



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Facultad de Ciencias de la Administración

Escuela de Administración de Empresas

Título:

Estudio de factibilidad para crear una empresa que organiza bodas mediante una aplicación móvil.

Trabajo de graduación previo a la obtención del título de Ingenieros Comerciales

Autores:

Johanna Vanessa Céleri Rodas

Christian Alfredo Palacios Atiencia

Director:

Econ. Fabián Carvallo

Cuenca-Ecuador

2017

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos y dedicamos este proyecto en primer lugar al ser todopoderoso que nos dio la vida, la sabiduría y sobre todo las oportunidades para poder prepararnos profesionalmente y estar donde estamos en este momento; en segundo lugar a nuestros padres por ser el apoyo incondicional en este y en todos los aspectos de la vida, a nuestros maestros por los conocimientos y consejos brindados, a nuestro tutor por la paciencia y dedicación en el seguimiento de esta tesis y por último a nuestros amigos por estar presentes a todo requerimiento de ayuda.

ÍNDICE DE CONTENIDO

UNIVERSIDAD DEL AZUAY	I
INTRODUCCIÓN	XII
CAPÍTULO I- Análisis del Entorno	1
1.1. Análisis PESTLA	1
POLÍTICO:	2
ECONÓMICO:	4
SOCIAL:	6
TECNOLÓGICO:	9
LEGAL:	12
AMBIENTAL:	13
1.2. Análisis de la Industria	14
1.3. Análisis FODA	16
Conclusiones Capítulo I	20
CAPÍTULO II – Análisis de Mercado.	21
2.1 Generales:	21
2.1.1 Objetivo:	21
2.1.2 Descripción del Servicio:	21
2.1.3 Clasificación del Servicio:	21
2.1.4 Clasificación de un evento:	22
2.1.5 Clasificación de la demanda:	22
2.1.6 Antecedentes:	22
2.2 Estudio de Mercado:	29
- Fuentes de información secundaria:	29
- Fuentes Primarias:	29
- Tamaño de la población:	36
2.2.4 Análisis de datos.	38
- Análisis de variables cruzado.	61
2.2.1 Análisis de la Oferta	62
2.2.1.1 Precios	64

2.2.2	Análisis de Demanda	66
2.2.3	Factores a considerar del estudio de mercado.	68
	Conclusiones Capítulo 2:.....	85
CAPÍTULO III – Diseño y Estructuración administrativa del Proyecto		86
3.1	Tipo de empresa.....	86
3.2	Plan estratégico: Modelo CANVAS, misión, visión y objetivos estratégicos. .	87
3.3	Diseño del servicio: Desarrollo de simulación de la aplicación.	89
3.4	Diseño técnico del servicio.	108
3.4.3	Funcionamiento interno de la aplicación:.....	115
	Conclusiones Capitulo 3:.....	121
CAPÍTULO IV- Estudio financiero del Proyecto.....		122
	Criterios básicos:.....	122
4.1	Formulación Financiera.....	123
4.1.1	Plan de inversiones: Clasificación y fuentes de financiamiento	123
4.1.2	Política de cobros, pagos y existencias.	127
4.1.3	Depreciaciones de activos fijos y amortizaciones y activos diferidos.....	128
4.1.4	Costos de materias primas, materiales directos e indirectos, suministros y servicios, mano de obra directa.....	132
4.1.5	Gastos de administración, ventas (Comisiones %) y financieros.	137
4.2	Estructura financiera.....	142
4.2.1	Flujo de caja (comparativo con y sin financiamiento).....	143
4.2.2	Estado de pérdidas y ganancias.....	149
4.2.3	Balance general	152
4.3	Evaluación financiera.....	156
4.3.1	Principales criterios de evaluación, VAN, TIR y otros.....	156
4.4	Índices financieros:.....	162
4.4.1	Liquidez.....	162
4.4.2	Retorno (VAN, TIR, ROE y ROA).....	162
4.4.3	Eficiencia.....	165
4.4.4	Apalancamiento.....	166
4.4.5	Rotación	166

4.4.6	Composición de activos.....	167
4.4.7	Análisis de Riesgos y sensibilidad del proyecto	168
4.4.8	Escenarios	171
	Conclusiones capítulo 4:	181
	Conclusiones	182
	Recomendaciones	184
	Referencias	190

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Empleo según la rama de actividad.....	8
Tabla 2 Matrimonios por mes, provincia y cantones.....	26
Tabla 3 Matrimonios por inscripción, región, provincia y cantones 2013.....	27
Tabla 4 Matrimonios por inscripción, región, provincia y cantones 2014.....	28
Tabla 5 Edad promedio de matrimonio por sexo y región.....	33
Tabla 6 Características para población	36
Tabla 7. Tabulación encuesta pregunta 1	38
Tabla 8. Tabulación encuesta pregunta 2.....	39
Tabla 9. Tabulación encuesta, pregunta 3	41
Tabla 10. Tabulación encuesta, pregunta 4.....	42
Tabla 11. Tabulación encuesta, pregunta 5	43
Tabla 12. Tabulación encuesta, pregunta 6.....	45
Tabla 13. Tabulación encuesta, pregunta 7	46
Tabla 14. Tabulación encuesta, pregunta 8.....	48
Tabla 15. Tabulación encuesta, pregunta 9.....	49
Tabla 16. Tabulación encuesta, pregunta 10.....	51
Tabla 17. Tabulación encuesta, pregunta 11	52
Tabla 18. Tabulación encuesta, pregunta 12.....	54
Tabla 19. Tabulación encuesta, pregunta 13	55
Tabla 20. Tabulación encuesta, pregunta 14.....	57
Tabla 21. Tabulación encuesta, pregunta 15.....	58
Tabla 22. Tabulación encuesta, pregunta 16.....	60
Tabla 23 Investigación de campo.....	63
Tabla 24 Precios de la competencia.....	64
Tabla 25 Promedio de precios de la competencia.....	65
Tabla 26 Demanda Potencial	67
Tabla 27 Localización por puntos.....	72
Tabla 28 Proceso del servicio	82
Tabla 29 Matriz de aplicación.....	116
Tabla 30. Capital de trabajo	124
Tabla 31 Inversión Total	124
Tabla 32 Factor de Caja del proyecto	127
Tabla 33 Descripción de Equipos de Computación. Activos fijos.....	128
Tabla 34 Descripción de Muebles y Enseres. Activos fijos.....	129
Tabla 35. Descripción de Desarrollo de aplicación. Activos fijos.....	129
Tabla 36 Porcentajes de depreciación de activos fijos.....	129
Tabla 37 Depreciación de los activos fijos del proyecto	130
Tabla 38 Cálculo del dividendo	130

Tabla 39	Tabla de amortización.....	131
Tabla 40	Mano de obra directa del proyecto.....	132
Tabla 41	Descripción de mano de obra directa del proyecto.....	133
Tabla 42	Costos Indirectos del proyecto.....	133
Tabla 43	Descripción de Suministros de Oficina. Costos Indirectos del proyecto.....	134
Tabla 44	Descripción de Servicios Básicos. Incluido IVA.....	135
Tabla 45	Arriendo de local. Costos Indirectos del proyecto.....	135
Tabla 46	Mantenimiento de Aplicación. Costos Indirectos del proyecto.....	136
Tabla 47	Alojamiento de aplicación. Costos Indirectos del proyecto.....	136
Tabla 48	Gastos Administrativos y de Ventas del proyecto.....	137
Tabla 49	Rol de pagos Gerente. Gastos Administrativos del proyecto.....	138
Tabla 50	Pago contador. Gastos Administrativos del proyecto.....	139
Tabla 51	Permisos varios. Gastos Administrativos del proyecto.....	139
Tabla 52	Gastos de constitución. Gastos Administrativos del proyecto.....	140
Tabla 53	Gastos de publicidad del proyecto.....	140
Tabla 54	Rol de pagos ingeniero en marketing. Gastos de publicidad.....	141
Tabla 55	Gastos de ventas del proyecto.....	141
Tabla 56	Costo promedio ponderado del capital del proyecto.....	142
Tabla 57	Ventas.....	143
Tabla 58.	Capital de Trabajo.....	143
Tabla 59	Flujo de Caja proyectado. Escenario moderado.....	144
Tabla 60	Análisis vertical de Flujo de Caja proyectado. Escenario moderado.....	145
Tabla 61	Análisis horizontal de Flujo de Caja proyectado. Escenario moderado.....	147
Tabla 62	Estado de resultados proyectado. Escenario moderado.....	149
Tabla 63	Análisis vertical del estado de resultados proyectado. Escenario moderado..	150
Tabla 64	Análisis horizontal del estado de resultados proyectado. Escenario moderado.....	151
Tabla 65	Balance general proyectado. Escenario moderado.....	152
Tabla 66	Análisis vertical de balance general proyectado. Escenario moderado.....	153
Tabla 67	Análisis horizontal de balance general proyectado. Escenario moderado.....	155
Tabla 68	Índices financieros del proyecto. Escenario moderado.....	156
Tabla 69	Tasa de rendimiento promedio del proyecto. Escenario moderado.....	157
Tabla 70	Sumatoria de flujos descontados del proyecto. Escenario moderado.....	157
Tabla 71	Valor Actual neto del proyecto. Escenario moderado.....	157
Tabla 72	Índice de Rentabilidad del proyecto. Escenario moderado.....	158
Tabla 73	Tasa de descuento del proyecto. Escenario moderado.....	158
Tabla 74	Rendimiento real del proyecto. Escenario moderado.....	159
Tabla 75	Tasa interna de retorno del proyecto. Escenario moderado.....	159
Tabla 76	Payback del proyecto. Escenario moderado.....	160
Tabla 77	Datos para ratios financieros. Escenario moderado.....	161
Tabla 78	Punto de equilibrio del proyecto. Escenario moderado.....	161

Tabla 79 Índice de liquidez del proyecto. Escenario moderado	162
Tabla 80 Datos para razones financieras. Escenario moderado	162
Tabla 81 Cobertura Financiera del proyecto. Escenario moderado	163
Tabla 82 Monto de crédito del proyecto. Escenario moderado	163
Tabla 83 Inversión total del proyecto. Escenario moderado	163
Tabla 84 Monto de inversión del proyecto. Escenario moderado.....	164
Tabla 85 Margen neto de utilidad del proyecto. Escenario moderado.....	164
Tabla 86 Dupont del proyecto. Escenario moderado	164
Tabla 87 ROA del proyecto. Escenario moderado.....	165
Tabla 88 ROE del proyecto. Escenario moderado	165
Tabla 89 Eficiencia del proyecto. Escenario moderado.....	165
Tabla 90 Apalancamiento del proyecto. Escenario moderado.....	166
Tabla 91 Rotación de activos. Escenario moderado	166
Tabla 92 Activo corriente del proyecto. Escenario moderado	167
Tabla 94 Parámetro de distribución de análisis de riesgo	168
Tabla 95 Resultados análisis de riesgo VAN	168
Tabla 96 Resultado análisis de riesgo IRR	170
Tabla 97 Ventas del proyecto. Escenario positivo	172
Tabla 99 Estado de resultados proyectado. Escenario positivo	173
Tabla 100 Flujo de caja proyectado. Escenario positivo.....	174
Tabla 101 Balance general proyectado. Escenario positivo.....	175
Tabla 102 Ventas del proyecto. Escenario negativo	176
Tabla 103 Activos fijos del proyecto. Escenario negativo.....	176
Tabla 104 Estado de resultados proyectado. Escenario negativo	177
Tabla 105 Flujo de caja proyectado. Escenario negativo.....	178
Tabla 106 Balance general proyectado. Escenario negativo.....	179
Tabla 107 Resumen de escenarios del proyecto	180

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Análisis PESTLA.....	1
Ilustración 2 Inflación del Ecuador.....	5
Ilustración 3 Uso de tecnología en Ecuador.....	10
Ilustración 4 Personal ocupado según sector de la industria.....	14
Ilustración 5 Compañías Activas	15
Ilustración 6 FODA Cruzado	19
Ilustración 7 Pirámide de Maslow.....	23
Ilustración 8 Tasa Nupcial 2014 por provincias	24
Ilustración 9 Mapa comparativo de Tasa Nupcial 2013 y 2014.....	25
Ilustración 10 Nivel socioeconómico agregado	30
Ilustración 11. Pregunta 1, encuesta piloto	34
Ilustración 12. Pregunta 2, encuesta piloto	34
Ilustración 13 Comparación estado civil entre hombres y mujeres.	35
Ilustración 14. Pastel tabulación pregunta 1	38
Ilustración 15. Pastel tabulación pregunta 2	40
Ilustración 16. Pastel tabulación, pregunta 3	41
Ilustración 17. Pastel tabulación pregunta 4	42
Ilustración 18. Pastel tabulación, pregunta 5	44
Ilustración 19. Pastel tabulación, pregunta 6	45
Ilustración 20. Pastel tabulación, pregunta 7	47
Ilustración 21. Pastel tabulación, pregunta 8	48
Ilustración 22. Pastel tabulación, pregunta 9	50
Ilustración 23. Pastel tabulación, pregunta10	51
Ilustración 24. Pastel tabulación, pregunta 11	53
Ilustración 25. Pastel tabulación, pregunta 12	54
Ilustración 26. Pastel tabulación, pregunta 13	56
Ilustración 27. Pastel tabulación, pregunta 14	57
Ilustración 28. Pastel tabulación, pregunta 15	59
Ilustración 29. Pastel tabulación, pregunta 16	60
Ilustración 30 Canal de distribución	73
Ilustración 31 Mapa del Ecuador	74
Ilustración 32 Organigrama de la empresa.....	77
Ilustración 33 Proceso del servicio	79
Ilustración 34. Modelo CANVAS.....	87
Ilustración 35 Portada de inicio aplicación	90
Ilustración 36 Chat en vivo de aplicación.....	91
Ilustración 37 Menú de cronograma de aplicación	92
Ilustración 38 Gráfico de tiempo de aplicación	93

Ilustración 39 Calendario de aplicación	94
Ilustración 40 Avance del proceso en la aplicación	95
Ilustración 41 Items a elegir por cliente	97
Ilustración 42 Opciones de vestuario	98
Ilustración 43 Opciones de vestidos de novia	99
Ilustración 44 Posibles fechas para prueba de vestido	100
Ilustración 45 Opciones en traje para novio.....	101
Ilustración 46 Opciones de vestidos de damas.....	102
Ilustración 47 Opciones en locales.....	103
Ilustración 48 Opciones en iglesias.....	104
Ilustración 49 Opciones en arreglos de flores 1	105
Ilustración 50 Opciones en arreglos de flores 2	106
Ilustración 51 Opciones en mantelería	107
Ilustración 52 Contáctenos	108
Ilustración 53 Funcionamiento del Sistema	118
Ilustración 54 Visualización del avance de un cliente en el sistema.....	119
Ilustración 55 Cronograma interno de la empresa	120
Ilustración 56 Distribución del Financiamiento de la inversión	125
Ilustración 57 Cronograma de inversiones.....	126
Ilustración 58. Patente de invención	134
Ilustración 60 Gráfico tendencia VAN	169
Ilustración 61 Entradas clasificadas por su efecto sobre la salida media.....	170
Ilustración 62 Gráfico de tendencia de IRR	171

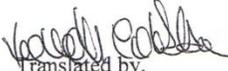
RESUMEN

El objetivo del proyecto es determinar la factibilidad de la creación de una empresa en la ciudad de Cuenca que brinda el servicio de organización integral de bodas mediante una aplicación móvil. Este estudio de factibilidad consta de 4 partes divididos en capítulos; en el primer capítulo se realizó un análisis del entorno en el que se va a desarrollar la empresa, de la industria, un análisis PESTLA y búsqueda de estrategias mediante el análisis FODA. En el segundo capítulo se realizó un estudio de mercado, el cual estuvo compuesto por el análisis de la oferta y demanda, adicional de factores que aportan más información como las 7p's, marketing mix y estrategias comerciales. En el tercer capítulo se desarrollaron puntos como el tipo de empresa, misión, visión, objetivos estratégicos, el diseño del servicio tanto desde el punto de vista del cliente como el funcionamiento interno de la empresa y del servicio en sí. El cuarto capítulo, el estudio financiero, en el que se determinaron las ventas, costos y gastos directos e indirectos, la inversión requerida para cumplir con el proyecto, así como las fuentes de financiamiento de la misma, concluyendo de esta manera con los estados, indicadores y razones financieras.

ABSTRACT

This project aims to determine the feasibility for the creation of a company in the city of Cuenca that provides wedding's integral organization services through a mobile application. This feasibility study consists of 4 parts divided into chapters. The first chapter deals with an analysis of the environment in which the company will be developed, the industry sector, a PEST (Political, Economic, Socio-cultural and Technological) analysis, as well as a search of strategies through SWOT analysis. The second chapter presents a market study, which was made up of a supply and demand analysis and additional factors that provide further information such as 7p's, marketing mix and commercial strategies. The third chapter develops themes that include type of company, mission, vision, and strategic objectives, the design of the service offered from the customer point of view, from the internal operation of the company and from the service itself. Chapter fourth carries out the financial study, determining the direct and indirect sales, costs and expenses, the investment required to comply with the project, as well as its financing sources; thus, concluding with the financial statements, indicators and financial ratios.




Translated by,
Lic. Lourdes Crespo

INTRODUCCIÓN

Los eventos sociales han adquirido relevancia tanto en la ciudad de Cuenca como en el mundo entero, debido a que un evento es considerado como carta de presentación tanto para la persona homenajeadada como para los anfitriones.

A lo largo de los años las personas realizan eventos de todo tipo, pero las personas que los organizaban eran las homenajeadas o familiares cercanos, dando como resultado una serie de problemas tanto físicos y emocionales como estrés, dolores de cabeza, preocupaciones y en sí una inadecuada organización que lleva al fracaso de un evento, entre otros.

El éxito o fracaso de una boda depende en gran parte de una organización eficiente y responsable, pero en la ciudad de Cuenca no existen empresas que brinden el servicio de organización completa mediante una aplicación móvil, a su vez una de las debilidades en la industria es que no existen datos exactos sobre empresas o personas que presten este servicio.

El objetivo de esta tesis es conocer la factibilidad para crear una empresa que organiza bodas mediante una aplicación móvil que preste servicios en la ciudad de Cuenca; brindando la facilidad de armar toda una boda desde la comodidad de su casa, lo que a su vez nos diferenciará de la competencia.

CAPÍTULO I- Análisis del Entorno

1.1. Análisis PESTLA

El análisis PEST es necesario en un estudio de factibilidad para identificar los factores externos a la empresa, analizados tanto positiva como negativamente; lo que resulta útil para conocer el entorno en el que se desarrollaría la empresa y su posición en el mismo.

Los factores a analizar son los siguientes:



Ilustración 1 Análisis PESTLA

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

POLÍTICO:

Oportunidades:

- El país actualmente está impulsando el desarrollo tecnológico mediante las TIC, “En relación a las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones, la Constitución del Ecuador, señala en el capítulo segundo, de los derechos del buen vivir, en las secciones tercera y cuarta, aspectos relativos a las TIC que se debe tener presentes no solo desde el punto de vista del ciudadano, sino también de empresa.” (Empresamastecnología, 2012)

- De acuerdo al proyecto Ciudad Digital, la empresa ETAPA en el primer trimestre del 2016 agregará el servicio de internet gratuito en los 475 buses urbanos de la ciudad de Cuenca y próximamente en el tranvía, de esta manera las personas tendrán acceso tanto a redes sociales como a aplicaciones de sus teléfonos y *tablets*, lo que facilitaría también el acceso a la aplicación que ofrecerá la empresa. (Diario el Tiempo, 2016).

Amenazas:

- En nuestro país han existido muchos cambios en leyes que pueden afectar el desarrollo y funcionamiento de las empresas, algunas de ellas se citan a continuación: (Revista Lideres, 2015)

1. La principal ley que podría afectar a la empresa es el anticipo del Impuesto a la Renta, lo que obliga a la empresa a cancelar dos cuotas al año, afectando de esta manera la liquidez de la misma y obligando a tener un flujo de efectivo mayor al que debería tener en condiciones normales.

2. A pesar de que afiliar a los trabajadores es una ley que está vigente desde hace varios años en Ecuador, el 3 de junio del 2014 se informó a la ciudadanía en general que según el artículo 243 del Código Orgánico Integral Penal, se sancionará con un multa que fluctúa entre \$1020,00 y \$1700,00 por cada trabajador no afiliado, esto para las personas jurídicas; adicional, según el artículo 244 se sancionará con 3 a 7 días de privación de la libertad por cada trabajador no afiliado dentro de los 30 días, contados desde el primer día que labore. Esto obligó a las empresas medianas y pequeñas a reducir sus planillas de trabajadores.

3. Otras leyes que afectan a las empresas son: Ampliación del periodo de maternidad, creación de guarderías internas y normativa de salud ocupacional, ya que destinan más recursos de las empresas a actividades no productivas.

4. El aplicar las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) generó como consecuencia incremento de rubros por la capacitación del personal de la empresa y por cambios de sistemas contables.

De acuerdo a la situación actual del país, existen cambios constantes en las leyes aplicadas a la creación y desarrollo de las empresas, por lo tanto existe el riesgo de que la planificación inicial, tanto a nivel de organización como financiera, que realice la misma sea modificada. En 9 años de gobierno del presidente del país Rafael Correa, es decir del 2007 al 2015 han cambiado y aprobado 188 leyes además de la Constitución, siendo de estas el 34% a garantías de derechos, 21% de organización del Estado, 21% administrativas, 19% de soberanía y régimen de desarrollo y 4% de participación y pluralidad. (El Telégrafo, 2016)

- Otro punto que puede llegar a afectar a la empresa es la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, la cual tiene algunos errores al querer cumplir con su objetivo, que es respetar la neutralidad de la red (Incluye que todo movimiento como publicaciones en *facebook*, *whatsapp* o cualquier aplicación que se manipule mediante un teléfono inteligente, *Tablet* o computadora tengan el mismo trato) como: permitir que las empresas prestadoras de servicios establezcan tarifas constituidas por uno o más servicios. (FayerWayer, 2015)

ECONÓMICO:

Oportunidades:

-Gasto del gobierno en tecnología, ya que el gobierno está impulsando al cambio de la matriz productiva financiando parte de ella para mejorar la tecnología con la que producen y en general utilizan las empresas Ecuatorianas, esto se aprecia como una oportunidad ya que se está invirtiendo gran capital en los equipos tecnológicos los cuales facilita y mejora las actividades de producción y de servicios. (Secretaría Nacional de Comunicación, 2013)

- EmprendEcuador busca los 240 emprendimientos dinámicos para apoyarlos con capital semilla de hasta USD 50.000 y que en el 2020 se convertirán en las empresas medianas que impactarán en la transformación productiva.

Amenazas:

-Impuestos a las importaciones. Cada vez se restringe más a las importaciones subiendo los impuestos o agregando nuevos a las mismas, esto genera una gran amenaza

a la economía del país ya que la tecnología es un punto clave para realizar las operaciones de producción y circulación de la economía ya que por medio de esta se puede hacer y recibir pagos, transferencias, trámites, etc. y si hay mayores impuestos los consumidores serán al final los que tengan que pagar más por el mismo producto. (El Espectador, 2015)

- Otro aspecto necesario para el análisis es la inflación de nuestro país, que se puede apreciar en el siguiente cuadro:

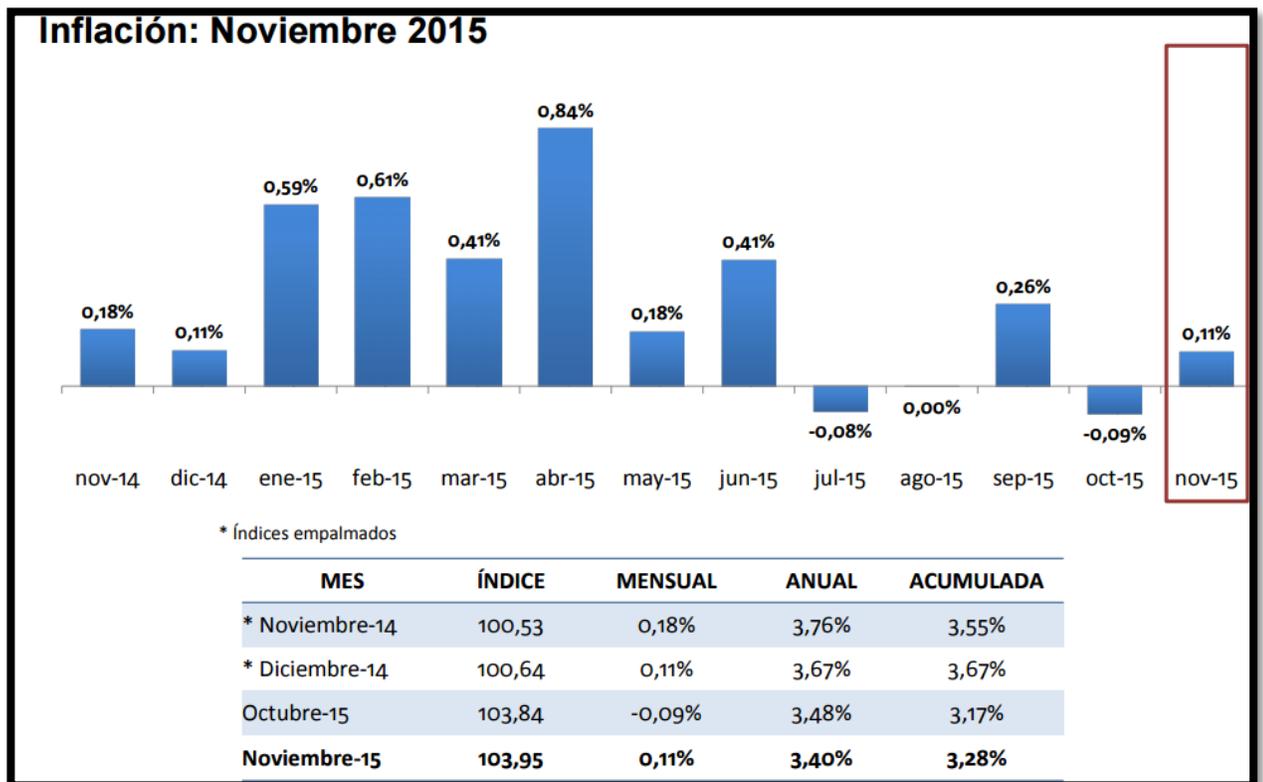


Ilustración 2 Inflación del Ecuador

Elaborado por: INEC

Fuente: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2015/InflacionNoviembre2015/Presentacion_IPC_noviembre15.pdf

Donde claramente se puede notar que la inflación tiene tendencia a la alza, lo que resulta negativo para las empresas y en general para la economía de un país. Según el director del Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censos (INEC), Byron Villacis: “Una de las principales consecuencias de la inflación del país es que Ecuador camina hacia una estanflación (inflación más decrecimiento de la economía), lo cual es la peor pesadilla de una economía. La única salida es producir más y atraer más inversión, para evitar más empobrecimiento.”

SOCIAL:

Oportunidades:

-Personas que usan tecnología. Según los datos de la página web de Ecuador en Cifras hasta el 2013 los hogares y familias que tienen acceso a internet es el 28,3%, siendo esto una oportunidad ya que el porcentaje está subiendo de año a año y cada vez las personas se vinculan más con este medio, ya que en la provincia del Azuay las personas que tienen acceso a internet es del 52,1%, es la segunda provincia con mayor porcentaje de personas con acceso a internet por debajo de Pichincha con un 53.1%.

-Uso de celulares. Según la página web de Ecuador en Cifras en el 2013 el 16,9% de las personas que tienen celular poseen un *Smartphone* o celular inteligente y este porcentaje es positivo ya que cada año va incrementando, como es en el 2011 fue el 8,4% que es casi la mitad del porcentaje del 2013 y en el 2012 fue del 12,2%.

-Nivel de matrimonios: De acuerdo a los datos de la última estadística realizada en el año 2015 por parte del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, tenemos que del año 2013 al 2014 el nivel de matrimonios creció en 0,95%; lo cual es un buen indicio para el negocio, ya que se podrá contar con una cantidad de demandantes más extensa.

Amenazas:

-Cultura de tecnología. Dentro de la sociedad se les considera analfabetos digitales a las personas que no están vinculadas con la tecnología durante periodos extensos, puede ser por falta de recursos o porque simplemente no están en contacto con la tecnología. Guiándonos por la página web de Ecuador en Cifras al 2013 hay el 20% de personas dentro de la sociedad consideradas como analfabetas digitales.

- Un punto que es necesario analizar como amenaza es el porcentaje de personas empleadas en el sector que se encuentra la empresa:

La rama de actividad de Agricultura, ganadería, caza y silvicultura y pesca es la que concentra mayor participación en el empleo.

Rama de actividad	dic-07	dic-08	dic-09	dic-10	dic-11	dic-12	dic-13	dic-14	mar-15	jun-15	sep-15	dic-15	mar-16	jun-16	sep-16	dic-16
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura y pesca	28,5%	28,0%	28,5%	27,6%	27,9%	27,4%	24,8%	24,4%	28,1%	26,6%	25,1%	25,0%	28,1%	27,2%	26,8%	25,6%
Comercio	19,9%	19,2%	19,5%	19,6%	20,4%	19,9%	18,3%	18,9%	17,5%	18,4%	18,8%	18,8%	17,8%	18,3%	18,7%	19,0%
Manufactura (incluida refinación de petróleo)	10,9%	11,3%	10,6%	11,1%	10,5%	10,6%	11,4%	11,3%	11,2%	11,2%	11,0%	10,6%	10,3%	10,8%	10,8%	11,2%
Enseñanza y Servicios sociales y de salud	7,3%	7,6%	7,5%	8,3%	7,9%	8,0%	7,6%	6,8%	6,8%	6,9%	7,2%	7,1%	6,9%	6,9%	7,2%	6,9%
Construcción	6,6%	6,7%	6,9%	6,5%	6,1%	6,3%	7,6%	7,4%	7,1%	7,5%	7,6%	7,3%	6,2%	6,5%	6,8%	7,1%
Alojamiento y servicios de comida	4,7%	4,7%	4,5%	4,4%	4,9%	5,1%	5,3%	5,5%	5,7%	5,6%	5,7%	6,1%	6,6%	6,1%	6,4%	6,5%
Transporte	4,9%	4,7%	4,7%	5,1%	5,6%	5,6%	5,5%	5,9%	6,0%	5,5%	5,9%	6,2%	5,8%	6,0%	5,7%	5,7%
Actividades profesionales, técnicas y administrativas	3,4%	3,5%	3,6%	3,7%	4,0%	4,4%	4,6%	4,3%	4,3%	4,3%	4,2%	4,5%	4,4%	4,5%	4,8%	4,2%
Otros Servicios	3,9%	4,1%	4,1%	4,2%	3,5%	3,5%	4,1%	3,8%	3,6%	3,7%	3,9%	3,9%	4,2%	4,1%	3,9%	3,9%
Administración pública, defensa; planes de seguridad social obligatoria	3,2%	3,6%	3,1%	3,5%	3,8%	3,7%	4,0%	4,4%	3,9%	4,1%	4,7%	4,4%	4,2%	4,0%	3,7%	4,2%
Servicio doméstico	3,3%	3,5%	3,4%	2,9%	2,3%	2,5%	3,1%	3,3%	2,7%	2,7%	2,5%	2,7%	2,5%	2,7%	2,6%	2,8%
Correo y Comunicaciones	1,3%	1,3%	1,5%	1,3%	1,1%	1,2%	1,2%	1,2%	0,9%	1,2%	1,1%	1,2%	1,1%	1,1%	1,0%	1,0%
Actividades de servicios financieros	0,9%	0,9%	0,8%	0,8%	1,1%	0,9%	1,1%	1,0%	0,9%	0,9%	1,0%	0,8%	0,7%	0,7%	0,5%	0,6%
Petróleo y minas	0,6%	0,5%	0,5%	0,6%	0,5%	0,5%	0,7%	0,8%	0,7%	0,7%	0,6%	0,7%	0,6%	0,7%	0,4%	0,6%
Suministro de electricidad y agua	0,6%	0,5%	0,7%	0,6%	0,6%	0,5%	0,8%	1,0%	0,5%	0,6%	0,6%	0,7%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,00%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Nota: La rama de actividad **Otros Servicios** incluye: Actividades inmobiliarias - Artes, entretenimiento y recreación - Actividades de organizaciones extraterritoriales - Otras actividades de servicios - No especificado

Tabla 1 Empleo según la rama de actividad.

Elaborado por: Ecuador en cifras

Fuente: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web->

[inec/EMPLEO/2016/Diciembre-2016/122016_Presentacion_Laboral.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Diciembre-2016/122016_Presentacion_Laboral.pdf)

Como se puede apreciar en el cuadro presentado anteriormente, no se modificó el campo “Otros Servicios” del año 2015 con respecto el porcentaje del 2016 (3,9%). El conocer que la empresa estaría dentro de este campo y que no se incremente el porcentaje de personas empleadas, genera 2 puntos de vista; como punto negativo, es probable que la tipo de actividad no sea rentable o no genere interés en mercado al que va dirigido, por lo tanto no existe la creación de empresas, ni de empleos; pero como punto positivo es probable que sea un tipo de negocio no incursionado o poco descubierto, por lo tanto no existen datos precisos de la actividad.

TECNOLÓGICO:

Oportunidades:

- Inversión del país en tecnología mediante el cambio de matriz productiva.
- Cada vez son más las personas que utilizan *Smartphones* para sus actividades diarias, así lo demuestra el siguiente gráfico:

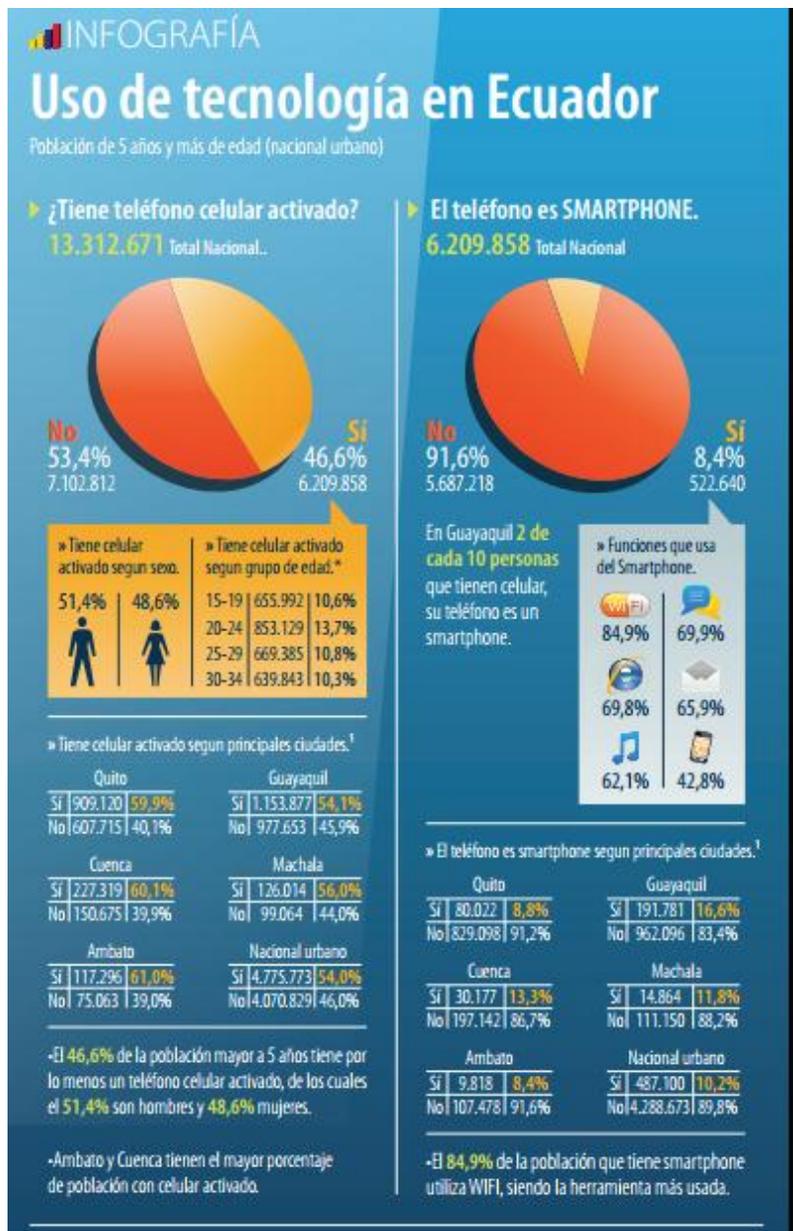


Ilustración 3 Uso de tecnología en Ecuador

Elaborado por: INEC

Fuente: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias/Telecomunicaciones.pdf>

En la ciudad de Cuenca se encuentra el mayor porcentaje de personas que poseen celulares activados en el país con un 60,10% y es la segunda ciudad con mayor porcentaje de personas que usan *Smartphones* con internet con un 13,3%, lo que indica que prestar un servicio desde una aplicación para teléfonos móviles podría tener una gran acogida.

-Educación tecnológica. En la actualidad la educación va de la mano con la tecnología, ya que desde que se inicia la etapa de educación estamos ligados con la informática, esto lo vemos como una oportunidad ya que las nuevas generaciones están acopladas con la tecnología y las personas mayores se empeñan por aprender para estar actualizados y poder compartir sus conocimientos con los que más lo necesitan.

