



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA
PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE
GESTIÓN DE EVENTOS**

**TUTOR
BOLIVAR ALFREDO MADERO ROMERO**

**AUTORES
DESIDERIO TROYA MARIA FERNANDA
LOPEZ DUCHE DAYANA STEFANIA**

**GUAYAQUIL-ECUADOR
2023**



REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA y TECNOLOGÍA	
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	
TÍTULO y SUBTÍTULO: Plan de negocio para la creación de una empresa de gestión de eventos	
AUTOR/ES: Desiderio Troya María Fernanda López Duche Dayana Estefanía	REVISORES O TUTORES: Madero Romero Bolívar Alfredo
INSTITUCIÓN: 1Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	Grado obtenido: Licenciada
FACULTAD: Administración	CARRERA: Administración de empresas
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2023	N. DE PAGS: 132
ÁREAS TEMÁTICAS: Educación Comercial y Administración	
PALABRAS CLAVE: Eventos, Estrategias y plan de negocio	
RESUMEN: El tema relacionado a la creación de una empresa de eventos para hogares, industria y empresas del cantón Durán y sus alrededores requieren de interés colectivo y que prestes todas las condiciones decorativas, ambientales y tecnológicas punto el objetivo es analizar la viabilidad operativa y financiera en la creación de la sala de eventos por lo que se aplica una metodología de enfoque mixto donde se utiliza el método exploratorio, no experimental y descriptivo con instrumento como la observación, entrevistas y punto los resultados alcanzados para la población económicamente activa analizada sugiere el apego	

de información continua a través de los medios digitales de comunicación, además de todos los servicios adicionales que se ofrece para garantizar el éxito de una capacitación, onomásticos o cualquier otro tipo de evento en conclusión se obtiene una factibilidad operativa financiera al mantener como resultado un retorno sostenible de la inversión y un valor actual neto positivo dando la factibilidad sostenida dentro del plan de negocio realizado.

N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:
---	-----------------------------

DIRECCIÓN URL (tesis en la web):

ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
---------------------	---	------------------------------------

CONTACTO CON AUTOR/ES: Bolívar Alfredo Madero Romero	Teléfono: 0993120576	E-mail: bmaderor@ulvr.edu.ec
--	--------------------------------	--

CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	<p>Mgr. Oscar Paul Machado Álvarez Teléfono: 2596500 Ext. 201 E-mail: omachadoa@ulvr.edu.ec</p> <p>Mgr. Irma Angélica Aquino Onofre Teléfono: 2596500 Ext. 203 E-mail: iaquino@ulvr.edu.ec</p>
------------------------------------	--

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO

Turnitin Informe de Originalidad

Procesado el: 30-jul.-2023 01:53 -05
Identificador: 2138701440
Número de palabras: 23460
Entregado: 1

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE
UNA EMPRESA DE GESTIÓN DE EVENTOS
Por Dayana - Maria Lopez - Desiderio

Índice de similitud	Similitud según fuente
8%	Internet Sources: 8% Publicaciones: 2% Trabajos del estudiante: 5%

1% match (trabajos de los estudiantes desde 06-abr.-2022)

[Submitted to Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil on 2022-04-06](#)

1% match (Internet desde 10-nov.-2022)

<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/6100/1/UPSE-TDT-2021-0072.pdf>

1% match (Internet desde 20-nov.-2022)

<http://repositorio.uées.edu.ec/bitstream/123456789/964/1/Plan%20de%20Negocios%20Cesar%20Garzon%20Goya%20Word>

1% match (trabajos de los estudiantes desde 03-mar.-2023)

[Submitted to Universidad de Guayaquil on 2023-03-03](#)

< 1% match (trabajos de los estudiantes desde 25-ago.-2021)

[Submitted to Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil on 2021-08-25](#)

< 1% match (trabajos de los estudiantes desde 09-nov.-2021)

[Submitted to Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil on 2021-11-09](#)

< 1% match (Internet desde 10-nov.-2022)

<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/6084/1/UPSE-TDT-2021-0081.pdf>

< 1% match (Internet desde 24-oct.-2022)

<http://repositorio.uées.edu.ec/bitstream/123456789/585/1/Excati%20S.A.%20-%20Joseph%20Aurea%20Soriano.pdf>

< 1% match (Internet desde 18-nov.-2022)

<http://repositorio.uées.edu.ec/bitstream/123456789/1414/1/Plan%20de%20Negocios%20Joffre%20Reinoso.pdf>

< 1% match (Internet desde 24-oct.-2022)

<http://repositorio.uées.edu.ec/bitstream/123456789/306/1/PLAN%20DE%20NEGOCIOS%20JESSICA%20PAOLA%20LOPEZ.pdf>

< 1% match (Internet desde 11-oct.-2022)

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/18317/1/T-UCSG-PRE-ECO-GES-671.pdf>

< 1% match (Internet desde 19-feb.-2021)

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/7848/1/T-UCSG-PRE-ESP-MD-CM-147.pdf>

< 1% match (Internet desde 22-sept.-2021)

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/12108/1/T-UCSG-POS-MSPA-11.pdf>

< 1% match (Internet desde 07-ene.-2022)

https://rraae.cedia.edu.ec/Record/UG_80490c233b0fb6df37d5a2c9039941ed

< 1% match (Internet desde 09-ene.-2022)

https://rraae.cedia.edu.ec/Record/UPSE_85b7ad0ad86cc091f1e806a53a54905d

< 1% match (Internet desde 16-ene.-2023)

<https://es.slideshare.net/PaolaSeguraBenzani1/modelo-trabajo-final>

< 1% match (Internet desde 11-nov.-2020)

<https://es.slideshare.net/zumaetajorge/manual-siseve>

< 1% match ()

[Ortúzar Maturana, Rodrigo. "Una propuesta metodológica para la estimación del coste del ciclo de vida en inversiones militares". Granada: Universidad de Granada, 2008](#)

< 1% match ()

[Ortiz-Bocanegra, Álvaro Alexis, Rueda-Jiménez, Fainorys, Suárez-Avenidaño, Anggie Katherine, Zamora-Soto, Karen Lorena. "Estudio de viabilidad financiera para la implementación de un plan de bienestar en el Centro de Fertilidad", Especialización en Administración Financiera, 2021](#)

< 1% match (trabajos de los estudiantes desde 29-nov.-2013)

[Submitted to Universidad ESAN -- Escuela de Administración de Negocios para Graduados on 2013-11-29](#)

< 1% match ()

[Guzmán Palacios, Jessica Belén. "Creación de una microempresa para animación de eventos sociales en el cantón Otavalo provincia de Imbabura", 2018](#)



El presente documento pertenece a:
**BOLIVAR ALFREDO
MADERO ROMERO**

DECLARACIÓN DE AUTORÍA y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Los estudiantes egresados DAYANA STEFANIA LOPEZ DUCHE, MARIA FERNANDA DESIDERIO TROYA declaramos bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, Plan de Negocio para la Creación de una Empresa de Gestión de Eventos, corresponde totalmente a los suscritos y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autor(es)

Firma:

Dayana Lopez D.

DAYANA LOPEZ D.

C.I. 0953904174

Firma:

Maria F. Desiderio T.

MARIA DESIDERIO

C.I. 0953324910

CERTIFICACION DE ACEPTACION DEL DOCENTE TUTOR

En mi calidad de docente Tutor del Trabajo de Titulación Plan de Negocio para la Creación de una Empresa de Gestión de Eventos, designado por el Consejo Directivo de la Facultad de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Trabajo de Titulación, titulado Plan de Negocio para la Creación de una Empresa de Gestión de Eventos, presentado por las estudiantes DAYANA STEFANIA LOPEZ DUCHE Y MARIA FERNANDA DESIDERIO TROYA como requisito previo, para optar al título de LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESA, encontrándose apta para su sustentación.

Firma



Firma manuscrita por:
**BOLIVAR ALFREDO
MADERO ROMERO**

BOLIVAR ALFREDO MADERO ROMERO

C.C 0703021568

AGRADECIMIENTO

Antes que todo, agradezco a Dios por darme siempre fuerza para continuar en lo adverso por guiarme en el camino de lo prudente y darme sabiduría para mejorar día a día mí que hacer profesional, también por las buenas experiencias en mi Universidad por permitirme convertirme en un profesional en lo que tanto me apasiona.

Gracias a cada maestro que hizo parte del proceso estudiantil hasta logra lo que hoy en día estoy logrando ser una profesional.

Agradecimiento sincero al Sr Bolívar Madero R, Magister por su importante aporte y participación activa en el desarrollo de esta tesis. No cabe duda de que su participación ha enriquecido el trabajo realizado y además por la dedicación por haber transmitido su sabiduría y conociendo para esta importante Tesis.

Att: Dayana Stefania López Duche

Agradezco rotundamente apoyo de mi tutor por guiarnos a elaborar una excelente tesis, por su dedicación y paciencia, sin sus palabras y correcciones precisas no hubiese podido lograr llegar a esta instancia tan anhelada. Recordemos que la investigación es una tarea en equipo.

Sus consejos fueron siempre útiles usted formo parte de este proyecto con sus aportes profesionales que lo caracterizan. Muchas gracias por sus múltiples palabras de aliento, cuando más las necesite. Generalmente estoy muy agradecida con su colaboración intelectual, suministro de idea, análisis y retroalimentación fueron muy necesarias para la elaboración de la misma, a las autoridades que dieron su tiempo y su cooperación para ayudarme en mi investigación. Finalmente, al a poyo de mi compañera de Tesis Dayana Estefanía López Duche fue fundamental para la elaboración del trabajo. Gracias por su guía y todos sus consejos, los llevare grabado en la memoria en mi futuro profesional.

Att: María Fernanda Desiderio Troya.

DEDICATORIA

Dedico este gran logro Madi Sra. Madre Lilia Corina Duche Mero que, Gracias a ella por su apoyo incondicional, insistiré día a día que no me rinda que la vida no es fácil que haga un poco quito más de esfuerzo gracias a sus consejos esto culminando un gran paso en mi vida que es tener mi título.

Gracias a una persona que se integró en los últimos semestres es mi Esposo Patricio Velesaca por día dame su apoyo emocional y darme aliento para desistir de mi sueño.

Gracias a Dios por darme a mi pequeño angelito Liam Gabriel Velesaca López mi motor de vida quien me levanto todos los días y dijo tengo que hacer lo mejor por ti y darme una escuela de enseñanza. Este logro es por usted y gracias a usted he culminado una meta en mi vida, gracias, Dios por paciencia y sabiduría.

Dayana Stefania López Duche

Le dedico el resultado de esta tesis a mis padres quienes me impulsaron a ser mejor cada día me apoyaron y contuvieron los momentos malos y buenos. Me han enseñado a ser la persona que soy hoy, mis principios, mis valores, mi perseverancia y mi empeño. Todo esto con una enorme dosis de amor.

Papas Gracias de todo corazón, le agradezco tanto que ni siquiera sé cómo pagarles el esfuerzo que han hecho por mí durante mi inicio escolar y mi fin de carrera. También quiero dedicarle este trabajo a mi hijo Heidan ya que desde que inicie con la carrera universitaria me dio ese motivo por cual seguir con la lucha, hasta la finalización de esta tesis. Sin duda ha sido mi rayito de luz el motivo de mi dedicación día a día.

Quiero dedicarle a mi Esposo William Luzardo por el amor, cariño y fuerza de voluntad que me ha dado durante este tiempo él me ha ayudado alcanzar el equilibrio que me permite dar mi potencial y le agradezco por eso.

Agradecerles a todos por ese apoyo incondicional que me dan. Gracias mil veces Gracias.

María Fernanda Desiderio Troya

Índice General

ÍNDICE GENERAL	IX
 ÍNDICE DE TABLAS.....	XIII
 ÍNDICE DE FIGURAS.....	XVI
RESUMEN	XVIII
ABSTRACT	XIX
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1 ANTECEDENTE DEL PROBLEMA	3
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
1.2.1 Formulación del problema.....	6
1.2.2 Sistematización del problema.....	6
1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	6
1.3.1 Objetivo general.....	6
1.3.2 Objetivos específicos.....	6
1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	7
1.4.1 Justificación teórica.....	7
1.4.2 Justificación metodológica	7
1.4.3 Justificación Práctica	8
1.4.4 Relevancia de la investigación	8
1.4.5 Factores éticos de la investigación.....	8
1.4.6 Importancia del tema	8
1.5 DELIMITACIÓN Y ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN	9

1.6	IDEA A DEFENDER.....	9
1.6.1	Variable interviniente en la investigación	10
1.7	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN.....	10
CAPÍTULO II.....		11
MARCO REFERENCIAL		11
2.1	MARCO TEÓRICO:	11
2.2	MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	14
2.2.1	Viabilidad	14
2.2.2	Viabilidad financiera.....	15
2.2.3	Eventos.....	16
2.2.4	Descripción del negocio	17
2.2.5	Planificación estratégica.....	17
2.2.6	ESTUDIO DE MERCADO.....	18
2.2.9	PLAN DE MARKETING	18
2.2.10	PLAN DE COMUNICACIÓN TECNOLÓGICA.....	19
2.2.11	ESTUDIO TÉCNICO.....	19
2.2.12	ESTUDIOS FINANCIEROS.....	20
2.3	MARCO CONTEXTUAL	20
2.4	MARCO CONCEPTUAL	25
2.5	MARCO LEGAL.....	27
CAPÍTULO III		29
MARCO METODOLÓGICO		29
3.1	ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	29
3.2	ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN.....	30

3.3	TÉCNICA E INSTRUMENTO PARA OBTENER LOS DATOS	31
3.4	POBLACIÓN Y MUESTRA	33
3.5	ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	35
3.5.1	Recolección de datos: Encuestas	35
CAPÍTULO IV.....		68
PROPUESTA PLAN DE NEGOCIO		68
4.1	ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIO	68
4.1.1	Descripción del negocio	68
4.1.2	Socios y aportantes	69
4.1.3	Estructura funcional del negocio	70
4.1.4	Políticas y lineamientos del negocio	71
4.2	PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA	72
4.2.1	Misión	72
4.2.2	Visión	72
4.2.3	Objetivos estratégicos.....	72
4.2.4	Valores corporativos	72
4.2.5	Matriz FODA	74
4.2.6	Matriz PESTAL.....	75
4.3	ESTUDIO DE MERCADO.....	76
4.3.1	Análisis del mercado.....	76
4.3.2	Segmentación del mercado	77
4.3.3	Perfil del cliente	77
4.4	PLAN DE MARKETING	78
4.4.1	MIX del marketing producto	78
4.4.2	Mix del marketing Precio	79

4.4.3	Mix de marketing Plaza	80
4.4.4	Mix del marketing Promoción y publicidad	81
4.5	PLAN DE COMUNICACIÓN TECNOLÓGICA.....	81
4.5.1	Estrategias de uso de redes sociales	81
4.5.2	Estrategias de manejo de correo personalizado.....	82
4.5.3	Estrategia de correo electrónico.....	82
4.6	ESTUDIO TÉCNICO.....	83
4.6.1	Procesos de la gestión de un evento.....	83
4.7	ESTUDIOS FINANCIEROS.....	84
4.7.1	Inversión.....	84
4.7.2	Ventas de sala eventos y afines	86
4.7.3	Costos directos	87
4.7.4	Presupuesto de mano de obra.....	89
4.7.5	Gastos Generales	90
4.7.6	Estados de balances, resultados y flujos	95
4.7.7	Proyecciones financieras e indicadores	97
	CONCLUSIONES	100
	BIBLIOGRAFÍA	104
	ANEXOS	110
	ANEXOS ENCUESTAS	110

Índice de tablas

Tabla 1	Referencias Teóricas de la Investigación.....	11
Tabla 2	Universos de PEA a Analizar	33
Tabla 3	Edad de los encuestados	35
Tabla 4	Genero de los encuestados	36
Tabla 5	Nivel de educación de los encuestados	37
Tabla 6	Estado civil de los encuestados	38
Tabla 7	Importancia de una sala de eventos en el cantón Duran	40
Tabla 8	Personalización de la sala de evento para su alquiler	41
Tabla 9	La comunicación para impulsar la de eventos en Duran.....	43
Tabla 10	Importancia de la promoción de una sala de eventos.....	44
Tabla 11	Red más utilizadas dentro de las redes sociales	45
Tabla 12	Importancia de la sala de evento para su alquiler	46
Tabla 13	Probabilidad que se realicen actividades de capacitación, conferencias de lunes a jueves.....	48
Tabla 14	Personalizar su atención con servicios adicionales.....	49
Tabla 15	Cubrir los planes de capacitación para con las empresas.....	51
Tabla 16	Participación en eventos en los últimos años.....	52
Tabla 17	Lugar donde se realiza las actividades de capacitación	54
Tabla 18	Valor promedio a pagar por una sala de eventos	55
Tabla 19	Importancia de los servicios adicionales en una sala de eventos.....	56
Tabla 20	Número de personas que se invitan para un evento	58
Tabla 21	Importancia de la ubicación de la sala de eventos.....	59
Tabla 22	Importancia de realizar de manera continua los eventos	61
Tabla 23	Medio de comunicación convencional o digital de mayor preferencia ...	62

Tabla 24	Importancia de una base de datos que permita conocer los agasajos	
	Importancia de una base de datos que permita conocer los agasajos importantes	64
Tabla 25	Probabilidad de alquiler de una sala de evento	65
Tabla 26	Debe de existir seguridad en cada sala de alquiler para eventos varios.	66
Tabla 27	Socios participantes en emprendimiento	69
Tabla 28	Inversión de la sala de eventos	84
Tabla 29	Inversión en gastos preoperativos	85
Tabla 30	Inversión Inicial de sala de Evento	85
Tabla 31	Ventas de Sala de eventos en año 2024	86
Tabla 32	Proyecciones de ventas en sala de eventos a 5 años	86
Tabla 33	Costos de ales utilizados en cada evento	87
Tabla 34	Costo total materiales directos "Ms eventos"	87
Tabla 35	Presupuesto en costos "MS eventos"	88
Tabla 36	Costos de producción Total	88
Tabla 37	Presupuesto de mano de obra en sala de evento	89
Tabla 38	Presupuesto de sueldo y salario en MS Eventos	89
Tabla 39	Gastos Administrativos "Ms Eventos"	90
Tabla 40	Presupuesto en transporte, comisiones y publicidad.....	91
Tabla 41	Gastos de ventas "MS eventos"	91
Tabla 42	Crédito y capital requerido para inversión.....	92
Tabla 43	Condiciones del crédito en entidad bancaria	92
Tabla 44	Amortización mensual del crédito a 5 años.....	93
Tabla 45	Amortización mensual del crédito a 5 años.....	94
Tabla 46	Estados de Resultados Integrales Proyectados Compañía "MS Eventos"	
	95

Tabla 47 Flujo de Caja Proyectado Compañía "MS Eventos"	96
Tabla 48 Cálculo de Tir y Van	97
Tabla 49 Punto de equilibrio Sala de Eventos	98
Tabla 50 Análisis de Sensibilidad Compañía "MS Eventos"	99

Índice de Figuras

Figura 1 Aspectos que miden Viabilidad financiera	15
Figura 2 Hegemonía de los eventos	16
Figura 3 Estructura funcional de empresa de Eventos	21
Figura 4 Principales servicios prestados	25
Figura 5 Edad de los encuestados	35
Figura 6 Género de los encuestados.....	36
Figura 7 Nivel de educación de los encuestados	37
Figura 8 Estado civil de los encuestados.....	39
Figura 9 Importancia de una sala de eventos en el cantón Duran.....	40
Figura 10 Personalización de la sala de evento para su alquiler.....	42
Figura 11 La comunicación para impulsar la sl de eventos en Duran	43
Figura 12 Importancia de la promoción de una sala de eventos	44
Figura 13 Red más utilizada dentro de las redes sociales.....	46
Figura 14 Importancia de la sala de evento para su alquiler	47
Figura 15 Probabilidad que se realicen actividades de capacitación, conferencias de lunes a jueves.....	48
Figura 16 Personalizar su atención con servicios adicionales	50
Figura 17 Cubrir los planes de capacitación para con las empresas	51
Figura 18 Participación en eventos en los últimos años.....	53
Figura 19 Lugar donde se realiza las actividades de capacitación	54
Figura 20 Valor promedio a pagar por una sala de eventos.....	55
Figura 21 Importancia de los servicios adicionales en una sala de eventos	57
Figura 22 Número de personas que se invitan para un evento	58
Figura 23 Importancia de la ubicación de la sala de eventos	60

Figura 24	Importancia de realizar de manera continua los eventos.....	61
Figura 25	Medio de comunicación convencional o digital de mayor preferencia .	63
Figura 26	Importancia de una base de datos que permita conocer los agasajos importantes	64
Figura 27	Probabilidad de alquiler de una sala de evento.....	66
Figura 28	Debe de existir seguridad en cada sala de alquiler para eventos varios	67
Figura 29	Estructura funcionl de la sala de eventos	70
Figura 30	Logotipo de MS Eventos.....	79
Figura 31	Local de eventos, espacios sin decoración y con decoración	80
Figura 32	Procesos de gestion de un evento.....	83

RESUMEN

El tema está relacionado a la creación de una empresa de eventos para hogares, industria y empresa del canto Duran y sus alrededores requiere del interés colectivo y que preste todas las condiciones decoradas, ambiente y tecnológicas. El objetivo es analizar la viabilidad operativa y financiera en la creación de la sala de evento por lo que se aplica una metodología de enfoque mixto donde se utiliza el método exploratorio, no experimental y descriptivo como instrumento como la observación y entrevista. Los resultados alcanzados para la población económicamente activa alcanzada para la población económica activa analizada sugiere el apego de la información continua a través de los medios digitales de información, además de todos los servicios adicionales que se ofrece para garantizar el éxito de una capacitación, ceremonias o cualquier otro tipo de evento en conclusión se obtiene una factibilidad operativa financiera al mantener como resultado un retorno sostenible de la inversión y un valor actual neto positivo dando la factibilidad sostenida dentro del plan del negocio realizado.

Palabras Claves

Emprendimiento, innovación creatividad, sala de eventos, decoración, empresas

ABSTRACT

The issue related to the creation of an events company for homes, industry and companies in the Durán canton and its surroundings require collective interest and that you provide all the decorative, environmental and technological conditions. The objective is to analyze the operational and financial viability in the creation of the events room, for which a mixed approach methodology is applied where the exploratory, non-experimental and descriptive method is used with instruments such as observation, interviews and point the results achieved for the economically active population analyzed suggest the attachment of information continuous through the digital means of communication, in addition to all the additional services offered to guarantee the success of a training, onomastics or any other type of event, in conclusion, a financial operational feasibility is obtained by maintaining as a result a sustainable return of the investment and a positive net present value giving the sustained feasibility within the business plan carried out.

Keywords

Entrepreneurship, Innovation, Creativity, Events room, Decoration, Companies

Introducción

Dentro del tema de viabilidad financiera en la creación de una sala de eventos en la ciudad de Las Brisas de Santay en el cantón Durán se lo plantea debido a que existen muchos eventos que requieren de calidad y una adecuada acogida en el servicio a desarrollarse, por lo tanto, se plantea el objetivo de determinar la viabilidad financiera para la gestión y manejo estratégico de la sala de eventos.

Se utiliza una metodología que tiene un enfoque mixto, es decir, se plasma un esquema cualitativo al momento de conocer cuál es la sensación e interés de los habitantes del cantón Durán en tener la oportunidad de una nueva sala de evento, también se detalla un enfoque cuantitativo al realizar encuesta a la población y de esa manera conocer la percepción e interés sobre la sala exclusiva en el cantón.

El capítulo 1 se establece los antecedentes del problema, al igual que las causas y los efectos presentados por la necesidad de una sala de evento relevante y con características especiales en el cantón Durán; dónde se plantea la sistematización de los problemas, además de los objetivos e hipótesis a alcanzar.

El capítulo 2 se realiza un marco teórico relevante, donde se da referencia a los principales términos relacionados con la viabilidad financiera, al igual que un marco contextual referente a todas las estrategias vinculadas a la creación de una sala de eventos.

En el capítulo 3 se establece la metodología a utilizar, donde se plasma el tipo de investigación y las técnicas aplicadas, se señala la población objetivo a alcanzar al igual que su muestra.

En el capítulo 4 se realiza la propuesta que permite conocer cuál sería la viabilidad financiera en la creación de una sala de eventos, además de conocer los principales indicadores que dan la factibilidad financiera al nuevo emprendimiento.

Capítulo I

Planteamiento del problema

1.1 Antecedente del problema

Una fecha emotiva e importante para una persona, familia, o entidad empresarial requiere de un lugar exclusivo que denote un ambiente agradable compuesto por tecnología y belleza en todos sus diseños y decoraciones. En Duran, específicamente en el sector de la ciudadela Brisas de Santay existe la necesidad de un lugar exclusivo que limita el desarrollo del cantón al momento de realizar celebraciones ejemplares y de importancia para relevar una fecha en el trabajo o un onomástico, siendo de interés que se invierta en la creación de un sitio exclusivo para realizar todo tipo de evento o agasajo que brinde los servicios ejemplares completo y que exista la cobertura comunicacional relevante sobre cada una de las actividades que se desarrollan en la sala de eventos.

También como antecedente al problema pernota la inseguridad que existe en el cantón Durán por lo que se requiere una confianza inigualable al momento de hacer reservaciones para diferentes tipos de eventos, dónde debe de existir todos los servicios de prevención como cámara de seguridad y sensores que permitan dar confianza a todos los asistentes a la sala de eventos.

Matriz causa efecto

La Matriz causa efecto señala que los principales puntos a considerar relevantes que son causas fundamentales para optar por la creación de una sala exclusiva de eventos en la ciudad de Las Brisas de Santay en el cantón de Durán, que tiene relación directa con la inseguridad existente, qué hace que la mayor parte de familias y empresas límite sus agasajos, dando como resultado que la economía del cantón tenga un desequilibrio en el área de actividades recreacionales, donde factores directos e indirectos interrumpen la

gestión de actividades vinculadas a la sala de eventos, siendo el caso de trabajos adicionales relacionados como el personal de diseños, el experto en música, preparación de alimentos y el cuidado de los vehículos de los asistentes, entre otros.

