

Plan de negocios para la creación de una empresa organizadora de eventos en la ciudad de Guayaquil

Daniel Jossepp Contreras Moscol, Linda Elizabeth Zerna Flores, Ángel Gabriel Bravo Campoverde
Msc. María Elena Romero Montoya (Director de Tesis)
Facultad de Economía y Negocios
Escuela Superior Politécnica del Litoral
Campus Gustavo Galindo Km 30.5 vía Perimetral, apartado 09-01-5863
Guayaquil, Ecuador
djcontre@espol.edu.ec, linzerna@espol.edu.ec, gbravo@espol.edu.ec, meromero@espol.edu.ec

Resumen

Este proyecto surge como una solución a las empresas insatisfechas con la calidad de sus eventos y aquellas empresas que no han realizado eventos pero si es importante para estas. Es un mercado nuevo en Ecuador que esta creciendo a un ritmo rápido, nuestro proyecto en si pretende crear una compañía referente de la calidad, variedad, innovación y creatividad en cuanto a diseñar y organizar eventos se refiera y brindar solución a las empresas al momento de diseñar y organizar eventos sociales, lanzamientos de productos y capacitaciones. Este proyecta presenta un plan de negocios para poner en marcha una empresa Organizadora de Eventos, quien se encargara de todos los detalles en el diseño, coordinación y control de un evento. El proyecto está dirigido a empresas que no cuentan con un departamento específico para realizar eventos en su compañía y que no cuentan con tiempo suficiente para organizar un evento. La función principal de este proyecto es crear una empresa que a través del diseño convierta el evento anhelado para toda empresa en una realidad y así lograr que su evento sea el mejor de todos. De esta manera podemos ahorrar el tiempo de las empresas (clientes) y ampliar las oportunidades de negocios de los proveedores.

Palabras Claves: *Eventos sociales, lanzamientos de productos, capacitaciones.*

Abstract

This project comes as a solution to companies dissatisfied with the quality of its events and those companies that no events have been held but it is important for them. It is a new market in Ecuador that is growing at a rapid pace, our project itself aims to create a company regarding the quality, variety, innovation and creativity in designing and organizing events concerns and provides solutions to companies when designing and organizing social events, product launches and training. This project presented a business plan to launch a business meeting planner, who will take care of every detail in the design, coordination and event management. The project is aimed at companies that do not have a specific department for events in your company and who do not have enough time to organize an event. The main function of this project is to create a company through the design becomes the yearned for every business event a reality and thus make your event the best ever. This way we can save time for companies (customers) and expand business opportunities for suppliers.

Keywords: *Social events, product launches, training.*

1. Introducción

En la actualidad, las empresas que ven en su personal el pilar fundamental para el crecimiento y competitividad de esta, sienten la necesidad de reconocerlos, premiarlos y honrarlos en ciertos actos de conomiento público como el día del padre, de la madre, Navidad u otros eventos por iniciativa del empleador como la celebración de aniversario de creación de la empresa.

El fin es proyectar una gran imagen como empresa y hacer sentir bien a sus empleados, atendiéndolos de la mejor manera posible, buena comodidad, buena música, un lugar que se adapte a la actividad que se esté realizando, etc. Pero al momento de hacer los preparativos para desarrollar el evento de manera exitosa, surge el gran problema para la empresa, tiempo, información, falta de creatividad. Normalmente las diferentes compañías no cuentan con un departamento que se dedique exclusivamente a la organización de dichos eventos corporativos, algunos porque consideran que es un gasto innecesario.

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

2. Objetivos del Proyecto

2.1 Objetivo General

- Determinar la factibilidad y viabilidad económica de establecer una organizadora de eventos empresariales en la ciudad de Guayaquil.

2.2 Objetivos Específicos

- Determinar el tamaño de la demanda a satisfacer.
- Determinar el monto de inversión necesario, los costos para el desarrollo e implementación del servicio y el tiempo que tomará recuperar la inversión.
- Analizar la factibilidad y viabilidad financiera de llevar a cabo el proyecto.

3. Análisis Organizacional

3.1 Misión

Crear una Organizadora de eventos corporativos que ofrezca un servicio de calidad, con atención, rápida, eficiente y cordial encaminando nuestras actividades

de organización, planeación y diseño a la obtención de la total satisfacción de nuestros consumidores.

