 personas)	38	$175,00	$6.650,00
Manteles	38	$7,00	$266,00
Total			$6.916,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Los muebles se conseguirán en los principales almacenes de la localidad y al tratarse de una cantidad considerable, se la realizará bajo pedido con anticipación.

- **Línea blanca**

A continuación, se detalla la línea blanca necesaria con la que el área de cocina contará para que el servicio de catering haga su uso.

Tabla 50
Línea blanca

LÍNEA BLANCA			
Línea blanca	Cant.	Valor Unitario (USD)	Total (USD)
Refrigerador Durex	1	$640,00	$640,00
Congelador Electrolux	1	$679,00	$679,00
Self Service 4 bandejas	1	$820,00	$820,00
Microondas 40lt Whirpool	1	$158,00	$158,00
Mesas de acero inoxidable	3	$170,00	$510,00
Total			$2.807,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

La línea blanca necesaria para el área de cocina se encuentra en los principales almacenes de electrodomésticos del cantón.

- **Infraestructura**

En cuanto a la infraestructura, el local de eventos será objeto de arrendamiento mas no de construcción, como se analizó en el punto **4.5** Tamaño del proyecto. El local seleccionado cuenta con todas las adecuaciones necesarias para la implementación del servicio a ofrecer y el rubro se detalla a continuación:

Tabla 51
Arriendo del local

ARRIENDO		
Rubro	Costo mensual (USD)	Costo anual (USD)
Arriendo	$500,00	$6000,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Como se analizó en el punto **4.4.2** Micro localización, se analizó la localización óptima del proyecto en base a algunos parámetros de ponderación, considerando el costo del arriendo a uno de ellos.

- **Adecuaciones**

En este punto se analizó las adecuaciones a las que el local deberá someterse, para que se encuentre en condiciones adecuadas para su puesta en marcha.

Tabla 52
Adecuaciones

ADECUACIONES			
Adecuaciones	Cantidad	Valor unitario (USD)	Valor Total (USD)
Acabados (Pintura,	1	$700,00	$700,00
Letreros y avisos	1	$100,00	$100,00
Total			$800,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

La estimación se ha hecho en base a personas con experiencia en el área de la construcción.

- **Resumen Inversión fija**

A continuación, se detalla el resumen de la inversión fija del proyecto, consta de todos los equipos y muebles necesarios tanto para el área administrativa como para el área de operaciones para la puesta en marcha del proyecto.

Tabla 53
Resumen de inversión fija

Detalle	Valor (USD)
Muebles de oficina	$779,00
Equipos de oficina	$2.369,00
Equipos tecnológicos (eventos)	$4.150,00
Muebles (eventos)	$6.916,00
Línea blanca (eventos)	$2.807,00
Arriendo	$6.000,00
Adecuaciones	$800,00
Total	$23.821,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

4.7.2 Recurso humano.

El requerimiento de recurso humano comprende todo el personal que es necesario para realizar las operaciones del local.

- **Personal administrativo y de mantenimiento**

El talento humano con el que contará el local de eventos se detalla a continuación:

Tabla 54
Personal administrativo

Administración y ventas	INGRESOS					Aporte Patronal 12,15%	DESCUENTOS	Total Egresos	Salario Neto	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Total Ingresos		Aporte IESS 9,45%				
Gerente	$ 650,00	$ 54,17	$ 32,83	$ 27,08	$ 764,08	$ 78,98	$ 61,43	$ 61,43	$ 702,65	$ 781,63	$ 9.379,56
Jefe de eventos	$ 450,00	$ 37,50	$ 32,83	$ 18,75	$ 539,08	$ 54,68	$ 42,53	$ 42,53	$ 496,55	$ 551,23	$ 6.614,76
Contador	$ 450,00	$ 37,50	$ 32,83	$ 18,75	$ 539,08	$ 54,68	$ 42,53	$ 42,53	$ 496,55	$ 551,23	$ 6.614,76
TOTAL	$1.550,00	$ 129,17	$ 98,49	$ 64,58	$ 1.842,24	$ 188,34	$ 146,49	$ 146,49	$ 1.695,75	$1.884,09	$22.609,08
Personal de mantenimiento											
Auxiliar de limpieza	$ 394,00	$ 32,83	$ 32,83	$ 16,42	$ 476,08	$ 47,87	$ 37,23	$ 37,23	$ 438,85	$ 486,72	$ 5.840,64
TOTAL	$1.944,00	$ 162,00	$ 131,32	$ 81,00	$ 2.318,32	$ 236,21	$ 183,72	$ 183,72	$ 2.134,60	$2.370,81	$28.449,72

Fuente: Tabla sectorial de salarios mínimos 2019
Elaborado por: El Autor

- **Resumen del recurso humano**

Tabla 55
Resumen recurso humano

Detalle	Valor (USD)
Personal administrativo	$22.609,08
Personal de mantenimiento	$5.840,64
Total	$28.449,72

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

4.7.3 Inversiones diferidas.

La inversión diferida comprende todo lo referente a gastos de constitución necesarios para la implementación del local de eventos.

Tabla 56
Inversión diferida

Detalle	Valor (USD)
Estudios del proyecto	$ 1.812,14
Patente por el establecimiento	$ 91,00
Permiso bomberos	$ 15,20
Permiso sanitario	$ 85,00
Licencia única anual de funcionamiento	$ 131,00
Total	$ 2.134,34

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

El activo intangible al que todos los locales que realizan una actividad económica deben acogerse, son los controles a nivel local analizados en el diagnóstico del presente proyecto.

4.7.4 Resumen inversión fija, recurso humano y diferida.

La inversión fija, recurso humano y diferida se divide de la siguiente manera:

Tabla 57
Inversión fija, recurso humano y diferida

Detalle	Valor (USD)
Inversión fija	$23.821,00
Recurso humano	$28.449,72
Inversión diferida	$ 2.134,34
Total	$54.405,06

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

4.8 Conclusiones del capítulo

En el estudio técnico, se logró determinar la macro localización y micro localización del proyecto a través de parámetros de ponderación para seleccionar la mejor opción. Además, se estableció el proceso adecuado de organización de eventos con el que el proyecto contará y que fue detallado a través de un flujograma de procesos.

Una de las partes más importantes, es la identificación de los principales muebles, equipos, tecnología y recurso humano, que integra a la inversión fija con la que cuenta el proyecto, determinando el valor de cada uno de estos recursos para obtener el valor de la inversión con la que el proyecto deberá iniciar sus operaciones.

Así mismo, de acuerdo con la necesidad del proyecto, se estableció el proceso idóneo para la organización y realización de eventos, tomando en cuenta al recurso humano en cada etapa del desarrollo como responsable de su cumplimiento.

A través del presente estudio técnico, se pudo demostrar que si existe un nivel técnico aceptable para que el proyecto pueda ser implementado

CAPÍTULO V – ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

5.1 Introducción

En el presente capítulo, se desarrolla la evaluación económico-financiera del presente proyecto, consolidando la información obtenida de los capítulos anteriores: estudio de mercado y estudio técnico.

Se analiza en primer lugar la inversión total del proyecto, y la financiación que corresponderá a capital de trabajo y financiamiento externo gestionado con la mejor oportunidad de crédito.

En este capítulo es necesario considerar el rubro de los ingresos que vendrán desde la organización de eventos y el comportamiento que estos tendrán el mediano plazo, es decir a 5 años desde el inicio de las actividades. Así mismo se considerarán todos los egresos, que contienen costos directos necesarios para la realización de eventos y los gastos que incurren en el mismo.

Se presentan, además los balances que permitirán conocer aspectos como el estado de situación inicial del proyecto, el flujo de efectivo, el estado de resultados de igual manera con proyección a 5 años, con el fin de conocer el comportamiento de rentabilidad y liquidez.

También, es importante determinar indicadores que permitan conocer la salud financiera del proyecto, para lo cual es importante considerar el periodo de recuperación de la inversión, el VAN, la TIR y demás indicadores de evaluación financiera del proyecto.

5.2 Objetivo general

Elaborar un estudio económico-financiero para determinar la rentabilidad del proyecto.

5.3 Objetivos específicos

- ✓ Determinar el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto.
- ✓ Establecer los costos de inversión, adquisición, balances, presupuestos y flujos de caja del proyecto.
- ✓ Determinar la rentabilidad del local de eventos.

5.4 Inversiones

5.4.1 Inversión fija.

Como se determinó en el capítulo anterior la inversión fija necesaria para la implementación del proyecto cuenta con los siguientes rubros, que se detallan a continuación:

Tabla 58
Inversión fija

Detalle	Valor USD
Muebles de oficina	$ 779,00
Equipos de oficina	$ 2.369,00
Equipos tecnológicos (eventos)	$ 4.150,00
Muebles (eventos)	$ 6.916,00
Línea blanca (eventos)	$ 2.807,00
Adecuaciones	$ 800,00
Total	$ 17.821,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

5.4.2 Inversión capital de trabajo.

El capital de trabajo se compone de los siguientes rubros:

- **Sueldos administrativos**

Tabla 59
Sueldos administrativos

Descripción	Valor mensual (USD)	Valor 90 días (USD)
Gerente	$ 781,63	$ 2.344,89
Contador	$ 551,23	$ 1.653,69
Total	$ 1.332,86	$ 3.998,58

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Costos indirectos de fabricación

Los costos indirectos de fabricación con los que contará el proyecto son los siguientes:

Tabla 60
Costos indirectos de fabricación

Detalle	Valor mensual (USD)	Valor 90 días (USD)
Energía eléctrica	$ 110,00	$ 330,00
Agua	$ 70,00	$ 210,00
Internet	$ 30,00	$ 90,00
Otros CIF (arriendo)	$500,00	$1.500,00
Total	$ 710,00	$2.130,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

- **Gastos de ventas**

Los gastos de ventas son los que se presentan a continuación:

Tabla 61
Gastos de ventas

Descripción	Valor mensual (USD)	Valor 90 días (USD)
Publicidad	$ 114,00	$ 342,00
Jefe de eventos	$ 551,23	$ 1.653,69
Personal de mantenimiento	$ 486,72	$ 1.460,16
Total	$ 1.151,95	$ 3.455,85

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

- **Insumos eventos**

Los insumos necesarios para la puesta en marcha del local de eventos se encuentran valorizados para los tres escenarios de organización de eventos: pequeños, medianos y grandes.

Tabla 62
Valor de insumos: eventos pequeños

EVENTOS PEQUEÑOS (máximo 100 personas)		
SERVICIO	VALOR POR PERSONA (USD)	TOTAL (USD)
Servicio de catering y decoración	$ 12,00	$ 1.200,00
Servicio de Dj	$ 1,00	$ 100,00
Servicio de seguridad	$0,60	$ 60,00
Maestro de ceremonias	$ 0,75	$ 75,00
Subtotal (1)	$ 14,35	$ 1.435,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Tabla 63
Valor de insumos: eventos medianos

EVENTOS MEDIANOS (máximo 200 personas)

SERVICIO	VALOR POR PERSONA (USD)	TOTAL (USD)
Servicio de catering y decoración	$ 12,00	$ 2.400,00
Servicio de Dj	$ 1,00	$ 200,00
Servicio de seguridad	$0,60	$ 120,00
Maestro de ceremonias	$ 0,75	$ 150,00
Subtotal (2)	$ 14,35	$ 2.870,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Tabla 64
Valor de insumos: eventos grandes

EVENTOS GRANDES (máximo 300 personas)		
SERVICIO	VALOR POR PERSONA (USD)	TOTAL (USD)
Servicio de catering y decoración	$ 12,00	$ 3.600,00
Servicio de Dj	$ 1,00	$ 300,00
Servicio de seguridad	$0,60	$ 180,00
Maestro de ceremonias	$ 0,75	$ 225,00
Subtotal (3)	$ 14,35	$ 4.305,00
Total (1) +(2) +(3)	$ 43,05	$ 8.610,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

A continuación, se presentan los totales de cada uno de los servicios con los que contará la organización de los eventos, en el mes y para los próximos 90 días.