Amenazas:

-A pesar de que la tecnología nos ayuda a desarrollar las actividades diarias tanto personales como laborales y escolares; existe el riesgo de que por las leyes de nuestro país que limitan las importaciones de productos tecnológicos y productos en general, cada vez las personas tengan menos acceso a esta clase de dispositivos, debido a los varios impuestos y aranceles. Según Roberto Aspiazu, Director de la Asociación de Empresas de Telecomunicaciones los importadores de teléfonos celulares deben pagar el 24% sobre el valor del bien desde el 14 de diciembre de 2013.

- Innovación acelerada: Se presenta como una amenaza debido a que la innovación en el campo tecnológico avanza a pasos acelerados, esto generado por el cambio constante en las necesidades de las persona y el riesgo de que se creen empresas con servicios similares; es por esta razón que existe la probabilidad de que la empresa tenga

que invertir grandes cantidades de dinero en este ámbito, incrementando así el presupuesto mensual y el flujo de caja.

LEGAL:

Oportunidades:

- Según el artículo 58 de la ley de comercio electrónico, se dice que si un empleado de cualquier medio electrónico viole las claves o sistemas de seguridad para acceder a información confidencial contenida dentro de sistemas de información, será sancionado con prisión de 6 meses a 1 año y con una multa de \$1500,00; lo que resulta positivo para la empresa, ya que representa seguridad en el manejo de datos e información interna.
- Un punto favorable para los clientes y como consecuencia para la empresa es que de acuerdo al artículo 58 de la ley de comercio electrónico, se sancionará a las personas que teniendo acceso a información sobre datos personales cedan, publiquen o la utilicen por cualquier razón sin autorización del titular, serán sancionadas con prisión entre 2 meses a 2 años, además de una multa de \$1000,00 o \$2000,00 dependiendo del caso. De esta manera aseguramos a los clientes que todos los datos brindados a la empresa se mantendrán seguros.

Amenazas:

- Dentro de las disposiciones generales de la ley de comercio electrónico, El ejercicio de las actividades, expresadas en la ley, no requerirá de nuevos requisitos o requisitos adicionales a los que se encuentran ya establecidos; pero de esta manera no se asegura que no existan futuros cambios en esta materia, debido a que la tecnología y sus formas de presentarse en el sistema económico

ha crecido en pasos agigantados, por lo que una nueva innovación en el tema tecnológico podría cambiar las leyes.

- A pesar de que existe una ley en la que se regula el comercio electrónico, éste no se encuentra completo o no abarca todos los términos necesarios; por lo que tanto el consumidor como el vendedor se encuentran protegidos parcialmente de una estafa por internet. (Sarasa, 1998)

AMBIENTAL:

Oportunidades:

- El hecho de que la mayoría del proceso y las transacciones sea realizada por internet, reduce considerablemente el uso de papel; esto debido a que todo queda registrado en la nube y en general en la computadora de la empresa; así como reduce el uso de papel en publicidad impresa, ya que el servicio se publicitará igualmente por internet. Por lo tanto la empresa puede publicitar también que aporta al medio ambiente de manera positiva.

Amenazas:

- Según un informe del programa “*Digital Europe*” el ahorro y protección al medio ambiente causado por el comercio electrónico se puede volver negativo si no se sabe administrar un su medida justa, por ejemplo si tanto el consumidor como el personal de la empresa se encuentran conectados a la red todo el día, consumiendo de esta manera más electricidad y combustibles fósiles que las empresas físicas. (Morales, 2003)

1.2. Análisis de la Industria

Las empresas que se encuentran dentro de la industria son consideradas empresas de organización integral de eventos, entendiendo integral como el organizar los siguientes puntos de un evento: Banquete, decoración, invitaciones, fotografía, pastelería, vestuario y salón.

No podemos obtener datos exactos sobre el sector en el que se localizaría la empresa, debido a que el INEC agrupa esta actividad con muchas otras dentro de la actividad económica: Artes, entretenimiento y recreación.



Ilustración 4 Personal ocupado según sector de la industria

Elaborado por: INEC

Fuente: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-nacional-economico/>

Fecha de consulta: 20 de diciembre de 2016

Según el INEC dentro de la actividad económica antes mencionada se encuentran 391 establecimientos.

Consulta de Compañías Activas

Todas las Cias

Provincia: AZUAY

Cantón: CUENCA

Descripción Actividad: R-ARTES, ENTRETENIMIENTO Y RECREACIÓN.

Descripción Actividad CIU4 N6: R9000.06-Actividades de productores o empresarios (

Tipo Compañía: RESPONSABILIDAD LIMITADA

Expediente	Compañía	Ruc	Tipo Compañía	Situación Legal
172970	ANTOPRO ENTERTAINMENT CIA. LTDA		RESPONSABILIDAD LIMITADA	ACTIVA

Ilustración 5 Compañías Activas

Elaborado por: Súper Intendencia de Compañías

Fuente:

<http://www.supercias.gob.ec/portalinformacion/index.php?archive=portaldeinformacion/consultadirectorioparametro.zul?height=578>

Fecha de consulta: 20 de diciembre de 2016

Según la Súper Intendencia de Compañías dentro de las compañías activas en la Ciudad de Cuenca se encuentra solo una.

De acuerdo a la información presentada anteriormente, podemos decir que no se posee información específica sobre el número de empresas existentes en el sector de organización de eventos sociales, por tal razón se realizó una investigación de campo para obtener datos más cercanos los cuales se encuentran presentados en el capítulo siguiente.

1.3. Análisis FODA

Análisis Interno:

Fortalezas:

-Debido a que las personas tienen cada vez menos tiempo para sus actividades cotidianas y que ocupan una gran cantidad del tiempo de su día en utilizar sus *Smartphones*; una fortaleza de la empresa es poder brindar un servicio completo, necesario y de carácter netamente tecnológico para planear un evento tan importante y anteriormente extenso, de manera rápida, eficiente y con un bajo costo.

- Dada la actividad a desarrollar, no es necesario invertir en una infraestructura amplia o costosa, porque los equipos e instrumentos requeridos para brindar el servicio no lo ameritan, generando así ahorro de recursos en este ámbito.

- Debido a que las ideas nuevas pueden llegar a ser activos comerciales con un importante valor en el mercado, una vez protegido el servicio que la empresa pretende brindar, podría comercializarse el servicio durante 10 años sin el temor que un competidor con mayor fuerza copie la idea.

Debilidades:

- No contar con el flujo de dinero necesario para innovar constantemente la aplicación.
- A pesar de que el ingeniero de sistemas garantice el funcionamiento de la aplicación, pueden existir fallas técnicas en el momento en que los clientes necesiten tomar una decisión, por lo que el objetivo del negocio puede perder credibilidad.

Análisis Externo:**Oportunidad:**

- El cambio de matriz productiva del país genera como oportunidad la producción y ensamblaje de artefactos tecnológicos, lo que dará como resultado la disminución de precios y a su vez facilitará la accesibilidad en la obtención de dispositivos móviles inteligentes.
- Debido a que la tecnología de celulares se encuentra avanzada y que existe una gran competencia entre las empresas de telecomunicación móvil, las cuales constantemente incrementan sus beneficios con respecto a internet, la empresa podrá manejarse adecuadamente con los clientes, debido a que el internet 4g y de alta velocidad brindaría una interfaz más rápida en la aplicación.

Amenazas:

- Como se vio anteriormente, la idea de negocio es nueva en las ramas de actividades existentes, es por esto que existe el riesgo de no alcanzar la aceptación requerida para el desarrollo del proyecto.

- Debido a la constante modificación de leyes en el sector empresarial de nuestro país, existe el riesgo de que en cualquier momento se introduzca una ley que restrinja colateralmente la aplicación.
- Se puede considerar como amenaza cualquier acto que desestabilice económicamente al país, situación que se ha registrado anteriormente, y que de esta manera las personas no se encuentren en capacidad de dirigir sus recursos a actividades extraordinarias como son los eventos o que éstos sean de menor tamaño.

FODA Cruzado:

FODA CRUZADO		
	<p>F1: Debido a que las personas tienen cada vez menos tiempo para sus actividades cotidianas y que ocupan una gran cantidad del tiempo de su día en utilizar sus Smartphones; una fortaleza de la empresa es poder brindar un servicio completo, necesario y de carácter netamente tecnológico para planear un evento tan importante y anteriormente extenso, de manera rápida, eficiente y con un bajo costo.</p> <p>F2: Dada la actividad a desarrollar, no es necesario invertir en una infraestructura amplia o costosa, porque los equipos e instrumentos requeridos para brindar el servicio no lo ameritan, generando así ahorro de recursos en este ámbito.</p>	<p>D1: No contar con el flujo de dinero necesario para innovar constantemente la aplicación.</p> <p>D2: A pesar de que el ingeniero de sistemas garantice el funcionamiento de la aplicación, pueden existir fallas técnicas en el momento en que los clientes necesiten tomar una decisión, por lo que el objetivo del negocio puede perder credibilidad.</p>
OPORTUNIDADES	FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>O1: El cambio de matriz productiva del país genera como oportunidad la producción y ensamblaje de artefactos tecnológicos, lo que dará como resultado la disminución de precios y a su vez facilitará la accesibilidad en la obtención de dispositivos móviles inteligentes.</p>	<p>O1/F1: La fabricación de equipos tecnológicos en el país es un punto excelente para la empresa, ya que si éstos son más accesibles a las personas, no van a dudar en utilizarlos para actividades diarias y también para momentos como la organización de su boda.</p>	<p>O1/D2: Debido a que el cambio de matriz productiva es un cambio positivo para el país y en el caso que se analiza, un cambio positivo para las personas que utilizan dispositivos tecnológicos móviles, la empresa debe tener actualizado y en perfectas condiciones la aplicación, para que no existan fallas técnicas o cualquier problema que pueda tener el usuario.</p>
<p>O2: Debido a que la tecnología de celulares se encuentra avanzada y que existe una gran competencia entre las empresas de telecomunicación móvil, las cuales constantemente incrementan sus beneficios con respecto a internet, la empresa podrá manejarse adecuadamente con los clientes, debido a que el internet 4g y de alta velocidad brindaría una interfaz más rápida en la aplicación.</p>	<p>O2/F2: Ya que el servicio que pretende brindar la empresa se puede adquirir de una manera fácil y eficiente en todo lugar gracias a los servicios que brindan las empresas de telecomunicaciones, no es necesario que la empresa cuente con un local de gran infraestructura para atender a sus clientes.</p>	<p>O2/D1: Aunque puede parecer que Cuenca es una ciudad en la que las personas no se encuentran adaptadas a cambios tecnológicos de esta magnitud, las necesidades de las personas se incrementan de una manera acelerada, es por esto que como debe existir un buen manejo de los recursos económicos para innovar y mejorar la aplicación.</p>
AMENAZAS		
<p>A1: Como se vio anteriormente, la idea de negocio es nueva en las ramas de actividades existentes, es por esto que existe el riesgo de no alcanzar la aceptación requerida para el desarrollo del proyecto.</p>	<p>A1/F1: Es cierto que muchas veces las personas no se acoplan a los cambios, pero por otra parte, el estilo de vida de hoy en día exige cambios y facilitar al máximo la realización de todas las actividades. Es por esto que la empresa se debe enfocar en este punto de vista para vender su servicio.</p>	<p>A1/D2: Un gran riesgo de la empresa se daría si la aplicación no cumple con los estándares de calidad y funcionamiento adecuado, haciendo de esta forma que las personas pierdan credibilidad y no se alcance el nivel de aceptación requerido para el desarrollo de la empresa. Es por esto que se debe prestar mucha atención a la parte técnica del servicio.</p>
<p>A2: - Debido a la constante modificación de leyes en el sector empresarial de nuestro país, existe el riesgo de que en cualquier momento se introduzca una ley que restrinja colateralmente la aplicación.</p>	<p>A2/F2: La inestabilidad del país genera cierto miedo o precaución de las personas con su dinero, es por esto que mientras menos gastos fijos tenga la empresa, el servicio tiene menor precio, siendo de esta manera accesible a las personas.</p>	<p>A2/D1: La inestabilidad del país muchas veces genera que las empresas se desequilibren económicamente y pierdan el flujo de dinero constante que es indispensable para el desarrollo de sus actividades, más aún si se trata de una empresa tecnológica; es por esto que de ser posible, posea un fondo para innovación.</p>

Ilustración 6 FODA Cruzado

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Conclusiones Capítulo I

Se realizó un análisis PESTLA para conocer el entorno en el que se va a manejar la empresa, ya que estos factores influyen de manera directa e indirecta, a favor o en contra al momento en el que la empresa se desarrolle. Dentro de todos los análisis antes mencionados, se encontraron puntos positivos como el impulso tecnológico que se está dando mediante las TIC en el país, la facilitación en el uso de internet en lugares públicos resultado del uso creciente de equipos tecnológicos, como también el crecimiento en el nivel de matrimonios a través del tiempo; leyes que regulan el comercio electrónico y por supuesto que no existen empresas que brinden el servicio de organización de bodas mediante una aplicación móvil. En referencia a los puntos negativos podemos decir que la mayoría son relacionados con la situación actual de Ecuador, que llega a afectar a la empresa debido al constante cambio en las leyes del país, el incremento en el pago de impuestos, multas, crecimiento en la inflación entre otros.

CAPÍTULO II – Análisis de Mercado.

2.1 Generales:

2.1.1 Objetivo:

En este capítulo se desea conocer los gustos y preferencias de las personas al momento de organizar su boda, si las personas estarían dispuestas a contratar el servicio que ofrece la empresa, el precio que estarían dispuestos a pagar y un estudio profundo tanto de la demanda como de la oferta del servicio que se pretende brindar.

2.1.2 Descripción del Servicio:

El servicio ofrece la completa asesoría al momento de la organización y realización de una boda, refiriéndose a completa al lugar y fecha del evento, tipo de boda con su decoración respectiva, tarjetas de invitación, vestido de novia y traje de novio, tipo y tamaño de pastel, tipo de plato gourmet para la recepción al igual que alternativas de licor para el brindis y para el evento en general, tipo de música y elección del Dj; pero los clientes pueden contratar también actividades puntuales del servicio por separado.

2.1.3 Clasificación del Servicio:

Se puede clasificar a los servicios de acuerdo a los siguientes criterios:

-Por el Sector de Actividad, (Browing y Singelmann, 1978): La empresa está situada en la sección de servicios personales, debido a que las personas que se beneficiarán son físicas y se prestará un servicio de asesoramiento.

-Por su Función (Cuadrado y del Río, 1993): Se clasifica como servicios operativos, ya que se brindará organización y asesoramiento.

-Por el Comportamiento del Consumidor: Se clasifica en servicios de compra, debido a que los clientes buscan varias alternativas antes de decidirse por un vendedor, buscando información en experiencia, mediante familiares o amigos.

2.1.4 Clasificación de un evento:

De acuerdo a Rosario Jimena Sánchez en su libro “Eventos, cómo organizarlos con éxito”, 2010 clasifica los eventos en dos de acuerdo a su procedimiento y estilo:

1. Eventos Empresariales o Corporativos: Se realizan esperando algún beneficio económico.

2. Eventos Sociales: Se realizan esperando beneficios emocionales y económicos.

Por lo tanto, la empresa se ubica en el segundo tipo.

2.1.5 Clasificación de la demanda:

El servicio que ofrece la empresa, se puede clasificar dentro de Demanda Insatisfecha, debido a que la empresa está enfocada a los consumidores que buscan alternativas nuevas y que en la actualidad no se encuentran en el mercado. Eso lo conocemos a través de los de los comentarios presentados en la encuesta (Pregunta no. 8)

2.1.6 Antecedentes:

Hace algunos años los matrimonios y en general los eventos sociales se realizaban en los hogares de las familias debido a que organizarlos en salones de eventos no era una costumbre o para la mayoría era costoso; pero hoy en día en éstos

espacios, donde se obtienen momentos sumamente gratos, disponen de una gran variedad de opciones y precios; por lo tanto organizarlos no resulta inaccesible ni costoso.

PIRÁMIDE DE MASLOW



Ilustración 7 Pirámide de Maslow

Elaborado por: Miranmimente

Fuente: <http://miranmimente.blogspot.com/2016/04/en-que-escalon-de-la-piramide-de-maslow.html>

Dentro del estudio de la psicología se encuentra la pirámide anteriormente presentada, que según Maslow indica la jerarquía de necesidades que influyen en el comportamiento humano, por el hecho de que el hombre satisface sus necesidades básicas. Mediante el gráfico se puede apreciar claramente que una de las necesidades

básicas de las personas son las relaciones sociales, sector donde la empresa se ubica perfectamente y así nos podemos dar cuenta de lo necesario que son los eventos sociales en la vida de las personas y que cada vez se va incrementando, como podemos ver en los siguientes gráficos:

En el 2014 la tasa de matrimonios en el Azuay fue de 5,1% en promedio:

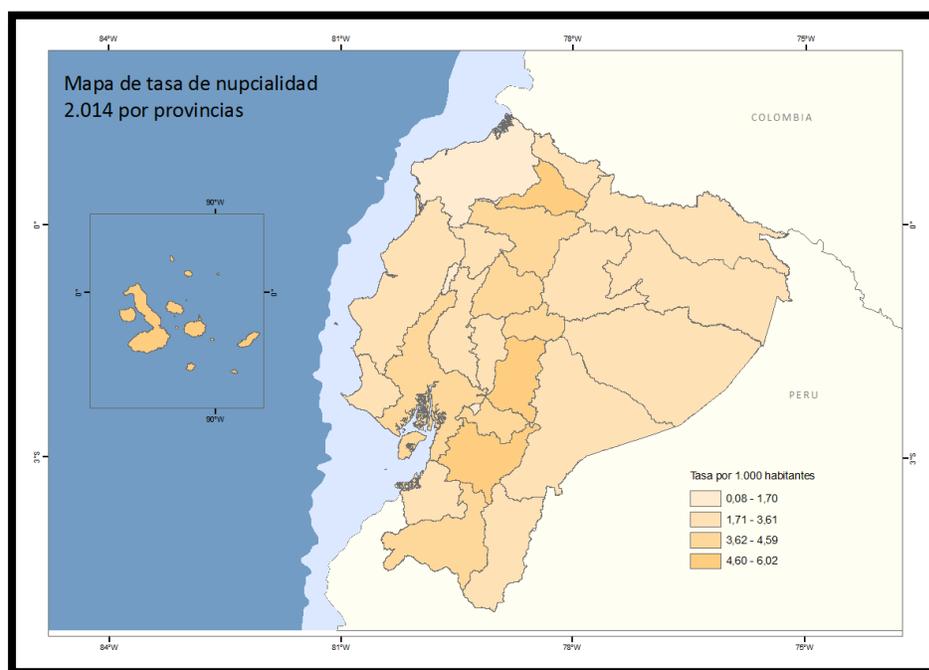


Ilustración 8 Tasa Nupcial 2014 por provincias

Elaborado por: INEC

Fuente: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/matrimonios-divorcios/>

Y en relación al 2013 la tasa creció en un 0,95%:

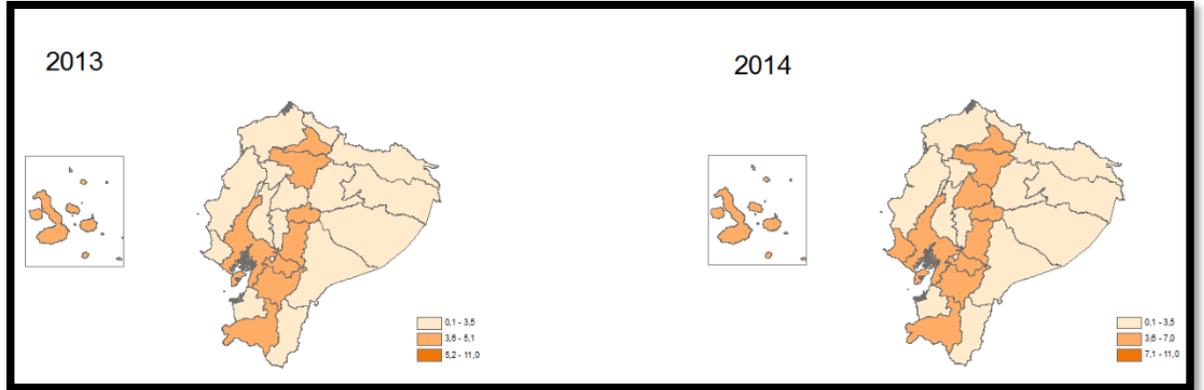


Ilustración 9 Mapa comparativo de Tasa Nupcial 2013 y 2014

Elaborado por: INEC

Fuente: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/matrimonios-divorcios/>

A continuación se encuentran presentados los datos de Matrimonios de los años 2012, 2013 y 2014:

Matrimonios por mes de ocurrencia, según regiones, provincias y cantones de residencia habitual del contrayente - Año 2012													
Regiones y provincias de residencia habitual del contrayente	Total	Mes de ocurrencia											
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Total República	57.753	4.114	5.176	5.183	4.170	4.469	4.824	4.914	5.820	4.293	4.663	4.808	5.319
Región Sierra	31.576	2.237	2.900	2.890	2.325	2.568	2.671	2.801	3.395	2.247	2.406	2.523	2.613
Azuay	3.933	321	349	349	285	298	327	368	417	253	318	313	335
Cuenca	3.095	253	283	257	217	242	256	293	331	191	260	251	261
Girón	54	5	5	8	4	4	5	1	7	2	5	4	4
Gualaceo	223	16	15	17	18	16	18	25	31	14	20	12	21
Nabón	74	8	4	12	5	7	4	4	11	7	1	6	5
Paute	101	14	12	12	8	3	12	12	5	9	2	5	7
Pucará	18	1	2	1	1	1	1	3	-	2	2	2	2
San Fernando	16	1	2	4	2	-	1	-	2	1	2	-	1
Santa Isabel	80	4	4	5	6	5	7	7	6	7	9	9	11
Sigsig	85	9	9	6	8	7	5	9	2	9	6	8	7
Oña	7	-	1	-	-	-	1	-	2	1	1	-	1
Chordeleg	68	2	3	8	6	4	8	5	10	3	7	3	9
El Pan	9	-	-	-	1	2	2	1	1	-	1	1	-
Sevilla de Oro	40	6	2	8	4	4	2	1	4	1	-	6	2
Guachapala	12	-	-	3	2	1	-	-	1	-	2	1	2
Camilo Ponce Enriquez	51	2	7	8	3	2	5	7	4	6	-	5	2

Tabla 2 Matrimonios por mes, provincia y cantones.

Elaborado por: INEC

Fuente: <http://www.ecuadrencifras.gob.ec/documentos/web->

[inec/Poblacion_y_Demografia/Matrimonios_Divorcios/Publicaciones/Anuario_Matrimonios_y_Divorcios_2012.pdf](http://www.ecuadrencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Matrimonios_Divorcios/Publicaciones/Anuario_Matrimonios_y_Divorcios_2012.pdf)

Matrimonios por mes de inscripción, según regiones, provincias y cantones de residencia habitual del contrayente - Año 2013													
Regiones y provincias de residencia habitual del contrayente	Total	Mes de inscripción											
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Total República	53.986	3.826	4.242	4.743	4.735	4.615	3.872	4.366	5.517	4.113	4.453	4.829	4.675
Región Sierra	28.356	2.132	2.348	2.507	2.503	2.545	2.087	2.424	3.064	2.100	2.232	2.425	1.989
Azuay	3.867	276	349	356	340	312	267	322	408	288	300	309	340
Cuenca	3.129	211	266	278	273	250	206	267	349	233	249	264	283
Girón	55	8	4	8	4	5	4	4	4	2	6	2	4
Gualaceo	226	16	27	22	21	20	22	20	17	13	15	16	17
Nabón	43	9	3	6	7	4	2	3	-	3	2	2	2
Paute	126	10	12	13	11	15	11	11	7	6	8	8	14
Pucará	9	1	4	1	-	-	2	-	-	-	1	-	-
San Fernando	13	1	3	1	2	1	2	-	-	-	2	-	1
Santa Isabel	70	4	8	7	5	2	2	8	10	12	2	7	3
Sigsig	85	9	6	8	11	10	5	3	10	5	7	3	8
Oña	6	1	-	-	1	1	-	-	-	3	-	-	-
Chordeleg	49	3	6	6	1	2	8	3	4	5	2	5	4
El Pan	7	-	-	3	1	-	-	-	2	-	-	1	-
Sevilla de Oro	11	1	2	-	1	-	-	-	-	3	3	-	1
Guachapala	8	1	1	-	-	-	1	1	-	2	1	1	-
Camilo Ponce Enríquez	30	1	7	3	2	2	2	2	5	1	2	-	3

Tabla 3 Matrimonios por inscripción, región, provincia y cantones 2013

Elaborado por: INEC

Fuente: <http://www.ecuadrencifras.gob.ec/documentos/web->

[inec/Poblacion_y_Demografia/Matrimonios_Divorcios/Publicaciones/Anuario_Matrimonios_y_Divorcios_2013.pdf](http://www.ecuadrencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Matrimonios_Divorcios/Publicaciones/Anuario_Matrimonios_y_Divorcios_2013.pdf)

Matrimonios por mes de inscripción, según regiones, provincias y cantones de residencia habitual del contrayente - Año 2014													
Regiones y provincias de residencia habitual del contrayente	Total	Mes de inscripción											
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Total República:	60.328	4.179	4.936	4.502	4.664	4.648	4.042	4.948	5.697	4.956	5.730	5.076	6.950
Región Sierra:	32.289	2.340	2.763	2.441	2.454	2.535	2.266	2.772	3.266	2.676	2.978	2.498	3.300
Azuay	4.099	309	398	297	312	359	295	344	403	334	373	299	376
Cuenca	3.340	259	329	243	249	301	233	268	335	265	309	245	304
Girón	62	6	6	5	5	4	6	6	7	4	6	2	5
Gualaceo	219	13	12	14	17	17	17	19	24	25	19	18	24
Nabón	55	6	4	3	5	1	6	7	6	4	2	6	5
Paute	103	5	11	7	5	6	10	13	8	10	13	9	6
Pucará	11	1	-	1	1	2	-	1	2	-	1	1	1
San Fernando	9	-	1	3	3	-	-	-	-	1	1	-	-
Santa Isabel	68	5	8	5	6	7	5	6	6	3	5	8	4
Sigsig	100	10	13	6	10	13	12	6	6	8	6	4	6
Oña	6	-	-	1	1	-	-	-	-	1	2	-	1
Chordeleg	57	1	8	4	5	5	5	10	2	6	4	-	7
El Pan	10	-	-	1	2	-	-	2	-	2	-	1	2
Sevilla de Oro	26	1	3	2	1	-	-	3	3	2	4	3	4
Guachapala	10	2	1	-	2	-	-	1	-	1	-	2	1
Camilo Ponce Enríquez	23	-	2	2	-	3	1	2	4	2	1	-	6

Tabla 4 Matrimonios por inscripción, región, provincia y cantones 2014

Elaborado por: INEC

Fuente: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web->

[inec/Poblacion_y_Demografia/Matrimonios_Divorcios/Publicaciones/Anuario_Matrimonios_y_Divorcios_2014.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Matrimonios_Divorcios/Publicaciones/Anuario_Matrimonios_y_Divorcios_2014.pdf)

Análisis: Como se puede observar en las tres tablas anteriores en los años 2012, 2013 y 2014 de los matrimonios legalizados en la ciudad de Cuenca, podemos notar en el año 2012 que tiene como total de 3095 matrimonios, siendo agosto el mayor mes con 331 matrimonios; en comparación con el siguiente año que se incrementa en 1,01% equivalente a una diferencia de 34 matrimonios, se puede definir que no es un gran incremento pero tampoco hay disminución. Comparando entre los años 2013 y 2014 existe un aumento del 6,74% que es un equivalente a 211 matrimonios más en el 2014; y estos años se puede notar que el mes de agosto es el preferido para este evento cuyo dato tenemos que considerar para promocionar nuestro asesoramiento con anticipación.

2.2 Estudio de Mercado:

Para Kotler, un estudio de mercado consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación del mercado específica que afronta una organización.

- Fuentes de información secundaria:

Para recolectar la información necesaria, se obtendrán datos del INEC, la cámara de comercio, páginas del gobierno, libros digitales, redes sociales, entre otros.

- Fuentes Primarias:

La información primaria será tomada de contacto directo con los posibles usuarios del servicio, es decir, mediante una encuesta para conocer los gustos, preferencias y sobre todo si estaría dispuesto a utilizar nuestro servicio, entre otros.

Para comenzar la recolección de información es necesario ubicar las personas de las cuales vamos a obtener los datos, empezamos mediante un análisis de los estratos socioeconómicos realizado por el INEC:

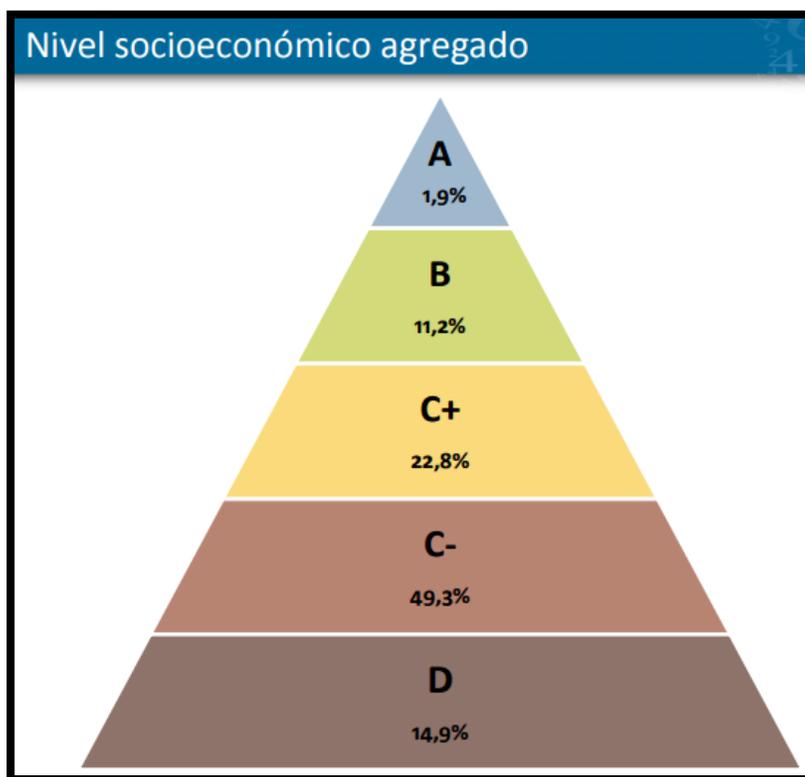


Ilustración 10 Nivel socioeconómico agregado

Elaborado por: INEC

Fuente: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111220_NSE_Presentacion.pdf

Este estudio, realizado por el INEC, fue desarrollado a 9.744 viviendas del área urbana de Quito, Guayaquil, Cuenca, Machala y Ambato.

La encuesta reflejó que los hogares de Ecuador se dividen en cinco estratos, el 1,9% de los hogares se encuentra en estrato A, el 11,2% en nivel B, el 22,8% en nivel C+, el 49,3% en estrato C- y el 14,9% en nivel D.

-Las personas a las que se dirigirá la empresa están ubicadas dentro de la categoría A y B, debido a que estas categorías son:

Categoría A:

Tecnología:

- El 99% de los hogares de este nivel cuentan con servicio de internet.
- La mayoría de los hogares tiene computadora de escritorio y/o portátil
- En promedio disponen de cuatro celulares en el hogar.

Hábitos de consumo:

- Los miembros de los hogares de estrato alto compran la mayor parte de su vestimenta en centros comerciales.
- Los hogares de este nivel utilizan internet.
- El 99% de los hogares utiliza correo electrónico personal (no del trabajo).
- El 92% de los hogares utiliza alguna página social en internet.

- El 76% de los hogares de este nivel ha leído libros diferentes a manuales de estudio y lectura de trabajo en los últimos tres meses.

Categoría B:

Tecnología:

- El 81% de los hogares de este nivel cuenta con servicio de internet y computadora de escritorio.
- El 50% de los hogares tiene computadora portátil.
- En promedio disponen de tres celulares en el hogar. Hábitos de consumo
- Las personas de estos hogares compran la mayor parte de la vestimenta en centros comerciales.
- El 98% de los hogares utiliza internet.
- El 90% de los hogares utiliza correo electrónico personal (no del trabajo)
- El 76% de los hogares está registrado en alguna página social en internet.
- El 69% de los hogares de este nivel han leído libros diferentes a manuales de estudio y lectura de trabajo en los últimos tres meses. (Ecuador en cifras, 2015)

De acuerdo a la edad, clasificaremos en 2 secciones, hombres y mujeres. De la edad promedio que se encuentra mostrada a continuación.

Edad promedio de matrimonios por sexo según regiones Año 2014		
Regiones	Hombres	Mujeres
Total	31	28
Región Sierra	29	27
Región Costa	33	29
Región Amazónica	31	27
Región Insular	31	27
Zonas no delimitadas	36	27
Exterior	36	28

Tabla 5 Edad promedio de matrimonio por sexo y región

Elaborado por: INEC

Fuente: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Matrimonios_Divorcios/Publicaciones/Anuario_Matrimonios_y_Divorcios2014.pdf

De acuerdo a los datos, obtenemos un rango de hombres y mujeres de la siguiente forma:

$$29+27=56/2=28.$$

Se realizaron 25 encuestas piloto para tener una referencia más cercana a la realidad:

1. Por favor marque su edad con una X.

RANGO DE EDAD	RESPUESTA
De 16 a 21 años	
De 22 a 27 años	
De 28 a 33 años	
De 34 a 39 años	

Ilustración 11. Pregunta 1, encuesta piloto

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios.

2. ¿Le gustaría contratar un servicio que le permita organizar una boda desde un dispositivo móvil mediante una aplicación?

DESCRIPCIÓN	RESPUESTA
SI	
NO	

Ilustración 12. Pregunta 2, encuesta piloto

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

El primer rango obtuvo únicamente 2 incidencias debido a que en esas edades la mayoría de veces no se cuenta con las posibilidades económicas para contraer matrimonio, el último rango tuvo 3 incidencias debido a que son edades en las que no se conoce o es difícil manejar tecnología de una manera rápida y la mayoría de personas no son clientes futuros porque ya se encuentran casadas.

De acuerdo al estado civil tenemos:

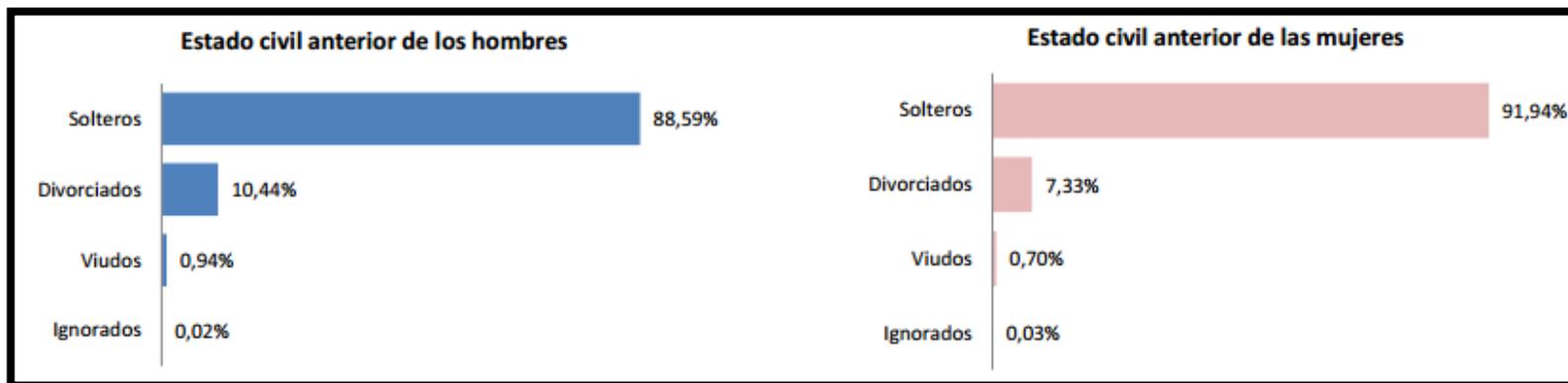


Ilustración 13 Comparación estado civil entre hombres y mujeres.

Elaborado por: INEC

Fuente: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Matrimonios_Divorcios/Publicaciones/Anuario_Matrimonios_y_Divorcios2014.pdf

Por lo tanto, serán elegidos los hombres y mujeres solteros y solteras.

- Tamaño de la población:

Resumiendo, el servicio se enfoca en personas con las siguientes características:

Características para población

Sexo:	Hombres y Mujeres
Ubicación:	Cuenca
Estrato Socioeconómico:	A y B
Estado Civil:	Soltero
Rango de Edad:	23-33 años

Tabla 6 Características para población

Elaborado: Johanna Céleri y Christian Palacios

Por lo tanto $((A) + (B)) * (\#personas \text{ que cumplan las características anteriores}) =$

$$(1.9\% + 11.2\%) * (462.072) =$$

$$(13.1\%) * (462.072) =$$

$$60531,43$$

Total redondeado, tomando en consideración que son personas: 60531

Cálculo de muestra: Calculamos el tamaño de la muestra para la realización de encuestas con la fórmula utilizada para poblaciones finitas, es decir contables, en donde primero se debe encontrar N, el total de casos esperados, y en este caso es 60531 personas Para determinar el tamaño de la muestra utilizaremos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{(Z)^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{(E)^2(N - 1) + (Z)^2 \cdot P \cdot Q}$$

n= tamaño de la muestra.

