

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ**

**Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo**

**Creación de empresa organizadora de eventos: Sirius  
Emprendimiento**

**María Belén Sevilla Pabón  
Administración de Empresas de Hospitalidad**

Trabajo de titulación presentado como requisito  
para la obtención del título de  
Licenciada en Administración de Empresas de Hospitalidad

Quito, 14 de diciembre de 2018

**Universidad San Francisco de Quito USFQ**  
**Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo**

**HOJA DE CALIFICACIÓN  
DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

**Creación de empresa organizadora de eventos: Sirius**

**María Belén Sevilla Pabón**

Calificación:

Mauricio Cepeda, Master of

Nombre del profesor, título académico

Management in Hospitality

Firma del profesor

---

Quito, 14 de diciembre de 2018

## Derechos de Autor

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma del estudiante: \_\_\_\_\_

Nombres y apellidos: María Belén Sevilla Pabón

Código: 00141774

Cédula de Identidad: 1715902316

Lugar y fecha: Quito, 14 de diciembre de 2018

## AGRADECIMIENTOS

A Dios, por la fuerza y el consuelo que recibí durante las largas, silenciosas y solitarias horas de trabajo; por jamás permitir que por mi mente o corazón se cruce la idea de darme por vencida y, al contrario, reconfortarme y llenarme de fe.

A mis papás, Lucía y Richard, por jamás haberme dado un “no” como respuesta frente a las oportunidades que les he pedido a lo largo de toda mi vida; por su arduo trabajo cada día, lo que ha resultado ser mi mejor referencia para ser mejor persona y estudiante; por sus valores inculcados hasta el cansancio, los mismos que me han permitido llegar hasta este punto, sin pasar por encima de los demás y con la mente y el corazón limpios y llenos de tranquilidad (me siento enormemente orgullosa de eso); y, por supuesto, por su gran amor demostrado con su paciencia durante los días difíciles, con su alegría durante mis logros, con su serenidad y aliento durante los fracasos y con la fe y confianza con la que siempre apostaron por mí. Sin ustedes, jamás lo habría logrado. Mile, por creer en mí y en este proyecto, por querer ser parte de él y por alivianar, con tu compañía y apoyo, mi cansancio físico y mental, durante el desarrollo de este proyecto.

Mauri, Pauli y Damián, no pude haber tenido un mejor tutor y lectores para este trabajo. Gracias no solo por cumplir con esta labor de manera tan profesional y objetiva, sino también, por haber compartido conmigo todos sus conocimientos durante cada una de sus clases, por su paciencia, por su entrega, pero, sobre todo, por contagiarme de las ganas de ser servicial y hospitalaria con todas las personas, tal como ustedes lo fueron conmigo en cada uno de los pasos que di durante mis estudios.

## **RESUMEN**

El presente proyecto, tiene como objetivo analizar la industria de la organización de eventos en la ciudad de Quito, con el fin de obtener las bases necesarias para desarrollar la empresa Sirius. Para ello, se tomará en cuenta las distintas herramientas administrativas, lo que permitirá conocer el nivel de rentabilidad de la empresa. Adicionalmente, dentro de esta propuesta se pretende exponer formas innovadoras para la creación de eventos, las cuales puedan ser tomadas como un punto de referencia y sean desarrolladas a futuro, logrando así que la industria de eventos presente en la ciudad de Quito pueda ser reconocida dentro y fuera del país.

Palabras clave: organización de eventos, diseño de eventos, marketing, estudio de factibilidad

## **ABSTRACT**

The objective of this project is to analyze the event organization industry in the city of Quito, in order to obtain the necessary bases to develop the Sirius company. For this, the different administrative tools will be considered, which will allow knowing the level of profitability of the company. Additionally, within this proposal is intended to expose innovative ways to create events, which can be taken as a point of reference as well as be developed in the future, thus achieving that the event industry present in Quito can be recognized within and out of the country.

Keywords: event organization, event design, marketing, feasibility study

## TABLA DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN.....	11
CONCEPTO DEL PROYECTO .....	11
1    Concepto.....	11
1.1    Factor diferenciador .....	11
2    Ubicación.....	12
3    Servicios .....	12
3.1    Asesoría y planificación .....	12
4    Desarrollo de eventos (On-Premise) .....	13
5    Mercado meta .....	13
5.1    Perfil de usuarios para eventos sociales:.....	13
5.1.1    Edades .....	13
5.1.2    Ubicación Geográfica .....	13
5.1.3    Nivel Socioeconómico .....	13
5.1.4    Características psicográficas.....	14
5.1.5    Tipo de eventos .....	14
5.2    Perfil de usuarios para eventos corporativos.....	14
5.2.6    Ubicación Geográfica .....	14
5.2.7    Magnitud de Empresa .....	14
5.2.8    Características psicográficas.....	14
5.2.9    Tipo de eventos .....	14
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	15
6    Entorno macroeconómico.....	15
7    Localización.....	17
8    Acceso y visibilidad .....	17
9    Servicios básicos .....	18
10   Situación legal y regulaciones municipales aplicables.....	18
11   Análisis del vecindario y del área de mercado .....	19
11.1    Clima .....	19
11.2    Generadores de demanda.....	19
11.3    Uso de tierras .....	21
11.4    Accesibilidad .....	22
11.5    Competidores en el sector.....	23
12   Análisis de la oferta .....	26
12.1    Competidores Primarios .....	26
12.2    Competidores secundarios.....	28
12.3    Otros competidores.....	29
13   Análisis de la demanda.....	30
DESARROLLO DEL PROYECTO.....	31
14   Diseño y arquitectura.....	31
14.1    Áreas interiores.....	31
14.2    Materialidad, iluminación y otros equipos .....	32
14.3    Áreas exteriores .....	33
15   Plan de comunicación y marketing.....	34
15.1    Definición de la marca.....	34
15.1.1    Logo .....	35
15.2    Objetivos a corto y largo plazo.....	36
15.3    Plan de promoción y publicidad .....	37

15.3.2	Declaración de posicionamiento .....	37
15.3.3	Medios Online: Portales de Internet.....	38
15.3.4	Medios Online: Mailing directo .....	40
15.3.5	Medios Offline: radio y medios impresos .....	42
15.3.6	Alianzas Estratégicas.....	44
15.4	Presupuesto para gastos .....	45
ANÁLISIS DE RENTABILIDAD .....		46
16	Costo de la inversión .....	46
17	Ingresos.....	46
18	Costos .....	47
18.1	Costos de venta o costos variables .....	47
18.2	Gastos no distribuidos .....	48
18.3	Cargos fijos.....	48
18.4	Amortizaciones y depreciaciones .....	48
18.5	Impuestos.....	48
19	Estado de pérdidas y ganancias .....	49
20	Estudio de factibilidad – Escenario esperado .....	50
21	Escenario pesimista .....	51
22	Escenario optimista .....	53
CONCLUSIONES.....		55
BIBLIOGRAFÍA .....		57
ANEXOS.....		59
1.	Informe de Regulación Metropolitano del terreno planteado para la creación de la empresa Sirius.....	59
2.	Plan de uso y ocupación del suelo. Municipio del Distrito Metropolitano de Quito .....	60
3.	Plano arquitectónico del galpón de Sirius .....	61
4.	Implantación del galpón de Sirius .....	62
5.	Plan de publicidad en radio .....	63
6.	Presupuesto de la inversión inicial .....	64
7.	Cotizaciones de eventos.....	65
8.	Estado de resultados por mes.....	67



## ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1: Reporte de ingresos competidores primarios</i> .....	29
<i>Tabla 2: Programación de áreas (Anexo 3)</i> .....	32
<i>Tabla 3: Estimación del costo total de inversión inicial</i> .....	46
<i>Tabla 4: Resumen de ingresos anual por evento</i> .....	47
<i>Tabla 5: Resumen de costos variables anual por evento</i> .....	47
<i>Tabla 6: Gastos no distribuidos anuales</i> .....	48
<i>Tabla 7: cargos fijos anuales</i> .....	48
<i>Tabla 8: gastos anuales por amortizaciones y depreciaciones</i> .....	48
<i>Tabla 9: gastos anuales por pago de impuestos</i> .....	49
<i>Tabla 10: Estado de pérdidas y ganancias en el año 1</i> .....	49
<i>Tabla 11: Proyección de ingresos y gastos en 5 años. Escenario esperado</i> .....	50
<i>Tabla 12: Proyección de flujos en 5 años. Escenario esperado</i> .....	50
<i>Tabla 13: VAN, TIR, Payback Period. Escenario esperado</i> .....	51
<i>Tabla 14: Proyección de ingresos y gastos en 5 años. Escenario pesimista</i> .....	51
<i>Tabla 15: Proyección de flujos en 5 años. Escenario pesimista</i> .....	52
<i>Tabla 16: VAN, TIR, Payback Period. Escenario pesimista</i> .....	52
<i>Tabla 17: Proyección de ingresos y gastos en 5 años. Escenario optimista</i> .....	53
<i>Tabla 18: Proyección de flujos en 5 años. Escenario optimista</i> .....	54
<i>Tabla 19: VAN, TIR, Payback Period. Escenario optimista</i> .....	54

## ÍNDICE DE IMÁGENES

<i>Imagen 1: Implantación del lote. IRM, Municipio Metropolitano de Quito .....</i>	17
<i>Imagen 2: Vista satelital de restaurantes en el sector de Chiviquí. Google Maps .....</i>	20
<i>Imagen 3: Vista satelital de hoteles en el sector de Chiviquí. Google Maps .....</i>	21
<i>Imagen 4: Vista satelital, vía Quito-Chiviquí. Google Maps .....</i>	25
<i>Imagen 5: Vista satelital, vía Cumbayá-Chiviquí. Google Maps .....</i>	25
<i>Imagen 6: Vista satelital, vía Valle de los Chillos-Chiviquí. Google Maps .....</i>	26
<i>Imagen 7: Diseño de logotipo Sirius .....</i>	35
<i>Imagen 8: insignia de la marca Sirius .....</i>	36

# INTRODUCCIÓN

La oferta de empresas organizadoras de eventos crece cada vez más dentro del país. Por esta razón, la competitividad y supervivencia de las mismas radica en los factores diferenciadores que tienen para ofrecer. Una de las herramientas más fuertes que dichas empresas poseen es la personalización del evento; hacer algo único y diferente y que, por supuesto, supere las expectativas del cliente.

## CONCEPTO DEL PROYECTO

### 1 Concepto

En esta propuesta de proyecto, llamada “Sirius”, se presenta la posibilidad de crear una empresa organizadora de eventos que logre crear ambientes diferentes y únicos mediante la construcción y diseño exclusivo de mobiliario, accesorios y otros elementos decorativos, lo que se constituirá como la marca personal de la empresa, conjuntamente con un servicio de la más alta calidad. Los eventos se desarrollarán dentro de un galpón construido en una de las mitades de un terreno que actualmente cuenta únicamente con una construcción residencial. Dentro del mismo, será posible diseñar y construir distintos escenarios visuales, que les permitan al cliente y a sus invitados disfrutar de una experiencia puertas adentro, única.

#### 1.1 Factor diferenciador

El objetivo de que los eventos se lleven a cabo en un galpón es poder construir paneles montables y desmontables que sean diseñados según la temática que el cliente desee plasmar en su evento, logrando así, dejar de lado el uso tradicional de carpas y, al contrario, convertir al espacio en un ambiente cambiante y único según la ocasión. Adicionalmente, el mobiliario que se utilizará en cada evento, como mesas, sillas, barras, etc., también será construido bajo un diseño elaborado exclusivamente por la

empresa. El diseño de este tipo de mobiliario, no requerirán del uso de mantelería, caminos de mesas, forros para sillas, entre otro tipo de elementos decorativos.

Finalmente, al tener un espacio cerrado, con techos, paredes y pisos sólidos, será posible generar interiormente elementos que creen una atmósfera única, como iluminación cambiante en paredes y techos, espejos de agua en piso y una acústica óptima que no disperse ni distorsione el audio.

## **2 Ubicación**

El sitio donde se realizarán los eventos será en un terreno de una hectárea, ubicado en el barrio de Chiviquí en Tumbaco, en las calles Luis Cordero y Pasaje AC, a 300 metros del parque de Chiviquí. Dentro del terreno se contará con un galpón de 2800 metros cuadrados el mismo que tendrá capacidad para aproximadamente 800 personas sentadas, área de cocinas que apoyen y faciliten el trabajo de las empresas de catering, servicios higiénicos y bodegas. Al mismo tiempo, el galpón podrá ser adaptable según el tamaño del evento a realizar y mantener la posibilidad de atender a dos eventos simultáneamente.

## **3 Servicios**

### **3.1 Asesoría y planificación**

- Asesoría de temática, conceptualización y diseño de evento
- Reuniones programadas con los novios
- Contacto con proveedores de servicios complementarios: grupos musicales, de entretenimiento, fotografía, DJ, catering, movilización de novios e invitados, peluquería y maquillaje, asesoría de imagen, arreglos florales, entre otros, ya sea a escala nacional o internacional
- Negociación con proveedores para ajustar los costos al presupuesto estimado del evento

- Programación de hospedaje para invitados provenientes de otras ciudades o países Asesoría en el cronograma y presupuesto de gastos

#### **4 Desarrollo de eventos (On-Premise)**

- Coordinación de protocolo y ceremonias previas: iglesia, registro civil, entre otros
  - o Incluye: montajes personalizados según acuerdos con el cliente, coordinación del evento, atención a invitados
  - o Ensayos previos

#### **5 Mercado meta**

Antes de definir el mercado meta al que Sirius se enfoca, es necesario determinar los factores que harán que la empresa se incline por un tipo de mercado u otro.

Considerando el concepto que se manejará, los servicios, la alta calidad en cada detalle del evento y, por ende, el valor económico que todas estas variables generarán es de vital importancia determinar el perfil de los usuarios que constituyen el mercado meta al cual Sirius pretende brindarle su atención. Para poder definir dicho perfil de manera específica, se tomará en cuenta los dos tipos de eventos que la empresa planea realizar; sociales y corporativos.