Tabla 65
Insumos eventos

Descripción	Eventos pequeños (Máximo 100 personas)	Eventos medianos (Máximo 200 personas	Eventos grandes (Máximo (300 personas)	Valor mensual (USD)	Valor 90 días (USD)
	Valor (USD)	Valor (USD)	Valor (USD)		
Servicio de catering y decoración	$ 1.200,00	$ 2.400,00	$ 3.600,00	$ 7.200,00	$21.600,00
Servicio de Dj	$ 100,00	$ 200,00	$ 300,00	$ 600,00	$ 1.800,00

Servicio de seguridad	$ 60,00	$ 120,00	$ 180,00	$ 360,00	$ 1.080,00
Maestro de ceremonias	$ 75,00	$150,00	$ 225,00	$ 450,00	$ 1.350,00
Total	$ 1.435,00	$2.870,00	$4.305,00	$ 8.610,00	**$25.830,00**

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

La inversión necesaria de capital de trabajo se encuentra valorada, para un lapso de 90 días, tiempo necesario para la ejecución del proyecto hasta que el local genere sus propios ingresos.

Tabla 66
Capital de trabajo

DESCRIPCIÓN	Valor mensual (USD)	Valor 90 días (USD)
GASTOS ADMINISTRATIVOS		**$ 3.998,58**
Sueldos administrativos	$ 1.332,86	$ 3.998,58
CIF		**$ 2.130,00**
Otros CIF (Arriendo)	$ 500,00	$ 1.500,00
Servicios básicos	$ 180,00	$ 540,00
Internet	$ 30,00	$ 90,00
GASTOS DE VENTAS		**3.455,85**
Publicidad	$ 114,00	$ 342,00
Sueldos ventas y personal de mantenimiento	$ 1.037,95	$ 3.113,85
COSTOS DIRECTOS		**$ 25.830,00**
Insumos de eventos	$ 8.610,00	$ 25.830,00
TOTAL	**$ 11.804,81**	**$ 35.414,43**

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

5.4.4 Inversión diferida.

La inversión diferida, son los diferentes rubros necesarios para el inicio de las actividades del proyecto, y se detallan a continuación:

Tabla 67
Inversión diferida

Detalle	Valor (USD)
Estudios del proyecto	$ 1.812,14
Patente por el establecimiento	$ 91,00
Permiso bomberos	$ 15,20
Permiso sanitario	$ 85,00
Licencia única anual de funcionamiento	$ 131,00
Total	$ 2.134,34

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

5.4.5 Inversión total del proyecto.

La inversión total del proyecto se compone por la inversión fija, capital de trabajo y diferida necesaria para su ejecución, y se detalla a continuación:

Tabla 68
Inversión total

Detalle	Valor (USD)
Inversión fija	$ 17.821,00
Inversión capital de trabajo	$ 35.414,43
Inversión diferida	$ 2.134,34
Total	$ 55.369,77

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

5.4.6 Financiamiento

El valor de financiamiento con el que el proyecto contará se dividirá en un porcentaje a inversión propia y la diferencia corresponderá al financiamiento.

Tabla 69
Financiamiento

Detalle	Valor (USD)	Porcentaje %
Inversión propia	$ 22.147,91	40%
Inversión financiada	$ 33.221,86	60%
Total	$ 55.369,77	100%

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

El 60% de la inversión total se recibirá por parte de un microcrédito aprobado por la entidad financiera Ban Ecuador, que ha sido seleccionada como la mejor opción para requerir un crédito por la accesibilidad a los requisitos y una tasa de interés razonable.

5.5 Parámetros generales

A continuación, se detallan los parámetros generales que son necesarios para las proyecciones de los rubros en el presente proyecto.

5.5.1 Inflación.

El promedio de inflación de precios en los últimos 5 años, según el BCE del Ecuador corresponde a un 1,648%, dato que será necesario para proyectar el comportamiento del precio en los rubros que intervienen en el presente proyecto.

Tabla 70
Promedio de inflación

AÑO	% INFLACION
2014	3,67
2015	3,38
2016	1,12
2017	-0,2
2018	0,27
TOTAL	8,24
PROMEDIO	1,648

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

5.5.2 Variación del Sueldo básico unificado.

La variación del sueldo básico unificado, en promedio corresponde a un 3,79% de incremento en los últimos 5 años. Datos tomados del Ministerio de Trabajo y que será utilizado en las proyecciones de gastos administrativos necesarios en el presente proyecto.

Tabla 71
Variación sueldo básico unificado

AÑOS	SBU (USD)	% CRECIMIENTO	
2018	$ 386,00	0,028497	2,85
2017	$ 375,00	0,024000	2,40
2016	$ 366,00	0,032787	3,28
2015	$ 354,00	0,039548	3,95
2014	$ 340,00	0,064706	6,47
2013	$ 318,00		18,95
VARIACIÓN PROMEDIO SBU			3,79

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

5.5.3 Depreciaciones.

En base al Reglamento para la aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno, se toma en cuenta los porcentajes y años de vida útil para depreciar los activos del proyecto.

Tabla 72
Depreciaciones

Detalle	Años de vida útil	Porcentaje de depreciación
Infraestructura	20	5%
Equipo, herramientas	10	10%
Equipo de computación	3	33%
Equipos de oficina	10	10%
Muebles y enseres	10	10%

Fuente: LORTI, Ecuador 2015
Elaborado por: El Autor

5.6 Presupuesto de ingreso

El precio por evento se ha asignado en base a la investigación de precios de la competencia en el estudio de mercado, se ha asignado un rango para el precio de organización de eventos, así: eventos pequeños de 100 personas, tendrá un precio de $500,00 dólares, un evento mediano de 200 personas, un precio de $700 dólares y un evento grande de 300 personas un precio de $900 dólares.

Para el presupuesto de ingreso se ha considerado, la realización de eventos desde una perspectiva conservadora, es decir que se proyectará los ingresos para 3 tipos de condiciones; la primera con una capacidad máxima de asistentes 300 personas, la segunda con una capacidad media, de 200 asistentes y una capacidad pequeña de 100 personas.

Así mismo, se ha considerado la capacidad de la demanda a satisfacer determinada en el capítulo anterior y que corresponde a un 73,74% o a un promedio de 3 eventos por mes y 36 al año.

Para establecer el precio al cliente se ha tomado en cuenta el costo de los insumos necesarios para la organización de eventos y un margen de utilidad del 30%, no muy alto para comenzar a

insertarse dentro del mercado. El costo de los servicios se encuentra detallado en el capital de trabajo del proyecto **5.4.2 Inversión capital de trabajo.**

Tabla 73
Precio por evento

TIPO DE EVENTOS	PRECIO POR EVENTO	COSTO DE SERVICIOS	PORCENTAJE DE UTILIDAD (COSTO SERVICIOS)	PRECIO DE SERVICIOS DE LOS EVENTOS	PRECIO TOTAL POR EVENTO
PEQUEÑOS	$ 500,00	$ 1.435,00	30%	$1.865,50	$ 2.365,50
MEDIANOS	$ 700,00	$ 2.870,00		$ 3.731,00	$ 4.431,00
GRANDES	$ 900,00	$ 4.305,00		$ 5.596,50	$ 6.496,50
TOTAL	$ 2.100,00	$ 8.610,00		$ 11.193,00	$ 13.293,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Tabla 74
Presupuesto de ingreso

TIPO DE EVENTO	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	CANT.	PRECIO	TOTAL	CANT.	PRECIO	TOTAL	CANT.	PRECIO	TOTAL ANUAL	CANT.	PRECIO	TOTAL	CANT.	PRECIO	TOTAL
Eventos pequeños	12,00	$2.365,50	$28.386,00	12,30	$2.404,48	$29.583,80	12,61	$2.444,11	$30.832,15	12,93	$2.484,39	$32.133,17	13,26	$2.525,33	$33.489,09
Eventos medianos	12,00	$4.431,00	$53.172,00	12,30	$4.504,02	$55.415,70	12,61	$4.578,25	$57.754,07	12,93	$4.653,70	$60.191,11	13,26	$4.730,39	$62.731,00
Eventos grandes	12,00	$6.496,50	$77.958,00	12,30	$6.603,56	$81.247,59	12,61	$6.712,39	$84.675,99	12,93	$6.823,01	$88.249,06	13,26	$6.935,45	$91.972,90
TOTAL	**36,00**	**$13.293,00**	**$159.516,00**	**36,91**	**$13.512,07**	**$166.247,09**	**37,84**	**$13.734,75**	**$173.262,21**	**38,80**	**$13.961,10**	**$180.573,34**	**39,78**	**$14.191,18**	**$188.192,99**

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Para las proyecciones como se estableció al principio del presente capítulo el parámetro de inflación promedio de precios de los 5 últimos años: 2014, 2015, 2016, 2017 y 2018, que corresponde a un 1,648%. Para la cantidad de los diferentes tipos de eventos en los próximos 5 años, aumentan en un 2,53% cada año, debido a la media de crecimiento poblacional del cantón Cayambe entre los años 2001 – 2010.

5.7 Costos y gastos

5.7.1 Presupuesto de costos directos.

Los costos directos que incurren en la organización de eventos son los insumos necesarios para su realización. A continuación, se detallan los servicios que incluyen dentro del paquete de cualquier tipo de evento.

Tabla 75
Insumos: eventos pequeños

EVENTOS PEQUEÑOS (máximo 100 personas)		
SERVICIO	VALOR POR PERSONA (USD)	TOTAL (USD)
Servicio de catering y decoración	$ 12,00	$ 1.200,00
Servicio de Dj	$ 1,00	$ 100,00
Servicio de seguridad	$0,60	$ 60,00
Maestro de ceremonias	$ 0,75	$ 75,00
Total	$ 14,35	**$ 1.435,00**

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Tabla 76
Insumos: eventos medianos

EVENTOS MEDIANOS (máximo 200 personas)		
SERVICIO	VALOR POR PERSONA (USD)	TOTAL (USD)
Servicio de catering y decoración	$ 12,00	$ 2.400,00
Servicio de Dj	$ 1,00	$ 200,00
Servicio de seguridad	$0,60	$ 120,00
Maestro de ceremonias	$ 0,75	$ 150,00
Total	$ 14,35	**$ 2.870,00**

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Tabla 77
Insumos: Eventos grandes

EVENTOS GRANDES (máximo 300 personas)		
SERVICIO	VALOR POR PERSONA (USD)	TOTAL (USD)
Servicio de catering y decoración	$ 12,00	$ 3.600,00
Servicio de Dj	$ 1,00	$ 300,00
Servicio de seguridad	$0,60	$ 180,00
Maestro de ceremonias	$ 0,75	$ 225,00
Subtotal (3)	$ 14,35	**$ 4.305,00**

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Los servicios antes descritos, forman parte de un paquete completo que ofrecen dentro del servicio de catering que ofrecen de los principales proveedores identificados en el diagnóstico situacional del proyecto. El costo es por persona y aumenta en la cantidad de $1 dólar por persona el requerimiento adicional para decoración, servicio de Dj, y $1,25 por el maestro de ceremonias.