Entre las principales causas que se presentan en el plan de negocio para la creación de una empresa de gestión de eventos es la coordinación respectiva en el área administrativa, comercial, tecnológica y financiera por lo que se requiere establecer planes estratégicos para alcanzar los objetivos planteados.

Es parte del problema la realización de múltiples actividades en redes sociales para dar a conocer todos los servicios y ventajas que se pueden aplicar con la gestión de eventos donde se detallan diferentes servicios para garantizar un escenario de entretenimiento y elegancia en los eventos más importantes de las familias a realizarse en nuestras instalaciones del cantón de Durán.

Otra causa del problema es la falta de comunicación de los diversos esquemas promocionales que posee una sala de eventos y que podrían repercutir en la liquidez y rentabilidad. Parte de la causa del problema es la falta de confianza en la elaboración de diseños personalizados acorde al tema en la sala de eventos lo que ocasiona poco interés de realizar un agasajo o evento vinculado con la realidad objetiva el cantón de Durán.

El manejo de las redes sociales es un instrumento necesario para expandir los servicios de la sala de eventos por lo que se requiere una participación masiva en Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, Telegram, entre otros que esté vinculado directamente con la hegemonía de promociones atractivas y relevantes para las familias en el sector de Durán

1.2 Planteamiento del Problema

Una sala de eventos tiene como principal eje de acción la realización de diversos programas culturales, educativos, sociales, deportivos, entre otros. Se desarrollan actividades de entretenimiento que desata un actuar significativo en todos los asistentes dando un amplio criterio de festejo y éxito en cada evento realizado.

Un emprendimiento de interés está relacionado con la necesidad de una sala de eventos donde se realicen múltiples actividades tanto para la comunidad cómo para el cantón de Durán, celebrando con familiares y amigos diverso tipo de eventos dónde existe la calidad y la infraestructura de excelencia para poder acaparar la presencia de alrededor de 200 personas que buscan sentirse cómodas y estén relacionadas con los organizadores de cada uno de los eventos sociales que se manifiesten.

La situación que se presenta en el cantón Durán, es que se requiere mejorar las acciones de seguridad para que las personas como familias y colaboradores de una organización puedan asistir liberados de los problemas sociales a una reunión e integración en un evento, dónde se detalla el entretenimiento y un clima de esparcimiento al celebrar un tema de interés colectivo y familiar.

La falta de comunicación es un tema relevante porque no se expresa directamente en los medios digitales la información referente a la sala de evento con toda su innovación y tecnología para estar vinculadas en las familias y organizaciones del sector al momento de realizar un agasajo o entretenimiento grupal.

Otro problema para considerar es que no existe una sala de eventos que tenga diseños personalizados que logren atraer a todos aquellos integrantes de una organización

o familia a divertirse de manera exclusiva por las acciones brindadas en las salas de eventos.

1.2.1 Formulación del problema

¿Es importante la viabilidad financiera para crear una sala de eventos dónde se pueden realizar eventos culturales y educativos en el Cantón Durán?

1.2.2 Sistematización del problema

¿Porque se requiere las bases teóricas en la creación de una sala de evento en el cantón Durán Año 2023?

¿Para qué se requiere el Evaluar el interés de una sala de evento en el cantón Durán Año 2023?

¿Es necesario el diseño financiero en la creación de una sala de evento en el cantón Durán Año 2023?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Determinar la Viabilidad administrativa, operativa, tecnológica y financiera en la creación de una sala de evento.

1.3.2 Objetivos específicos

- ✓ Describir las bases teóricas, contextuales, legales y conceptuales en la creación de una sala de evento en el sector de Durán.
- ✓ Evaluar el interés del mercado objetivo reflejado en las familias del sector de Durán por la creación de una sala de evento y entretenimiento exclusiva e innovadora.

- ✓ Diseñar un plan de negocio que permita conocer la viabilidad administrativa, operativa y financiera en la creación de una sala de evento en el cantón de Durán.

1.4 Justificación de la investigación

1.4.1 Justificación teórica

La justificación teórica tiene relación directa con todos los temas importantes y relevantes que se va a realizar para alcanzar la viabilidad financiera en la creación de una sala de eventos, esto tiene relación directa con el estudio de la viabilidad de una sala exclusiva y personalizada para todo tipo de evento, dónde se establecen los tipos de reuniones, conferencias, seminario, entre otros a realizar. El esquema teórico abarca la realización de un marco conceptual que esté vinculado directamente con la sala de eventos y todas las estrategias promocionales que se apliquen para alcanzar la viabilidad operativa y financiera.

1.4.2 Justificación metodológica

La justificación metodológica describe el enfoque cualitativo y cuantitativo a ser aplicado para conocer la presencia en el mercado de la sala de eventos, donde se utilizan instrumentos investigativos como la observación, entrevista, y la encuesta en una muestra determinante. La metodología también se establece en el tipo de investigación a realizar en la investigación que es de carácter exploratorio al momento que se realiza indagación en temas similares y relativos a un plan de negocio de una sala de eventos, también se utiliza una metodología descriptiva al momento que se conoce el interés y la percepción de la población de Durán en la creación de una sala de eventos.

1.4.3 Justificación Práctica

La justificación práctica determinar las acciones a realizar para difundir la sala de eventos a través de los medios digitales de comunicación; acaparando la atención de un segmento específico de Mercado que está vinculado con las familias y empresas que celebran fechas de interés y agasajos a través de una sala exclusiva para los agasajos.

1.4.4 Relevancia de la investigación

La relevancia de la investigación consiste en analizar la situación actual del cantón Durán en un local o sala de eventos, donde se refiere las perspectivas importantes que debe de tener, considerando la innovación, la tecnología y el diseño para esta manera forjar interés en la familia y organizaciones, para que realicen todo tipo de acción social y de esa forma fortalecer la imagen institucional de las familias del cantón Durán como de sus organizaciones.

1.4.5 Factores éticos de la investigación

Dentro de los factores éticos se considera la confianza de realizar un evento tomando en consideración la participación de todos los asistentes y la gestión de realizar acciones únicas e innovadoras que permitan recordar la actividad por mucho tiempo y a la vez que permanezca fijo el nombre de la sala de evento como parte fundamental de la historia de la familia y organización

1.4.6 Importancia del tema

El tema viabilidad financiera en la creación de una sala de evento en la Cdla. Brisas de Santay en el cantón Durán año 2023. encierra un contexto diferente que se visualiza en otras salas de eventos donde no existe un aspecto tecnológico relevante y tampoco se visualiza un diseño personalizado acorde al tema de celebración en la sala de eventos, por lo tanto la gestión operativa administrativa y financiera está vinculada a un

afecto agregado innovador que sea relevante ante la población para que de esa forma sea un icono importante del cantón Durán la sala de evento por su exclusividad, imagen cómo seguridad y calidad en infraestructura y atención a los clientes.

1.5 Delimitación y alcance de la investigación

Delimitación geográfica: Cantón de Durán, Provincia del Guayas, Ecuador

Delimitación temporal: Año 2023

Delimitación espacial: Familia y empresas del cantón de Durán.

Tema: Creación de una sala de eventos

Problemas: Falta de un lugar exclusivo para la celebración de diversos eventos.

El alcance de la investigación establece un claro contexto de análisis de todas las actividades de entretenimiento, festejo, conferencias y demás eventos que logren acaparar la atención de la población del cantón Durán para que conozcan el detalle de los temas de innovación, creatividad y dinamismo al momento de visitar la sala de eventos donde se desarrolla un contexto de servicios adicionales que tienen la exclusividad y preferencia para todos los asistentes.

1.6 Idea a defender

La creación de una sala de eventos en el sector Brisas de Santay en el cantón de Durán permitiría que la familia Y u organizaciones realicen todo tipo de festejos, además de impulsar diversas actividades económicas y el desarrollo sostenido de Cantón de Durán.

1.6.1 Variable interviniente en la investigación

Variable independiente

Creación de una sala de eventos.

Variable dependiente

Realización de nuevos eventos

Impulso de actividades económicas

Desarrollo sostenido en la economía

1.7 Línea de investigación

Desarrollo estratégico empresarial y emprendimiento sustentable

Línea de investigación de la facultad

Desarrollo empresarial y de talento humano

Sub-Línea de investigación

Gestión del proceso administrativo planeación, Organización, dirección y control para el fomento empresarial estratégico.

Capítulo II

Marco Referencial

2.1 Marco Teórico:

Tabla 1
Referencias Teóricas de la Investigación

Autor	Tema	WEB
Ortiz y Segura (2019)	Plan de negocios para la creación de una empresa de eventos y decoraciones en la ciudad de Guayaquil	http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/45486/1/S%26W%20DECEVE.pdf
Panchana (2021)	“Plan de negocio para la creación de una empresa de organización de eventos corporativos, en el cantón Salinas:	https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/6084/1/UPSE-TDT-2021-0081.pdf
De la Torre (2021)	“Plan de negocio para la creación de una empresa de organización de eventos corporativos, en el cantón salinas, provincia de Santa Elena	https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/6100/1/UPSE-TDT-2021-0072.pdf
Suarez-Avilés (2017)	Plan de negocios para la creación de una empresa de eventos en el	http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/37839/1/tesis%20de%20evento%20nuevo%20formato%201.pdf
Méndez (2017)	Creación de una empresa de organización de eventos	http://dspace.ucuenca.edu.ec/browse?type=advisor&value=Loyola+Ochoa%2C+Diego+Mauricio
(Andrade, 2017).	“Estudio de factibilidad para la creación de un centro de banquetes en la ciudad de Esmeraldas	http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/6010/1/Gs027.pdf .

Calle, Y. S., & Rosas, C. M. (2022)	Plan de negocio para la creación de una microempresa organizadora de eventos.	http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/5310/1/T-ULVR-4300.pdf
De La Torre, B. V. (2021)	Plan de negocio para la creación de una empresa de organización de eventos corporativos, en el cantón salinas, provincia de Santa Elena: plan operativo”	https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000
Elava, R. J. (2021)	Plan de negocios para la creación de la compañía “GRUPO VAMOS S.A.S” más que soluciones en gestión de eventos y mercadeo promocional.	repositorio.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/11081
Seme, G. M.	Diseño de un plan de negocio para la creación de una empresa de organización de eventos.	repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/5996

Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Para Ortiz y Segura (2019) en su tema de tesis Plan de negocios para la creación de una empresa de eventos y decoraciones en la ciudad de Guayaquil, el objetivo general de este proyecto es crear una empresa de eventos y decoración en el servicio con un factor único que ayude a lograr un equilibrio entre la satisfacción del cliente y la utilidad comercial, para generar empleos y pagos que contribuyan al desarrollo del país, además de mejorar la calidad de los servicios que faltan en la industria y aprovechar los activos financieros de los factores. Se realizó un levantamiento preliminar basado en encuestas con evidencia de que la calidad del servicio es por lo menos regular. La empresa se construirá con una inversión de USD 64.159,80 de los cuales se colocará como patrimonio una camioneta por valor de USD 15.000 y dos pagos en efectivo de USD 9.000, el resto se financiará con BanEcuador con una tasa de interés de 9.76% por 6 meses. La empresa

se denomina DECEVE S.A., cuenta con 3 empleados y debe producir al menos un macro y tres micro eventos por semana, tiene un pronóstico financiero de 5 años con una utilidad neta acumulada de \$100,198.66, una tasa interna de retorno de 29.33% y un retorno de la inversión en años. Este tipo de negocio genera flujos de efectivo a través de anticipos antes del evento.

Según Panchana (2021) en su tema de tesis “Plan de negocio para la creación de una empresa de organización de eventos corporativos, en el cantón Salinas: Plan de comercialización.”, el propósito de este estudio es crear negocios para eventos en el condado de Salinas, lo que refleja la falta de espacios adecuados para recepciones por diversas razones, y que sobre todo ofrece la comodidad que toda ocasión amerita. Por lo tanto, la información se toma como base para el objetivo general planteado en el caso : Elaborar un plan de negocios, el cual se enfoca en la creación de una empresa organizadora de eventos para promover el desarrollo social y económico de la provincia de Santa Elena, se analiza la investigación económica para determinar si puede orientarse a objetivos específicos; prepara la evaluación financiera del proyecto, sus criterios de evaluación, análisis de sensibilidad y riesgo, la evaluación económica y social del proyecto; Información compartida con instituciones financieras del rubro con el objetivo de obtener financiamiento para el desarrollo de este proyecto y así ofrecer a la ciudadanía un lugar óptimo para el desarrollo de todo tipo de eventos sociales.

Según De la Torre (2021) en su tema de tesis “Plan de negocio para la creación de una empresa de organización de eventos corporativos, en el cantón salinas, provincia de Santa Elena: plan operativo”, un plan de negocios es necesario para evaluar el desempeño de la empresa, ya que se encarga de conocer los detalles técnicos, económicos y financieros. El propósito de este ensayo es establecer una empresa que realizaría

transacciones comerciales en el condado de Salinas. El presente estudio tiene como objetivo general elaborar un plan de negocios que se enfoque en la creación de una empresa para la organización de eventos de desarrollo social y económico en la provincia de Santa Elena. En el análisis operativo se determina todo lo necesario para la ejecución del plan de negocios, se analiza el lugar adecuado para el establecimiento de la oficina. A continuación, se describe el espacio de oficinas y todas las inversiones realizadas en equipamiento para el desarrollo de las operaciones. Además del organigrama de la empresa, también se define la descripción de socios.

2.2 Marco teórico referencial

2.2.1 Viabilidad

La viabilidad de proyectos utiliza el concepto de factibilidad para expresar diferentes contenidos. En los textos de autores con ingeniería o ingeniería financiera, la factibilidad se define como el desplazamiento del proyecto por un buen desempeño económico, es decir lograr una tasa de rendimiento razonable. Por lo tanto, se utiliza como una rentabilidad similar (Barrios & Jimeno, 2022).

El propósito de la viabilidad del proyecto es proporcionar la información necesaria para decidir si se procede o no con el mismo. Este análisis incluye estimaciones preliminares de recursos y costos y una evaluación de las capacidades internas de la organización (Caravaca & Moraga, 2021).

El propósito del análisis es conocer la probabilidad existente de que el proyecto pueda ser completado con éxito. El concepto de factibilidad es importante principalmente en la ejecución de un proyecto, en la elaboración de un plan o tarea, por lo cual se determina si se puede implementar o realizar, teniendo en cuenta las características de cada proyecto, plan y circunstancias (Vargas & Vizcaino, 2021).

2.2.2 Viabilidad financiera

La viabilidad financiera es obtener fondos que cubran las necesidades a largo, mediano y corto plazo, logrando un mejor desarrollo, y la organización debe ser consciente de su capacidad para generar los recursos necesarios, pagar las facturas operativas y que la empresa logre lo necesario para una rentabilidad a la larga (Tigua, 2021).

Figura 1
Aspectos que miden Viabilidad financiera



Fuente: fjmeler (2018)

Su propósito es determinar la rentabilidad del proyecto analizando la inversión inicial, algunos ingresos y algunos costos de implementación la investigación de mercado completa es la fuente de la que recopilamos esta información. En base a este estudio, podemos hacer un análisis de riesgo de proyectos (Garcia, 2022).

La viabilidad financiera del proyecto permite la disponibilidad de recursos al momento de su implementación y puesta en marcha, la información proviene del análisis de flujo de caja, permite tomar decisiones financieras y de inversión y conocimiento sobre el financiamiento (Álvaro & Ortiz, 2021).

2.2.3 Eventos

Es una determinada función social, fiesta, celebración, ceremonia, concurso, convención. Aquella actividad que se produce en un momento determinado, cuyo inicio y fin se conocen de antemano, independientemente de que pueda tener una periodicidad definida (Rojas, 2017).

Figura 2

Hegemonía de los eventos



Fuente: spamado (2022)

Los eventos son acontecimientos u ocasiones que se pueden realizar de manera familiar o social, donde no es necesaria la presencia de alimentos y se organizan para celebrar una fecha o evento importante. Un evento es un término que se refiere a un evento que ocurre inesperadamente y cambia las circunstancias que lo rodean. Asimismo, también puede ser un evento muy planificado donde todos los aspectos del mismo están bajo control (Elava, 2021).

Los eventos son actividades programadas y coordinadas que responden a una necesidad específica y tienen un principio y un final. También cuentan con una organización que define en detalle las actividades que se realizan dentro de ella (Campillo & Martínez, 2019).

2.2.4 Descripción del negocio

Un plan de negocio es la incorporación de una idea hecha realidad, donde se visualiza la descripción y el análisis del mercado que se va a desarrollar, también se conoce los planes estratégicos que se van a ejecutar para alcanzar las metas del plan operativo de marketing y de las ventas proyectadas, visualiza claramente el plan de operaciones a través de un cronograma de trabajo y plazos para que el personal pueda alcanzar las metas (Arrieta, 2019).

Dentro de un plan de negocio se visualiza la parte organizacional, donde se contribuye con el talento humano a realizar cada una de las actividades asignadas a través de un estudio económico y financiero que permita alcanzar una rentabilidad asequible y a la vez controlar los procesos realizados a través de planes de contingencia.

2.2.5 Planificación estratégica

Para el autor Coronel (2018) la planificación estratégica es la imagen e identidad corporativa que tiene una organización aplicada desde la misión y visión a alcanzar, donde se aplican los objetivos estratégicos que están relacionados directamente con el aporte administrativo, operativo, tecnológico, administrativo, marketing, financiero, entre otros; donde el talento humano planifica adecuadamente la incorporación de los valores corporativos para alcanzar a través de su destrezas el objetivo o meta estratégica a alcanzar.

También dentro de la planificación estratégica se elabora matrices que van a permitir de manera técnica el análisis de cada uno de los conflictos e inconvenientes presentados por la organización y que requiere inmediata solución; esto refleja procesos estratégicos que va a permitir conocer los factores internos y externos que se presentan dentro del emprendimiento o idea en el plan de negocio.

2.2.6 Estudio de mercado

El estudio de Mercado según el autor Galarza (2020) permite un claro análisis de la oferta y demanda que se presenta en un segmento específico de Mercado, donde se denota cuáles son las características de los posibles clientes en el producto o servicio, midiendo el perfil que este posee para luego establecer los respectivos lineamientos que van a permitir acaparar un sector del mercado en beneficio de la organización.

Para el autor Hopper (2021) el estudio de Mercado representa todas aquellas variables que van a ser significativa para que el cliente pueda adquirir un bien o servicio, donde se vislumbra las características especiales con que cuenta la organización y el producto que distribuye, donde el cliente toma en consideración todas las tendencias y requerimiento para su adquisición.

2.2.9 Plan de Marketing

Para el autor San Miguel (2020) el plan de marketing representa todas aquellas características principales que poseen el producto, el precio, la plaza, y la publicidad. Se denota claramente las estrategias que van a permitir su expansión a un segmento de Mercado específico.

Las estrategias del producto tienen relación directa con el empaque, la etiqueta, las características del producto, la forma de entrega, y los valores agregados con que este cuenta.

Las estrategias del precio están vinculadas directamente a un aspecto innovador con valor agregado y que está por debajo del precio de la competencia para de esa manera tener una mayor persuasión en la adquisición del producto o servicio distribuido.

La estrategia del marketing en el área de la plaza representa el punto estratégico de comercialización donde se va a difundir la información relevante del servicio que se va a ofrecer a los clientes y a la vez las características en los medios digitales que se van a difundir para su pronta adquisición. La estrategia de publicidad abarca todos los medios convencionales y digitales donde se van a comunicar las diferentes características que posee el producto o servicio a distribuir a través de estrategias persuasivas, promociones e incentivos

2.2.10 Plan de comunicación tecnológica

Para el autor Giraldo (2021) el plan de comunicación tecnológica son todos aquellos medios de visita masiva en redes sociales donde se va a persuadir con información relevante sobre el producto o servicio que se ofrece dentro del plan de negocio, siendo una herramienta de interés publicitario el dar a conocer todas las características a distribuir además de aplicar las principales estrategias de comunicación en las principales redes como Facebook como Twitter, Instagram, WhatsApp, Telegram, entre otras. Se aplican las estrategias de persuasión con el manejo del correo personalizado donde se establece a través de una base de datos la perspectiva de informar adecuadamente a la persona que forma parte del segmento de Mercado específico.

2.2.11 Estudio técnico

La parte técnica tiene relación directa con todos aquellos procesos que se realizan en las distintas áreas dentro de la nueva organización o idea emprendedora, donde se detallan los procesos en el área administrativa, operativa, marketing, finanzas, y tecnológica para de esa manera visualizar todos los lineamientos necesarios a seguir para alcanzar un mayor rendimiento en las actividades realizadas.

Según el autor Hopper (2021) forma parte de la logística todos aquellos aspectos innovadores que van a permitir comunicar información relevante a los clientes sobre los diferentes hechos suscitados dentro de una sala de evento y cuáles son las principales características a difundir para que esta sea utilizada en las diferentes opciones o requerimiento en el mercado de festejos en el cantón de Durán.

2.2.12 Estudios financieros

Para el autor Ross (2021) el área financiera es una de las principales acciones operativas que se realiza dentro de un plan de negocio para poder vislumbrar cuál es la inversión con que se cuenta y aquellos costos que se van a incurrir para cumplir a cabalidad las estrategias planteadas por la organización, además se vislumbra el precio de la mano de obra directa e indirecta y todos aquellos gastos que incursiona la elaboración de un producto o servicio para los clientes. También se maneja adecuadamente el control de los estados financiero, balance, y flujos para de esa manera garantizar las proyecciones financieras y la aplicación de indicadores relevantes para alcanzar los objetivos económicos planteados.

2.3 Marco Contextual

Toda empresa necesita identificarse y diferenciarse de las demás instituciones, para que los clientes puedan reconocerla; por esta razón se realizó un logotipo, el cual marcará la diferencia, algo fresco y fácil de quedar guardada en las mentes de los consumidores. El logotipo está representado en dos copas en un brindis, algo típico de cualquier festividad por ejemplo puede ser este el cierre de un contrato, cumpleaños, boda, etc., acompañado del nombre de nuestra empresa “MS EVENTOS” y nuestro eslogan Suéñalo, Vívelo.

Misión

Crear una empresa enfocada en la realización de eventos, que ofrezca servicios eficientes y de alta calidad, dirija las actividades de organización, planificación y diseño de para lograr la completa satisfacción del grupo objetivo.

Visión

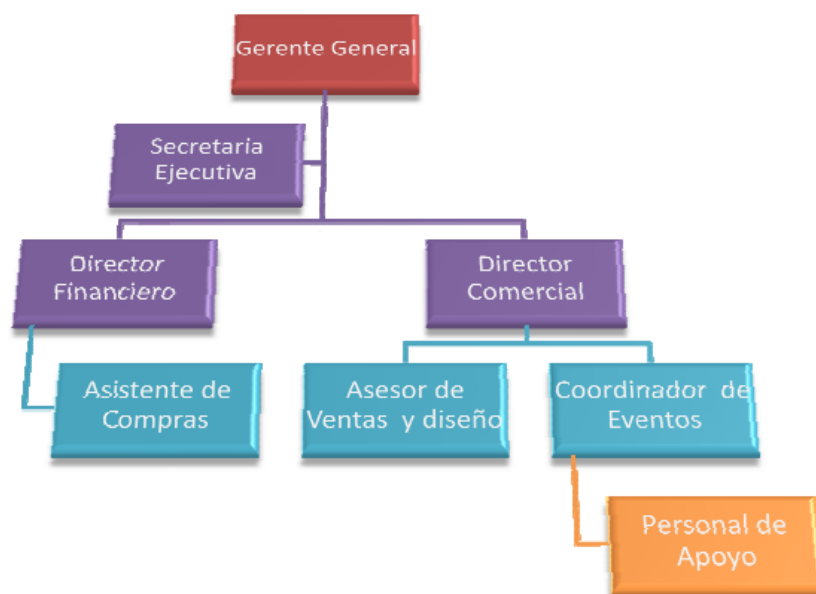
Posicionar a la organizadora de eventos “MS EVENTOS” como la principal empresa y símbolo de confianza en la provincia de Santa Elena (Seme, 2021).

Estructura Organizacional

Dentro de las actividades que realizan El Talento humano dentro de la estructura organizacional se define al gerente general como la persona encargada de realizar la dirección estratégica de la gestión de eventos al igual que sus políticas y de controlar el desarrollo de las negociaciones y las decisiones administrativas.

Figura 3

Estructura funcional de empresa de Eventos



Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

El director financiero es la persona que se encarga de manejar la contabilidad y los presupuestos al igual que el financiamiento para mejorar las instalaciones y poder controlar el presupuesto anual con el fin de garantizar la liquidez, la solvencia y la rentabilidad de la sala de eventos. También se cuenta con un asistente de compra que es la persona encargada de recopilar todos los bienes y servicios requerido para cada uno de los eventos y de atender oportunamente las necesidades que tendrán los clientes Al momento de coordinar y mantener una relación viable y orientada a mejorar continuamente.

El director comercial es la persona encargada de mantener la imagen y el mercadeo de la empresa de eventos, Además de que exista publicidad y promoción en los diferentes medios convencionales y digitales, realizando proyectos de marketing y planes tecnológicos para poder acaparar la atención de nuevos clientes.

También se encuentran asesores de venta y diseño que son los responsables de supervisar las cotizaciones y programar los eventos acordes a los requerimientos del cliente además de ofrecer un portafolio de productos y servicios que van a permitir la Excelencia y la calidad del evento. Los coordinadores de evento van a ser aquellas personas que están relacionadas directamente con la empresa de evento y que mantiene latente su participación como proveedor para poder abarcar todos los requerimientos en el área gastronómica, promocional, fotografía, multimedia, entre otros.

Valores corporativos

Es necesario que la empresa de eventos posea valores relevantes para su adecuada organización y funcionamiento entre los principales El Talento humano debe contar con respeto, eficiencia, honestidad, compromiso, entre otros.