Z nivel de confianza, nos indica el grado de confianza que se obtiene al momento de generalizar los resultados obtenidos, utilizamos el 95% que es aceptablemente confiable.

Z= 1.96 porcentaje que representa el número de unidades de desviación estándar con respecto a la media.

P= probabilidad de que ocurra el suceso.

Q= probabilidad de que no ocurra el suceso.

E= error de muestra.

Entonces,

P= 0.50

Q= 0.50

Z= 1.96

E= 0.05

N=60531

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (60531) \cdot (0,50) \cdot (0,50)}{(0,05)^2(60531 - 1) + (1,96)^2 \cdot (0,50) \cdot (0,50)}$$

$$n= 381,74=382$$

Análisis de datos.

1. Sexo

SEXO			
Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Femenino	218	57,4	57,4
Masculino	162	42,4	99,7
Total	380	100,0	

Tabla 7. Tabulación encuesta pregunta 1

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Herramienta: SPSS

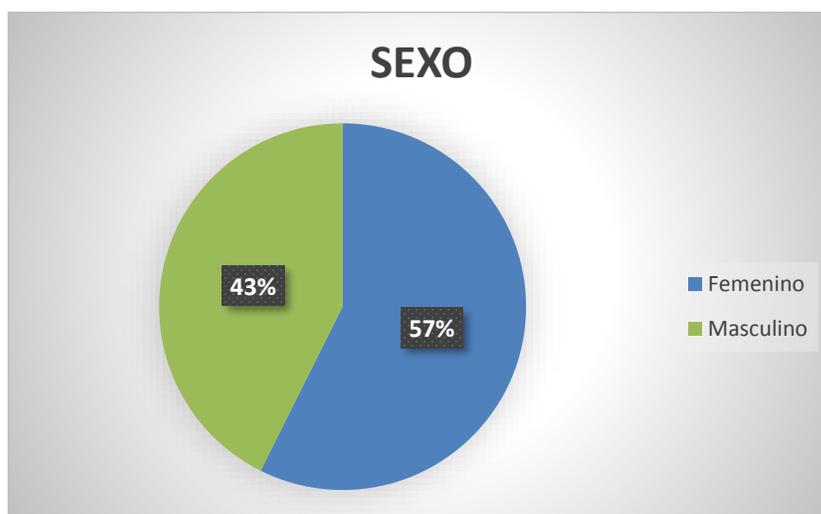


Ilustración 14. Pastel tabulación pregunta 1

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Herramienta: Excel

Análisis: La primera pregunta de la encuesta es de carácter introductorio, debido a que las opiniones de las personas encuestadas informan que antiguamente la sociedad solía pensar que solamente las mujeres eran las que se preocupaban de la

organización de una boda, pero claramente se nota que no existe sino apenas 14% más mujeres, que hombres que se interesaron en responder la encuesta y por supuesto en el tema del que se trataba.

2. Edad

EDAD			
Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
De 15 a 24 años	201	52,9	52,9
De 25 a 34 años	110	28,9	81,8
De 35 a 44 años	48	12,6	94,5
De 45 a 54 años	19	5,0	99,5
De 55 a 64 años	2	,5	100,0
Total	380	100,0	

Tabla 8. Tabulación encuesta pregunta 2

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Herramienta: SPSS

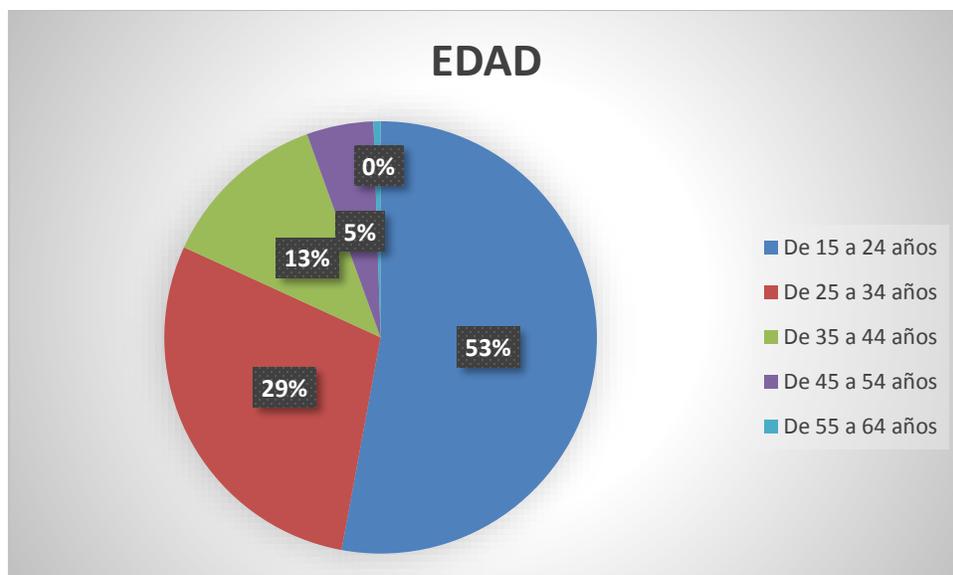


Ilustración 15. Pastel tabulación pregunta 2

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Herramienta: Excel

Análisis: Esta pregunta indica que la mayoría de personas que respondieron las encuestas, es decir un 53% se encuentran en un rango de edad de 15 a 34 años, lo que coincide con los datos citados anteriormente de www.ecuadorencifras.gob y lo que también hace referencia a que la edad en la que se casan las personas coincide con el rango de edad en que más personas utilizan dispositivos móviles.

3. Estado Civil

ESTADO CIVIL			
Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Soltero/a	276	72,6	72,6
Casado/a	59	15,5	88,2
Divorciado/a	29	7,6	95,8
Viudo/a	7	1,8	97,6
Unión Libre	9	2,4	100,0
Total	380	100,0	

Tabla 9. Tabulación encuesta, pregunta 3

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Herramienta: SPSS

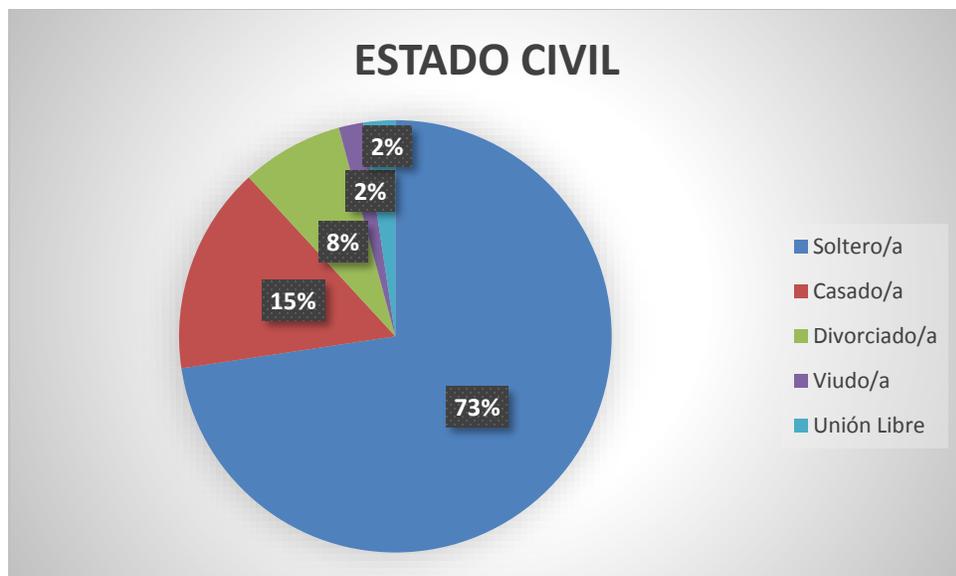


Ilustración 16. Pastel tabulación, pregunta 3

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Herramienta: Excel

Análisis: Esta pregunta indica que el 85% de personas se encuentran en un grupo que posiblemente necesitará organizar una boda en algún momento, lo que es un resultado positivo para la empresa.

4. ¿Posee usted un *Smartphone* o *Tablet*?

POSEE SMARTPHONE			
Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	335	88,2	88,2
No	45	11,8	100,0
Total	380	100,0	

Tabla 10. Tabulación encuesta, pregunta 4

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Herramienta: SPSS

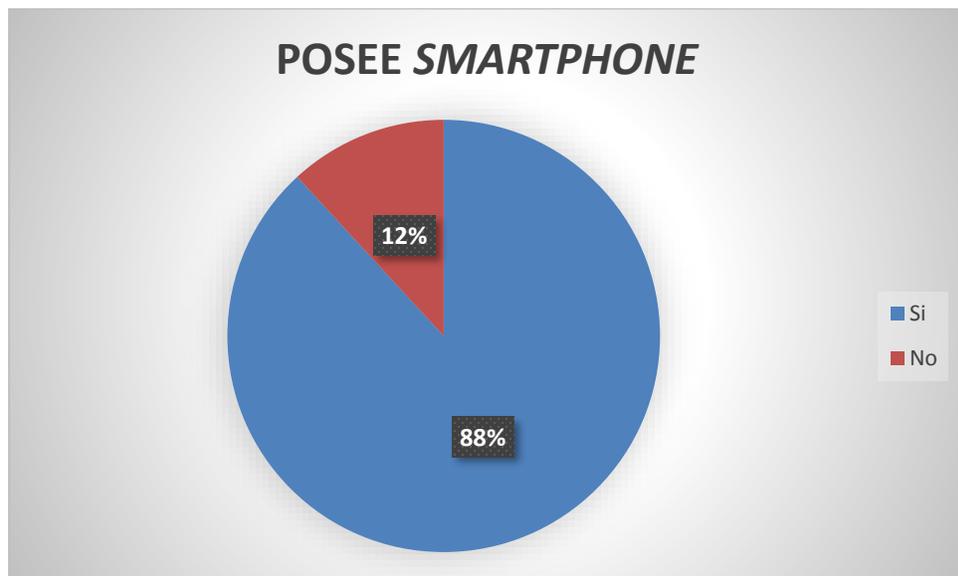


Ilustración 17. Pastel tabulación pregunta 4

Elaborado por: Johanna Célleri y Christian Palacios

Herramienta: Excel

Análisis: Esta es una de las preguntas más importantes de la encuesta, debido a que con el resultado obtenido se puede decir que la mayoría de personas, el 88%, poseen un Smartphone que podría ser ocupado para descargar la aplicación que desea implementar la empresa, porque las personas se encuentran familiarizadas con estos dispositivos electrónicos.

5. ¿Tiene acceso a internet en algún momento del día?

ACCESO A INTERNET EN EL DÍA			
Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	364	95,8	95,8
No	16	4,2	100,0
Total	380	100,0	

Tabla 11. Tabulación encuesta, pregunta 5

Elaborado por: Johanna Célleri y Christian Palacios

Herramienta: SPSS

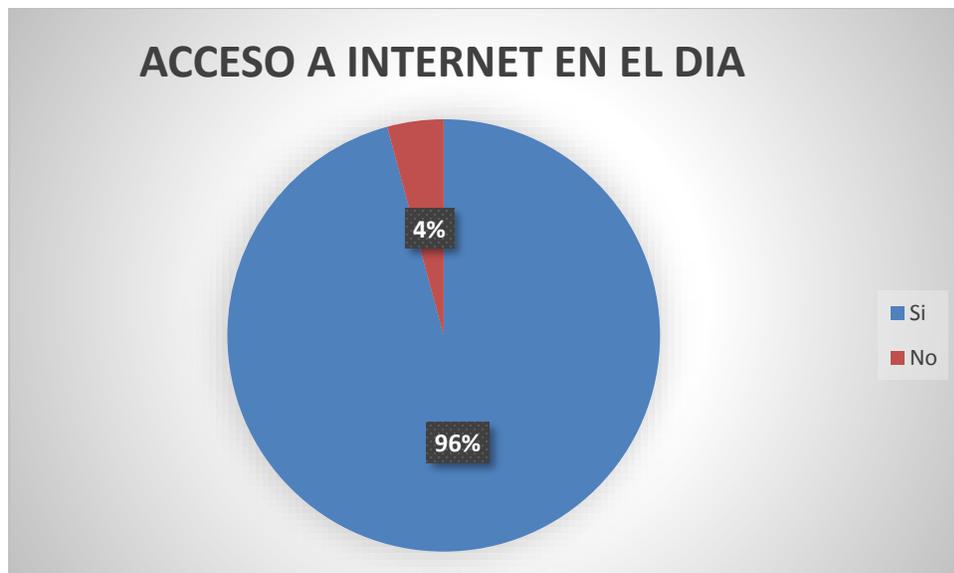


Ilustración 18. Pastel tabulación, pregunta 5

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Herramienta: Excel

Análisis: Hoy en día el mundo avanza a pasos agigantados, y una de las razones de esto es gracias al internet. Es por esto que las personas que desean mantenerse al día con la información mundial, necesitan tener acceso a internet; y según el resultado de la pregunta se concluye que el 96% de personas encuestadas, tienen acceso a este todos los días. Lo que les permitirá interaccionar con la aplicación ofrecida por la empresa.

6. ¿Considera difícil organizar una boda de aproximadamente 80 personas?

ES DIFICIL ORGANIZAR UNA BODA DE 80 PERSONAS			
Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	146	38,4	38,4
No	234	61,6	100,0
Total	380	100,0	

Tabla 12. Tabulación encuesta, pregunta 6

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Herramienta: SPSS

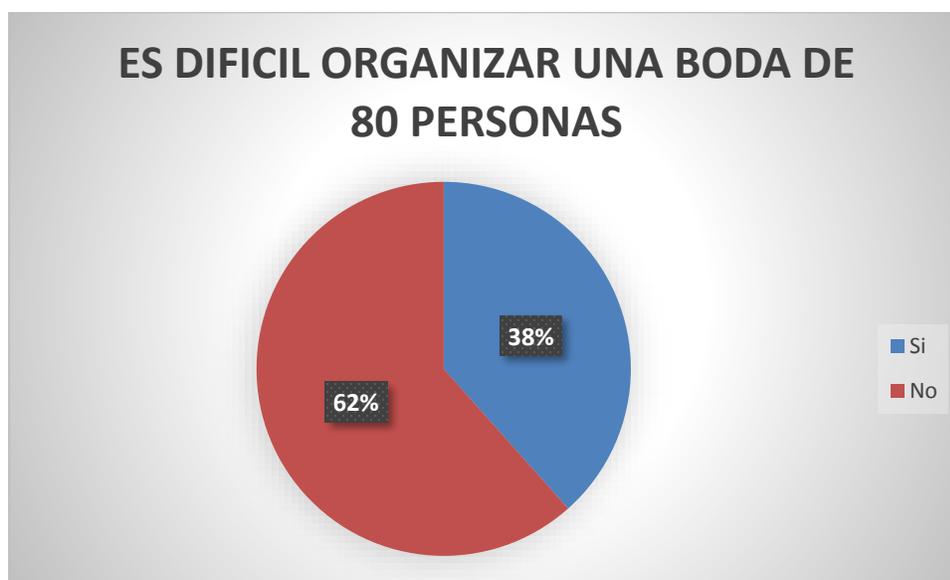


Ilustración 19. Pastel tabulación, pregunta 6

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Herramienta: Excel

Análisis: Esta pregunta puede parecer negativa para la empresa, ya que al 62% de las personas no le parece difícil organizar una boda de 80 personas, pero no lo es, debido

a que realizar un evento en la actualidad es una carta de presentación para las personas que la protagonizan y mientras más invitados asistan es mejor, social y emocionalmente; además, el hecho de juntar dos familias y amigos genera un gran número de personas. Por este motivo la empresa debe verlo como un desafío para innovar el servicio a manera de facilitar la organización de un evento de cualquier tamaño.

7. ¿Ha solicitado usted o conoce de algún familiar que haya solicitado ayuda profesional para organizar algún evento anteriormente?

HA SOLICITADO AYUDA PROFESIONAL PARA ORGANIZAR UNA BODA?			
Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	228	60,0	60,0
No	152	40,0	100,0
Total	380	100,0	

Tabla 13. Tabulación encuesta, pregunta 7

Elaborado por: Johanna Célleri y Christian Palacios

Herramienta: SPSS

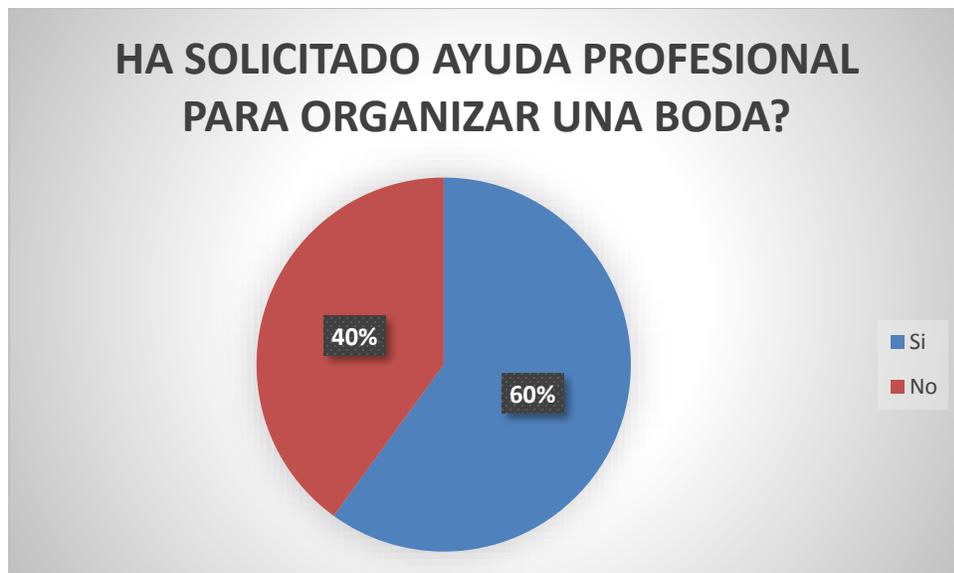


Ilustración 20. Pastel tabulación, pregunta 7

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Herramienta: Excel

Análisis: La pregunta da como resultado que un 60% de las personas encuestadas o personas con las que se relacionan han adquirido los servicios de organización de eventos, lo cual es un punto a favor de la empresa, ya que una muestra de la población de Cuenca conoce el funcionamiento de las empresas que organizan eventos y sobretodo han tenido la necesidad de contratarlos.

8. ¿Le gustaría contar con la ayuda de profesionales que le brinden la asesoría completa en conseguir un local, invitaciones, vestuario, etc. mediante una aplicación móvil?

LE GUSTARÍA LA ASESORÍA INTEGRAL PARA UNA BODA?			
Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	321	84,5	84,5
No	59	15,5	100,0
Total	380	100,0	

Tabla 14. Tabulación encuesta, pregunta 8

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Herramienta: SPSS

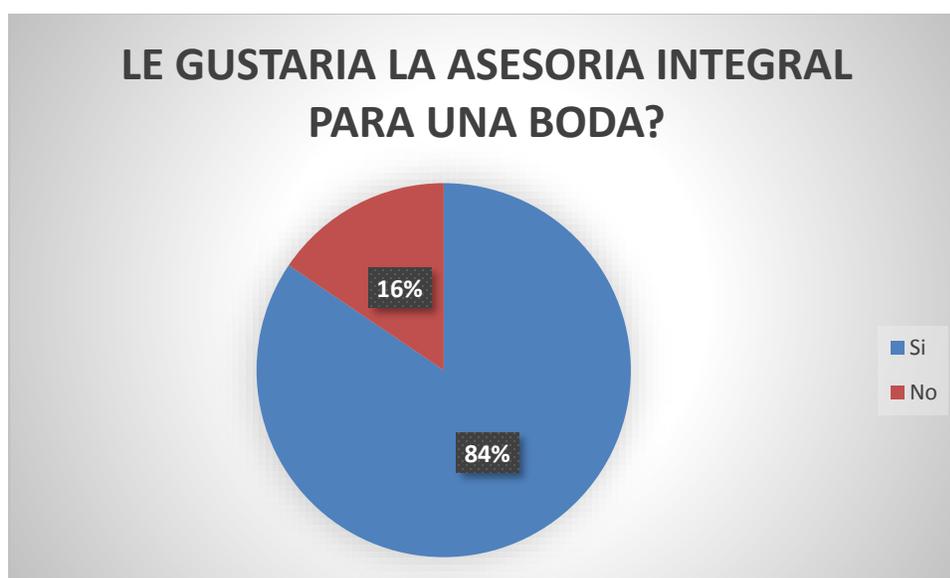


Ilustración 21. Pastel tabulación, pregunta 8

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Herramienta: Excel

Análisis: Posiblemente esta sea la pregunta más importante de la encuesta. En esta se puede ver claramente que el 84% de personas les gustaría y posiblemente estarían dispuestas a contratar una empresa que les ayude con la organización de una boda

mediante una aplicación, ya que como se nota en la pregunta anterior, las personas si solicitan este servicio.

Debido a que esta pregunta es esencial para el estudio de mercado, las personas que no se encuentran interesadas en el servicio que ofrece la empresa, ya no tienen que llenar las preguntas que vienen a continuación, siendo éstas 55 personas.

9. ¿Conoce Ud. de otras empresas que presten este tipo de servicios?

Si su respuesta es sí, por favor díganos cuáles.

CONOCE EMPRESAS QUE BRINDEN ESTE SERVICIO?			
Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
No respondieron	55	14,5	14,5
Si	74	18,50	33,0
No	259	67,00	100,0
Total	380	100,0	

Tabla 15. Tabulación encuesta, pregunta 9

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Herramienta: SPSS

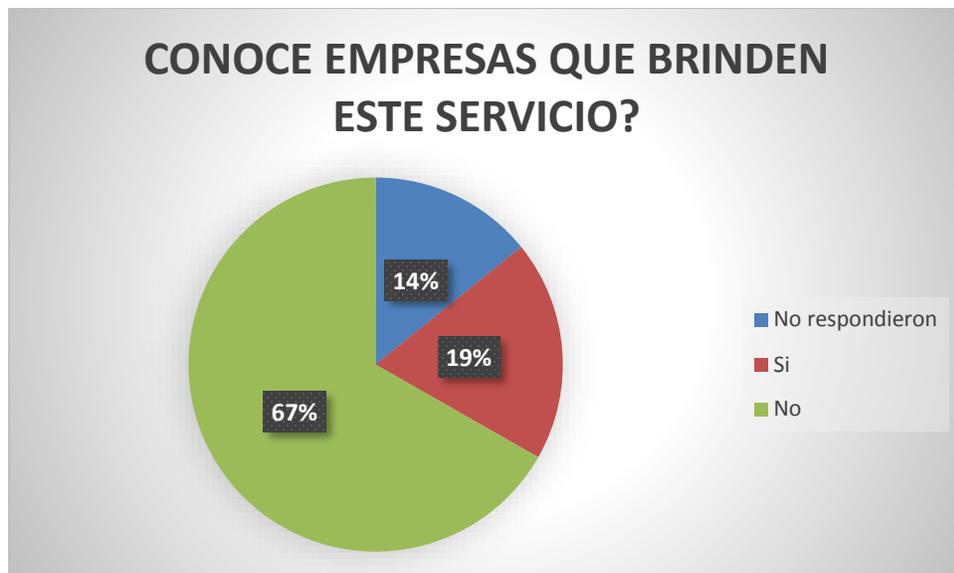


Ilustración 22. Pastel tabulación, pregunta 9

Elaborado por: Johanna Célleri y Christian Palacios

Herramienta: Excel

Análisis: A pesar de que el 67% de personas no conocen empresas que brinden un servicio como el que pretende ofrecer Dalesska Eventi, existe un 18,5% de personas que conocen empresas o personas naturales que se dedican a la organización de eventos como: Adara Eventos, Neto Dávila, Novias.ec, Cecilia Calderón, que sobresalen como respuestas más repetidas dentro de ésta pregunta; pero que a pesar de ser conocidas, ninguna de éstas ofrecen sus servicios mediante una aplicación móvil (como se apreciará más adelante en el estudio de la oferta), lo que genera una ventaja para la empresa.

10. ¿Con cuánto tiempo de anticipación organizaría este evento?

TIEMPO DE ANTICIPACIÓN PARA ORGANIZAR UNA BODA			
Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
No respondieron	55	14,5	14,5
3 meses	124	32,5	47,0
5 meses	96	25,0	72,0
7 meses	67	18,0	90,0
9 meses o más	38	10,0	100
Total	380	100,0	

Tabla 16. Tabulación encuesta, pregunta 10

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Herramienta: SPSS



Ilustración 23. Pastel tabulación, pregunta10

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Herramienta: Excel

Análisis: Esta pregunta le sirve a la empresa como información para su organización interna; en la cual se obtuvo que el 58% de encuestados prefieren y creen conveniente

organizar una boda con 3 y 5 meses de anterioridad. Lo que en fin de cuentas resulta bueno a la empresa para optimizar sus servicios y de esta manera brindar un servicio de mejor calidad y eficiente a los clientes

11. ¿Qué atributo considera de mayor importancia al momento de organizar una boda?

ATRIBUTO DE MAYOR IMPORTANCIA			
Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
No respondieron	55	14,50	14,5
Precio	148	38,90	53,4
Facilidades de pago	51	13,40	66,8
Asesoría en organización	78	20,50	87,3
Tiempo de Anterioridad	48	12,60	100
Total	380	100	

Tabla 17. Tabulación encuesta, pregunta 11

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Herramienta: SPSS

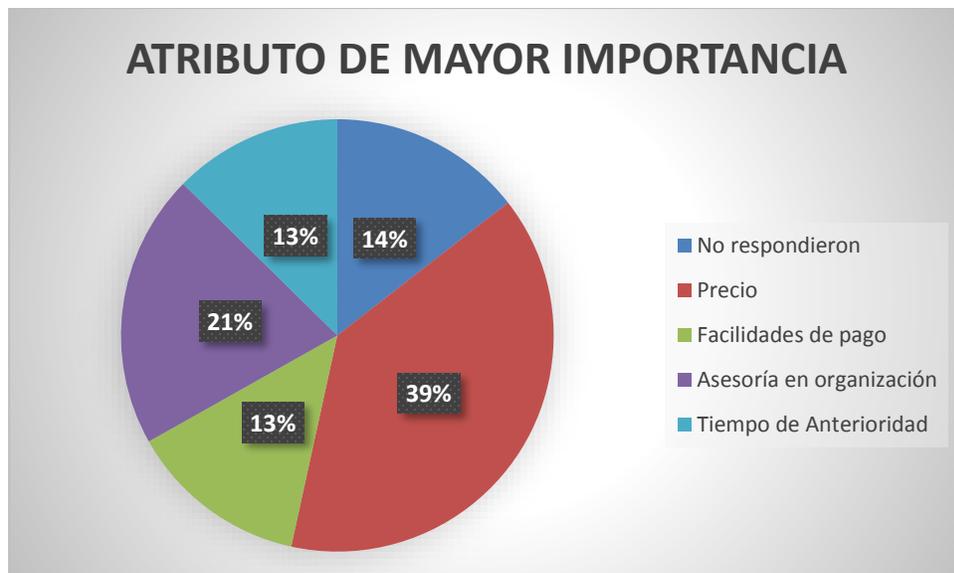


Ilustración 24. Pastel tabulación, pregunta 11

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Herramienta: Excel

Análisis: Los resultados de esta pregunta ayudan al proyecto a conocer que puntos son los principales al momento en el que los clientes toman la decisión de contratar o no a una empresa organizadora de eventos. Obteniendo como resultado 39% en el precio y 21% en la asesoría en la organización, que son atributos fácilmente controlables por la empresa.

12. ¿Cómo desearía que fuera calculado el precio para la asesoría?

CÁLCULO PRECIO DEL SERVICIO			
Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
No respondieron	55	14,5	14,5
Un monto fijo	65	17,1	31,6
Un % del costo de la boda	196	51,6	83,2
Un valor por cada actividad realizada	64	16,6	99,8
Total	380	100,0	

Tabla 18. Tabulación encuesta, pregunta 12

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Herramienta: SPSS

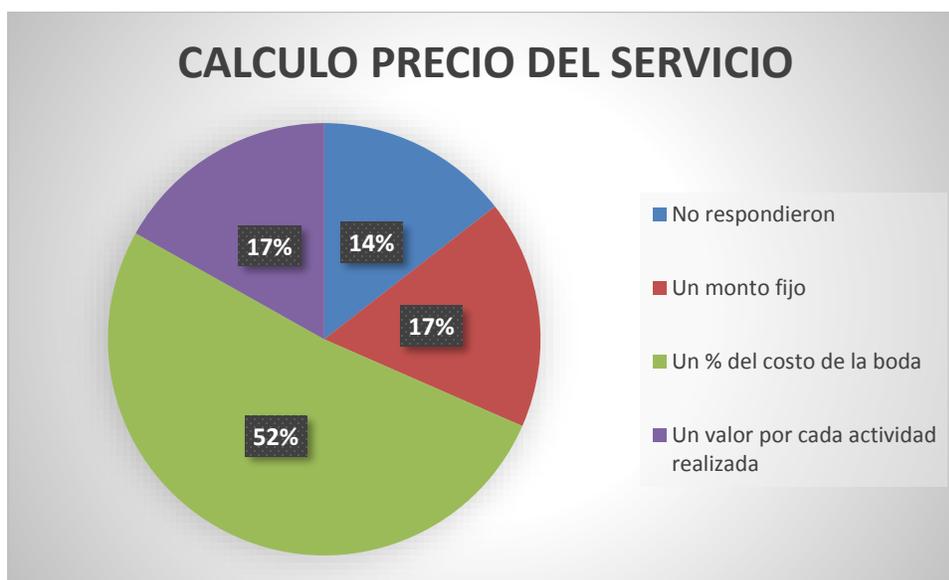


Ilustración 25. Pastel tabulación, pregunta 12

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Herramienta: Excel

Análisis: Es claro ver en la tabla que el 52% de personas encuestadas prefieren que el valor del servicio se calcule mediante un porcentaje del costo total de la boda; esto se puede analizar desde dos puntos de vista; desde el punto de vista positivo resulta beneficioso para las dos partes, para la empresa porque se puede tener una tarifa variable de acuerdo a la magnitud de la boda, es decir la cantidad de trabajo y de tiempo invertido para llevar a cabo una boda será proporcional al pago de la misma; por otra parte para el cliente es beneficioso porque de cierta manera se adaptará a los recursos que posean cada uno. Se debe tener en cuenta también el cálculo de precio por actividades contratadas, debido a que esto se convierte en una variedad en el servicio en sí, por lo tanto permite a la empresa obtener más clientes.

13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la asesoría de una boda de aproximadamente \$5000?

VALOR DISPUESTO A PAGAR POR EL SERVICIO INTEGRAL			
Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
No respondieron	55	14,5	14,5
Menos de \$500	183	48,2	62,6
De \$501 a \$700	76	20,0	82,6
De \$701 a \$900	40	10,5	93,2
De \$901 a \$1100	23	6,1	99,2
Más de \$1100	3	,8	100,0
Total	380	100,0	

Tabla 19. Tabulación encuesta, pregunta 13

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Herramienta: SPSS

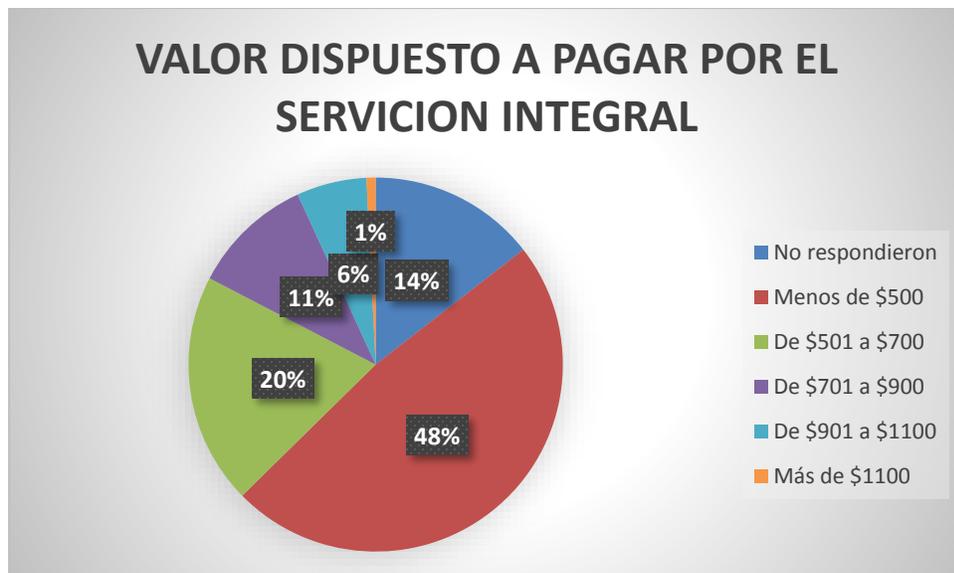


Ilustración 26. Pastel tabulación, pregunta 13

Elaborado por: Johanna Célleri y Christian Palacios

Herramienta: Excel

Análisis: Como se puede ver en el grafico las personas siempre van a buscar el ahorro, pero mientras mayor sea la magnitud de un evento las personas están dispuestos a pagar más por un servicio prestado, el 48,2% de encuestados están dispuestos a pagar un valor igual o menor a \$500 por asesoría de una boda de unos \$5000 dólares, lo que resulta el 10%.

14. ¿Qué método de pago utiliza con frecuencia?

MÉTODO FRECUENTE DE PAGO			
Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
No respondieron	55	14,5	14,5
Efectivo	163	42,6	57,1
Tarjeta de Crédito o débito	140	36,8	93,9
Cheques posfechados	22	5,3	99,2
Total	380	100,0	

Tabla 20. Tabulación encuesta, pregunta 14

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Herramienta: SPSS

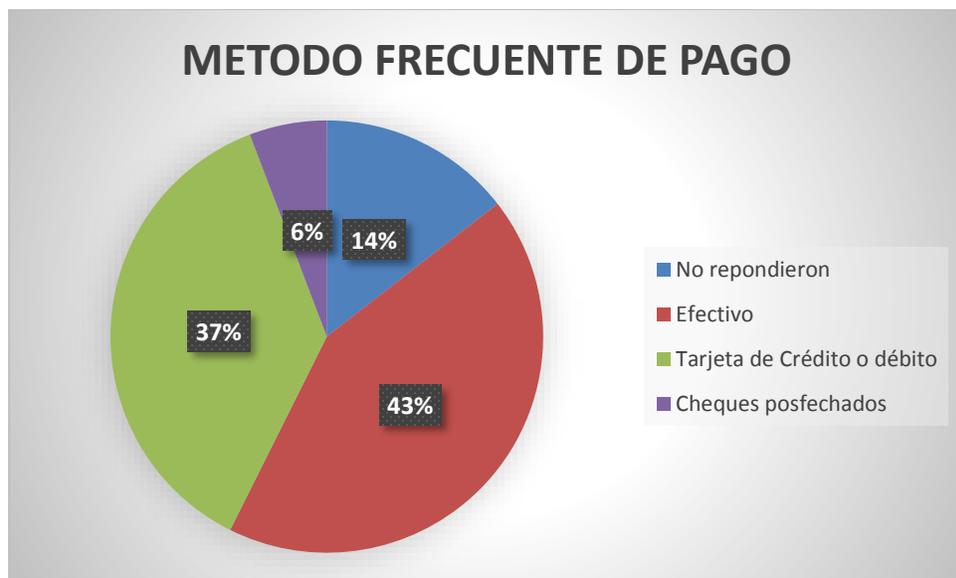


Ilustración 27. Pastel tabulación, pregunta 14

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Herramienta: Excel

Análisis: El 43% de personas respondieron que su forma de pago más frecuente es el efectivo, esto no es necesariamente conveniente para la empresa, ya que el pago se

recibiría al final de organizar todo el evento para así calcular el precio sobre el costo total, pero por otra parte, si calculamos el valor aproximado de la boda o conocemos el presupuesto máximo del cliente podríamos calcularlo y si es necesario hacer un ajuste después; y de esta forma la empresa tendría mayor control sobre el flujo del dinero.

El hecho de que “efectivo” sea el porcentaje más alto, no quiere decir que las otras formas de cancelar no pueden ser utilizadas; por lo tanto la empresa pondría a elección las tres.

15. ¿Dónde preferiría que se encuentre nuestra oficina?