Tabla 78
Número de eventos anual

N° eventos por año	**36**
Eventos pequeños	12
Eventos medianos	12
Eventos grandes	12

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Los costos de insumos necesarios para la organización de eventos son los servicios, que se adquieren de los principales proveedores identificados en el primer capítulo son los siguientes:

Tabla 79
Proyección de costos directos

EVENTOS PEQUEÑOS					
SERVICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicio de Catering y decoración	$14.400,00	$14.637,31	$14.878,53	$15.123,73	$15.372,97
Servicio de Dj	$ 1.200,00	$1.219,78	$1.239,88	$1.260,31	$1.281,08
Seguridad	$720,00	$731,87	$743,93	$756,19	$768,65
Maestro de ceremonias	$900,00	$914,83	$929,91	$945,23	$960,81
Total	$17.220,00	$17.503,79	$17.792,25	$18.085,46	$18.383,51
EVENTOS MEDIANOS					
SERVICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicio de Catering	$28.800,00	$29.274,62	$29.757,07	$30.247,47	$30.745,95
Servicio de Dj	$2.400,00	$2.439,55	$2.479,75	$2.520,62	$2.562,16
Seguridad	$1.440,00	$1.463,73	$1.487,85	$1.512,37	$1.537,29
Maestro de ceremonias	$1.800,00	$1.829,66	$1.859,81	$1.890,46	$1.921,61
Total	$34.440,00	$35.007,56	$35.584,48	$36.170,92	$36.767,01
EVENTOS GRANDES					
SERVICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicio de Catering y decoración	$43.200,00	$43.911,94	$44.635,61	$45.371,20	$46.118,92
Servicio de Dj	$3.600,00	$3.659,33	$3.719,64	$3.780,94	$3.843,25
Seguridad	$2.160,00	$2.195,60	$2.231,78	$2.268,56	$2.305,95
Maestro de ceremonias	$2.700,00	$2.744,50	$2.789,73	$2.835,70	$2.882,43
Total	$51.660,00	$52.511,37	$53.376,76	$54.256,40	$55.150,55
TOTAL	$ 103.320,00	$ 105.022,72	$ 106.753,49	$ 108.512,78	$ 110.301,07

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Las proyecciones del precio de los insumos se realizan, en base al promedio de inflación de los últimos 5 años: 2014, 2015, 2016, 2017 y 2018, que corresponde a un 1,648% anual.

5.7.2 Costos indirectos de fabricación proyectados.

Los costos indirectos de fabricación, que inciden en el proyecto corresponden a los servicios básicos, no se considerarán directos.

Tabla 80
Costos indirectos de fabricación

Detalle	Costo mensual	Costo año 1	Costo año 2	Costo año 3	Costo año 4	Costo año 5
Energía eléctrica	$ 110,00	$ 1.320,00	$ 1.341,75	$ 1.363,86	$ 1.386,34	$ 1.409,19
Agua	$ 70,00	$ 840,00	$ 853,84	$ 867,91	$ 882,21	$ 896,75
Internet	$ 30,00	$ 360,00	$ 365,93	$ 371,96	$ 378,09	$ 384,32
Total	$ 210,00	$ 2.520,00	$ 2.561,52	$ 2.603,73	$ 2.646,64	$ 2.690,26

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Las proyecciones de los CIF se realizan, en base al promedio de inflación de los últimos 5 años: 2014, 2015, 2016, 2017 y 2018, que corresponde a un 1,648% anual.

5.7.3 Depreciaciones.

A continuación, se detalla el valor actual o el valor en libros de los activos fijos y el valor residual que cada uno de estos al finalizar su vida útil.

Tabla 81
Depreciaciones

Activos fijos	VALOR EN LIBROS	PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN	VALOR RESIDUAL	AÑOS VIDA UTIL
Muebles de oficina	$ 779,00	5%	$ 77,90	10
Equipos de computación	$ 2.369,00	10%	$ 781,77	3
Equipos tecnológicos (eventos)	$ 4.150,00	33%	$ 415,00	10
Muebles (eventos)	$ 6.916,00	10%	$ 691,60	10
Equipo (eventos)	$ 2.807,00	10%	$ 280,70	10

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

La proyección de la depreciación se la realiza para los próximos 5 años, y el valor está dado en base al método de deprecación establecido por el Reglamento para la aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno. (Valor en libros – valor residual) / número de años de vida útil.

Tabla 82
Proyección de la depreciación

Activos fijos	VALOR EN LIBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR RESIDUAL
Muebles de oficina	$ 779,00	$ 70,11	$ 70,11	$ 70,11	$ 70,11	$ 70,11	$ 350,55	$ 428,45
Equipos de computación	$2.369,00	$ 529,08	$ 529,08	$ 529,08	$ -	$ -	$ 1.587,23	$ 781,77
Equipos tecnológicos (eventos)	$4.150,00	$ 373,50	$ 373,50	$ 373,50	$ 373,50	$ 373,50	$ 1.867,50	$ 2.282,50
Muebles (eventos)	$6.916,00	$ 622,44	$ 622,44	$ 622,44	$ 622,44	$ 622,44	$ 3.112,20	$ 3.803,80
Equipo (eventos)	$2.807,00	$ 252,63	$ 252,63	$ 252,63	$ 252,63	$ 252,63	$ 1.263,15	$ 1.543,85

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

5.7.4 Gastos y sueldos administrativos.

Corresponden al personal del área de administración y ventas, adicional se cuenta con una persona de apoyo a estos departamentos como personal de mantenimiento.

Tabla 83
Sueldos primer año

Administración y ventas	INGRESOS					Aporte Patronal 12,15%	DESCUENTOS	Total Egresos	Salario Neto	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Total Ingresos		Aporte IESS 9,45%				
Gerente	$ 650,00	$ 54,17	$ 32,83	$ 27,08	$ 764,08	$ 78,98	$ 61,43	$ 61,43	$ 702,65	$ 781,63	$ 9.379,56
Jefe de eventos	$ 450,00	$ 37,50	$ 32,83	$ 18,75	$ 539,08	$ 54,68	$ 42,53	$ 42,53	$ 496,55	$ 551,23	$ 6.614,76
Contador	$ 450,00	$ 37,50	$ 32,83	$ 18,75	$ 539,08	$ 54,68	$ 42,53	$ 42,53	$ 496,55	$ 551,23	$ 6.614,76
TOTAL	$1.550,00	$ 129,17	$ 98,49	$ 64,58	$ 1.842,24	$ 188,34	$ 146,49	$ 146,49	$ 1.695,75	$1.884,09	$22.609,08
Personal de mantenimiento											
Auxiliar de limpieza	$ 394,00	$ 32,83	$ 32,83	$ 16,42	$ 476,08	$ 47,87	$ 37,23	$ 37,23	$ 438,85	$ 486,72	$ 5.840,64
TOTAL	$1.944,00	$ 162,00	$ 131,32	$ 81,00	$ 2.318,32	$ 236,21	$ 183,72	$ 183,72	$ 2.134,60	$2.370,81	$28.449,72

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Para la proyección de los sueldos del personal del local de eventos, se toma en cuenta el porcentaje de variación que ha tenido el sueldo básico unificado en el Ecuador en los últimos 5 años: 2014, 2015, 2016, 2017 y 2018 dando un promedio de 3,79% de incremento para los próximos 5 años del proyecto.

Tabla 84
Sueldos segundo año

Administración y ventas	INGRESOS						DESCUENTOS					
	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Fondos de Reserva	Total Ingresos	Aporte Patronal 12,15%	Aporte IESS 9,45%	Total Egresos	Salario Neto	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Gerente	$674,64	$56,22	$34,08	$28,11	$56,20	$849,25	$81,97	$63,75	$63,75	$785,50	$867,47	$10.409,64
Jefe de eventos	$467,06	$38,92	$34,08	$19,46	$38,91	$598,43	$56,75	$44,14	$44,14	$554,29	$611,04	$7.332,48
Contador	$467,06	$38,92	$34,08	$19,46	$38,91	$598,43	$56,75	$44,14	$44,14	$554,29	$611,04	$7.332,48
TOTAL	$1.608,76	$134,06	$102,24	$67,03	$134,02	$2.046,11	$195,47	$152,03	$152,03	$1.894,08	$2.089,55	$25.074,60
Personal de mantenimiento												
Auxiliar de limpieza	$408,93	$34,08	$34,08	$17,04	$34,06	$528,19	$49,68	$38,64	$38,64	$489,55	$539,23	$6.470,76
TOTAL	$2.017,69	$168,14	$136,32	$84,07	$168,08	$2.574,30	$245,15	$190,67	$190,67	$2.383,63	$2.628,78	$31.545,36

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Es importante, tomar en cuenta como varían los sueldos en el segundo año, ya que aparecen nuevos rubros como lo es el fondo de reserva, que se deben reflejar en el rol de pago de los empleados.

5.7.5 Proyección de sueldos administrativos.

La proyección de los sueldos se realizó en base a un promedio de incremento del sueldo básico unificado de los últimos 5 años: 2014, 2015, 2016, 2017 y 2018, que corresponde a un 3,79%. A continuación, se muestra el resumen del salario neto del personal que integra el local de eventos.

Tabla 85
Proyección de sueldos

Administración y ventas	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente	$ 9.379,56	$ 10.409,64	$ 10.804,00	$ 11.214,00	$ 11.639,00
Jefe de eventos	$ 6.614,76	$ 7.332,48	$ 7.610,00	$ 7.899,00	$ 8.198,00
Contador	$ 6.614,76	$ 7.332,48	$ 7.610,00	$ 7.899,00	$ 8.198,00
TOTAL	$ 22.609,08	$ 25.074,60	$ 26.024,00	$ 27.012,00	$ 28.035,00
Personal de mantenimiento					
Auxiliar de limpieza	$ 5.840,64	$ 6.470,76	$ 6.716,00	$ 6.971,00	$ 7.235,00
TOTAL	$ 28.449,72	$ 31.545,36	$ 32.740,00	$ 33.983,00	$ 35.270,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

5.7.6 Gastos de constitución.

Los gastos de constitución se amortizan para los próximos 5 años.

Tabla 86
Gastos de constitución

Detalle	Valor	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Estudios del proyecto	$1.812,14	$ 362,43	$ 362,43	$ 362,43	$ 362,43	$ 362,43
Patente por el establecimiento	$ 91,00	$ 18,20	$ 18,20	$ 18,20	$ 18,20	$ 18,20
Permiso bomberos	$ 15,20	$ 3,04	$ 3,04	$ 3,04	$ 3,04	$ 3,04

Permiso sanitario	$ 85,00	$ 17,00	$ 17,00	$ 17,00	$ 17,00	$ 17,00
Licencia única anual de funcionamiento	$ 131,00	$ 26,20	$ 26,20	$ 26,20	$ 26,20	$ 26,20
Total	$ 2.134,34	$ 426,87	$ 426,87	$ 426,87	$ 426,87	$ 426,87

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

5.7.7 Gastos de publicidad.

La publicidad requerida para la promoción del local de eventos se divide en el servicio de: publicidad radial, televisada, marketing digital y volantes. Se proyecta para los siguientes 5 años: 2014, 2015, 2016, 2017 y 2018, en base al porcentaje promedio de inflación de precios que corresponde a un 1,648%.

Tabla 87
Publicidad

Rubro	Mensual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Radio	$ 15,00	$ 180,00	$ 182,97	$ 185,99	$ 189,06	$ 192,18
Televisión	$ 19,00	$ 228,00	$ 231,76	$ 235,58	$ 239,46	$ 243,41
Volantes	$ 30,00	$ 360,00	$ 365,93	$ 371,96	$ 378,09	$ 384,32
Marketing digital	$ 50,00	$ 600,00	$ 609,89	$ 619,94	$ 630,16	$ 640,55
Total	$ 114,00	$ 1.368,00	$ 1.390,55	$ 1.413,47	$ 1.436,77	$ 1.460,46

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

5.7.8 Gastos financieros.

El tipo de crédito al cual se accede para la presente propuesta corresponde al tipo microcrédito, que otorga la entidad financiera Ban Ecuador. El monto es de $32.111,02 a un plazo de 5 años o 60 cuotas mensuales, con un interés del 15% y el sistema de amortización empleado en este crédito corresponde de cuotas fijas.