##### **5.1 Perfil de usuarios para eventos sociales:**

###### **5.1.1 *Edades***

- Desde los 25 años en adelante

###### **5.1.2 *Ubicación Geográfica***

- Ciudad de Quito
- Afueras de Quito: Cumbayá, Tumbaco, Puembo, Valle de los Chillos

###### **5.1.3 *Nivel Socioeconómico***

- Medio – alto

- Alto

#### 5.1.4 *Características psicográficas*

- Sociables y extrovertidos
- Poco sensibles al precio de aquello que conlleva sus gustos personales
- Estilo de vida activo
- Interés en viajes, cultura, moda etc.
- Abiertos a innovación y nuevas tendencias de todo tipo

#### 5.1.5 *Tipo de eventos*

- Matrimonios
- Graduaciones
- Quince años
- Otros: Bautizos, primeras comuniones, Bar Mitzva, etc.

### 5.2 **Perfil de usuarios para eventos corporativos**

#### 5.2.6 *Ubicación Geográfica*

- Ciudad de Quito

#### 5.2.7 *Magnitud de Empresa*

- Transnacionales y nacionales con un número de empleados superior a 250
- Ingresos anuales superiores a \$2,5 millones

#### 5.2.8 *Características psicográficas*

- Empresas en constante innovación y desarrollo
- Cultura organizacional bien establecida
- Clima laboral sólido

#### 5.2.9 *Tipo de eventos*

- Lanzamientos de nuevos productos o servicios
- Educativos: Seminarios, conferencias, capacitaciones

- Celebraciones internas: aniversarios, cumplimientos de metas, fiestas de fin de año, etc.

## **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD**

### **6 Entorno macroeconómico**

La industria de hoteles, restaurantes y servicios ha estado presente en Ecuador por varias décadas, cada una de ellas, desarrollándose de manera más específica y meticulosa con el pasar del tiempo, con el fin de poder cumplir con las necesidades del cliente, las mismas que cada vez son más demandantes.

La industria de la organización de eventos ha sido clasificada dentro de la categoría de servicios que se mencionó anteriormente, la cual abarca, empresas de catering, decoración, florerías, transporte de alimentos, museos, agencias de viajes, agencias turísticas, entre otros servicios que van creando una lista con una gran variedad de ramas que, a pesar estar dentro de una misma clasificación, no siempre están relacionadas entre sí.

Considerando la industria de eventos, cabe recalcar que la misma, indudablemente ha ido creciendo de manera exponencial en los últimos diez años. No obstante, al haber empezado siendo una pequeña industria que no generaba mayor relevancia respecto a la oferta y demanda de servicios y que al mismo tiempo y en muchos casos, se fue componiendo por la presencia de empresas creadas empíricamente, fue complicado generar una base de datos específicos y, sobre todo, oficiales. Esto, hasta hoy en día, dificulta tener un conocimiento claro sobre el impacto económico que la organización de eventos genera en el país.

A pesar de ello, al ser un campo que conjuntamente con las empresas de catering, poco a poco han empezado a generar mayor demanda y oferta que otras empresas de

servicios, se puede inferir que su participación dentro del mercado puede ser analizada tomando como referencia los datos generados por la clasificación de ‘servicios’ establecidas por el INEC.

Partiendo de esta justificación entonces, hasta el año 2015, se determinó que las empresas dedicadas al tema de servicios representaban un 71% de 958 compañías dedicadas a hoteles, restaurantes y servicios, es decir 680 empresas. También se constató que, de este valor, 438 (65%), estaban presentes en la Sierra, 227 (33%) en la Costa y las 15 empresas restantes (2%) estaban distribuidas entre la región Amazónica e Insular (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2015).

Finalmente, del total de producción que genera la industria de Hoteles, Restaurantes y Servicios, el INEC afirmó que el 89% es generado por las empresas de Servicios y el 11% por Hoteles y Restaurantes y de este porcentaje de servicios, en Pichincha y Guayas es donde se concentra el 95% del total de la producción del país; 61% en Pichincha y 39% en Guayas (2015). De este modo, es posible presumir que el servicio de eventos representa una industria que, con el tiempo, ha ido creciendo y por ende, consolidándose como un campo abierto a nuevos proyectos. Su desarrollo se ha generado de tal manera que hoy en día, la industria tiene la capacidad de abrirle las puertas a futuros emprendimientos que satisfagan las necesidades de todo tipo de mercados y que al mismo tiempo generen grandes fuentes de empleo, no solo dentro la organización de eventos, sino en todo lo que estos constituyen en sí; arreglos florales, decoración, equipos audiovisuales, catering, servicio, entre otros. Es por ello, que la idea de crear hoy en día una empresa como Sirius, es factible. No obstante, es indispensable que al momento de su creación, se tome en cuenta el factor diferenciador que la compañía planea brindar a sus clientes, para que éste pueda plasmarse desde un inicio y mantenerse en el transcurso de los años. Análisis del sitio



## 7 Localización

El barrio de Chiviquí se ubica al norte de la ciudad de Quito, en Tumbaco.

El lugar en el que se plantea la creación de la empresa organizadora de eventos “Sirius” es en la calle Luis Cordero y Pasaje AC a 300 metros aproximadamente del Parque de Chiviquí.

El terreno en el cual se llevaría la propuesta de la empresa cuenta con una extensión de alrededor de una hectárea (9422.85 m<sup>2</sup>), del cual se utilizará la mitad, es decir 5000 m<sup>2</sup>. Esta área estará destinada para la construcción del galpón, junto con los espacios y servicios mencionados previamente en la sección de ‘ubicación’, así como para parqueaderos y vías de acceso independientes tanto para proveedores como para los usuarios.

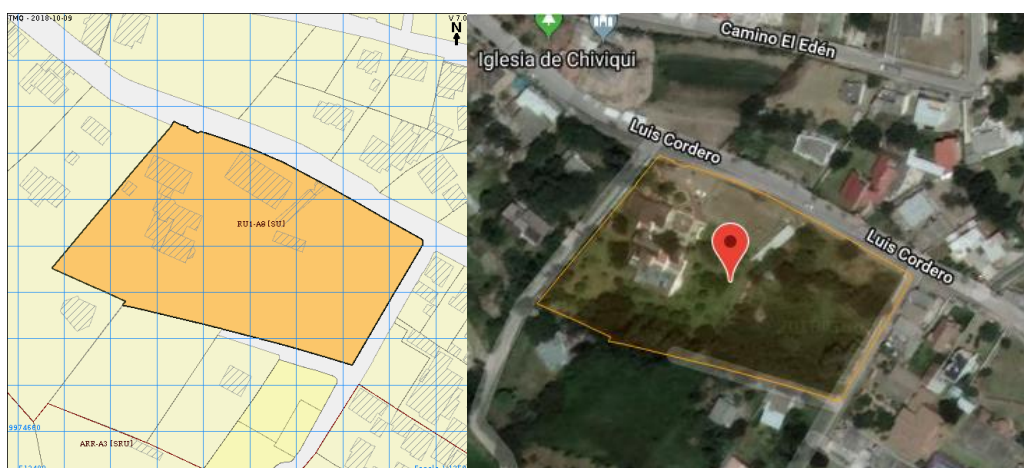


Imagen 1: Implantación del lote. IRM, Municipio Metropolitano de Quito

## 8 Acceso y visibilidad

El lugar en el que se desarrollará la empresa cuenta con dos posibles accesos; uno frontal, que da a la calle principal Luis Cordero, el mismo que sería para usuarios o invitados, y otro posterior, el mismo que se encuentra paralelamente a la calle Luis Cordero.

El acceso vial a Chiviquí ya sea desde Quito, Cumbayá o el Valle de los Chillos (ubicados a 22, 9 y 23 kilómetros de distancia respectivamente), es totalmente factible,

ya sea a través de la Ruta Viva o de la Vía Colectora Quito-Pifo (E28C). Ambas se encuentran totalmente asfaltadas y señalizadas. Finalmente, la vía que lleva a la calle Luis Cordero fue recientemente adoquinada, lo que facilita la circulación vehicular en el sector.

## **9 Servicios básicos**

Según el Informe de Regulación Metropolitana provisto por el Municipio de Quito, el barrio de Chiviquí cuenta con todas las facilidades de servicios básicos. El último trabajo que se realizó respecto a dichas facilidades fue la construcción de alcantarillado en el sector y tras finalizar estos trabajos las calles fueron adoquinadas, pues previamente eran de tierra y lastre. La presencia de luz, agua potable y alcantarillado en el sector, favorece el desarrollo y funcionamiento de la empresa que se propone en este trabajo (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2018).

## **10 Situación legal y regulaciones municipales aplicables**

El terreno en el que se realiza la propuesta de la creación de este proyecto pertenece a un solo propietario, quien actualmente vive en una construcción establecida en la mitad oeste del terreno. El propietario del lugar está dispuesto a vender o arrendar todo el terreno o la mitad del mismo. Por este motivo, se ha planteado utilizar nada más la mitad de éste, bajo un contrato de arrendamiento.

Para el desarrollo de las actividades que involucran la organización de eventos, se ha tomado en cuenta la información provista por el Informe de Regulación Metropolitana (IRM), el mismo que especifica que en este terreno, al tener una clasificación de uso de suelo Residencial Urbano 1 (RU1), es posible utilizar el 50% del COS en planta baja, lo que representa 4711.42 metros cuadrados; una superficie superior a la que se planea utilizar para la construcción del galpón. Adicionalmente, el IRM del lote autoriza la

construcción de hasta tres pisos, por lo que el galpón podría tener una altura máxima de 12 metros de altura (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2018).

Por otro lado, el tema de retiros y parqueaderos tampoco sería un limitante para el desarrollo del proyecto, pues se pueden mantener los 5 metros de retiros frontal y los 3 metros de retiro laterales, sin que el área de construcción del galpón se vea afectada.

Adicionalmente, dado que el terreno tiene un frente superior a los 12 metros, también es posible destinar un área frontal para parqueaderos equivalente al 40% del frente, lo que no solo facilitará el acceso vehicular al terreno, sino que también le brindará comodidad y tranquilidad al usuario al momento de ingresar al lugar (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2015) (Anexo 1 y 2).

## **11 Análisis del vecindario y del área de mercado**

### **11.1 Clima**

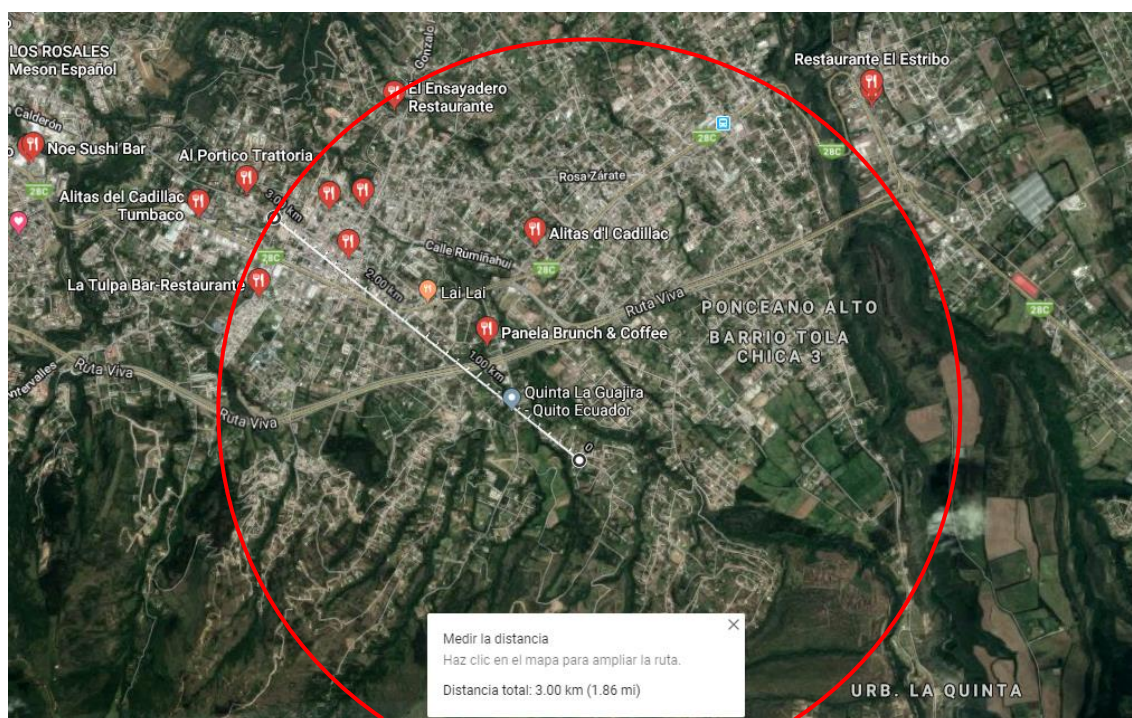
El lugar destinado para el proyecto cuenta con un clima favorable para el desarrollo de este. Por un lado, existe la apertura por parte de los moradores del sector, quienes aprovechan las oportunidades laborales que se abren en el barrio, para poder ofrecer sus servicios. Por otro, debido a que no existe más que un competidor (Quinta La Guajira) dentro de más de un kilómetro a la redonda, no existe la hostilidad que con frecuencia se puede percibir en un área que cuenta con varios competidores.

### **11.2 Generadores de demanda**

A pesar de que no existe mayor movimiento respecto a empresas organizadoras de eventos en el sector, existen otros generadores de demanda dentro de los cuales se incluyen empresas, hospitales, centros de salud, entre otros.