LOCALIZACIÓN DE LA OFICINA			
Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
No respondieron	55	14,5	14,5
Centro de la Ciudad.	52	13,7	28,2
Sector del Estadio.	167	43,9	72,1
Sector Mall del Río.	69	18,2	90,3
Sector Supermaxi de las Américas.	9	2,4	92,6
Sector Gran Aki.	28	7,4	100,0
Total	380	100,0	

Tabla 21. Tabulación encuesta, pregunta 15

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Herramienta: SPSS

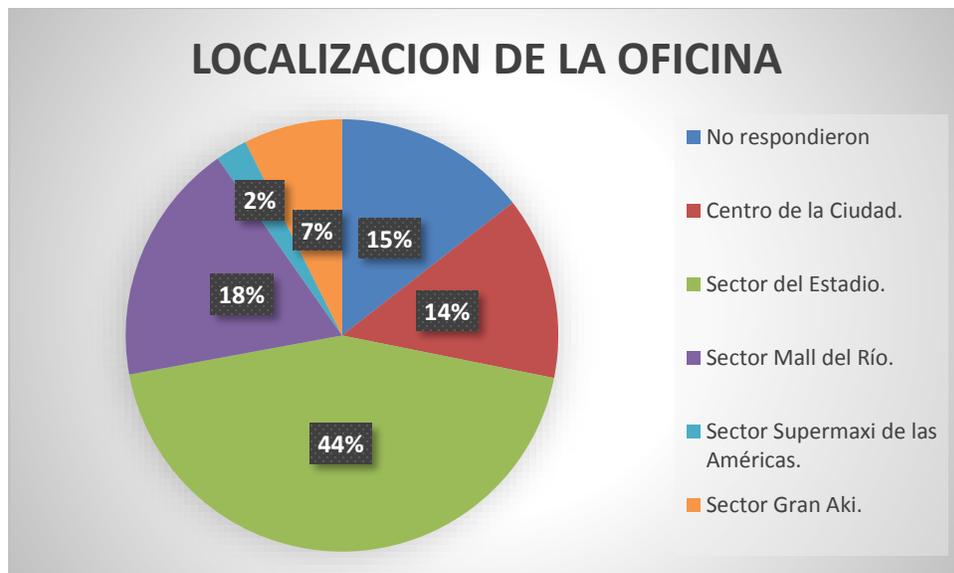


Ilustración 28. Pastel tabulación, pregunta 15

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Herramienta: Excel

Análisis: Uno de los puntos clave para que la empresa se presente con sus futuros clientes es en un lugar físico, un lugar donde puedan sentirse como si estuvieran en el gran día de su boda o que les genere placer y comodidad; por lo tanto es necesario tener este punto de encuentro con ellos, y con mayor razón si éste lugar no exige infraestructura amplia ni costosa. Los participantes de las encuestas optaron con un 43.9% a que la localización más conveniente para ellos es en el Sector del Estadio, esta respuesta se tomó como un acierto con la opinión de la empresa; ya que es un lugar muy transitado y con fácil acceso desde cualquier parte de la ciudad.

16. ¿Por qué medio publicitario le gustaría conocer el servicio?

MEDIO PUBLICITARIO PREFERIDO			
Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
No respondieron	55	14,5	14,5
TV	36	9,5	23,9
Radio	41	10,8	34,7
Internet	228	60,0	94,7
Periódico	15	3,9	98,7
Otros	5	1,3	100,0
Total	380	99,5	

Tabla 22. Tabulación encuesta, pregunta 16

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Herramienta: SPSS

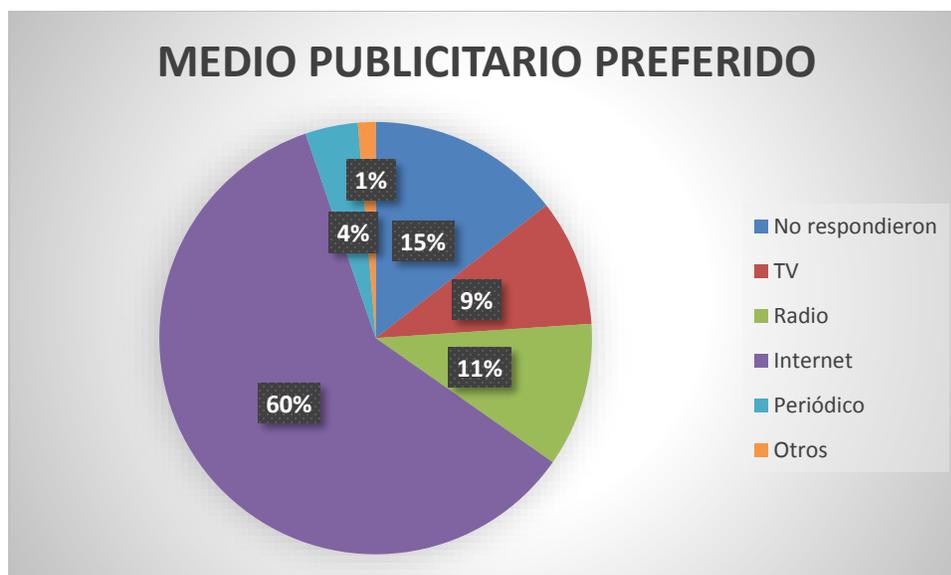


Ilustración 29. Pastel tabulación, pregunta 16

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Herramienta: Excel

Análisis: Como se puede ver en la tabla en la mayoría de encuestas optan por la respuesta de internet que sería por el medio publicitario que desean conocer el servicio de organización de bodas, cuya respuesta es el 59,5% del total de las encuestas, este dato indica que la empresa se debe enfocar en publicitarnos por la web que implica sobretodo redes sociales, esto es un punto a favor ya que los costos son bajos y tienen un gran alcance a nivel de las personas.

- **Análisis de variables cruzado.**

Relación de preguntas 6 y 8. De la personas encuestadas al 38,4% les parece difícil organizar una boda para 80 personas y el 84,5% sí desean la ayuda para la organización de la misma; es decir que un porcentaje alto de personas desean ayuda para organizar un evento, personas en las cuales podemos encontrar nuestro nicho de mercado; aún más cuando las personas afirman que es complicado la organización de la misma.

Relación de preguntas 14 y 10. Políticas de cobro: la mayoría de las personas encuestadas realizan el pago mediante efectivo o tarjetas de crédito y el tiempo de anticipación de organizar una boda es de tres meses según lo que escogieron la mayoría de los encuestados, como la aplicación solo acepta tarjetas de crédito podemos financiar al usuario fácilmente ya que el lapso de tiempo de la organización es de tres meses y el usuario en ese tiempo va a ir pagando cuotas por cada compra que realiza, en otras palabras el usuario por cada ítem que escoge va a realizar el pago y como el cronograma de la aplicación es de tres meses prácticamente va a hacer pequeños pagos en dicho tiempo hasta que concluya la fecha programada del evento; por lo que el crédito a los clientes será de 3 meses.

Relación de preguntas 12 y 14. La relación de éstas preguntas da como conclusión que mediante el uso de la aplicación el cliente tendrá la oportunidad de pagar con su tarjeta de crédito cada ítem que elija de acuerdo a su programación en el calendario y de esta manera se estaría cumpliendo el pago porcentual desde el evento como del pago del servicio, ya que se calcularía el costo total al final y sobre éste el porcentaje por servicios prestados.

2.2.1 Análisis de la Oferta

Tomando en cuenta que el servicio que brindará la empresa es la organización completa de una boda mediante una aplicación móvil. La empresa se encuentra en un mercado libre, es decir, no existen restricciones para los productos que se utilizarán y en general para el servicio que se ofrecerá; por lo que tenemos la libertad y facilidad de entrar en este mercado.

De acuerdo a la información presentada en el capítulo 1, podemos decir que no se posee información específica sobre el número de empresas existentes en el sector de organización de eventos sociales, por tal razón se realizó una investigación de campo, visitando y consultando datos específicos a las empresas y personas naturales más conocidas en ésta área. A continuación se presenta la información expresada en una tabla:

Nombre de la empresa		Paulina Jaramillo	Caty Córdova	Jimena Coronel	Diego Torres	Adara Eventos	Neto Dávila	Cecilia Calderón	Servicio de Catering Quinta Lucrecia	Coffee Break Catering & Eventos	Clara Vintimilla	Novias.ec
Ubicación		Av. Pichincha 189	nn	Cornelio Crespo y Tarquino	nn	Alfonso Cordero y Daniel	nn	Los Pinos y Ordoñez Lazo	Av. 1ero de mayo	Adolfo Torres y Belisario	Pasaje 1ero de Mayo 006	nn
Servicio que ofrecen	Baquetes	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Decoración	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Invitaciones	x	x	x	x	x	x	x			x	x
	Fotografía	x	x	x	x	x	x	x			x	x
	Pastelería	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Vestuario		x				x	x				x
	Salón								x			
	Página web			x					x	x		x
Elección mediante app												
Eventos que más realizan	Boda	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Bautizo	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
	Baby Shower	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
	Primera Comuni3n	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
	Grado	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
	Otros	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Número de eventos a la semana (Promedio)		3	2	4	3	2	4	3	5	3	4	6
Mes de mayor ventas		Diciembre /Mayo	Febrero/ Mayo/ Diciembr	Junio/Mayo	Diciembre/ Junio	Mayo /Junio	Abril/ Diciembre	Mayo/ Junio/ Diciembre	Mayo/ Julio/ Julio	Julio/ Diciembre	Abril/ Diciembre /Mayo	Diciembre

Tabla 23 Investigación de campo

Elaborado por: Johanna Célleri y Christian Palacios

Fuentes de Ubicación: http://www.edina.com.ec/guia-telefonica/guia_telefonica.aspx?b=Catering&c=Cuenca&p=1

Como conclusión de la tabla citada anteriormente, se puede decir que entre las empresas y personas organizadoras de eventos más cotizadas en la ciudad de Cuenca, ninguna de ellas prestan sus servicios mediante una aplicación móvil y por supuesto no todas brindan realmente un servicio de organización integral.

2.2.1.1 Precios

Para el cálculo del precio nos vamos a enfocar en:

- Los precios de las empresas que tienen una actividad similar. Precios promedio de las empresas analizadas en la tabla de investigación de campo.

INVESTIGACIÓN DE PRECIOS DE LA COMPETENCIA					
Competencia.	Precios				
	Organización integral de un evento. (100%)	Organización parcial (75%)	Organización parcial (50%)	Organización parcial (25%)	Asesoría =(50%)
Promedio:	18%	16%	12%	6%	\$ 136,82
Paulina Jaramillo	20%	17%	11%	5%	\$ 120,00
Caty Córdova	18%	15%	11,50%	7%	\$ 150,00
Jimena Coronel	15%	12%	10%	6,50%	\$ 75,00
Diego Torres	15%	10%	8%	5%	\$ 50,00
Adara Eventos	10%	10%	6%	4%	\$ 80,00
Neto Dávila	23%	23%	17%	10%	\$ 250,00
Cecilia Calderón	15%	13%	7%	5%	\$ 100,00
Servicio de Catering Quinta Lucrecia	20%	17%	15%	7%	\$ 250,00
Coffee Break Catering & Eventos	19%	16%	9%	3%	\$ 100,00
Clara Vintimilla	23%	20%	13%	5%	\$ 90,00
Novias.ec	21%	21%	25%	8%	\$ 240,00
Promedio:	18%	16%	12%	6%	\$ 136,82

*Los porcentajes presentados son de acuerdo al costo total de la boda.

Tabla 24 Precios de la competencia

Elaborado por: Johanna Célleri y Christian Palacios

Como precios promedios tenemos los siguientes:

INVESTIGACIÓN DE PRECIOS DE LA COMPETENCIA					
Competencia.	Precios				
	Organización integral de un evento. (100%)	Organización parcial (75%)	Organización parcial (50%)	Organización parcial (25%)	Asesoría =(50%)
Promedio:	18%	16%	12%	6%	\$ 136,82

*Los porcentajes presentados son de acuerdo al costo total de la boda.

Tabla 25 Promedio de precios de la competencia

Elaborado por: Johanna Célleri y Christian Palacios

- Los costos en los que se va a incurrir para prestar el servicio (Costos de producción del servicio, de venta, administración, entre otros).
- La demanda potencial.
- Precio especial por ingreso al mercado, ya que debe ser un precio similar al de las empresas antes citadas, para poder captar clientes rápidamente, pero no más bajo debido a que se pretende brindar una parte del servicio que ninguna de ellas tiene.
- Y por supuesto el resultado de las encuestas, los cuales son:

CÁLCULO PRECIO DEL SERVICIO			
Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
No respondieron	55	14,5	14,5
Un monto fijo	65	17,1	31,6
Un % del costo de la boda	196	51,6	83,2
Un valor por cada actividad realizada	64	16,6	99,8
Total	380	100,0	

Tabla 18. Tabulación encuesta, pregunta 12

Elaboración: Johanna Céleri y Christian Palacios

Herramienta: SPSS

Como se puede observar en el recuadro anteriormente presentado, la mayoría de personas (83,2%) encuestadas creen que calcular el valor de la organización del evento sería mediante un porcentaje del costo de la boda.

2.2.2 Análisis de Demanda

El cálculo de la demanda es de gran importancia como base de todos los cálculos financieros presentados más adelante. Y como parte de esto tenemos el cálculo del precio de venta:

13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la asesoría de una boda de aprximadamente \$5000?				
	Puntos medios	Nro. Personas	Porcentaje	Valor \$
	250	183	56%	\$ 140,77
	600	76	23%	\$ 140,31
	800	40	12%	\$ 98,46
	1000	23	7%	\$ 70,77
	1100	3	1%	\$ 10,15
Total:		325		\$ 460,46

Tabla 19 Tabulación encuesta, pregunta 13

Elaborado por: Johanna Célleri, Christian Palacios.

Herramienta: SPSS

A continuación se encuentra el cálculo de demanda potencial:

DEMANDA POTENCIAL	
Población	60531
7. Ha solicitado usted o conoce de algún familiar que haya solicitado ayuda profesional para organizar algún evento anteriormente?	60%
Si	36318,6
8. Le gustaría contar la ayuda de profesional que le brinden la asesoría completa en conseguir un local, invitaciones, vestuario, etc. Mediante una aplicación móvil?	84,50%
Si	30689
Tiempo en años de renovación del rango de edad de la población	10
Demanda potencial	3069
5% según German Arboleda	153
Demanda potencial mensual	13
13. Cuanto estaría dispuesto a pagar por la asesoría de una boda de aproximadamente de \$5000?	\$ 460,46
Demanda potencial en dólares mensual	\$ 5.986,00
Demanda potencial en dólares anual	\$ 71.832,00

Tabla 26 Demanda Potencial

Elaborado por: Johanna Célleri, Christian Palacios.

De acuerdo a la tabla presentada anteriormente, se puede concluir que existen 3069 personas dispuestas a utilizar el servicio de organización de eventos mediante una aplicación móvil, debido a que les parece interesante, innovador y sobretodo se encuentran en la capacidad de utilizar la aplicación. Por otra parte, la demanda potencial mensual en dólares es de \$5986,00 y anual en dólares es de \$71832,00. Este valor se encuentra filtrado por varias características vistas en la tabla presentada anteriormente, pero no es un valor determinante o fijo, es por esto que la empresa debe aprovechar sus fortalezas y oportunidades expresadas en el análisis FODA para alcanzar la demanda potencial.

2.2.3 Factores a considerar del estudio de mercado.

- **Marketing Mix: A continuación se desarrollan las 7 p's de un servicio:**

Producto/Product: La empresa ofrece un servicio, el cual consiste en brindar la organización integral de una boda, entendiendo como integral asesoramiento y elección de local y complementos, invitaciones, floristería, vestimenta, fotografía, buffet, licores, decoración en general, música, entre otros. Todo el proceso se realiza mediante una aplicación para dispositivos móviles, de esta manera podemos controlar la calidad mediante una calificación por parte del cliente desde dicha aplicación; la cual tendrá un diseño fácil de utilizar, eligiendo las opciones disponibles con imágenes y botones; lo que resulta mucho más fácil, entretenido y libre de estrés.

Precio/Price: Como se expresó anteriormente, los precios serán calculados en base al estudio de campo de la oferta, los resultados de las encuestas y los costos del servicio. El precio debe ser similar o por lo menos, no ser mucho más alto que el de las empresas que brindan organización de eventos sin aplicación, ya que la prioridad es introducir la empresa en el mercado, pero no se dejará de lado la meta de toda empresa, obtener beneficios. De acuerdo a la pregunta número 11 de la encuesta, como atributo de mayor importancia resultó el precio, por muchas razones como la economía del país y sobre todo teniendo en cuenta que el monto de una boda siempre es alto:

ATRIBUTO DE MAYOR IMPORTANCIA			
Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
No respondieron	55	14,50	14,5
Precio	148	38,90	53,4
Facilidades de pago	51	13,40	66,8
Asesoría en organización	78	20,50	87,3
Tiempo de Anterioridad	48	12,60	100
Total	380	100	

Tabla 17. Tabulación encuesta, pregunta 11

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Herramienta: SPSS

El precio fijado se calcula mediante un cierto porcentaje del costo total de la boda, debido a que en la encuesta realizada se obtuvo lo siguiente:

CÁLCULO PRECIO DEL SERVICIO			
Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
No respondieron	55	14,5	14,5
Un monto fijo	65	17,1	31,6
Un % del costo de la boda	196	51,6	83,2
Un valor por cada actividad realizada	64	16,6	99,8
Total	380	100,0	

Tabla 18. Tabulación encuesta, pregunta 12

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Herramienta: SPSS

Por otra parte la mayoría de personas eligieron como método de pago efectivo, pero no existe mucha diferencia con el pago mediante tarjeta de crédito o débito, y se puede decir que con cualquiera de ellos tenemos un retorno y recuperación de dinero rápido:

MÉTODO FRECUENTE DE PAGO			
Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
No repondieron	55	14,5	14,5
Efectivo	163	42,6	57,1
Tarjeta de Crédito o débito	140	36,8	93,9
Cheques posfechados	22	5,3	99,2
Total	380	100,0	

Tabla 20. Tabulación encuesta, pregunta 14

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Herramienta: SPSS

Lugar/Place:

- Para determinar la localización óptima de la oficina de la empresa se consultó a las personas que realizaron las encuestas y la ubicación elegida es:

LOCALIZACIÓN DE LA OFICINA			
Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
No respondieron	55	14,5	14,5
Centro de la Ciudad.	52	13,7	28,2
Sector del Estadio.	167	43,9	72,1
Sector Mall del Río.	69	18,2	90,3
Sector Supermaxi de las Américas.	9	2,4	92,6
Sector Gran Aki.	28	7,4	100,0
Total	380	100,0	

Tabla 21. Tabulación encuesta, pregunta 15

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Herramienta: SPSS

- También utilizamos el método de selección por ponderación y puntajes; tomando en consideración que será un punto únicamente para contratos y dudas por parte de los clientes.

Localización									
Cuadro de selección de la Localización									
Factor	Ponderación	Lugares para oficina				Resultados			
		Centro de la Ciudad	Sector del Estadio	Supermaxi de la Av. De las Americas	Mall del Rio	Centro de la Ciudad	Sector del Estadio	Supermaxi de la Av. De las Americas	Mall del Rio
Costos Fijos de alquiler de oficina	0,25	7	8	6	3	1,75	2	1,5	0,75
Seguridad del sector	0,20	7	7	8	9	1,4	1,4	1,6	1,8
Facilidad de acceso para los clientes y estacionamiento	0,30	6	8	7	9	1,8	2,4	2,1	2,7
Visibilidad de local	0,15	7	8	7	7	1,05	1,2	1,05	1,05
Circulacion Peatonal/Vehicular	0,10	9	7	6	7	0,9	0,7	0,6	0,7
	1,00					6,9	7,7	6,85	7

Tabla 27 Localización por puntos

Elaborado Por: Johanna Céleri y Christian Céleri

- De acuerdo al canal de distribución tenemos un canal directo, ya que nuestro servicio se brinda directamente al consumidor final.



Ilustración 30 Canal de distribución

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

- Cobertura: La empresa atenderá a clientes de la ciudad de Cuenca, y de acuerdo al alcance que se vaya obteniendo se podrá ampliar a todo el Azuay y luego a las principales ciudades del país.



Ilustración 31 Mapa del Ecuador

Fuente:

https://www.google.com.ec/search?q=cuenca+en+el+mapa+de+ecuador&biw=1366&bih=667&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwj7ihpbjNAhUKWx4KHUV5CF0Q_AUIBigB#imgrc=P9wyWH16PG1NkM%3A

Promoción/Promotion:

De acuerdo a la pregunta número 16 de la encuesta, la empresa se hará conocer mediante internet, tal como lo prefirieron los clientes:

MEDIO PUBLICITARIO PREFERIDO			
Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
No respondieron	55	14,5	14,5
TV	36	9,5	23,9
Radio	41	10,8	34,7
Internet	228	60,0	94,7
Periódico	15	3,9	98,7
Otros	5	1,3	100,0
Total	380	99,5	

Tabla 22. Tabulación encuesta, pregunta 16

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Herramienta: SPSS

Esto de cierta manera es coherente, debido a que el proyecto es una aplicación para tecnología móvil, es decir que las personas que lo usarán están en constante contacto con el internet; por esto la empresa se publicitará de esta manera:

1. Introducción al Mercado: Dalesska eventi dará a conocer la actividad que realiza a través de una publicidad masiva: por medio de redes sociales (Facebook, instagram, twitter, otros), con la creación de su página web, promociones y ofertas.

2. Pruebas piloto: La empresa realizará eventos para promocionar su servicio al que asistirán personas involucradas en el negocio e interesadas en el

servicio que brinda la misma, de esta manera se dará a conocer como una de las principales empresas prestadoras de un servicio innovador y profesional.

3. Otra forma en la que la empresa se promocionará será mediante la relación que tendrá con sus proveedores, ya que en la aplicación contaremos con todas las propuestas de salones de eventos, fotógrafos, floristas, entre otras, los cuales por su parte también publicitarán a la misma.

Personas/People:

Como el servicio que se prestará es completo vamos a trabajar con una gran cantidad de personas, pero la mayoría de éstas no estarán bajo relación de dependencia, sino como proveedores. A continuación tenemos el organigrama tentativo de la empresa:

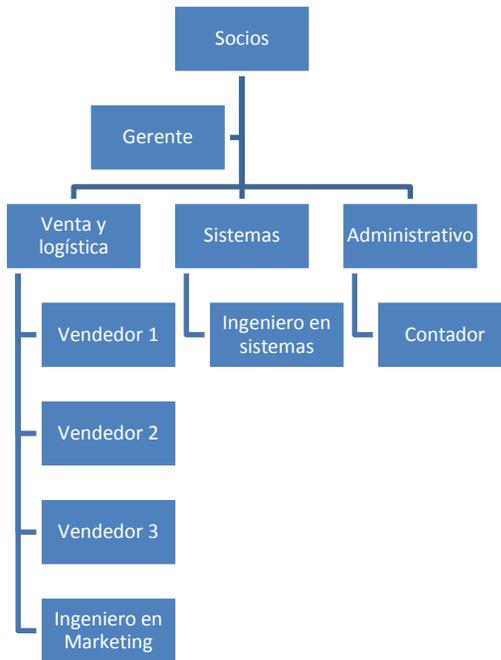


Ilustración 32 Organigrama de la empresa

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Socios: Se encontrará compuesto por los socios o accionistas de la empresa.

Rol Función Administrativa: El gerente de la empresa se encargará de la organización global de la misma por lo tanto de la toma de decisiones de todos los aspectos de la empresa, con la colaboración de los representantes de cada subsistema, de tal manera que ellos aporten con ideas, para una toma de decisiones eficaz. Se realizarán reuniones antes de cada evento para que las decisiones tomadas se realicen en grupo, y al finalizar para corregir los posibles errores cometidos.

El contador se encargará de todos los movimientos del dinero como facturas de compra, venta y registro en general de los comprobantes que se realicen, balances y estados financieros y por supuesto declaraciones del SRI (Servicio de Rentas Internas).

Rol de Ventas y Logística: Los vendedores tendrán como funciones analizar la competencia, fijar metas y volúmenes de ventas, organizar el equipo necesario para la realización de una venta, determinar los canales de distribución y mecanismos para llegar a los clientes, mantener las buenas relaciones con los proveedores, crear acuerdos de compra convenientes para la empresa con ellos y por supuesto realizar las compras necesarias para cumplir el servicio.

Rol de Sistemas: El Ingeniero en sistemas tiene como funciones proporcionar soporte y solución a los problemas de funcionamiento y diseño de la aplicación, atiende la resolución de dudas o requerimientos de información de los usuarios tanto internos como externos a la empresa, brindar apoyo en las necesidades tecnológicas de las demás áreas de la empresa e investiga e implementa nuevas tecnologías y herramientas para el mejoramiento del servicio. (DTI, 2003)

Reclutamiento: La forma en la que la empresa va a reclutar a su personal será mediante recolección de hojas de vida y siguiente a esto mediante entrevistas de trabajo. Por otra parte para conseguir proveedores se reclutará las empresas más conocidas en la Ciudad de Cuenca y por supuesto también empresas nuevas y de esta manera se podrá brindar variedad a los clientes.

Proceso/Process:

Realmente el proceso del servicio es sencillo, ya que esta es la meta principal de la empresa.

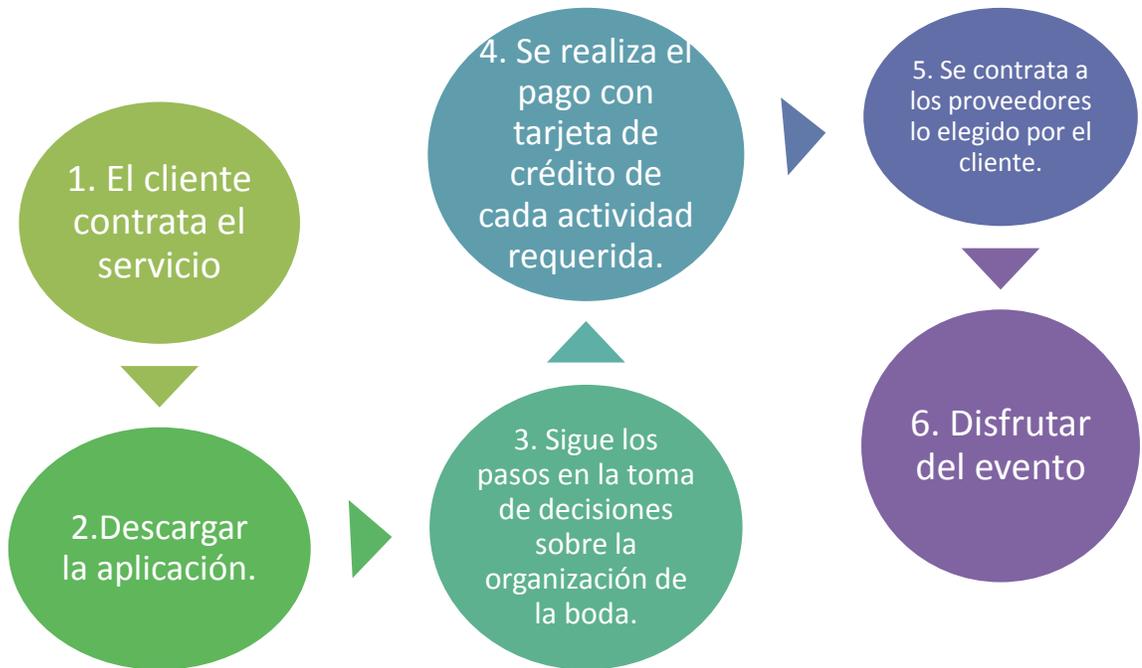


Ilustración 33 Proceso del servicio

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

PROCESO DEL SERVICIO

Modo de tarea	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin
<p>Programada</p> <p>automáticamente</p>	<p>Se programa una cita con el cliente para explicarle todos los detalles del servicio, así como beneficios y el procedimiento de la aplicación.</p> <p>Si el cliente desea el servicio se procede a realizar el contrato con todos los detalles especificados y lo hacemos aprobar y finalmente entregar el usuario la clave y vincular una tarjeta de crédito como soporte del pago.</p>	<p>½ día</p>	<p>14/03/17</p>	<p>14/03/17</p>

Programada automáticamente	Una vez que el cliente se descargue la aplicación e ingrese con su usuario y contraseña, se le solicitará que siga los pasos correspondientes para realizar el evento; dentro de esto, tomar decisiones sobre fecha, lugar, invitados, vestimenta, joyería, arreglos florales, decoración del local, fotografía y demás.	25 días	Del 15/03/17	09/04/17
Programada automáticamente	El cliente tendrá a su disposición un ícono de carrito de compras, en el cual, de acuerdo a las opciones que elija el cliente se realiza el pago definitivo.	5 días	10/04/17	15/04/17
Programada automáticamente	Se realiza el evento de acuerdo a todos los servicios requeridos por el	1 día	16/04/17	16/04/17

	cliente			
Programada automáticamente	Se realiza una encuesta de calidad y conformidad con el servicio.	1/2 día	17/04/17	17/04/17

Tabla 28 Proceso del servicio

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Evidencia Física/ *Physical Evidence*: Dentro de esta división se encuentran todos los detalles respecto al local u oficina en el que se atenderá al público.

La oficina debe ser un lugar donde el cliente se sienta cómodo y seguro, por lo tanto, en lo que respecta al tamaño, se decidió que debe ser mediano-pequeño, es decir de 48m², para que no se necesite mucha inversión para acondicionarlo. Si poseemos una oficina pequeña podemos decorarla fácilmente con mesas redondas con centros de mesa, invitaciones, telas colgadas, catálogos y una sala pequeña para de espera o para tratar temas con los clientes. Respecto a la iluminación, debe ser colocada específicamente para resaltar lo que se desee y disimular u ocultar lo que no. Otros puntos importantes son el aroma, se contará con aromatizadores naturales, música ambiental, cafeteras y demás para armar el ambiente completamente. Por supuesto se contará con una persona (vendedor) capacitada en nuestra línea de negocio y en atención al público para que reciba y proceda con el proceso necesario para el contrato del servicio. De esta manera las personas que entren en la oficina se van a sentir tranquilas, relajadas y despreocupadas de todos los temas que muchas veces resultan estresantes al momento de organizar una boda y así se enamorarán de la empresa desde el principio.

2.2.3 Estrategia Comercial:

2.2.3.1 Estrategia del servicio: El servicio que ofrecerá la empresa será prestado mediante la mejor atención y profesionalismo, de esta manera el realizar un evento va a ser satisfactorio desde el momento que entran en la oficina hasta el fin de la fiesta.

2.2.3.2 Estrategia del precio: La empresa ofrecerá una excelente relación precio-calidad, también tendrá planes de descuentos de acuerdo al valor del evento además de la posibilidad de hacer el pago mediante todas las tarjetas de crédito y débito.

2.2.3.3 Estrategia de distribución: La relación será directa, es decir, productor-consumidor final, debido a que no existirán intermediarios en el proceso. El cliente se acerca a la oficina, la cual funcionará como medio para lograr la distribución, y si está de acuerdo, se prestará inmediatamente el servicio. Una vez que crezca la empresa, también se prestará el servicio mediante un proceso completamente automatizado, como el uso completo de la aplicación o mediante página web.

2.2.3.4 Estrategia de comunicación: El objetivo principal de la empresa es que las personas conozcan que existe una forma fácil, interactiva y que no genera estrés para organizar y obtener un evento increíble. Como parte de la estrategia de comunicación con nuevos clientes, se publicitará el servicio mediante redes sociales y cuñas en radio.

Conclusiones Capítulo 2:

De acuerdo al análisis de mercado desarrollado en este capítulo, 30689 hombres y mujeres de la ciudad de Cuenca se encontrarían dispuestos a gastar hasta \$500 dólares por concepto de la asesoría en la organización de una boda mediante una aplicación móvil, servicio que prestará la empresa Dalesska Eventi; por otra parte, la ubicación óptima de la oficina de la empresa es en el sector del Estadio, esto debido al gran tránsito de personas y vehículos, existe parqueo gratuito en la mayoría de las calles aledañas al estadio y sobretodo es un lugar seguro y tranquilo; El pago se calculará mediante un porcentaje del total del costo de la boda; el mecanismo para llegar a los clientes será realizado por medio de internet, en especial por las redes sociales que hoy en día son tan utilizadas e interesantes para las personas.

CAPÍTULO III – Diseño y Estructuración administrativa del Proyecto

3.1 Tipo de empresa.

Según la página www.gestion.org la clasificación de una empresa es las siguientes categorías:

Según su actividad: En esta categoría la empresa está situada dentro de las empresas de servicios, se brinda un servicio privado. Por eso es una empresa del sector terciario, es decir que realiza actividades para satisfacer necesidades de la población, pero no son bienes físicos.

Según el origen del capital: Es una empresa con capital privado y nacional, ya que su dinero es de propiedad de inversionistas privados y que viven dentro del país. La empresa tiene actividades lucrativas.

Según la magnitud de la empresa: Es una microempresa, debido a que el capital, el número de trabajadores y los ingresos de la misma son reducidos, por ejemplo no posee más de 10 trabajadores.

Según su forma jurídica: La empresa será una sociedad, ya que será conformada con el capital más de una persona, las mismas que responden únicamente por las obligaciones sociales de acuerdo al monto que aporten.

Según su ámbito estatal: Su ámbito es local, debido a que se enfocará solo a su localidad, es decir a Cuenca.

3.2 Plan estratégico: Modelo CANVAS, misión, visión y objetivos

estratégicos.

Modelo CANVAS:

MODELO CANVAS				
<p>SOCIOS CLAVE: Para que el modelo de negocio funcione se necesita de los socios capitalistas, entidad bancaria, proveedores de productos y servicios de boda (fotógrafos, proveedores de salones para eventos, servicio de alimentos, diseñadores e imprentas de invitaciones, dj y música, floristas y demás), e ingeniero en sistemas.</p>	<p>ACTIVIDADES CLAVE: Desarrollo y mantenimiento de una aplicación móvil que permita organizar paso por paso una boda, innovación del servicio, publicidad apta para el segmento de clientes.</p>	<p>PROPUESTA DE VALOR: Brindar a las personas una herramienta rápida y fácil para organizar su boda. Esto se logrará mediante el uso de una aplicación móvil que le recordará y permitirá tomar una decisión desde cualquier lugar que se encuentre y de esta forma armar una boda sin preocuparse por contratiempos.</p>	<p>RELACIÓN CON CLIENTES: La empresa conseguirá nuevos clientes mediante publicidad en redes sociales, internet en general y con eventos promocionales e informativos, por otra parte la empresa mantendrá clientes mediante la prestación de un servicio de profesional y de calidad.</p>	<p>SEGMENTO DE MERCADO: El servicio va dirigido a hombres y mujeres de la ciudad de Cuenca, con estrato socioeconómico A y B, estado civil: soltero y edades entre 23 y 33 años.</p>
	<p>RECURSOS CLAVE: Para el correcto funcionamiento del servicio es necesario un préstamo bancario, aportaciones de los socios, una aplicación móvil desarrollada de acuerdo a las necesidades del servicio, un ingeniero en sistemas con conocimientos de la misma, vendedores para atención al cliente y comercialización del servicio, personal de administración, contador y gerente; así como un local con una ubicación precisa.</p>		<p>CANALES: El servicio llegará al cliente mediante internet y el uso de una aplicación para dispositivos móviles.</p>	
<p>ESTRUCTURA DE COSTOS: Los costos son el pago de permisos municipales, desarrollo de la aplicación, pago de impuestos, pago de intereses, pago a proveedores, pago a talento humano de la empresa.</p>			<p>FUENTE DE INGRESOS: La empresa al brindar el servicio de organización de bodas integral, mediante una aplicación móvil, recibirá el 10% del costo de la misma como pago. Se aceptará como forma de pago efectivo, cheques y tarjetas de crédito.</p>	

Ilustración 34. Modelo CANVAS

Elaborado por: Johanna Célleri y Christian Palacios

Misión:

La misión de la empresa es brindar el servicio de organización de bodas de manera eficiente, fácil e interactiva mediante una aplicación para tecnología móvil, satisfaciendo de esta forma la toma de decisiones de los clientes.

Visión:

La visión de Dalesska eventi es ser la empresa líder en organización de eventos de la ciudad de Cuenca y crecer a todas las ciudades del Ecuador, ajustando el servicio a los avances tecnológicos y priorizando la bienestar emocional de los clientes.

Objetivos Estratégicos:

Objetivo General:

El objetivo principal-general de la empresa es facilitar el proceso de organización de bodas a sus clientes, mediante el uso de una aplicación fácil de utilizar y eficiente para cumplir todo el proceso sin necesidad de estrés y gasto de recursos adicionales.

Objetivos Específicos:

- Descubrir si es rentable ofrecer el servicio de organizar bodas mediante una aplicación para equipos inteligentes en la ciudad de Cuenca.
- Aprovechar las ventajas que proporciona la tecnología y la Municipalidad de Cuenca, mediante el servicio de internet en los buses urbanos y en los parques de la ciudad, para que de esta manera, los clientes sepan que en cualquier lugar donde se encuentren, pueden utilizar la aplicación.
- Actualizar e Innovar constantemente tanto la aplicación como el local para demostrar profesionalismo e interés por mejorar la calidad del servicio.

3.3 Diseño del servicio: Desarrollo de simulación de la aplicación.

Este ítem está enfocado hacia el funcionamiento de la aplicación desde el punto de vista de los usuarios o clientes de la empresa, es decir la manera de como el cliente va a utilizarla.

Conociendo que la aplicación es para dispositivos móviles se debe tomar en cuenta que su funcionamiento debe ser simple y eficiente, por lo tanto, contaremos con todas estas funciones:

- Al abrir la aplicación, debe aparecer un espacio donde colocar el usuario y contraseña.