3.2 Visión

Posicionar a la Organizadora de eventos como una empresa líder y símbolo de confianza, diseño y confort.

3.3 Constitución de nuestra empresa

Según el Art. 94, de la Ley de Compañías “La Compañía de responsabilidad limitada es la que se solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva.”.

Teniendo en cuenta este concepto una de las decisiones más importantes para la creación de una empresa está la determinación de una compañía que está registrada. TDISEÑO EVENTOS Cía. Ltda. será constituida como una empresa de responsabilidad limitada.

3.3.1 Número de Socios

“La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil. El mínimo de socios es tres y el máximo quince”, basándonos en este concepto concluimos que para iniciar las actividades de la empresa TDISEÑO EVENTOS Cía. Ltda. se recurrirá al pedido de aporte de tres socios.

3.3.2 Nombre de la empresa

El nombre de nuestra empresa será TDISEÑO EVENTOS Cía. Ltda. y esta se registrará por los principios de propiedad y de inconfundibilidad o peculiaridad, según lo dicta el Art. 16 de la Ley de Compañías.

3.3.3 Razón social

La razón social de nuestra empresa es brindar el servicio de Organización de eventos Corporativos; acogiéndose a lo expedido en el Art. 94 de la Ley de Compañías que nos dice que toda empresa de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad las realizaciones de toda clase de actos civiles o de comercio

3.4 Organigrama

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

Al ser una empresa pequeña, debe de ser de responsabilidad limitada.

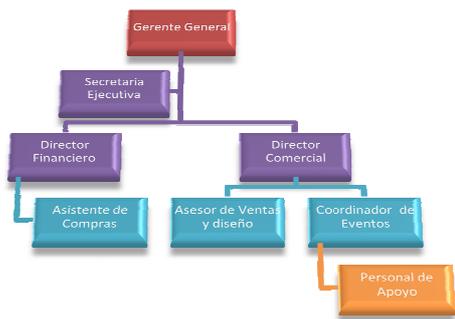


Figura1. Organigrama.

3.5 Remuneraciones

El sueldo mínimo en la empresa será de \$290 para el personal de apoyo y el máximo sueldo será el del Gerente General \$1000.

A los asesores de ventas-diseño y al director comercial se les reconocerá una comisión del 0,10% por cada evento realizado.

Tabla 1. Descripción de Cargos y Remuneraciones.

Puesto	Sueldo
Gerente general	\$1.000,00
Director financiero	\$ 500,00
Director comercial	\$ 650,00
Asesor ventas-diseño	\$ 400,00
Asistente compras	\$ 350,00
Coordinador de eventos	\$ 375,00
Recepcionista	\$ 300,00
Personal de apoyo	\$ 290,00

3.6 Localización de la empresa

La oficina de atención a clientes potenciales de TDISEÑO EVENTOS Cia. Ltda. Se encuentra ubicada en la ciudadela Kennedy (torres del norte), en el Norte de Guayaquil; es un sector estratégico donde los consumidores tendrán fácil acceso.

3.7 Responsabilidad social de la empresa

Al ser una empresa de servicios y no llevar a cabo ninguna actividad productiva, la empresa carece de responsabilidad social referida al medio ambiente. Aunque en los eventos que se lleven a cabo se implementará la diferenciación de desechos en peligrosos, reciclables y no reciclables, para así contribuir a la reducción de contaminación del entorno.

4. Análisis del Mercado

4.1 Metodología

Para el estudio de mercado de TDISEÑO EVENTOS Cia. Ltda. En la ciudad de Guayaquil, el diseño de la investigación de mercado que vamos a utilizar es descriptivo.

Se realiza una prueba piloto para estimar la probabilidad de aceptación y rechazo. Con los datos obtenidos de la prueba piloto, destacamos el porcentaje de aceptación y de rechazo de para hallar el tamaño de la muestra, que se la obtendrá mediante la siguiente fórmula matemática:

$$n = \frac{Npq}{(N-1)\frac{B^2}{4} + pq}$$

Donde:

N: Es la población Objetivo = 1251

p : Nivel de aceptación = 0,89

q : Nivel de rechazo (1-q) = 0,11

Para la recolección de datos se utilizan encuestas a través de un cuestionario, con preguntas claras y concisas se las efectuará a las empresas que se encuentren ubicadas en la ciudad de Guayaquil.