Tabla 88
Cuadro de amortización

AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO BAN ECUADOR					
Monto	$33.221,86				
Plazo	5 años				
Número de pagos /año	12				
Número de cuotas	60				
Tasa Interés	15%				
Cuota	$ 774,01				
AÑOS	CAPITAL	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO
1	$ 33.221,86	$ 774,01	$ 4.360,83	$ 4.927,32	$ 28.294,54
2	$ 28.294,54	$ 774,01	$ 3.621,73	$ 5.666,42	$ 22.628,13
3	$ 22.628,13	$ 774,01	$ 2.771,77	$ 6.516,38	$ 16.111,75
4	$ 16.111,75	$ 774,01	$ 1.794,31	$ 7.493,84	$ 8.617,91
5	$ 8.617,91	$ 774,01	$ 670,24	$ 8.617,91	$ -

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

5.7.9 Resumen de costos y gastos.

A continuación, se presenta el estado de costos y gastos proyectado del local de eventos:

Tabla 89
Estado de costos y gastos proyectado

MULTIEVENTOS CAYAMBE ESTADO DE COSTOS Y GASTOS PROYECTADO					
	PROYECCIÓN				
COSTOS DIRECTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicios eventos	$103.320,00	$105.022,72	$106.753,49	$108.512,78	$110.301,07
TOTAL COSTOS DIRECTOS	$103.320,00	$105.022,72	$106.753,49	$108.512,78	$110.301,07
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN					
Otros CIF (serv. Básicos, otros)	$2.520,00	$2.561,52	$2.603,73	$2.646,64	$2.690,26
Arriendos	$6.000,00	$6.098,88	$6.199,39	$6.301,56	$6.405,41

Depreciaciones Costo	$1.248,57	$1.248,57	$1.248,57	$1.248,57	$1.248,57
TOTAL COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	$9.768,57	$9.908,97	$10.051,69	$10.196,77	$10.344,24
TOTAL COSTOS	**$113.088,57**	**$114.931,69**	**$116.805,18**	**$118.709,55**	**$120.645,31**
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Gastos de personal	$15.994,32	$17.742,12	$18.414,00	$19.113,00	$19.837,00
Gastos de Constitución	$426,87	$426,87	$426,87	$426,87	$426,87
Depreciaciones gasto	$599,19	$599,19	$599,19	$70,11	$70,11
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	$17.020,38	$18.768,18	$19.440,06	$19.609,98	$20.333,98
GASTOS DE OPERACIÓN Y VENTAS					
Gasto de personal de mantenimiento	$5.840,64	$6.470,76	$6.716,00	$6.971,00	$7.235,00
Sueldos Personal de eventos	$6.614,76	$7.332,48	$7.610,00	$7.899,00	$8.198,00
Publicidad	$1.368,00	$1.390,55	$1.413,47	$1.436,77	$1.460,46
TOTAL GASTOS DE VENTAS	$13.823,40	$15.193,79	$15.739,47	$16.306,77	$16.893,46
GASTO FINANCIERO					
Interés	$4.360,83	$3.621,73	$2.771,77	$1.794,31	$670,24
TOTAL GASTO FINANCIERO	$4.360,83	$3.621,73	$2.771,77	$1.794,31	$670,24
TOTAL GASTOS	**$35.204,61**	**$37.583,70**	**$37.951,30**	**$37.711,06**	**$37.897,68**
TOTAL COSTOS Y GASTOS	**$148.293,18**	**$152.515,39**	**$154.756,48**	**$156.420,61**	**$158.542,99**

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

5.8 Estados de situación financiera

5.8.1 Estado de situación inicial.

El estado de situación inicial del proyecto presenta las siguientes cuentas en el activo, pasivo y patrimonio. Como se detalla a continuación:

Tabla 90
Estado de situación inicial

MULTIEVENTOS CAYAMBE ESTADO DE SITUACION FINANCIERA			
ACTIVOS		PASIVO Y PATRIMONIO	
Activo corriente		PASIVOS	
Efectivo	$36.214,43	Pasivos No Corrientes	
Activos Fijos		Préstamo Bancario	$33.221,86
Muebles de oficina	$779,00	PATRIMONIO	
Equipos de computación	$2.369,00	Capital	$22.147,91

Equipos tecnológicos (eventos)	$4.150,00			
Muebles (eventos)	$6.916,00			
Equipo (eventos)	$2.807,00			
Otros Activos				
Gastos de Constitución	$2.134,34			
TOTAL ACTIVOS	$55.369,77	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		$55.369,77

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

5.8.2 Estado de resultados.

A continuación, se presenta el estado de resultados proyectado para los próximos 5 años con lo que se va a conocer la rentabilidad del local de eventos.

Tabla 91
Estado de resultados proyectado

MULTIEVENTOS CAYAMBE

ESTADO DE COSTOS DE RESULTADO PROYECTADO

	CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	Ventas netas	$159.516,00	$166.247,09	$173.262,21	$180.573,34	$188.192,99
-	Costos directos	$113.088,57	$114.931,69	$116.805,19	$118.709,56	$120.645,32
=	Utilidad bruta en ventas	$46.427,43	$51.315,39	$56.457,02	$61.863,78	$67.547,66
-	Gastos de Administración	$17.020,37	$18.768,01	$19.440,57	$19.609,54	$20.334,05
-	Gastos de Ventas	$7.982,76	$8.722,97	$9.023,84	$9.335,62	$9.658,73
-	Gastos personal de mantenimiento	$5.840,64	$6.470,83	$6.716,13	$6.970,72	$7.234,96
=	Utilidad en operaciones	$15.583,66	$17.353,58	$21.276,48	$25.947,90	$30.319,92
-	Gastos Financieros (Intereses)	$4.360,83	$3.621,73	$2.771,77	$1.794,31	$670,24
=	Utilidad neta antes de participación Trabajadores	$11.222,83	$13.731,85	$18.504,72	$24.153,59	$29.649,69
-	15 % Participación Trabajadores	$1.683,42	$2.059,78	$2.775,71	$3.623,04	$4.447,45
=	Utilidad neta antes Imp. A la Renta	$9.539,40	$11.672,08	$15.729,01	$20.530,55	$25.202,24

- 25% Imp. A la Renta	$2.384,85	$2.918,02	$3.932,25	$5.132,64	$6.300,56
- 10% Reserva legal	$715,46	$875,41	$1.179,68	$1.539,79	$1.890,17
= Utilidad neta	$6.439,10	$7.878,65	$10.617,08	$13.858,12	$17.011,51

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

El estado de resultados del proyecto presenta rentabilidad para los próximos 5 años, al restar de sus ingresos, sus egresos y obligaciones, el resultado es positivo y por ende se considera un proyecto rentable.

5.9 Evaluación Financiera

5.9.1 Flujo de caja.

El flujo de caja del presente proyecto presenta las siguientes cuentas para los siguientes 5 años.

Tabla 92
Flujo de caja

		AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
=	Utilidad Neta		$6.439,10	$7.878,65	$10.617,08	$1.3858,12	$1.7011,51
+	Depreciaciones		$1.847,76	$1.847,76	$1.847,76	$1.847,76	$1.847,76
+	Amortizaciones	-2134,34	$ 426,87	$ 426,87	$ 426,87	$ 426,87	$ 426,87
-	Inversiones	-55369,77					
+	Crédito	33221,86					
-	Inversión Variable	-35414,43					
-	Amortizaciones del Préstamo		$4.927,32	$5.666,42	$6.516,38	$7.493,84	$8.617,91
+	Recuperación del Capital de Trabajo						
	FLUJO DE CAJA NETO	-$59.696,68	$13.641,04	$15.819,69	$19.408,08	$23.626,58	$27.904,04

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

El proyecto muestra un flujo de caja neto positivo para los próximos 5 años, indica que el proyecto puede hacer frente no sólo a sus obligaciones, sino que posee la opción de reinvertir en su negocio o hacer que más inversores sean parte del proyecto.

5.9.2 Valor actual neto.

El valor actual neto, con el que cuenta el proyecto luego de descontar los flujos de caja neto y la inversión inicial, es el siguiente:

Tabla 93
Valor actual neto

TASA DE DESCUENTO	0,15	15%				
FLUJOS ACTUALIZADOS		$13.641,04	$15.819,69	$19.408,08	$23.626,58	$27.904,04
		(1+0,15)^1	(1+0,15)^2	(1+0,15)^3	(1+0,15)^4	(1+0,15)^5
FLUJOS ACTUALIZADOS		$13.641,04	$15.819,69	$19.408,08	$23.626,58	$27.904,04
		1,15	1,32	1,52	1,75	2,01
FLUJOS ACTUALIZADOS	$(55.369,77)	$11.861,77	$11.961,96	$12.761,13	$13.508,57	$13.873,24
VAN						$8.596,91

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Como se puede observar, se obtiene un VAN positivo de $8.596,91 generando un beneficio correspondiente al proyecto del local de eventos.

5.9.3 Tasa interna de retorno.

La tasa interna de retorno con la cuenta el proyecto, descontando la tasa de descuento que corresponde a un 15%, es la que se detalla a continuación:

Tabla 94
Tasa interna de retorno

VAN		$8.596,91
TIR		20,59%
TASA INTERNA DE RETORNO		
AÑO 0	$	-55.369,77
AÑO 1	$	13.641,04
AÑO 2	$	15.819,69
AÑO 3	$	19.408,08

AÑO 4	$	23.626,58
AÑO 5	$	27.904,04

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

La TIR, es positiva y mayor a la tasa de descuento del proyecto 15% por lo que el proyecto se considera viable al proyecto para poder invertir.

5.9.4 Periodo de recuperación de la inversión.

En el período de recuperación de la inversión se analiza el tiempo en el que se recuperará el valor total de lo invertido en el proyecto, tomando como datos a los flujos acumulados.

Tabla 95
Período de recuperación de la inversión

PERIODOS	FLUJOS NETOS DE EFECTIVO	FLUJOS ACUMULADOS	INVERSION INICIAL	TIEMPO DE RECUPERACIÓN
0				
1	$ 11.861,77			
2	$ 11.961,96	$ 22.823,73		
3	$ 12.761,13	$ 36.584,87		
4	$ 13.508,57	$ 50.093,44	$ 53.518,37	4 AÑOS
5	$ 13.873,24	$ 63.966,68		1 MES
				0 DÍAS
INVERSIÓN INICIAL	$ 55.369,77			
ÚLTIMO FLUJO	$ 63.966,68			
POR RECUPERAR	$ 5.276,33			
PR: AÑOS	0,08	(12) MESES		
	0	(30) DÍAS		

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

El período de recuperación de la inversión del proyecto será dentro de 4 años, 1 mes y 0 días exactos, lo que quiere decir que la inversión se recuperará en un tiempo relativamente mediano.

5.9.5 Costo beneficio.

El costo beneficio del proyecto, permite visualizar la ganancia que se obtiene en a partir de la inversión realizada para la puesta en marcha del local de eventos.