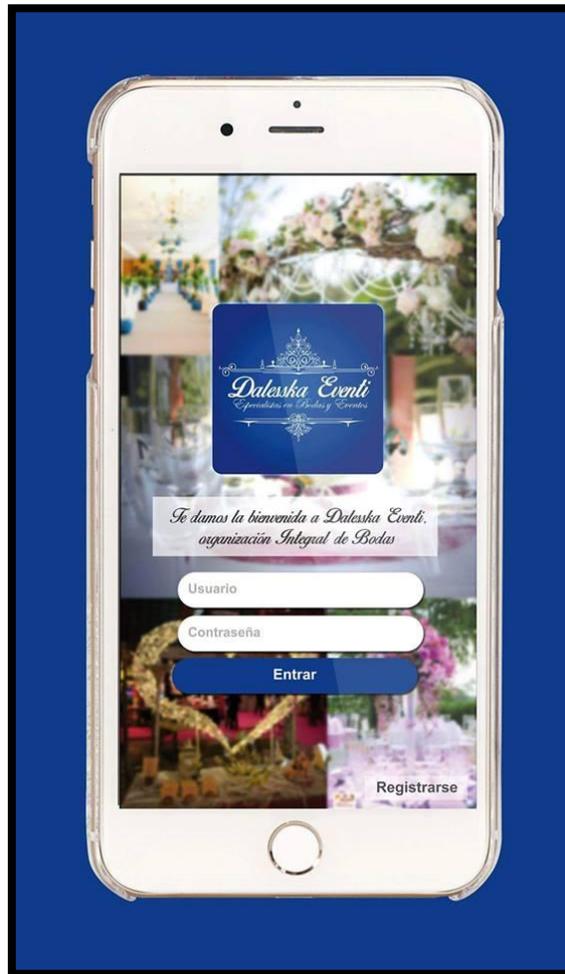


Ilustración 35 Portada de inicio aplicación

Elaborado por: Johanna Célleri y Christian Palacios

- Cuando se ingresa debe haber un menú en el que se pueda elegir: Cronograma, Galería, Contactarnos.

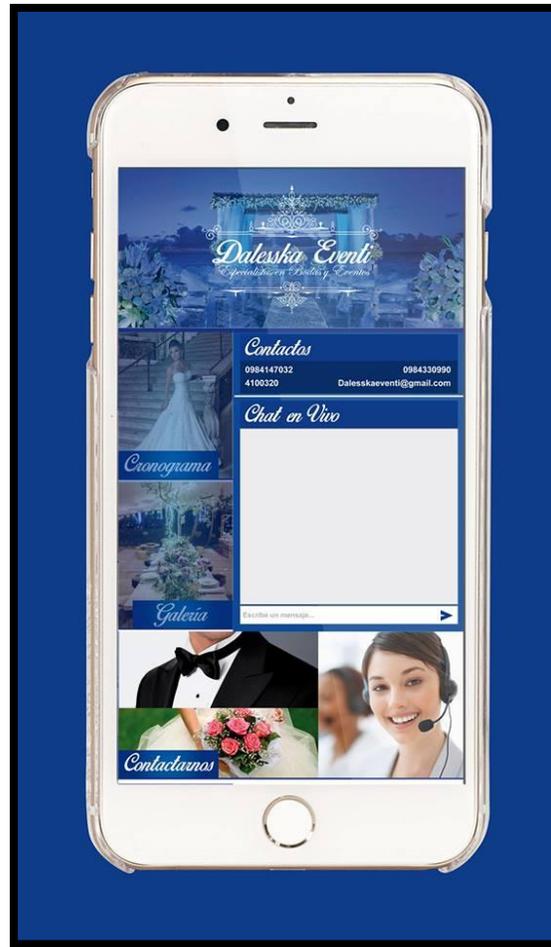


Ilustración 36 Chat en vivo de aplicación

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

- Cuando se ingrese en Cronograma debe aparecer: Cronograma, Calendario y Avance.



Ilustración 37 Menú de cronograma de aplicación

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

- En Cronograma debe estar representado el cronograma especificado en el momento de realizar en contrato mediante un gráfico de tiempo.



Ilustración 38 Gráfico de tiempo de aplicación

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

- En Calendario se debe encontrar el tiempo en días que se necesita para organizar el evento, con una pestaña que indique que actividad corresponde a ese día. Una vez que se señala el día se direcciona a la actividad.



Ilustración 39 Calendario de aplicación

Elaborado por: Johanna Célleri y Christian Palacios

- Por ejemplo: El día 1 la actividad a realizarse es elegir el salón, por lo que se va a desplegar la lista de salones de evento que tengan disponible la fecha que el cliente desea con su respectivo valor y se guardará la información.



Ilustración 40 Avance del proceso en la aplicación

Elaborado por: Johanna Célleri y Christian Palacios

- El tiempo promedio para la organización de un evento es de 3 meses, es decir 60 días laborables.
- Las actividades necesarias para organizar el evento son: Elección de la iglesia, elección del local, elección de colores para la decoración del local e invitaciones, elección de los objetos de decoración y arreglos florales para local e iglesia, elección de vestido de novia, elección del maquillaje y peinado de la novia, elección de Traje del novio, elección de trajes para la corte de honor, elección del menú, elección de la torta, elección de fotógrafo, elección de dj o grupos musicales, elección del licor y bebidas, elección del lugar para la noche de boda.

- En el menú de Galería, una vez que se acceda se podrá elegir entre: Salones de evento, Vestidos de novia, Trajes de novio, Trajes de corte de honor, etc... son fotos de tendencias actuales y fotos de eventos que ya se han realizado antes:

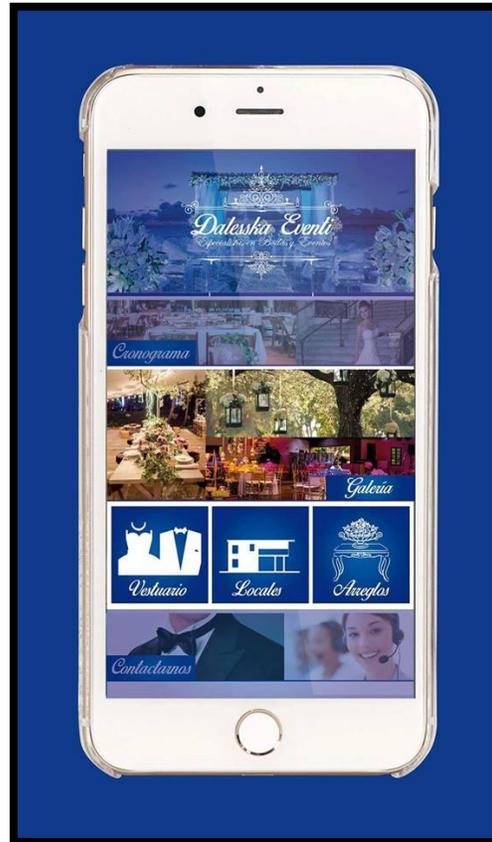


Ilustración 41 Items a elegir por cliente

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

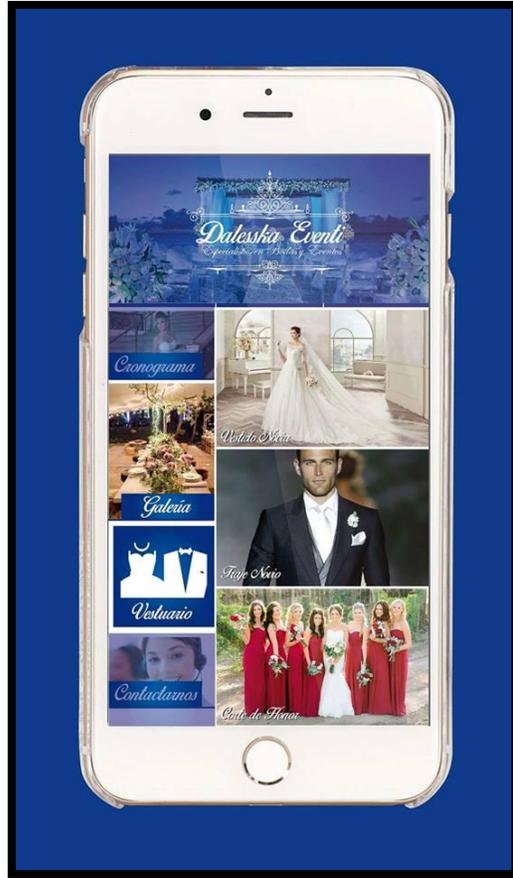


Ilustración 42 Opciones de vestuario

Elaborado por: Johanna Célleri y Christian Palacios



Ilustración 43 Opciones de vestidos de novia

Elaborado por: Johanna Célleri y Christian Palacios

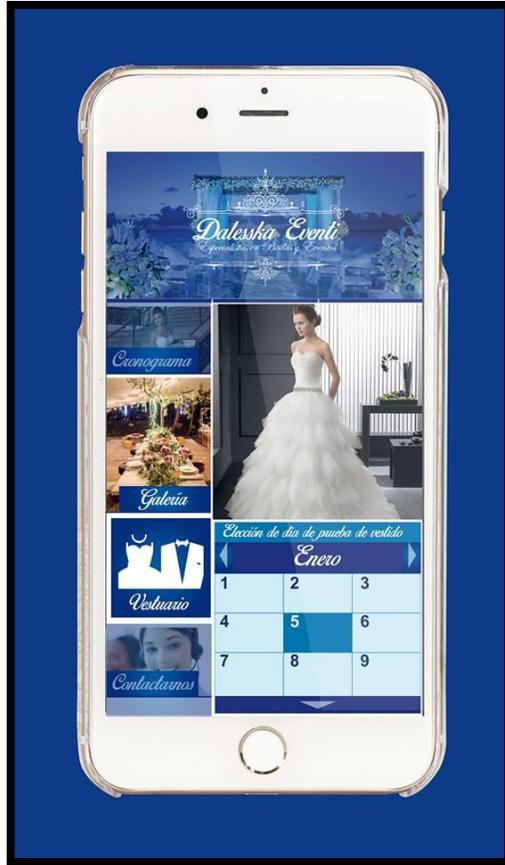


Ilustración 44 Posibles fechas para prueba de vestido

Elaborado por: Johanna Célleri y Christian Palacios

- Dentro de las opciones que tiene para elegir el cliente, si es necesario se desplegará una ventana con fechas tentativas para reunirse con nuestros proveedores. Por ejemplo para la prueba de vestido de novia.

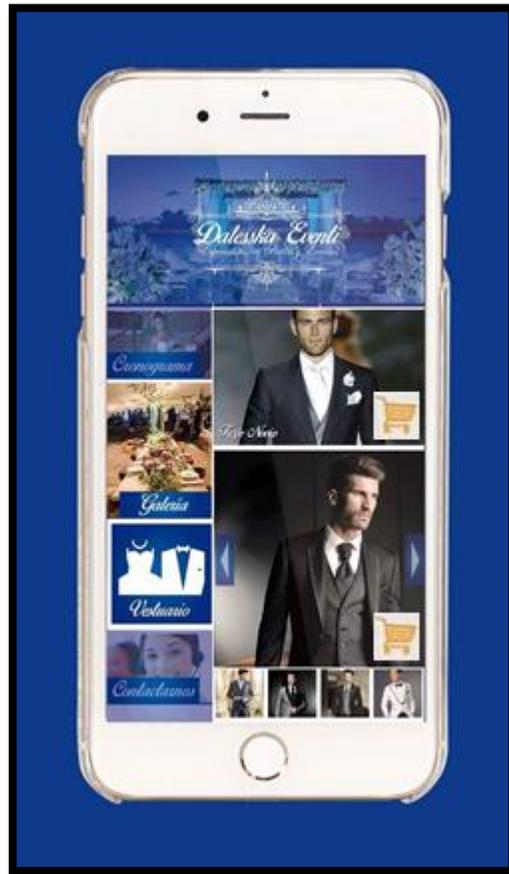


Ilustración 45 Opciones en traje para novio

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios



Ilustración 46 Opciones de vestidos de damas

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios



Ilustración 47 Opciones en locales

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios



Ilustración 48 Opciones en iglesias

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios



Ilustración 49 Opciones en arreglos de flores 1

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios



Ilustración 50 Opciones en arreglos de flores 2

Elaborado por: Johanna Célleri y Christian Palacios



Ilustración 51 Opciones en mantelería

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

- Dentro de Contáctenos: Se encontrará 2 partes: La primera con los datos de la empresa como teléfonos y mail y la segunda chat en vivo para consultas cortas.



Ilustración 52 Contáctenos

Elaborado por: Johanna Célleri y Christian Palacios

3.4 Diseño técnico del servicio.

Dentro del diseño o estructura del servicio se encuentran varios puntos, los cuales están citados a continuación:

3.4.1 Creación de la empresa: Para fundar una empresa es necesario cumplir los siguientes pasos:

1- Ir a la página de superintendencia de compañías www.supercias.com.ec/portal

2- Seleccione la opción “Portal de constitución electrónica de compañías”

Desde este lugar usted podrá registrarse como usuario, reservar una denominación, constituir una compañía y consultar los trámites iniciados.

3- Reservar la denominación: Debe presionar en RESERVA DE DENOMINACIÓN para registrar el nombre de la compañía.

4- Datos adicionales: Ingresar los datos de socios/accionistas, domicilio y actividades.

5- Integración de Capital: Se ingresan los datos de integración de capital en acciones y participaciones.

6- Representante legal: Se ingresan los datos del representante legal de la empresa.

7- Documentos a adjuntar: Se ingresan ciertos datos de accionistas.

8- Servicios notariales: Seleccione la notaria, de acuerdo a la provincia y el cantón de domicilio de la compañía.

9- Aceptación del trámite: Posteriormente selecciona el casillero acepto y luego presione iniciar trámite. (Delgado, 2015)

Pasos para obtener el RUC en el Sri

Los requisitos a presentar en SRI son los siguientes:

- 1- El Formulario 01A y 01B que se encuentran en la página web del SRI.
- 2- Copias de las escrituras de constitución nombramiento del representante legal o agente de retención
- 3- Presentar el original y entregar una copia de la cédula del representante legal o agente de retención
- 4- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del representante legal o agente de retención
- 5- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo (Tramites Ecuador)

Permisos de Funcionamiento: Dentro de los permisos de funcionamiento de un local se encuentran los siguientes:

- **Patente Municipal:** Tiene un costo de \$40,00 aproximadamente

Requisitos:

- Formulario de la declaración de Patente Municipal debidamente lleno.
- Copia de la cédula y certificado de votación de las últimas elecciones.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes. En el caso de que posea, registro de comerciantes. No necesita el RUC actualizado.

- Original y copia de la licencia de conducir, categoría profesional, en el caso de que realice actividades de transporte.
- Clave predial
- Según el tipo de negocio los dueños deben también de sacar el permiso de funcionamiento en la Jefatura de Control Sanitario de la Dirección Provincial de Salud del Azuay. (Ilustre Municipalidad de Cuenca)

Permiso de Funcionamiento Bomberos: Tiene un costo de \$2,00 aproximadamente.

Requisitos:

- Presentar solicitud del permiso del Municipio.
- Copia de factura de compra de extintores o de recarga a nombre del propietario.
- Inspección por este departamento de las instalaciones y de seguridades contra incendios.
- El propietario debe cumplir las condiciones dadas por el inspector para poder emitir el permiso de funcionamiento. (Cuerpo de Bomberos Cuenca, s.f.)

Permiso de funcionamiento del Municipio de Cuenca: El costo es de \$13,50 aproximadamente.

Requisitos:

- Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario
- Copia del registro único de contribuyentes (RUC)
- Copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento
- Plano del establecimiento a escala 1:50
- Croquis de ubicación del establecimiento
- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos. (Ilustre Municipalidad de Cuenca, s.f.)

Patente de invención: Los pasos necesarios para cumplir el proceso se encuentra a continuación y el costo es de \$2816,13 por presentación de solicitud de patente hasta 10 reivindicaciones.

DOCUMENTACIÓN NECESARIA:

La solicitud para obtener una patente de invención deberá presentarse en el formulario preparado, y puesto a disposición por la Dirección Nacional de Propiedad Industrial y deberá especificar:

- a) Identificación del solicitante(s) con sus datos generales, e indicando el modo de obtención del derecho en caso de no ser él mismo el inventor.
- b) Identificación del inventor(es) con sus datos generales.
- c) Título o nombre de la invención
- d) Identificación del lugar y fecha de depósito del material biológico vivo, cuando la invención se refiera a procedimiento microbiológico.

e) Identificación de la prioridad reivindicada, si fuere del caso o la declaración expresa de que no existe solicitud previa.

f) Identificación del representante o apoderado, con sus datos generales.

g) Identificación de los documentos que acompañan la solicitud.

A la solicitud se acompañará:

1) El título o nombre de la invención con la correspondiente memoria descriptiva que expliquen la invención de una manera clara y completa, de tal forma que una persona versada en la materia pueda ejecutarla.

2) Cuando la invención se refiera a materia viva, en las que la descripción no pueda detallarse en sí misma, se deberá incluir el depósito de la misma en una Institución depositaria autorizada por las oficinas nacionales competentes. El material depositado formará parte integrante de la descripción.

3) Una o más reivindicaciones que precisen la materia para la cual se solicita la protección mediante la patente.

4) Dibujos que fueren necesarios

5) Un resumen con el objeto y finalidad de la invención.

6) El Comprobante de Pago de la Tasa.

7) Copia certificada, traducida y legalizada de la primera solicitud de patente que se hubiere presentado en el exterior, en el caso de que se reivindique prioridad 5

8) El documento que acredite la Cesión de la invención o la relación laboral entre el solicitante y el inventor.

9) Nombramiento del Representante Legal, cuando el solicitante sea una persona jurídica.

10) Poder que faculte al apoderado el tramitar la solicitud de registro de la patente, en el caso de que el solicitante no lo haga el mismo. (intelectual, 2014)

3.4.2 Talento humano: De acuerdo al organigrama presentado anteriormente la empresa contará con 7 personas al iniciar sus actividades, es decir:

4. Gerente: Su horario será de 10:00am-1:00pm y de 3:00pm a 5:00 pm, y su sueldo será de \$600,00.

5. Vendedores: Deben cumplir un horario de 10:00am-1:00pm y de 3:00pm-8:00pm, que será el horario en el que se encontrará abierta la oficina; su sueldo será de \$375,00 más beneficios de ley.

6. Ingeniero en sistemas: El será el encargado de crear la aplicación móvil, por lo que no contará con horario establecido el primer mes (tiempo que se toma en desarrollar la aplicación), el pago por este servicio será de \$780,00, desde el segundo mes se solicitará sus servicios únicamente si existe alguna duda o requerimiento puntual, por lo cual cobrará un promedio de \$75 por visita.

7. Ingeniero en Marketing: Su principal función será la de mantener una publicidad fuerte e innovadora en las redes sociales y en todos los demás medios que considere adecuados; y por otro lado se encargará de la presentación y decoración de la oficina. Su horario será de 10:00am-1:00pm y de 3:00pm-8:00pm y su sueldo de \$375,00 más beneficios de ley.

8. Contador: Debido a las funciones que tiene designadas, no es necesario que cuente con horario fijo, únicamente prestará un servicio mensual por el que cobrará \$120,00.

3.4.3 Funcionamiento interno de la aplicación:

Conociendo que el funcionamiento interno del servicio, requiere conocimientos avanzados en la carrera de Ingeniería de Sistemas y Telemática procedemos a explicarlo de manera general:

3.4.3.1 Algunos de los requisitos que se deben solicitar al Ingeniero de Sistemas que realizará la aplicación son los siguiente:

- Crear 5 usuarios de administrador, 4 de los cuales corresponden a los vendedores y 1 al del gerente.
- Crear una *web service* o un portal desde el cual se visualiza la información necesaria para brindar el servicio.

- Debe crear matrices para codificar las opciones a elegir del cliente de acuerdo a cada campo necesario:

EMPRESA:	DALESSKA EVENTI								
IGLESIA	LOCAL	FLORES	TIPO DE COMIDA	COLOR MANTELERÍA	FOTOGRAFÍA	MÚSICA Y DJ	JOYERÍA	VESTIDO DE NOVIA	TRAJE DE NOVIO
Iglesia del Vergel	Quinta Lucrecia	Arreglos florales para mesa: F001	Menú:G001	Color dorado	Christian Armijos	Antonio Orellana	Guillermo Vasquez	D'Novios	D'Novios
Iglesia de Todos Santos	Quinta Mercedes	Arreglos florales para mesa: F002	Menú:G002	Color plateado	Jairo Andrade	Pacific Band	Amatista	JJsHouse	Trajes Mosquí
Catedral nueva	Quinta Pomelé	Arreglos florales para mesa: F003	Menú:G003	Color blanco	Enrique Rodas	Pcm producciones	Zafiro	Cristal	Creaciones Acapulco
Catedral vieja	Hacienda San Diego	Arreglos florales para mesa: F004	Menú:G004	Color verde	Foto estudio Cuenca	Dj fox Eventos	Romeo Joyería	Glam Closet	Angvaszi Collection
Iglesia de Don Bosco	Taita Challuabamba	Arreglos florales para mesa: F005	Menú:G005	Color rosado	Tania Ordoñez		Joyería la Vasija	Para novias	Mario's capra
Iglesia de San Blas	Portal del Río	Arreglos florales para mesa: F006	Menú:G006	Color café			Guillén Joyeros	ZCI Novias	Trajes Pacifico
Iglesia de Virgen de Bronce	Jardines de San Joaquin	Arreglos florales para mesa: F007	Menú:G007	Color rojo				Bella Novias	
Iglesia de Cristo Salvador	Quinta Verence	Arreglos florales para iglesia: F1001	Menú:G008	Color vino				Fashion novias	
Iglesia de Buen Padre	Rancho Grande	Arreglos florales para iglesia: F1002	Menú:G009	Color azul marino				Todo bodas	
Iglesia de María Auxiliadora		Arreglos florales para iglesia: F1003	Menú:G010	Color azul eléctrico					
		Arreglos florales para iglesia: F1004	Menú:G011	Color menta					
		Arreglos colgantes: FC001	Menú:G012	Color celeste					
		Arreglos colgantes: FC002	Menú:G013	Color uva					
		Arreglos colgantes: FC003	Menú:G014						

Tabla 29 Matriz de aplicación

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

- Crear un botón de carrito de compras, al cual los clientes puedan llevar todas las opciones que les parecen interesantes.

- Crear un botón de pago: Esto es para que el cliente pueda efectivizar el pago o elegir la opción final de acuerdo a las que tenía en el carrito de compras y así el vendedor designado poder avanzar con el proceso.

La aplicación se maneja mediante esta relación o secuencia: El cliente ingresa la información requerida mediante la aplicación en su dispositivo electrónico, la cual viaja a través del internet hacia un *hosting* y devuelve al servidor situado en las computadoras de la empresa la información en tiempo real.

3.4.3.2 Proceso de funcionamiento interno del sistema:

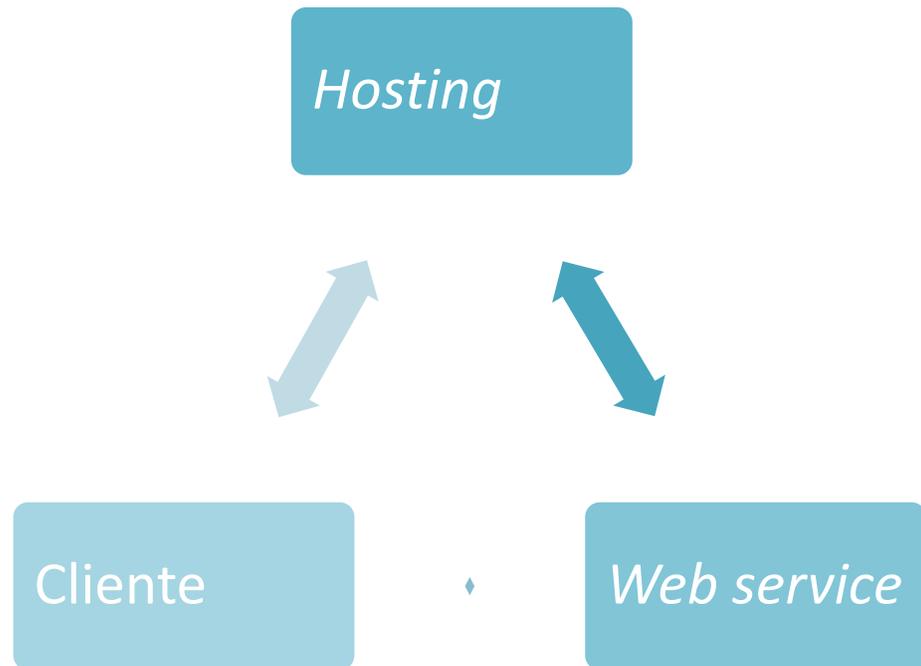


Ilustración 53 Funcionamiento del Sistema

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Hosting: Se puede decir que es un espacio situado en el disco duro de un servidor, que está hecho para cumplir con los programas necesarios y así se pueda subir a ese espacio información. (El blog de dominio.com, 2003).

Cliente: Como cliente nos referimos a la información que el cliente ingresa desde la aplicación situada en su dispositivo electrónico, la cual es enviada al *hosting*.

Web Service o servidor: Es un servicio ofrecido por una aplicación que relaciona a un cliente con una empresa mediante una interfaz accesible a través de una red y el internet. (Besteiro, 2012).

3.4.3.3 Modelo de visualización de un cliente desde el usuario de vendedor:

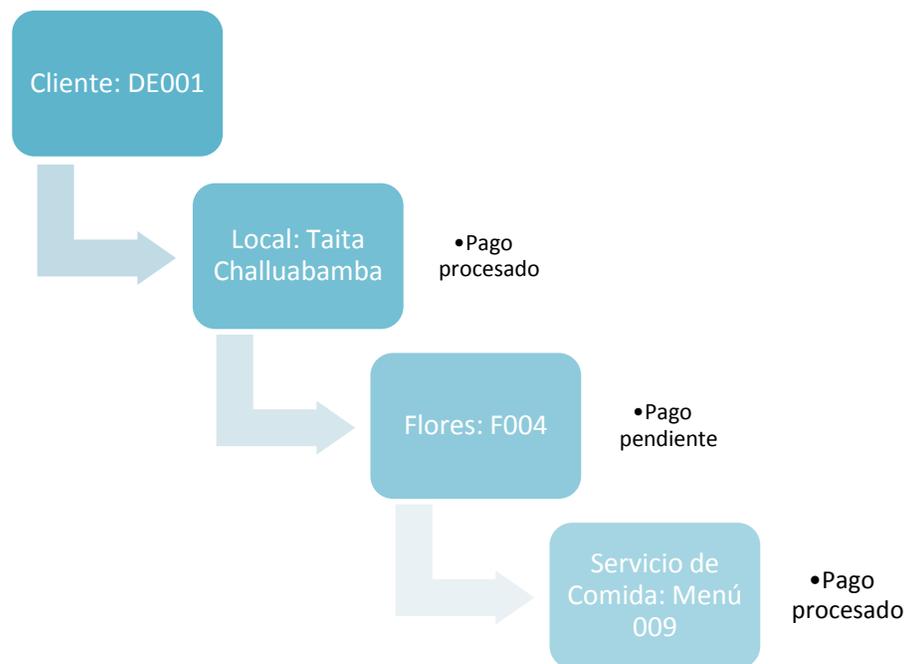


Ilustración 54 Visualización del avance de un cliente en el sistema

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Una vez que el cliente tiene procesado el pago en el campo que debía elegir de acuerdo a su cronograma, el vendedor procede a realizar el siguiente proceso:

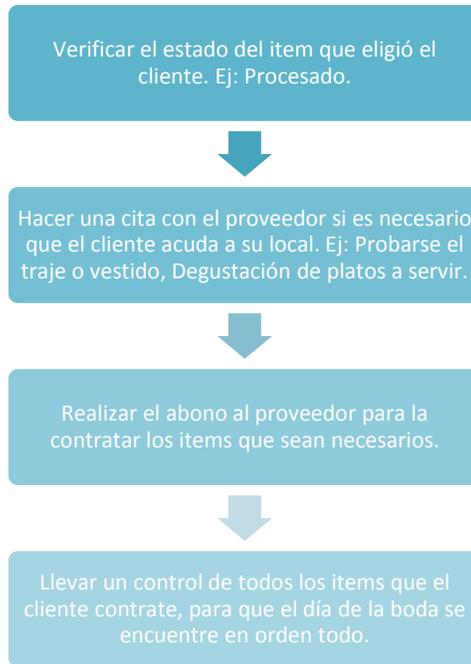


Ilustración 55 Cronograma interno de la empresa

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Conclusiones Capítulo 3:

En este capítulo se define la misión, visión, objetivos estratégicos de la empresa, y el objetivo general, el cual es facilitar la toma de decisiones en la organización de una boda mediante una aplicación para tecnología móvil; por esta razón consta dentro del capítulo los pasos necesarios para poder cumplir con este objetivo, es decir, seguir todos los pasos, como formar la empresa y cumplir con todo lo que la ley dispone. Obviamente se encuentra también descrito el proceso interno de la empresa para cumplirlo, en otras palabras se muestra la manera en la que el usuario interactuará con la aplicación escogiendo una de las diferentes opciones de cada ítem según el cronograma programado con el usuario desde el día de inicio hasta el día que concluya el evento.

CAPÍTULO IV- Estudio financiero del Proyecto

Este capítulo es el más importante dentro del proyecto, ya que en éste se define si el servicio que pretende brindar la empresa es factible o no en temas financieros. Dentro del capítulo podemos encontrar los ingresos, costos, gastos, balances, estados de situación, indicadores financieros, entre otros.

Criterios básicos:

- **Gastos de administración:** Definido como gastos de oficina y del personal de área administrativa.
- **Activos fijos:** Son los bienes de la empresa que no se destinan a la venta.
- **Activos diferidos:** Son los gastos que no se utilizarán inmediatamente, sino que se usan poco a poco, por lo tanto mientras sucede esto, se consideran como activos, para luego de un transcurso de tiempo pasar a ser gastos.
- **Tasa de descuento:** Es la tasa de interés que nos permite ajustar el dinero futuro al valor actual.
- **Valor actual neto (VAN):** Diferencia entre los ingresos y egresos de la empresa expresados en moneda actual.
- **Índice de rentabilidad (IR):** Nos permite conocer la cantidad en la que se incrementa la inversión.
- **Rendimiento real (RR):** Valor real que se obtiene por una acción.
- **Tasa interna de retorno (TIR):** Rendimiento futuro esperado de una inversión.
- **Payback:** Tiempo en el que se recupera la inversión.

(Urbina, 2012)

4.1 Formulación Financiera

4.1.1 Plan de inversiones: Clasificación y fuentes de financiamiento

Un plan de inversión es un modelo sistemático, es decir un conjunto de pasos a seguir con el objetivo de guiar por buen camino a las inversiones de una empresa; por esta razón es de gran ayuda para reducir cualquier tipo de riesgo financiero al momento de invertir. (Inversiones-es, 2014)

Clasificación de la inversión:

Será una inversión a mediano plazo debido a que no se necesita un monto de dinero extremadamente alto, es decir de capital inicial para que la empresa pueda empezar con sus actividades. La inversión será a través de dinero de propiedad privada, de los socios de la empresa y otra parte por medio de un crédito a una entidad financiera, lo cual resulta seguro para cada socio que obtendrá beneficios, debido a que de esta forma no se corre un riesgo alto.

Activos Fijos:

ACTIVOS FIJOS-OTROS	
Descripción	Valor
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$5.420
DESARROLLO DE LA APLICACIÓN MÓVIL	\$904
MUEBLES Y ENSERES	\$3.120
Total Activos Fijos	\$9.444

Tabla 15 Activos fijos del proyecto

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Capital de Trabajo:

Factor Caja (ciclo de caja)	DIAS	90
		VALOR
		USD
CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO		
Costos directos		\$15.599
Costos indirectos		\$12.718
SUBTOTAL		\$28.317
Requerimiento diario		\$79
Requerimiento ciclo de caja		\$7.079
Inventario inicial		
CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO		\$7.079
CAPITAL DE TRABAJO ADMINISTRACION Y VENTAS		
Gastos administrativos y de ventas que representan desembolso		\$28.565
SUBTOTAL		\$28.565
Requerimiento diario		\$79
CAPITAL DE TRABAJO ADMINISTRACION Y VENTAS		\$7.141
CAPITAL DE TRABAJO		\$14.220

Tabla 30. Capital de trabajo

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Inversión Total:

Inversión Total	\$23.664
Activos Fijos	\$9.444
Capital de Trabajo	\$14.220

Inversión Total	\$23.664	100%
Financiamiento	\$13.015	55%
Aporte Propio	\$10.649	45%

Tabla 31 Inversión Total

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Fuentes de financiamiento:

La inversión para este proyecto requiere de un monto de dinero medio-alto, por lo que la empresa cubrirá sus inversiones mediante 2 fuentes de financiamiento: Inversión propia o privada y financiamiento con instituciones financieras. A continuación podemos apreciar la división de estos 2 tipos de financiamiento en un gráfico:

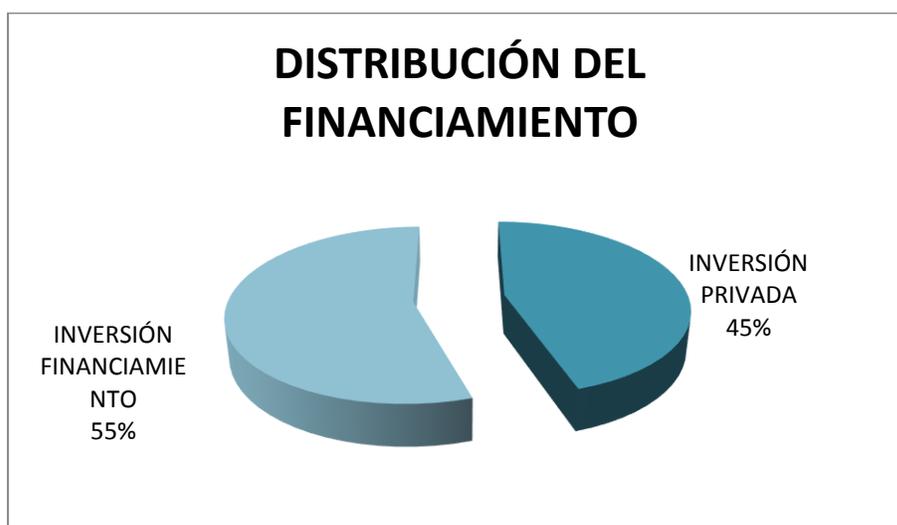


Ilustración 56 Distribución del Financiamiento de la inversión

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

4.1.2 Programa y calendario de inversiones

ACTIVOS FIJOS-OTROS	
Descripción	Valor
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$5.420
DESARROLLO DE LA APLICACIÓN MÓVIL	\$904
MUEBLES Y ENSERES	\$3.120
Total Activos Fijos	\$9.444

Tabla 15 Activos Fijos del proyecto

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Debido a que la oficina es un lugar pequeño y no se necesita una gran cantidad de suministros y equipos tecnológicos de gran valor, la inversión se realizará en un tiempo relativamente corto. Según la planificación acordada, la inversión se manejará de acuerdo al siguiente calendario:

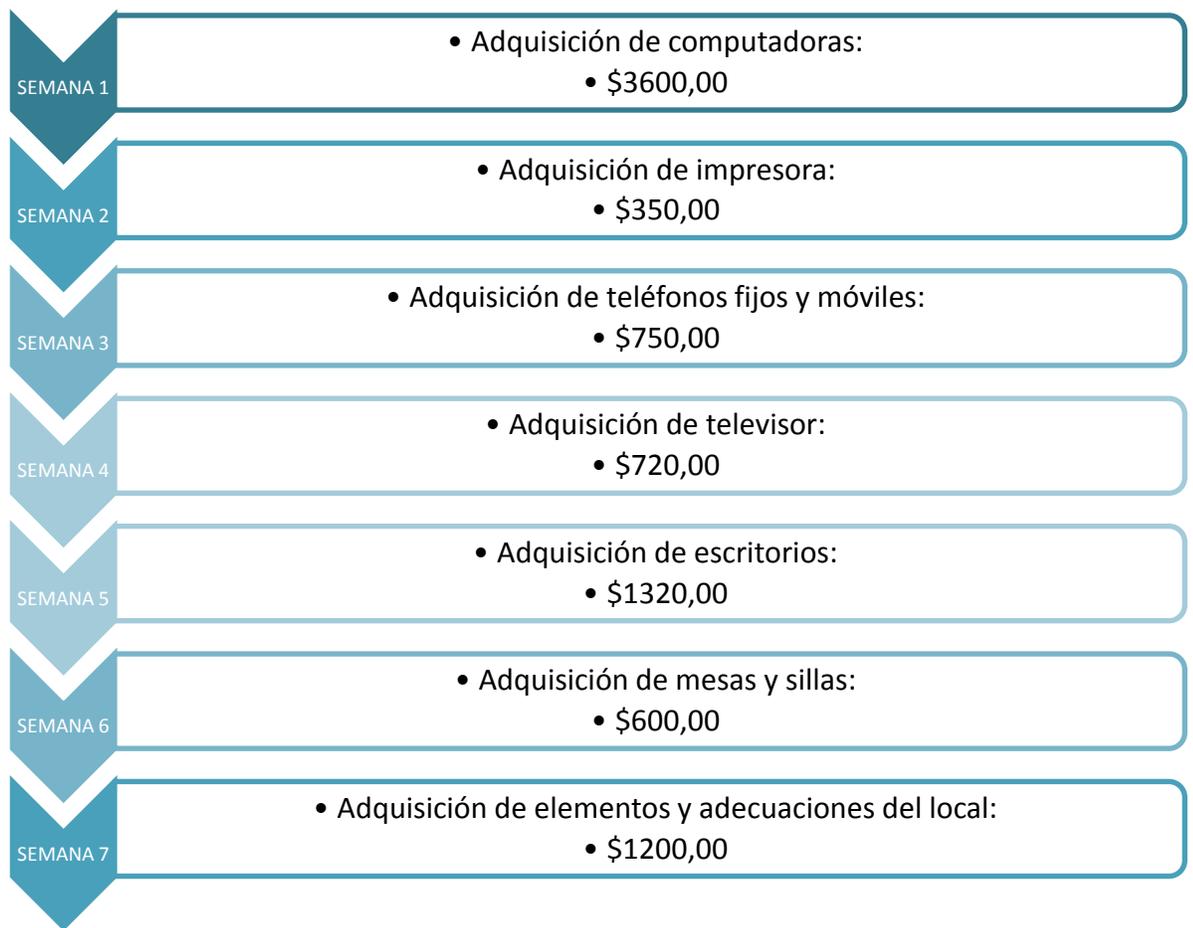


Ilustración 57 Cronograma de inversiones

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

4.1.2 Política de cobros, pagos y existencias.

FACTOR CAJA	
Factor Caja	90
Crédito a clientes	90
Crédito de proveedores	0

Tabla 32 Factor de Caja del proyecto

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Política de cobros: De acuerdo al análisis de información o variables cruzadas, realizadas entre las preguntas de la encuesta presentadas en el capítulo 2 el tiempo de crédito será de 90 días; pago que se realizará con tarjeta de crédito, debido a que la aplicación solo permite ese método de pago por ser seguro tanto para el cliente como para la empresa.