4.2 Estimación de la demanda

Para obtener una estimación bastante objetiva de la demanda no satisfecha en nuestro segmento objetivo tomaremos el porcentaje de empresas que tienen ingresos iguales o mayores a \$1.000.000 que según el estudio de mercado es del 82%, luego tomaremos la proporción de las empresas que contratan a un proveedor externo para la organización de sus eventos y la proporción de clientes de estos proveedores no satisfechos con el nivel de servicio actual, respectivamente.

Con el análisis de las encuestas realizadas obtuvimos que del 60% de los encuestados que “si” realizan eventos corporativos el 71% de ellos están dispuestos a contratar nuestros servicios, es decir que el 42.59% del total de los encuestados es nuestro primer objetivo para calcular la demanda, sin embargo tenemos que hallar la demanda no satisfecha, es decir que se realiza un contraste entre las empresas que si tienen una organizadora de eventos y los consumidores no satisfechos de la industria, esta proporción es del 8.71%.

El segundo segmento está basado en el 40% de total de los encuestados que no realizan eventos corporativos del cual el 78% le da importancia a este tipo de eventos, sin embargo solo el 81% del subtotal anterior desea contratar nuestros servicios. Si realizamos un contraste entre las tres variables anteriores su resultado sería que el 27% de este segundo segmento es nuestro mercado objetivo.

Tomando igualmente la información de que el 70,04% de empresas de nuestro mercado objetivo realizan en la actualidad eventos corporativos a un promedio anual de doce eventos y un presupuesto aproximado de \$7052,63, La demanda potencial de la industria insatisfecha es de veintidós millones setecientos veintisiete mil novecientos veintinueve dólares americanos, con ochenta centavos.

Debido a que las expectativas de atender la demanda se encuentra sujeta a la capacidad productiva

de la empresa, es que TDISEÑO EVENTOS Cia. Ltda. va a cubrir el 5% de los eventos de la demanda insatisfecha de la industria, que serían ciento sesenta y un eventos que se van a diseñar en un año, a través de los cálculos que se realizan nos muestra los ingresos anuales de \$ 187.313,00.

5. Marketing Mix

5.1 Producto

La empresa tiene como fin la prestación de un servicio completo y de calidad a cada uno de sus clientes, mediante el cual se busca satisfacer las necesidades de éstos.

Este servicio se diseñará de acuerdo a las especificaciones del cliente y de lo que espera de su evento, nosotros nos encargamos de todos los detalles y confeccionamos un servicio personalizado, en el tiempo y la forma que fue estipulado por el cliente.

Se ofrece en tres paquetes diferentes el servicio, evento tipo A, B y C. El tipo A será de carácter exclusivo puesto que incluirá todos los servicios que el cliente necesite y solicite; el tipo B se caracteriza por ser de media exclusividad puesto que se restringe al presupuesto del cliente, el tipo C no es exclusivo ni medianamente exclusivo pero la premisa indicada anteriormente tampoco pretende inducir hacia baja calidad sino mas bien a un ajuste de los requerimientos que el cliente pueda tener.

Todos los requerimientos del evento serán subcontratados por nuestra empresa, contando con proveedores especializados en los diferentes productos y servicios necesarios para llevar a cabo eventos corporativos, dando un servicio completo y con altos estándares de calidad. Por lo cual se maneja una base de datos de aquellos proveedores que se necesitan para la organización del evento.

5.1.1 Eventos Sociales

En estos eventos sociales incluyen eventos de integración, aniversarios de empresa, reconocimientos, etc. Ponemos a su disposición todo tipo de artistas y espectáculos para la animación de sus eventos, con ideas innovadoras, únicas y acordes a las necesidades de los clientes, garantizando la integración de los empleados de la compañía.

5.1.2 Capacitaciones, seminarios, exposiciones y congresos

Son eventos dirigidos principalmente al personal de la empresa, aunque en algunos casos es el servicio que ofrece nuestro cliente en el mercado, tales como consultoras, institutos educativos, etc. Suelen llevarse a cabo dentro y fuera de las instalaciones de las empresas.