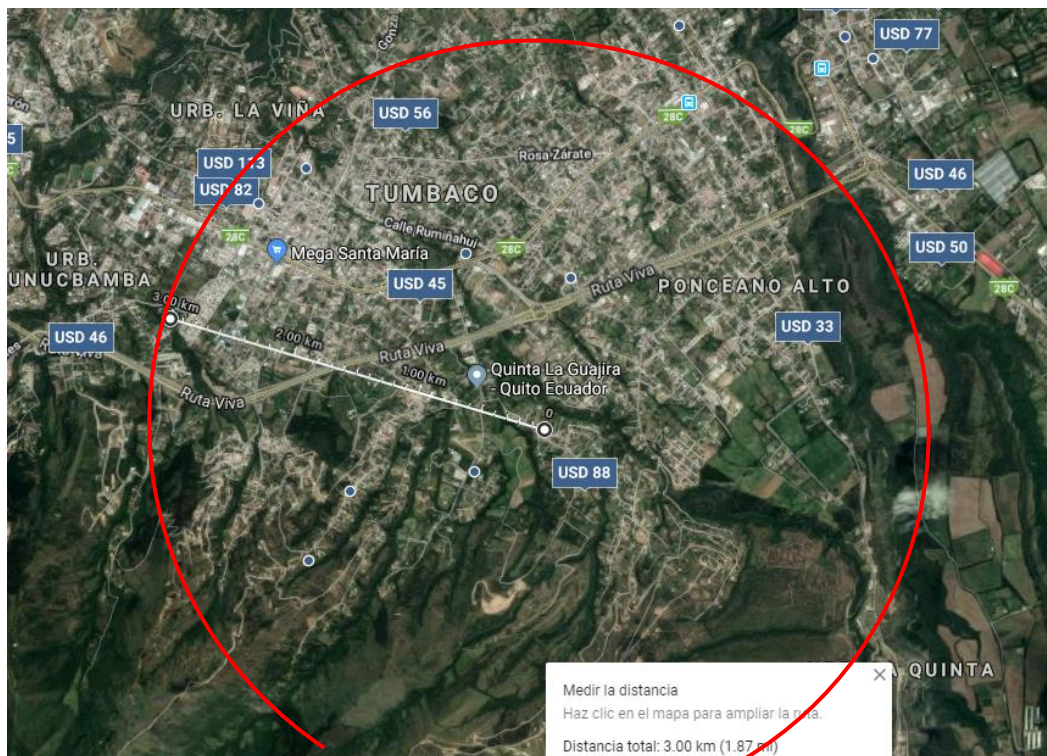
Se ha determinado un radio de tres kilómetros a la redonda para hacer el análisis de dichos generadores. La presencia de estos, no se encuentra de manera excesiva, no obstante, uno de los servicios que más se puede encontrar dentro del radio previamente

establecido, son los restaurantes. El sector cuenta con aproximadamente 8 locales de comida, como se muestra en la siguiente imagen:



*Imagen 2: Vista satelital de restaurantes en el sector de Chiviquí. Google Maps*

De la misma manera, existe una cantidad levemente inferior al número de restaurantes, de establecimientos dedicados al alojamiento; aproximadamente seis, como se aprecia a continuación:



*Imagen 3: Vista satelital de hoteles en el sector de Chiviquí. Google Maps*

Cabe mencionar que dentro del sector existen más locales que ofrecen servicios de comida y de alojamiento. Sin embargo, estos no han sido tomados en cuenta dentro de este análisis, debido a que acogen a segmentos de mercado muy pequeños y específicos, por lo que no pueden ser considerados como generadores de demanda en sí.

Finalmente, servicios tales como hospitales y centros de salud, existen aún en menor cantidad. Los únicos hospitales dentro de los tres kilómetros a la redonda son la Clínica Los Ángeles y el Hospital de Urgencias de Tumbaco. Mientras que los centros de salud que se pueden encontrar dentro de la misma área es el centro Saludeco y el Centro de Salud de Tumbaco.

### 11.3 Uso de tierras

De manera general, se puede determinar entonces, que el sector de Chiviquí, no cuenta con la presencia de tantas construcciones dedicadas a la actividad comercial. Al contrario, el mismo está rodeado mayormente por construcciones de uso residencial (aproximadamente 80% residencial y 20% comercial). Las viviendas residenciales que

se ubican en el sector son mayormente permanentes y unifamiliares. Las mismas abarcan un nivel arquitectónico que va desde viviendas populares realizadas en bloque y con cubiertas de Eternit o zinc, hasta residencias de un nivel socio económico más elevado, elaboradas con bloque y hormigón armado, recubrimientos y acabados exteriores de mayor calidad y altamente estéticos y con cubiertas en madera, teja o losas de hormigón. La proporción entre ambos tipos de vivienda se distribuye aproximadamente en un 30% y 70% respectivamente. Dentro de este 70% de viviendas de nivel socio económico medio-alto y alto, se puede apreciar que la presencia tanto de residencias unifamiliares como de condominios o urbanizaciones se mantiene en porcentajes similares.

Finalmente, dado que el barrio de Chiviquí se encuentra en un entorno campestre y natural, también es posible encontrar algunas quintas privadas. Sin embargo, éstas están presentes de manera esporádica y escasa y en algunos casos, funcionan más como lugares turísticos o como establecimientos de alimentos y bebidas, más que como vivienda.

De cualquier manera, ya sea para las viviendas populares o para aquellas de estatus superior, existen todas las facilidades de acceso tanto vehicular como peatonal

#### **11.4 Accesibilidad**

Igualmente, en el caso de, las vías que conducen al sitio del proyecto, la calle Luis Cordero, que como se mencionó anteriormente da al ingreso principal del terreno tienen un camino empedrado, en buen estado, el cual sería utilizado para el ingreso de los clientes e invitados. Así mismo ocurre con la vía lateral (Pasaje AC). Únicamente la vía posterior, la misma que no tiene una circulación vehicular frecuente, está compuesta por tierra y lastre. Ambas vías, la lateral y la posterior, serían utilizadas únicamente para el ingreso de proveedores.

### 11.5 Competidores en el sector

Tras haber analizado el clima del sector, sus generadores de demanda, el uso de sus tierras y su accesibilidad, es importante también prestarle atención a la oferta que se presenta en el área. En lo que concierne a este tema, dentro del barrio de Chiviquí, actualmente, no existe mayor oferta del servicio de organización de eventos On-Premise, más que la “Quinta La Guajira”, la cual se encuentra a 800 metros del terreno escogido para el desarrollo de la empresa Sirius. Considerando un radio un poco más amplio, hasta Puembo, se podría tomar en cuenta a otros competidores como “Quinta Laguardia”, la misma que se encuentra a 9 kilómetros aproximadamente o la “Quinta La Lomita Puembo”, ubicada a 10 kilómetros. Dentro de este perímetro, existen otras empresas organizadoras de eventos que en esta ocasión no serán tomadas en cuenta como competidores directos, dado que sus servicios, la magnitud de los eventos que pueden cubrir y su mercado meta, no coinciden con el mismo nivel de los parámetros a los que Sirius, La Guajira, Laguardia y La Lomita apuntan. Para concluir con el análisis de vecindario, se requiere observar lo que puede ocurrir a futuro con la industria de eventos dentro del sector. Realizando un seguimiento del área dentro del perímetro de los tres kilómetros establecidos al inicio de este análisis, fue posible definir que las tierras que rodean al terreno donde se planea desarrollar Sirius, existen algunas propiedades disponibles para la venta. Dichos espacios, casi en su totalidad, son ofertados para el uso residencial y su precio de venta precisamente, ha sido establecido considerando el área de construcción y más que el área de terreno. Adicionalmente, la mayoría de estos espacios poseen una extensión inferior a los 3000 metros cuadrados, lo que indudablemente, dificultaría el desarrollo de más competidores enfocados a la organización de eventos.

En conclusión, el vecindario en el que se planifica poner en marcha la empresa Sirius, demuestra ser un sitio factible para el desarrollo de este tipo de proyectos. La presencia de moradores abiertos a las nuevas oportunidades laborales que se den en el sector, la poca presencia de competidores cercanos, la facilidad de accesos y servicios básicos y demás elementos analizados en esta sección, permiten determinar al barrio de Chiviquí como un lugar ideal para el nacimiento de una empresa que no solo logrará satisfacer las necesidades de organización de eventos a un mercado cercano y alejado del sitio, sino que podrá tener un campo lo suficientemente abierto para crecer y a futuro, probablemente extenderse a otros lugares.

Por otro lado, respecto al área de mercado, la empresa Sirius pondrá su servicio a la orden de todos los usuarios que se encuentren en la ciudad de Quito, sus afueras y los valles que lo rodean. Considerando estos distintos puntos, se ha calculado la distancia y tiempo que le tomará a cada usuario llegar al sitio de eventos.

Empezando por la ciudad de Quito, se ha tomado como punto de partida el sector del centro comercial Quicentro, al norte de la ciudad. Desde este punto, Sirius se encontraría a una distancia de alrededor de 22 kilómetros, la misma que tomaría 35 minutos aproximadamente en recorrerse. Desde Cumbayá la distancia se acorta a 9 kilómetros, lo mismo que conllevan aproximadamente 15 minutos de recorrido.

Finalmente, desde el Valle de los Chillos, los usuarios requerirían aproximadamente 25 minutos para recorrer un tramo de 23 kilómetros desde su punto de partida hasta el destino.



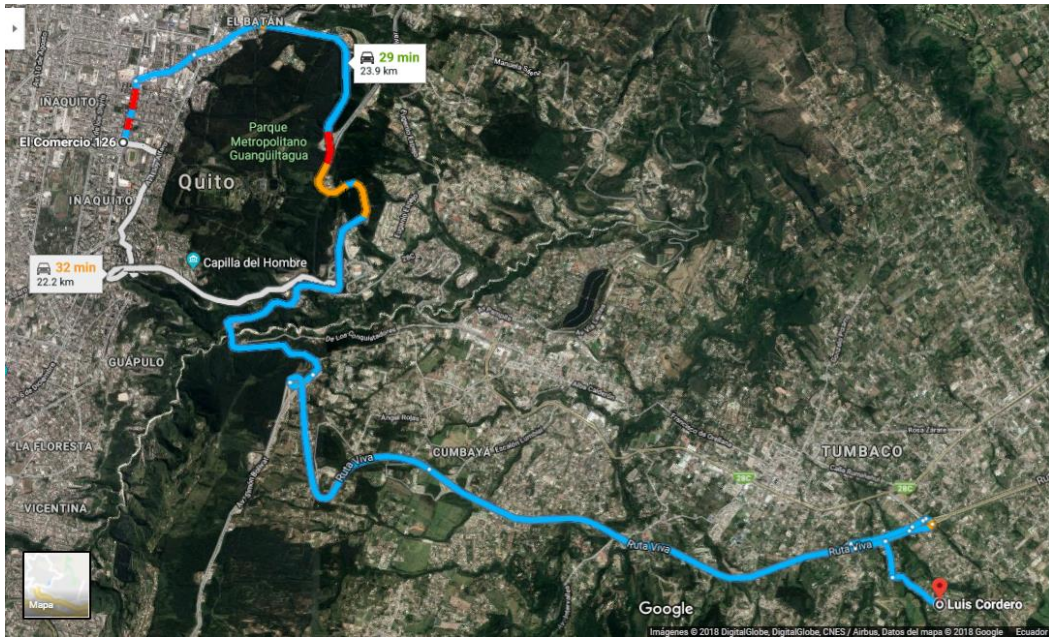


Imagen 4: Vista satelital, vía Quito-Chiviquí. Google Maps

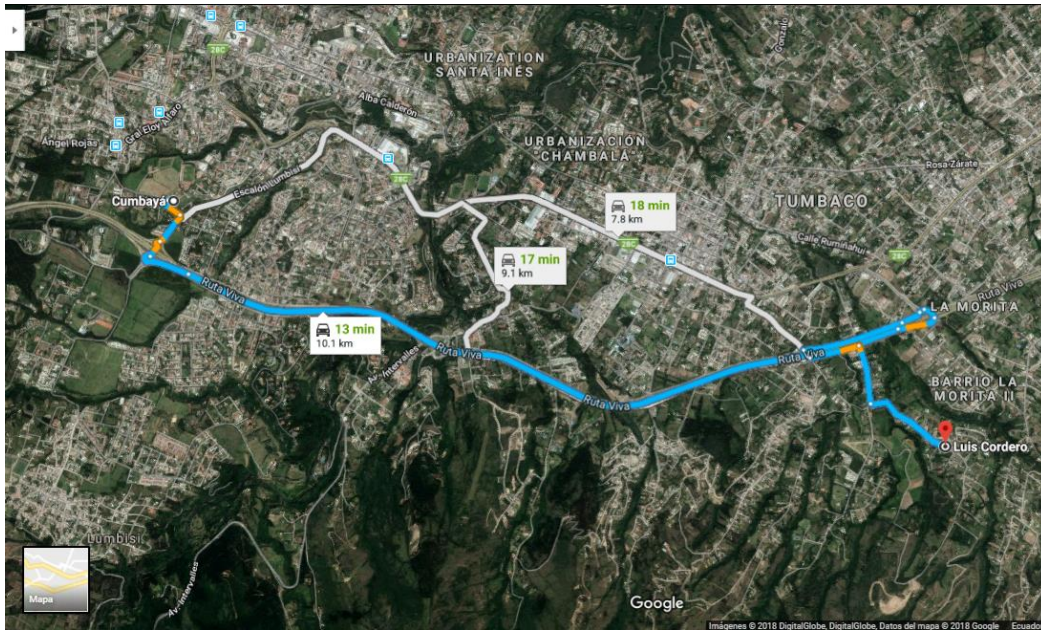


Imagen 5: Vista satelital, vía Cumbayá-Chiviquí. Google Maps

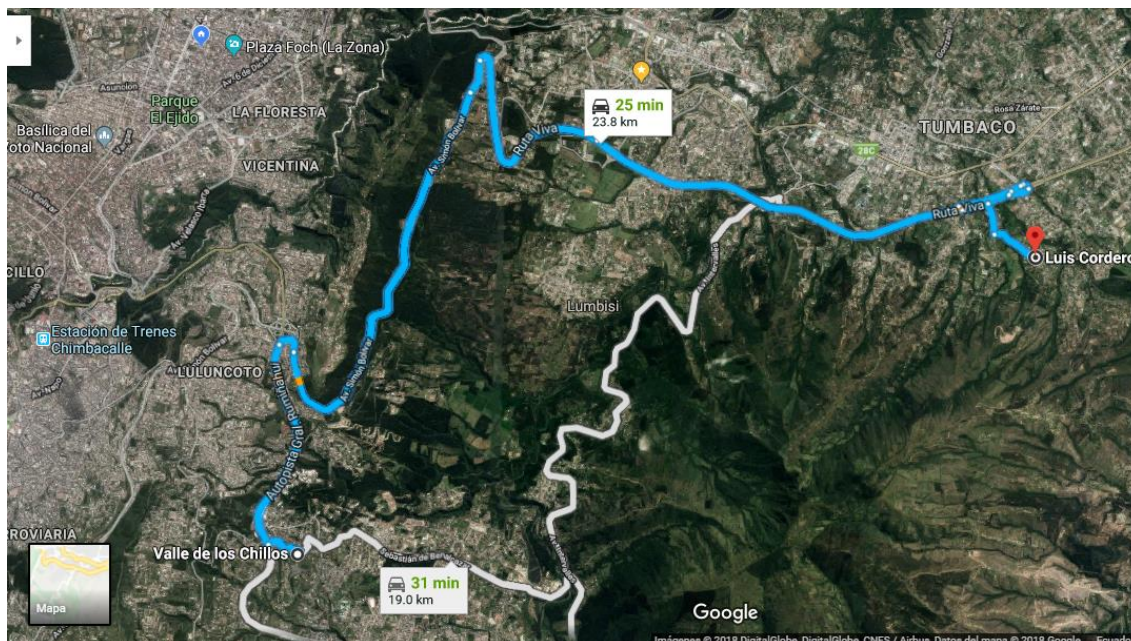


Imagen 6: Vista satelital, vía Valle de los Chillos-Chiviquí. Google Maps

## 12 Análisis de la oferta

Como se ha mencionado previamente, determinar el número de empresas que brindan servicios de organización de eventos, resulta complicado debido a la carencia de datos oficiales dentro de este campo. No obstante, considerando el perfil de la empresa que se plantea crear, así como los objetivos y metas que la misma espera alcanzar, se ha considerado una lista de empresas que competirían con Sirius en distintos campos y aspectos.