Tabla 96
Costo beneficio

TASA DE INFLACION	0,01648				
		ANÁLISIS COSTO BENEFICIO			
AÑO	INGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	FACTOR (I)	COSTOS	COSTOS ACTUALIZADOS
0	$ (55.369,77)	$ (55.369,77)	1,00		$ -
1	$ 159.516,00	$ 156.929,80	0,98	$ 148.293,17	$ 145.888,92
2	$ 166.247,09	$ 163.551,75	0,98	$ 152.515,23	$ 150.042,53
3	$ 173.262,21	$ 170.453,14	0,98	$ 154.757,49	$ 152.248,44
4	$ 180.573,34	$ 177.645,74	0,98	$ 156.948,83	$ 154.404,25
5	$ 188.192,99	$ 185.141,85	0,98	$ 159.072,38	$ 156.493,37
	TOTALES	798352,51			$ 759.077,51
	BENEFICIO COSTO =	$ 798.352,51	**1,05**		
		$ 759.077,51			

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

El beneficio costo del proyecto, presenta un valor mayor a la unidad 1,05 por lo que el proyecto obtendrá réditos por cada dólar invertido.

5.9.6 Costo promedio ponderado del capital

Para determinar el costo del capital se establece la tasa pasiva del capital propio y la tasa activa para la inversión financiada.

Según el BCE, la tasa pasiva referencial se encuentra en 5,98%, mientras que la tasa activa del capital financiado del Ban Ecuador, se encuentra en 15%.

Tabla 97
Casto promedio ponderado del capital

INVERSIÓN		%	TASA OPERACIÓN	VALOR PONDERADO
Aporte propio	$ 22.147,91	0,40	5,56%	0,02224
Aporte Financiado	$ 33.221,86	0,60	15,00%	0,09000
	$ 55.369,77	1,00		0,11224
COSTO DE CAPITAL				11%

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

El costo total de la inversión del local de eventos corresponde a un 11%. Por lo que los inversionistas deberán obtener una tasa de rendimiento mayor a la del costo del capital, para obtener rentabilidad.

5.9.7 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio permite visualizar en qué punto el local no generaría ni utilidad ni pérdida. Por lo que para cada año se tendrá como referencia estos rubros para entender cómo debe funcionar el proyecto para generar rentabilidad.

Para obtener el punto de equilibrio, se aplicó la siguiente fórmula:

$$PUNTO\ DE\ EQUILIBRIO = \frac{COSTOS\ FIJOS}{1 - COSTOS\ VARIABLES/VENTAS}$$

Tabla 98
Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO DÓLARES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	$159.516,00	$166.247,09	$173.262,21	$180.573,34	$188.192,99
TOTAL COSTOS Y GASTOS VARIABLES	$105.840,00	$107.584,24	$109.357,23	$111.159,44	$112.991,35
TOTAL COSTOS Y GASTOS FIJOS	$42.453,17	$44.930,99	$45.400,26	$45.789,40	$46.081,03
PUNTO DE EQUILIBRIO	$126.163,65	$127.331,81	$123.091,34	$119.116,54	$115.318,32

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

5.10 Resumen de evaluación financiera

La inversión total del proyecto se compone en un 60% financiada y un 40% aporte propio. El presupuesto de ingresos del proyecto se ha realizado con una proyección conservadora, es decir se han realizado los cálculos con 3 distintos escenarios de realización de eventos: eventos grandes, medianos y pequeños.

Los flujos de efectivo que presenta el proyecto para los próximos 5 años son positivos, por lo que se entiende que el local de eventos dispondrá de dinero líquido para hacer frente a sus obligaciones con proveedores y acreedores, permitiéndole seguir con su actividad económica.

En cuanto al indicador VAN, que permite conocer la rentabilidad del proyecto a implementarse, se determinó un VAN positivo de $8.596,91 mayor a 0, lo que significa que el proyecto a más de ser rentable genera beneficios por sus ventas.

La TIR, que presenta el proyecto es de 20,59% al ser mayor que la tasa de descuento, es decir 15% da como resultado un VAN positivo como se analizó anteriormente, por lo tanto, se considera viable el proyecto.

El periodo de la recuperación de la inversión se dará en un lapso considerable de 4 años, 1 mes y 0 días. Por lo que es factible para el proyecto en aspectos de liquidez y disminución de riesgos de pérdida.

Así también, la relación costo – beneficio, que permite determinar la rentabilidad neta del proyecto. Al analizar este indicador que corresponde a 1,05 valor que es mayor a 1, significa que es el proyecto es rentable y el rédito que obtendrá por cada dólar invertido.

CAPÍTULO VI - PROPUESTA ORGANIZACIONAL

6.1 Introducción

El presente capítulo, tiene la finalidad de exponer todos los aspectos legales que son parte en la constitución de un establecimiento nuevo que desee realizar una actividad económica.

La razón social que posee el local, el logotipo y el slogan identificarán al proyecto de creación de un local de eventos en el cantón Cayambe.

Se propone para el local de eventos, una base filosófica basada en valores y principios aplicables al giro de negocio y al tipo de servicio que oferta, tanto para la organización como para el personal que es parte del local de eventos.

La organización debe poseer una estructura adecuada, a fin de cumplir con los roles de jerarquía necesarios dentro de cualquier organización y poseer una descripción de todas las funciones que realizará cada uno de los miembros del local de eventos.

Así también, es necesario reconocer el tipo de organización bajo el cual el local de eventos se proyecta para el futuro, a fin de continuar con sus operaciones.

6.2 Objetivo General

Elaborar la estructura organizacional del local de eventos, basándose en el estudio técnico del proyecto.

6.3 Objetivos específicos

- Determinar la razón social, slogan y logotipo del local de eventos.
- Establecer la base filosófica idónea al giro del negocio del local de eventos.
- Construir el organigrama estructural, ideal para el local de eventos que contenga funciones aplicables al giro del negocio.

- Determinar la figura jurídica, bajo la cual el local de eventos continuará con sus operaciones.

6.4 Propósito estratégico

6.4.1 Razón social, slogan y logotipo.

“MULTIEVENTOS CAYAMBE”
Todo en eventos



Ilustración 20. Logo del local

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

El nombre del local de eventos se lo determinó en base a las características, que debe poseer un nombre comercial.

- Es descriptivo, ya que el nombre menciona el tipo de servicio que se ofrece
- Es original, porque en el medio y en el territorio en donde se implementará el proyecto no existe otro establecimiento con el mismo nombre.
- Es claro y simple, al no tener un nombre extenso o difícil de pronunciar.
- Es agradable, al momento de pronunciarlo.

Todos estos atributos hacen que el nombre del local de eventos sea llamativo para los clientes, y que puedan mantenerlo posicionado dentro del mercado.

6.4.2 Base Filosófica.

- **Misión**

"Multieventos Cayambe" es un local dedicado a la organización de eventos sociales y corporativos, ofreciendo servicios como catering, decoración, artistas y todo lo necesario para que las personas vivan un momento inolvidable junto a sus seres queridos. Satisfaciendo las expectativas de nuestros clientes en cada evento realizado.

- **Visión**

"Multieventos Cayambe", para el año 2023 ser un referente en organización de eventos a nivel local, reconocido por su excelencia y calidad. Siempre en constante búsqueda de innovación y satisfacción de nuestros clientes, siendo la carta de presentación de nuestro servicio.

6.4.3 Valores y principios organizacionales.

- **Valores**

Calidad. – Realizar todas las operaciones con la premisa de calidad para que el servicio ofrecido, por el local de eventos cumpla con los requerimientos de los clientes.

Compromiso. – Comprometerse con el cliente al 100%, en todo el proceso de la organización del evento, manteniendo una comunicación constante y en todo momento respondiendo a los requerimientos del cliente en la organización de su evento.

Responsabilidad. – Ser responsables con la organización de los eventos de nuestros clientes, cumpliendo con los tiempos establecidos de programación.

Integridad. – Mantener un comportamiento, en base a valores y principios al momento de realizar cada evento, como seres humanos y profesionales siendo la carta de presentación de quienes forman parte del establecimiento.

Innovación. – Encaminar el local de eventos hacia la innovación constante del servicio y de los diferentes tipos de eventos que se ofertan, siempre cumpliendo con las expectativas de nuestros clientes.

Creatividad. - Buscar nuevas tendencias de organización de eventos, y en cada uno de los eventos plasmar una idea nueva que sea del agrado del cliente.

- **Principios**

Responsabilidad social. – Ser responsables con los principales grupos de interés de mayor impacto para el local de eventos, al generar plazas de empleo que puedan ayudar a solucionar problemas de desempleo para la comunidad cayambeña.

Coordinación. – Mantener una comunicación continua entre cada área del local de eventos, asegurando la correcta articulación de funciones y correcto funcionamiento de toda la organización.

Mejora continua. – Como un local de organización de eventos que responde a las necesidades y requerimientos de los clientes, la mejora continua es parte de la filosofía empresarial. Los cambios en tendencias serán adoptados, siempre con el propósito de innovación y desarrollo.

6.5 Estructura organizacional

6.5.1 Organigrama estructural.

La estructura organizacional con la que contará el local de eventos se compone de tres áreas importantes empezando por el área de gerencia, en la cual el gerente será la máxima autoridad, el área financiera, en la que el contador ejerce autoridad sobre toda esta área y un área de eventos, en la que existe un jefe de eventos y como apoyo a esta área, se vincula un personal de mantenimiento.

Este organigrama presenta la característica de ser tipo informal, y que responde a las necesidades de organización actuales del local de eventos.

Organigrama estructural

MULTIEVENTOS “CAYAMBE”

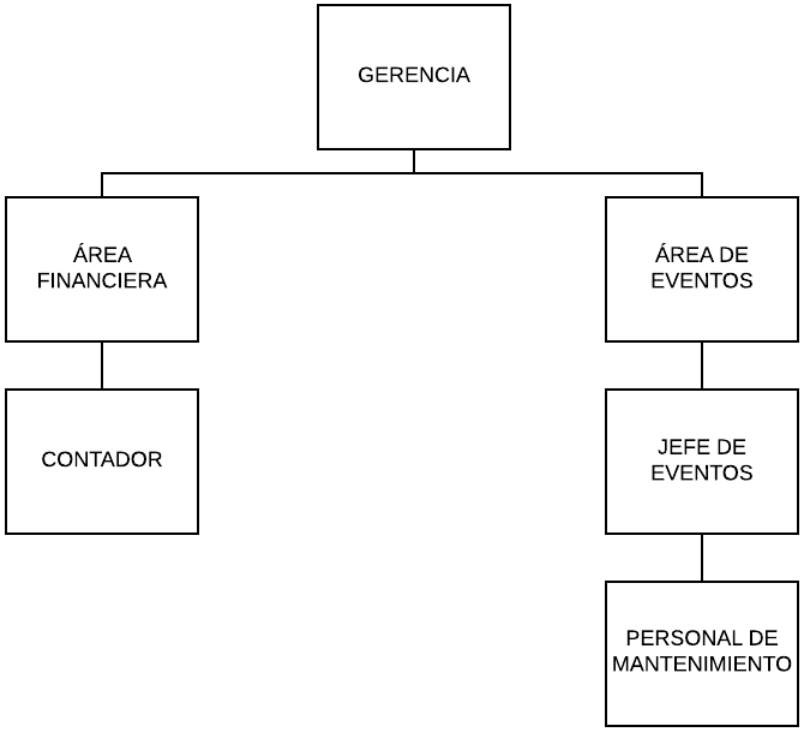


Ilustración 21. Organigrama del local de eventos

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

El tipo de estructura organizacional adecuada para el local de eventos es vertical, por cuanto existen áreas específicas en las cuales se encuentra un encargado y que responden por sus acciones a un área de mayor jerarquía. Así mismo, es flexible ya que las líneas de comunicación no son rígidas.

6.5.2 Descripción de funciones.

Las funciones que el personal del local de eventos deberá cumplir, se detallan a continuación en el manual de funciones.