Por lo general estos eventos son de bajo presupuesto pero de mucha participación en el mercado.

5.1.3 Lanzamientos de productos

Los lanzamientos de nuevos productos, nuevas líneas, nuevas marcas, fusiones o inauguraciones generalmente están acompañados de agencias publicitarias sin embargo no solo diseñamos y producimos eventos si no que también nos adaptamos a proyectos ya diseñados. La combinación de personal, espectáculos e infraestructura nos permite ofrecer ideas originales para cualquier presentación de producto, creando así espectáculos a su medida.

5.2 Precio

La Demanda es inelástica con respecto al precio: según información de las encuestas, los clientes aceptaban precios altos, siempre y cuando exista variedad y calidad en el servicio. TDISEÑO EVENTOS Cia. Ltda. cobrará una tarifa según el presupuesto del evento, si el evento es menor a \$10.000 la comisión será de \$1000, eventos entre \$10.000 y \$20.000 la comisión será de \$1500, para eventos cuyos costos sean mayores a \$20.000 se cobrará \$2.000.

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

Los precios estarán definidos por las variables descritas a continuación, las cuales afectan el precio de manera directa (costoso ó económico):

- Número de personas que asisten al evento.
- Salón donde se realizará el evento.
- Menú del evento.
- Costos logísticos.
- Costos de publicidad y promoción.

5.3 Plaza

Las actividades que realiza la empresa para hacer accesible el servicio al mercado meta se basa en una política de distribución directa como plaza para nuestro proyecto, con una oficina central en la ciudad de Guayaquil destinada a la atención de clientes: y un canal directo mediante contacto presencial o telefónico con el Cliente, por parte del Área de Ventas-Diseño.

5.4 Promoción

Como nuestro proyecto recién está ingresando a la industria, se diseñará nuestros propio evento de inauguración donde se invitará a los gerentes principales que componen nuestro segmento, esta será nuestra promoción de apertura, además se organizará todas las actividades de promoción necesarias para que la empresa pueda comunicar las cualidades y características de sus productos y servicios, cuyo fin consiste en persuadir a los clientes para que compren el

servicio que le proporcionamos. Estas actividades incluyen: publicidad, venta personal, promoción de ventas.

Unos de nuestros principales objetivos es que nuestro cliente sea fiel a la compañía por lo cual se le aplicarán descuentos a clientes habituales. Y un 2% de descuento a todos los cliente por pronto pago.

También se van a realizar descuentos que dependerá del monto y la cantidad de eventos por un mismo cliente.

Una manera de posicionarnos en el mercado es teniendo un atributo especial como la implantación de beneficios únicos de la marca y de la diferenciación respecto de la competencia que son la cualidades que poseemos en el diseño de sus eventos

La estrategia de posicionamiento de nuestra empresa será "Para empresas que desean realizar un evento exclusivo e inolvidable, TDISEÑO EVENTOS Cia. Ltda. lo hace realidad"

Tabla2. Descuentos en la organización de eventos

Monto	Numero de Eventos			
	2	3	4	> 4
< \$4000	0%	0.5%	1%	1.5%
\$4000-\$7000	0.5%	1%	1.5%	2%
\$7000-\$10000	1%	1.25%	1.75%	2%
\$10000-13000	1.25%	1.5%	1.8%	2%
\$13000-16000	1.5%	1.75%	2%	2.25%
\$16000-20000	1.75%	2%	2.25%	2.5%
> \$20000	2%	2.5%	2.75%	3%

6. Estudio Financiero

6.1. Plan de financiamiento

Se han considera dos puntos importantes en cuanto a la forma de financiamiento propio y externo y en el uso de la inversión inicial.

6.1.1 Política de financiamiento

Se financiara nuestro proyecto vía préstamo a la Corporación Financiera Nacional por la cantidad de \$45,898.66 con una tasa del 10,5%(tasa mínima bancaria) y con 24 pagos mensuales de \$ 2,128. Además del préstamo a la CFN, contaremos con una aportación de los socios de TDISEÑO EVENTOS CIA. LTDA. de \$3.000,00 lo cual suma al total de lo requerido para empezar el proyecto.