### 12.1 Competidores Primarios

De un modo amplio, se puede decir que los competidores primarios han sido considerados tomando en cuenta su capacidad de organización y decoración de eventos, su alta creatividad y estética visual, la magnitud de eventos que manejan y el servicio personalizado que brindan. A continuación de cada uno, se detalla las razones por las que cada uno de ellos, se constituye un competidor principal para Sirius:

- **Cayetano y Mónica Decoraciones**

Esta empresa, presente en el mercado desde hace 30 años aproximadamente, se enfoca en la organización de eventos sociales, corporativos y otro tipo de fiestas. La presencia

de Cayetano y Mónica ha logrado establecer altos estándares tanto en clientes como en competidores, respecto a la decoración y servicio de la industria de los eventos. Su gran versatilidad y apertura hacia los deseos de sus clientes le ha permitido ser reconocida en todo el país como una de las empresas líderes en la organización de eventos. Su mayor fortaleza, es contar con la capacidad de transformar los espacios interiores y exteriores según la temática de sus eventos, en cualquier lugar del país, gracias a la gran variedad de elementos decorativos que la empresa posee y a los amplios conocimientos de arquitectura, diseño y decoración con los que cuentan sus propietarios, Cayetano Uribe y Mónica Sevilla (Cayetano y Mónica Decoraciones, s.f.).

- **Carolina Muzo: Mi Boda Mágica (Social)**

La empresa Mi Boda Mágica, de la cual es propietaria Carolina Muzo, al igual que Cayetano y Mónica Decoraciones, es considerada una de las mejores y más exclusivas empresas organizadora de eventos sociales. La principal fortaleza con la que la empresa cuenta es con el nivel de personalización en el aspecto visual de los eventos, pero sobre todo en el servicio que su propietaria brinda. Carolina Muzo es reconocida a nivel nacional por planificar todos y cada uno de sus eventos milimétricamente, sin descuidar ningún detalle. Su desenvolvimiento en la industria desde que tenía 5 años, gracias a la empresa de arreglos florales que su padre tenía y sus extensos conocimientos como wedding planner adquiridos en numerosos institutos estadounidense de alto prestigio, le han permitido ubicarse en la mente de los usuarios como la mejor opción para la organización de un evento en el que todo debe ser perfecto. Sus servicios van mucho más allá de lo tradicional, pues su experiencia le ha permitido solucionar problemas de todo tipo, desde apuros eléctricos el día del evento, hasta conflictos personales entre las familias de los novios. Finalmente, la opción de sus tres tipos de paquetes (Gold, Silver,

Express y un paquete para novias del extranjero) le brindan la posibilidad de cubrir las necesidades de distintos mercados (Revista Líderes, 2016)

#### - **Expoeventos**

Esta empresa representa competencia para Sirius en el aspecto de la organización de eventos corporativos y de negocios, campos en los cuales la empresa es especialista. Sus servicios no se limitan a reuniones o conferencias, sino también a la planificación y montaje de congresos, lanzamientos de productos, convenciones, entre otros servicios, ya sea a escala nacional o internacional (Expoeventos, 2011).

### 12.2 **Competidores secundarios**

Representan aquellos que mantienen una gran cercanía al barrio de Chiviquí y que al igual que la empresa propuesta en este trabajo, realizan sus eventos On-Premise:

- Quinta Laguardia
- Quinta la Guajira
- La Lomita de Puenbo

Por otro lado, también se constituyen competidores secundarios aquellos establecimientos (hoteles principalmente) que se encuentran cerca del mercado meta, por lo que representan una opción factible para el mismo, no solo por la cercanía, sino también por la cantidad de servicios que ofrecen, como valet parking, elaboración de todos los alimentos y bebidas dentro de la misma infraestructura, servicio de hospedaje, entre otros:

- Hotel Marriot
- Swissotel
- Hotel Casa Gangotena
- Hotel Plaza Grande

### 12.3 Otros competidores

Finalmente, es importante considerar organizadores de eventos que se encuentran fuera de la ciudad de Quito, tomando en cuenta el mercado meta del que se ha hablado inicialmente, el mismo que, como ya se mencionó, tiene un alto nivel adquisitivo. Por esta razón y en base a algunas entrevistas personales, se ha definido que al momento de planificar la organización de eventos, los usuarios de este grupo consideran como una opción a los siguientes competidores, provenientes a de la ciudad de Guayaquil:

- Julio Tomalá
- Juan Xavier Bucaram
- Johnny Marriot

Desafortunadamente, como se mencionó dentro del análisis macroeconómico, las cifras acerca de los montos de ventas que la organización de eventos genera, son desconocidas. Sin embargo, en base a investigaciones personales que se han realizado en búsqueda de mayor información, se ha podido determinar cifras mínimas que los competidores primarios generaron durante el último año. Aunque se estima que los ingresos de dichos competidores superan las cifras mostradas a continuación, las mismas permiten tener indicios sobre su movimiento económico:

<b>Competidor</b>	<b>Reporte Ingreso (2016)</b>	<b>Reporte Ingreso (2017)</b>	<b>Fuente de información</b>
Cayetano y Mónica	\$ 1.355.274,01	\$ 930.126,53	(Superintendencia de Compañías, 2016, 2017)
Mi Boda Mágica	\$ 126.000,00	(No reporta)	(Revista Líderes, 2016)
Expoeventos	\$ 205.728,79	(No reporta)	(Superintendencia de Compañías, 2016)

Tabla 1: Reporte de ingresos competidores primarios

### **13 Análisis de la demanda**

Las cifras que determinan la demanda de la industria de eventos en el país y más aún en la ciudad de Quito, son inciertas. No obstante, según reportajes e investigaciones realizadas por el diario El Comercio en el año 2017, se estimó que en el 2015 operaban 2767 empresas dedicadas a la organización de eventos y al servicio de catering. Entre ambos tipos de servicios, llegaron a generar 233 millones de dólares durante ese mismo año. De igual manera, durante el año de sus investigaciones, El Comercio reportó que a pesar de que existía una tendencia por parte de los usuarios a realizar eventos que acogen a una menor cantidad de asistentes que en el pasado, la demanda para la realización de los mismos había incrementado en un 20%, principalmente en los periodos de alta demanda, como son los meses de mayo, junio, julio y agosto (González, 2017).

Tomando como referencia y punto de partida la cifra monetaria de 233 millones de dólares que la industria de eventos y catering generó, que el diario El Comercio reportó, en base a los datos provistos por el INEC, se ha estimado que, tras ingresar al mercado, la empresa Sirius tendrá una participación inicial de 0,3% en su primer año, lo que quiere decir que llegaría a generar ingresos de aproximadamente 700.000 dólares. En los siguientes años, por supuesto, se espera que la empresa vaya incrementando paulatinamente este porcentaje de participación.

## DESARROLLO DEL PROYECTO

### 14 Diseño y arquitectura

#### 14.1 Áreas interiores

Como inicialmente se explicó, el galpón dentro del cual se desarrollarán los eventos organizados por Sirius tiene un área total de 2800 metros cuadrados. Se planifica que el galpón sea construido con estructura metálica y bloque, con el fin de que sus vigas y columnas no solo soporten la construcción en sí, sino que además puedan funcionar como elementos de fijación y agarre de los paneles escenográficos, iluminación, arreglos florales, entre otros. Posteriormente, la fachada principal, es decir, donde se encuentra el ingreso principal al galpón y sus caras laterales, estará recubiertas con madera envejecida, con el objetivo de que la construcción se asimile a una casa de campo y se vuelva más acogedora. En el interior, las únicas paredes fijas, serán las que limiten las áreas de servicios higiénicos para clientes y personal de servicio, la cocina, área de steward, bodegas y circulación para servicio, pues los paneles que podría dividir el área central en dos salones independientes de 840 metros cuadrados cada uno, serán elaborados con distintas fibras sintéticas, aluminio y espuma flex, lo que facilita su montaje y desmontaje y al mismo tiempo actúa como aislante de sonido. De esta manera, la programación

de áreas  
expresa de la  
manera:

PROGRAMACIÓN DE ÁREAS	
ESPACIO	Área (m2)
INGRESO / ÁREA RECEPCIÓN (DIVISIBLE)	309
SERVICIOS HIGIÉNICOS USUARIOS	140
ÁREA DE MONTAJE DE EVENTOS (DIVISIBLE)	1705
ÁREA DE COCINAS	58
ÁREA DE STEWARD	30
SERVICIOS HIGIÉNICOS SERVICIO	43
BODEGA	116
COMEDOR PERSONAL	13
CIRCULACIÓN, CABINA SEGURIDAD, ROPEROS	386
<b>CONSTRUCCIÓN TOTAL</b>	<b>2800</b>

interiores se  
siguiente

*Tabla 2: Programación de áreas (Anexo 3)*

#### 14.2 **Materialidad, iluminación y otros equipos**

##### **Pisos**

El piso que se utilizará de manera general en todo el galpón, a excepción de las áreas de servicios higiénicos, cocina, steward, comedor y seguridad, será el alisado natural del cemento utilizado para la construcción del sitio. En las otras áreas mencionadas anteriormente se usará porcelanato antideslizante simplemente por seguridad, higiene y estética.

##### **Paredes**

Como se mencionó ya, las paredes que serán elaboradas con bloque y estucadas, serán las exteriores y las que limitan el área de bodega y de cocina. Para todo el resto de las paredes se utilizará gypsum con estuco blanco, con el fin principal de minimizar costos y optimizar el espacio.

Por otro lado, nuevamente en las áreas de servicios higiénicos, cocina y steward se utilizará porcelanato, por temas de seguridad y facilidad de limpieza.

##### **Techos e iluminación**

Los techos tendrán la estructura vista, lo que quiere decir que no existirán losas de hormigón. El motivo por el cual no se cubrirán las cerchas metálicas es porque éstas servirán como punto de apoyo y soporte para la suspensión de paneles acústicos superiores, decoración y red de iluminación, la cual será provista por proveedores especialistas en el tema. Sin embargo, si se mantendrán luces generales en todas las áreas operativas y de montaje para poder facilitar el trabajo del personal. Sobre el área del montaje de los eventos se utilizarán campanas industriales LED que le permitan al



personal desempeñar su trabajo de manera óptima. Por otro lado, en el área de cocina, steward, bodega y comedor se utilizarán lámparas ahorradoras precisamente para poder minimizar los costos de energía sin sacrificar la buena visibilidad del espacio.

Finalmente, en el área de servicios higiénicos para usuarios, se utilizarán lámparas LED tanto para la iluminación general como para luz puntual. Para ciertos detalles decorativos, se instalarán cintas LED.

### **Equipos**

Los equipos con mayor incidencia en la inversión del proyecto son aquellos instalados en el área de cocina; extractores, estufas, refrigeradoras, lavabos y mesones y también en el área de steward; lavadoras de platos industriales. Finalmente, se destinará un espacio para el control de audio visuales e iluminación, el mismo que será para uso exclusivo de los proveedores de ambos servicios. Para facilitar su trabajo, este espacio contará con pantallas que transmitan lo que ocurre en el sitio del desarrollo del evento, por medio de cámaras instaladas en la parte central del galpón.

#### **14.3 Áreas exteriores**

Por otro lado, a pesar de que el escenario principal de cada evento se dará en el interior del galpón, se ha diseñado también una salida a un lounge exterior por una de las fachadas laterales del lugar, buscando brindar un poco más de flexibilidad hacia los posibles gustos del cliente. Este espacio exterior tendrá un área aproximada de 250 metros cuadrados, delimitado por un deck y una pérgola.

Respecto a vegetación y jardinería, se ha determinado que las áreas verdes estarán presentes alrededor del lounge exterior descrito anteriormente, así como también en la parte frontal del galpón, a lo largo de todo el ingreso vehicular y alrededor de los parqueaderos con el fin de que los autos queden sutilmente escondidos detrás de la vegetación.

Finalmente, pensando en el ingreso de los distintos proveedores al sitio y en la necesidad de espacio para poder realizar la descarga de sus productos, se ha establecido un camino vehicular en la parte posterior del galpón, la misma que queda totalmente apartada del ingreso principal para clientes u otros usuarios (Anexo 4).