El respeto, representa todos aquellos valores y capacidades que posee el talento humano para poderse desenvolver en el área de evento utilizando su esfuerzo y habilidades para una adecuada imagen de la actividad y el cumplimiento de todas las labores con base a la recepción y comunicación de idea que implique una satisfacción indiscutible para con el cliente que busca celebrar un evento Digno y por siempre recordado.

Eficiencia. Es la relación que existe entre el cliente y el talento humano que se desenvuelve con habilidad en las múltiples acciones de trabajo para coordinar cada uno de los procesos que se requieren dentro de una ceremonia específica donde debe de prevalecer la calidad y el entusiasmo para acaparar la atención de nuevos mercados y lograr la eficiencia en cada uno de los procesos, priorizando las actividades y con un excelente servicio.

Honestidad. Es uno de los principales valores corporativos que tiene una organización y se rige el valor que tiene la persona para realizar su actividad laboral, donde interactúa con ética y profesionalismo para con cada uno de los clientes, personas y proveedores que van a construir a una meta trazada en la empresa de eventos para acaparar la atención y resultados admisibles.

Compromiso. Dentro de la empresa de eventos se requiere que exista el trabajo en equipo donde la sinergia y el asertividad ocupan un papel muy importante dentro del equipo de trabajo, donde se establece el entusiasmo y el dinamismo por alcanzar las metas propuestas.

Proceso del servicio prestado en empresa de eventos

Dentro de la siguiente figura se visualiza un resumen de los procesos que se realiza para el diseño de eventos corporativos para desplegarlo con los futuros clientes, donde se aprecia un diagrama donde su principal participante es el asesor de venta y diseño para que tenga una comunicación directa con el cliente y así conocer cuáles son sus requerimientos.

El asesor de venta es el encargado de ofrecer la variedad de servicios al cliente relacionado con la infraestructura del salón, el tipo de comida nacional e internacional, cuáles son los principales proveedores participantes y la propuesta innovadora de servicio que se va a ofrecer en un determinado tiempo.

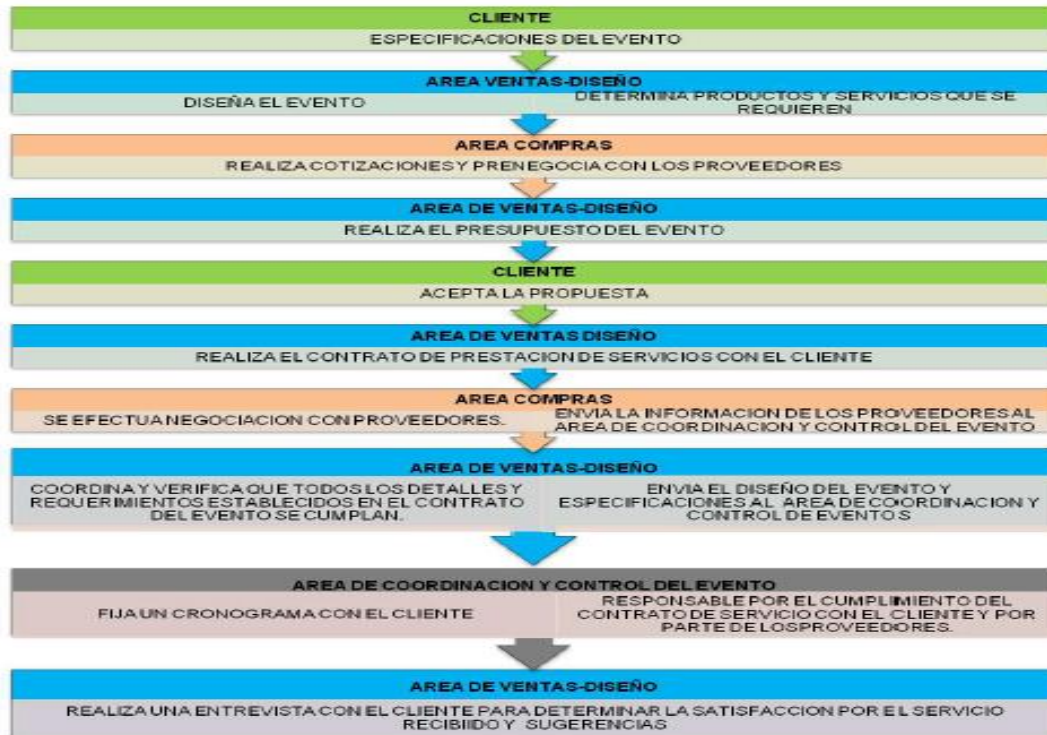
Una vez que se ha diseñado el evento y todas las especificaciones que tiene el cliente se procede pasar un área de compra o adquisiciones que será la encargada de realizar las cotizaciones de cada uno de los productos o servicios requeridos por el cliente no existe un tiempo promedio de 24 horas para solventar una solución inmediata.

El presupuesto será elaborado por el área de venta y diseños que se ajusta a los requerimientos del cliente y a la vez al área de compras para en un tiempo específico poder resolver el tema con el cliente. Dentro del proceso viene la aprobación del cliente que tendrá que finiquitar su decisión y requerimiento a través de un contrato Que firma el director de la empresa de eventos y el contratante tomando en consideración los requerimientos legales.

Dentro del proceso de la empresa de eventos se toma En consideración la calidad de los servicios y productos ofrecidos por los proveedores entre los principales se encuentra la transportación, mobiliario, bebida, alimentos, iluminación, sonidos y

multimedia, diseño de interiores, invitaciones, mantelería, florería, seguridad, animación, modelos, entre otros.

Figura 4
Principales servicios prestados



Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

La coordinación del evento se lo hace con proveedores ya establecido previamente a trabajar a conciencia por la organización con el fin de alcanzar la efectividad para con el cliente. Cualquier inconveniente que se presente durante el proceso de festejo en la sala de eventos será resuelto por el coordinador, que de ser necesario requerirá personal de apoyo.

2.4 Marco Conceptual

Plan de negocio

Un plan de negocios se define como una herramienta clave y fundamental para el éxito, que consta de actividades interrelacionadas para establecer o desarrollar un

negocio. También una guía para que sea más fácil iniciar o hacer crecer un negocio (Segura & Huallpa, 2017).

Eventos corporativos

Es una de las mejores y más efectivas herramientas de marketing interno y externo para empresas; pero en el mejor de los casos es esencial que su visibilidad no se limite a los invitados, sino que se extienda lo más posible; Hoy en día, existen estrategias diferentes que se enfocan principalmente, pero no exclusivamente, en Internet y las redes sociales para publicitar y promocionar adecuadamente cualquier negocio (Suarez, 2017).

Planeación estratégica

La planeación estratégica es una herramienta que puede ser utilizada para crear lineamientos a seguir para alcanzar metas previamente establecidas en la empresa, teniendo en cuenta los factores del entorno y los cambios del mercado, también es fundamental en la toma de decisiones (Calle & Rosas, 2022).

Eventos sociales

Principalmente para el entretenimiento de los invitados, se pueden organizar en la sala, en el exterior o en la misma casa, amoblando un ambiente agradable, cómodo y confortable para cada participante.

Eventos de la empresa

Diseñado completamente para involucrar, alentar y educar a las empresas para que promuevan, promuevan e interactúen con sus socios, empleados, clientes y el público en general.

Eventos públicos o populares

Más comúnmente conocidos como eventos masivos, que son en su mayoría conciertos, festivales, ferias, desfiles, concursos y eventos culturales (Guzmán, 2018).

Eventos Reuniones

Una reunión es un evento privado de carácter comercial o industrial, generalmente organizado por una sola empresa, que dura por lo menos dos días y al que asisten por lo menos cincuenta.

Eventos Congresos

Este nombre se utiliza para diversas conferencias académicas y otras reuniones de discusión, difusión o intercambio de información. Es una reunión extraordinaria con un plazo fijo y un mínimo de dos días y cincuenta participantes.

Eventos Conferencias

Una conferencia es una reunión de alto nivel convocada por organizaciones intergubernamentales para discutir formalmente temas políticos, diplomáticos, económicos, etc., para llegar a conclusiones y resultados muy importantes. Se trata de encuentros más pequeños que congresos y convenciones, también conocidos como encuentros, los mismos que incluyen seminarios, foros, paneles, simposios, etc. (Andrade, 2017).

2.5 Marco Legal

En la Constitución de la empresa de eventos, el artículo 94 de la ley de compañía señala la importancia de responder a las obligaciones sociales con responsabilidad limitada donde participan Los Socios con aportaciones individuales bajo la denominación

de un nombre comercial o razón social, tomando en consideración que la decisión de crear una empresa de eventos requiere el registro de compañía limitada.

Para la superintendencia de compañía la empresa de evento es una compañía de responsabilidad limitada para realizar un trabajo mercantil que tiene un mínimo de tres socios y un máximo de 15 socios empezando su actividad comercial en el mes de enero del año 2024 según pedido y aporte de los tres socios.

El capital suscrito exigido por la superintendencia de compañía Para poder acceder a la legalización de la empresa de eventos yo tendré un capital mínimo de \$800 americano por parte de los tres socios.

El nombre de la empresa será “MS EVENTOS compañía limitada” y se registrá a los principios de propiedad y peculiaridad acorde a lo señalado por el artículo 16 reflejado en la ley de compañía.

La razón social de la empresa “MS EVENTOS” compañía limitada” señalado por la ley de compañía en su artículo 94 que señala que la empresa de responsabilidad limitada tiene como principal finalidad realizar todo tipo de acto de comercio y civiles.

Dentro del marco legal para mantener actualizada la información de la empresa evento Ecuador ante el servicio de renta interna se requiere la obtención del registro único de contribuyentes para poder realizar un claro contexto de elaboración y desenvolvimiento de facturas para con los clientes.

Capítulo III

Marco Metodológico

3.1 Enfoque de la Investigación

El tipo de investigación que se desarrolla para la realización de un plan de negocio en la creación de una sala de evento tiene características relacionadas con la aplicación de un enfoque mixto; ubicando el método exploratorio, no experimental, correlacional y descriptivo.

La realización del Trabajo de investigación tiene relevancia que se justifica la información en diferentes medios digitales y convencionales donde se establece cuáles son los lineamientos necesarios para fundamentar la gestión de eventos a realizarse en la ciudad de Durán.

El método exploratorio consiste en indagar información relevante en diferentes libros y artículos científicos que se encuentran relacionados con la administración y gestión de eventos, donde se establece información de fuentes primarias y secundarias que se obtiene de servicio de rentas internas, Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de estadísticas y censo, Ecuador en cifras, entre otros. La versatilidad de la aplicación del método exploratorio tiene relación directa con los aspectos bibliográficos que se encuentran resumidos en diferentes fuentes fidedignas de información.

El método experimental se refiere a tomar el problema que se presenta al no existir garantías y seguridad al momento de asistir a un evento donde se requiere el control y cuidado por la situación agravante que se suscita en diferentes territorios del país, siendo necesario la vinculación directa de una propuesta que tenga hegemonía en cada uno de sus esquemas de negociación garantizando el entretenimiento, aprendizaje, festejo de

todos quienes se encuentre en el alquiler de la sala de eventos, por lo tanto la información pertinente que se tome en consideración va a ser importante para el desarrollo de la gestión del plan de negocio a realizar.

El método correlacional abarca el análisis de todos los problemas e inconvenientes que se suscitan para dar objeto a la interrogante de la investigación y plantear los objetivos que van a dar como resultado la conclusión y recomendación en el plan de negocio en la elaboración de una de una sala de evento que estará con los estándares de calidad, con la aplicación actualizada de tecnología y la versatilidad y diversidad en la seguridad en el cantón Durán.

El método descriptivo es realizar una investigación donde se presenta el problema, siendo necesario la vinculación de diferentes variables para objetar la intervención de las personas involucradas en el plan de negocio, siendo la población económicamente activa que tiene capacidad de adquirir una sala de eventos quiénes serán los principales entes a analizar al igual que las instituciones y empresas que normalmente realizan sus actividades de capacitación en dichas salas de evento, entre los principales instrumentos de la investigación descriptiva tenemos la observación, un grupo focal, la entrevista y la encuesta.

3.2 Alcance de la investigación

El autor Sampieri (2016) considera que la investigación requiere de un enfoque mixto donde el esquema cualitativo representa las necesidades que requiere una población para estar satisfecha de las opciones de alquiler de una sala de eventos para las actividades sociales, académicas, de aprendizaje y entretenimiento, donde el resultado que se obtiene con la recopilación de información va a exigir mejores condiciones de infraestructura,

seguridad, calidad en la atención del servicio, entre otras variables importantes en la gestión administrativa.

El enfoque cuantitativo señala claramente el analizar Cuántas son las familias, empresario, o ejecutivo que se encuentran satisfechos por las condiciones en que se desenvuelve la gestión de la sala de eventos, dónde se interpreta a través de las estadísticas la veracidad y objetividad del servicio ofrecido, además es importante destacar que en el momento de utilizar la sala de evento existe las condiciones físicas necesarias para que se difunda las diferentes opciones característica importante en la administración del plan de negocio de la creación de una sala de eventos.

3.3 Técnica e Instrumento para obtener los datos

El desarrollo de un plan de negocio para la creación de una empresa de evento requiere de un estudio sistemático que refleje la necesidad del sector en los diferentes hogares y organizaciones de la ciudad, donde se tome en consideración aspectos importantes para adecuar la sala de eventos a las necesidades, siendo necesario el uso de instrumento de recopilación de información relacionado con la observación, grupo focal, encuestas y entrevistas.

La observación refleja el análisis que se realiza a salas de eventos similares en el territorio y que demuestren el uso de innovación y tecnología para verter un claro contexto de su trabajo y poder asimilar mejoras en la creación de la sala de eventos, este análisis de la observación va a permitir conocer cuáles son las tendencias que se presentan en el mercado y a tomar decisiones relevantes para garantizar mejoras; y de esa forma estar dentro de las preferencias de salas de eventos asignadas para empresas u hogares del cantón Durán y sus Alrededores.

El grupo focal encierra características importantes en donde quienes lo conforman son personas que normalmente realizan actividades de capacitación o entretenimiento y requiere de una determinada sala de eventos que cuente con las características importantes para su gestión, el análisis del grupo focal va a dar como resultado tomar decisiones claras y certeras sobre cómo se debe de elaborar la sala de evento para que esté a disposición del mercado y a la vez poder cuantificar los aspectos relevantes en el diseño y en la administración que se debe de realizar en el plan de negocio.

La encuesta que se realiza estará involucrada un segmento de Mercado específico que son todas aquellas personas que forman parte de la población económicamente activa, además de empresas grandes y pymes que están dentro del territorio y que normalmente buscan una sala de eventos para realizar actividades sociales, capacitación, conferencias, entretenimiento, entre otras. La encuesta se le realiza con preguntas cerradas utilizando la metodología de Likert con varias alternativas; para poder evaluar claramente la respuesta con base a la necesidad que requiere empresarios y familias.

La entrevista está direccionada a los empresarios o jefe de hogar que en su momento han realizado actividades sociales y de capacitación en una sala de eventos, donde su comentario vierte un claro objetivo debido a que ellos señalan cuáles serán las principales necesidades que se requieren en la sala de eventos al igual que mostrarán las condiciones de infraestructura requerida para su gestión y alquiler, siendo necesario el tomar en consideración cada uno de los elementos vertidos por el entrevistado para de esa manera ubicarlo dentro de la gestión de creación de una sala de evento innovadora y con tecnología de punta.

3.4 Población y muestra

El universo a investigar representa a todas las empresas grandes y pymes que normalmente desarrollan actividades de capacitación y sociales que se difunden a través de los diferentes medios convencionales y digitales de comunicación y que buscan aspectos relevantes en la sala de evento a alquilar.

La gestión de una sala de eventos refleja un direccionamiento directo a los ejecutivos de las organizaciones y a los jefes de hogar, siendo tomada en cuenta el antecedente se hace un estudio a la población económicamente activa y a las principales organizaciones que realizan diversas actividades en la sala de eventos.

Según el Instituto Nacional de estadísticas y censo (2022) la población económicamente activa en el cantón de Durán está representada por un total de 315.724 habitantes, el número de empresas u organizaciones que se desenvuelven en el territorio son un número de 2120 organizaciones.

Tabla 2
Universos de PEA a Analizar

Descripción	Población
Organizaciones en el cantón de Duran	2120 organizaciones
Población económicamente activa	315.724 habitantes
PEA y Empelados de Organizaciones	315.724

Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Dentro de la tabla se visualiza que la población económicamente activa y el número de empresas que laboran en el territorio, que van a representar a la población objetivo; para el presente plan de negocio relacionado con la creación de una sala de

eventos, siendo necesario utilizar la fórmula de la población finita para albergar la muestra necesaria para dicho estudio.

$$F\acute{o}rmula: \quad n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(N-1)e^2 + z^2 \cdot p \cdot q}$$

n = Muestra ¿?

Z= Confianza -----95%---- 1,96

p= Prob. Positiva -----50%

q = Prob. Negativa ----- 50%

N = Población----- 315724

e = Error muestra -----5%

$$n = 315724 \times 1,96^2 \times 0.5 \times 0.5$$

$$(0.05)^2 \times (315724 - 1) + (1.96)^2 \times (0.5 \times 0.5)$$

$$n = 154.704$$

$$789,30 + 0,68$$

$$n = 196 \text{ encuestas}$$

Utilizando la fórmula de la población finita aplicada a la población económicamente activa se toma en consideración un margen de error para el análisis estadístico equivalente al 5%, un indicador de confianza al 95% que va a ser reflejado por el coeficiente 1,96, existe una proporción de éxito y fracaso dividida al 50%, dando como resultado una muestra equivalente a 196 personas dividida entre los ejecutivos de organizaciones y padres de familia que son parte de la muestra.

3.5 Análisis de Resultados

3.5.1 Recolección de datos: Encuestas

Información básica

Edad de los encuestados

Tabla 3

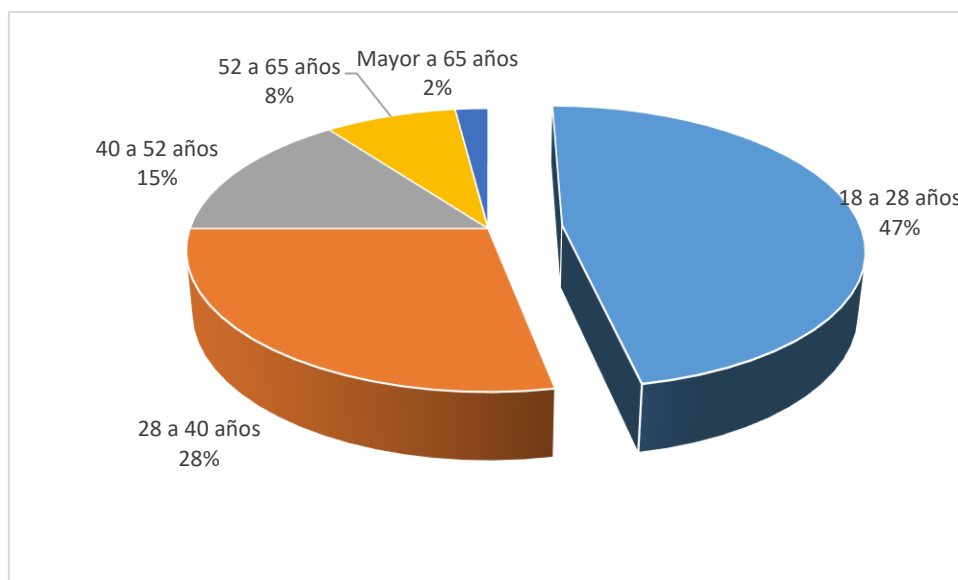
Edad de los encuestados

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18 a 28 años	92	47%
28 a 40 años	55	28%
40 a 52 años	29	15%
52 a 65 años	16	8%
Mayor a 65 años	4	2%
Total	196	100%

Nota: participación por edad de los encuestados
Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Figura 5

Edad de los encuestados



Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Interpretación y Análisis

La edad de los encuestados en un 47% son ciudadanos cuya edad comprende entre 18 a 28 años, un 28% son ciudadanos cuya edad fluctúa entre 28 a 40 años, un 15% representado por 29 encuestado tienen una edad promedio de 40 a 52 años, De igual forma el 8% representado por 16 encuestados tienen una edad entre 52 a 65 años y tan solo un 2% representado por cuatro ciudadanos son mayores a 65 años.

Es importante dar a conocer que las personas encuestadas y que tienen un acceso inmediato a buscar los beneficios de una sala de eventos suelen ser mayores de edad y con disposición económica al igual que manejan empresa y hogares a su disposición.

Genero de los encuestados

Tabla 4

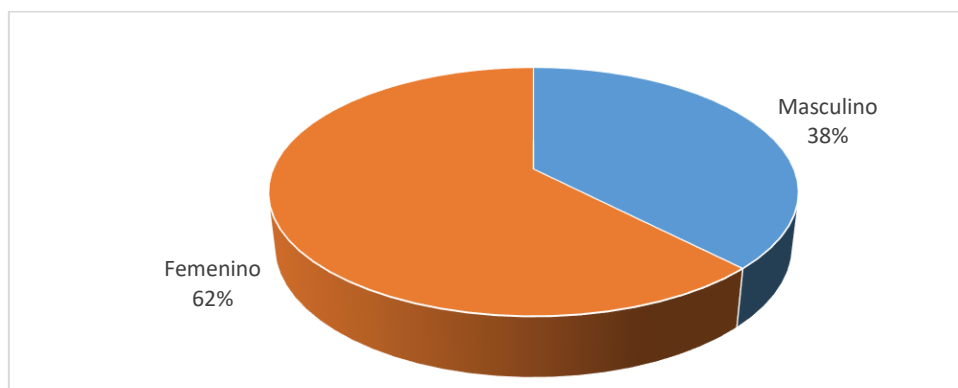
Genero de los encuestados

Genero	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	74	38%
Femenino	122	62%
total	196	100%

Nota: Referente a una mayor participación del género femenino dentro de los eventos
Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Figura 6

Genero de los encuestados



Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Interpretación y Análisis

De los encuestados el 38% representan al género femenino y un 62% están conformados por mujeres emprendedoras que normalmente son las que tienen mayor afinidad para proceder a alquilar una sala de eventos para diferentes tipos de agasajos.

Nivel de educación de los encuestados

Tabla 5

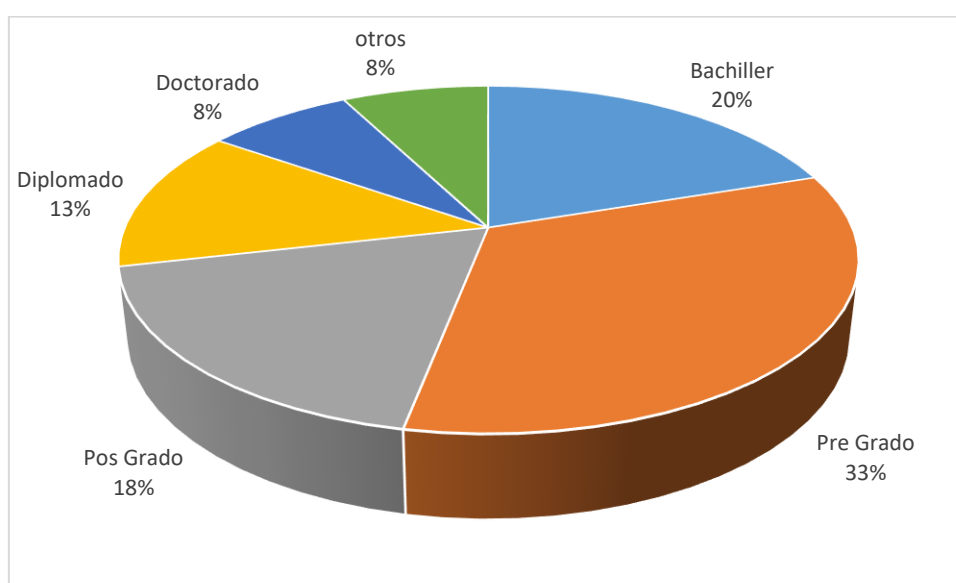
Nivel de educación de los encuestados

Nivel de Educación	Frecuencia	Porcentaje
Bachiller	39	20%
Pregrado	65	33%
Posgrado	36	18%
Diplomado	26	13%
Doctorado	15	8%
otros	15	8%
Total	196	100%

Nota: Participación aceptable de profesionales en el alquiler de sala de eventos
Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Figura 7

Nivel de educación de los encuestados



Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Interpretación y Análisis

El nivel de Educación está representado por un 20% personas que son bachilleres de la República, un 33% reflejado en 65 encuestado tienen un título de Tercer nivel o pregrado, un 18% reflejado en 36 personas tienen un título de maestría, un 13% maneja estudios de diplomado, con un 8% representado por 15 personas son PhD o doctores, apenas un 8% está reflejado en otro tipo de estudios cursos o seminarios.

Es importante dar a conocer que las personas encuestadas que tienen un alto nivel de Educación son aquellas que normalmente incentivan a su personal o a su familia para celebrar cualquier tipo de onomástico o agasajo e incluso dar premios e incentivos a los colaboradores.