6.1.2 Inversión Requerida

La inversión requerida antes de la puesta en marcha debe tomarse en cuenta valores requeridos para poder invertir, desde el punto de vista de lo tangible o intangible de estos valores. Estas cifras pueden agruparse en la siguiente clasificación: capital de trabajo, activos fijos y costos.

El Capital de trabajo es el dinero que se necesita para producir, básicamente se trata del monto necesario en caja para solventar los requerimientos de circulante

mientras se realizan los cobros de recuperación. La inversión en capital de trabajo es una inversión en activos corrientes: efectivo inicial, inventario, cuentas por cobrar e inventario, que permita operar durante un ciclo productivo, dicha inversión debe garantizar la disponibilidad de recursos para la compra de materia prima y para cubrir costos de operación durante el tiempo requerido para la recuperación del efectivo.

Otro elemento clave en el análisis de inversión en capital de trabajo, es el monto de materiales, suministros (el objetivo del proyecto es contar con las unidades de negocio, disponer de todos los mecanismos y accesorios adecuados para el montaje y organización de eventos, así como también poner a disposición el equipo requerido).

Tabla3. Inversión Inicial

Inversiones fijas	Monto
Vehículos	\$23.990,00
Equipos de oficina	\$ 8.910,65
Muebles de oficina	\$ 7.174,44
Instalaciones	\$ 525,00
Total de inversiones fijas	\$40.600,09
Capital de trabajo	\$7.519,92
Gastos de constitución	\$778,65
Total	\$48.898,66

Luego, determinamos la inversión en activos fijos, es decir las compras estipuladas en el plan operativo. El activo fijo de mayor inversión es el vehículo, por un monto de \$23.990, seguido por los equipos de oficina con \$8.911, Por último, tenemos la inversión en activos diferidos, que se dan de los gastos operativos determinado en función del tiempo requerido para empezar el proyecto, gastos de constitución.

TDISEÑO EVENTOS Cía. Ltda. Tendrá una inversión inicial de \$48,898.66 dólares, la cual cubre con todos los requerimientos necesarios para empezar nuestro proyecto, incluso esta cifra respalda hechos o problemas imprevistos, que puedan suscitarse en el transcurso del negocio.

6.2 Proyección de Ingresos

Hemos decidido proyectar los ingresos a 5 años, para poder determinar el margen de ganancias que recibiremos por los eventos a realizar anualmente.

Tabla4. Ingresos Anuales

Periodo	Ingresos
Año1	\$187.313
Año2	\$196.678
Año3	\$206.512
Año4	\$216.838
Año5	\$227.680

6.3 Proyección de Egresos

Para estimar los egresos nos hemos valido de los gastos en los que se recurrirá en el transcurso de la puesta en marcha del servicio, teniendo al primero la compra y el alquiler de material para cada tipo de evento. Además de ello, en muchos de los casos,

dependiendo del evento que el cliente contrate, como parte del servicio se incluirá Servicio de Catering este servicio tiene un aditamento especial, ya que para su determinación hemos analizado proyectarlo por numero de invitados (100, 200, 300, etc.).

Luego de este análisis, debemos tener los costos resultantes del consumo de servicios básicos como Internet, llamadas telefónicas, en el área Administrativa (oficina) proyectados en el año, entre ellos están luz, agua, etc. También tomamos en cuenta los Gastos de Arrendamiento, necesarios para almacenar los equipos, un área de ciento cincuenta metros cuadrados para que el personal pueda realizar sus funciones diarias y cuente con sus respectivos departamentos.

Alquilaremos una oficina, en el sector Kennedy norte, un sector estratégico, debido a que se encuentra cerca a empresas grandes y está a pocos minutos del centro de la ciudad, un área de ciento cincuenta metros cuadrados que incluye dos baños, dos garajes y guardianía, con un costo de \$1000 mensuales.

Otro gasto de significativa importancia son los sueldos y salarios a cancelar al equipo de trabajo teniendo como el mínimo \$290 y el máximo \$1000, consideramos un presupuesto de \$4,930.00 para pagos mensuales y \$59,534.63 anualmente, los salarios forman parte de la distribución que tenemos que destinar para el total de gastos.