Política de pagos: Por otra parte, teniendo en consideración que los productos y servicios que elijan los clientes, de acuerdo al calendario de actividades, mediante la aplicación serán procesados y pagados inmediatamente para ser contratados con nuestros proveedores, no poseemos crédito con ellos.

Política de existencias: La empresa por ser una prestadora de servicio y por tener como materia prima únicamente la aplicación móvil en sí, no posee inventarios o existencias.

4.1.3 Depreciaciones de activos fijos y amortizaciones y activos diferidos

Activos fijos:

ACTIVOS FIJOS-OTROS	
Descripción	Valor
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$5.420
DESARROLLO DE LA APLICACIÓN MÓVIL	\$904
MUEBLES Y ENSERES	\$3.120
Total Activos Fijos	\$9.444

Tabla 15 Activos fijos del proyecto

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Desglose:

DALESSKA EVENTI			
ACTIVOS FIJOS. EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
CANTIDAD MENSUAL	DESCRIPCIÓN	ALOR UNITARI	VALOR TOTAL AL MES
6	Computadoras portátiles	\$ 600,00	\$ 3.600,00
2	Impresora	\$ 175,00	\$ 350,00
2	Teléfonos fijos	\$ 45,00	\$ 90,00
3	Teléfonos móviles	\$ 220,00	\$ 660,00
1	Televisor 43"	\$ 720,00	\$ 720,00
	TOTAL:		\$ 5.420,00

Tabla 33 Descripción de Equipos de Computación. Activos fijos

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

DALESSKA EVENTI			
ACTIVOS FIJOS. MUEBLES Y ENSERES			
CANTIDAD MENSUAL	DESCRIPCIÓN	ALOR UNITARI	VALOR TOTAL AL MES
6	Escritorios	\$ 220,00	\$ 1.320,00
3	Mesas decorativas	\$ 200,00	\$ 600,00
1	Decoración y adecuación del local	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
TOTAL:			\$ 3.120,00

Tabla 34 Descripción de Muebles y Enseres. Activos fijos

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

DALESSKA EVENTI	
ACTIVOS FIJOS. DESARROLLO DE LA APLICACIÓN	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Desarrollo de la aplicación. Valor cobrado por ingeniero en sistemas	\$ 780,00
Pago de publicación en play store	\$ 25,00
Pago de publicación en apple store	\$ 99,00
TOTAL:	\$ 904,00

Tabla 35. Descripción de Desarrollo de aplicación. Activos fijos

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Depreciación de activos fijos:

Edificios	5%
Maquinarias y Equipos	10%
Muebles y Enseres	10%
Herramientas	10%
Vehículos	20%
Computadoras	33%

Tabla 36 Porcentajes de depreciación de activos fijos

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Datos tomados de: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/depreciacion-acelarada-de-activos-fijos>

ACTIVOS	COSTO	% DEPREC.	TOTAL ANUAL
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$5.420	33,3%	\$1.806
MUEBLES Y ENSERES	\$650	10,0%	\$65
DESARROLLO DE LA APLICACIÓN MÓVIL	\$904	33,3%	\$301
TOTALES	\$6.974		\$2.173

Tabla 37 Depreciación de los activos fijos del proyecto

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios2

Amortización: Realizada de acuerdo al método francés.

TABLA DE AMORTIZACION	
Capital	\$13.015
Tasa de interés anual	15,20%
Plazo en años	5
Forma de Pago	MENSUAL
Total Periodos	60
Periodos de Gracia	0
Periodos Normales	60
Valor Dividendo	311,00

Tabla 38 Cálculo del dividendo

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

No. de Dividendo	Valor de Intereses	Amortización de Capital	Valor del Dividendo	Saldo de Capital
0				\$13.015
1	\$164,86	\$146,14	\$311,00	\$12.869,30
2	\$163,01	\$147,99	\$311,00	\$12.721,30
3	\$161,14	\$149,87	\$311,00	\$12.571,43
4	\$159,24	\$151,77	\$311,00	\$12.419,67
5	\$157,32	\$153,69	\$311,00	\$12.265,98
6	\$155,37	\$155,64	\$311,00	\$12.110,34
7	\$153,40	\$157,61	\$311,00	\$11.952,74
8	\$151,40	\$159,60	\$311,00	\$11.793,13
9	\$149,38	\$161,62	\$311,00	\$11.631,51
10	\$147,33	\$163,67	\$311,00	\$11.467,84
11	\$145,26	\$165,75	\$311,00	\$11.302,09
12	\$143,16	\$167,84	\$311,00	\$11.134,25
13	\$141,03	\$169,97	\$311,00	\$10.964,28
14	\$138,88	\$172,12	\$311,00	\$10.792,15
15	\$136,70	\$174,30	\$311,00	\$10.617,85
16	\$134,49	\$176,51	\$311,00	\$10.441,34
17	\$132,26	\$178,75	\$311,00	\$10.262,59
18	\$129,99	\$181,01	\$311,00	\$10.081,58
19	\$127,70	\$183,30	\$311,00	\$9.898,27
20	\$125,38	\$185,63	\$311,00	\$9.712,65
21	\$123,03	\$187,98	\$311,00	\$9.524,67
22	\$120,65	\$190,36	\$311,00	\$9.334,31
23	\$118,23	\$192,77	\$311,00	\$9.141,54
24	\$115,79	\$195,21	\$311,00	\$8.946,33
25	\$113,32	\$197,68	\$311,00	\$8.748,65
26	\$110,82	\$200,19	\$311,00	\$8.548,46
27	\$108,28	\$202,72	\$311,00	\$8.345,73
28	\$105,71	\$205,29	\$311,00	\$8.140,44
29	\$103,11	\$207,89	\$311,00	\$7.932,55
30	\$100,48	\$210,53	\$311,00	\$7.722,03
31	\$97,81	\$213,19	\$311,00	\$7.508,83
32	\$95,11	\$215,89	\$311,00	\$7.292,94
33	\$92,38	\$218,63	\$311,00	\$7.074,31
34	\$89,61	\$221,40	\$311,00	\$6.852,92
35	\$86,80	\$224,20	\$311,00	\$6.628,72
36	\$83,96	\$227,04	\$311,00	\$6.401,68
37	\$81,09	\$229,92	\$311,00	\$6.171,76
38	\$78,18	\$232,83	\$311,00	\$5.938,93
39	\$75,23	\$235,78	\$311,00	\$5.703,15
40	\$72,24	\$238,76	\$311,00	\$5.464,39
41	\$69,22	\$241,79	\$311,00	\$5.222,60
42	\$66,15	\$244,85	\$311,00	\$4.977,75
43	\$63,05	\$247,95	\$311,00	\$4.729,79
44	\$59,91	\$251,09	\$311,00	\$4.478,70
45	\$56,73	\$254,27	\$311,00	\$4.224,43
46	\$53,51	\$257,50	\$311,00	\$3.966,93
47	\$50,25	\$260,76	\$311,00	\$3.706,17
48	\$46,94	\$264,06	\$311,00	\$3.442,12
49	\$43,60	\$267,40	\$311,00	\$3.174,71
50	\$40,21	\$270,79	\$311,00	\$2.903,92
51	\$36,78	\$274,22	\$311,00	\$2.629,70
52	\$33,31	\$277,69	\$311,00	\$2.352,00
53	\$29,79	\$281,21	\$311,00	\$2.070,79
54	\$26,23	\$284,77	\$311,00	\$1.786,02
55	\$22,62	\$288,38	\$311,00	\$1.497,63
56	\$18,97	\$292,03	\$311,00	\$1.205,60
57	\$15,27	\$295,73	\$311,00	\$909,87
58	\$11,52	\$299,48	\$311,00	\$610,39
59	\$7,73	\$303,27	\$311,00	\$307,11
60	\$3,89	\$307,11	\$311,00	\$0,00
Totales	\$5.644,83	\$13.015	\$18.660	

Tabla 39 Tabla de amortización

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

4.1.4 Costos de materias primas, materiales directos e indirectos, suministros y servicios, mano de obra directa.

Materias primas:

Debido a que el servicio que se brinda es de carácter tecnológico, no se posee materia prima concreta para brindarlo, a más del desarrollo de la aplicación, la que consta dentro de la inversión inicial.

Mano de obra directa:

El personal que se encargará directamente del manejo de los clientes y la aplicación serán los vendedores, es por esto que sus sueldos se encontrarán contemplados en mano de obra directa, no como gasto de ventas.

MANO DE OBRA DIRECTA				
DESCRIPCION	CANTIDAD	INGRESO MENSUAL		TOTAL ANUAL
Personal de ventas	3	\$433,30		\$15.599
TOTALES				\$15.599

Tabla 40 Mano de obra directa del proyecto

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

DALESSKA EVENTI												
ROL DE SUELDOS A XXX/XXXX												
CÉDULA	F. INGRESO	CÓDIGO IESS	NOMBRE	SUELDO	FONDOS DE RESERVA	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	TOTAL INGRESOS	APORTE IESS 9,45%	TOTAL DESCUENTO	VALOR A PAGAR	RECIBÍ CONFORME
XXXXXXXXXX	XX/XX/XXXX	XXXXXXXXXXXXXX	VENDEDOR 1	\$ 375,00	\$ 31,24	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 468,74	\$ 35,44	\$ 35,44	\$ 433,30	
XXXXXXXXXX	XX/XX/XXXX	XXXXXXXXXXXXXX	VENDEDOR 2	\$ 375,00	\$ 31,24	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 468,74	\$ 35,44	\$ 35,44	\$ 433,30	
XXXXXXXXXX	XX/XX/XXXX	XXXXXXXXXXXXXX	VENDEDOR 3	\$ 375,00	\$ 31,24	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 468,74	\$ 35,44	\$ 35,44	\$ 433,30	
TOTAL:				\$ 1.125,00	\$ 93,71	\$ 93,75	\$ 93,75	\$ 1.406,21	\$ 106,31	\$ 106,31	\$ 1.299,90	

Tabla 41 Descripción de mano de obra directa del proyecto

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Costos Indirectos:

COSTOS INDIRECTOS			
DESCRIPCION	CANTIDAD	EGRESO MENSUAL	TOTAL ANUAL
Suministros de oficina	1	\$68,19	\$818
Patente (Costo por 10 años)	1	\$2.816,13	\$282
Servicios Básicos	1	\$141,09	\$1.693
Arriendo	1	\$750	\$9.000
Mantenimiento de la aplicación	1	\$75	\$900
Alojamiento de aplicación	1	\$2	\$25
TOTALES			\$12.718

Tabla 42 Costos Indirectos del proyecto

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Dentro de los costos indirectos tenemos los siguientes:

- **Suministros de oficina:** Son los insumos necesarios para que el personal que trabaja en la oficina cumpla sus actividades diarias. Por ejemplo: Hojas de papel bond, esferos, engrapadora, tinta de impresora, perforadora, resaltadores, corrector, cintas *scotch*, entre otros.

DALESSKA EVENTI			
SUMINISTROS DE OFICINA			
CANTIDAD MENSUAL	DESCRIPCIÓN	ALOR UNITARI	VALOR TOTAL AL MES
2	Resma de papel bond	\$ 2,90	\$ 5,80
10	Esferos	\$ 0,25	\$ 2,50
3	Tinta de impresora	\$ 3,87	\$ 11,61
4	Engrapadora	\$ 4,87	\$ 19,48
4	Perforadora	\$ 3,20	\$ 12,80
4	Resaltadores	\$ 0,40	\$ 1,60
4	Corrector	\$ 1,30	\$ 5,20
4	Regla	\$ 0,60	\$ 2,40
4	Cinta scotch	\$ 0,30	\$ 1,20
4	Clips	\$ 0,60	\$ 2,40
4	Grapas	\$ 0,80	\$ 3,20
		TOTAL:	\$ 68,19

Tabla 43 Descripción de Suministros de Oficina. Costos Indirectos del proyecto

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

- **Patente de invención:**

DALESSKA EVENTI	
PATENTE DE INVENCION	
DESCRIPCIÓN	VALOR ANUAL
Pago patente de invención	\$ 282,00

Ilustración 58. Patente de invención

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

- **Servicios básicos:** Como valor mensual es necesario contemplar el consumo de agua, luz, teléfono e internet que se va a generar en la oficina:

DALESSKA EVENTI	
SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Agua	\$ 12,00
Luz	\$ 50,00
Teléfono	\$ 45,00
Internet	\$ 34,09
TOTAL:	\$ 141,09

Tabla 44 Descripción de Servicios Básicos. Incluido IVA

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

- **Arriendo:** Debido a que la localización de la oficina es en el sector del estadio, sector que se encuentra muy cotizado actualmente, se generó un promedio de lo proformado, resultando el valor del arriendo en \$750,00 mensuales.

DALESSKA EVENTI			
ARRIENDO DEL LOCAL			
DESCRIPCIÓN	M2	VALOR M2	TOTAL
Local comercial. Sector del Estadio. Cuenca	48	\$ 15,63	\$ 750,00

Tabla 45 Arriendo de local. Costos Indirectos del proyecto

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

- **Mantenimiento de la aplicación:** Debido a que una aplicación es un instrumento netamente tecnológico y que se conoce que la tecnología cambia constante y rápidamente, se debe innovar y por supuesto abrir más opciones a nuestros clientes; por lo tanto es necesario que el ingeniero en sistemas que desarrolló la aplicación genere un mantenimiento, actualización y revisión mensual de la aplicación; obteniendo un costo de:

DALESSKA EVENTI	
MANTENIMIENTO DE LA APLICACIÓN	
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL
Visita mensual	75

Tabla 46 Mantenimiento de Aplicación. Costos Indirectos del proyecto

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

- **Pago por uso de *Hosting*:**

DALESSKA EVENTI	
ALOJAMIENTO DE APLICACIÓN	
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL
ALOJAMIENTO	2

Tabla 47 Alojamiento de aplicación. Costos Indirectos del proyecto

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

4.1.5 Gastos de administración, ventas (Comisiones %) y financieros.

GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS		
DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	TOTAL ANUAL
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$858	\$10.301
GASTOS DE PUBLICIDAD	\$1.343	\$16.120
GASTOS DE VENTAS Y OPERACIONES	\$160	\$1.920
TOTALES	\$2.362	\$28.340

Tabla 48 Gastos Administrativos y de Ventas del proyecto

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Gastos Administrativos: Dentro de este punto se encuentran los siguientes rubros:

Sueldo del gerente y contador:

DALESSKA EVENTI												
ROL DE SUELDOS A XXX/XXXX												
CÉDULA	F. INGRESO	CÓDIGO IESS	NOMBRE	SUELDO	FONDOS DE RESERVA	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	TOTAL INGRESOS	APORTE IESS 9,45%	TOTAL DESCUENTOS	VALOR A PAGAR	RECIBÍ CONFORME
XXXXXXXXXX	XX/XX/XXX	XXXXXXXXXXXX	GERENTE	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 31,25	\$ 731,25	\$ 56,70	\$ 56,70	\$ 674,55	

Tabla 49 Rol de pagos Gerente. Gastos Administrativos del proyecto

Elaborado por: Johanna Célleri y Christian Palacios

DALESSKA EVENTI	
PAGO CONTADOR PRIVADO	
DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO
Factura mensual	\$ 120,00

Tabla 50 Pago contador. Gastos Administrativos del proyecto

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Permisos varios: El hecho de poseer un local comercial significa que se tienen que realizar ciertos pagos, como los siguientes:

DALESSKA EVENTI	
PERMISOS VARIOS	
DESCRIPCIÓN	VALOR ANUAL
Permiso de Bomberos	\$ 2,00
Permiso de Funcionamiento	\$ 13,50
Patente	\$ 40,00
TOTAL:	\$ 55,50

Tabla 51 Permisos varios. Gastos Administrativos del proyecto

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Capital Mínimo para constituir una compañía de responsabilidad limitada:

DALESSKA EVENTI	
CAPITAL CONSTITUCIÓN EMPRESA	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Capital Social	\$ 400,00
Pago notarios	\$ 120,00
Pago abogados	\$ 100,00
TOTAL:	\$ 620,00

Tabla 52 Gastos de constitución. Gastos Administrativos del proyecto

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Gastos de Publicidad: Dentro de este punto se encuentran los siguientes rubros:

DALESSKA EVENTI	
GASTOS DE PUBLICIDAD	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Letrero fijo de la oficina	200
Publicidad por banner en eventos	60
Publicidad por flyers	150
Eventos y ferias para publicitar el servicio	500
TOTAL:	910

Tabla 53 Gastos de publicidad del proyecto

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

DALESSKA EVENTI												
ROL DE SUELDOS A XXXXXXX												
CÉDULA	F. INGRESO	CÓDIGO IESS	NOMBRE	SUELDO	FONDOS DE RESERVA	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	TOTAL INGRESOS	APORTE IESS 9,45%	TOTAL DESCUENTOS	VALOR A PAGAR	RECIBÍ CONFORME
XXXXXXXXXX	XX/XX/XXXX	XXXXXXXXXX	INGENIERO EN MARKETING	\$ 375,00	\$ 31,24	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 468,74	\$ 35,44	\$ 35,44	\$ 433,30	

Tabla 54 Rol de pagos ingeniero en marketing. Gastos de publicidad

Elaborado por: Johanna Célleri y Christian Palacios

Gastos de Ventas: Como gastos de ventas se tiene únicamente la movilización hacia los locales de nuestros proveedores y otros.

DALESSKA EVENTI	
GASTOS DE VENTAS	
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL
Movilización de Vendedores	160

Tabla 55 Gastos de ventas del proyecto

Elaborado por: Johanna Célleri y Christian Palacios

Gastos Financieros:

Costo Promedio Ponderado de Capital			
	Costo	Proporción	Costos Ponderad
Deuda	15,2%	55%	8,36%
Capital	18,95%	45%	8,53%
		100,0%	16,89%

Tabla 56 Costo promedio ponderado del capital del proyecto

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

El Costo de la deuda se calculó de acuerdo a lo que el Banco Central del Ecuador tiene establecido como tasa para una deuda de consumo directo.

El costo del capital o tasa de descuento se calculó de acuerdo a lo siguiente:

Costo de capital = Tasa de deuda (Corresponde al costo del portafolio del inversionista) + Puntos por riesgo (Es el valor correspondiente al 25% del 15,2%, debido a que los inversionistas captan el proyecto como riesgoso)

$$\text{Costo de capital} = 15,2\% + 3,75\%$$

4.2 Estructura financiera

Estados Financieros Proyectados

Ventas:

PRODUCTOS	UNIDADES MENSUALES	UNIDADES ANUALES	PRECIO DE VENTA	VENTAS ANUALES
Organización integral de una boda	13	156	\$461,47	\$71.989
TOTALES	13	156		\$71.989

Tabla 57 Ventas.

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Costos directos: Referirse a la tabla No.24 y multiplicar por % de recuperación de ventas.

Costos indirectos: Referirse a la tabla No. 26

Gastos Administrativos y Ventas: Referirse a la tabla No. 33

Aporte propio: Referirse a la tabla No.14

CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO	
Costos directos	\$15.599
Costos indirectos	\$12.718
SUBTOTAL	\$28.317
Requerimiento diario	\$79
Requerimiento ciclo de caja	\$7.079
Inventario inicial	
CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO	\$7.079
CAPITAL DE TRABAJO ADMINISTRACION Y VENTAS	
Gastos administrativos y de ventas que representan desembolso	\$28.340
SUBTOTAL	\$28.340
Requerimiento diario	\$79
CAPITAL DE TRABAJO ADMINISTRACION Y VENTAS	\$7.085
CAPITAL DE TRABAJO	\$14.164

Tabla 58. Capital de Trabajo

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

4.2.1 Flujo de caja (comparativo con y sin financiamiento)

FLUJO DE CAJA PROYECTADO			% recuperación de ventas		100,0%	
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		\$71.989	\$79.188	\$87.107	\$95.818	\$105.400
(Costos Directos)		\$15.599	\$17.159	\$18.875	\$20.762	\$22.839
(Costos Indirectos)		\$12.718	\$13.990	\$15.389	\$16.928	\$18.620
Gastos de Administración y Ventas		\$28.340	\$31.174	\$34.292	\$37.721	\$41.493
Flujo Operativo		\$15.332	\$16.865	\$18.552	\$20.407	\$22.448
Ingresos no operativos	\$23.608					
Crédito	\$12.985					
Aporte Propio	\$10.624					
Egresos no operativos		\$7.536	\$8.155	\$8.844	\$9.608	\$10.458
Inversiones	\$23.608					
<i>Activos Fijos</i>	\$9.444					
<i>Capital de Trabajo</i>	\$14.164					
Pago de dividendos		\$1.877	\$2.183	\$2.539	\$2.953	\$3.434
Gastos Financieros		\$1.846	\$1.540	\$1.185	\$771	\$289
Impuestos		\$3.812	\$4.432	\$5.120	\$5.885	\$6.735
Flujo No Operativo	\$14.164	-\$7.536	-\$8.155	-\$8.844	-\$9.608	-\$10.458
FLUJO NETO	\$14.164	\$21.961	\$8.710	\$9.708	\$10.798	\$11.989
Flujo Acumulado	\$14.164	\$21.961	\$30.671	\$40.379	\$51.177	\$63.166
Flujo para VAN		\$11.520	\$14.682	\$16.013	\$17.454	\$19.014
Flujo para VAN 2		\$9.673	\$10.893	\$12.247	\$13.751	\$15.423

Tabla 59 Flujo de Caja proyectado. Escenario moderado

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Análisis Vertical:

FLUJO DE CAJA PROYECTADO			% recuperación de ventas		100,0%					
Descripción	Año 0	Año 1	%	Año 2	%	Año 3	%	Año 4	%	Año 5
Ventas		\$71.989	100%	\$79.188	100%	\$87.107	100%	\$95.818	100%	\$105.400
(Costos Directos)		\$15.599	22%	\$17.159	22%	\$18.875	22%	\$20.762	22%	\$22.839
(Costos Indirectos)		\$12.718	18%	\$13.990	18%	\$15.389	18%	\$16.928	18%	\$18.620
Gastos de Administración y Ventas		\$28.340	39%	\$31.174	39%	\$34.292	39%	\$37.721	39%	\$41.493
Flujo Operativo		\$15.332		\$16.865		\$18.552		\$20.407		\$22.448
Ingresos no operativos	\$23.608									
Crédito	\$12.985									
Aporte Propio	\$10.624									
Egresos no operativos		\$7.536	100%	\$8.155	100%	\$8.844	100%	\$9.608	100%	\$10.458
Inversiones	\$23.608									
<i>Activos Fijos</i>	\$9.444									
<i>Capital de Trabajo</i>	\$14.164									
Pago de dividendos		\$1.877	25%	\$2.183	27%	\$2.539	29%	\$2.953	31%	\$3.434
Gastos Financieros		\$1.846	25%	\$1.540	19%	\$1.185	13%	\$771	8%	\$289
Impuestos		\$3.812	51%	\$4.432	54%	\$5.120	58%	\$5.885	61%	\$6.735
Flujo No Operativo	\$14.164	-\$7.536		-\$8.155		-\$8.844		-\$9.608		-\$10.458
FLUJO NETO	\$14.164	\$21.961		\$8.710		\$9.708		\$10.798		\$11.989
Flujo Acumulado	\$14.164	\$21.961		\$30.671		\$40.379		\$51.177		\$63.166
Flujo para VAN		\$11.520		\$14.682		\$16.013		\$17.454		\$19.014
Flujo para VAN 2		\$9.673		\$10.893		\$12.247		\$13.751		\$15.423

Tabla 60 Análisis vertical de Flujo de Caja proyectado. Escenario moderado

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Se concluye a partir del cuadro presentado anteriormente que el porcentaje más alto de la denominación ventas son los gastos administrativos y de ventas, que afortunadamente son gastos controlables por la empresa.

Por otra parte un punto negativo es que el pago de Impuestos es el 61% de los Egresos no operativos, realidad que en nuestro país se puede incrementar, perjudicando el flujo de efectivo, por lo tanto la liquidez de la empresa.

Análisis Horizontal:

FLUJO DE CAJA PROYECTADO		% recuperación de ventas		100,0%							
Descripción	Año 0	Año 1	%	Año 2	%	Año 3	%	Año 4	%	Año 5	%
Ventas		\$71.989	10%	\$79.188	10%	\$87.107	10%	\$95.818	10%	\$105.400	46%
(Costos Directos)		\$15.599	10%	\$17.159	10%	\$18.875	10%	\$20.762	10%	\$22.839	46%
(Costos Indirectos)		\$12.718	10%	\$13.990	10%	\$15.389	10%	\$16.928	10%	\$18.620	46%
Gastos de Administración y Ventas		\$28.340	10%	\$31.174	10%	\$34.292	10%	\$37.721	10%	\$41.493	46%
Flujo Operativo		\$15.332	10%	\$16.865	10%	\$18.552	10%	\$20.407	10%	\$22.448	46%
Ingresos no operativos	\$23.608										
Crédito	\$12.985										
Aporte Propio	\$10.624										
Egresos no operativos		\$7.536	8%	\$8.155	8%	\$8.844	9%	\$9.608	9%	\$10.458	39%
Inversiones	\$23.608										
Activos Fijos	\$9.444										
Capital de Trabajo	\$14.164										
Pago de dividendos		\$1.877	16%	\$2.183	16%	\$2.539	16%	\$2.953	16%	\$3.434	83%
Gastos Financieros		\$1.846	-17%	\$1.540	-23%	\$1.185	-35%	\$771	-62%	\$289	-84%
Impuestos		\$3.812	16%	\$4.432	16%	\$5.120	15%	\$5.885	14%	\$6.735	77%
Flujo No Operativo	\$14.164	-\$7.536	8%	-\$8.155	8%	-\$8.844	9%	-\$9.608	9%	-\$10.458	39%
FLUJO NETO	\$14.164	\$21.961	-60%	\$8.710	11%	\$9.708	11%	\$10.798	11%	\$11.989	-45%
Flujo Acumulado	\$14.164	\$21.961	40%	\$30.671	32%	\$40.379	27%	\$51.177	23%	\$63.166	188%
Flujo para VAN		\$11.520	27%	\$14.682	9%	\$16.013	9%	\$17.454	9%	\$19.014	65%
Flujo para VAN 2		\$9.673	13%	\$10.893	12%	\$12.247	12%	\$13.751	12%	\$15.423	59%

Tabla 61 Análisis horizontal de Flujo de Caja proyectado. Escenario moderado

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

En relación del año 1 y al 5 se obtienen como puntos principales que los Gastos Financieros se reducen en un 84% gracias a que el pago del préstamo se cancela a medida que pasa el tiempo, lo que quiere decir que la empresa podría hacer otro préstamo para innovación del servicio o cualquier otro rubro que desee. Por otra parte el pago de impuestos se incrementa en un 77% lo que no es positivo porque se tienen que destinar más recursos a una actividad no productiva, pero lamentablemente no está dentro del alcance de la empresa.

El flujo para el VAN sin financiamiento se incrementa en el 65% y el Flujo para el VAN con el financiamiento en un 59% lo que resulta bueno, ya que en cualquiera de los dos casos, son porcentajes mayores a 0%, es decir, positivos para la empresa.

4.2.2 Estado de pérdidas y ganancias

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO						
			% Incremento Anual		10,0%	
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		\$71.989	\$79.188	\$87.107	\$95.818	\$105.400
(Costos Directos)		\$15.599	\$17.159	\$18.875	\$20.762	\$22.839
Utilidad Bruta		\$56.390	\$62.029	\$68.232	\$75.055	\$82.561
(Costos Indirectos)		\$12.718	\$13.990	\$15.389	\$16.928	\$18.620
Utilidad Operativa		\$43.672	\$48.039	\$52.843	\$58.128	\$63.940
Gastos de Administración y Ventas		\$28.340	\$31.174	\$34.292	\$37.721	\$41.493
Gastos Financieros		\$1.846	\$1.540	\$1.185	\$771	\$289
Depreciaciones y amortizaciones		\$2.173	\$2.173	\$2.173	\$2.173	\$2.173
Utilidad antes de Beneficios		\$11.313	\$13.152	\$15.194	\$17.463	\$19.986
15% Utilidades trabajadores		\$1.697	\$1.973	\$2.279	\$2.620	\$2.998
Utilidad antes de impuestos		\$9.616	\$11.179	\$12.915	\$14.844	\$16.988
22% impuesto a la renta		\$2.115	\$2.459	\$2.841	\$3.266	\$3.737
Utilidad Neta		\$7.500	\$8.720	\$10.074	\$11.578	\$13.250

Tabla 62 Estado de resultados proyectado. Escenario moderado

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Análisis vertical:

ESTADO DE RESULTADOS											
Descripción	Año 0	Año 1	%	Año 2	%	Año 3	%	Año 4	%	Año 5	%
Ventas		\$71.989	100%	\$79.188	100%	\$87.107	100%	\$95.818	100%	\$105.400	100%
(Costos Directos)		\$15.599	21,67%	\$17.159	21,67%	\$18.875	21,67%	\$20.762	21,67%	\$22.839	21,67%
Utilidad Bruta		\$56.390	78,33%	\$62.029	78,33%	\$68.232	78,33%	\$75.055	78,33%	\$82.561	78,33%
(Costos Indirectos)		\$12.718	17,67%	\$13.990	17,67%	\$15.389	17,67%	\$16.928	17,67%	\$18.620	17,67%
Utilidad Operativa		\$43.672	60,66%	\$48.039	60,66%	\$52.843	60,66%	\$58.128	60,66%	\$63.940	60,66%
Gastos de Administración y Ventas		\$28.340	39,37%	\$31.174	39,37%	\$34.292	39,37%	\$37.721	39,37%	\$41.493	39,37%
Gastos Financieros		\$1.846	2,56%	\$1.540	1,95%	\$1.185	1,36%	\$771	0,80%	\$289	0,27%
Depreciaciones y amortizaciones		\$2.173	3,02%	\$2.173	2,74%	\$2.173	2,49%	\$2.173	2,27%	\$2.173	2,06%
Utilidad antes de Beneficios		\$11.313	15,71%	\$13.152	16,61%	\$15.194	17,44%	\$17.463	18,23%	\$19.986	18,96%
15% Utilidades trabajadores		\$1.697	2,36%	\$1.973	2,49%	\$2.279	2,62%	\$2.620	2,73%	\$2.998	2,84%
Utilidad antes de impuestos		\$9.616	13,36%	\$11.179	14,12%	\$12.915	14,83%	\$14.844	15,49%	\$16.988	16,12%
22% impuesto a la renta		\$2.115	2,94%	\$2.459	3,11%	\$2.841	3,26%	\$3.266	3,41%	\$3.737	3,55%
Utilidad Neta		\$7.500	10,42%	\$8.720	11,01%	\$10.074	11,56%	\$11.578	12,08%	\$13.250	12,57%

Tabla 63 Análisis vertical del estado de resultados proyectado. Escenario moderado

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Como se puede observar en la tabla anterior, el porcentaje más alto con respecto a las ventas no son los costos directos, lo cual es positivo, ya que no es un costo muy manejable por la empresa; en cambio el porcentaje más alto con respecto a las ventas son los gastos administrativos y de ventas, rubros que son fácilmente modificables por la empresa y se podrían reducir. Por otra parte, otros rubros que no pueden ser manipulados o reducidos por la empresa, como lo son los impuestos, gastos financieros y depreciaciones tienen un porcentaje bajo, lo que sería considerado un punto positivo.

Análisis Horizontal:

ESTADO DE RESULTADOS											
Descripción	Año 0	Año 1	% Año 1 y 2	Año 2	% Año 2 y 3	Año 3	% Año 3 y 4	Año 4	% Año 4 y 5	Año 5	% Año 4 y 5
Ventas		\$71.989	10,00%	\$79.188	10,00%	\$87.107	10,00%	\$95.818	10,00%	\$105.400	46,41%
(Costos Directos)		\$15.599	10,00%	\$17.159	10,00%	\$18.875	10,00%	\$20.762	10,00%	\$22.839	46,41%
Utilidad Bruta		\$56.390	10,00%	\$62.029	10,00%	\$68.232	10,00%	\$75.055	10,00%	\$82.561	46,41%
(Costos Indirectos)		\$12.718	10,00%	\$13.990	10,00%	\$15.389	10,00%	\$16.928	10,00%	\$18.620	46,41%
Utilidad Operativa		\$43.672	10,00%	\$48.039	10,00%	\$52.843	10,00%	\$58.128	10,00%	\$63.940	46,41%
Gastos de Administración y Ventas		\$28.340	10,00%	\$31.174	10,00%	\$34.292	10,00%	\$37.721	10,00%	\$41.493	46,41%
Gastos Financieros		\$1.846	-16,57%	\$1.540	-23,10%	\$1.185	-34,94%	\$771	-62,47%	\$289	-84,33%
Depreciaciones y amortizaciones		\$2.173	0,00%	\$2.173	0,00%	\$2.173	0,00%	\$2.173	0,00%	\$2.173	0,00%
Utilidad antes de Beneficios		\$11.313	16,26%	\$13.152	15,53%	\$15.194	14,93%	\$17.463	14,44%	\$19.986	76,66%
15% Utilidades trabajadores		\$1.697	16%	\$1.973	16%	\$2.279	15%	\$2.620	14%	\$2.998	77%
Utilidad antes de impuestos		\$9.616	16%	\$11.179	16%	\$12.915	15%	\$14.844	14%	\$16.988	77%
22% impuesto a la renta		\$2.115	16%	\$2.459	16%	\$2.841	15%	\$3.266	14%	\$3.737	77%
Utilidad Neta		\$7.500	16%	\$8.720	16%	\$10.074	15%	\$11.578	14%	\$13.250	77%

Tabla 64 Análisis horizontal del estado de resultados proyectado. Escenario moderado

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Podemos notar que en relación del año 1 y el año 5 las ventas se incrementan en un 46,41% y la utilidad neta en un 77%; lo cual resultan valores sumamente positivos a largo plazo. Por otra parte, los gastos financieros disminuyen en el 84,33%, es decir cerca del 100%, podemos deducir que para el sexto año se terminarían los gastos financieros.

4.2.3 Balance general

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos Corrientes	\$21.961	\$30.671	\$40.379	\$51.177	\$63.166
Caja - Bancos	\$21.961	\$30.671	\$40.379	\$51.177	\$63.166
Inventarios	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Ctas por cobrar	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Activos Fijos Netos	\$7.271	\$5.098	\$2.926	\$753	-\$1.420
Activos Fijos	\$9.444	\$9.444	\$9.444	\$9.444	\$9.444
(Depreciación acumulada)	-\$2.173	-\$4.346	-\$6.518	-\$8.691	-\$10.864
TOTAL ACTIVOS	\$29.232	\$35.769	\$43.304	\$51.930	\$61.746
Préstamos Inst. Financieras	\$11.108	\$8.925	\$6.386	\$3.434	\$0
Cuentas por pagar	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Pasivo	\$11.108	\$8.925	\$6.386	\$3.434	\$0
Patrimonio	\$18.124	\$26.444	\$36.518	\$48.096	\$61.346
Aporte Futura Capitalización	\$10.224	\$10.224	\$10.224	\$10.224	\$10.224
Capital Social	\$400				
Utilidad del Ejercicio	\$7.500	\$8.720	\$10.074	\$11.578	\$13.250
Utilidades Retenidas	\$0	\$7.500	\$16.220	\$26.294	\$37.872
PASIVO + PATRIMONIO	\$29.232	\$35.369	\$42.904	\$51.530	\$61.346

Tabla 65 Balance general proyectado. Escenario moderado.