Estado civil de los encuestados

Tabla 6

Estado civil de los encuestados

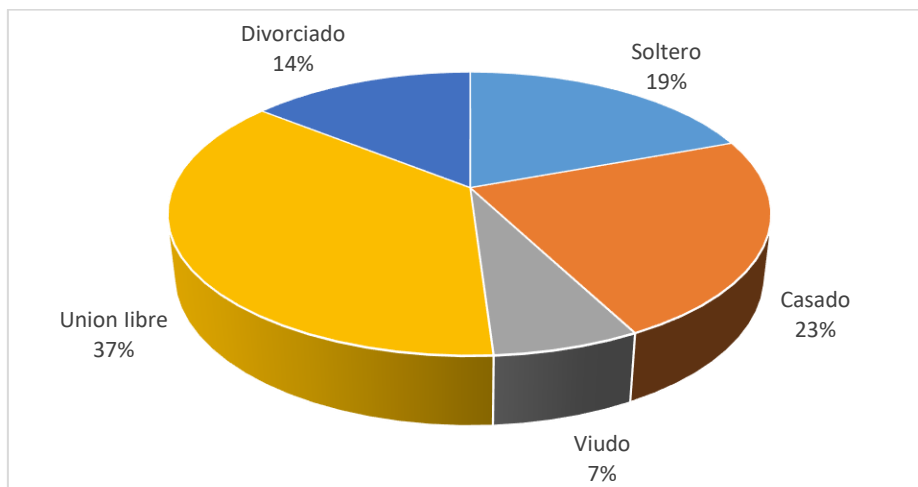
Estado Civil	Frecuencia	Porcentaje
Soltero	38	19%
Casado	45	23%
Viudo	13	7%
Unión Libre	72	37%
Divorciado	28	14%
Total	196	100%

Nota: Presencia considerable de las personas de estado civil casado o unión libre en la gestión de realización de eventos

Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Figura 8

Estado civil de los encuestados



Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Interpretación y Análisis

El estado civil de los encuestados en su gran mayoría son personas con absoluta responsabilidad al tener una familia en estado casado o unión libre, el 19% reflejado en 38 ciudadanos son de estado civil soltero, apenas un 7% reflejado en 13 personas han quedado viudos, sin embargo, es importante dar a conocer que el 14% que son 28 ciudadanos tienen estado civil de divorciado.

La interpretación a este criterio del estado civil normalmente refleja la participación de aquellos ciudadanos que tienen compromiso y que continuamente celebran onomásticos, cumpleaños, fechas especiales, entre otros en la familia, de igual manera existen directivos y supervisores que logran festejar el cumplimiento de metas dentro de la organización y para cual también acuden a sala de eventos sin importar su estado civil.

Información complementaria

1. ¿Cree usted importante una sala de eventos para empresas y familias en el cantón de Duran?

Tabla 7

Importancia de una sala de eventos en el cantón Duran

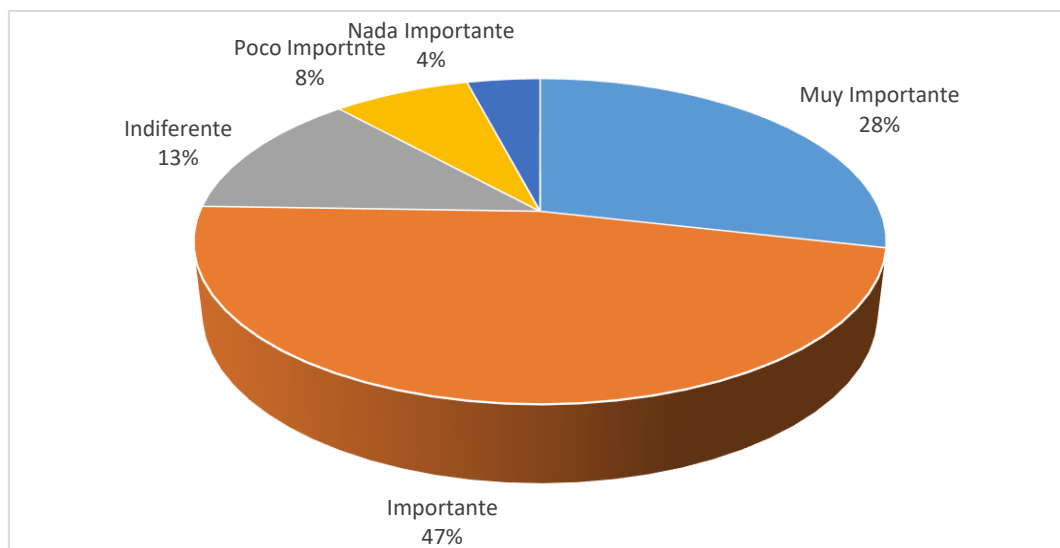
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Muy Importante	56	29%
Importante	92	47%
Indiferente	25	13%
Poco Importante	15	8%
Nada Importante	8	4%
Total	196	100%

Nota: Más de un 77% de los encuestados afirma que es importante el manejo y creación de una sala de eventos en el cantón Duran

Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Figura 9

Importancia de una sala de eventos en el cantón Duran



Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Interpretación y Análisis

La importancia de una sala de eventos considera los ciudadanos en un número de 56 personas que reflejan el 29% que es muy importante en el cantón, un 47% señala que es importante, sin embargo, un 13% reflejado por 25 ciudadanos le resulta indiferente si existe una sala de eventos, pero un 8% que son 15 personas consideran que es muy poco importante y por último Nada importante en un 4%.

Es relevante considerar que la importancia de una sala evento en el cantón Durán en un promedio total del 47 y 29% considera que se la requiere debido a que no existe un mayor esquema de eventos en el canton por la carencia y necesidad de celebrar todo tipo de evento.

2. ¿Considera importante el personalizar su sala de eventos acorde los requerimientos de las empresas, organizaciones y familia?

Tabla 8

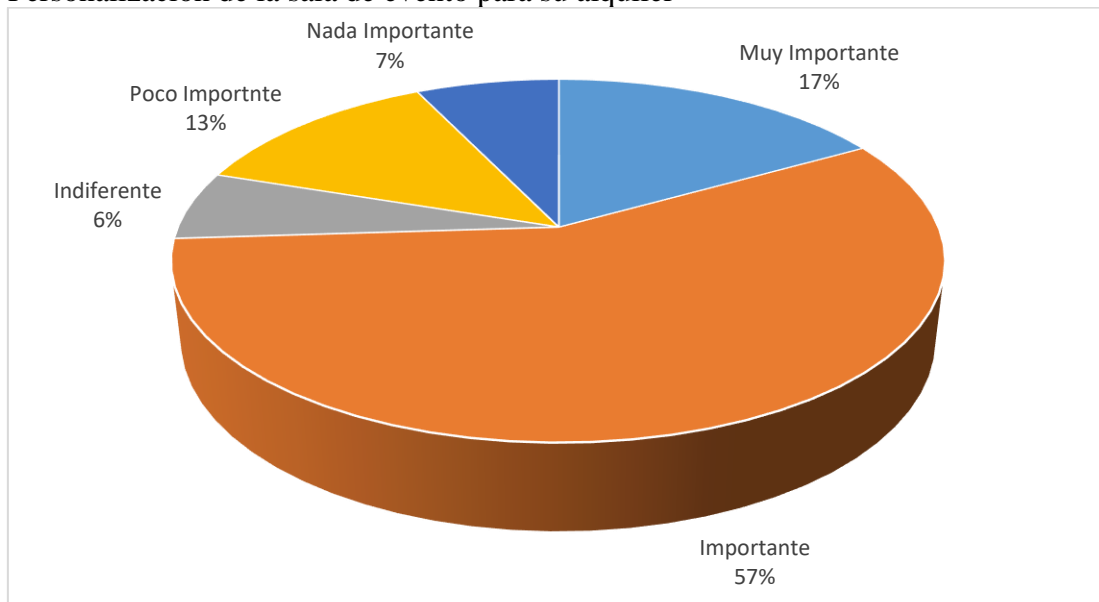
Personalización de la sala de evento para su alquiler

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Muy Importante	33	17%
Importante	112	57%
Indiferente	12	6%
Poco Importante	25	13%
Nada Importante	14	7%
Total	196	100%

Nota: Debido a que la sala es creada y trabajada con base las necesidades
Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Figura 10

Personalización de la sala de evento para su alquiler



Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Interpretación y Análisis

El momento de personalizar una sala de eventos como requerimiento para su alquiler un 17% representado por 33 ciudadanos consideran que es muy importante que el dueño esté vinculado directamente con las acciones de comercialización de la sala de eventos, un 57% que son un total de 112 personas consideran que es importante el llevar a cabo las actividades de personalización de todos los servicios ofrecidos por el dueño del establecimiento.

Resulta indiferente en un 6% si es el dueño que está participando en las acciones de negociación, para un 13% considera que es muy poco importante que sea el dueño del salón de eventos el que esté reflejando la negociación, y por último un 7% reflejado en 14 ciudadanos no considera Nada importante que personalicen las acciones y actividades por parte del dueño de la sala de eventos.

Las decisiones son tomadas siempre por los dueños de la sala de eventos por lo tanto se requiere su presencia al momento de realizar algún tipo de negociación y a la vez conceder la sala de eventos tanto a las organizaciones como a la familia.

3. ¿Es conveniente la comunicación de la sala de eventos a través de los medios digitales de comunicación para impulsar l sala de evento en el cantón Duran?

Tabla 9

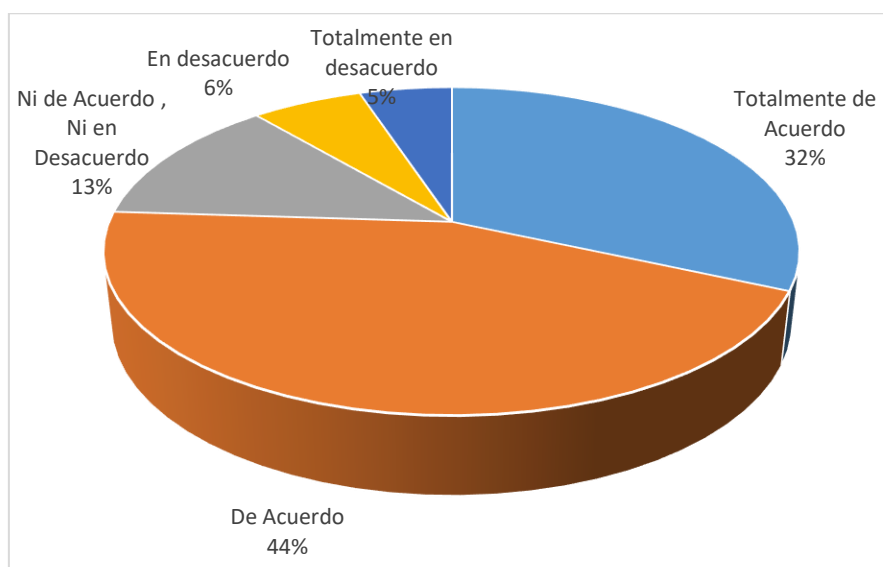
La comunicación para impulsar la sala de eventos en Duran

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	62	32%
De Acuerdo	87	44%
Ni de Acuerdo, Ni en Desacuerdo	25	13%
En desacuerdo	12	6%
Totalmente en desacuerdo	10	5%
Total	196	100%

Nota: Existe una adecuada capacitación de la forma en que se participa en los medios convencionales y digitales de manejo de información
Elaborado por: López D. y Desiderio M. (2023)

Figura 11

La comunicación para impulsar la sala de eventos en Duran



Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Interpretación y Análisis

La comunicación es el principal instrumento para expresar un mensaje a través de los medios digitales y convencionales que va a permitir promocionar todos los pormenores y servicios que posee la sala de evento en el cantón Durán.

4. ¿Considera importante que se promocione la sala de evento en la red social Facebook, Instagram, entre otras?

Tabla 10

Importancia de la promoción de una sala de eventos

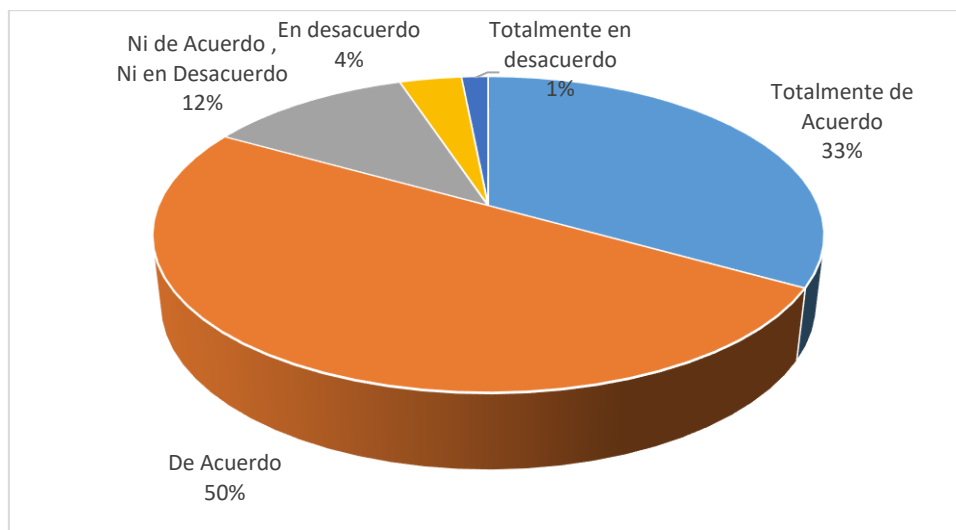
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	65	33%
De Acuerdo	98	50%
Ni de Acuerdo, Ni en Desacuerdo	23	12%
En desacuerdo	7	4%
Totalmente en desacuerdo	3	2%
Total	196	100%

Nota: Interés de promocionar la sala de evento en las diferentes redes sociales que impulsan la negociación de alquiler de la sala

Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Figura 12

Importancia de la promoción de una sala de eventos



Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Interpretación y Análisis

En la actualidad las redes sociales son los principales medios de comunicación para consolidar información y manejar adecuadamente la información para los diferentes jefes de hogares y empresarios, sin embargo el 33% está totalmente de acuerdo de su promoción y un 50% de acuerdo en dar un mensaje especial de la sala de ventas, Le resulta indiferente a un 12% reflejado en 23 personas, un 4% señala que está en desacuerdo y un 2% reflejado en tres personas que está totalmente en desacuerdo de realizar promociones a través de redes sociales.

La tendencia en el manejo de las redes sociales es mayoritaria refleja un 85% de participación por lo tanto Al momento de crear el emprendimiento de una sala de eventos las principales herramientas de difusión de la publicidad, promociones e información es a través de las redes sociales.

5. ¿Cuál es el tipo de red social que más utilizan?

Tabla 11

Red más utilizada dentro de las redes sociales

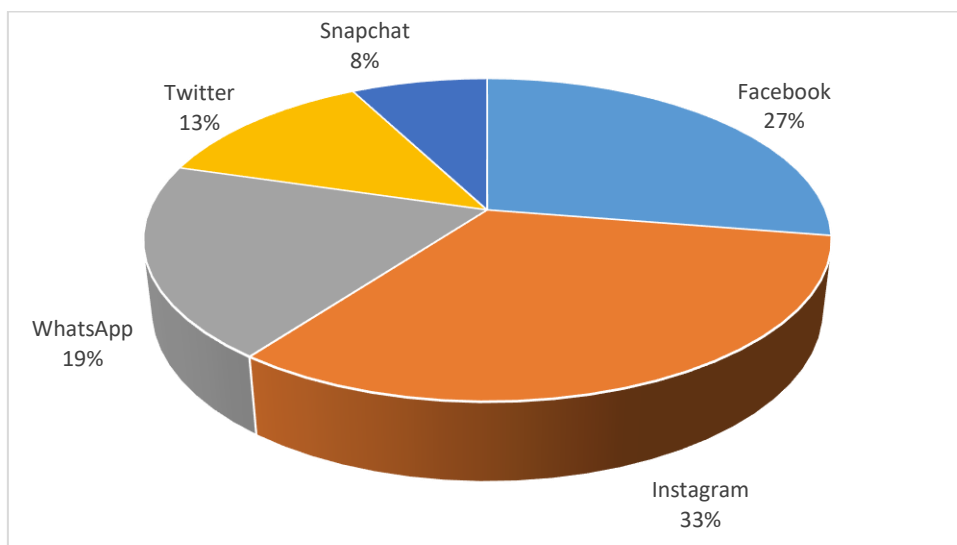
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	54	28%
Instagram	64	33%
WhatsApp	38	19%
Twitter	25	13%
Snapchat	15	8%
Total	196	100%

Nota: Se analiza la red más utilizada dentro de las diferentes redes existentes y de mayor petición para el cliente objetivo.

Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Figura 13

Red más utilizada dentro de las redes sociales



Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Interpretación y Análisis

Tomando consideración que las redes sociales en la actualidad participan la mayor parte de personas de una edad comprendida de los 18 años a 65 años en su gran mayoría de género femenino, se toma la decisión de cuantificar indicadores en el manejo de Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, entre otras, que va a reflejar una comunicación inmediata de la sala de evento a toda la comunidad del cantón Durán.

6. ¿Es importante que la sala de eventos brinde información detallada de todos los productos y servicio que ofrece además del alquiler?

Tabla 12

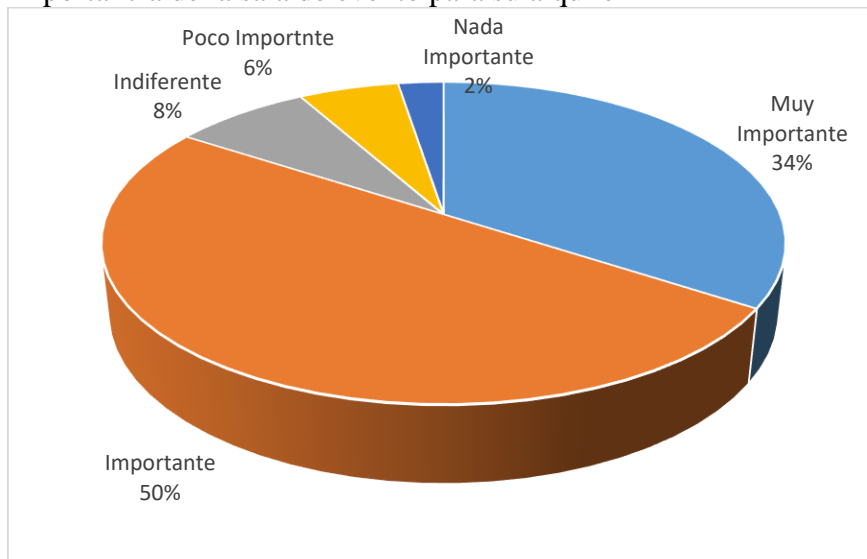
Importancia de la sala de evento para su alquiler

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Muy Importante	67	34%
Importante	98	50%
Indiferente	15	8%
Poco Importante	11	6%
Nada Importante	5	3%
Total	196	100%

Nota: Existe una adecuada aceptación e importancia en el alquiler de la sala de evento

Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Figura 14
Importancia de la sala de evento para su alquiler



Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Interpretación y Análisis

La información detallada de todos los productos que ofrece la sala de eventos Al igual de los servicios adicionales requieren estar reflejado en medios convencionales y digitales, donde el 34% considera que es muy importante, un 50% de los ciudadanos indica que es importante, apenas un 8% reflejado en 15 personas le resulta indiferente, un 6% que son 11 personas les resulta poco importante y un 3% que son cinco ciudadanos señalan que no es necesario la información detallada de productos y servicios que ofrece la sala de eventos.

7. ¿Qué tan probables es que usted realice eventos, actividades de capacitación, conferencia, entre otros los días de lunes a jueves en el cantón Duran?

Tabla 13

Probabilidad que se realicen actividades de capacitación, conferencias de lunes a jueves

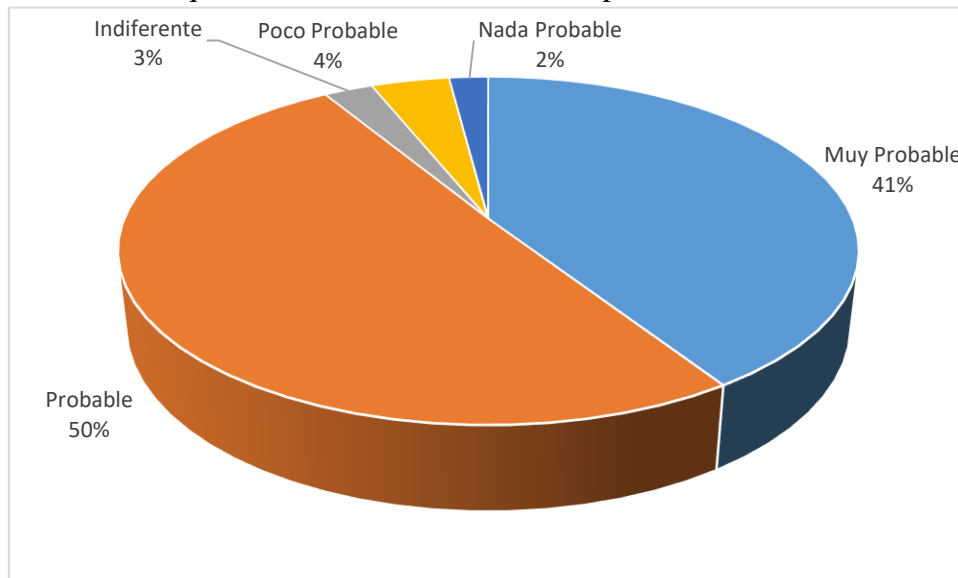
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Muy Probable	80	41%
Probable	99	51%
Indiferente	5	3%
Poco Probable	8	4%
Nada Probable	4	2%
Total	196	100%

Nota: Existe la probabilidad de realizar actividades de capacitación, y conferencias de lunes a jueves en la sala de evento en Duran

Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Figura 15

Probabilidad que se realicen actividades de capacitación, conferencias de lunes a jueves



Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Interpretación y Análisis

Referente a la probabilidad de realizar un evento en la sala considera importante que su actividad se la realice del lunes a jueves para una mayor adaptación durante la jornada de trabajo, donde el 41% reflejado en 80 personas señalan que es muy probable y un 51% que son 99 ciudadanos que son parte de la población económicamente activa señalan que es probable, un 3% le es indiferente, un 4% que son ocho personas consideran que es muy poco probable y el 2% que son cuatro personas señala que es nada probable.

El análisis a la interrogante refleja un claro contexto de aplicación de múltiples actividades dentro de la organización cómo son la participación de temas de capacitación y conferencia otorgado para quienes forman parte de un gremio u organización.

8. ¿Los propietarios de la sala de evento deben de personalizar su atención con servicios adicionales para mejoras en el negocio?

Tabla 14

Personalizar su atención con servicios adicionales

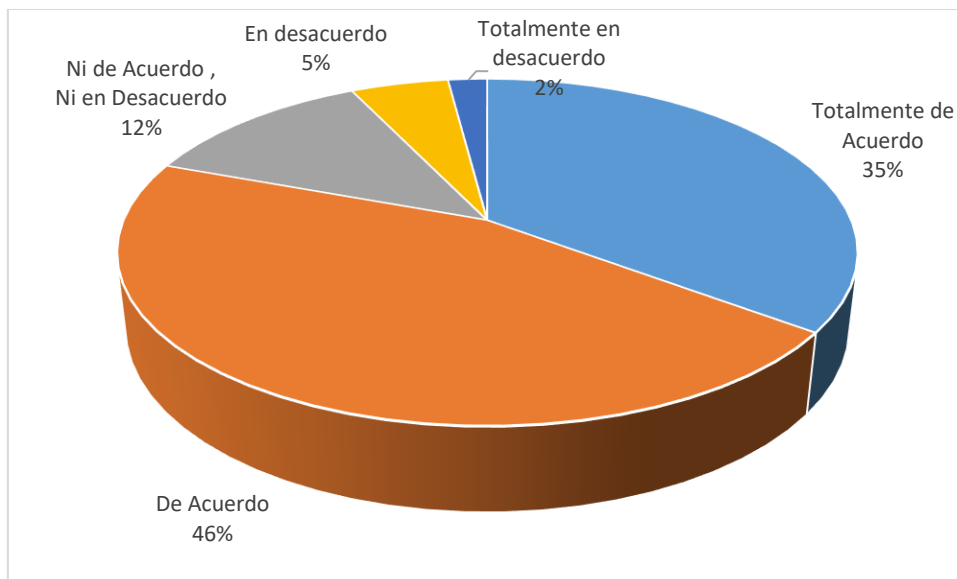
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	69	35%
De Acuerdo	89	45%
Ni de Acuerdo, Ni en Desacuerdo	24	12%
En desacuerdo	10	5%
Totalmente en desacuerdo	4	2%
Total	196	100%

Nota: Al momento de personalizar la atención con servicios adicionales para los clientes existiría la acogida necesaria para su alquiler

Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Figura 16

Personalizar su atención con servicios adicionales



Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Interpretación y Análisis

El requerimiento de servicio es adicional para que los propietarios amplíen el alquiler de la sala de evento con la acción y decisión de nuevos productos, 69 personas que reflejan el 35% está totalmente de acuerdo, 89 personas que reflejan un 45% de los encuestados están de acuerdo, muestran indiferencia un 12% que son 24 personas, están en desacuerdo el 5% y totalmente en desacuerdo un 2%.

La interrogante Clara la mayor parte de los encuestados señalan que se requiere de servicios adicionales para poder Acceder al alquiler de la sala de eventos sumando a ellos todos los servicios adicionales posibles.

9. ¿Es importante cubrir los planes de capacitación para con las empresas del Cantón Duran?

Tabla 15

Cubrir los planes de capacitación para con las empresas

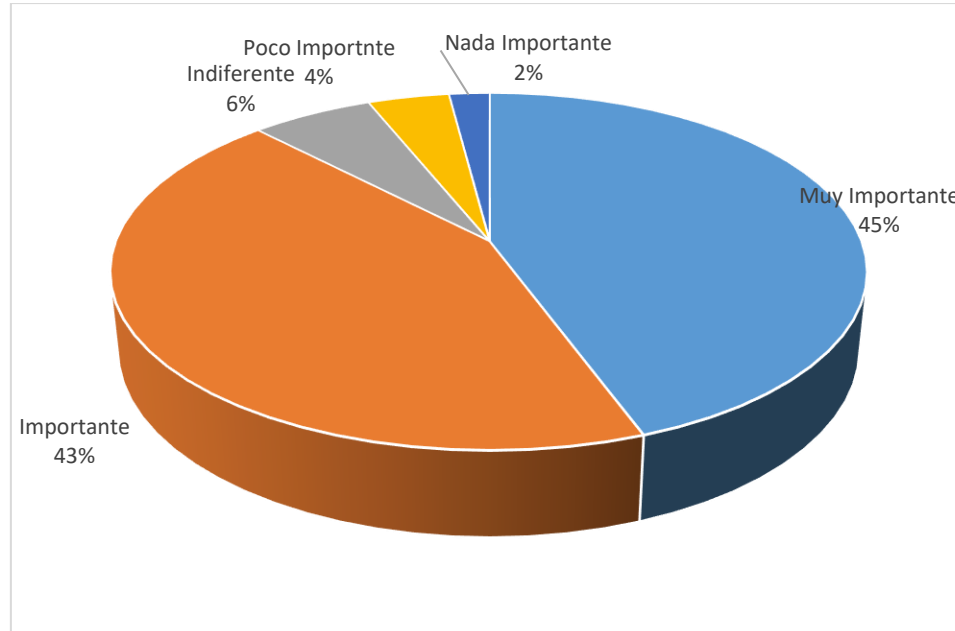
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Muy Importante	87	44%
Importante	85	43%
Indiferente	12	6%
Poco Importante	8	4%
Nada Importante	4	2%
Total	196	100%

Nota: Planes de capacitación para con las empresas que perciben relevancia en la gestión de captar clientes para la sala de eventos.

Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Figura 17

Cubrir los planes de capacitación para con las empresas



Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Interpretación y Análisis

La capacitación resulta una de las principales herramientas que tiene el empresario en la actualidad, por lo tanto se requiere su aplicación para mejorar el clima laboral y alcanzar las metas de una empresa, por lo tanto el 44% de los encuestados que son 87 empleados consideran que es muy importante la capacitación, un 43% que son 85 colaboradores consideran que tan solo es importante el hecho de capacitar, un 6% indica que es indiferente si existe o no la capacitación, es muy poco importante la capacitación para ocho personas que reflejan un 4% y es nada importante la capacitación para el 2% reflejado en cuatro colaboradores.

La decisión al interrogante es que se requiere fortalecer el área educativa para mejoras en el clima organizacional y a la vez fortalecer las estrategias y técnica de venta a través de los medios digitales de comunicación, siendo necesaria la inducción para cada uno de los temas vertidos entre ellos ampliar los conocimientos en ventas, marketing digital, planificación, gastronomía, decoración y diseño, entre otros que son requerimientos importantes al momento de ofertar la sala de eventos.

10. ¿En qué eventos usted o su empresa ha participado en los 2 últimos años?

Tabla 16

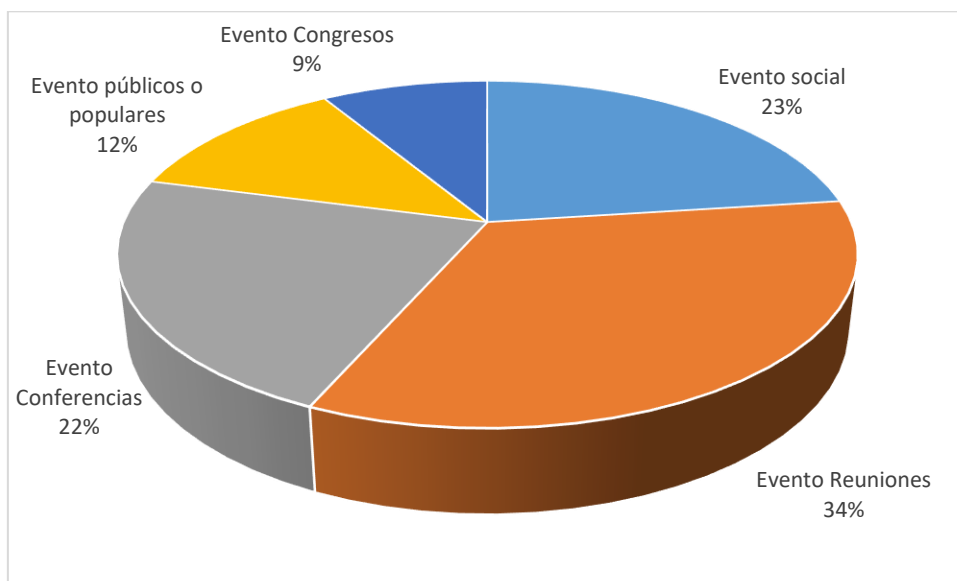
Participación en eventos en los últimos años

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Evento social	45	23%
Evento Reuniones	66	34%
Evento Conferencias	44	22%
Evento públicos o populares	24	12%
Evento Congresos	17	9%
Total	196	100%

Nota: Se evalúa la participación en diversos tipos de eventos en los últimos años
Elaborado por: Desiderio, M. & Lopez, D. (2023)

Figura 18

Participación en eventos en los últimos años



Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Interpretación y Análisis

Haciendo un análisis profundo a todos los encuestados con 23% señalan que han participado en eventos sociales en los últimos dos años, un 34% reflejado en 64 empleados señalan que los últimos años han estado en varias reuniones de trabajo a través de una sala de ventas, un 22% indica que han asistido a eventos de conferencia, un 12% que son 24 ciudadanos encuestados han participado en eventos públicos y populares y por último un 2 9% que equivale a 17 ciudadanos han participado en congresos.

La situación del país requiere de una mayor escenografía en capacitación del sector público y privado, donde su orientación en diferentes temas de interés colectivo para el personal de empresa pública y Privada Busca el realizar actividades para mejorar las competencias del empleado a través de foros bomba conferencias, ensayos, congreso, entre otros eventos, con el fin de obtener la satisfacción de los clientes y el alcance de las metas trazadas en la sala de eventos.

11. ¿Al momento de realizar un programa de capacitación, cual es el lugar donde normalmente realiza dicha actividad?

Tabla 17

Lugar donde se realiza las actividades de capacitación

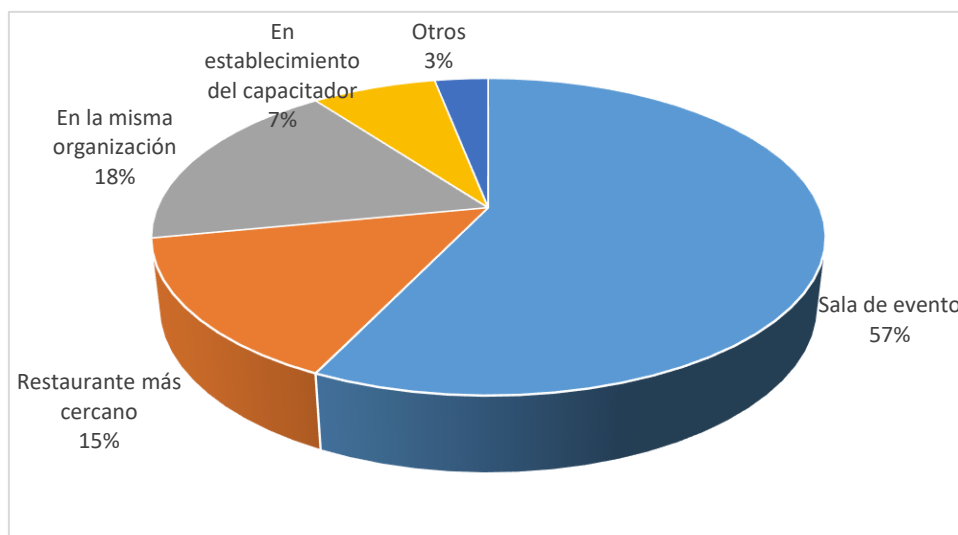
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Sala de evento	112	57%
Restaurante más cercano	29	15%
En la misma organización	35	18%
En establecimiento del capacitador	14	7%
Otros	6	3%
Total	196	100%

Nota: El lugar de mayor preferencia es el uso de una sala de eventos y en la misma organización

Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Figura 19

Lugar donde se realiza las actividades de capacitación



Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Interpretación y Análisis

En el momento que una organización realiza una actividad de ámbito social, educativo, creatividad y motivación, normalmente buscan en un 57% una sala de eventos, en un 15% que refleja a 29 empleados buscan un restaurante cercano, el 18% suele realizarlo en la misma organización, un 7% hace que sus empleados acudan al local del capacitador y un 3% reflejado en seis ciudadanos normalmente buscan otro tipo de lugar para realizar la capacitación.

12. ¿Cuánto está dispuesto pagar por una sala de evento personalizada en el cantón de Duran?

Tabla 18

Valor promedio a pagar por una sala de eventos

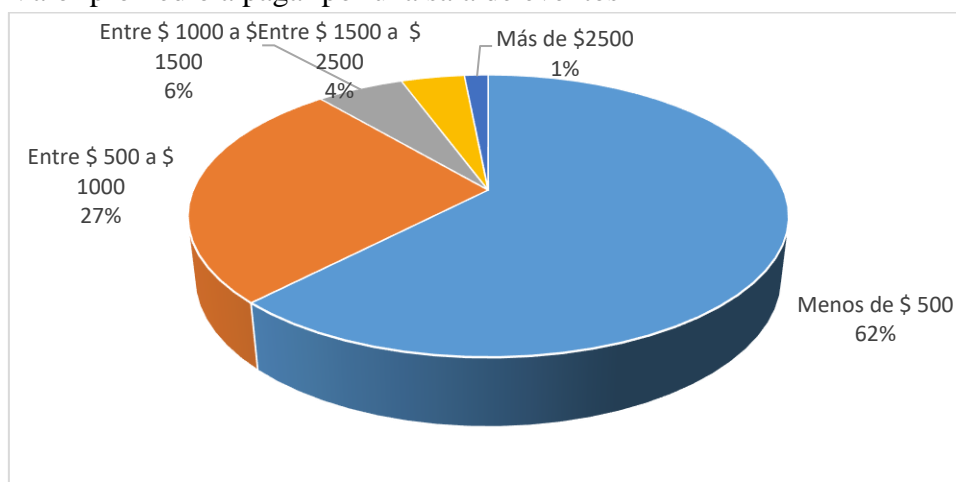
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$ 500	122	62%
Entre \$ 500 a \$ 1000	52	27%
Entre \$ 1000 a \$ 1500	11	6%
Entre \$ 1500 a \$ 2500	8	4%
Más de \$2500	3	2%
Total	196	100%

Nota: Precio y valor agregado asignado a una sala de evento en el cantón Duran

Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Figura 20

Valor promedio a pagar por una sala de eventos



Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Interpretación y Análisis

La interrogante referente al precio que está dispuesto a pagar el ciudadano que forma parte de la población económicamente activa y que tiene una edad promedio entre los 18 a 65 años de edad y que perciben como mínimo un ingreso de sueldo básico busca al menos en un 62% poder pagar menos de \$500, un 27% que refleja 52 encuestados buscan pagar por una sala de eventos para capacitación entre 500 a \$1000. Un 6% de ciudadano que se encuentra entre 1000 a 1500 dólares por una sala de eventos, un 4% podría pagar entre 1500 y 2500 dólares, apenas el 2% representado por tres encuestado indican que sí podrían pagar más de 2500 siempre y cuando se brinden toda la seguridad.

Esta interrogante es importante para definir el precio al igual que el número de personas que va a intervenir en la sala de eventos y Por ende la suma de productos adicionales que se podrían comercializar, sin embargo, en el cantón de Durán que es un sector muy vulnerable, las empresas y personas van a realizar eventos tomando en consideración el precio como primera variable decisoria para el alquiler, por lo que la mayor parte de los encuestados en un 62% considera importante pagar menos de \$500.

13. ¿Considera Importante el ofrecer servicios adicionales de piqueo, bufets, bebidas, entretenimientos, entre otros en la sala de eventos?

Tabla 19

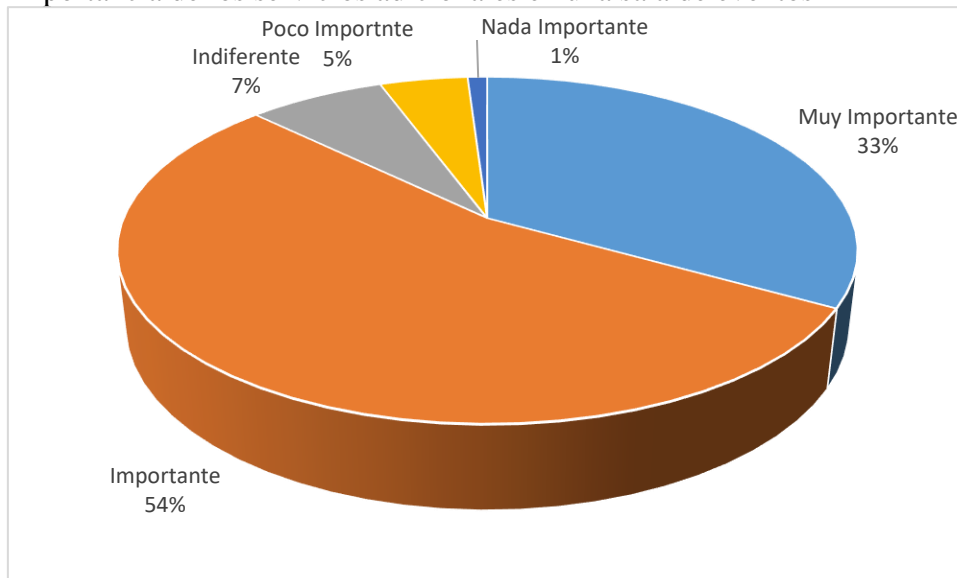
Importancia de los servicios adicionales en una sala de eventos

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Muy Importante	65	33%
Importante	106	54%
Indiferente	14	7%
Poco Importante	9	5%
Nada Importante	2	1%
Total	196	100%

Nota: Para medir los servicios adicionales que se podrían aplicar en la sala de eventos
Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Figura 21

Importancia de los servicios adicionales en una sala de eventos



Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Interpretación y Análisis

Es muy importante ofrecer servicios adicionales como piqueo buffet bebidas y otro tipo de entretenimiento Al momento de alquilar la sala del evento, por lo que de los 196 encuestados el 33% señala que es muy importante el ofrecimiento, un 54% que son 106 ciudadanos consideran que es importante adherir los servicios adicionales a la sala de eventos, un 7% considera que es indiferente, un 5% es muy poco importante y para el 1% representado por dos personas es nada importante el hecho de que se ofrezca servicio adicionales de comida o de más accesorios dentro del evento a realizarse.

14. ¿Cuántas personas normalmente invita al momento de realizar una actividad dentro de una sala de evento en el cantón de Duran?

Tabla 20

Número de personas que se invitan para un evento

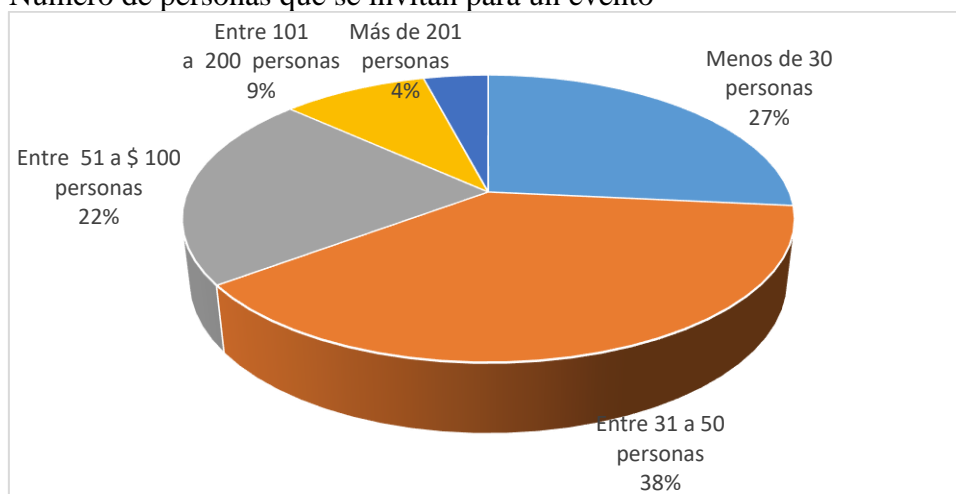
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 30 personas	52	27%
Entre 31 a 50 personas	75	38%
Entre 51 a \$ 100 personas	43	22%
Entre 101 a 200 personas	18	9%
Más de 201 personas	8	4%
Total	196	100%

Nota: Referente al número de personas que se invitan para que ingresen la sala de evento

Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Figura 22

Número de personas que se invitan para un evento



Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Interpretación y Análisis

Sobre la asistencia del número de persona a la sala de evento, la interrogante planteada a los diferentes ciudadanos que son parte de la población económicamente activa en el cantón de Durán y que normalmente son ceñidos por eventos sociales y del conocimiento, consideran que alquilar una sala de eventos del 27% reflejado en 52

personas señala que normalmente invitan a menos de 30 personas, un 38% de los encuestados indican que el número de personas que invitan normalmente está entre 31 a 50 personas.

Un 22% describen claramente que participan en la sala de eventos entre 51 a 100 personas, con 9% que son 18 ciudadanos Que invita entre 101 a 200 personas, y apenas un 4% que normalmente suelen ser organizaciones son las que invitan a un promedio superior a las 200 personas.

Es importante recabar que la sala de evento es una sola y que tiene un máximo de invitado y de igual manera el precio del alquiler será el mismo, sin embargo, se ajusta al precio la variable del número de personas que dependen los servicios adicionales de bebida, buffet, regalo, entre otros.

15. ¿Considera que la ubicación de la sala de evento es importante para acceder a su alquiler?

Tabla 21

Importancia de la ubicación de la sala de eventos

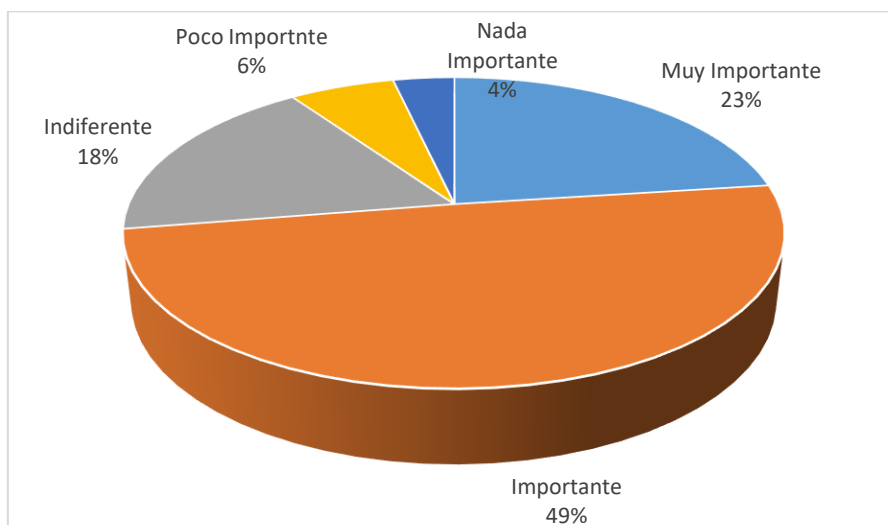
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Muy Importante	45	23%
Importante	97	49%
Indiferente	35	18%
Poco Importante	12	6%
Nada Importante	7	4%
Total	196	100%

Nota: Lugar donde se ubica la sala de eventos para su alquiler

Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Figura 23

Importancia de la ubicación de la sala de eventos



Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Interpretación y Análisis

La ubicación de la sala de evento es un factor preponderante Al momento de alquilarla, por lo que el 23% representado por 45 ciudadanos considera que es muy importante, un 49% que son 97 personas señalan claramente que es importante la ubicación de la sala de eventos, a un 18% de los encuestados le es indiferente, sin embargo, entre un 6 y 4% señala que es poco y nada importante el sitio donde se encuentra la sala de eventos.

La sala de evento en la actualidad debe estar sitiada en un lugar donde exista tráfico masivo, la zona esté bien alumbrada, existe guardianía o policía cercana, y que brinde todos los esquemas de seguridad y bioseguridad necesario Al momento de alquilar la sala de evento.

16. ¿Considera importante el realizar de manera continua eventos dentro de su organización para enaltecer las actividades de agasajos, promociones, capacitación e incentivos para con su personal, proveedores o clientes?

Tabla 22

Importancia de realizar de manera continua los eventos

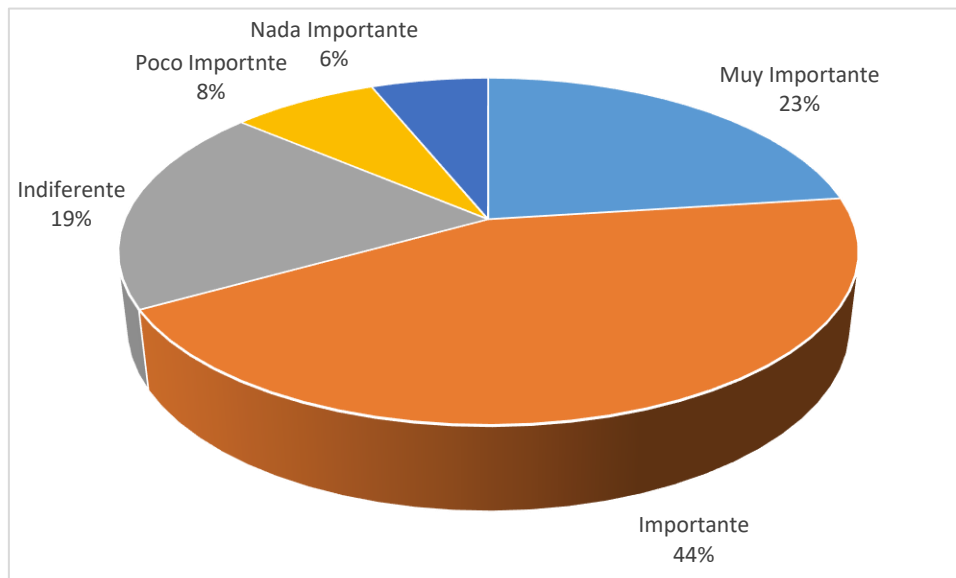
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Muy Importante	45	23%
Importante	86	44%
Indiferente	38	19%
Poco Importante	15	8%
Nada Importante	12	6%
Total	196	100%

Nota: Se refiere a lo importante de realizar de manera continua los eventos y el beneficio a personal, clientes y proveedores

Elaborado por: Desiderio, M. & Lopez, D. (2023)

Figura 24

Importancia de realizar de manera continua los eventos



Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Interpretación y Análisis

Referente a la continuidad de los eventos para enaltecer las actividades de las empresas y hogares del sector de Durán al igual que el incremento de capacitaciones e incentivos para el cliente interno y externo, donde considera el 23% que es muy importante la continuidad, un 44% reflejado en 86 personas señalan que también es importante que exista continuidad En el alquiler de la sala, un 19% le resulta indiferente, un 8% representado por 15 personas es poco importante la organización de eventos y un 6% señala que nada importante.

La continuidad refleja el resultado del servicio otorgado en la sala de eventos, en el momento que existe continuidad es porque las cosas se han realizado acorde a los requerimientos del cliente y existe una alta puntuación en lo que se refiere al producto y servicio ofrecido.

17. ¿Cuál es medio de comunicación convencional o digital de mayor preferencia para que se promocióne la sala de evento en el cantón Duran?

Tabla 23

Medio de comunicación convencional o digital de mayor preferencia

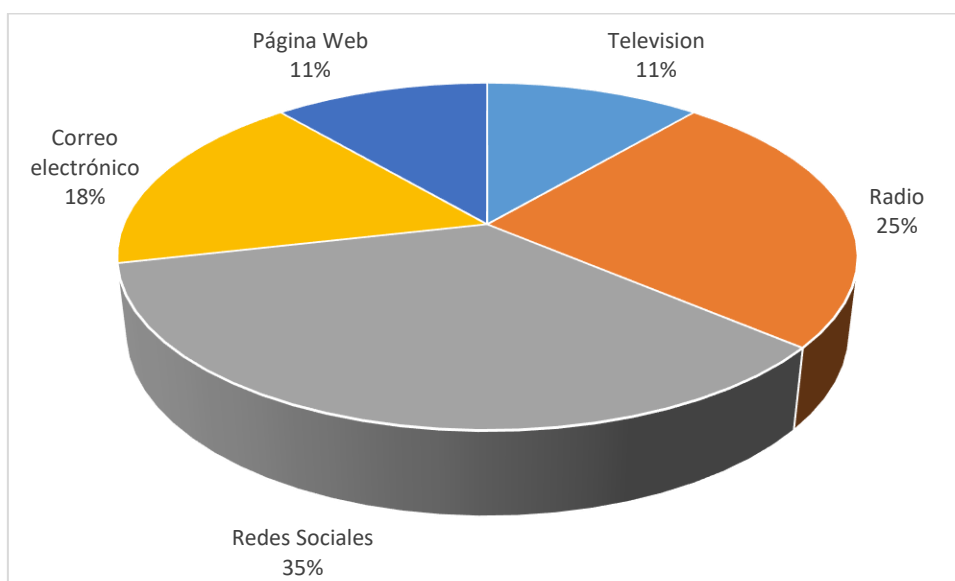
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	22	11%
Radio	49	25%
Redes Sociales	69	35%
Correo electrónico	34	17%
Página Web	22	11%
Total	196	100%

Nota: Se busca promoción en medio de comunicación convencional o digital.

Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Figura 25

Medio de comunicación convencional o digital de mayor preferencia



Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Interpretación y Análisis

La mayor parte de los encuestados señalan claramente en un 35% que utilizan las redes sociales como Principal medio de comunicación que se puede realizar para informar detalles de la sala de eventos, un 25% indica que utilizan la radio como fuente de información al momento de realizar un evento en el cantón Durán, apenas un 11% utiliza la televisión, y un 17% se ve influenciado por cartas personalizadas al correo electrónico, un 11% visita siempre una página web relevante sobre la sala de eventos donde Se informa todo los requerimientos y precios que van a utilizar Al momento de realizar un evento.

18. ¿Es importante llevar una base de datos que permita conocer fechas y agasajos importantes a desarrollar en las familias y empresas del cantón Duran?