Además hemos estimado la cantidad óptima y eficiente de número de trabajadores que maximizan la utilidad de nuestra empresa concluyendo que hemos destinado un total de diecisiete elementos por puesto (recordando que nuestra empresa contará con nueve departamentos)

El último de los egresos de los que también entra en este análisis es el de gastos operativos, administrativos y ventas, Entre los valores de mayor importancia está la creación de una página Web y la publicidad en revistas.

6.4 Estados financieros

6.4.1 Estado de Resultados

Nuestro Estado de Resultados está determinado por el desglose de los ingresos y gastos que obtendremos anualmente por la puesta en marcha del proyecto.

Los ingresos es la suma de los eventos a realizarse mensualmente de lo cual hemos obtenido un total de \$187,313 al primer año y en promedio ingresos mensuales de \$15,609.

No poseemos ningún costo por lo que establecemos un valor de cero y por ende obtendremos un Margen Bruto similar al ingreso, tanto los ingresos como el Margen son estimados para el primer año. Desglosando los gastos tenemos, los administrativos que comprenden los salarios y por otra parte tenemos los gastos financieros.

Por concepto de Gastos Administrativos y Ventas al año, que resulta de la suma del total de los salarios, la depreciación, arriendos, servicio básicos telefonía

celular, Internet y publicidad tenemos un total de \$108,912.64

Tabla5. Estado de Resultados

Tdiseño eventos s.a.		
Estado de pérdidas y ganancias		
En dólares		
	Año1	Año2
Ingresos	\$187.313	\$196.678
No.eventos	\$161.000	\$170.000
Costo	\$ -	\$ -
Utilidad bruta	\$187.313	\$196.678
Gastos adm		
Total g.adm.	\$108.912,64	\$113.993,39
U. Operacional	\$78.400,19	\$82.685,08
Margen operacional	41,86%	42,04%
G.financieros	\$3.792,36	\$1.395,34
U.a.i.i	\$74.607,83	\$81.289,74
Part. Trabajadores	\$11.191,18	\$12.193,46
Impuestos	\$22.195,83	\$24.183,70
Utilidad neta	\$41.220,83	\$44.912,58
Margen neto	22,01%	22,84%

Por otra parte tenemos los gastos Financieros obteniendo al año un total de \$3,792.36. Luego, encontramos el UAII con un resultado promedio de \$6,217.32 mensuales y \$74,607.83 anual, el total de gastos Administrativos y el total de Gastos Financieros.

Procedemos después al cálculo de la Participación (15%) e impuestos (35%) para obtener la Utilidad Neta distribuyendo los valores tenemos que por participación tenemos un total de \$11,191.18 anuales y \$22,195.83, por concepto de impuestos, claro está que este valor también está proyectado de manera anual.

Finalmente, hemos obtenido la cantidad de \$43,220.83 de utilidad neta en el primer año lo cual consideramos un panorama aceptable, lo cual termina haciendo viable nuestro proyecto.

6.4.2 Flujo de Efectivo

Dando un previo preámbulo esta herramienta nos mostrará a la posición de efectivo dentro de la empresa y como esta varía durante el período del Estado de Resultado.

Describiendo nuestro Flujo de Efectivo tenemos una proyección a cinco años, donde mostramos el movimiento del dinero ya se incrementándose por los ingresos que se van a percibir o disminuyendo por los gastos en los que se va a incurrir, ambos con sus respectivas proyecciones.

Por el lado de los ingresos estos no difieren en relación a los detallados en el Estado de Pérdidas y Ganancias, es decir poseen el mismo valor.

Explicando los gastos, estos se los ha dividido en Administrativos y Financieros, estos al igual que en el caso de los ingresos, tampoco se diferencian de los obtenidos en el Estado de Resultados, de igual manera incluimos tanto la participación, los impuestos y la depreciación obtenidos anteriormente. La parte diferente empieza en el desglose e inclusión de la Amortización, que constituye la suma de las

amortizaciones de los períodos, obtenidos de la diferencia entre los intereses y el pago (recordando que los intereses son el 10,5% y valor del pago es \$2,128.60) obteniendo el valor de \$21,750.82 para el primer año, junto con la proyección a cinco años.