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Análisis vertical:

BALANCE GENERAL PROYECTADO											
Descripción		Año 1	%	Año 2	%	Año 3	%	Año 4	%	Año 5	%
Activos Corrientes		\$21.961	75,13%	\$30.671	85,75%	\$40.379	93,24%	\$51.177	98,55%	\$63.166	102,30%
Caja - Bancos		\$21.961	100,00%	\$30.671	100,00%	\$40.379	100,00%	\$51.177	100,00%	\$63.166	100,00%
Inventarios		\$0		\$0		\$0		\$0		\$0	
Ctas por cobrar		\$0		\$0		\$0		\$0		\$0	
Activos Fijos Netos		\$7.271	24,87%	\$5.098	14,25%	\$2.926	6,76%	\$753	1,45%	-\$1.420	-2,30%
Activos Fijos		\$9.444	129,88%	\$9.444	185,23%	\$9.444	322,80%	\$9.444	1254,44%	\$9.444	-665,10%
(Depreciación acumulada)		-\$2.173	-29,88%	-\$4.346	-85,23%	-\$6.518	-222,80%	-\$8.691	-1154,44%	-\$10.864	765,10%
TOTAL ACTIVOS		\$29.232	100,00%	\$35.769	100,00%	\$43.304	100,00%	\$51.930	100,00%	\$61.746	100,00%
Préstamos Inst. Financieras		\$11.108	100,00%	\$8.925	100,00%	\$6.386	100,00%	\$3.434	100,00%	\$0	100,00%
Cuentas por pagar		\$0		\$0		\$0		\$0		\$0	
Pasivo		\$11.108	38,00%	\$8.925	25,23%	\$6.386	14,89%	\$3.434	6,66%	\$0	0,00%
Patrimonio		\$18.124	62,00%	\$26.444	74,77%	\$36.518	85,11%	\$48.096	93,34%	\$61.346	100,00%
Aporte Futura Capitalización		\$10.224	56,41%	\$10.224	38,66%	\$10.224	28,00%	\$10.224	21,26%	\$10.224	16,67%
Capital Social		\$400									
Utilidad del Ejercicio		\$7.500	41,38%	\$8.720	32,97%	\$10.074	27,59%	\$11.578	24,07%	\$13.250	21,60%
Utilidades Retenidas		\$0		\$7.500		\$16.220		\$26.294		\$37.872	
PASIVO + PATRIMONIO		\$29.232	100,00%	\$35.369	100,00%	\$42.904	100,00%	\$51.530	100,00%	\$61.346	100,00%

Tabla 66 Análisis vertical de balance general proyectado. Escenario moderado

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Se puede observar fácilmente que los activos corrientes son el 83,40% y los activos fijos son el 16,60% del total de activos, esto resulta favorable, ya que los activos fijos se deprecian, por lo tanto van perdiendo su valor con el tiempo, mientras que los activos corrientes ayudan al flujo de caja de la empresa.

Por otra parte, el Patrimonio es un porcentaje alto (62%) del Pasivo + Patrimonio, no así el Pasivo (38%); también dentro del Patrimonio podemos notar que las Aportaciones son mayores a la Utilidad del Ejercicio, lo que le permitirá a la empresa mejorar el funcionamiento interno y así poder brindar un mejor servicio a sus clientes.

Análisis Horizontal:

BALANCE GENERAL PROYECTADO											
Descripción	Año 1	% Año 1 y 2	Año 2	% Año 2 y 3	Año 3	% Año 3 y 4	Año 4	% Año 4 y 5	Año 5	% Año 1 y 5	
Activos Corrientes	\$21.961	39,66%	\$30.671	31,65%	\$40.379	26,74%	\$51.177	23,43%	\$63.166	187,63%	
Caja - Bancos	\$21.961	39,66%	\$30.671	31,65%	\$40.379	26,74%	\$51.177	23,43%	\$63.166	187,63%	
Inventarios	\$0		\$0		\$0		\$0		\$0		
Ctas por cobrar	\$0		\$0		\$0		\$0		\$0		
Activos Fijos Netos	\$7.271	-29,88%	\$5.098	-42,62%	\$2.926	-74,27%	\$753	-288,61%	-\$1.420	-119,53%	
Activos Fijos	\$9.444	0,00%	\$9.444	0,00%	\$9.444	0,00%	\$9.444	0,00%	\$9.444	0,00%	
(Depreciación acumulada)	-\$2.173	100,00%	-\$4.346	50,00%	-\$6.518	33,33%	-\$8.691	25,00%	-\$10.864	400,00%	
TOTAL ACTIVOS	\$29.232	22,36%	\$35.769	21,07%	\$43.304	19,92%	\$51.930	18,90%	\$61.746	111,23%	
Préstamos Inst. Financieras	\$11.108	-19,65%	\$8.925	-28,44%	\$6.386	-46,23%	\$3.434	-100,00%	\$0	-100,00%	
Cuentas por pagar	\$0		\$0		\$0		\$0		\$0		
Pasivo	\$11.108	-19,65%	\$8.925	-28,44%	\$6.386	-46,23%	\$3.434	-100,00%	\$0	-100,00%	
Patrimonio	\$18.124	45,90%	\$26.444	38,10%	\$36.518	31,71%	\$48.096	27,55%	\$61.346	238,48%	
Aporte Futura Capitalización	\$10.224	0,00%	\$10.224	0,00%	\$10.224	0,00%	\$10.224	0,00%	\$10.224	0,00%	
Capital Social	\$400										
Utilidad del Ejercicio	\$7.500	16,26%	\$8.720	15,53%	\$10.074	14,93%	\$11.578	14,44%	\$13.250	76,66%	
Utilidades Retenidas	\$0		\$7.500	116,26%	\$16.220	62,11%	\$26.294	44,03%	\$37.872		
PASIVO + PATRIMONIO	\$29.232	20,99%	\$35.369	21,30%	\$42.904	20,10%	\$51.530	19,05%	\$61.346	109,86%	

Tabla 67 Análisis horizontal de balance general proyectado. Escenario moderado

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

De acuerdo a la tabla presentada anteriormente, se observa que en relación del año 1 con el 5 los Activos Corrientes se incrementan en 187,63% y los Activos fijos se reducen en un 119,53%, dando un incremento del total de activos en 111,23%, lo que se traduce al cumplimiento de una de las metas de la empresa, el incremento de los activos.

Analizando el Pasivo tenemos que se reduce en 100%, es decir, en el quinto año ya terminamos de cancelar el préstamo necesario en la inversión inicial.

Y en el Patrimonio, en las aportaciones no existe un incremento porcentual, pero consideramos los \$10224,00 un valor anual correcto para el tipo de negocio. Por otra parte, la utilidad del ejercicio se incrementa en un 76,66%.

4.3 Evaluación financiera

4.3.1 Principales criterios de evaluación, VAN, TIR y otros

INDICES FINANCIEROS				
Descripción	(Inv. Inicial)	Año 1	Año 2	Año 3
Flujos Inversionista	-\$23.608	\$11.520	\$14.682	\$16.013
Flujo Acumulado		\$11.520	\$26.202	\$42.215
Tasa de Descuento	16,89%			

Tabla 68 Índices financieros del proyecto. Escenario moderado

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Sumatoria de Flujos	\$42.215
Años	3
Inversión Inicial	\$23.608
TRP	59,6%

Tabla 69 Tasa de rendimiento promedio del proyecto. Escenario moderado

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

INDICES DESCONTADOS	
Suma Flujos Descontados	\$30.629

Tabla 70 Sumatoria de flujos descontados del proyecto. Escenario moderado

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

- Valor actual neto:

Valor Actual Neto (VAN) proyecto	(Positivo)	\$7.020
---	-------------------	----------------

Tabla 71 Valor Actual neto del proyecto. Escenario moderado

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Considerando que toda actividad posee un riesgo y que debe existir un valor mínimo para tomarlo como guía y que el valor actual neto es la tasa mínima exigida para un

proyecto, debemos aceptar el proyecto, ya que el resultado es mayor a 0, es decir de \$7020, por lo que no solamente se alcanza al mínimo exigido, sino que se obtienen mayores beneficios.

- Índice de Rentabilidad:

Índice de Rentabilidad (IR)	(Mayor a 1)	1,30
------------------------------------	--------------------	-------------

Tabla 72 Índice de Rentabilidad del proyecto. Escenario moderado

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Considerando que el índice de rentabilidad proporciona información acerca del beneficio obtenido por cada dólar, se obtiene un resultado mayor a 1, es decir 1,30; lo que indica que se obtienen beneficios.

- Tasa de descuento:

Tasa de Descuento	16,89%
--------------------------	---------------

Tabla 73 Tasa de descuento del proyecto. Escenario moderado

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Esta tasa de interés permite ajustar el dinero al valor actual, siendo así de 16,89%.

- Rendimiento Real:

Rendimiento Real (RR)	(Mayor a la T. Dcto)	30%
------------------------------	-----------------------------	------------

Tabla 74 Rendimiento real del proyecto. Escenario moderado

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Teniendo en cuenta que la tasa de descuento es del 16,89% y que el Rendimiento Real debe ser mayor a la misma. Es un punto positivo para la empresa, debido que en este caso la tasa del rendimiento real es de 30%.

- Tasa interna de retorno:

Tasa Interna de Retorno (Tir)	(Mayor a la T. Dcto)	33,47%
--------------------------------------	-----------------------------	---------------

Tabla 75 Tasa interna de retorno del proyecto. Escenario moderado

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Otro índice que sugiere aceptar el proyecto es esta tasa, debido que es mayor a la tasa de descuento con 16,58%

- *Payback:*

Año de Recuperación de la Inversión	Año	1	
Diferencia con Inversión Inicial	\$23.608	\$11.520	\$12.089
Flujo Mensual Promedio Año Siguiete	\$14.682	12	1223,54
Número de Meses	12089	1224	9,88
PAYBACK	1	Año (s)	10
			Mes(es)

Tabla 76 *Payback* del proyecto. Escenario moderado

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

El tiempo que se demorará en recuperar la inversión es planteada por los socios de la empresa, pero un tiempo considerado correcto por la mayoría es de 5 años. La inversión inicial del proyecto es de \$23608,00; valor que se recuperará en 1 año 10 meses, tiempo considerado sumamente positivo.

4.3.2 Punto de equilibrio

RATIOS FINANCIEROS	
Ventas	\$105.400
Costos Directos	\$22.839
Costos Indirectos	\$60.403
Flujo Neto	\$19.014
Pagos de Dividendos	\$3.434
Gastos Financieros	\$289
Gastos de Personal	\$43.939
Activos Fijos Netos	-\$1.420

Tabla 77 Datos para ratios financieros. Escenario moderado

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Punto de Equilibrio	(Menor a 50%)	\$77.112 73%
----------------------------	----------------------	-------------------------------

Tabla 78 Punto de equilibrio del proyecto. Escenario moderado

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

El punto de equilibrio en dólares de la empresa es de \$77112,00; valor que para el monto de ventas que se piensa manejar de acuerdo a la demanda potencial no es un valor extremadamente positivo, pero tampoco negativo.

4.4 Índices financieros:

4.4.1 Liquidez

Índice de Liquidez	(Mayor a 1)	\$7
---------------------------	--------------------	------------

Tabla 79 Índice de liquidez del proyecto. Escenario moderado

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Con este índice se obtiene la conclusión del flujo de caja, es decir que cuando es mayor que 1 la empresa tendrá liquidez para poder cumplir con sus actividades internas. El índice de liquidez de este proyecto es de 7 que está muy por encima del mínimo exigido.

4.4.2 Retorno (VAN, TIR, ROE y ROA)

RAZONES	
Utilidad Operativa	\$63.940
Gastos Financieros	\$289
Inversión Inicial	\$23.608
Utilidad Neta	\$51.123
Valor del Crédito	\$12.985
Ventas	\$105.400
Total Activos	\$61.746

Tabla 80 Datos para razones financieras. Escenario moderado

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

- Cobertura Financiera y Monto de Crédito:

Cobertura Financiera o de intereses	(Mayor a 1)	221,1
--	--------------------	--------------

Tabla 81 Cobertura Financiera del proyecto. Escenario moderado

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Monto de Crédito	(Mayor a 1)	3,9
-------------------------	--------------------	------------

Tabla 82 Monto de crédito del proyecto. Escenario moderado

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Se puede observar que la relación entre la Utilidad Operativa y los Gastos Financieros es sumamente positiva, ya que la liquidez analizada anteriormente nos permite cubrir los gastos financieros de una manera muy eficiente.

Por otra parte la Relación entre Valor del Crédito y la Utilidad Neta es mayor a 1

- Inversión Total y Monto de Inversión:

Inversión Total	(Mayor a 1)	2,7
------------------------	--------------------	------------

Tabla 83 Inversión total del proyecto. Escenario moderado

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Monto de Inversión	(Mayor a 1)	2,2
---------------------------	--------------------	------------

Tabla 84 Monto de inversión del proyecto. Escenario moderado

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Se puede notar que la relación tanto entre la Utilidad Operativa como Utilidad Neta y la Inversión inicial es positiva, ya que la inversión del proyecto no es alta, razón por la cual se puede observar anteriormente que el tiempo de recuperación es conveniente.

- Margen Neto de Utilidad:

Margen Neto de Utilidad	(Mayor a la T. Dcto)	49%
--------------------------------	-----------------------------	------------

Tabla 85 Margen neto de utilidad del proyecto. Escenario moderado

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Conociendo que la tasa de descuento es de 16,89% y que el Margen Neto de Utilidad es la relación entre la Utilidad Neta y las Ventas, es un punto más a favor del proyecto, ya que supera a la tasa de descuento en 31,62%

- *Dupont*

Dupont	Aprox. al 100%	82,79%
---------------	-----------------------	---------------

Tabla 86 Dupont del proyecto. Escenario moderado

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

La Relación entre el Margen Neto de Utilidad y la Rotación de Activos es 82,79%, valor muy cercano al porcentaje exigido para el proyecto.

- ROA:

ROA	Histórico-Industria	82,79%
------------	----------------------------	---------------

Tabla 87 ROA del proyecto. Escenario moderado

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

El valor presentado es positivo, debido a que relaciona la Utilidad Neta con los Activos Totales.

- ROE:

ROE	Histórico-Industria	83,33%
------------	----------------------------	---------------

Tabla 88 ROE del proyecto. Escenario moderado

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Relaciona la Utilidad Neta con el Patrimonio del último año en estudio, es decir el año 5.

4.4.3 Eficiencia

EFICIENCIA	MAYOR A 1	3,13
-------------------	------------------	-------------

Tabla 89 Eficiencia del proyecto. Escenario moderado

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

De acuerdo al resultado de la fórmula de eficiencia, se puede decir que el resultado es positivo; es decir que el servicio que presta la empresa es eficiente.

4.4.4 Apalancamiento

APALANCAMIENTO	Histórico-Industria	0,00%
-----------------------	----------------------------	--------------

Tabla 90 Apalancamiento del proyecto. Escenario moderado

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Relaciona los préstamos financieros con el patrimonio, considerando que para el quinto año ya no se tendrán préstamos financieros, es un valor ideal.

4.4.5 Rotación

Rotación de Activos	(Mayor a 1)	1,7
----------------------------	--------------------	------------

Tabla 91 Rotación de activos. Escenario moderado

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

El Resultado de la relación entre las Ventas y el Total de Activos del proyecto en estudio es mayor a 1, resultado positivo para el análisis, ya que por cada dólar de un activo que posee la empresa se tiene 1,7 dólares en ventas.

4.4.6 Composición de activos.

ACTIVOS	
ACTIVO CORRIENTE	\$ 21.961,00
ACTIVO FIJO	\$ 7.271,00
TOTAL ACTIVO	\$ 29.232,00

Tabla 15 Total Activos del proyecto. Escenario moderado

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

ACTIVO CORRIENTE	
Flujo Operativo año 1	\$15.332
Flujo No operativo año 1	\$ (7.536,00)
Flujo Neto año 0	\$ 14.164,00
TOTAL ACTIVVO CORRIENTE	\$21.960

Tabla 92 Activo corriente del proyecto. Escenario moderado

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

ACTIVOS FIJOS-OTROS	
Descripción	Valor
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$5.420
DESARROLLO DE LA APLICACIÓN MÓVIL	\$904
MUEBLES Y ENSERES	\$3.120
Total Activos Fijos	\$9.444

Tabla 15 Activos Fijos del proyecto. Escenario moderado

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

4.4.7 Análisis de Riesgos y sensibilidad del proyecto

Se realizó un análisis de riesgo con el programa @RISK que tiene como finalidad calcular el riesgo existente del proyecto de acuerdo a la modificación constante de las variables.

Parámetros de las distribuciones					
Entradas inciertas	Distribución	Parámetro 1	Parámetro 2	Parámetro 3	Resultados
Costo de la inversión	Triangular	20663,1	22959	26632,44	21811,58367
Costo fijo anual	Triangular	40466,7	44963	51707,45	44603,86363
Tasa de crecimiento de ingresos y egresos	Normal	6%	10%	12%	0,098491586
Costo variable		18%	23%	28%	0,224365668
Unidades		11	13	15	13,97655177
Precio		461,47	461,47	461,47	

Tabla 93 Parámetro de distribución de análisis de riesgo

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios.

Como resultado de valor actual neto tenemos lo siguiente:

Salidas	
VAN	\$73.428

Tabla 94 Resultados análisis de riesgo VAN

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios.

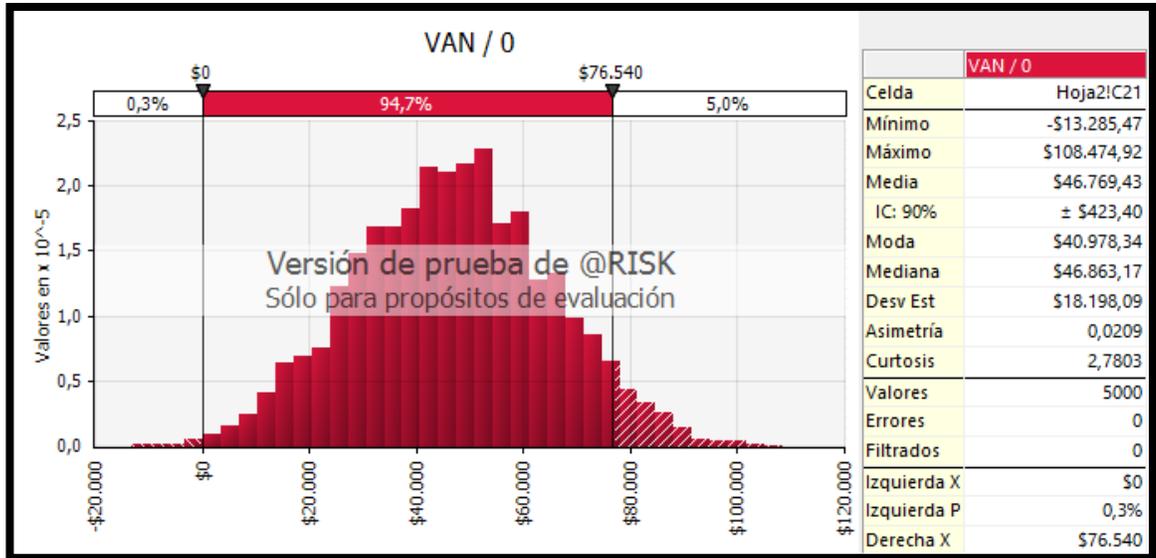


Ilustración 59 Gráfico tendencia VAN

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios.

Como se puede observar en el gráfico presentado anteriormente, tenemos un 0,3% de probabilidad de que el valor actual neto sea menor a 0 y un 94,7% que se encuentre por encima del mínimo requerido, es decir de 0. Por otra parte, el valor actual neto promedio del proyecto es de 46769,43; valor sumamente positivo, debido al valor de inversión del proyecto.

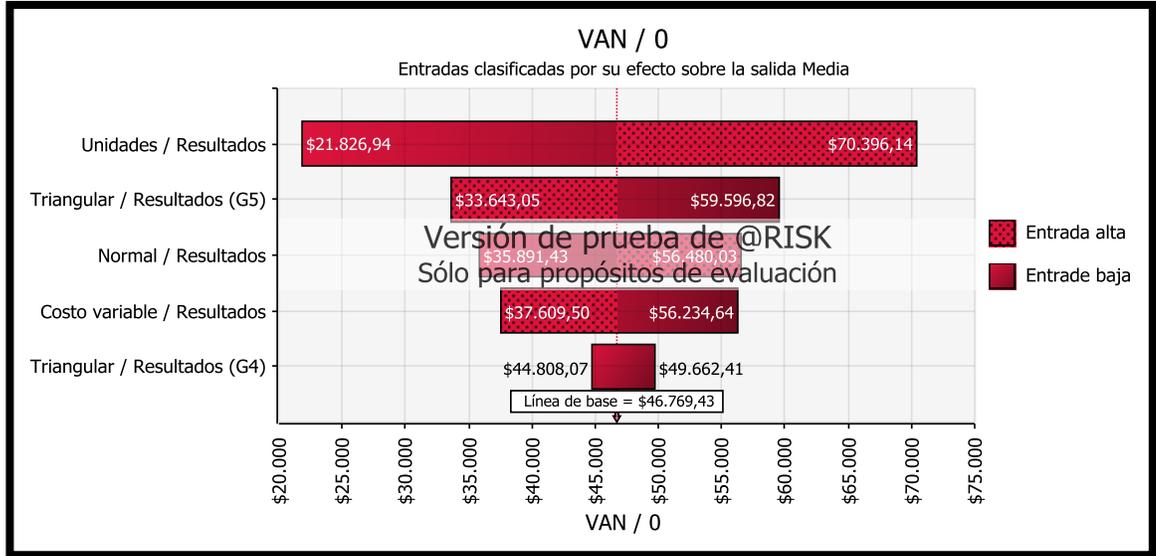


Ilustración 60 Entradas clasificadas por su efecto sobre la salida media

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios.

Como indica el gráfico el proyecto es sensible a las unidades vendidas, es por esto que se debe tener mucho cuidado para que el número de unidades vendidas no bajen, sino todo lo contrario, que se incrementen a medida que pasa el tiempo.

Como resultado del índice de rentabilidad real obtenemos lo siguiente:

Salidas	
IRR	71,3%

Tabla 95 Resultado análisis de riesgo IRR

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios.

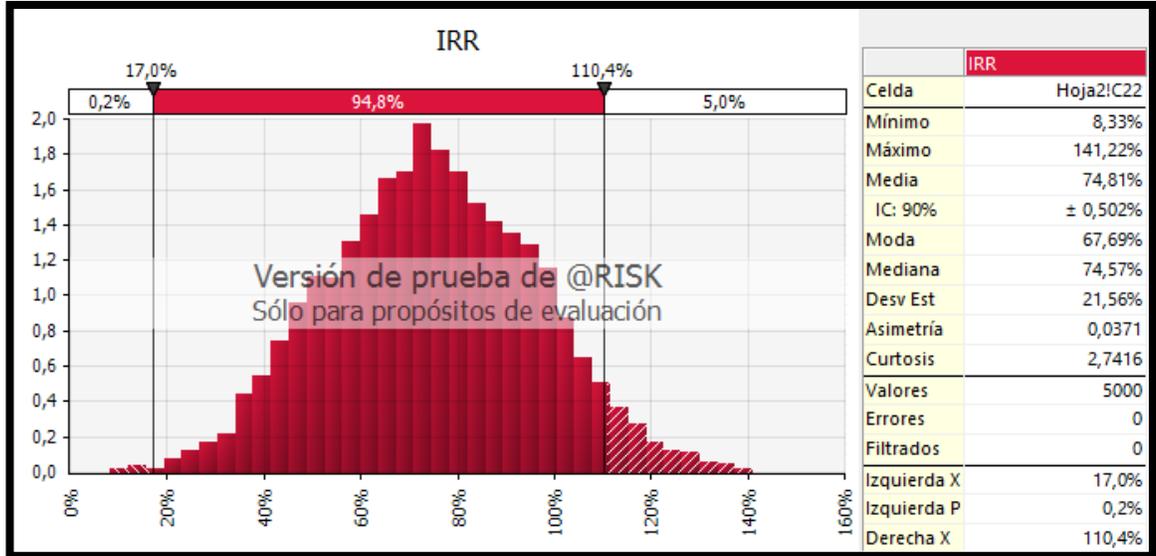


Ilustración 61 Gráfico de tendencia de IRR

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios.

Como análisis se puede obtener que el riesgo de que el índice de rendimiento real del proyecto sea menor a la tasa de descuento, es del 0,2% y que el promedio es de 74,81%, por lo que se habla de 57,92% mayor a la tasa de descuento.

4.4.8 Escenarios

Escenario Positivo:

Para crear un escenario negativo, se realizaron ciertas modificaciones, las cuales se encuentran citadas a continuación:

- Se incrementó el número de eventos a realizarse mensualmente de 13 a 15 unidades.

1. VENTAS				
PRODUCTOS	UNIDADES MENSUALES	UNIDADES ANUALES	PRECIO DE VENTA	VENTAS ANUALES
Organización integral de una boda	15	180	\$461,47	\$83.065

Tabla 96 Ventas del proyecto. Escenario positivo

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

- Se redujo el valor en muebles y enseres, específicamente por reducir el valor de adecuación del local en \$400,0 y el costo de equipos de computación, reduciendo el valor de una *SmarthTV* en \$60,00.

ACTIVOS FIJOS-OTROS	
Descripción	Valor
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$5.360
DESARROLLO DE LA APLICACIÓN MÓVIL	\$904
MUEBLES Y ENSERES	\$2.720
Total Activos Fijos	\$8.984

Tabla 15 Activos Fijos del proyecto. Escenario positivo

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

- Análisis del escenario positivo:

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO						
		% Incremento Anual			10,0%	
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		\$83.065	\$91.371	\$100.508	\$110.559	\$121.615
(Costos Directos)		\$15.599	\$17.159	\$18.875	\$20.762	\$22.839
Utilidad Bruta		\$67.465	\$74.212	\$81.633	\$89.797	\$98.776
(Costos Indirectos)		\$12.718	\$13.990	\$15.389	\$16.928	\$18.620
Utilidad Operativa		\$54.747	\$60.222	\$66.244	\$72.869	\$80.156
Gastos de Administración y Ventas		\$28.340	\$31.174	\$34.292	\$37.721	\$41.493
Gastos Financieros		\$1.810	\$1.510	\$1.162	\$756	\$284
Depreciaciones y amortizaciones		\$2.153	\$2.153	\$2.153	\$2.153	\$2.153
Utilidad antes de Beneficios		\$22.444	\$25.385	\$28.639	\$32.240	\$36.226
15% Utilidades trabajadores		\$3.367	\$3.808	\$4.296	\$4.836	\$5.434
Utilidad antes de impuestos		\$19.077	\$21.577	\$24.343	\$27.404	\$30.793
22% impuesto a la renta		\$4.197	\$4.747	\$5.355	\$6.029	\$6.774
Utilidad Neta		\$14.880	\$16.830	\$18.987	\$21.375	\$24.018

Tabla 97 Estado de resultados proyectado. Escenario positivo

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

FLUJO DE CAJA PROYECTADO			% recuperación de ventas		100,0%	
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		\$83.065	\$91.371	\$100.508	\$110.559	\$121.615
(Costos Directos)		\$15.599	\$17.159	\$18.875	\$20.762	\$22.839
(Costos Indirectos)		\$12.718	\$13.990	\$15.389	\$16.928	\$18.620
Gastos de Administración y Ventas		\$28.340	\$31.174	\$34.292	\$37.721	\$41.493
Flujo Operativo		\$26.407	\$29.048	\$31.953	\$35.148	\$38.663
Ingresos no operativos	\$23.148					
Crédito	\$12.732					
Aporte Propio	\$10.417					
Egresos no operativos		\$11.214	\$12.205	\$13.302	\$14.515	\$15.859
Inversiones	\$23.148					
<i>Activos Fijos</i>	\$8.984					
<i>Capital de Trabajo</i>	\$14.164					
Pago de dividendos		\$1.840	\$2.140	\$2.489	\$2.895	\$3.367
Gastos Financieros		\$1.810	\$1.510	\$1.162	\$756	\$284
Impuestos		\$7.564	\$8.555	\$9.651	\$10.865	\$12.208
Flujo No Operativo	\$14.164	-\$11.214	-\$12.205	-\$13.302	-\$14.515	-\$15.859
FLUJO NETO	\$14.164	\$29.357	\$16.843	\$18.651	\$20.633	\$22.804
Flujo Acumulado	\$14.164	\$29.357	\$46.200	\$64.851	\$85.484	\$108.288
Flujo para VAN		\$18.844	\$26.908	\$29.464	\$32.253	\$35.296
Flujo para VAN 2		\$17.033	\$18.983	\$21.140	\$23.528	\$26.171

Tabla 98 Flujo de caja proyectado. Escenario positivo

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

BALANCE GENERAL PROYECTADO						
Descripción		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos Corrientes		\$29.357	\$46.200	\$64.851	\$85.484	\$108.288
Caja - Bancos		\$29.357	\$46.200	\$64.851	\$85.484	\$108.288
Inventarios		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Ctas por cobrar		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Activos Fijos Netos		\$6.831	\$4.678	\$2.526	\$373	-\$1.780
Activos Fijos		\$8.984	\$8.984	\$8.984	\$8.984	\$8.984
(Depreciación acumulada)		-\$2.153	-\$4.306	-\$6.458	-\$8.611	-\$10.764
TOTAL ACTIVOS		\$36.189	\$50.878	\$67.377	\$85.856	\$106.508
Préstamos Inst. Financieras		\$10.891	\$8.751	\$6.262	\$3.367	\$0
Cuentas por pagar		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Pasivo		\$10.891	\$8.751	\$6.262	\$3.367	\$0
Patrimonio		\$25.297	\$41.727	\$60.715	\$82.089	\$106.108
Aporte Futura Capitalización		\$10.017	\$10.017	\$10.017	\$10.017	\$10.017
Capital Social		\$400				
Utilidad del Ejercicio		\$14.880	\$16.830	\$18.987	\$21.375	\$24.018
Utilidades Retenidas		\$0	\$14.880	\$31.710	\$50.698	\$72.073
PASIVO + PATRIMONIO		\$36.189	\$50.478	\$66.977	\$85.456	\$106.108

Tabla 99 Balance general proyectado. Escenario positivo

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Escenario Negativo:

Para crear un escenario negativo, se realizaron ciertas modificaciones, las cuales se encuentran citadas a continuación:

- Se redujo el número de eventos a realizar de 13 a 11 mensuales.

1. VENTAS				
PRODUCTOS	UNIDADES MENSUALES	UNIDADES ANUALES	PRECIO DE VENTA	VENTAS ANUALES
Organización integral de una boda	11	132	\$461,47	\$60.914

Tabla 100 Ventas del proyecto. Escenario negativo

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

- Se incrementaron los activos fijos, exactamente, el valor de muebles y enseres; suponiendo que la adecuación del local se incremente en \$100,00

ACTIVOS FIJOS-OTROS	
Descripción	Valor
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$5.420
DESARROLLO DE LA APLICACIÓN MÓVIL	\$904
MUEBLES Y ENSERES	\$3.220
Total Activos Fijos	\$9.544

Tabla 101 Activos fijos del proyecto. Escenario negativo

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

- Estados Financieros:

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO						
			% Incremento Anual		10,0%	
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		\$60.914	\$67.005	\$73.706	\$81.077	\$89.184
(Costos Directos)		\$15.599	\$17.159	\$18.875	\$20.762	\$22.839
Utilidad Bruta		\$45.315	\$49.846	\$54.831	\$60.314	\$66.346
(Costos Indirectos)		\$12.718	\$13.990	\$15.389	\$16.928	\$18.620
Utilidad Operativa		\$32.597	\$35.857	\$39.442	\$43.386	\$47.725
Gastos de Administración y Ventas		\$28.340	\$31.174	\$34.292	\$37.721	\$41.493
Gastos Financieros		\$1.854	\$1.547	\$1.190	\$774	\$290
Depreciaciones y amortizaciones		\$2.173	\$2.173	\$2.173	\$2.173	\$2.173
Utilidad antes de Beneficios		\$230	\$963	\$1.788	\$2.719	\$3.769
15% Utilidades trabajadores		\$34	\$144	\$268	\$408	\$565
Utilidad antes de impuestos		\$195	\$818	\$1.520	\$2.311	\$3.204
22% impuesto a la renta		\$43	\$180	\$334	\$508	\$705
Utilidad Neta		\$152	\$638	\$1.186	\$1.803	\$2.499

Tabla 102 Estado de resultados proyectado. Escenario negativo

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

FLUJO DE CAJA PROYECTADO			% recuperación de ventas		100,0%	
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		\$60.914	\$67.005	\$73.706	\$81.077	\$89.184
(Costos Directos)		\$15.599	\$17.159	\$18.875	\$20.762	\$22.839
(Costos Indirectos)		\$12.718	\$13.990	\$15.389	\$16.928	\$18.620
Gastos de Administración y Ventas		\$28.340	\$31.174	\$34.292	\$37.721	\$41.493
Flujo Operativo		\$4.257	\$4.682	\$5.151	\$5.666	\$6.232
Ingresos no operativos	\$23.708					
Crédito	\$13.040					
Aporte Propio	\$10.669					
Egresos no operativos		\$3.816	\$4.063	\$4.342	\$4.655	\$5.009
Inversiones	\$23.708					
<i>Activos Fijos</i>	\$9.544					
<i>Capital de Trabajo</i>	\$14.164					
Pago de dividendos		\$1.885	\$2.192	\$2.549	\$2.965	\$3.449
Gastos Financieros		\$1.854	\$1.547	\$1.190	\$774	\$290
Impuestos		\$77	\$324	\$603	\$916	\$1.270
Flujo No Operativo	\$14.164	-\$3.816	-\$4.063	-\$4.342	-\$4.655	-\$5.009
FLUJO NETO	\$14.164	\$14.605	\$619	\$809	\$1.010	\$1.223
Flujo Acumulado	\$14.164	\$14.605	\$15.224	\$16.033	\$17.043	\$18.266
Flujo para VAN		\$4.179	\$2.490	\$2.601	\$2.701	\$2.784
Flujo para VAN 2		\$2.325	\$2.811	\$3.358	\$3.975	\$4.672

Tabla 103 Flujo de caja proyectado. Escenario negativo

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

BALANCE GENERAL PROYECTADO						
Descripción		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos Corrientes		\$14.605	\$15.224	\$16.033	\$17.043	\$18.266
Caja - Bancos		\$14.605	\$15.224	\$16.033	\$17.043	\$18.266
Inventarios		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Ctas por cobrar		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Activos Fijos Netos		\$7.371	\$5.198	\$3.026	\$853	-\$1.320
Activos Fijos (Depreciación acumulada)		\$9.544 -\$2.173	\$9.544 -\$4.346	\$9.544 -\$6.518	\$9.544 -\$8.691	\$9.544 -\$10.864
TOTAL ACTIVOS		\$21.976	\$20.422	\$19.058	\$17.896	\$16.946
Préstamos Inst. Financieras		\$11.155	\$8.963	\$6.414	\$3.449	\$0
Cuentas por pagar		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Pasivo		\$11.155	\$8.963	\$6.414	\$3.449	\$0
Patrimonio		\$10.821	\$11.059	\$12.245	\$14.047	\$16.546
Aporte Futura Capitalización		\$10.269	\$10.269	\$10.269	\$10.269	\$10.269
Capital Social		\$400				
Utilidad del Ejercicio		\$152	\$638	\$1.186	\$1.803	\$2.499
Utilidades Retenidas		\$0	\$152	\$790	\$1.976	\$3.779
PASIVO + PATRIMONIO		\$21.976	\$20.022	\$18.658	\$17.496	\$16.546

Tabla 104 Balance general proyectado. Escenario negativo

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

- Análisis del escenario negativo:

Mediante los estados financieros podemos observar que con datos como los modificados para crear este escenario, el proyecto no sería aceptable.

RESUMEN ESCENARIOS	NEGATIVO	MODERADO	POSITIVO
Valor Actual Neto (VAN) proyecto	-\$16.681	\$ 7.020,00	\$ 31.117,00
Indice de Rentabilidad (IR)	0,30	1,3	2,34
Rendimiento Real (RR)	-70%	30%	134%
TIR	-37,49%	33,47%	82,96%
Tiempo recuperación	6 años 9 meses	1 año 10 meses	1 año 2 meses
Unidades vendidas	11	13	15

Tabla 105 Resumen de escenarios del proyecto

Elaborado por: Johanna Céleri y Christian Palacios

Conclusiones capítulo 4:

Al terminar este capítulo podemos definir que la inversión total del proyecto es de \$23608,00; el cual será financiado en un 55% por financiamiento externo y 45% por aporte propio. Mediante los estados financieros proyectados podemos concluir que tanto el flujo de caja como la utilidad proyectados a 5 años es bastante alentadora y se incrementa a medida que pasa el tiempo, debido al incremento en las ventas y obviamente a la reducción del gasto financiero; por otra parte los índices, ratios y razones financieros se encuentran por encima del mínimo permitido tomando como valores más importantes el tiempo en el que se recupera la inversión de 1 año 10 meses, el índice de rentabilidad de 1,30, el índice de liquidez de \$7 y el margen neto de utilidad de 49%. Por lo tanto podemos concluir diciendo que mediante el análisis financiero, el proyecto es rentable y factible.

Conclusiones

Mediante el estudio de factibilidad realizado en estos cuatro capítulos, se dedujo que el entorno en el que se encuentra la empresa es favorable, debido a que no existen muchas leyes que puedan afectar sus actividades, es más, el avance tecnológico en el país por cambio de la matriz productiva y en general por la innovación en el tema de las TICS aportan a la creación de la misma; por otra parte, mediante el FODA cruzado se encontraron estrategias para estar protegidos de los posibles cambios del mercado.