- **Funciones del gerente**

Tabla 99
Funciones del gerente

MULTIEVENTOS CAYAMBE TODO EN EVENTOS	**Área:** Administrativa
	Cargo: Gerente

Objetivo del cargo

Representar de manera legal y administrativa al local de eventos “Multieventos Cayambe”

Perfil

Estudios superiores en carreras como Administración de empresas, Marketing, Contabilidad y Auditoría o afines

Funciones

- ✓ Representación legal del local de eventos
- ✓ Elaboración del presupuesto anual
- ✓ Supervisión y articulación de todas las áreas del local de eventos
- ✓ Toma de decisiones oportunas
- ✓ Elaboración de planes de contingencia
- ✓ Elaboración de estrategias organizacionales
- ✓ Creación de vínculos cercanos con los principales proveedores
- ✓ Mantenerse informado de los aspectos legales que debe cumplir el local de eventos

Habilidades

- Liderazgo
- Logro de objetivos
- Excelente comunicación
- Habilidades interpersonales

Elaborado por: Joel Rosales	**Aprobado por:** Gerencia

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

- **Funciones del contador**

Tabla 100
Funciones del contador

MULTIEVENTOS CAYAMBE TODO EN EVENTOS	**Área:** Financiera **Cargo:** Contador

Objetivo del cargo

Mantener todos los aspectos laborales, contables y tributarios al día de "Multieventos Cayambe"

Perfil

Estudios superiores en Contabilidad y Auditoría CPA

Funciones

- ✓ Registro de asientos contables del local de eventos
- ✓ Elaboración de los presupuestos para los eventos
- ✓ Emisión de comprobantes pertinentes; facturas, cheques, etc.
- ✓ Elaboración de conciliaciones bancarias, estados financieros, balances
- ✓ Redacción de informes a la gerencia acerca de la situación financiera del local de eventos
- ✓ Cumplimiento de las obligaciones tributarias
- ✓ Administración adecuada de las finanzas del local de eventos
- ✓ Mantenerse informado acerca de cambios en la normativa nacional

Habilidades

- Habilidad numérica
- Habilidades interpersonales
- Logro de objetivos
- Responsabilidad

Elaborado por: Joel Rosales **Aprobado por:** Gerencia

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

- **Funciones del jefe de eventos**

Tabla 101
Funciones del jefe de eventos

MULTIEVENTOS CAYAMBE TODO EN EVENTOS	**Área:** Eventos **Cargo:** Jefe de eventos
Objetivo del cargo	
Mantener el posicionamiento de "Multieventos Cayambe" en los mejores lugares dentro del mercado	
Perfil	
Estudios superiores en la carrera de Marketing	
Funciones	
✓ Elaboración de la publicidad para el local de eventos ✓ Establecimiento continuo de la demanda potencial ✓ Elaboración de estrategias de mercadeo permanentemente ✓ Elaboración de planes de ventas mensual y anual ✓ Cumplimiento de las metas propuestas de ventas ✓ Establecimiento de vínculos directos con los clientes ✓ Mantenimiento permanente de las principales vías publicitarias	
Habilidades	
○ Conocimiento en organización de eventos ○ Estratega ○ Trabajo en equipo ○ Logro de objetivos ○ Responsabilidad	
Elaborado por: Joel Rosales	**Aprobado por:** Gerencia

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

- **Funciones del personal de mantenimiento**

Tabla 102
Funciones del auxiliar de limpieza

MULTIEVENTOS CAYAMBE TODO EN EVENTOS	**Área:** Eventos
	Cargo: Auxiliar de limpieza
Objetivo del cargo	
Mantener el local en las mejores condiciones de aseo "Multieventos Cayambe"	
Perfil	
No indispensable	
Funciones	
✓ Aseo del local y de las áreas administrativas ✓ Limpieza equipos de oficina ✓ Mantenimiento de los baños del local ✓ Limpieza de pisos y ventanas ✓ Limpieza después de los eventos	
Habilidades	
o Responsable o Eficiente o Puntual	
Elaborado por: Joel Rosales	**Aprobado por:** Gerencia

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

6.6 Permisos de funcionamiento

Los permisos de funcionamiento son todos los requerimientos necesarios ante la autoridad competente, y que se detallan a continuación:

- ✓ **Patente**

La patente constituye uno de los permisos de funcionamiento, que el municipio del cantón Cayambe exigen a todas las personas que realizan alguna actividad económica dentro de la localidad. Para obtener el registro de la patente se debe acudir al municipio siguiendo los siguientes pasos:

a) Acudir al municipio de Cayambe
b) Realizar la solicitud de apertura de patente
c) Llenar el formulario de solicitud
d) Pagar el valor en ventanilla

- ✓ **RUC**

El registro único de contribuyentes o RUC es un requisito para todas las personas, que realizan alguna actividad económica, que respalda el origen lícito de la actividad y el contribuyente pueda emita comprobantes de venta autorizados. Los requisitos para obtener el RUC son los siguientes:

a) Original y copia de la cédula
b) Patente municipal
c) Planilla de algún servicio básico

- ✓ **Permiso cuerpo de bomberos**

El permiso que emite el cuerpo de bomberos de Cayambe certifica que el lugar en donde se encuentra realizando sus operaciones un determinado negocio, reúne los parámetros de seguridad para las personas que acuden al establecimiento. Los pasos para seguir son:

a) Acudir al cuerpo de bomberos de Cayambe
b) Inspección por parte del cuerpo de bomberos al local de eventos
c) Pagar el valor correspondiente

- ✓ **Permiso sanitario**

Otro de los permisos con los que debe contar el proyecto, es el permiso de sanidad que es otorgada por la respectiva unidad de control sanitario del cantón, por lo que los establecimientos deben realizar el siguiente proceso:

a) Inspección por parte del establecimiento de control sanitario
b) Pagar el valor correspondiente

- ✓ **Licencia única de funcionamiento de establecimientos turísticos del Cantón Cayambe**

(GADIP CAYAMBE, 2018), indica que:

Los Requisitos para renovación y obtención de la licencia única anual de funcionamiento de establecimientos turísticos del cantón Cayambe

- ✓ Copia del pago del Impuesto a la Patente otorgada por el GADIP del Municipio de Cayambe, del año en curso
- ✓ Copia del Pago del Impuesto a la Licencia Única Anual de Funcionamiento, otorgado por el GADIP del Municipio de Cayambe del año en curso
- ✓ Copia del Registro Único de Contribuyentes (R.U.C) actualizado
- ✓ Lista de Precios de los servicios ofertados por el establecimiento (La Carta).
- ✓ Copia del Permiso de Funcionamiento otorgado por el Cuerpo de Bomberos, del año en curso.
- ✓ Copia del Permiso de Funcionamiento otorgado por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, del año en curso. (Para los establecimientos de Restaurantes)

- ✓ Copia de Certificado de Registro otorgado por el MINISTERIO DE TURISMO (en el caso de Nuevos Establecimientos).

6.6.1 Figura jurídica

El proyecto en su inicio de actividades presenta una figura de tipo persona natural y la decisión de continuar con el proyecto hace que el mismo tome una figura jurídica que dentro de la Ley de Compañías, se denomina compañía de responsabilidad limitada.

Las ventajas que brinda este tipo de compañía son las siguientes:

- Al tratarse de una empresa de tipo pequeño, los miembros que conforman una compañía de responsabilidad limitada no sobrepasan a los 15 miembros.
- El monto de capital mínimo es más pequeño.
- La responsabilidad es limitada, y corresponde únicamente al monto de aportación al capital total.
- Las aportaciones pueden ser económicas y también en bienes o especies.
- Se cuenta con la posibilidad de trasmitir el monto de capital aportado, mediante herencia.

6.7 Conclusiones del capítulo

En el presente capítulo, se analizó las características organizacionales del local de eventos. La base filosófica que se implementó coincide con valores y principios aplicables al giro del negocio, que el personal que integra el local de eventos debe incorporar a su conducta.

La estructura organizacional determinada, es flexible ya que se adapta a los cambios que pudiera tener el local de eventos y responde a un nivel jerárquico que cada miembro del equipo posee, las funciones que cada uno de los empleados debe cumplir fueron descritas, para el personal que labore dentro del local de eventos.

El tipo de proyecto que presenta el local de eventos corresponde a un negocio de carácter familiar y la decisión de continuar con la idea de negocio, hace que el proyecto tome la figura jurídica de compañía de responsabilidad limitada.

CAPÍTULO VII – VALIDACIÓN

7.1 Introducción

El presente capítulo, tiene como finalidad validar el proyecto de inversión propuesto en cada capítulo que integra el estudio de factibilidad para la creación de un local de eventos en el cantón Cayambe, provincia de Pichincha.

La validación se la realiza en base a un criterio de técnicos expertos en temas de evaluación de proyectos de inversión, sobre los diferentes componentes que conforman al estudio de factibilidad.

El método que se aplicará será el que permita obtener una calificación, respecto del nivel de factibilidad en el que se encuentra el presente proyecto. Es decir, si es nada factible, medianamente factible o factible para su implementación.

7.2 Objetivo general

Validar el estudio de factibilidad para la creación de un local de eventos en el cantón Cayambe, provincia Pichincha.

7.3 Objetivos específicos

- Considerar el criterio de técnicos, que validarán la propuesta del presente proyecto.
- Obtener la calificación de cada uno de los componentes, que ayudarán a determinar los resultados de la validación.
- Determinar el rango de factibilidad del presente proyecto.

7.4 Método de validación

Para la validación del presente proyecto se exponen todos los componentes que se desarrollaron a lo largo de la presente investigación, que posteriormente serán evaluados por los técnicos expertos en proyectos de inversión.

7.4.1 Componentes a validar.

Los componentes que serán evaluados se muestran a continuación:

Tabla 103
Componentes a validar

Descripción	Capítulo
Diagnóstico situacional	I
Marco Teórico	II
Estudio de mercado	III
Estudio técnico	IV
Estudio financiero	V
Propuesta organizacional	VI

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

El presente estudio de factibilidad se compone de 6 fases de las cuales, cada una determina una viabilidad diferente.

(Dujisin, 2015), indica que:

- ✓ Viabilidad comercial y competitividad del producto (un bien o un servicio): se refiere a la factibilidad comercial de venta del producto del proyecto. Hay dos cuestiones esenciales a considerar respecto al producto: que sea viable comercialmente y que sea competitivo. La viabilidad comercial se vincula con el cliente específico del segmento de mercado que se pretende llegar.

- ✓ Viabilidad Técnica del Proyecto: se determina mediante un análisis técnico específico (se hace en el estudio técnico o se puede realizar antes) centrado en establecer si se cuenta con las condiciones de factores ingenieriles-técnicos tecnológicos necesarios para elaborar o realizar el producto (bien o servicio)
- ✓ Viabilidad Económica del Proyecto: es la evaluación del proyecto en la perspectiva de rentabilidad, es decir, relación costo-beneficio, vale decir, si todo lo que se invierte y gasta operativamente al final se obtiene un plus de ganancia y de qué monto será esa ganancia neta.
- ✓ Otras viabilidades: dependiendo del proyecto, se puede necesitar evaluar otras viabilidades tales como: legal según el tipo de sociedad que se quiera constituir y si hay impedimentos; ambiental para determinar si existen limitantes medioambientales (ruidos, emisión gases, desechos tóxicos, etc.). (pág. 23)

Por tanto, cada una de las fases que integran al estudio de factibilidad determina una viabilidad diferente como: viabilidad comercial, técnica, financiera, organizacional u otra que según el estudio sea pertinente investigar y que integran los resultados de la investigación para poder decidir si el proyecto puede pasar a su etapa de inversión.