## **15 Plan de comunicación y marketing**

Introducción:

Considerando que la propuesta de este trabajo conlleva la creación de un proyecto y una marca totalmente nuevos en el entorno, es importante tener en cuenta los medios que se deberán utilizar para que la empresa pueda crecer y alcanzar posicionamiento dentro de mercado como de la mente de los consumidores. Por ello, es de tanta relevancia la propuesta de un plan de comunicación y marketing que sea capaz de transmitir todo lo que Sirius representa, desde su personalidad hasta los servicios que es capaz de brindar, y al mismo tiempo buscar la manera de satisfacer la mayor cantidad de necesidades que tiene los segmentos de mercado que la empresa busca atender; sociales y corporativos.

### **15.1 Definición de la marca**

Sirius busca presentarse frente al mercado como una empresa que no ofrece lo tradicional en eventos, sino que empieza a destacar el “diseño en eventos” y no solo la “decoración de eventos” como tradicionalmente la mayoría de las empresas lo hace. Este factor es lo que hace que la marca pueda venderse como una empresa de eventos de alta gama y por lo tanto como una opción diferente y exclusiva frente al resto de la oferta que existe en el mercado. Partiendo de esta idea, surge el nombre “Sirius”, el mismo que ha sido utilizado por la NASA para denominar a la estrella más brillante de la noche vista desde la Tierra. El nombre hace alusión precisamente a la manera en la que la empresa espera ser proyectada; como la más brillante y sobresaliente entre todo

el resto y la que más aprecian las personas por la belleza presente en cada uno de sus aspectos.

### 15.1.1 *Logo*



*Imagen 7: Diseño de logotipo Sirius*

Haciendo referencia a lo mencionado anteriormente, se ha creado un diseño de logotipo que evoque la idea de un punto a partir del cual se esparce la luz, sin llegar a crear una forma que represente de manera literal la forma que se tiene de una estrella. Este elemento central a partir del cual se generan los destellos también cumple con la funcionalidad de ser el punto de partida para las letras del nombre de la empresa. Adicionalmente, el diseño de la estrella circular de Sirius mantiene la flexibilidad ya sea para ser expresada con su nombre completo o nada más como una simple insignia, que sigue manteniendo su concepto.



*Imagen 8: insignia de la marca Sirius*

La cromática que se ha escogido, es sencilla pero contrastante, así como elegante. El uso de blanco y negro junto con una tipografía que maneja líneas suaves y en imprenta, es con el fin de que el nombre se lea claramente y que, por otro lado, no genere impresiones equivocadas generadas por el uso de un color u otro en la mente del consumidor.

### **15.2 Objetivos a corto y largo plazo**

Tal como se analiza en la primera parte de esta sección, debido al nacimiento y creación de la marca y la empresa, el primer objetivo es dar a conocer a la marca de manera contundente en la ciudad de Quito y posteriormente poder generar clientes tanto para eventos sociales como corporativos. Para ellos será indispensable una inversión inicial que representará un valor monetario mucho más elevado que en los siguientes años, donde se espera que la marca ya sea más reconocida. La distribución del presupuesto inicial en base a distintas estrategias se detallará a continuación, en la sección de plan de publicidad.

Respecto a los objetivos de largo plazo, se espera haber recuperado el monto totalitario de la inversión inicial y poder generar suficientes fondos que le permitan a la empresa crear mayores elementos constructivos escenográficos, los mismos que puedan ser

utilizados en el exterior. Actualmente, los paneles diseñados y demás elementos decorativos son elaborados con materiales que podrían ser utilizados en el exterior durante un día soleado. No obstante, teniendo en cuenta los cambios climáticos a los que se expone Quito y todo el país en general, si es que llegaría a llover o a hacer fuertes vientos, toda la escenografía del lugar podría verse afectada negativamente, dando lugar a un resultado totalmente desfavorable tanto para la experiencia del cliente y sus invitados, así como para la reputación de la empresa.

De la misma manera, se espera un mayor crecimiento de la cartera de clientes, los mismos que ya no estén solo dentro de la ciudad de Quito, sino también fuera de ella. Esto requerirá al mismo tiempo, disponer de medios que le permitan a la empresa transportarse de una ciudad a otra sin perder la calidad de su servicio. Para ello, será indispensable poder forjar relaciones sólidas con proveedores de otras ciudades, pues esto hará posible evitar contratiempos generados por tiempo y distancia, manteniendo así los altos estándares establecidos por Sirius y al mismo tiempo, evitando costos innecesarios.

### **15.3 Plan de promoción y publicidad**

#### **15.3.2 *Declaración de posicionamiento***

Previamente a definir los medios por los cuales se realizará la respectiva promoción y publicidad de la marca, es necesario determinar los aspectos que se busca resaltar de la marca en base a sus funciones y a lo que la diferencia de la competencia. Para ello se ha establecido como declaración de posicionamiento:

*“Diseñamos y construimos escenarios inolvidables, que combinen tus deseos con la pasión y capacidad organizacional de Sirius”*

Con esta declaración, se busca resaltar en primer lugar, la idea de que la labor de Sirius va mucho más allá de decorar un espacio. Por el contrario, Sirius construye y transforma

el espacio en base a los deseos que tiene el cliente. Finalmente, la declaración le hace saber al cliente que sus deseos no solo van a ser expresados en el ámbito visual, sino también en toda la gestión organizacional que Sirius realizará para que el cliente no tenga que preocuparse de absolutamente nada.

Una vez definida la declaración con la que se espera posicionar a Sirius en el mercado, se requiere establecer los medio por los que se logrará este fin. Para ello, se ha planificado dar a conocer a la empresa es a través de los medios más utilizados por el mercado, los mismos que conllevan un área tecnológica, por lo que, en su mayoría, se invertirá en marketing digital. No obstante, no por ello la publicidad y promoción de Sirius se limitará nada más al uso de redes sociales tales como Instagram o Facebook, como ya lo vienen haciendo muchas empresas por mucho tiempo. Al contrario, se espera poder llegar a los dos segmentos que la empresa apunta (social y corporativos) mediante distintos medios online, offline y alianzas estratégicas, en cada una de ellas, actuando de manera personal, de tal modo que puedan llamar más la atención del cliente de una forma más específica y personalizada.

### 15.3.3 *Medios Online: Portales de Internet*

Página web: En primer lugar, se invertirá en la creación de una página web disponible tanto para ordenadores como para dispositivos móviles, que sea principalmente gráfica, pues en el tema de eventos, videos del proceso de creación y fotografías de los montajes y de los distintos escenarios mágicos que Sirius podría crear, serían el principal enganche del cliente. Una vez que se logre la atención del cliente, dentro de la página web, se pondrá a disposición los servicios que la empresa ofrece para grupos sociales o corporativos, permitiendo así que el cliente poco a poco pueda irse involucrando y adentrando en los servicios de la marca.

Google Ads: Una vez creada la página web de Sirius, se planifica invertir en medios digitales como Google Ads, dado que Google es la primera ventana de búsqueda a través de la cual la mayoría de gente solicita información. Google Ads, no solo puede ser el primer enlace entre el cliente y la empresa, sino que, dado que los cobros que esta plataforma demanda se realizarán en base al número de visitas a la página web o al número de llamadas que la empresa registre, los costos serán proporcionales y los recursos económicos no se verán desperdiciados.

App “Diario de Novias”: Adicionalmente, hablando específicamente de la demanda de eventos sociales, la misma que busca información de manera un tanto más dispersa que los grupos corporativos, Sirius invertirá en ser parte de la plataforma Diario de Novias; una aplicación que actualmente está empezando a ser muy utilizada con el fin de dar a conocer servicios de organización de bodas a futuras novias y familiares o amigas de las mismas, quienes siempre esperan colaborar con dichos eventos. Este canal puede servir como un medio para captar clientes, darse a conocer y generar presencia en el mercado.

Cvent: Por otro lado, pensando de manera más extensa, Sirius tiene planificado al largo plazo, atraer mercado corporativo internacional. Aprovechando el hecho de que Quito está siendo promocionado como “Destino Líder para Reuniones y Conferencias en Sudamérica” (World Travel Awards, 2018), se realizarán contratos con la plataforma Cvent.com, la cual pondrá a disposición, a nivel internacional los servicios de eventos que Sirius ofrece en la ciudad Quito.

Redes sociales: Finalmente, respecto a redes sociales, tanto en Instagram como en Facebook, también se publicitará la marca, pero esta vez haciendo uso de los elementos más importantes de la declaración de posicionamiento, más que con la redacción completa de la misma. Esto se logrará mediante el uso de las palabras más relevantes para Sirius (Diseñando escenarios, Construyendo tus deseos, Pasión, Eventos Sirius) las

mismas que irán acompañadas de hashtags, con el fin de generar tendencias. Estos se presentarán con fotografías, videos e historias temporales que muestren el antes y el después de los montajes, videos de los procesos de diseño y producción, así como información sobre todos los servicios que Sirius ofrece.

Como una estrategia adicional dentro de ambas redes, se sorteará la organización de una boda para 300 personas de manera gratuita. Para ello, se establecerán bases de concurso, las cuales incentiven a los interesados a seguir a la cuenta de Sirius, compartir sus publicaciones, etiquetar a más personas, comentar sus fotos y videos, entre otros. Esta promoción significará que el cliente únicamente pagará los gastos externos a Sirius, es decir, el catering la música, las flores y otros, pero el tema de la organización de todo el evento, el contacto con todos los proveedores, el montaje y demás servicios que Sirius ofrece correrán por cuenta propia de la empresa. Esta promoción se lanzará con el fin de empezar a popularizarse en el mercado y al mismo tiempo, poder tener la oportunidad de crear un evento de gran nivel, que genere, posteriormente, una publicidad boca a boca realizada por los propios asistentes a la boda de la pareja que gane el concurso.

#### 15.3.4 *Medios Online: Mailing directo*

Considerando otros medios para llegar a futuros clientes, principalmente del sector corporativo mucho más que del social, se ha considerado como una potencial herramienta de alcance al mailing directo.

Empresas: Para el segmento de eventos corporativos, se planifica contactar a empresas grandes de distintas industrias, como la alimenticia, la automotriz, constructiva, entre otras. En cada una de estas áreas existen empresas que anualmente realizan distintos eventos, los mismos que van desde lanzamientos y activaciones de nuevos productos o servicios, hasta homenajes de fin de año o navidad para sus empleados o clientes.

Precisamente por ello, la primera estrategia que Sirius tiene es tratar de generar un



primer contacto vía mailing directo con los encargados de Ventas, Marketing y Recursos Humanos de las empresas más grandes dentro de la ciudad y fuera de ella, como son Corporación La Favorita, Pronaca, Cervecería Nacional, Holcim, entre muchas otras. En este primer contacto, Sirius pondrá a la orden sus servicios de organización de eventos o simplemente su disponibilidad para el alquiler del espacio. A pesar de que el mailing directo es el primer paso, no se debe descartar las estrategias que Sirius puede llevar a cabo posteriormente, en el caso de no obtener ninguna respuesta por parte de dichas empresas. En estas circunstancias, Sirius procedería a contactarse vía telefónica con los mismos encargados para solicitar una visita personal a la empresa y tratar de generar las ventas personalmente. Para lograrlo, agentes especialistas en ventas y en relaciones públicas contratados por Sirius, serán quienes abordarán estos temas directamente con las empresas y realizarán el seguimiento pertinente, con el fin de que Sirius pueda realizarle mejores ofertas, mucho más personalizadas y enfocadas en las necesidades y deseos de las empresas interesadas.

Colegios: Otro mercado importante es el que abarca los establecimientos educativos (principalmente colegios) el mismo que podría ser visto como social o corporativo y que una vez al año exige en gran cantidad la organización de eventos. El tema de las graduaciones en colegios es probablemente uno de los más esperados por quienes ofrecen servicios relacionados a los eventos, dado que genera una gran demanda, sobre todo por el volumen de ventas que éstas representan. Por ello, se planifica ofrecer los servicios de Sirius directamente a los colegios de nivel socioeconómico medio-alto y alto, tanto del norte de Quito como de las afueras de la ciudad. Algunos de los colegios con quien Sirius espera contactar vía mailing directo son: Colegio William Shakespeare, Sek Los Valles, Colegio Menor, Americano, entre muchos otros. La mayoría de estos establecimientos tienden a realizar sus graduaciones en hoteles de gran prestigio como

Swissotel o Marriot, por lo que se puede llegar a la conclusión de que los participantes cuentan con un gran poder adquisitivo que les permitiría pagar los servicios que Sirius ofrece.

Organizadores de ferias y festivales: Finalmente, se buscará contactar por el mismo medio a organizadores de distintos festivales, quienes tras haber tenido un gran éxito después de su primer o dos primeros festivales, tienden a buscar más sitios donde poder repetirlos el siguiente año. Este es el caso del festival Wine and Beer, el mismo que únicamente se realizaba en Guayaquil, pero en este 2018 sus organizadores decidieron apostar por realizarlo en Quito, logrando una gran aceptación en el mercado.

Lo mismo ocurre con otro tipo de festivales o ferias que año tras año han ido teniendo mayor acogida, como los festivales gastronómicos, el Oktoberfest, ferias y catas de vinos, exposiciones automotrices, entre otros. Cada uno de estos eventos, podría ser llevado a cabo en el galpón de Sirius no solo ofreciendo sus instalaciones, sino una escenografía mucho más acogedora y llamativa para el público en general.

#### 15.3.5 *Medios Offline: radio y medios impresos*

Rádios: Dado que los medios offline siguen estando presentes en el día a día de la sociedad, no pueden ser dejados de lado al momento de establecer un plan de marketing. Por ello, en esta propuesta de proyecto se ha considerado realizar publicidad de Sirius en las radios. Realizar promoción de la marca por este medio no solo permite llegar a una audiencia de edad avanzada, quienes por lo general cuentan con un mayor poder adquisitivo que los jóvenes, sino que, además, la radio difusión es mucho más económica que la difusión televisiva y puede llegar a tener un mayor alcance. Tomando en cuenta las emisoras que se hacen presentes en la ciudad y el país entero, se ha determinado que la mejor opción, sería publicitar en Radio Visión durante los programas “Encuentro” de Diego Oquendo y “Desde Mi Visión” de Michelle Oquendo.