Se dedujo también que la empresa se debe concentrar a un mercado de estrato económico A y B, soltero y de 23 a 33 años; personas que de acuerdo a las encuestas realizadas aportaron a la decisión de que el local debe estar situado en el sector del estadio por la facilidad de acceso, la publicidad que se manejará será por internet y redes sociales, y que el pago promedio al que están disponibles para cancelar es de \$500,00 por evento. Por otra parte, en el estudio de la oferta se pudo concluir que no existe competencia directa, pero sí una cantidad considerable de competencia indirecta, por lo que se debe innovar tanto el servicio como la aplicación constantemente.

Respecto a la prestación del servicio se dedujo que la organización integral de una boda toma en promedio 3 meses y que no es necesario poseer un local grande ni con muchos activos fijos para poder producirlo, ya que se puede realizar todo el proceso desde algunas computadoras; así mismo el usuario seguirá el proceso mediante su celular, lo que hace el proyecto innovador e interesante, cumpliendo de esta forma el objetivo del mismo, que consiste en facilitar la toma de decisiones del usuario permitiendo que puede controlar su tiempo de mejor manera.

Concluyendo con un estudio financiero, en el que se requiere de una inversión inicial de \$23608,00 dólares, valor que para formar una empresa no es considerado elevado por la

mayoría de inversionistas de mediana escala y que con el cual se obtienen datos muy positivos como un Valor Actual Neto de 7020, una Tasa Interna de Retorno de 1,30%, un tiempo de recuperación de la inversión de 1 años 10 meses y los índices financieros más representativos por encima de los mínimos. Como riesgos más significativos tenemos que de acuerdo al análisis de riesgos, el proyecto es sensible a la cantidad de ventas y por lo tanto también existe un riesgo financiero. De esta manera queda demostrado que el proyecto es factible, debido a que cumple y cumplirá con los objetivos propuestos tanto para los usuarios, socios de la empresa, el sistema financiero y el Estado de acuerdo a los reglamentos que plantea.

Recomendaciones

Para una correcta aplicación del proyecto es necesario que se tome en cuenta el análisis del entorno realizado mediante el análisis PESTLA, es decir aprovechar las leyes y normas que apoyan a las TIC'S y aplicar las estrategias encontradas mediante el análisis FODA cruzado.

Aunque no exista competencia directa por el momento, hay que tener en cuenta que debido a que crear este tipo de empresa no requiere de una inversión alta ni un flujo de dinero elevado, las empresas que son consideradas como competencia indirecta podrían fácilmente reproducir nuestra idea o mejorarla; es por esta razón que debe existir una constante innovación y mejoramiento de calidad del servicio.

A pesar de que se debe enfocar en los niveles A y B, se debe crear estrategias para que otros estratos puedan disfrutar del servicio, obviamente no disminuyendo la calidad y las opciones disponibles para los usuarios, sino controlando y manejando los costos fijos.

Por otra parte, se debe considerar como un punto importante el manejo de la publicidad y marketing, que de acuerdo al estudio de mercado se debe realizar por internet y redes sociales; es por esto que se debe aprovechar al máximo porque su costo no es alto a comparación de los beneficios que se pueden obtener a cambio.

Como se pudo notar en el desarrollo del capítulo financiero mediante el análisis de escenarios y riesgos, el proyecto es sensible al nivel de ventas mensuales; por esta razón se debe realizar una publicidad eficiente y mantener en control los costos, precio del servicio, estados financieros e índices; ya que en el caso de que se reduzcan las ventas

en dos unidades mensuales, los estados e índices financieros se reducen en una gran proporción, obteniendo un proyecto no aceptable.

Anexos

- Modelo de Encuesta:

Encuesta

Somos estudiantes de la Universidad del Azuay. El siguiente cuestionario tiene como objetivo conocer su opinión, gustos y preferencias sobre el servicio de organización de bodas mediante una aplicación para *smartphones*. Por favor ayúdenos respondiendo con sinceridad lo siguiente.

Señale en cada pregunta con una X la mejor opción de acuerdo a su criterio.

1. Sexo

1	Femenino
2	Masculino

2. Edad

1	De 15 a 24 años
2	De 25 a 34 años
3	De 35 a 44 años
4	De 45 a 54 años
5	De 55 a 64 años

3. Estado civil

1	Soltero/a
2	Casado/a
3	Divorciado/a
4	Viudo/a
5	Unión Libre

4. ¿Posee usted un *Smartphone* o *Tablet*?

1	Si
2	No

5. ¿Tiene acceso a internet en algún momento del día?

1	Si
2	No

6. ¿Considera difícil organizar una boda de aproximadamente 80 personas?

1	Si
2	No

7. ¿Ha solicitado usted o conoce de algún familiar que haya solicitado ayuda profesional para organizar algún evento anteriormente?

1	Si
2	No

8. ¿Le gustaría contar con la ayuda de profesionales que le brinden la asesoría completa en conseguir un local, invitaciones, vestuario, etc. Mediante una aplicación móvil?

1	Si
2	No

Si su respuesta es no, la encuesta ha finalizado. Gracias

9. ¿Conoce usted de otras empresas que presten este tipo de servicios?

Si su respuesta es sí, por favor díganos cuáles.

1	Si
2	No

¿Cuáles?

10. ¿Con cuánto tiempo de anticipación organizaría este evento?

1	3 meses
2	5 meses
3	7 meses
4	9 meses

11. ¿Qué atributo considera de mayor importancia al momento de

organizar una boda?

1	Precio
2	Facilidades de pago
3	Asesoría en organización
4	Tiempo de Anterioridad

12. ¿Cómo desearía que fuera calculado el precio para la asesoría?

1	Un monto fijo
2	Un % del costo de la boda
3	Un valor por cada actividad realizada

13.¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la asesoría de una boda de aproximadamente \$5000?

1	De \$500 a \$700
2	De \$701 a \$900
3	De \$900 a \$1100
4	Más de \$1100

14. ¿Qué método de pago utiliza con frecuencia?

1	Efectivo
2	Tarjeta de Crédito o débito
3	Cheques posfechados

15. ¿Por qué medio publicitario le gustaría conocer el servicio?

1	TV
2	Radio
3	Internet
4	Periódico
5	Otros

Gracias.

(Celleri & Palacios , 2016)

Referencias

(2003). Obtenido de DTI: www.dti@uniandes.edu.co

El blog de dominio.com. (2003). Recuperado el 27 de 11 de 2016, de <https://blog.dominio.com/hosting-definicion-significado/>

Empresamastecnologia. (2012). Recuperado el 2016, de <http://empresamastecnologia.blogspot.com/2012/07/las-tic-en-el-ecuador-entorno-politico.html>

Inversiones-es. (Noviembre de 2014). Recuperado el 5 de Noviembre de 2015, de <http://www.inversion-es.com/plan-de-inversiones.html>

Ecuador en cifras. (2015). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web->

inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111220_NSE_Presentacion.pdf

Ecuador en Cifras. (2015). Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111220_NSE_Presentacion.pdf

FayerWayer. (5 de 2 de 2015). Recuperado el 03 de 07 de 2016, de <https://www.fayerwayer.com/2015/02/ecuador-la-ley-de-telecomunicaciones-afecta-a-la-neutralidad-de-la-red/>

Ecuador en cifras. (12 de 2016). Recuperado el 03 de 01 de 2017, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Diciembre-2016/122016_Presentacion_Laboral.pdf

El Telégrafo. (13 de 01 de 2016). Recuperado el 3 de 7 de 2017, de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/politica/2/las-188-leyes-aprobadas-abarcan-cuatro-ejes>

Besteiro, M. (2012). *Ehu.eus*. Recuperado el 27 de 11 de 2016, de <http://www.ehu.eus/mrodriguez/archivos/csharp/pdf/ServiciosWeb/WebServices.pdf>

Celleri, J., & Palacios, C. (2016). Ecuador.

Delgado, F. (2015). *Audistores y Asesores Geerenciales*. Obtenido de <http://www.smsecuador.ec/como-constituir-una-compania-en-ecuador/>

Intelectual, I. E. (02 de 05 de 2014). *Instituto Ecuatoriano de la Propiedad intelectual*. Recuperado el 28 de 03 de 2017, de https://www.propiedadintelectual.gob.ec/wp-content/uploads/2014/05/guia_solicitante_patentes_invencion_modelos_utilidad-1.pdf

Morales, R. (13 de 07 de 2003). *Tendencias 21*. Recuperado el 17 de 03 de 2017, de http://www.tendencias21.net/El-comercio-electronico-ayuda-a-proteger-el-medio-ambiente_a194.html

Revista Lideres. (s.f.). Recuperado el 3 de 7 de 2016, de <http://www.revistalideres.ec/lideres/gasto-aumenta-empresas-nuevas-normas.html>

(1998). En Sarasa.

Tramites Ecuador. (s.f.). *Tramites Ecuador*. Obtenido de <http://tramites.ecuadorlegalonline.com/comercial/servicio-de-rentas-internas/como-sacar-el-ruc-en-ecuador/>

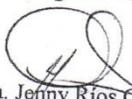
Urbina, G. B. (2012). Evaluación de Proyectos. En *Evaluación de Proyectos* (págs. 166-167). Mexico: Ingramex.

Doctora Jenny Ríos Coello, Secretaria de la Facultad de Ciencias de la Administración
de la Universidad de Azuay

CERTIFICA:

Que, el Consejo de Facultad en sesión del 31 de julio de 2015, conoció la petición de los estudiantes **JOHANNA VANESSA CELLERI RODAS** con código 60661 y **CHRISTIAN ALFREDO PALACIOS ATIENCIA** con código 51009, que denuncian su trabajo de titulación "**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREAR UNA EMPRESA QUE ORGANIZA BODAS MEDIANTE UNA APLICACIÓN MOVIL**", presentado como requisito previo a la obtención del título Ingeniera Comercial. El Consejo de Facultad acoge el informe de la Junta Académica y aprueba la denuncia. Designa como **Director al economista Fabián Carvalho Coellar** y como miembros del **Tribunal Examinador a la ingeniera Gabriela Duque Espinoza e ingeniero Esteban Crespo Martínez**, considerando que el economista José Vera, tiene asignado como miembro del tribunal un número determinado de trabajos de titulación. De conformidad con el Instructivo para la Creación y Funcionamiento de la Unidad de Titulación Especial y Of. No 660V-15-UDA del Vicerrectorado, la peticionaria para desarrollar y presentar su trabajo de titulación, tiene un plazo de **Dieciocho MESES**, contados a partir de la fecha de aprobación del Consejo de Facultad, estos es **hasta el 31 de enero de 2017**. Los peticionarios deberán registrarse en la Unidad de Titulación en el mes de septiembre de 2015.

Cuenca, agosto 3 de 2015



Dra. Jenny Ríos Coello
Secretaria de la Facultad de
Ciencias de la Administración

CONVOCATORIA

Por disposición de la Junta Académica de Administración de Empresas, se convoca a los Miembros del Tribunal Examinador, a la sustentación del Protocolo del Trabajo de Titulación "Estudio de factibilidad para crear una empresa que organiza bodas mediante una aplicación", presentado por los estudiantes Johanna Vanessa Céltri Rodas con código 60661 y Christian Alfredo Palaciés Atiencia con código 51009, previa a la obtención del grado de Ingeniero Comercial, para el día **MIÉRCOLES 24 DE JUNIO DE 2015 A LAS 19h00**

Cuenca, 19 de junio de 2015



Dra. Jenny Ríos Coello
Secretaria de la Facultad

Eco. Fabián Carvallo Coellar

Eco. José Vera Reino

Ing. Gabriela Duque Espinoza



Comunicado Siba
Cellen

Fecha: 10-6-2015

ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Diseños de Tesis

Escuela de Administración de Empresas

Estudiante: Céleri Rodas Johanna Vanessa con código 60661 y Palacios Atencia Cristián Alfredo con código 51009.

Tema: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREAR UNA EMPRESA QUE ORGANIZA BODAS MEDIANTE UNA APLICACIÓN MOVIL"

Para: La obtención del título de Ingenieras Comercial

Director: Econ. Fabián Carvalho.

Tribunal: Econ. José Vera Reino.

Tribunal: Ing. Gabriela Duque Espinoza.

DIA: *Miércoles*

FECHA: *24 de Junio/2015*

HORA: *19h00.*

Cuenca, 04 de junio de 2015
Oficio: EA-588-2015-UDA

Ingeniero
XAVIER ORTEGA
Decano de la Facultad de Ciencias de la Administración
Ciudad.

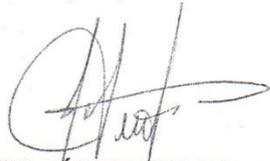
De nuestra consideración:

La Junta Académica de la Escuela de Administración, en relación a la Denuncia/Protocolo de Trabajo de Titulación, presentado por Céleri Rodas Johanna Vanessa y Palacios Atiencia Christian Alfredo, tema: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREAR UNA EMPRESA QUE ORGANIZA BODAS MEDIANTE UNA APLICACION MOVIL, informa que, este trabajo cumple con la metodología propuesta en la "Guía para la elaboración y presentación de la denuncia/protocolo de trabajo de titulación".

Director: Econ. Carvallo Fabián ✓

Tribunal sugerido: Ing. Vera José ✓
Ing. Duque Gabriela ✓

Atentamente,



ING. IVÁN ORELLANA OSORIO
Presidente de la Junta de Administración



ACTA

SUSTENTACIÓN DE PROTOCOLO/DENUNCIA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

- 1.1 **Nombre del estudiante:** Johanna Vanessa Célteri Rodas y Christian Alfredo Palacios
Atiencia
Código 60661 y 51009
- 1.2 **Director sugerido:** Eco. Fabián Carvallo Coellar
- 1.3 **Codirector (opcional):** _____
- 1.4 **Tribunal:** Eco. José Vera Reino / Ing. Gabriela Duque Espinoza
- 1.5 **Título propuesto:** : "Estudio de factibilidad para crear una empresa que organiza bodas mediante una aplicación"
- 1.6 **Resolución:**

1.6.1 Aceptado sin modificaciones _____

1.6.2 Aceptado con las siguientes modificaciones:

*Mesurar Estado del Arte. / Objetivo General, mejorar
Enfoque supuestos y riesgos / Esquema tentativo:
re-plantamiento con enfoque a Estudios de Factibilidad*

1.6.3 Responsable de dar seguimiento a las modificaciones: Eco. Fabián Carvallo Coellar

1.6.4 No aceptado

• Justificación:

[Signatures]
Tribunal
Eco. Fabián Carvallo Coellar Eco. José Vera Reino Ing. Gabriela Duque Espinoza
Srta. Johanna Célteri Rodas Sr. Christian Palacios Atiencia
Dra. Jenny Ríos Coello
Secretario de Facultad

Fecha de sustentación: Miércoles 24 de junio de 2015 a las 19h00.



RÚBRICA PARA LA EVALUACIÓN DEL PROTOCOLO DE TRABAJO DE TITULACIÓN

- 1.1 **Nombre del estudiante:** Johanna Vanessa Céltri Rodas y Christian Alfredo Palacios Atiencia
 1.1.1 **Código** 60661 y 51009
 1.1 **Director sugerido:** Eco. Fabián Carvallo Coellar
 1.2 **Codirector (opcional):**
 1.3 **Título propuesto:** "Estudio de factibilidad para crear una empresa que organiza bodas mediante una aplicación"
 1.4 **Revisores (tribunal):** Eco. José Vera Reino / Ing. Gabriela Duque Espinoza
 1.5 **Recomendaciones generales de la revisión:**

	Cumple totalmente	Cumple parcialmente	No cumple	Observaciones (*)
Línea de investigación				
1. ¿El contenido se enmarca en la línea de investigación seleccionada?	✓			
Título Propuesto				
2. ¿Es informativo?	✓			
3. ¿Es conciso?	✓			
Estado del arte				
4. ¿Identifica claramente el contexto histórico, científico, global y regional del tema del trabajo?		✓		
5. ¿Describe la teoría en la que se enmarca el trabajo		✓		
6. ¿Describe los trabajos relacionados más relevantes?	✓			
7. ¿Utiliza citas bibliográficas?	✓			
Problemática y/o pregunta de investigación				
8. ¿Presenta una descripción precisa y clara?	✓			
9. ¿Tiene relevancia profesional y social?	✓			
Hipótesis (opcional)				
10. ¿Se expresa de forma clara?	✓			
11. ¿Es factible de verificación?	✓			
Objetivo general				
12. ¿Concuerda con el problema formulado?	✓			
13. ¿Se encuentra redactado en tiempo verbal infinitivo?	✓			

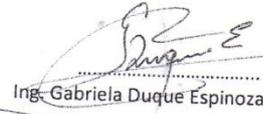


(*) Breve justificación, explicación o recomendación.

- Opcional cuando cumple totalmente,
- Obligatorio cuando cumple parcialmente y NO cumple.


Eco. Fabián Carvalho Coellar


Eco. José Vera Reino


Ing. Gabriela Duque Espinoza

UNIVERSIDAD DEL AZUAY



Facultad de Ciencias Administrativas

Escuela de Administración

Protocolo de trabajo de titulación

Título:

Estudio de factibilidad para crear una empresa que organiza bodas mediante una aplicación móvil.

Nombre del Estudiante:

Johanna Vanessa Céleri Rodas

Christian Alfredo Palacios Atiencia

Director Sugerido:

Economista Fabián Carvallo

Cuenca-Ecuador

2015

1. DATOS GENERALES

1.1 Nombre de los estudiantes:

Célleri Rodas Johanna Vanessa

Palacios Atencia Christian Alfredo

1.1.1 Códigos:

60661

51009

1.1.2 Contactos:

Johanna Célleri:

Teléfono: 2814905

Celular: 0984330990

E-mail: johy_celleri@hotmail.com

Christian Palacios:

Teléfono: 24100370

Celular: 0984147032

Convencional: 4100370

E-mail: christianpalacios_26@hotmail.com

1.2 Director sugerido:

Economista Fabián Patricio Carvallo Coellar.

1.2.1 Contacto:

Teléfono Fijo: 4203043

Teléfono Móvil: 0996825207

Email del director: fcarvallo@uazuay.edu.ec

1.3 Co-director sugerido:

1.3.1 Contacto:

1.4 Asesor Metodológico:

1.5 Tribunal designado:

1.6 Aprobación:

1.7 Línea de investigación de la carrera: Emprendimiento.

1.7.1 Código UNESCO: 5311.97

1.7.2 Tipo de trabajo:

a) Plan de negocios.

b) Investigación formativa.

1.8 Área de estudio: Área de Proyectos y Emprendimiento.

1.9 Título propuesto: Estudio de factibilidad para crear una empresa que organiza bodas mediante una aplicación móvil.

1.10 Subtítulo:

1.11 Estado del proyecto: Proyecto nuevo.

2. CONTENIDO

2.1 Motivación de la investigación:

Los eventos sociales en nuestra ciudad han adquirido relevancia, debido a que es una carta de presentación tanto para la persona homenajeada como para los anfitriones, pero la mayoría de veces realizar uno conlleva malestares como *stress* y conflictos emocionales. Por lo tanto realizaremos el estudio de factibilidad de una empresa de organización de bodas la cual prestará asesoramiento completo al momento de organizar las mismas mediante una aplicación para equipos inteligentes que permita tomar decisiones de una forma fácil e interactiva.

2.2 Problemática:

La organización de eventos de mediana y gran magnitud la mayoría de veces conlleva a las personas que los organizan a tener conflictos relacionados con la toma de decisiones y en la ciudad de Cuenca no existe empresa alguna que brinde el servicio completo de asesoramiento y organización de eventos mediante una aplicación para equipos inteligentes en la que el cliente pueda decidir los detalles de su evento desde estos. Por lo que es necesario realizar un estudio de factibilidad para la creación de dicha empresa. Lo que lograremos con esta empresa es que los clientes decidan y armen su evento de forma rápida, fácil e interactiva.

2.3 Pregunta de investigación:

¿Es factible la creación de una empresa de organización de bodas que preste su servicio mediante una aplicación para equipos inteligentes?

2.4 Resumen:

Se realizará un estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la organización de bodas, donde se busca determinar la aceptación del servicio al ser realizado mediante una aplicación para equipos inteligentes, la investigación se realizará por medio del método deductivo a través de un estudio de mercado al realizar encuestas que serán procesadas por medio del programa estadístico SPSS, un estudio técnico y uno financiero.

2.5 Estado del arte y marco teórico:

Un estudio de factibilidad es la base de toda empresa exitosa porque a comparación de las que no lo realizan éstas ganan ventaja al tener conocimientos previos con los estudios de mercado, técnicos y financieros, de esta manera podemos tener una idea de principio a mediano plazo de la situación de la empresa. Según Baca Urbina, el estudio de factibilidad nos permite conocer a fondo la investigación mediante fuentes primarias y secundarias de la investigación de mercados, detalla los recursos a utilizarse como tecnología y demás recursos materiales, determina los costos, ingresos y en sí la rentabilidad del proyecto a realizarse, siendo esta la base para la toma de decisiones.

Según Tania Santos Santos el estudio de factibilidad es considerado un proceso de aproximaciones sucesivas, en el cual se desarrolla un problema por resolver. Para esto partimos de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de tratamiento de la información y su confiabilidad dependen de la profundidad con la que se realicen los estudios pertinentes.

Según Yanirys Montes de Oca y Yuliesky Brito para realizar un proyecto nuevo e innovador es necesario estimar el tiempo de desarrollo que se requiere para la ejecución

del mismo, sus costos así como la cantidad de personas que se necesiten para de esta forma calcular si es factible o no realizar dicho proyecto.

Según Varela, “se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto, es por ello que este estudio permite la utilización de diversas herramientas que ayuden a determinar la infraestructura tecnológica y la capacidad técnica que implica la implantación del sistema en cuestión, así como los costos, beneficios y el grado de aceptación que la propuesta genera en la institución.”

Como podemos ver en lo citado anteriormente podemos concluir que un estudio de factibilidad se compone de un estudio de mercado, estudio técnico y un estudio financiero. “El estudio de mercado es una investigación sistemáticas basada en la recopilación y análisis de datos relacionados con la características destacadas del mercado al que se dirige una empresa. Esta información incluye, por lo general, datos relativos al comportamiento de los consumidores y la competencia. Con el estudio de mercado usted podrá saber si sus productos o servicios están enfocados y dirigidos a los consumidores adecuados.” (Revista Gerencie, 2015)

El objetivo de un estudio técnico es verificar cuán posible es fabricar un producto o brindar un servicio, analizando el tamaño óptimo, localización más favorable, equipos a utilizar, instalaciones necesarias y la organización requerida para su ejecución (Prieto Herrera, 2009).

“El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo. El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de [inversión](#). El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha. La viabilidad de una organización consiste en su capacidad para mantenerse operando en el tiempo. En las empresas, la

viabilidad está íntimamente ligada con su rentabilidad. Hablamos de rentabilidad a largo plazo, dado que la viabilidad no necesariamente implica que siempre sea rentable.”

(Federico Anzil, 2012)

El estudio de factibilidad que se va a llevar a cabo, es para conocer en primer lugar la aceptación que tendrá la empresa de organización de bodas y es imprescindible realizarlo debido a que es un servicio completamente nuevo ya que se realiza por medio de una aplicación para unidades móviles, también un estudio técnico que consideramos leve debido a que para la actividad de la empresa no es necesario tener una infraestructura amplia pero sí conocer los recursos físicos y tecnológicos que necesitamos. Por último un estudio financiero el que nos permitirá conocer los recursos monetarios con los que debemos contar tanto al inicio como en toda la vida útil del proyecto, además de otros índices financieros importantes para el desarrollo de la empresa.

“En el Ecuador, en 2013 el 16,9% (1'261.944) de las personas de cinco años y más que tienen celular poseen un teléfono inteligente (*smartphone*), lo que representa un crecimiento de 38,53% frente al 2012, según los últimos datos de la Encuesta de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), el estudio refleja que el acceso a internet en el país también se incrementó al pasar de 35,1% en 2012 al 40,4% en 2013 de hogares con acceso a internet.” (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2014).

Lo que nos da a conocer que cada vez las personas obtienen más smartphones y por lo tanto incrementaría el número de posibles clientes que utilicen nuestra aplicación.

Una de las razones por las que la aplicación es una ventaja competitiva es debido a que el organizar una boda para la mayoría de personas conlleva problemas al momento de tomar decisiones y según la Dra. Karen Rodríguez en una publicación en la página

www.bodas.net nos dice que la organización de las bodas pueden llegar a causar efectos negativos en las mujeres especialmente como estrés, ansiedad, nervios, jaquecas, entre otros, lo que reduciremos o eliminaremos con una organización mediante la aplicación de la empresa ya que ésta será eficiente, fácil e interactiva.

2.6 Hipótesis: No aplica

2.7 Objetivo General:

Determinar la factibilidad de creación de una empresa organizadora de bodas que preste su servicio mediante el uso de una aplicación para equipos inteligentes para solucionar las necesidades de los clientes de manera rápida y fácil.

2.8 Objetivos Específicos:

- Conocer la potencial demanda del servicio mediante un estudio de mercado.
- Conocer los recursos físicos e infraestructura necesaria para llevar a cabo el proyecto mediante un estudio técnico.
- Conocer el valor de la inversión necesaria y la rentabilidad que pueda otorgar el proyecto a través de un estudio financiero.

2.9 Metodología:

La investigación se realizará por método deductivo, ya que vamos de la teoría a la práctica.

Se va a iniciar el trabajo por obtener datos estadísticos de la página www.ecuadorencifras.gob.ec y del registro civil para así poder obtener un rango de edades en los que las personas suelen casarse, cantidad de matrimonios mensuales y

anuales entre otros datos. Para adquirir conocimientos básicos de la actividad que realizará la empresa.

A continuación se efectuará un estudio de mercado, en el que realizaremos encuestas a las mujeres que se encuentren dentro del rango antes mencionado a partir de una muestra tomada de la ciudad de Cuenca para conocer entre otras cosas la aceptación del servicio. La información obtenida se procesará en el programa SPSS versión 22, en el cual podremos conocer resultados como moda, varianza, media y gráficos estadísticos los cuales son de vital importancia para el estudio a realizarse.

El siguiente paso será realizar un estudio técnico para poder conocer los recursos necesarios, la distribución de la oficina de la empresa y su ubicación por el método cualitativo por puntos.

Como último paso realizaremos el estudio financiero el que nos permitirá conocer el capital requerido, los costos y gastos directos e indirectos, proyección de ventas, punto de equilibrio, VAN, TIR e índices financieros y así poder concluir con estados financieros.

2.10 Alcances y resultados esperados:

Los resultados del estudio de factibilidad serán presentados mediante un informe de los resultados de estudios de mercado, técnico y financiero, los cuales serán expresados mediante cuadros y gráficos estadísticos, un *lay-out* y estados financieros. Así como contribuir a satisfacer una necesidad existente en la sociedad.

2.11 Supuestos y Riesgos:

Un riesgo para que el proyecto no se pueda cumplir es que no podamos obtener los datos estadísticos necesarios para el estudio de mercado.

Otro riesgo contemplado es la falta de presupuesto para la realización del mismo.

2.12 Presupuesto:

Denominación o Rubro	Costo		Justificación
	Valor Unitario	Valor Total	
Gasolina		155	Movilización:Tutor, Universidad, Recoger información.
Ingeniero de sistemas		120	Información y apoyo en la creación de aplicación y página web
Internet		100	Búsqueda de información: Libros, páginas web, datos estadísticos, comunicación con tutores.
Computadora		150	Uso de computadoras para editar datos, tabular datos, manejar la información.
Hojas de papel bond	0,05	50	Impresiones para: Encuestas, documentos, proyecto.
Esferos	0,25	3	Escribir: Datos, Encuestas, apuntes, etc.
Impresiones	0,1	180	Impresiones para: Diseño, papeleo, Encuestas, documentos, proyecto.
Empastado		20	Documento final de tesis
Carpetas	0,25	2	Presentación de documentos y borradores
Saldo para celular		20	Comunicación con tutor, empresas adicionales, búsqueda de información.

2.13 Financiamiento:

El proyecto será financiado por:

-Johanna Vanessa Célleri Rodas.

-Christian Alfredo Palacios Atienza.

2.14 Esquema tentativo:

Introducción

CAPÍTULO I- Análisis del Entorno

- 16.1. Análisis PEST
- 16.2. Análisis de la Industria
- 16.3. Análisis FODA

CAPÍTULO II – Análisis de Mercado.

2.1 Antecedentes

2.2 Estudio de Mercado

2.2.1 Análisis de Oferta

2.2.1 Análisis de Demanda

2.2.2 Factores a considerar del estudio de mercado.

CAPÍTULO III – Diseño y Estructuración administrativa del Proyecto

3.1 Tipo de empresa.

3.2 Plan estratégico: Misión, visión y objetivos estratégicos.

3.3 Diseño del servicio: Desarrollo de simulación de la aplicación. En miras del usuario, como sería el servicio en contexto de usuario, en la interfaz del usuario

3.4 Diseño técnico del servicio. Mostrar los procesos o parte técnica de como vamos a atender la interfaz, el servicio en contexto de usuario, aplicación.

CAPÍTULO IV- Estudio financiero del Proyecto

5.1 Formulación Financiera

5.1.1 Plan de inversiones: clasificación y fuentes de financiamiento

5.1.2 Programa y calendario de inversiones

5.1.3 Política de cobros, pagos y existencias

5.1.4 Depreciaciones de activos fijos y amortizaciones y activos diferidos

5.1.5 Costos de materias primas, materiales indirectos, suministros y servicios, mano de obra directa e indirecta

5.1.6 Gastos de administración, ventas (Comisiones %) y financieros.

5.2 Estructura financiera

5.2.1 Estados Financieros Proyectados

5.2.2 Flujo de caja (comparativo con y sin financiamiento)

5.2.3 Estado de pérdidas y ganancias

5.2.4 Balance general

5.3 Evaluación financiera

5.3.1 Principales criterios de evaluación, VAN, TIR y otros

5.3.2 Punto de equilibrio

5.4 Índices financieros:

5.3.4 Liquidez

5.3.5 Retorno (VAN, TIR, ROE y ROA)

5.3.6 Eficiencia

5.3.7 Apalancamiento

5.3.8 Rotación

5.3.9 Composición de activos.

5.3.10 Análisis de Riesgos y sensibilidad del proyecto

5.3.11 Escenarios

Conclusiones

Recomendaciones

Referencias

2.15 Cronograma

CRONOGRAMA			
Objetivo Específico	Actividad	Resultado Esperado	Tiempo (semanas)
Conocer a profundidad el entorno en el que se va a desarrollar la empresa y de esta manera ser consciente de las ventajas que podemos tener.	Realizar un análisis PEST y elaborar un informe.	Se espera conocer si existen más oportunidades que amenazas dentro del entorno en el que operará la empresa para poder trabajar con el mayor número de ventajas competitivas.	3 semanas
Realizar un estudio de mercado, para tener conocimientos amplios de la aceptación del servicio, oferta y demanda.	Investigar a la competencia, realizar encuestas con su análisis y tabulación de los datos.	Esperamos conocer la posible oferta y demanda el servicio, los puntos fuertes y débiles de la empresa y los gustos y preferencias de las personas.	10 semanas
Realizar el diseño y estructuración administrativa del proyecto que nos permita conocer el plan estratégico y el diseño en sí de la aplicación.	Realizar el plan estratégico de la idea de negocio, diseño de la simulación de la aplicación y el flujograma del servicio.	Esperamos llegar a tener una estrategia establecida, diseño del funcionamiento de la aplicación y también tener un flujograma eficiente para prestar el servicio.	6 semanas
Elaborar un estudio financiero para conocer el capital requerido y la rentabilidad de la empresa	Realizar la estructura financiera y evaluación económica del proyecto, así como punto de equilibrio, estados financieros.	Esperamos tener la seguridad de trabajar con una empresa que tengas buenos índices financieros, conocimiento de ingresos, costos y gastos, que recupere la inversión y que conozca su ciclo de vida.	8 semanas
		TOTAL:	27 semanas

2.16 Referencias:

A continuación se encuentran citadas las referencias mediante el estilo APA sexta edición.

-Factibilidad y Viabilidad. (2010). Recuperado de:

<http://estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com/2010/09/factibilidad-y-viabilidad.html>

-Formulación y evaluación de proyectos. (2010)

-VARELA, R. (1997) Evaluación económica de proyectos de inversión. Grupo editorial Iberoamericana.

-Importancia de hacer un estudio de mercado (2015)

Recuperado de: <http://www.gerencie.com/la-importancia-de-hacer-un-estudio-de-mercado.html>

- Prieto Herrera. Importancia de hacer un estudio técnico. (2009).

- Federico Anzil, "Estudio Financiero", Enero de 2012. Recuperado de:
<http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>

-Baca Urbina, Gabriel. Formulación y Evaluación de Proyectos. 30 Edición, McGraw Hill, 19. Pág. 5.

- Montes de Oca, Y. *La Gestión de información de trámites protocolizables complejos*. Recuperado de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1232/estudio-factibilidad.html>

-Santos, T. (2008) *Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión: etapas en su estudio*. Recuperado de: <http://www.eumed.net/ce/2008b/>

-Rodriguez, K. (2012) *Planificación de la boda*. Recuperado

de:<http://www.bodas.net/articulos/como-combatir-los-nervios-antes-de-la-boda--c1141>

2.17 Anexos: No aplica

2.18 Firma de Responsabilidad (Estudiantes):

Johanna Céleri R.

Christian Palacios A.

2.19 Firma de Responsabilidad (Director sugerido):

Economista Fabián Carvallo

2.20 Fecha de entrega: Cuenca, 08 de junio de 2015



Cuenca, 12 de mayo de 2015

Ingeniero

Xavier Ortega Vásquez

DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

De mi consideración:

Nosotros, Johanna Vanessa Célleri Rodas con código 60661 y Christian Alfredo Palacios Atencia con código 51009, solicitamos comedidamente se nos autorice el diseño de tesis titulado "Estudio de factibilidad para crear una empresa que organiza bodas mediante una aplicación móvil." Previo a la obtención del título de Ingenieros Comerciales.

Le agradecemos de antemano la atención que sepa dar a la presente.

Atentamente,

Johanna Célleri R.

60661

Christian Palacios A.

51009



DOCTORA JENNY RIOS COELLO SECRETARIA DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY

CERTIFICA:

Que, el Señor Christian Alfredo Palacios Atencia registrado con código 51009
pertenece a la Escuela de Administración de Empresas tiene aprobado más del 80% de
pensum de estudios.

Cuenca, Mayo 12 de 2015.

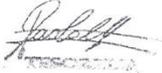
UNIVERSIDAD DEL AZUAY
FACULTAD DE
ADMINISTRACION
SECRETARIA

Derecho 79226
vcf.-



No 001-010

Se7or(es): PALACIOS ATIENCIA CHRISTIAN ALFREDO
RUC/CI: 0105989172 **Nombre:** PALACIOS ATIENCIA CHRISTI
Direccion: M. VILLAVICENCIO Y M. CISNEROS S-N AV. DE LA AMERICAS
Cant. Derecho Codigo Materia
1 CERTIFICACION/COPIAS/DTOS 16
Son: TRES 50/100

Universidad del Azuay
UNIVERSIDAD DEL AZUAY

RECTORIA



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY

DOCTORA JENNY RIOS COELLO, SECRETARIA DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY

CERTIFICA:

Que, la Señorita Johanna Vanessa Celleri Rodas registrado con código 60661,
perteneciente a la Escuela de Administración de Empresas luego de cumplir con todas las
asignaturas de su Pensum de estudios, egresó de la Facultad el día 23 de Febrero de 2015.

Cuenca, 12 de Mayo de 2015

UNIVERSIDAD DEL AZUAY
FACULTAD DE
ADMINISTRACION
SECRETARIA

Derecho 79227
vcf.-

Cuenca, 11 de mayo de 2015

Ingeniero

Xavier Ortega Vásquez

DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

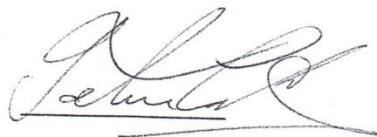
De mi consideración:

Por medio de la presente informo a usted que procedí a la revisión del diseño de tesis titulado: "Estudio de factibilidad para crear una empresa que organiza bodas mediante una aplicación móvil." Elaborado por Johanna Vanessa Céleri Rodas y Christian Alfredo Palacios Atiencia como requisito previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial.

Considero que el diseño cumple con los requerimientos teóricos y metodológicos para ser aprobado.

Por lo expuesto anteriormente solicito se le dé el trámite respectivo.

Atentamente,



Eco. Fabián Carvalho



Cuenca, 21 de julio de 2015

Ingeniero

Xavier Ortega Vásquez

DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

De mi consideración:

Por medio de la presente informo a usted que procedí a la revisión de la corrección del diseño de tesis titulado "Estudio de factibilidad para crear una empresa que organiza bodas mediante una aplicación móvil." elaborado por Johanna Vanessa Céleri Rodas y Christian Alfredo Palacios Atencia el mismo que cuenta con las modificaciones propuestas por el tribunal en la presentación de su diseño.

Considero que el diseño está corregido y cumple con los requerimientos teóricos y metodológicos para ser aprobado.

Por lo expuesto anteriormente solicito se le dé el trámite respectivo.

Atentamente:

Eco. Fabián Carvallo