7.4.2 Calificación.

La calificación que los técnicos realizarán a cada componente se realizará de la siguiente manera:

Tabla 104
Calificación

Calificación	Equivalencia
5	Muy viable
4	Viable

3	Medianamente viable
2	Poco viable
1	Nada viable

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

La ponderación que tendrá cada componente, se la realiza en base al peso significativo que posee cada uno de los componentes que conforman el estudio de factibilidad y que serán evaluados por los técnicos.

A continuación, se presenta la importancia del estudio de factibilidad y la importancia de sus fases o componentes.

(Dujisin, 2015), señala que:

> En lo sustantivo, este procedimiento complementa funcionalmente los estudios de mercado, técnico, organizacional y económico-financiero con el plan de negocios del proyecto. La relación funcional es simple: resultado de la elaboración de esos estudios se obtiene y estructura la información cualitativa-cuantitativa de insumo para elaborar el plan de negocios del proyecto. Significa que la consistencia sintética del plan de negocios se debe obtener del trabajo investigativo e información resultante del desarrollo de los estudios de mercado, técnico, organizacional y económico.
>
> para redactar el plan de negocios es necesario elaborar los estudios de mercado, técnico, organizacional y económico, y de ahí, usando los resultados de éstos, se procede a condensar lo sustantivo en éste. (pág. 26)

El estudio de factibilidad es importante dentro de la evaluación de proyectos en su etapa de pre-inversión, y cada una de las fases o componentes que lo integran aportan con información técnica que permiten al emprendedor presentar su plan de negocios a potenciales inversores.

Así la ponderación de cada uno de estos componentes corresponde un peso de igual porcentaje, a pesar de tratarse de fases diferentes que determinan viabilidades diferentes, pero que en importancia todas son iguales al tratarse de proceso funcional.

Tabla 105
Ponderación

Descripción	Ponderación
Diagnóstico situacional	19%
Marco Teórico	5%
Estudio de mercado	19%
Estudio técnico	19%
Estudio financiero	19%
Propuesta organizacional	19%
Total	100%

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Para obtener el resultado de la calificación en porcentaje, se aplicará la siguiente formula:

$$Resultado\ de\ la\ calificación = \frac{Calificación\ por\ componente}{Calificación\ total\ del\ componente} \times Ponderación\ del\ componente$$

7.5 Matriz de validación

El formato de la matriz de validación se presenta a continuación, la cual será llenada por los 3 técnicos expertos en el tema de elaboración y presentación de proyectos. Las matrices se presentan en el **Anexo E:** Matrices de validación.

Tabla 106
Matriz de validación

MATRIZ DE VALIDACIÓN					
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN LOCAL DE EVENTOS EN EL CANTÓN CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA					
MULTIEVENTOS "CAYAMBE"					
VALIDADO POR:					
FECHA:					
Capítulo	Componente por validar	Porcentaje	Calificación	Resultados	Observaciones
I	Diagnóstico Situacional	19%			
II	Marco Teórico	5%			
III	Estudio de Mercado	19%			
IV	Estudio Técnico	19%			
V	Estudio Financiero	19%			
VI	Estudio Organizacional	19%			
	TOTAL	100%			
	FIRMA				

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

7.6 Resultados

A continuación, se presenta el rango de aceptación que tendrá el resultado total de la matriz de validación:

Tabla 107
Rango de aceptación

Rango de aceptación	Factibilidad
90% - 100%	Sí es factible
70% - 89,99%	Es medianamente factible
Menor a 70%	No es factible

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Los resultados obtenidos de la matriz de validación se presentan a continuación:

Tabla 108
Resultados

MATRIZ DE VALIDACIÓN						
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN LOCAL DE EVENTOS EN EL CANTÓN CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA						
MULTIEVENTOS “CAYAMBE”						
Capítulo	Factor por validar	Porcentaje	Msc. Carlos Merizalde	Msc. Ana Espinoza	Msc. Alexandra Mena	Promedio
I	Diagnóstico Situacional	19%	15,20%	15,20%	15,20%	15,20%
II	Marco Teórico	5%	4,00%	4,00%	4,00%	4,00%
III	Estudio de Mercado	19%	15,20%	15,20%	15,20%	15,20%
IV	Estudio Técnico	19%	15,20%	15,20%	15,20%	15,20%
V	Estudio Financiero	19%	15,20%	15,20%	15,20%	15,20%

VI	Estudio Organizacional	19%	15,20%	15,20%	15,20%	15,20%
TOTAL		100%	80,00%	80,00%	80,00%	**80,00%**

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

Al analizar el resultado de la matriz de validación, se puede indicar que el estudio de factibilidad nunca garantiza el 100% de éxito. La contribución que hace el estudio de factibilidad al inversionista es dar criterios de certidumbre para tomar la decisión de inversión, en el caso actual, del estudio de factibilidad para la creación de un local de eventos en el cantón Cayambe, provincia de Pichincha. Se obtiene un promedio de 80% de validación de los docentes designados para la dirección y oposición de trabajo de grado, lo que significa que en las condiciones presentadas el tema tiene, teóricamente según la metodología, mediana factibilidad.

Será oportunidad del inversionista, tomar las medidas y recomendaciones necesarias en la ejecución de la propuesta. Finalmente, se debe aclarar que en esta metodología no se califica lo que en la práctica sucede; esto es, el coraje del emprendedor, la decisión para poner en práctica la propuesta, la perseverancia para superar obstáculos y conseguir implementar este sueño como medio de vida, realización personal, realización profesional, entre otros valores.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones:

1. El diagnóstico situacional realizado en el cantón Cayambe, provincia de Pichincha permitió identificar la disponibilidad de los principales recursos necesarios para la implementación de un local de eventos. Demostrando poseer recurso humano, infraestructura y tecnología idónea para la puesta en marcha de emprendimientos de este tipo. Además, de reconocer los principales controles a los que se encuentran regidos e identificar la existencia de socios estratégicos que dentro del proyecto se convertirán en aliados para la ejecución de la propuesta.
2. La investigación bibliográfica del proyecto consistió en sustentar, a través de bases teóricas científicas por un lado la importancia del desarrollo de un estudio de factibilidad cuando se tiene un proyecto de inversión y se pretende conocer su comportamiento en el mercado a lo largo del tiempo, y por otro lado la conceptualización de cada uno de los componentes que integran al presente estudio de factibilidad.
3. El desarrollo del estudio de mercado analizó las principales fuerzas presentes que inciden en la implementación de cualquier proyecto de inversión. La identificación de la oferta existente permitió conocer la cantidad de locales que existen en el cantón Cayambe y que se dedican a la prestación del servicio de organización de eventos, la aplicación de la encuesta consistió en conocer los gustos, preferencias de los posibles potenciales consumidores del servicio a incorporar en la localidad. Además, de determinar la existencia de una demanda insatisfecha, a ser cubierta por la presente propuesta. La caracterización de las prácticas de marketing que poseen los locales ya existentes, son de ayuda para el

proyecto en cuanto a innovación y valor agregado que pretende diferenciar a los locales ya existentes con el que se implementará.

4. El estudio técnico del proyecto ayudó a sustentar técnicamente los diferentes procesos de la propuesta, determinar la localización óptima a través de la selección de la mejor opción en función a las mejores condiciones e identificar los principales suministros, equipos y tecnología, que serán necesarios para la puesta en marcha del local de eventos. Y determinar la inversión necesaria para el proyecto.
5. La evaluación financiera, permitió determinar el comportamiento de los ingresos y egresos del proyecto, la construcción de los estados financieros importantes para evaluar la rentabilidad del local de eventos. Así, se pudo determinar que el proyecto es rentable por los resultados obtenidos del estado de resultados, que determinó una utilidad al finalizar el ejercicio para los próximos 5 años, también la liquidez que refleja el proyecto es positiva por cuanto guarda estabilidad y minimiza el riesgo de quiebra de la propuesta, el período de tiempo en el cual se recuperará la inversión es relativamente mediano y positivo para el local de eventos. El VAN resultante de la evaluación es positivo $8.596,91 y asegura rentabilidad y beneficio por las ventas del proyecto, el costo beneficio también determina rentabilidad 1,05 valor que es mayor a 1, determinando viabilidad financiera para la propuesta.
6. La propuesta organizacional se realizó en base a lo más adecuado para la puesta en marcha del local de eventos, desde su razón social, hasta la necesidad de seguir con el negocio bajo un nuevo tipo de figura jurídica.

Recomendaciones:

1. En el desarrollo del presente estudio de factibilidad para la creación de un local de eventos en el cantón Cayambe, se pudo determinar la importancia de realizar este tipo de estudios antes de que el proyecto continúe en su etapa de inversión, cada fase del presente estudio determinó una viabilidad diferente y que al final se puede determinar la factibilidad de este. Por tanto, es recomendable realizar estudios de este tipo en el desarrollo de cualquier proyecto de inversión que se desee realizar.
2. Para la ejecución del proyecto, en el diagnóstico se identificó los principales recursos, controles y aliados estratégicos que intervienen en la implementación de un local de eventos, se debe tomar en cuenta como un aspecto importante la consolidación de un lazo continuo y permanente con los diferentes proveedores e instituciones financieras y demás organizaciones, que a más de proveer de recursos al local de eventos, son aliados de vital importancia para la continuidad del local en el mercado.
3. Es importante la implementación de nuevas estrategias de marketing, que permitan estar en continuo contacto con los clientes. Así mismo será importante contar con la actualización de estrategia de publicidad, precio y promociones atractivas para los potenciales consumidores del servicio de organización de eventos.
4. Es importante tener información actualizada en cuanto a la salud financiera del local de eventos, con una periodicidad relativamente corta, con el fin de conocer aspectos financieros como liquidez, estado de la deuda, ingresos, egresos e indicadores de rentabilidad y liquidez comunicados de manera oportuna, para dar pronta solución a posibles problemas financieros.

5. En cuanto a los recursos y talento humano, deberán cumplir con los criterios de calidad necesarios para su incorporación al local de eventos. Así mismo, el personal que laborará en el establecimiento deberá conocer la base filosófica y cumplir con los objetivos planteados.

BIBLIOGRAFÍA

Álvarez, J. M. (2016). *Configuración y usos de un mapa de proceso* . España : Aenor .

Aranday, F. R. (2018). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión* . México : Instituto mexicano de contadores públicos .

Carlos Coello y Gabriel Pérez . (2015). *El proyecto de inversión como estrategia gerencial* . México : Instituto mexicano de contadores públicos .

Carlos Enrique Pacheco Coello, Gabriel Jesús Pérez Brito . (2015). *El Proyecto de Inversión como Estrategia Gerencial* . México : Instituto Mexicano de Contadores Públicos .

Comercio, E. (10 de junio de 2017). Mayor demanda de servicios para eventos entre mayo y agosto. *Mayor demanda de servicios para eventos entre mayo y agosto*, págs. 1-1.

Compañías, L. d. (2017). *Ley de Compañías.*

Corporación Financiera Nacional, C. (Julio de 2017). *cfn.fin.ec.* Obtenido de cfn.fin.ec: https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2017/10/Ficha-Sectorial-Turismo.pdf

Dujisin, J. T. (2015). *PROYECTOS DE NEGOCIOS: MÉTODO PRÁCTICO PARA EMPRENDEDORES* . Chile : USACH .

GADIP CAYAMBE, M. (12 de Noviembre de 2018). *GADIP CAYAMBE*. Obtenido de GADIP CAYAMBE: https://municipiocayambe.gob.ec/

GADIP, C. (2018). *Catastro MINTUR.* Cayambe: MINTUR.

GADIP, CAYAMBE. (21 de MARZO de 2018). Resolución Administrativa N° 009-A-GADIPMC-2018. *ORDENANZAS MUNICIPALES* . Cayambe , Pichincha , Ecuador .

Galindo, C. G. (2014). *Bachillerato General: Administración* . México : Grupo Editorial Patria .