Tabla 24

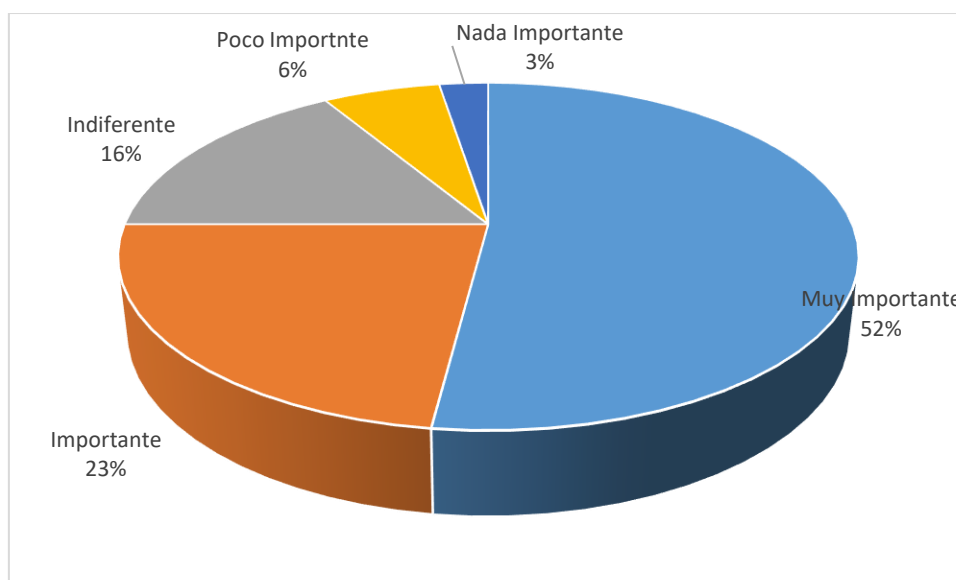
Importancia de una base de datos que permita conocer los agasajos importantes

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Muy Importante	102	52%
Importante	45	23%
Indiferente	32	16%
Poco Importante	12	6%
Nada Importante	5	3%
Total	196	100%

Nota: Referente a la Importancia de una base de datos por guardar y recordar los agasajos importantes en hogares y empresas

Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Figura 26 Importancia de una base de datos que permita conocer los agasajos importantes



Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Interpretación y Análisis

El manejo de una base de datos predomina actualmente en el siglo de la información donde la tendencia de consolidar datos relevante del cliente va a lograr su adecuada aceptación y alquiler de la sala de eventos, un ejemplo tradicional del manejo de una base de datos es en el momento que se llena una ficha de todas las actividades relevantes para la familia y la organización, donde Al momento de presentar la información señala claramente la cercanía de la fecha y los de cuento al celebrar onomástico en la sala de evento promocional. el 52% indica que es muy importante el manejo de una base de datos, el 23% representado por 45 personas de la población económicamente activa señala que es importante la gestión de una base de datos, un 16% le es indiferente el manejo de la base de datos, apenas un 6% señala que es muy poco importante el manejo de una base de datos y por último el 3% que describe a cinco ciudadanos indican que es nada importante el manejo de la base de datos para comunicar e informar al cliente sobre algún evento próximo a realizar.

19. ¿Es probable el alquiler de la sala de evento al momento que se ofrece descuentos especiales al contratar la mayor parte de los servicios ofrecidos?

Tabla 25
Probabilidad de alquiler de una sala de evento

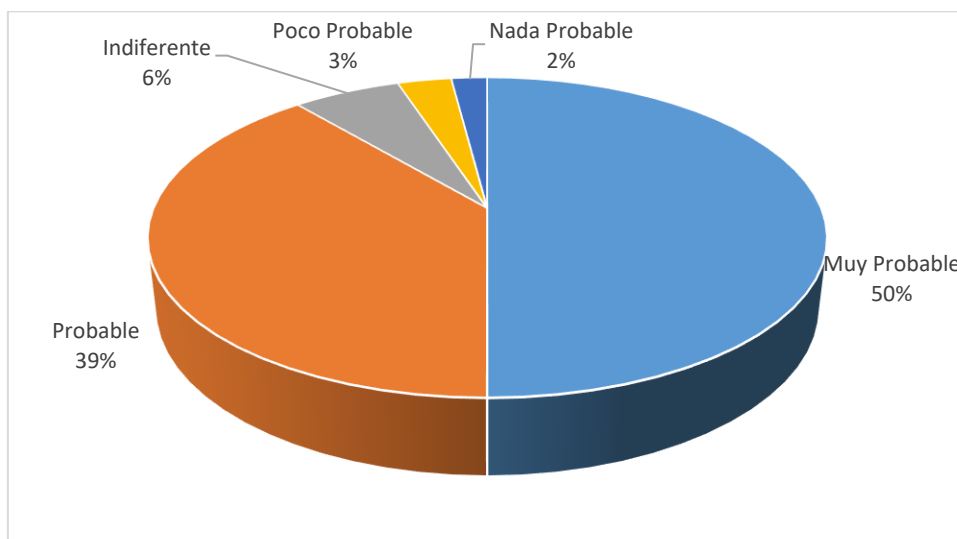
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Muy Probable	98	50%
Probable	76	39%
Indiferente	12	6%
Poco Probable	6	3%
Nada Probable	4	2%
Total	196	100%

Nota: Existe probabilidad de que el negocio de una sala de evento sea permisible y factible

Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Figura 27

Probabilidad de alquiler de una sala de evento



Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Interpretación y Análisis

Referente al descuento que se pueda dar u ofrecer a los clientes de una sala de eventos, el 50% señala que es muy probable alquilarla Al momento de que existen propuestas interesantes en la fijación de proforma o contrato, dónde el 39% señala que es muy probable la adquisición de la sala de eventos, un 6% le resulta indiferente si se le ofrece o no un descuento, un 2% representado por cuatro personas considera que es nada probable el alquilar una sala de eventos por los descuentos especiales recibidos.

20. ¿Considera que la seguridad es un aspecto relevante para el alquiler de la sala de eventos?

Tabla 26

Debe de existir seguridad en cada sala de alquiler para eventos varios

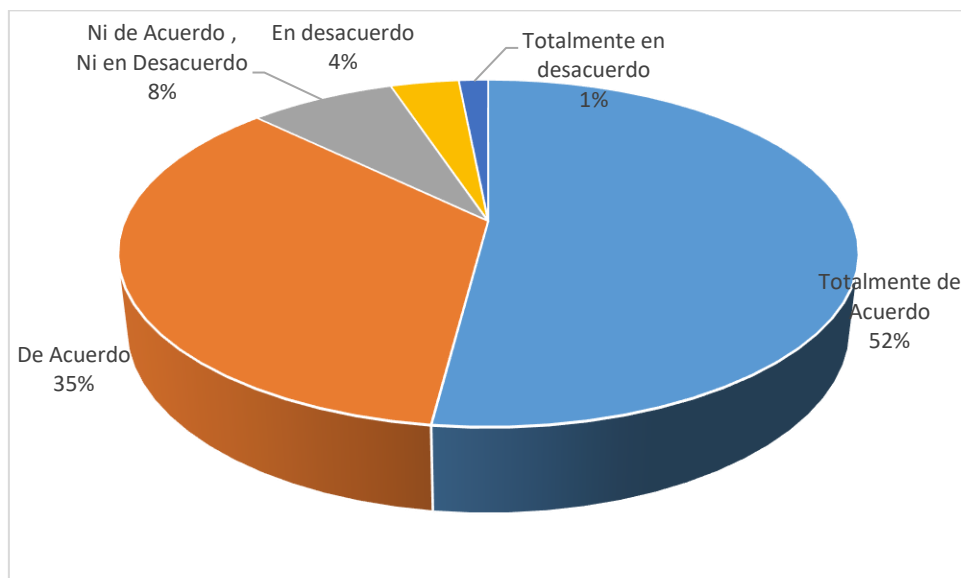
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	102	52%
De Acuerdo	69	35%
Ni de Acuerdo, Ni en Desacuerdo	15	8%
En desacuerdo	7	4%
Totalmente en desacuerdo	3	2%
Total	196	100%

Nota: Un tema de interés es la seguridad en cada sala de alquiler y sus alrededores

Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Figura 28

Debe de existir seguridad en cada sala de alquiler para eventos varios



Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Interpretación y Análisis

En la actualidad todo negocio u organización pública o privada para su adecuada consecución y alcance de objetivos estratégicamente planificado requiere de seguridad, esto implica conocer Cuáles son los riesgos que se podrían presentar en la sala de eventos debido a que el ambiente del cantón Durán es bastante hostil en la actualidad, donde el 52% está totalmente de acuerdo, el 35% está de acuerdo, en desacuerdo 4% y le resulta indiferente a un 8%. En conclusión, el momento que existe seguridad se puede planificar adecuadamente el alquiler de una sala de eventos, porque de esa forma quienes asisten van a estar en confianza y van a ser responsable de todos los implementos adheridos al cliente, donde tendrá un buen parqueadero, el cuidado de todas sus prendas, una portería para controlar el ingreso de persona y Por ende tecnología de cámaras digitales para conocer los diferentes rincones donde podrían suscitarse eventos delictivos.

Capítulo IV

Propuesta Plan de negocio

4.1 Estructura del plan de negocio

4.1.1 Descripción del negocio

En el momento que se desarrolla un evento se requiere de múltiples detalles que van a permitir que el acontecimiento sea muy diferente y muy recordado, por lo que hay que tener en cuenta acciones de marketing, seguridad, planificación estratégica, manejo de las finanzas, entre otros. El objetivo es tener un buen motivo para la realización del evento además de elegir un espacio agradable y acondicionado, y actuar como un gran anfitrión en el momento de desarrollo del evento. Para el alquiler de la sala de evento debe de mantener transparencia y a la vez constancia para de esa manera ubicar todos los servicios adicionales con un personal calificado.

La descripción del negocio trae como principal herramienta de desarrollo el elaborar un adecuado plan de marketing basado en varias estrategias que permita la expansión de la sala de eventos en el cantón Durán y sus alrededores. La sala de evento va a estar diseñada acorde a los diferentes tipos de eventos sociales, es decir se puede realizar un evento infantil, empresarial, cultural, educativo, entre otros. El horario tendrá absoluta flexibilidad durante un promedio de 5 horas acorde a las necesidades del evento, permitiendo que el cliente elija el horario ideal. Es importante también ofrecer para cualquier tipo de evento el espacio requerido para entrenamiento o ensayos y de esa forma el día del evento tenga toda la acogida necesaria.

La sala de evento va a poseer un valor agregado que va a estar influenciado directamente por todas aquellas acciones relevantes para un servicio de excelente calidad

dónde se va a vincular el acondicionamiento de local acorde al evento que se va a realizar, fijando una adecuada presentación del espacio al igual que acceso directo al parqueadero sin costo y la respectiva seguridad en todo momento. Es parte de la responsabilidad de quién es contrataron el evento el ampliar la cobertura de servicio a la diversidad y atractivos del buffet y distribución de bocaditos entre otros detalles.

4.1.2 Socios y aportantes

Dentro de la elaboración de la sala de eventos MS eventos participan tres socios y aporta Dayana López \$4000, María Desiderio con 3500 dólares y Patricia López con 2500 dólares.

Tabla 27
Socios participantes en emprendimiento

Socios	Aporte	Porcentaje
Dayana López	4000	40%
María Desiderio	3500	35%
Patricia López	2500	25%

Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

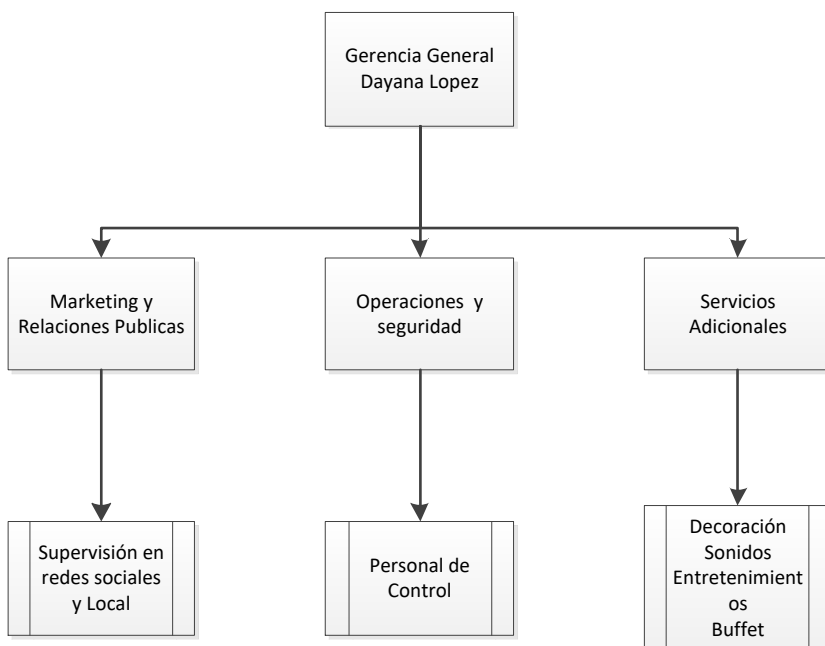
Dentro de la distribución o aporte de los socios se observa que el mayor porcentaje de participación y aporte económico lo tiene la Srta. Diana López con un 40%; el 35% lo tiene la Srta. María Desiderio; la Sra. Patricia López tiene una participación dentro de la sociedad con un aporte del 25%.

4.1.3 Estructura funcional del negocio

Es la estructura nacional de MS eventos se visualiza una jefatura general que tiene a disposición tres áreas específicas con personal que posee absoluta responsabilidad en el área de marketing y relaciones públicas, operaciones y seguridad, y servicios adicionales. En el área de marketing y relaciones públicas se encuentra el desarrollo de las actividades de comunicación e información a través de los medios digitales y redes sociales, donde se plantea todos los servicios que ofrece la sala de eventos y a la vez se establece el cronograma de alquiler del espacio.

Figura 29

Estructura funcional de la sala de eventos



Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

En el área de operaciones y seguridad se da un contexto claro De cuáles son los requerimientos que requiere el cliente y a la vez a la seguridad que se requieren tomar para evitar cualquier tipo de situación no premeditada. El área de servicio adicional tiene relación directa con todos temas relacionados al evento y requerimiento que suele solicitar el cliente relacionado con el sonido, decoración, entretenimiento, buffet, entre otros.

4.1.4 Políticas y lineamientos del negocio

Esa no tendrá el diseño acorde a las necesidades del contratante. Los horarios serán flexible acorde a los requerimientos del cliente. Se ofrece el escenario o la sala de evento para realizar todo tipo de ensayo o entrenamiento. Siempre Existirá seguridad al servicio de los clientes. El parqueadero será de uso exclusivo de los clientes y de todos los invitados. El local contará con seguridad las 24 horas del día. Es opción del cliente el requerir todos los servicios adicionales como buffet, maestro de ceremonia, música, personal, entre otros.

La planificación de la sala de eventos se le realizará con tres días de anticipación al igual que su precalificación se la realizará con 20 días de anticipación para separar la fecha respectiva. Siempre el contratante dará a conocer los motivos de alquiler de la sala de evento al igual que sus objetivos. También se requiere conocer el número, el número de días, y el número de participantes. Siempre deberá existir la reservación con mucho tiempo de anticipación y establecer el cronograma de actividades en el alquiler de la sala de eventos. Es responsabilidad del contratante el poder el servicio técnico respectivo o cubrir las expectativas negociándolo con la sala de eventos es lo que se refiere a sonido, locución, iluminación, recepcionista, entre otros.

La sala de eventos tiene como sus principales esquemas de servicio el ofrecer el alquiler de sus instalaciones almuerzos o cenas, sus invitados, además de celebrar bautizos, comuniones, bodas, entre otros. También es importante destacar que la sala de eventos se la puede utilizar para organizar ferias, fiestas particulares, reuniones de trabajo, organización de eventos para empresas, convivencia de Iglesias, evento deportivo, entre otros.

4.2 Planificación estratégica

4.2.1 Misión

La empresa MS eventos tiene a su disposición la oportunidad de brindar un amplio servicio de calidad a todos sus clientes para recordar su evento garantizando éxito en el mismo donde la confianza y el servicio son los principales pilares para disfrutar aquel momento especial

4.2.2 Visión

En el año 2025 MS eventos será una empresa líder en el mercado de la provincia del Guayas en lo que se refiere a la organización de variedades de eventos que están sostenidos con Excelente servicio e innovación tecnológica constante para la satisfacción de todos aquellos clientes que buscan un sitio especial para sus momentos más importantes

4.2.3 Objetivos estratégicos

Conocer la variedad de servicios y difundirlos a todos aquellos hogares y empresas que requieren un sitio especial para fortalecer sus momentos en unión de compañeros y amigos.

Organizar un lugar de entretenimiento reconocido y de Gran escuela de recordación y recreación Al momento de realizar un evento.

Lograr la satisfacción a cumplir con todos los requerimientos del cliente en lo que se refiere a la variedad de servicio ofrecido en un espacio adecuado para la ocasión.

4.2.4 Valores corporativos

El crecimiento sostenido se fundamenta en la calidad, competitividad Y puntualidad de todos los requerimientos ofrecidos al cliente al momento que alquila la

sala MS eventos. El trabajo de calidad y el compromiso con el contratante es la principal tarjeta de presentación para lograr el recuerdo de momentos y la satisfacción completa del cliente.

La innovación tecnológica es el principal aspecto innovador con que cuenta MS eventos para ofrecer una comunicación directa con todos quienes están presentes y ausentes, esta es una estrategia innovadora que va a permitir que las personas que no pueden asistir estén de manera digital dentro de las instalaciones a través de los equipos multimedia.

El profesionalismo también es un principio dentro de las actividades de MS eventos donde se cuenta con un equipo de trabajo que va a ser el pilar fundamental de la organización y que va a tener la responsabilidad de un cliente en las diferentes áreas o servicios contratados. Actuar con responsabilidad, respeto y puntualidad en el espacio asignado a un cliente para garantizar su constante participación y generar una imagen institucional relevante.

El compromiso de presentar un equipo de trabajo eficiente para MS es una tarea que requiere habilidad y conocimiento para el servicio y la laboriosidad con entusiasmo que permita alcanzar los objetivos tratados. Respeto al momento de que se valora todos los eventos y se da el reconocimiento ideal y acervo para todos los clientes y que forjan el cumplimiento de labores a través del manejo adecuado de la información y la comunicación de todo el personal de MS eventos.

La eficiencia es un valor perenne dentro del personal que elabora en ms eventos que involucra al cliente interno para que este cumpla a cabalidad todas las especificaciones del contratante y a la vez se establezca la eficiencia de los procesos requeridos en el servicio de alquiler de sala de eventos.

4.2.5 Matriz FODA

Fortaleza

1. Contar con una infraestructura adecuada.
2. Poseer El Talento humano idóneo para los servicios de alquiler de la sala de eventos.
3. Tener los medios necesarios de servicios adicionales requeridos.
4. Contar con el acondicionamiento y materiales necesarios para adaptar la sala de evento a los requerimientos del cliente.
5. Poseer seguridad en todo momento.
6. Manejo de innovación tecnológica de excelente calidad.
7. Nuevo servicio de alquiler de sala de eventos vía online.
8. Equipos multimedia acorde a requerimientos y manejo de información.

Debilidades

1. Existe problemas en el manejo de cronogramas de eventos
2. No se cuenta con un espacio para cumplir las exigencias de clientes en la capacidad instalada.
3. No se cuenta con la personalización de servicios totales para garantizar la satisfacción del cliente.
4. Existen limitados esquemas de actualización del personal de MS eventos.
5. Falta de eficiencia en el manejo de los medios digitales y redes sociales para una comunicación inmediata de los servicios ofrecidos por MS eventos

Oportunidades

1. Amplia la cobertura de servicio a diferentes cantones de la provincia del Guayas.
2. Tener la oportunidad de crear nuevas salas de eventos en otros cantones.

3. Ofrecer trabajo indirecto a empresas de servicios, transporte, alimentos, seguridad, entre otros.
4. Expandir el espacio e instalaciones de MS eventos a otras actividades sociales relevantes empleando el espectro de servicio.
5. Obtener una mayor rentabilidad por la expansión de eventos en diferentes horarios

Amenazas

1. Situación delictiva que acontece el cantón de Durán.
2. Situación económica que atraviesa las empresas pymes y microempresarios.
3. Situación económica del país en el manejo de los precios, transporte, y servicios básicos

4.2.6 Matriz PESTAL

Dentro de los factores políticos para MS eventos se considera claramente las políticas y lineamientos vertidos para el alquiler del espacio para diferentes actividades, por lo que la situación política amerita el control y cuidado de la seguridad Al momento de desarrollar un evento.

En los factores económicos se puede considerar los precios concernientes a los servicios básicos en el uso del internet, aire acondicionado, agua, luz, teléfono, entre otros también se consideran aquellos precios concernientes a los productos de la canasta familiar, y los impuestos concernientes a los ingresos percibidos.

Los factores sociales están inmersos dentro de MS eventos al momento que se da la cobertura de alquiler de la sala y se requiere la comunicación con todos los asistentes Al igual para de esa manera garantizar el éxito del servicio de calidad ofrecido.

Los factores tecnológicos representan un espectro innovador para MS eventos debido a que se consolida una comunicación directa con aquellas personas que por su actividad no pudieron acceder y asistir a la sala de eventos Estableciendo una comunicación digital a través de un plasma o proyector donde se visualiza la participación activa del invitado.

El factor ambiental requiere un significado muy especial debido a que se consolida todos los aspectos de cuidado a través del manejo adecuado de los desechos, la reutilización de materiales, el ahorro de servicios básicos, y la utilización adecuada de insumos biodegradables para de esa manera justificar el cuidado ambiental.

Entre los factores optimización del tiempo en lo que se refiere al cumplimiento de los permisos y manejo adecuado de las ordenanzas para de esa manera cumplir con los lineamientos exigidos por el gobierno y Cabildo respectivo.

4.3 Estudio de mercado

4.3.1 Análisis del mercado

El mercado del cantón Duran está conformado por clientes que buscan un motivo especial para celebrar un evento y mostrar un aspecto innovador y emotivo en dicho acontecimiento, donde Busca un espacio acogedor acorde a la celebración y ser un gran anfitrión para de esa manera atender de forma adecuada y con calidad a todos los invitados dando transparencia en el evento al ser limpios y tener todas las medidas de bioseguridad necesaria, vigilando continuamente los aspectos de seguridad eficiente entre el cliente y las preferencias que este posee.

El mercado de cliente que va a adquirir el alquiler de una sala de eventos siempre busca la comodidad además de todos los elementos requeridos en un solo sitio por lo que

el plan de marketing va a estar conformado por estrategias vinculantes donde se da a conocer todo el esquema de servicio creativo con que se cuenta.

4.3.2 Segmentación del mercado

El mercado de sala de eventos es muy requerido en el cantón de Durán debido a que muchas organizaciones requieren un sitio acogedor y acondicionado Y con seguridad que permita Mostrar a clientes y amigos todos los productos y servicios ofrecido por una organización, también es parte del segmento de Mercado todos aquellos hogares que celebran continuamente evento especiales entre su familia y que requieren un tinte de celebración en un lugar llamativo y que tenga el perfil requerido por el cliente para celebrar dicho agasajo.

Parte del segmento del mercado también están involucrados todos aquellos lugares relacionados con espacios en Centro de Estudios, restaurantes, centro comercial, que normalmente tienden a agrupar a un número determinado de personas, Pero no tienen las características necesarias para que todos estén cómodos en un sitio especial celebrando un momento inolvidable.

4.3.3 Perfil del cliente

Son todas aquellas personas que van a realizar algún tipo de recepción o evento en las instalaciones y requieren una sala de eventos, son personas que tienen posibilidad económica para agasajar cualquier tipo de cumpleaños onomásticos, es decir tienen una posición económica media. Entre los principales clientes pueden estar grupo de amigos, fundaciones, celebración de eventos especiales, pueden ser colegios o guarderías o residencia de ancianos, también pueden clientes de catering buffet o comedores.

El cliente de MS evento está dividido en dos esquemas importantes. El primer esquema va a hacer todos aquellos clientes que son parte de una organización y que normalmente ofrecen actividades

El cliente va a ser una persona que necesita trascender Al momento de organizar fiestas, eventos, capacitaciones, o recepción ya sea desde su casa, empresa o local e incluso al aire libre o en un lugar cerrado. MS eventos va dirigida a todas aquellas personas que normalmente siempre celebran un cumpleaños, reencuentro, onomástico, entre otros. Entre los principales clientes pueden estar grupos de amigos, fundaciones, celebraciones de fiestas, comuniones, bautizos, bodas. También pueden ser clientes aquellas personas que ofrecen servicio de catering buffet capacitaciones, entre otros.

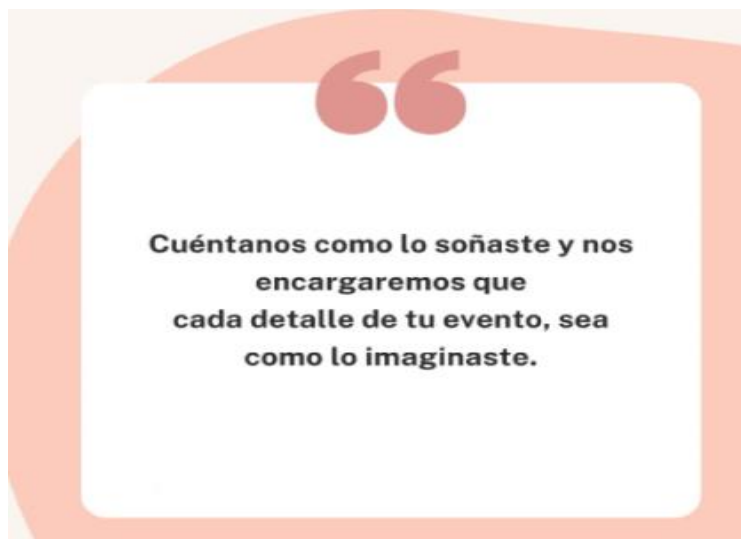
4.4 Plan de Marketing

4.4.1 MIX del marketing producto

Se garantiza un evento en la satisfacción al cliente en lo que se refiere a la música, decoración comida, entre otros. También es parte de la característica de la sala de evento el ayudar a los anfitriones en todo momento, es decir antes, durante y después de la actividad social en lo que se refiere a los detalles particulares de arreglos, protocolos y la organización en general parte de la característica también es brindar un servicio de comida que esté acorde al gusto y tradición del cliente.