Finalmente, obtenemos los flujos Anuales para cada año empezando por el Año cero, el cual resulta de la suma entre el total de inversiones fijas más el capital de trabajo y más los gastos de constitución, detallando tenemos un total negativo de \$48,898.66 debido a que fue una salida de dinero, luego para los posteriores años (es decir a partir del año uno) obtuvimos el valor de \$34,065.15 para el primer año lo cual es positivo en nuestras expectativas y aspiraciones.

6.5 Análisis de Rentabilidad

6.5.1 Valor actual neto (VAN)

Conceptualizando brevemente el VAN o Valor actual Neto es el valor de los Flujos de Efectivo esperados menos la inversión Inicial del Proyecto.

Por lo que en el caso particular de TDISEÑO EVENTOS Cía. Ltda. fue calculado con la suma de los Flujos Anuales y el valor de la TMAR, esta tasa es del 15.41% obteniendo así un valor de \$102,342.56 por concepto del VAN.

Este valor nos indica que ya la inversión en este proyecto además de ser factible, tiene un valor económico adicional, lo cual es altamente positivo, ya que los accionistas podrán recuperar su inversión en un corto plazo y también obtendrán una buena utilidad.

6.5.2 Tasa interna de retorno (TIR)

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

La TIR obtenida en el flujo de caja para la realización del Proyecto de eventos es de 82,45%.

Nuestro objetivo es concluir si el proyecto es viable, con el estudio de la tasa interna de retorno, por esta razón la vamos a comparar con la tasa TMAR.

6.5.3 Tasa mínima atractiva de retorno (TMAR)

Debido a que el sector en el cual vamos a invertir no cuenta con información histórica en el Ecuador ya que es nuevo, para estimar la tasa mínima atractiva de retorno esperada por el inversionista, utilizaremos como base la tasa de interés que nos cobra por el préstamo la CFN que es del 10,5%, más una prima de riesgo por invertir en Ecuador del 4.91%.

Con lo cual se obtiene una TMAR del 15,41%.

La prima por riesgo es la diferencia entre la rentabilidad del mercado accionario ecuatoriano

representado por el Ecuindex que al 19/02/2010 es del 8,70% y la tasa de invertir en el activo mas seguro del mundo que son los bonos del tesoro americano a un plazo de diez años que a la fecha actual rinde el 3,79%

Finalmente podemos concluir que el proyecto es viable, puesto que la TMAR es menor que la TIR (15.41% es menor que 82.45%).

6.5.4 Payback

Esta herramienta nos permite obtener en cifras reales el tiempo de recuperación de la inversión, esta información es muy útil para nosotros y para los inversionistas que colaboraron con la financiación de nuestro proyecto.

Los datos los tomamos de los valores obtenidos en la inversión inicial, los flujos anuales para cada año (desde el uno hasta el cinco) y la TMAR.

El tiempo de recuperación de la inversión para nuestro proyecto es de dos años.

6.6 Análisis de Sensibilidad

Toda evaluación de proyectos merece un estudio previo de impactos eventuales que pueden ocasionarse en el transcurso del tiempo o desarrollo del proyecto. Posibles cambios en variables de interés, tales como precios, unidades de venta, TMAR, comportamientos de riesgos involucrados, cambios considerables que puedan afectar al proyecto. De modo que, para el conocimiento de dichos eventos existe la posibilidad de efectuar un análisis de sensibilidad, mediante el cual se puede determinar que tan sensible es el valor actual neto (VAN) del proyecto ante posibles cambios en dichas variables.

En los proyectos de inversión existe la posibilidad de que existan tres posibles escenarios: Optimista, Moderado y Pesimista; aunque si bien es cierto, en la práctica pueden existir una gran cantidad de escenarios o situaciones adversas, de riesgo y de éxito por cada uno.

En el caso particular de nuestro proyecto escogimos las variables numero de eventos y gastos administrativos, porque son a nuestra consideración las de mayor importancia, y ante una disminución o incremento de las variables mencionadas anteriormente, tendrá un efecto trascendental en los resultados finales de nuestro proyecto.

Tabla6. Análisis de Sensibilidad

TIR			
Variables	-32%	0%	71%
No. Eventos	14,85%	82,45%	226,57%
Gastos adm	111,55%	82,45%	14,65%
VAN			
Variables	-32%	0%	71%
No. Eventos	-\$780,71	\$102.342,6	\$329.524,5
Gastos adm	\$148.942,4	\$102.342,6	-\$1.050,78

Para que la TIR sea menor que la TMAR y se obtenga un VAN negativo, tendría que disminuir el

número total de eventos que deseamos realizar en un 32%.