Herrera, J. E. (2014). *Proyectos: Enfoque gerencial* . Bogotá : Ecoe Ediciones .

ISO 9001. (2015). *ISO 9001.* Ginebra: Secretaría Central de ISO.

Javier Gullo y Juan Pablo Nardulli . (2015). *Gestión Organizacional* . Buenos Aires : Maipue .

Julián Villanueva, Juan Manuel de Toro . (2017). *Marketing Estratégico* . España: Universidad de Navarra.

López, F. J. (2017). *Costeo con base en procesos* . Colombia : Ecoe Ediciones .

María Eugenia Caldas Blanco, Reyes Carrión Herráez y Antonio J. Heras Fernández. (2017). *Empresa e iniciativa emprendedora* . España : Editex .

mercantil, R. (enero de 2017). *registro mercantil* . Obtenido de registro mercantil: http://registromercantil.gob.ec/

PDYOT. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Cayambe.* Cayambe: PDYOT.

Salazar, A. B. (2018). *¿Cómo gestionar las inversiones? su proceso de planificación, organización, dirección y control.* Córdoba : El Cid Editor .

Sanchez, R. J. (2014). *Cómo organizar eventos con éxito* . Buenos Aires : Ugerman Editor .

Teresa Vallet Bellmunt, Antonio Vallet Bellmunt, Llu Vallet Bellmunt, Emilia Casanova Calatayud, Victor del Corte Lora, Marta Estrada Guillén, Juan Carlos Fandos Roig, Valentín Gallart Camahort, Pilar Monte Collado . (2015). *Principios de Marketing Estratégico* . Universitat Jaume .

Turismo, M. d. (Septiembre de 2018). *Ministerio de Turismo* . Obtenido de Ministerio de Turismo : https://www.turismo.gob.ec/

Uribe, J. A. (2015). *Proyectos de Inversión para las PYME* . Bogotá : Ecoe Ediciones .

ANEXOS

Anexo A: Encuesta dirigida a los potenciales demandantes de servicios de eventos sociales en el cantón Cayambe, provincia de Pichincha

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS POTENCIALES DEMANDANTES DE SERVICIOS DE EVENTOS SOCIALES EN EL CANTÓN CAYAMBE, PROVINCIA PICHINCHA

Descripción:

La presente encuesta tiene como finalidad realizar el estudio de mercado e identificar la necesidad de la creación de un local de eventos en el Cantón Cayambe, Provincia de Pichincha.

1. Seleccione con una (X) la respuesta que usted considera conveniente:
¿Con que frecuencia asiste Ud. a eventos sociales?

a. Al menos una vez por mes ☐
b. Al menos una vez por bimestre ☐
c. Al menos una vez por trimestre ☐
d. Al menos una vez por cuatrimestre ☐
e. Al menos una vez por semestre ☐
f. Al menos una vez por año ☐
g. Otro ☐ ¿Cuál?.....

2. De las siguientes opciones ¿Cuáles valoraría al momento de contratar el servicio de un local que organice todo tipo de eventos sociales?

Califique del 1 al 5. Siendo 5 muy importante, 4 importante, 3 no muy importante, 2 poco importante y 1 nada importante.

a. Arreglos florales ☐
b. Alimentación ☐
c. Capacidad de invitados ☐
d. Maestro de ceremonias ☐
e. Artistas ☐
g. Organización ☐
h. Creatividad ☐

f. Ambiente ☐

i. Otro ☐ ¿Cuál?.....

3. ¿Cuál es el número de invitados a los eventos a los que Ud. asiste?

a. Hasta 10 personas ☐
b. Hasta 20 personas ☐
c. Hasta 30 personas ☐
d. Hasta 40 personas ☐
e. Hasta más de 50 personas ☐
f. Otros ¿Cuáles?.....

4. ¿Está de acuerdo con la creación de un local que se dedique a la organización de eventos de todo tipo, en la localidad de Cayambe?

a. Muy de acuerdo ☐
b. De acuerdo ☐
c. No muy de acuerdo ☐
d. Poco de acuerdo ☐
e. Nada de acuerdo ☐

¿Porqué?.....

5. ¿Qué tipos de eventos cree Ud. que deberían organizarse en el local que presta este tipo de servicio?

a. Matrimonios ☐
b. Quince años ☐
c. Graduaciones ☐
d. Eventos corporativos ☐
e. Confirmaciones ☐
f. Bautizos ☐
g. Otros ☐ ¿Cuáles?.....

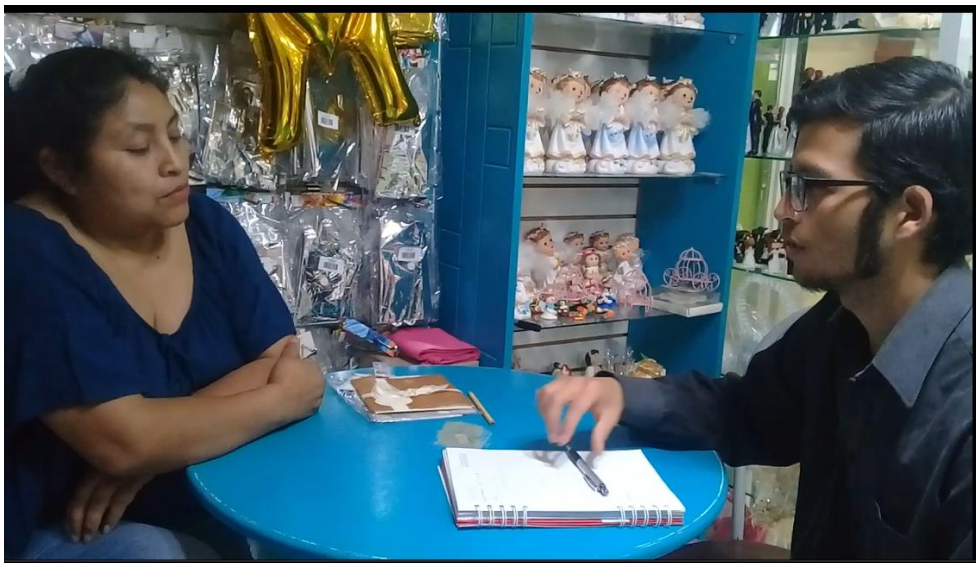
6. ¿Cuáles piensa usted, que serían los beneficios del mencionado servicio para las personas del Cantón Cayambe, Provincia de Pichincha?

a. Crecimiento económico ☐
b. Generación de empleo ☐
c. Esparcimiento/Recreación ☐

Otros ☐ ¿Cuales?.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

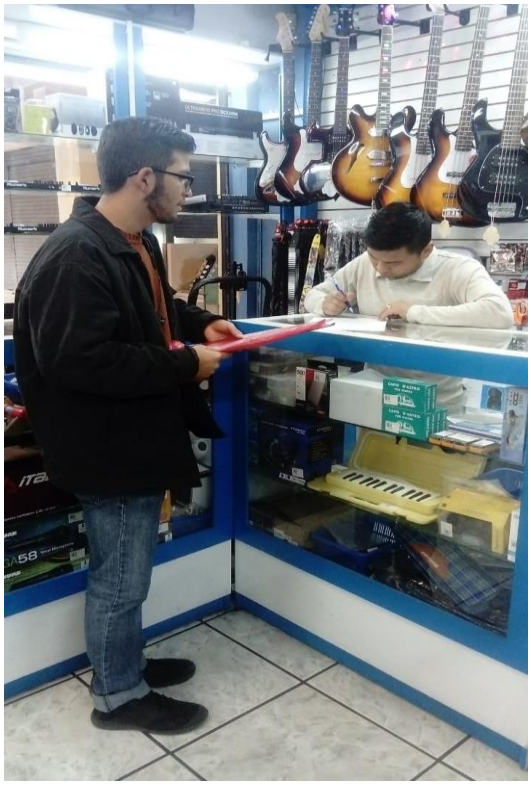
Anexo B: Entrevista a la señora Diaz Navas Gloria Inés propietaria de Sala de recepciones Shak & Rodiz

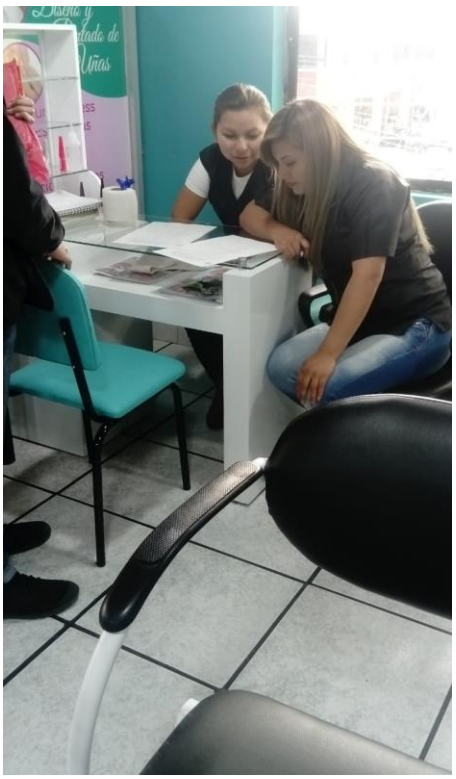


Anexo C: Encuestas estudio de mercado









Anexo D: Entrevistas a dueños de los locales de eventos de la ciudad de Cayambe





Anexo E: Matrices de validación

MATRIZ DE VALIDACIÓN					
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN LOCAL DE EVENTOS EN EL CANTÓN CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA					
MULTIEVENTOS "CAYAMBE"					
VALIDADO POR: Msc. Merizalde Leiton Carlos Ernesto					
FECHA: 15/06/2019					
Capítulo	**Componente por validar**	**Porcentaje**	**Calificación**	**Resultados**	**Observaciones**
I	Diagnóstico Situacional	19%	4	15,20%	
II	Marco Teórico	5%	4	4 %	
III	Estudio de Mercado	19%	4	15,20 %	
IV	Estudio Técnico	19%	4	15,20%	
V	Estudio Financiero	19%	4	15,20 %	
VI	Estudio Organizacional	19%	4	15,20%	
TOTAL		100%	24	80,00%	
FIRMA					

MATRIZ DE VALIDACIÓN					
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN LOCAL DE EVENTOS EN EL CANTÓN CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA					
MULTIEVENTOS "CAYAMBE"					
VALIDADO POR: Msc. Mena Vásquez Alexandra Antonieta					
FECHA: 15/06/2019					
Capítulo	Componente por validar	Porcentaje	Calificación	Resultados	Observaciones
I	Diagnóstico Situacional	19%	4	15,20 %	
II	Marco Teórico	5%	4	4,00 %	
III	Estudio de Mercado	19%	4	15,20 %	
IV	Estudio Técnico	19%	4	15,20 %	
V	Estudio Financiero	19%	4	15,20 %	
VI	Estudio Organizacional	19%	4	15,20 %	
TOTAL		100%	24	80,00 %	
FIRMA					



MATRIZ DE VALIDACIÓN					
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN LOCAL DE EVENTOS EN EL CANTÓN CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA					
MULTIEVENTOS "CAYAMBE"					
VALIDADO POR: Msc. Espinosa Torres Ana Lucía					
FECHA: 16/06/2019					
Capítulo	Componente por validar	Porcentaje	Calificación	Resultados	Observaciones
I	Diagnóstico Situacional	19%	4	15,20%	
II	Marco Teórico	5%	4	4%	
III	Estudio de Mercado	19%	4	15,20%	
IV	Estudio Técnico	19%	4	15,20%	
V	Estudio Financiero	19%	4	15,20%	
VI	Estudio Organizacional	19%	4	15,20%	
TOTAL		100%	24	80,00%	
FIRMA					