Figura 30

Logotipo de MS Eventos



Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Dentro de los productos también se encuentra adicional a la sala de evento los servicios de animación, organización, asesoría en fiestas y eventos además de la decoración, hora loca, buffet, entre otros.

4.4.2 Mix del marketing Precio

La sala de eventos se acondiciona acorde al número de visitantes y a los requerimientos en determinados servicios. La sala de evento abarca un promedio de 50 participantes como mínimo y un máximo de 250.

La sala tiene un precio fiable y accesible de \$500 que involucra la decoración acorde a los requerimientos. Adicionalmente se ofrece los siguientes servicios:

- ✓ Servicio de Buffet a \$7 el plato
- ✓ Servicio de decoración a \$250.
- ✓ Servicio de chef y auxiliares por \$300
- ✓ Servicio de música y decoración de luminarias por \$300.
- ✓ Servicio de animación por \$120
- ✓ Servicio de mariachi por \$200
- ✓ Servicio de hora loca por \$150

4.4.3 Mix de marketing Plaza

La plaza es el lugar donde se encuentran las instalaciones de MS eventos que está ubicada en el sector de Durán en la primavera 2 vía principal.

Figura 31

Local de eventos, espacios sin decoración y con decoración



Fuente: Expo ferias (2020)

La figura se visualiza la sala de evento en su presentación inicial Al momento de presentársela al cliente, en la siguiente fase de la sala de eventos se la visualiza con su decoración donde abarca un promedio de 100 personas. Donde se ubican todos los accesorios y decoraciones específicas es importante detallar que la capacidad de la sala

equivale a 250 personas y que en la imagen la sala fue adaptada para un número de 100 personas, el precio de la sala no varía por el número mínimo o máximo de personas.

4.4.4 Mix del marketing Promoción y publicidad

La publicidad en la sala de eventos comprende un conjunto de acciones con el fin de persuadir a todas las empresas y hogares que se encuentra en los alrededores del cantón Durán a través de paquetes promocionales relacionados con el número de invitados y de la adecuada recepción que se podría dar para celebrar un onomástico o actividad comercial a través de los diferentes escenarios dispuestos para alquiler. Como son los servicios de Buffet, arreglos, decoración, bocaditos, iluminarias, música, entre otros.

La publicidad se la desarrolla en los diferentes medios digitales de comunicación entre los principales se considera la red social Instagram, Facebook Twitter entre otros, también se utilizan los medios tradicionales de comunicación. Como son los afiches publicitarios y el manejo de la radio.

4.5 Plan de comunicación tecnológica

4.5.1 Estrategias de uso de redes sociales

Dentro de las estrategias del uso de redes sociales se consideran las principales para su difusión de la sala de eventos siendo Instagram, Facebook y el WhatsApp las principales herramientas de comunicación digital para difundir todos los servicios que se ofrecen. También es importante detallar la importancia del uso de Twitter Telegram, y YouTube para de esa manera establecer cuáles son las facetas y las diferentes decoraciones de la sala de eventos.

4.5.2 Estrategias de manejo de correo personalizado

El correo personalizado llega directamente a la persona que normalmente suele tomar la decisión de alquilar una sala de evento, además es líder de la familia o director de una institución, que toma las decisiones para alquilar diferentes tipos de locales para realizar variedades de eventos que van a perfilar una imagen institucional o en su defecto van a celebrar una fecha importante para la familia. El correo personalizado es un ejemplo claro de llegar de forma directa al cliente donde se detallan todas las variedades de servicio que se ofrecen y a la vez se plantea una cotización que va a permitir negociar el alquiler de la sala de eventos.

4.5.3 Estrategia de correo electrónico

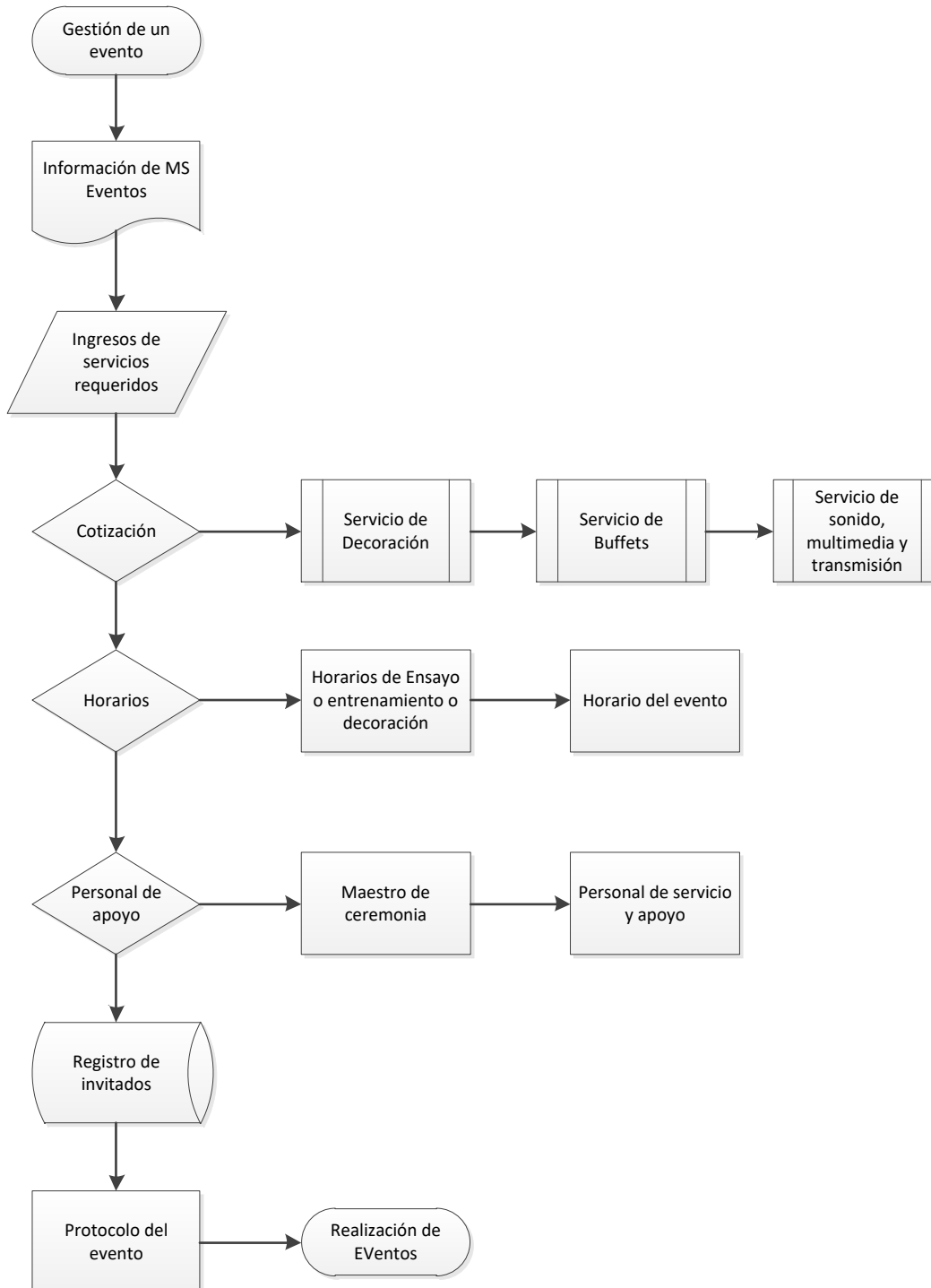
Las estrategias del correo electrónico se difunden de forma masiva a una base de datos registrada Dónde se encuentran todos quienes viven en el sector del cantón Durán y sus alrededores para que de esa manera puedan revisar la información pertinente enviada al correo electrónico y poder tomar la decisión para el acceso a la sala de eventos.

4.6 Estudio técnico

4.6.1 Procesos de la gestión de un evento

Figura 32

Procesos de gestión de un evento



Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

En el proceso técnico para la elaboración de un evento se detalla claramente todo lo concerniente al espacio y el número de personas que van a participar en el evento donde se establece una cotización donde se ubica la sala, el servicio de decoración coma buffet coma y la aplicación de sonidos coma transmisión y multimedia. Luego dentro del organigrama se fija el horario para separar el espacio respectivo dentro de la sala de eventos coma Y por último se planifica el personal de apoyo que va a tener el evento se incluye o no el maestro de ceremonia o el personal de servicio para de esa manera realizar el registro y el protocolo respectivo del evento.

4.7 Estudios financieros

4.7.1 Inversión

En la inversión se detalla la participación activa de todos los equipos relacionados con el tipo de eventos a realizar, es decir se establece todos los materiales referentes a temas de capacitación, festejos, utensilios del evento, entre otros para de esa manera tener un total de 47,000 como base de la inversión.

Tabla 28

Inversión de la sala de eventos

Computadores	2	\$ 800,00	\$1.600,00
Muebles y Enseres	1	\$4.200,00	\$4.200,00
Espacio de sala de eventos	1	\$2.000,00	\$2.000,00
Equipos e Infraestructuras de Capacitación	2	\$7.000,00	\$14.000,00
Equipos e Infraestructuras de festejo	1	\$7.500,00	\$7.500,00
Equipos e Infraestructuras de cocina, Buffet, utensilio de eventos	2	\$5.500,00	\$11.000,00
plataforma web y equipo multimedia, Parlante	1	\$4.500,00	\$4.500,00
Otros equipos administrativos	1	\$2.200,00	\$2.200,00
TOTAL			\$47.000,00
TOTAL INVERSIÓN FIJA			\$47.000,00

Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

En la tabla 29 se establece todos los gastos preparativos que van a estar inmersos en la apertura y comercialización de la sala de eventos siendo los principales rubros los papeles y convenios del municipio los acuerdos y tratados con las empresas y clientes y lo que se refiere a una investigación de campo para medir la veracidad financiera del proyecto como se establece un monto de 2500 en el total de gastos preparativos.

Tabla 29
Inversión en gastos preparativos

Gastos preparativos	Valor Total
papeles convenios Municipio Duran	\$600,00
Registro de firmas, acuerdo y tratados con clientes	\$400,00
Gastos de Imagen Corporativa y publicidad	\$550,00
Gastos de Investigación de Mercado de sala de eventos	\$950,00
TOTAL GASTOS PRE-OPERACIONALES	\$2.500,00

Elaborado por López D. y Desiderio M. (2023)

En la tabla 30 existe la inversión final que está involucrado la inversión fija, los gastos preparativos y un capital de trabajo dando un total de 50,068 el monto de inversión.

Tabla 30
Inversión Inicial de sala de Evento

INVERSIÓN INICIAL	Valor Total
Total inversión fija	\$47.000,00
Total gastos pre-operacionales	\$2.500,00
Capital de trabajo	\$568,43
Total inversión inicial	\$50.068,43

Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

4.7.2 Ventas de sala eventos y afines

Tabla 31
Ventas de Sala de eventos en año 2024

	Año 2024
Número de Eventos proyectos	22
Precio de sala de eventos	\$550,00
Ingresos mensuales	\$12.100,00
INGRESOS ANUALES	\$ 145.200,00

Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

La venta de la sala de eventos se refiere al espacio alquilado para realizar conferencias, festejo o cualquier otra actividad coma calculando según el estudio financiero un alquiler promedio de 22 clientes en el mes que van a generar 550 por cada alquiler recibiendo un ingreso mensual promedio de 12,100 dólares.

Tabla 32
Proyecciones de ventas en sala de eventos a 5 años

	INGRESO POR VENTA "MS Eventos"				
	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	Año 2028
Número de Eventos					
proyectos	22	22	23	23	24
Precio de sala de eventos	\$550,00	\$550,00	\$550,00	\$550,00	\$550,00
Ingresos mensuales	\$12.100,00	\$12.342,00	\$12.588,84	\$12.840,62	\$13.097,43
INGRESOS ANUALES	\$ 145.200,00	\$ 148.104,00	\$ 151.066,08	\$ 154.087,40	\$ 157.169,15

Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

4.7.3 Costos directos

Los costos directos están reflejados en cada uno de los eventos con un total promedio de \$180 donde se suma la mano de obra y los gastos indirectos de fabricación.

Tabla 33
Costos de materiales utilizados en cada evento

MATERIAL Directo aplicados "MS Eventos"	COSTO UNITARIO por Eventos	COSTO UNITARIO por Programa
Equipos multimedia y sonido y luces	\$45,00	\$45,00
Utensilios y mantenimiento de equipos	\$25,00	\$25,00
Mantelería, suministros de cocina y menajes	\$20,00	\$20,00
Valor hora de alquiler (6horas)	\$ 5,00	\$30,00
Personal adicional	\$10,00	\$60,00
	\$ -	\$ -
TOTAL MATERIALES DIRECTOS	\$105,00	\$180,00

Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Tabla 34
Costo total materiales directos "Ms eventos"

COSTO TOTAL MATERIALES DIRECTOS "MS Eventos"					
	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	Año 2028
Número de utensilio	\$22	\$22	\$23	\$23	\$24
Costo por materia prima	180	180	180	180	180
Costo Material Directo / Mes	\$3.960,00	\$4.039,20	\$4.119,98	\$4.202,38	\$4.202,38
Costo Material Directo / Año	\$47.520,00	\$48.470,40	\$49.439,81	\$50.428,60	\$50.428,60

Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

El costo de producción total de la sala de evento es la suma de los materiales directos utilizados, la mano de obra participativa y los gastos generales e indirectos de alquiler de la sala de eventos.

Tabla 35
Presupuesto en costos "MS eventos"

PRESUPUESTO EN COSTOS "MS Eventos"					
	Año	Año	Año	Año	Año
	2024	2025	2026	2027	2028
Costos de Energía Eléctrica	\$160,00	\$160,00	\$160,00	\$160,00	\$160,00
Mantenimiento de instrumentos de eventos	\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00
Mantenimiento de sonidos, luminarias, aires, equipos	\$140,00	\$140,00	\$140,00	\$140,00	\$140,00
Mantenimiento de equipos de cocina y frio	\$250,00	\$180,00	\$180,00	\$180,00	\$180,00
Mantenimiento de menaje y varios	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
Depreciación PP&E	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
CIF Mensuales	\$720,00	\$650,00	\$650,00	\$650,00	\$650,00
	\$	\$	\$	\$	\$
CIF ANUALES	2.160,00	1.950,00	1.950,00	1.950,00	1.950,00

Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Tabla 36
Costos de producción Total

	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	Año 2028
Costo Material Directo / Año	\$47.520,00	\$48.470,40	\$49.439,81	\$50.428,60	\$50.428,60
Costo MOD / Año	\$5.934,60	\$5.934,60	\$5.934,60	\$5.934,60	\$5.934,60
CIF ANUALES	\$2.160,00	\$1.950,00	\$1.950,00	\$1.950,00	\$1.950,00
COSTO PRODUCCIÓN					
TOTAL	\$55.614,60	\$56.355,00	\$57.324,41	\$58.313,20	\$58.313,20

Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

4.7.4 Presupuesto de mano de obra

El presupuesto del personal que labora en el área operativa está representado por dos auxiliares de evento y un asistente supervisor.

Tabla 37
Presupuesto de mano de obra en sala de evento

MANO DE OBRA DIRECTA (FIJA)	No. de personal	Sueldo mensual Bruto	Remuneración mensual	% Beneficios sociales	Costo MOD mensual
Sueldo de auxiliares en evento	2	\$450,00	\$900,00	41,3%	1.271,70
Sueldo de asistente y supervisor	1	\$500,00	\$500,00	41,3%	706,50
TOTAL	3		1.400,00		1.978,20
COSTO TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA "MS Eventos"					
	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	Año 2028
Costo MOD / mes	\$1.978,20	\$1.978,20	\$1.978,20	\$1.978,20	\$1.978,20
Costo MOD / Año	\$5.934,60	\$5.934,60	\$5.934,60	\$5.934,60	\$5.934,60

Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Tabla 38
Presupuesto de sueldo y salario en MS Eventos

Sueldos y Salarios	No. de personal	Sueldo mensual Bruto	Valor Horas Extras	Remuneración mensual	% Beneficios sociales	Gasto Total Sueldos y Salarios
Gerente de sala evento "MS Eventos"	1	\$600,00	\$-	\$600,00	41,3%	847,80
Contador "MS Eventos"	1	\$450,00		\$450,00	41,3%	635,85
Asistente y ejecutivo de redes y promoción	1	\$450,00		\$450,00	41,3%	635,85
TOTAL	3			\$1.500,00		\$2.119,50
Presupuesto de SUELDOS y SALARIOS "MS Eventos"						
	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	Año 2028	
Sueldos y Salarios / mes	\$2.119,50	\$2.119,50	\$2.119,50	\$2.119,50	\$2.119,50	
Sueldos y Salarios / año	\$25.434,00	\$25.434,00	\$25.434,00	\$25.434,00	\$25.434,00	

Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

El presupuesto del sueldo en el área administrativa también está conformado por tres personas donde participa un gerente, un contador y un ejecutivo de relaciones públicas y redes sociales.

4.7.5 Gastos Generales

Tabla 39
Gastos Administrativos "Ms Eventos"

GASTOS ADMINISTRATIVOS "MS Eventos"					
	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	Año 2028
Sueldos y					
Salarios / año	\$25.434,00	\$25.434,00	\$25.434,00	\$25.434,00	\$25.434,00
Ser. Básicos / año	\$720,00	\$720,00	\$720,00	\$720,00	\$720,00
Suministros al año	\$1.560,00	\$1.560,00	\$1.560,00	\$1.560,00	\$1.560,00
Asesoría / año	\$2.160,00	\$2.160,00	\$2.160,00	\$2.160,00	\$2.160,00
Internet y Celular	\$1.080,00	\$1.080,00	\$1.080,00	\$1.080,00	\$1.080,00
Permisos / año	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00
Deprec. Área Admr. / año	\$3.473,33	\$3.473,33	\$3.473,33	\$3.473,33	\$3.473,33
Mant. Vehículo / año	\$1.440,00	\$1.440,00	\$1.440,00	\$1.440,00	\$1.440,00
Gastos Pre-operacionales	\$2.500,00	\$-	\$-	\$-	\$-
TOTAL					
GASTOS ADM.	\$38.867,33	\$36.367,33	\$36.367,33	\$36.367,33	\$36.367,33

Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Los gastos de ventas están reflejado el transporte para ubicar todos los utensilios homenajes para la sala de eventos, también involucra comisiones para todas aquellas personas que están inmersas en dar a conocer la sala de evento en el cantón Durán y Por ende un valor referencial para la publicidad.

Tabla 40
Presupuesto en transporte, comisiones y publicidad

Presupuesto de Transporte de materiales en eventos "MS Eventos"					
	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	Año 2028
Transp. - Com. /					
mes	\$140,00	\$140,00	\$140,00	\$140,00	\$140,00
Transp. - Com. /					
año	\$1.680,00	\$1.680,00	\$1.680,00	\$1.680,00	\$1.680,00
Presupuesto de Comisión en Ventas "MS Eventos"					
	Año	Año	Año	Año	Año
	2024	2025	2026	2027	2028
Comisiones					
anuales	\$4.356,00	\$4.443,12	\$4.531,98	\$4.622,62	\$4.715,07
Presupuesto de Publicidad de "MS Eventos"					
	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	Año 2028
Publicidad / mes	\$150,00	\$150,00	\$150,00	\$150,00	\$150,00
Publicidad anual	\$1.800,00	\$1.800,00	\$1.800,00	\$1.800,00	\$1.800,00

Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Tabla 41
Gastos de ventas "MS eventos"

GASTOS DE VENTAS "MS Eventos"					
	Año2024	Año2025	Año 2026	Año 2027	Año 2028
Transp. - Com. /					
año	\$1.680,00	\$1.680,00	\$1.680,00	\$1.680,00	\$1.680,00
Comisiones					
anuales	\$4.356,00	\$4.443,12	\$4.531,98	\$4.622,62	\$4.715,07
Publicidad anual	\$1.800,00	\$1.800,00	\$1.800,00	\$1.800,00	\$1.800,00
TOTAL					
G. VENTAS	\$7.836,00	\$7.923,12	\$8.011,98	\$8.102,62	\$8.195,07

Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Tabla 42

Crédito y capital requerido para inversión

<u>Inversión</u>		
<u>Total</u>		
Inversión fija	\$47.000,00	
GASTOS PRE-OPERACIONALES	\$2.500,00	
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 568,43	
		\$50.068,43
Capital Propio	\$10.000,00	20%
CAPITAL REQUERIDO	\$40.068,43	80%

Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

En lo que se refiere a la inversión total por el monto de 50,068 existe un capital o aportación de Los Socios de un 20% que equivale a \$10,000 coma la diferencia que son el 80% reflejado en 40,068 se lo realiza a través de un crédito bancario.

Tabla 43

Condiciones del crédito en entidad bancaria

Condiciones del Crédito		
Valor del Préstamo	\$40.000,00	
Periodos de pago	60	
Tasa de interés	12%	
	mensual	
Forma de capitalización	a 5 años	
PAGO		\$ 889,78

Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Las condiciones de crédito bancario fijan un monto de \$40,000 a 5 años plazos que tiene duración el proyecto a una tasa de interés del 12% que da un pago equivalente a 889.

Tabla 44
Amortización mensual del crédito a 5 años

	Principal	Intereses	Pago	Amort. Prést.
0			\$ 889,78	\$ 40.000,00
1	\$ 489,78	\$400,00	\$ 889,78	\$ 39.510,22
2	\$ 494,68	\$395,10	\$ 889,78	\$ 39.015,55
3	\$ 499,62	\$390,16	\$ 889,78	\$ 38.515,92
4	\$ 504,62	\$385,16	\$ 889,78	\$ 38.011,31
5	\$ 509,66	\$380,11	\$ 889,78	\$ 37.501,64
6	\$ 514,76	\$375,02	\$ 889,78	\$ 36.986,88
7	\$ 519,91	\$369,87	\$ 889,78	\$ 36.466,97
8	\$ 525,11	\$364,67	\$ 889,78	\$ 35.941,86
9	\$ 530,36	\$359,42	\$ 889,78	\$ 35.411,50
10	\$ 535,66	\$354,12	\$ 889,78	\$ 34.875,84
11	\$ 541,02	\$348,76	\$ 889,78	\$ 34.334,82
12	\$ 546,43	\$343,35	\$ 889,78	\$ 33.788,39
13	\$ 551,89	\$337,88	\$ 889,78	\$ 33.236,50
14	\$ 557,41	\$332,36	\$ 889,78	\$ 32.679,08
15	\$ 562,99	\$326,79	\$ 889,78	\$ 32.116,10
16	\$ 568,62	\$321,16	\$ 889,78	\$ 31.547,48
17	\$ 574,30	\$315,47	\$ 889,78	\$ 30.973,18
18	\$ 580,05	\$309,73	\$ 889,78	\$ 30.393,13
19	\$ 585,85	\$303,93	\$ 889,78	\$ 29.807,28
20	\$ 591,71	\$298,07	\$ 889,78	\$ 29.215,58
21	\$ 597,62	\$292,16	\$ 889,78	\$ 28.617,96
22	\$ 603,60	\$286,18	\$ 889,78	\$ 28.014,36
23	\$ 609,63	\$280,14	\$ 889,78	\$ 27.404,72
24	\$ 615,73	\$274,05	\$ 889,78	\$ 26.788,99
25	\$ 621,89	\$267,89	\$ 889,78	\$ 26.167,10
26	\$ 628,11	\$261,67	\$ 889,78	\$ 25.539,00
27	\$ 634,39	\$255,39	\$ 889,78	\$ 24.904,61
28	\$ 640,73	\$249,05	\$ 889,78	\$ 24.263,88
29	\$ 647,14	\$242,64	\$ 889,78	\$ 23.616,74
30	\$ 653,61	\$236,17	\$ 889,78	\$ 22.963,13
31	\$ 660,15	\$229,63	\$ 889,78	\$ 22.302,98
32	\$ 666,75	\$223,03	\$ 889,78	\$ 21.636,23
33	\$ 673,42	\$216,36	\$ 889,78	\$ 20.962,82
34	\$ 680,15	\$209,63	\$ 889,78	\$ 20.282,67
35	\$ 686,95	\$202,83	\$ 889,78	\$ 19.595,72
36	\$ 693,82	\$195,96	\$ 889,78	\$ 18.901,90
37	\$ 700,76	\$189,02	\$ 889,78	\$ 18.201,14
38	\$ 707,77	\$182,01	\$ 889,78	\$ 17.493,37
39	\$ 714,84	\$174,93	\$ 889,78	\$ 16.778,53

40	\$ 721,99	\$167,79	\$ 889,78	\$ 16.056,53
41	\$ 729,21	\$160,57	\$ 889,78	\$ 15.327,32
42	\$ 736,50	\$153,27	\$ 889,78	\$ 14.590,82
43	\$ 743,87	\$145,91	\$ 889,78	\$ 13.846,95
44	\$ 751,31	\$138,47	\$ 889,78	\$ 13.095,64
45	\$ 758,82	\$130,96	\$ 889,78	\$ 12.336,82
46	\$ 766,41	\$123,37	\$ 889,78	\$ 11.570,41
47	\$ 774,07	\$115,70	\$ 889,78	\$ 10.796,33
48	\$ 781,81	\$107,96	\$ 889,78	\$ 10.014,52
49	\$ 789,63	\$100,15	\$ 889,78	\$ 9.224,89
50	\$ 797,53	\$ 92,25	\$ 889,78	\$ 8.427,36
51	\$ 805,50	\$ 84,27	\$ 889,78	\$ 7.621,85
52	\$ 813,56	\$ 76,22	\$ 889,78	\$ 6.808,29
53	\$ 821,69	\$ 68,08	\$ 889,78	\$ 5.986,60
54	\$ 829,91	\$ 59,87	\$ 889,78	\$ 5.156,69
55	\$ 838,21	\$ 51,57	\$ 889,78	\$ 4.318,48
56	\$ 846,59	\$ 43,18	\$ 889,78	\$ 3.471,88
57	\$ 855,06	\$ 34,72	\$ 889,78	\$ 2.616,82
58	\$ 863,61	\$ 26,17	\$ 889,78	\$ 1.753,21
59	\$ 872,25	\$ 17,53	\$ 889,78	\$ 880,97
60	\$ 880,97	\$ 8,81	\$ 889,78	\$ 0,00

Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Tabla 45
Amortización mensual del crédito a 5 años

Años	Principal	Intereses
1er.	\$ 6.211,61	\$ 4.465,73
2do.	\$ 6.999,40	\$ 3.677,94
3er.	\$ 7.887,10	\$ 2.790,24
4to.	\$ 8.887,38	\$ 1.789,96
5to.	\$ 10.014,52	\$662,82
TOTAL	\$ 40.000,00	\$13.386,67

Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

4.7.6 Estados de balances, resultados y flujos

Tabla 46

Estados de Resultados Integrales Proyectados Compañía "MS Eventos"

Compañía "MS Eventos"

ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES PROYECTADOS

		Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	Año 2028
VENTAS		\$ 145.200,00	\$ 148.104,00	\$ 151.066,08	\$ 154.087,40	\$ 157.169,15
(-) Costo de Venta		\$ (55.614,60)	\$ (56.355,00)	\$ (57.324,41)	\$ (58.313,20)	\$ (58.313,20)
(=) Utilidad Bruta		\$89.585,40	\$91.749,00	\$93.741,67	\$95.774,20	\$98.855,95
(-) Gastos						
Administrativos		\$ (38.867,33)	\$ (36.367,33)	\$ (36.367,33)	\$ (36.367,33)	\$ (36.367,33)
(-) Gastos de Ventas		\$ (7.836,00)	\$ (7.923,12)	\$ (8.011,98)	\$ (8.102,62)	\$ (8.195,07)
(=) UTILIDAD						
OPERACIONAL		\$42.882,07	\$47.458,55	\$49.362,36	\$51.304,24	\$54.293,54
(-) Gastos						
Financieros		\$ (4.465,73)	\$ (3.677,94)	\$ (2.790,24)	\$ (1.789,96)	\$ (662,82)
(=) UAIT		\$38.416,34	\$43.780,61	\$46.572,12	\$49.514,28	\$53.630,72
(-) Participación						
Trabajadores	15%	\$ (5.762,45)	\$ (6.567,09)	\$ (6.985,82)	\$ (7.427,14)	\$ (8.044,61)
(-) Impuesto a la						
Renta	5%	\$ (8.163,47)	\$ (9.303,38)	\$ (9.896,57)	\$ (10.521,79)	\$ (11.396,53)
UTILIDAD NETA		\$24.490,42	\$27.910,14	\$29.689,72	\$31.565,36	\$34.189,59
	Mensual	\$2.040,87	\$2.325,84	\$2.474,14	\$2.630,45	\$2.849,13

Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Tabla 47
Flujo de Caja Proyectado Compañía "MS Eventos"

Compañía "MS Eventos"						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	Año 0	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	Año 2028
INVERSIÓN FIJA*	\$(47.000,00)					
UAIT		\$38.416,34	\$780,61	\$46.572,12	\$49.514,28	\$53.630,72
Pago Part. Trab.		\$ -	\$(5.762,45)	\$(6.567,09)	\$(6.985,82)	\$(7.427,14)
Pago de IR		\$ -	\$(8.163,47)	\$(9.303,38)	\$(9.896,57)	\$(10.521,79)
EFFECTIVO NETO		\$38.416,34	\$29.854,69	\$30.701,65	\$32.631,89	\$35.681,79
(+) Deprec. Área Prod.		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Deprec. Área Adm.		\$3.473,33	\$3.473,33	\$3.473,33	\$3.473,33	\$3.473,33
(+) Aporte Accionistas	\$10.000,00					
(+) Préstamo concedido	\$40.000,00	\$(6.211,61)	\$(6.999,40)	\$(7.887,10)	\$(8.887,38)	(10.014,52)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$3.000,00	\$35.678,07	\$26.328,62	\$26.287,88	\$27.217,85	\$29.140,61
(+) Saldo Inicial		\$ -	\$3.000,00	\$38.678,07	\$65.006,69	\$91.294,57
(=) FLUJO ACUMULADO	\$3.000,00	\$38.678,07	65.006,69	\$91.294,57	118.512,42	147.653,03

Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

4.7.7 Proyecciones financieras e indicadores

Tabla 48
Cálculo de Tir y Van

		Compañía "MS Eventos"				
		CÁLCULO DE TIR Y VAN				
		Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	Año 2028
INVERSIÓN						
TOTAL	\$(50.068,43)					
UAIT		\$38.416,34	\$43.780,61	\$46.572,12	\$49.514,28	\$53.630,72
Pago Part. Trab.		\$ -	\$(5.762,45)	\$(6.567,09)	\$(6.985,82)	\$(7.427,14)
Pago de IR		\$ -	\$(8.163,47)	\$(9.303,38)	\$(9.896,57)	\$(10.521,79)
			\$	\$	\$	\$
EFFECTIVO NETO		\$38.416,34	29.854,69	30.701,65	32.631,89	35.681,79
(+) Deprec. Área Prod.		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Deprec. Área Adm.		\$3.473,33	\$3.473,33	\$3.473,33	\$3.473,33	\$3.473,33
(+) Valor Residual de Act. Tang.						
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$568,43
(+) Préstamo concedido		\$(6.211,61)	\$(6.999,40)	\$(7.887,10)	\$(8.887,38)	\$(10.014,52)
FLUJO						
NETO DEL PERIODO	\$(50.068,43)	\$35.678,07	\$26.328,62	\$26.287,88	\$27.217,85	\$29.709,04

TIR 53,51%

VAN \$38.225,24

Pay Back 1,55 años

Elaborado por Desiderio M. López D (2023)

Tabla 49
Punto de equilibrio Sala de Eventos

COSTOS FIJOS		COSTOS VARIABLES	
MOD (fija)	\$5.934,60	MD	\$47.520,00
Deprec. Planta	\$ -	Costos de Energía Eléctrica	\$1.920,00
Sueldos y Salarios / año	\$25.434,00	Mantenimiento de instrumentos de eventos	\$1.440,00
Serv. Básicos / año	\$720,00	Mantenimiento de sonidos, luminarias, aires, equipos	\$1.680,00
Suministros al año	\$1.560,00	Mantenimiento de menaje y varios	\$600,00
Asesoría / año	\$2.160,00	Transp. - Com. / año	\$1.680,00
Internet y Celular	\$1.080,00	Comisiones anuales	\$4.356,00
Permisos / año	\$500,00	TOTAL	\$59.196,00
Deprec. Área Adm. / año	\$3.473,33		
Mant. Vehículo / año	\$1.440,00	# Unidades Prod. / Año	26 4
Gastos Pre-operacionales	\$2.500,00		
Publicidad anual	\$1.800,00	Costo Variable Unitario	\$224,23
Gastos financieros	\$4.465,73		
COSTO FIJO TOTAL	\$51.067,66	Precio de Venta Unitario	\$550,00

$$PE = CF / (P - CVU)$$

$$PE = \frac{15}{7} \text{ unidades al año, o } \$86.217,20$$

$$PE = 13 \text{ unidades al mes, o } \$7.184,77$$

Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Tabla 50
Análisis de Sensibilidad Compañía "MS Eventos"

		Compañía "MS Eventos"				
		ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD				
		Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	Año 2028
INVERSIÓN						
TOTAL	\$(50.068,43)					
VENTAS		\$130.680,00	\$133.293,60	\$135.959,47	\$138.678,66	\$141.452,23
(-) Costo de Venta		\$(57.616,73)	\$(58.383,78)	\$(59.388,09)	\$(60.412,48)	\$(60.412,48)
(=) Utilidad Bruta		\$73.063,27	\$74.909,82	\$76.571,39	\$78.266,18	\$81.039,76
(-) Gastos Administrativos		\$(38.867,33)	\$(36.367,33)	\$(36.367,33)	\$(36.367,33)	\$(36.367,33)
(-) Gastos de Ventas		\$(7.836,00)	\$(7.923,12)	\$(8.011,98)	\$(8.102,62)	\$(8.195,07)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$26.359,94	\$30.619,37	\$32.192,07	\$33.796,23	\$36.477,35
(-) Gastos Financieros		\$(4.465,73)	\$(3.677,94)	\$(2.790,24)	\$(1.789,96)	\$ (662,82)
(=) UAIT		\$21.894,22	\$26.941,43	\$29.401,83	\$32.006,27	\$35.814,53
Pago Part. Trab.		\$ -	\$(3.284,13)	\$(4.041,21)	\$(4.410,27)	\$(4.800,94)
Pago de IR EFECTIVO NETO		\$ -	\$(4.652,52)	\$(5.725,05)	\$(6.247,89)	\$(6.801,33)
(+) Deprec. Área Prod.		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Deprec. Área Adm.		\$3.473,33	\$3.473,33	\$3.473,33	\$3.473,33	\$3.473,33
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$568,43
(+) Préstamo concedido		\$(6.211,61)	\$(6.999,40)	\$(7.887,10)	\$(8.887,38)	\$(10.014,52)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$(50.068,43)	\$19.155,94	\$15.478,71	\$15.221,80	\$15.934,06	\$18.239,51
TIR	20,43%	EXTREMADAMENTE SENSIBLE A CAMBIOS EN LOS INGRESOS SEAN POR PRECIO O CANTIDADES				
VAN Pay Back	\$467,17	3,00 Años				

Elaborado por: Desiderio, M. & López, D. (2023)

Conclusiones

El marco teórico realizado en la presente investigación que da las bases para un proceso analítico en la creación de una sala de eventos donde se realiza una investigación científica en torno al emprendimiento, liderazgo, marketing, finanzas, entre otras áreas que están vinculadas a la creación de una organización y que tenga las estrategias necesarias para alcanzar los objetivos y sostenibilidad del emprendimiento.

El interés de los encuestados y entrevistados que son parte de la población económicamente activa del cantón Durán reflejan la aceptación de vida por alquilar una sala de evento pionera en innovación, infraestructura y tecnología, donde se desarrollan diferentes actividades adicionando servicios especiales para garantizar el éxito de cualquier charla, conferencia, onomástico, entre otros por lo que se sugiere la continuidad en tecnología y a la vez capacitación en el talento humano que presta los servicios a los hogares y empresas.

Existe viabilidad operativa en la puesta y marcha del proyecto de creación de una sala de eventos debido a que existe los conocimientos necesarios y la experticia en el tema por parte de los autores.

Existe viabilidad financiera debido a que se obtiene una tasa interna de retorno equivalente a un 53% al igual que un valor actual neto positivo de 38,225. También es importante destacar que la inversión se recupera en 18 meses lo que da viabilidad financiera al proyecto.

Existe un mercado latente en el sector de Durán donde el mercado comercial e Industrial requiere un lugar específico para hacer sus actividades de negociación o

celebración, de igual manera las familias en el sector buscan un ambiente agradable y seguro para todos sus festejos y entretenimiento a realizar.

Recomendaciones

Se recomienda capacitación continua para todo el personal e idóneo que labora en la sala de eventos para de esa manera garantizar el éxito de la organización.

Se recomienda establecer lineamientos específicos para ofrecer un servicio de calidad a través de cambios en la planificación estratégica y en las funciones en cada una de las áreas de la sala de eventos para garantizar la presencia de nuevo clientes y a la vez alquiler de la sala.

Se recomienda ampliar el servicio a los cantones de los alrededores de Durán para de esa manera abarcar todo el territorio comercial e industrial que se encuentra fijado en el cantón y a la vez expandir los servicios.

En el alquiler de la sala de evento a través de programas de capacitación, entretenimiento, entre otros.

Es importante que la sala de evento cuente con una infraestructura propia por lo que se recomienda a futuro poder consolidar un proyecto de inversión para fijar un capital que permita construir la sala de eventos y en la tercera el cantón Durán con hegemonía de servicio y un adecuado lugar de entretenimiento y aprendizaje.

Se concluye que existe el interés por parte de los jefes de hogar y de las empresas e industria del cantón Durán al momento de conocer la participación activa en lo que se refiere al manejo de eventos y capacitaciones además de celebrar fechas importantes y onomásticas.

La participación activa de las empresas y familias del cantón Durán son pertinentes y constantes al momento de alquilar una sala de eventos con las características innovadoras y tecnológicas que se presenta en la actualidad.

Bibliografía

- Álvaro, A., & Ortiz, B. A. (2021). *Estudio de Viabilidad Financiera para La Implementación De Un Plan de Bienestar En El Centro De Fertilidad*.
<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/26333/1/Trabajo%20de%20Sintesis%20Aplicada%20Viabilidad%20Financiera%20Reprotec.pdf>.
- Andrade, M. M. (2017). “*ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN CENTRO DE BANQUETES EN LA CIUDAD DE ESMERALDAS*”.
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/6010/1/Gs027.pdf>.
- Arrieta, Z. N. (2019). *DISEÑO DE PLAN DE MARKETING PARA INCREMENTAR Y FIDELIZAR*. Guayaquil:
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/45512/1/Arrieta%20Y%20Castillo%20Tesis%20final.pdf>.
- Aviles, M. J. (2017). *Repositorio*. Obtenido de
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/14622/1/TESIS%20Cpa%20149%200-%20Dise%C3%B1o%20de%20un%20modelo%20de%20cr%C3%A9dito%20y%20cobranza%20-%20Betsy%20Fuentes.pdf>
- Barrios, P. J., & Jimeno, J. M. (2022). *Planteamiento de la viabilidad financiera de un programa de acercamiento a parques urbanos para ciudadanos de Bogotá*.
<https://repository.universidadean.edu.co/bitstream/handle/10882/12014/JimenoMartha2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Calle, Y. S., & Rosas, C. M. (2022). *PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA ORGANIZADORA DE EVENTOS*.
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/5310/1/T-ULVR-4300.pdf>.

Campillo, A. C., & Martínez, S. A. (2019). *La estrategia de marketing turístico de los Sitios Patrimonio Mundial a través de los eventos 2.0.*

http://www.pasosonline.org/Publicados/17219/PS219_12.pdf.

Caravaca, A. A., & Moraga, R. K. (2021). *ESTUDIO DE VIABILIDAD FINANCIERA PARA LA EXPANSIÓN DE LA PESCADERÍA BLACK MARLIN MEDIANTE LA APERTURA DE UN LOCAL COMERCIAL EN COMUNIDAD DE CARRILLO, GUANACASTE.*

<https://repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/20937/TFG%20Pescader%203%20ada%20Black%20Marlin.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Coronel, C. M. (2018). *Plan de marketing para lograr el posicionamiento de la marca Lord Guau - servicios para mascotas ante los clientes actuales y potenciales en la ciudad de Cuenca.* <http://192.188.52.94:8080/bitstream/3317/4196/3/T-UCSG-PRE-ESP-MD-CM-35.pdf>.

De La Torre, B. V. (2021). *“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS CORPORATIVOS, EN EL CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA: PLAN OPERATIVO”.*

<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/6100/1/UPSE-TDT-2021-0072.pdf>.

Elava, R. J. (2021). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA COMPAÑÍA “GRUPO VAMOS S.A.S” MAS QUE SOLUCIONES EN GESTION DE EVENTOS Y MERCADEO PROMOCIONAL, TODO UN ESTILO DE VIDA.*

<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/11081/EslavaRomeroJulianEnrique2011.pdf?sequence=3&isAllowed=y>.

Galarza, G. N. (2020). *Plan de Marketing para la linea de bateria.*

<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/f707574b-38c4-4fe2-9d8a-19760b935841/content>.

Garcia, C. K. (2022). *ESTUDIO DE VIABILIDAD FINANCIERA PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL EN LA LOCALIDAD USAQUEN PARA UNA ORGANIZACIÓN QUE PRODUCE Y COMERCIALIZA DERIVADOS DEL CACAO.*

<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/27677/1/Estudio%20de%20viabilidad%20financiera%20para%20la%20apertura%20de%20una%20sucursal%20en%20la%20localidad%20Usaquen%20para%20una%20organizaci%C3%B3n%20que%20produce%20y%20comercializa%20de.p>

Giraldo, T. H. (2021). *Estudio de viabilidad financiera para el control y prevención de la Anemia Infecciosa Equina (AIE) en el Municipio de Ibagué .* <http://uniminuto-dspace.scimago.es:8080/bitstream/10656/14099/1/Tesis%20Trabajo%20de%20Grado%20de%20la%20AIE.pdf>.

Guzmán, P. J. (2018). *CREACION DE UNA MICROEMPRESA PARA ANIMACIÓN DE EVENTOS SOCIALES EN EL CANTÓN OTAVALO PROVINCIA DE IMBABURA.*

<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/8623/1/02%20ICO%20655%20TRABAJO%20DE%20GRADO.pdf>.

Hopper, E. V. (2021). *Estudio de Factibilidad para determinar la viabilidad financiera y comercial de tutoriales digitales sobre el adiestramiento canino para la empresa Diamond Dog Academy en Arvada, Colorado para el tercer cuatrimestre del 2021.*

https://repositorio.ulatina.ac.cr/bitstream/20.500.12411/1510/1/TFG_Ulatina_Vinent_Hoepker_Elbrecht_20150220151.pdf.

INEC, I. N. (2022). Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2017/Marzo/032017_Presentacion_M.Laboral.pdf

Méndez, S. O. (2017). *Mueblería Diseño y Estilos SAC: una propuesta de factibilidad para una empresa de muebles multifuncionales, Lima 2017*. Universidad San Ignacio de Loyola. Obtenido de <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/3117>

Ortiz, P. W., & Segura, Q. S. (2019). *Plan de negocios para la creación de una empresa de eventos y decoraciones en la ciudad de Guayaquil*. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/45486/1/S%26W%20DECEVE.pdf>.

Panchana, L. A. (2021). “*Plan de negocio para la creación de una empresa de organización de eventos corporativos, en el cantón Salinas: Plan de comercialización.*”. <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/6084/1/UPSE-TDT-2021-0081.pdf>.

Rojas, H. A. (2017). “*CREACION DE CENTRO DE CONVENCIONES EN LA CIUDAD DE NASCA, PROVINCIA DE NASCA – ICA*”. https://repositorio.uap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12990/5024/Tesis_Centro_Convenciones_Nasca.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Ross, S. A. (2021). *FUNDAMENTOS DE FINANZAS CORPORATIVAS*. University of Southern California. Obtenido de https://www.ecotec.edu.ec/material/material_2018A_FIN331_01_83918.pdf

Sampieri, H. R. (2016). *Metodología de la Investigación*. Mexico: 4ta edición Mc Graw Hill.

San Miguel, P. (2020). *Como hacercer un plan de marketing*. Influencer Almuzara.

Obtenido de

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=hbD1DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT60&dq=marketing+libro+2020&ots>

Segura, T. V., & Huallpa, R. H. (2017). “*PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE EVENTOS EN TACNA, 2017*”.

<https://repositorioapi.neumann.edu.pe/server/api/core/bitstreams/6752d765-20d9-4b07-9127-a6ea8291f814/content>.

Seme, G. M. (2021). *DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS CORPORATIVOS, EN EL CANTÓN SALINAS: ANALISIS FINANCIERO*.

<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/5996/1/UPSE-TDT-2021-0059.pdf>.

Suarez, A. W. (2017). *Plan de negocios para la creación de una empresa de eventos en el cantón el Empalme*.

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/37839/1/tesis%20de%20evento%20nuevo%20formato%201.pdf>.

Tigua, C. R. (2021). “*VIABILIDAD FINANCIERA EN LOS PROYECTOS DE LA EMPRESA FRACTALES CÍA. LTDA. EN EL PERÍODO 2019-2020*”.

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/58796/1/TIGUA%20COELLO%20ROMARIO%20ALEXANDER.pdf>.

Vargas, G. I., & Vizcaino, C. A. (2021). *Estudio de Viabilidad Financiera de la Empresa AGROTODOS.A.S. en Reorganización Para el Período 2021-2025.*

Anexos

Anexos Encuestas

Universidad Laica Vicente Rocafuerte

Objetivo: Describir la información referente al interés de una sala de eventos para los ciudadanos y empresarios en la ciudad de Guayaquil.

Encuesta: Dirigida a la población de Duran y organizaciones

Marque con una X

Edad: ____ **Genero:** ____ **Nivel de educación:** ____ **Estado civil:** ____

21. ¿Cree usted importante una sala de eventos para empresas y familias en el cantón de Duran?

1. Muy Importante _____
2. Importante _____
3. Indiferente _____
4. Poco Importante _____
5. Nada Importante _____

22. ¿Considera importante el personalizar su sala de eventos acorde los requerimientos de las empresas, organizaciones y familia?

1. Muy Importante _____
2. Importante _____
3. Indiferente _____
4. Poco Importante _____
5. Nada Importante _____

23. ¿Es conveniente la comunicación de la sala de eventos a través de los medios digitales de comunicación para impulsar l sala de evento en el cantón Duran?

1. Totalmente de Acuerdo _____
2. De acuerdo _____
3. Ni de acuerdo, Ni en Descuerdo _____
4. En desacuerdo _____
5. Totalmente en desacuerdo _____

24. ¿Considera importante que se promocióne la sala de evento en la red social Facebook, Instagram, entre otras?

1. Totalmente de Acuerdo _____
2. De acuerdo _____
3. Ni de cuerdo, Ni en Descuerdo _____
4. En desacuerdo _____
5. Totalmente en desacuerdo _____

25. ¿Cuál es el tipo de red social que más utilizan?

1. Facebook _____
2. Instagram _____
3. WhatsApp _____
4. Twitter _____
5. Snapchat _____

26. ¿Es Importante que la sala de eventos brinde información detallada de todos los productos y servicio que ofrece además del alquiler?

1. Muy Importante _____
2. Importante _____
3. Indiferente _____
4. Poco Importante _____
5. Nada Importante _____

27. ¿Qué tan probables es que usted realice eventos, actividades de capacitación, conferencia, entre otros los días de lunes a jueves en el cantón Duran?

1. Muy Probable _____
2. Probable _____
3. Indiferente _____
4. Poco Probable _____
5. Nada Probable _____

28. ¿Los propietarios de la sala de evento deben de personalizar su atención con servicios adicionales para mejoras en el negocio?

1. Totalmente de Acuerdo _____
2. De acuerdo _____
3. Ni de acuerdo, Ni en Desacuerdo _____
4. En desacuerdo _____
5. Totalmente en desacuerdo _____

29. ¿Es importante cubrir los planes de capacitación para con las empresas del Cantón Duran?

1. Muy Importante _____
2. Importante _____
3. Indiferente _____
4. Poco Importante _____
5. Nada Importante _____

30. ¿En qué eventos usted o su empresa ha participado en los 2 últimos años?

1. Evento social _____
2. Evento Reuniones _____
3. Evento Conferencias _____
4. Evento públicos o populares _____

5. Evento Congresos _____

31. ¿Al momento de realizar un programa de capacitación, cual es el lugar donde normalmente realiza dicha actividad?

1. Sala de evento _____
2. Restaurante más cercano _____
3. En la misma organización _____
4. En establecimiento del capacitador _____
5. Otros _____

32. ¿Cuánto está dispuesto pagar por una sala de evento personalizada en el cantón de Duran?

1. Menos de \$ 500 _____
2. Entre \$ 500 a \$ 1000 _____
3. Entre \$ 1000 a \$ 1500 _____
4. Entre \$ 1500 a \$ 2500 _____
5. Más de \$2500 _____

33. ¿Considera Importante el ofrecer servicios adicionales de piqueo, bufets, bebidas, entretenimientos, entre otros en la sala de eventos?

1. Muy Importante _____
2. Importante _____
3. Indiferente _____
4. Poco Importante _____
5. Nada Importante _____

34. ¿Cuántas personas normalmente invita al momento de realizar una actividad dentro de una sala de evento en el cantón de Duran?

1. Menos de 30 personas _____
2. Entre 31 a 50 personas _____
3. Entre 51 a \$ 100 personas _____
4. Entre 101 a 200 personas _____
5. Más de 201 personas _____

35. ¿Considera que la ubicación de la sala de evento es importante para acceder a su alquiler?

1. Muy Importante _____
2. Importante _____
3. Indiferente _____
4. Poco Importante _____
5. Nada Importante _____

36. ¿Considera importante el realizar de manera continua eventos dentro de su organización para enaltecer las actividades de agasajos, promociones, capacitación e incentivos para con su personal, proveedores o clientes?

1. Muy Importante _____
2. Importante _____
3. Indiferente _____

- 4. Poco Importante ____
- 5. Nada Importante ____

37. ¿Cuál es medio de comunicación convencional o digital de mayor preferencia para que se promocioe la sala de evento en el cantón Duran?

- Televisión ____ Radio ____ Volantes ____
- Redes Sociales ____ Correo electrónico ____ Publicidad en Local

- Página Web ____ Otros ____ Especifique
-

38. ¿Es importante llevar una base de datos que permita conocer fechas y agasajos importantes a desarrollar en las familias y empresas del cantón Duran?

- 1. Muy Importante ____
- 2. Importante ____
- 3. Indiferente ____
- 4. Poco Importante ____
- 5. Nada Importante ____

39. ¿Es probable el alquiler de la sala de evento al momento que se ofrece descuentos especiales al contratar la mayor parte de los servicios ofrecidos?

- 1. Muy Importante ____
- 2. Importante ____
- 3. Indiferente ____
- 4. Poco Importante ____
- 5. Nada Importante ____

40. ¿Considera que la seguridad es un aspecto relevante para el alquiler de la sala de eventos?

- 1. Totalmente de Acuerdo ____
- 2. De acuerdo ____
- 3. Ni de acuerdo, Ni en Desacuerdo ____
- 4. En desacuerdo ____
- 5. Totalmente en desacuerdo ____