La TIR y el VAN son más sensibles a cambios en la cantidad de eventos que a un cambio en los Gastos Administrativos en otro caso escenario para que la TIR sea menor a la TMAR y se obtenga un VAN negativo tendría que aumentar los gastos administrativos en un 71%.

6.7 Punto de Equilibrio

Con el presente análisis buscamos presentar hasta cuanto puede aumentar o disminuir ciertos factores de análisis que se encuentran implícitos en el proyecto, es decir tratar de cuantificar o medir si se obtiene ganancias o pérdidas, de acuerdo a niveles de producción implantados por la empresa.

Buscamos visualizar el número mínimo de eventos que se realizará en el año, para que este proyecto sea viable. Para obtener el punto de equilibrio dividimos los costos fijos que obtuvimos anteriormente y los dividimos para el porcentaje de Contribución marginal. Desglosando las cantidades mencionada anteriormente tenemos:

Por costos Fijos: \$91.491,04 y por contribución Marginal es el 100%, por lo tanto el punto de equilibrio obtenido es de \$91.491,04.

Por otro calculamos la cantidad de eventos óptimos que se deben realizar en un año, teniendo así como valor óptimo 82 eventos.

7. Conclusiones

La inversión requerida para TDISEÑO Cía. Ltda. no es muy elevada con lo cual hay un bajo riesgo de pérdida de dinero por lo que los inversionistas podrán recuperar en un corto plazo su inversión (dos años).

El estudio económico y financiero del proyecto, basado en un criterio conservador orienta a ventajas y posibilidades de llevar a cabo las actividades del negocio, logrando obtener resultados de exitosos por altos valores de retornos obtenidos al mínimo esperado fundamentado en un monto positivo del valor actual neto del proyecto (VAN).

Por otro lado, también podemos concluir, gracias al Estudio de Mercado el resultado de la investigación nos dio a conocer que existe un amplio mercado al cual dirigimos, ya que la mayoría de empresas que hay en nuestra ciudad realizan eventos constantemente, para los cuales siempre necesitarán a alguien que les proporcione asesoramiento y ayuda en la organización de eventos.

8. Agradecimientos

A dios por darnos salud y fortaleza.

A nuestros padres por apoyarnos en cada momento.

A nuestros profesores por sus enseñanzas y experiencias compartidas.

A nuestras familias y amigos.

9. Referencias

- [1] American Marketing Association "Official Definition of Marketing Research". 2001
- [2] [Http://www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec), INEC
- [3] ROBBINS / COULTER, Administración, octava edición, Pearson Prentice
- [4] Hall, México 2005.
- [5] MARIOTTI John, 2002, Marketing. Mac Graw Hill, Lo fundamental y lo más efectivo acerca del marketing,
- [6] FLOR, Gary. "Guía para elaborar planes de negocios". Primera Edición. Quito 2006.
- [7] Ley de Compañías, Codificación No 000. RO/312 de 5 de Noviembre 2009.
- [8] Superintendencia de Compañías del Ecuador, www.supercias.gov.ec.
- [9] Banco Central del Ecuador, cifras estadísticas; año 2007.
- [10] Investigación directa. GRAHAM, Friend; "Como diseñar un Plan de negocios.
- [11] SOLOMON R. Michael, Comportamiento del consumidor, séptima edición, Pearson Prentice Hall, México 2008.
- [12] Sole Moro M. (1999) Los Consumidores del Siglo XXI, Editorial ESIC, (Madrid)
- [13] ROBERT MEIGS, JAN WILLIAMS, "Contabilidad", Mc Graw Hill, undécima edición (2004).
- [14] EMERY DOUGLAS, FINNERTY JHON D. PRENTICE HALL,
- [15] "Administración Financiera Corporativa". 10 Edición. 2000.
- [16] O. Bowlin, J. Martin, D. Scott Jr., Análisis Financiero, (México 1982. McGraw Hill

Eco. María Elena Romero
Director de Proyecto