La ventaja de publicitar en ambos programas es que son dirigidos por presentadores que acarrearán una gran audiencia y en un horario cómodo para el público, es decir, no son ni muy temprano ni muy tarde. Al contrario, son programas que usualmente se podrían escuchar, durante horarios en los que los oyentes se encuentran en sus oficinas o realizando labores del hogar; “Encuentro” de 9:00 a 12:00 y “Desde Mi Visión” de 15:00 a 17:00. La publicidad en dichos programas es aún más atractiva y beneficiosa si se toma en cuenta que la misma será mencionada al inicio y al final de cada programa, con una cuña intermedia y todos los días de la semana, a un precio bastante conveniente (Anexo 5). Durante el primer año, se planifica mantener esta publicidad por los primeros ocho meses, considerando que, al finalizar el mes de agosto, la temporada de eventos comienza a disminuir y para este punto, se espera haber podido satisfacer parte del mercado que demanda eventos hasta el fin de este mes.

Medios impresos: Si bien es cierto que la difusión por televisión permitiría mostrar de una manera más gráfica y visual lo que Sirius ofrece, su costo es extremadamente alto, lo que significaría un aumento en el valor de los costos fijos mensuales de la empresa, los mismos que de por sí ya son bastante elevados. Sin embargo, debido a que se considera que sí es importante realizar publicidad gráfica fuera de medios online, se optará por promocionar los servicios de Sirius en medio impresos. Estos incluirán la presencia de la marca en revistas sociales como Cosas, Hola, Hogar, Novias, Familia, entre otras. Dado que todos estos medios se enfocan mucho más en el segmento social y la realización de eventos de este grupo son efectuados en su gran mayoría desde mayo hasta septiembre, se planifica publicitar únicamente por un período de seis meses, lo que representaría desde enero hasta junio.

### 15.3.6 *Alianzas Estratégicas*

Finalmente, la última estrategia de Sirius será establecer alianzas estratégicas que, dentro de la mente de organizadores de festivales, ferias u otros eventos, le permitan ser considerada como una de las principales opciones de lugar para llevar a cabo los mismos.

Quito Turismo: Una de las alianzas que Sirius buscará generar, será con Quito Turismo. Dado que este establecimiento es quien está promocionando a la ciudad como “Destino Líder para Reuniones y Conferencias en Sudamérica” y trabaja arduamente para promover eventos MICE, es importante formar parte de la lista de empresas que ofertan un lugar para llevar a cabo dichos encuentros.

Hoteles: De la misma manera, es vital generar acuerdos y alianzas con distintos hoteles de la ciudad de Quito. Considerando que existen temporadas altas para eventos sociales y corporativos y que gracias a ello los hoteles, en repetidas ocasiones, llegan a saturarse, se podría llegar a acuerdos en los cuales, si los hoteles no cuentan con la disponibilidad para atender las solicitudes de dichos eventos o reuniones, puedan referir a Sirius como una segunda opción para realizarlos. En este caso, Sirius proseguiría a pagarle al hotel referencial una comisión acordada entre ambas empresas. Esta alianza sería mayormente aprovechada durante el primer y quizá parte del segundo año de funcionamiento de Sirius, dado que en este periodo la empresa probablemente siga requiriendo de ventanas que le permitan además de darse a conocer en el mercado, tener la oportunidad de llevar a cabo eventos, con los cuales pueda promocionarse más.

Empresas de Catering: Por último, se debe recordar que las empresas que ofrecen servicio de catering cada vez son más grandes y completas, por lo cual, en varias ocasiones, quienes requieren de sus servicios, se contactan con ellas y solicitan asesoría para la organización de todo el evento en sí y no nada más de la comida. Por ello, es

indispensable establecer acuerdos con ellas, para que Sirius sea escogida como la primera opción del lugar en el que se llevarán a cabo los eventos solicitados a las empresas de catering. Las mismas, por supuesto, recibirán pagos por comisiones previamente acordadas y precios preferenciales. De la misma manera, dichas empresas de catering serán tomadas en cuenta para la organización de eventos solicitados directamente con Sirius. De esta forma, se generarían acuerdos de ganancia mutua y recíproca para ambos tipos de servicio.

#### **15.4 Presupuesto para gastos**

Todas las estrategias planteadas anteriormente requieren de una suma inicial que deberá ser distribuida en distintas proporciones.

Considerando los altos costos iniciales, los cuales representan toda la inversión del proyecto, se ha determinado una cantidad máxima de 40 mil dólares para llevar a cabo el plan de marketing y publicidad previamente detallado, durante todo el primer año.

Dicho presupuesto será invertido de la siguiente manera:

- En medios online, debido a que son los que mayor alcance pueden llegar a tener se invertirá un 60% del presupuesto total.
- En medios offline se invertirá el 40% restante, de lo cual el 15% se destinará a medios impresos y el 25% a difusión radial.

## ANÁLISIS DE RENTABILIDAD

### 16 Costo de la inversión

En base a lo expuesto a lo largo de todo el desarrollo de la empresa Sirius, es posible realizar un estudio sobre la rentabilidad del proyecto, iniciando con el análisis de la inversión inicial. Para estimar este valor total, se ha considerado distintos aspectos, desde la limpieza, nivelación y replanteo del terreno hasta los costos de la elaboración de mobiliario diseñado por la misma empresa. La estimación del costo total de la inversión inicial de Sirius se dividió de la siguiente manera:

ADECUACIONES Y GALPÓN	\$ 478.890
ELEMENTOS DECORATIVOS	\$ 47.630
<b>PRESUPUESTO TOTAL DE PROYECTO</b>	<b>\$ 526.520</b>

*Tabla 3: Estimación del costo total de inversión inicial*

Se puede analizar en mayor detalle cada uno de los rubros en el [anexo 6](#).

### 17 Ingresos

Considerando el porcentaje participación de mercado esperado, estudiado en la sección “[Análisis de demanda](#)” se han generado estimaciones mensuales de estados de pérdidas y ganancias para el primer año, considerando las tres fuentes principales por las que Sirius puede obtener ingresos; eventos sociales, eventos corporativos y alquiler del galpón. Esto se lo realizó con el fin de, primeramente, tomar en cuenta la temporalidad que tiene la industria de los eventos, pues existen meses en los cuales la demanda es extremadamente alta (mayo – septiembre) y otros en los cuales ésta baja y, en segundo lugar, con el objetivo generar coherencia entre los ingresos esperados del primer año y la cantidad de eventos realizados a lo largo del mismo. Para lograr esto, también se generaron algunas tablas que simulan la cotización de distintos paquetes, tanto sociales como corporativos, las mismas que facilitan el análisis de costos e ingresos que cada evento le generará a Sirius, de manera mensual ([Anexo 7](#)).

Posteriormente a estos análisis elaborados mes a mes, se pudo llegar a un ingreso total anual de aproximadamente \$715.000 dólares. Las sumas generadas por las tres fuentes de ingreso con las que cuenta Sirius se dividieron de la siguiente manera:

ESCENARIO ESPERADO			
INGRESOS			
	Cantidad	Monto unit	Monto Total
Bodas 150 pax	9	\$ 28.545,00	\$ 256.905,00
Bodas 200 pax	3	\$ 34.047,00	\$ 102.141,00
Bodas 300 pax	1	\$ 46.141,00	\$ 46.141,00
Bodas 400 pax	1	\$ 56.815,00	\$ 56.815,00
Corporativo 80 pax	1	\$ 9.779,60	\$ 9.779,60
Corporativo 100 pax	4	\$ 10.642,00	\$ 42.568,00
Corporativo 400 pax	1	\$ 50.049,50	\$ 50.049,50
Alquiler (días)	30	5000	\$ 150.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>		<b>\$ 714.399,10</b>

*Tabla 4: Resumen de ingresos anual por evento*

El detalle de cada uno de los meses en los cuales se generaron las cifras expuestas en la tabla 4, se pueden revisar en el [Anexo 8](#)

## 18 Costos

Los costos que se han considerado para el estudio de factibilidad están divididos en costos de venta (variables), gastos no distribuidos, cargos fijos, amortizaciones y depreciaciones e impuestos.

### 18.1 Costos de venta o costos variables

Dentro de esta clasificación se han considerado los valores que Sirius deberá cancelar a proveedores de servicios complementarios para eventos, dentro de los cuales se encuentran catering, música, transporte, flores, etc. En base a los ingresos generados por las tres fuentes de Sirius, se pudo establecer que los costos variables al final del primer año de operación se constituyeron de la siguiente manera:

ESCENARIO ESPERADO			
COSTOS DE VENTA			
	Cantidad	Monto unit	Monto Total
Bodas 150 pax	9	\$ 20.640,00	\$ 185.760,00
Bodas 200 pax	3	\$ 25.060,00	\$ 75.180,00
Bodas 300 pax	1	\$ 34.800,00	\$ 34.800,00
Bodas 400 pax	1	\$ 43.340,00	\$ 43.340,00
Corporativo 80 pax	1	\$ 3.436,00	\$ 3.436,00
Corporativo 100 pax	4	\$ 4.220,00	\$ 16.880,00
Corporativo 400 pax	1	\$ 37.110,00	\$ 37.110,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 396.506,00</b>

*Tabla 5: Resumen de costos variables anual por evento*

## 18.2 Gastos no distribuidos

Los gastos no distribuidos, los mismos que se pagarán mensualmente, constituirán una suma total anual expresada a continuación:

ESCENARIO ESPERADO			
GASTOS NOS DISTRIBUIDOS			
Publicidad y Marketing			\$ 40.000,00
Servicios Básicos			\$ 4.800,00
Nómina			\$ 47.768,45
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 92.568,45</b>

Tabla 6: Gastos no distribuidos anuales

## 18.3 Cargos fijos

Los cargos fijos funcionarán del mismo modo que los gastos no distribuidos y al año se constituirán de la siguiente manera:

ESCENARIO ESPERADO			
CARGOS FIJOS			
Arriendo del terreno			\$ 30.000,00
Oficina			\$ 3.000,00
Mantenimiento			\$ 4.800,00
Seguros (2%)			\$ 877,53
Permisos Funcionamiento			\$ 2.500,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 41.177,53</b>

Tabla 7: cargos fijos anuales

## 18.4 Amortizaciones y depreciaciones

Dado que el monto de inversión es muy elevado se consideró que este valor deberá ser amortizado a 10 años, mientras que la depreciación únicamente se calculará para los elementos decorativos. El monto de amortizaciones y depreciaciones es el más alto de todos los rubros que constituyen los costos, como se muestra a continuación:

ESCENARIO ESPERADO			
AMORTIZACIONES Y DEPRECIACIONES			
Amortización Activos Fijos			\$ 47.889,05
Amortización Implem. Decorativos			\$ 15.876,53
Depreciación Decoración 33% anual			\$ 15.717,77
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 79.483,35</b>

Tabla 8: gastos anuales por amortizaciones y depreciaciones

## 18.5 Impuestos

Finalmente, los impuestos que se pagarían el primer año representarían el 15% de la utilidad antes de impuestos para la participación de trabajadores y el 25% de la utilidad gravable, para el pago de impuesto a la renta:



ESCENARIO ESPERADO	
IMPUESTOS	
Participación a trabajadores (15%)	\$ 15.699,57
Impuesto a la renta (25%)	\$ 22.241,05
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 37.940,62</b>
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 66.723,15</b>

*Tabla 9: gastos anuales por pago de impuestos*

Cada uno de los costos generados mensualmente, puede ser analizados en el [anexo 8](#).

## 19 Estado de pérdidas y ganancias

En base al estudio y proyecciones de ingresos y gastos explicados anteriormente, fue posible generar a final del año, un estado de pérdidas y ganancias, el mismo presentó los siguientes valores:

ESTADO DE RESULTADOS AÑO 1	
<b>INGRESOS</b>	
<b>Ventas</b>	
Servicio Bodas	\$ 462.002,00
Servicio Corporativo	\$ 102.397,10
Alquiler Galpón	\$ 150.000,00
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$ 714.399,10</b>
<b>COSTOS DE VENTA</b>	
Catering	\$ 253.456,00
Dulces y Pastel	\$ 10.600,00
Florería	\$ 47.400,00
Orquesta / DJ	\$ 52.500,00
Iluminación	\$ 4.500,00
Video/Fotografía	\$ 12.000,00
Música (duo x hora)	\$ 2.700,00
Hora Loca	\$ 9.750,00
Transporte	\$ 3.600,00
<b>Total Costos</b>	<b>\$ 396.506,00</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 317.893,10</b>
<b>GASTOS NO DISTRIBUIDOS</b>	
Publicidad y Marketing	\$ 40.000,00
Servicios Básicos	\$ 4.800,00
Nómina	\$ 47.768,45
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>\$ 92.568,45</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ 225.324,65</b>
<b>CARGOS FIJOS</b>	
Arriendo del terreno	\$ 30.000,00
Oficina	\$ 3.000,00
Mantenimiento	\$ 4.800,00
Seguros (2%)	\$ 877,53
Permisos Funcionamiento	\$ 2.500,00
<b>Total Cargo Fijos</b>	<b>\$ 41.177,53</b>
<b>AMORTIZACIÓN Y DEPRECIACIONES</b>	
Amortización Activos Fijos	\$ 47.889,05
Amortización Implem. Decorativos	\$ 15.876,53
Depreciación Decoración 33% anual	\$ 15.717,77
<b>Total Amor. y Dep.</b>	<b>\$ 79.483,35</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 104.663,77</b>
<b>IMPUESTOS</b>	
Participación a trabajadores (15%)	\$ 15.699,57
<b>UTILIDAD GRAVABLE</b>	<b>\$ 88.964,20</b>
Impuesto a la renta (25%)	\$ 22.241,05
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 66.723,15</b>

*Tabla 10: Estado de pérdidas y ganancias en el año 1*

## 20 Estudio de factibilidad – Escenario esperado

El estado de resultados demuestra que, obteniendo los ingresos esperados, la utilidad neta al final del año es positiva. No obstante, para poder definir si la creación de Sirius es rentable o no, se prosiguió a hacer proyecciones de ingresos y gastos por el periodo de cinco años. Los resultados fueron los siguientes:

PROYECCIÓN DE ESTADO DE RESULTADOS					
REPORTE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>		1,027	1,028	1,029	1,029
<b>Ventas</b>					
Servicio Bodas	\$ 462.002,00	\$ 474.476,05	\$ 487.761,38	\$ 501.906,46	\$ 516.461,75
Servicio Corporativo	\$ 102.397,10	\$ 105.161,82	\$ 108.106,35	\$ 111.241,44	\$ 114.467,44
Alquiler Galpón	\$ 150.000,00	\$ 154.050,00	\$ 158.363,40	\$ 162.955,94	\$ 167.681,66
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$ 714.399,10</b>	<b>\$ 733.687,88</b>	<b>\$ 754.231,14</b>	<b>\$ 776.103,84</b>	<b>\$ 798.610,85</b>
<b>COSTOS DE VENTA</b>		1,025	1,025	1,025	1,025
Catering	\$ 253.456,00	\$ 259.792,40	\$ 266.287,21	\$ 272.944,39	\$ 279.768,00
Dulces y Pastel	\$ 10.600,00	\$ 10.865,00	\$ 11.136,63	\$ 11.415,04	\$ 11.700,42
Florería	\$ 47.400,00	\$ 48.585,00	\$ 49.799,63	\$ 51.044,62	\$ 52.320,73
Orquesta / DJ	\$ 52.500,00	\$ 53.812,50	\$ 55.157,81	\$ 56.536,76	\$ 57.950,18
Iluminación	\$ 4.500,00	\$ 4.612,50	\$ 4.727,81	\$ 4.846,01	\$ 4.967,16
Video/Fotografía	\$ 12.000,00	\$ 12.300,00	\$ 12.607,50	\$ 12.922,69	\$ 13.245,75
Música (duo x hora)	\$ 2.700,00	\$ 2.767,50	\$ 2.836,69	\$ 2.907,60	\$ 2.980,29
Hora Loca	\$ 9.750,00	\$ 9.993,75	\$ 10.243,59	\$ 10.499,68	\$ 10.762,18
Transporte	\$ 3.600,00	\$ 3.690,00	\$ 3.782,25	\$ 3.876,81	\$ 3.973,73
<b>Total Costos</b>	<b>\$ 396.506,00</b>	<b>\$ 406.418,65</b>	<b>\$ 416.579,12</b>	<b>\$ 426.993,59</b>	<b>\$ 437.668,43</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 317.893,10</b>	<b>\$ 327.269,23</b>	<b>\$ 337.652,02</b>	<b>\$ 349.110,25</b>	<b>\$ 360.942,42</b>
<b>GASTOS NO DISTRIBUIDOS</b>		1,025	1,025	1,025	1,025
Publicidad y Marketing	\$ 40.000,00	\$ 41.000,00	\$ 42.025,00	\$ 43.075,63	\$ 44.152,52
Servicios Básicos	\$ 4.800,00	\$ 4.920,00	\$ 5.043,00	\$ 5.169,08	\$ 5.298,30
Nómina	\$ 47.768,45	\$ 48.962,66	\$ 50.186,73	\$ 51.441,40	\$ 52.727,43
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>\$ 92.568,45</b>	<b>\$ 94.882,66</b>	<b>\$ 97.254,73</b>	<b>\$ 99.686,10</b>	<b>\$ 102.178,25</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ 225.324,65</b>	<b>\$ 232.386,56</b>	<b>\$ 240.397,29</b>	<b>\$ 249.424,15</b>	<b>\$ 258.764,17</b>
<b>CARGOS FIJOS</b>		1,025	1,025	1,025	1,025
Arriendo del terreno	\$ 30.000,00	\$ 30.750,00	\$ 31.518,75	\$ 32.306,72	\$ 33.114,39
Oficina	\$ 3.000,00	\$ 3.075,00	\$ 3.151,88	\$ 3.230,67	\$ 3.311,44
Mantenimiento	\$ 4.800,00	\$ 4.920,00	\$ 5.043,00	\$ 5.169,08	\$ 5.298,30
Seguros (2%)	\$ 877,53	\$ 899,47	\$ 921,96	\$ 945,01	\$ 968,63
Permisos Funcionamiento	\$ 2.500,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
<b>Total Cargo Fijos</b>	<b>\$ 41.177,53</b>	<b>\$ 40.844,47</b>	<b>\$ 41.835,58</b>	<b>\$ 42.851,47</b>	<b>\$ 43.892,76</b>
<b>AMORTIZACIÓN Y DEPRECIACIONES</b>					
Amortización Activos Fijos	\$ 47.889,05	\$ 47.889,05	\$ 47.889,05	\$ 47.889,05	\$ 47.889,05
Amortización Implem. Decorativos	\$ 15.876,53	\$ 15.876,53	\$ 15.876,53	\$ 15.876,53	\$ 15.876,53
Depreciación Decoración 33% anual	\$ 15.717,77	\$ 15.717,77	\$ 15.717,77	\$ 15.717,77	\$ 15.717,77
<b>Total Amort. y Dep.</b>	<b>\$ 79.483,35</b>	<b>\$ 79.483,35</b>	<b>\$ 79.483,35</b>	<b>\$ 79.483,35</b>	<b>\$ 79.483,35</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 104.663,77</b>	<b>\$ 112.058,74</b>	<b>\$ 119.078,36</b>	<b>\$ 127.089,33</b>	<b>\$ 135.388,06</b>
<b>IMPUESTOS</b>					
Participación a trabajadores (15%)	\$ 15.699,57	\$ 16.808,81	\$ 17.861,75	\$ 19.063,40	\$ 20.308,21
<b>UTILIDAD GRAVABLE</b>	<b>\$ 88.964,20</b>	<b>\$ 95.249,93</b>	<b>\$ 101.216,61</b>	<b>\$ 108.025,93</b>	<b>\$ 115.079,85</b>
Impuesto a la renta (25%)	\$ 22.241,05	\$ 23.812,48	\$ 25.304,15	\$ 27.006,48	\$ 28.769,96
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 66.723,15</b>	<b>\$ 71.437,45</b>	<b>\$ 75.912,45</b>	<b>\$ 81.019,45</b>	<b>\$ 86.309,89</b>

Tabla 11: Proyección de ingresos y gastos en 5 años. Escenario esperado

Con dichos resultados, fue posible calcular los flujos de caja por el mismo periodo y posteriormente, determinar el VAN, TIR y el periodo de retorno de la inversión:

INGRESOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por Ventas		\$ 714.399,10	\$ 733.687,88	\$ 754.231,14	\$ 776.103,84	\$ 798.610,85
<b>Total Ingresos</b>		<b>\$ 714.399,10</b>	<b>\$ 733.687,88</b>	<b>\$ 754.231,14</b>	<b>\$ 776.103,84</b>	<b>\$ 798.610,85</b>
<b>EGRESOS</b>						
Costos Variables		\$ 396.506,00	\$ 406.418,65	\$ 416.579,12	\$ 426.993,59	\$ 437.668,43
Gastos no distribuidos		\$ 92.568,45	\$ 94.882,66	\$ 97.254,73	\$ 99.686,10	\$ 102.178,25
Cargos fijos		\$ 41.177,53	\$ 40.844,47	\$ 41.835,58	\$ 42.851,47	\$ 43.892,76
<b>Total Egresos</b>		<b>\$ 530.251,98</b>	<b>\$ 542.145,78</b>	<b>\$ 555.669,43</b>	<b>\$ 569.531,16</b>	<b>\$ 583.739,44</b>
Utilidad antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones	<b>(\$ 526.520)</b>	\$ 184.147,12	\$ 191.542,09	\$ 198.561,71	\$ 206.572,68	\$ 214.871,41
<b>Flujos acumulados</b>	\$ -	\$ 184.147,12	\$ 375.689,21	\$ 574.250,92	\$ 780.823,60	\$ 995.695,00

Tabla 12: Proyección de flujos en 5 años. Escenario esperado

<b>VAN</b>	\$ 858.942,82
	\$ 332.422,74
<b>TIR</b>	25%
<b>Payback Period</b>	2,58
	2 años y medio

Tabla 13: VAN, TIR, Payback Period. Escenario esperado

Como se puede ver en los datos de la tabla superior, la creación de la empresa Sirius no solo que es rentable, sino que el periodo que toma recuperar la fuerte inversión inicial es relativamente corto.

## 21 Escenario pesimista

Con el fin de generar más análisis y tener varios escenarios sobre lo que podría suceder al largo plazo con la empresa Sirius, se ha establecido un escenario pesimista, en el cual se estima que la cantidad de eventos que Sirius espera tener disminuyen en un 30%. En este caso, los ingresos y gastos se proyectarían de la siguiente manera:

PROYECCIÓN DE ESTADO DE RESULTADOS (E. Pesimista)					
REPORTE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>		1,027	1,028	1,029	1,029
<b>Ventas</b>					
Servicio Bodas	\$ 314.050,00	\$ 322.529,35	\$ 331.560,17	\$ 341.175,42	\$ 351.069,50
Servicio Corporativo	\$ 41.705,60	\$ 42.831,65	\$ 44.030,94	\$ 45.307,83	\$ 46.621,76
Alquiler Galpón	\$ 100.000,00	\$ 102.700,00	\$ 105.575,60	\$ 108.637,29	\$ 111.787,77
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$ 455.755,60</b>	<b>\$ 468.061,00</b>	<b>\$ 481.166,71</b>	<b>\$ 495.120,54</b>	<b>\$ 509.479,04</b>
<b>COSTOS DE VENTA (generados en cada servicio)</b>		1,025	1,025	1,025	1,025
Servicio Bodas	\$ 229.400,00	\$ 235.135,00	\$ 241.013,38	\$ 247.038,71	\$ 253.214,68
Servicio Corporativo	\$ 16.096,00	\$ 16.498,40	\$ 16.910,86	\$ 17.333,63	\$ 17.766,97
Alquiler Galpón	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total Costos</b>	<b>\$ 245.496,00</b>	<b>\$ 251.633,40</b>	<b>\$ 257.924,24</b>	<b>\$ 264.372,34</b>	<b>\$ 270.981,65</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 210.259,60</b>	<b>\$ 216.427,60</b>	<b>\$ 223.242,47</b>	<b>\$ 230.748,20</b>	<b>\$ 238.497,39</b>
<b>GASTOS NO DISTRIBUIDOS</b>		1,025	1,025	1,025	1,025
Publicidad y Marketing	\$ 40.000,00	\$ 41.000,00	\$ 42.025,00	\$ 43.075,63	\$ 44.152,52
Servicios Básicos	\$ 4.800,00	\$ 4.920,00	\$ 5.043,00	\$ 5.169,08	\$ 5.298,30
Nómina	\$ 47.768,45	\$ 48.962,66	\$ 50.186,73	\$ 51.441,40	\$ 52.727,43
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>\$ 92.568,45</b>	<b>\$ 94.882,66</b>	<b>\$ 97.254,73</b>	<b>\$ 99.686,10</b>	<b>\$ 102.178,25</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ 117.691,15</b>	<b>\$ 121.544,94</b>	<b>\$ 125.987,75</b>	<b>\$ 131.062,11</b>	<b>\$ 136.319,14</b>
<b>CARGOS FIJOS</b>		1,025	1,025	1,025	1,025
Arriendo del terreno	\$ 30.000,00	\$ 30.750,00	\$ 31.518,75	\$ 32.306,72	\$ 33.114,39
Oficina	\$ 3.000,00	\$ 3.075,00	\$ 3.151,88	\$ 3.230,67	\$ 3.311,44
Mantenimiento	\$ 4.800,00	\$ 4.920,00	\$ 5.043,00	\$ 5.169,08	\$ 5.298,30
Seguros (2%)	\$ 877,53	\$ 899,47	\$ 921,96	\$ 945,01	\$ 968,63
Permisos Funcionamiento	\$ 2.500,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
<b>Total Cargo Fijos</b>	<b>\$ 41.177,53</b>	<b>\$ 40.844,47</b>	<b>\$ 41.835,58</b>	<b>\$ 42.851,47</b>	<b>\$ 43.892,76</b>
<b>AMORTIZACIÓN Y DEPRECIACIONES</b>					
Amortización Activos Fijos	\$ 47.889,05	\$ 47.889,05	\$ 47.889,05	\$ 47.889,05	\$ 47.889,05
Amortización Implem. Decorativos	\$ 15.876,53	\$ 15.876,53	\$ 15.876,53	\$ 15.876,53	\$ 15.876,53
Depreciación Decoración 33% anual	\$ 15.717,77	\$ 15.717,77	\$ 15.717,77	\$ 15.717,77	\$ 15.717,77
<b>Total Amort. y Dep.</b>	<b>\$ 79.483,35</b>	<b>\$ 79.483,35</b>	<b>\$ 79.483,35</b>	<b>\$ 79.483,35</b>	<b>\$ 79.483,35</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ (2.969,73)</b>	<b>\$ 1.217,12</b>	<b>\$ 4.668,81</b>	<b>\$ 8.727,28</b>	<b>\$ 12.943,03</b>
<b>IMPUESTOS</b>					
Participación a trabajadores (15%)	\$ -	\$ 182,57	\$ 700,32	\$ 1.309,09	\$ 1.941,45
<b>UTILIDAD GRAVABLE</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 1.034,55</b>	<b>\$ 3.968,49</b>	<b>\$ 7.418,19</b>	<b>\$ 11.001,58</b>
Impuesto a la renta (25%)	\$ -	\$ 258,64	\$ 992,12	\$ 1.854,55	\$ 2.750,39
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ (2.969,73)</b>	<b>\$ 775,91</b>	<b>\$ 2.976,37</b>	<b>\$ 5.563,64</b>	<b>\$ 8.251,18</b>

Tabla 14: Proyección de ingresos y gastos en 5 años. Escenario pesimista

INGRESOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por Ventas		\$ 455.755,60	\$ 468.061,00	\$ 481.166,71	\$ 495.120,54	\$ 509.479,04
<b>Total Ingresos</b>		<b>\$ 455.755,60</b>	<b>\$ 468.061,00</b>	<b>\$ 481.166,71</b>	<b>\$ 495.120,54</b>	<b>\$ 509.479,04</b>
EGRESOS						
Costos Variables		\$ 245.496,00	\$ 251.633,40	\$ 257.924,24	\$ 264.372,34	\$ 270.981,65
Gastos no distribuidos		\$ 92.568,45	\$ 94.882,66	\$ 97.254,73	\$ 99.686,10	\$ 102.178,25
Cargos fijos		\$ 41.177,53	\$ 40.844,47	\$ 41.835,58	\$ 42.851,47	\$ 43.892,76
<b>Total Egresos</b>		<b>\$ 379.241,98</b>	<b>\$ 387.360,53</b>	<b>\$ 397.014,55</b>	<b>\$ 406.909,91</b>	<b>\$ 417.052,66</b>
Utilidad antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones	<b>(\$ 526.520)</b>	\$ 76.513,62	\$ 80.700,47	\$ 84.152,16	\$ 88.210,63	\$ 92.426,38
Flujos acumulados	\$ -	\$ 76.513,62	\$ 157.214,09	\$ 241.366,25	\$ 329.576,88	\$ 422.003,27

**Tabla 15: Proyección de flujos en 5 años. Escenario pesimista**

<b>VAN</b>	\$ 363.751,21 <b>(\$ 162.768,87)</b>
<b>TIR</b>	-7%
<b>Payback Period</b>	Despues del año 5

**Tabla 16: VAN, TIR, Payback Period. Escenario pesimista**

A pesar de que en las proyecciones de ingresos y gastos de este escenario se puede ver que a partir del segundo año ya existe una utilidad positiva, el análisis de flujos y del VAN y el TIR, demuestran que, bajo estas circunstancias, la creación de Sirius no valdría la pena, pues no resulta nada rentable.

## 22 Escenario optimista

De la misma manera, se decidió analizar lo que sucedería con Sirius, si su número de eventos es mayor en un 8% al que se espera. En este caso, los ingresos y gastos se proyectarían de la siguiente manera:

PROYECCIÓN DE ESTADO DE RESULTADOS					
REPORTE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>		1,027	1,028	1,029	1,029
<b>Ventas</b>					
Servicio Bodas	\$ 565.288,00	\$ 580.550,78	\$ 596.806,20	\$ 614.113,58	\$ 631.922,87
Servicio Corporativo	\$ 121.093,90	\$ 124.363,44	\$ 127.845,61	\$ 131.553,13	\$ 135.368,18
Alquiler Galpón	\$ 150.000,00	\$ 154.050,00	\$ 158.363,40	\$ 162.955,94	\$ 167.681,66
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$ 836.381,90</b>	<b>\$ 858.964,21</b>	<b>\$ 883.015,21</b>	<b>\$ 908.622,65</b>	<b>\$ 934.972,71</b>
<b>COSTOS DE VENTA</b>		1,025	1,025	1,025	1,025
Servicio Bodas	\$ 339.080,00	\$ 347.557,00	\$ 356.245,93	\$ 365.152,07	\$ 374.280,87
Servicio Corporativo	\$ 20.316,00	\$ 20.823,90	\$ 21.344,50	\$ 21.878,11	\$ 22.425,06
Alquiler Galpón	\$ 37.110,00	\$ 38.037,75	\$ 38.988,69	\$ 39.963,41	\$ 40.962,50
<b>Total Costos</b>	<b>\$ 396.506,00</b>	<b>\$ 406.418,65</b>	<b>\$ 416.579,12</b>	<b>\$ 426.993,59</b>	<b>\$ 437.668,43</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 439.875,90</b>	<b>\$ 452.545,56</b>	<b>\$ 466.436,09</b>	<b>\$ 481.629,06</b>	<b>\$ 497.304,27</b>
<b>GASTOS NO DISTRIBUIDOS</b>		1,025	1,025	1,025	1,025
Publicidad y Marketing	\$ 40.000,00	\$ 41.000,00	\$ 42.025,00	\$ 43.075,63	\$ 44.152,52
Servicios Básicos	\$ 4.800,00	\$ 4.920,00	\$ 5.043,00	\$ 5.169,08	\$ 5.298,30
Nómina	\$ 47.768,45	\$ 48.962,66	\$ 50.186,73	\$ 51.441,40	\$ 52.727,43
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>\$ 92.568,45</b>	<b>\$ 94.882,66</b>	<b>\$ 97.254,73</b>	<b>\$ 99.686,10</b>	<b>\$ 102.178,25</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ 347.307,45</b>	<b>\$ 357.662,90</b>	<b>\$ 369.181,37</b>	<b>\$ 381.942,96</b>	<b>\$ 395.126,03</b>
<b>CARGOS FIJOS</b>		1,025	1,025	1,025	1,025
Arriendo del terreno	\$ 30.000,00	\$ 30.750,00	\$ 31.518,75	\$ 32.306,72	\$ 33.114,39
Oficina	\$ 3.000,00	\$ 3.075,00	\$ 3.151,88	\$ 3.230,67	\$ 3.311,44
Mantenimiento	\$ 4.800,00	\$ 4.920,00	\$ 5.043,00	\$ 5.169,08	\$ 5.298,30
Seguros (2%)	\$ 877,53	\$ 899,47	\$ 921,96	\$ 945,01	\$ 968,63
Permisos Funcionamiento	\$ 2.500,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
<b>Total Cargo Fijos</b>	<b>\$ 41.177,53</b>	<b>\$ 40.844,47</b>	<b>\$ 41.835,58</b>	<b>\$ 42.851,47</b>	<b>\$ 43.892,76</b>
<b>AMORTIZACIÓN Y DEPRECIACIONES</b>					
Amortización Activos Fijos	\$ 47.889,05	\$ 47.889,05	\$ 47.889,05	\$ 47.889,05	\$ 47.889,05
Amortización Implem. Decorativos	\$ 15.876,53	\$ 15.876,53	\$ 15.876,53	\$ 15.876,53	\$ 15.876,53
Depreciación Decoración 33% anual	\$ 15.717,77	\$ 15.717,77	\$ 15.717,77	\$ 15.717,77	\$ 15.717,77
<b>Total Amor. y Dep.</b>	<b>\$ 79.483,35</b>	<b>\$ 79.483,35</b>	<b>\$ 79.483,35</b>	<b>\$ 79.483,35</b>	<b>\$ 79.483,35</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 226.646,57</b>	<b>\$ 237.335,08</b>	<b>\$ 247.862,43</b>	<b>\$ 259.608,14</b>	<b>\$ 271.749,92</b>
<b>IMPUESTOS</b>					
Participación a trabajadores (15%)	\$ 33.996,99	\$ 35.600,26	\$ 37.179,36	\$ 38.941,22	\$ 40.762,49
<b>UTILIDAD GRAVABLE</b>	<b>\$ 192.649,58</b>	<b>\$ 201.734,82</b>	<b>\$ 210.683,07</b>	<b>\$ 220.666,92</b>	<b>\$ 230.987,43</b>
Impuesto a la renta (25%)	\$ 48.162,40	\$ 50.433,70	\$ 52.670,77	\$ 55.166,73	\$ 57.746,86
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 144.487,19</b>	<b>\$ 151.301,11</b>	<b>\$ 158.012,30</b>	<b>\$ 165.500,19</b>	<b>\$ 173.240,57</b>

Tabla 17: Proyección de ingresos y gastos en 5 años. Escenario optimista

INGRESOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por Ventas		\$ 836.381,90	\$ 858.964,21	\$ 883.015,21	\$ 908.622,65	\$ 934.972,71
<b>Total Ingresos</b>		<b>\$ 836.381,90</b>	<b>\$ 858.964,21</b>	<b>\$ 883.015,21</b>	<b>\$ 908.622,65</b>	<b>\$ 934.972,71</b>
EGRESOS						
Costos Variables		\$ 396.506,00	\$ 406.418,65	\$ 416.579,12	\$ 481.629,06	\$ 497.304,27
Gastos no distribuidos		\$ 92.568,45	\$ 94.882,66	\$ 97.254,73	\$ 99.686,10	\$ 102.178,25
Cargos fijos		\$ 41.177,53	\$ 40.844,47	\$ 41.835,58	\$ 42.851,47	\$ 43.892,76
<b>Total Egresos</b>		<b>\$ 530.251,98</b>	<b>\$ 542.145,78</b>	<b>\$ 555.669,43</b>	<b>\$ 624.166,62</b>	<b>\$ 643.375,28</b>
Utilidad antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones	<b>(\$ 526.520)</b>	<b>\$ 306.129,92</b>	<b>\$ 316.818,43</b>	<b>\$ 327.345,78</b>	<b>\$ 284.456,03</b>	<b>\$ 291.597,43</b>
Flujos acumulados	\$ -	\$ 306.129,92	\$ 622.948,35	\$ 950.294,13	\$ 1.234.750,15	\$ 1.526.347,58

Tabla 18: Proyección de flujos en 5 años. Escenario optimista

<b>VAN</b>	\$ 1.324.186,44
	\$ 797.666,36
<b>TIR</b>	51%
<b>Payback Period</b>	1,35
	1 año y 4 meses

Tabla 19: VAN, TIR, Payback Period. Escenario optimista

Finalmente, este último escenario demuestra que, si la cantidad de eventos es superior tan solo en un 8% a lo que se estima, la rentabilidad de la creación de Sirius será aun mejor y el periodo de tiempo de recuperación de la inversión se reducirá casi a la mitad de lo que el escenario esperado proyecta.

## CONCLUSIONES

- Análisis que estudian el comportamiento de la industria de los eventos demuestran que la demanda tiene una tendencia creciente, por lo que apostar por la creación de empresas organizadoras como Sirius se constituye en una idea que a futuro puede representar un mayor desarrollo económico para la industria y para el país.
- La escasa presencia de lugares de eventos en el sector de Tumbaco o sitios aledaños representa una oportunidad para el desarrollo de Sirius y para el progreso económico de los grupos sociales del área, quienes podrán tener la posibilidad de trabajar para la empresa.
- A pesar de que la inversión inicial de Sirius representa un valor monetario bastante elevado debido a los costos de construcción, el poder contar un espacio físico y modificable en el que se puedan diseñar y construir escenarios impensables, le da la oportunidad de presentarse como una opción innovadora y atractiva para el mercado, lo que la convierte en una propuesta de negocio con grandes posibilidades de crecimiento económico.
- Es de gran vitalidad llevar a cabo un plan de marketing y publicidad que se enfoque en medios online, offline y alianzas estratégicas, con el fin de que Sirius pueda darse a conocer en Quito y el resto del país, se le facilite abrir sus puertas y pueda convertirse en una empresa rentable y de renombre
- La posibilidad de poder alquilar el espacio físico con el que cuenta Sirius, le abre la posibilidad de maximizar sus ingresos exponencialmente, sin tener que incurrir en mayores gastos.

- Sirius se constituye como una empresa altamente rentable si dentro de su primer año logra tener una participación del 0,2% en el mercado; una cifra totalmente realista.
- El estudio de factibilidad de una empresa, el mismo que abarca proyecciones de ingresos y gastos, así como el análisis de flujos al largo plazo, son herramientas indispensables al momento de determinar si es una buena decisión invertir en un proyecto o no. Gracias a ellas, ha sido posible considerar la idea de que la creación de Sirius puede convertirse en un proyecto real.



## BIBLIOGRAFÍA

*Anuario de Estadísticas: Matrimonios y Divorcios*. (Mayo de 2016). Obtenido de INEC:

[http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion\\_y\\_Demografia/Matrimonios\\_Divorcios/Publicaciones/Anuario\\_Matrimonios\\_y\\_Divorcios2015.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Matrimonios_Divorcios/Publicaciones/Anuario_Matrimonios_y_Divorcios2015.pdf)

Cayetano y Mónica Decoraciones. (s.f.). *Sobre Nosotros*. Obtenido de

<http://www.cayetanoymonica.com/index.html#nosotros>

Expoeventos. (2011). *Sobre Nosotros*. Obtenido de Twitter:

<https://twitter.com/expoeventosec?lang=es>

González, P. C. (10 de Junio de 2017). *Mayor demanda de servicios para eventos entre mayo y agosto*. Obtenido de El Comercio:

<https://www.elcomercio.com/actualidad/demanda-servicios-eventos-graduaciones-primeracomunion.html>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2015). *Resumen Ejecutivo: Encuesta de Hoteles, Restaurantes y Servicios*. Obtenido de Ecuador en Cifras:

[http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Economicas/Encuesta\\_Servicios/Servicios\\_2015/2015\\_ES\\_Resumen\\_Ejecutivo.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Encuesta_Servicios/Servicios_2015/2015_ES_Resumen_Ejecutivo.pdf)

Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (2015). *Plan de Uso y Ocupación del Suelo*. Quito.

Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (2018). *Informe de Regulación Metropolitana*. Quito.

Revista Líderes. (15 de Abril de 2016). *Carolina Muzo*. Obtenido de Mi Boda Mágica:

<http://mibodamagica.com/carolina-muzo/>

Superintendencia de Compañías. (2016). *Balance y Situación Financiera Expoeventos*

*Excev. CIA Ltda.* Obtenido de Porta de documentos:

[https://appscvs.supercias.gob.ec/portaldedocumentos/consulta\\_cia\\_param.zul](https://appscvs.supercias.gob.ec/portaldedocumentos/consulta_cia_param.zul)

Superintendencia de Compañías. (2016, 2017). *Balance / Estado de Situación*

*Financiera - Decorepcion CIA. Ltda.* Obtenido de Porta de documentos:

[https://appscvs.supercias.gob.ec/portaldedocumentos/consulta\\_cia\\_param.zul](https://appscvs.supercias.gob.ec/portaldedocumentos/consulta_cia_param.zul)

World Travel Awards. (2018). *South America Winners 2018*. Obtenido de

<https://www.worldtravelawards.com/winners/2018/south-america>

## ANEXOS

### 1. Informe de Regulación Metropolitana del terreno planteado para la creación de la empresa Sirius

IRM - CONSULTA				
*INFORMACIÓN PREDIAL EN UNIPROPIEDAD			*IMPLANTACIÓN GRÁFICA DEL LOTE	
<b>DATOS DEL TITULAR DE DOMINIO</b>				
C.C./R.U.C.:	0900161068			
Nombre o razón social:	SANTOS MIRANDA BELGICA GENOVEVA			
<b>DATOS DEL PREDIO</b>				
Número de predio:	5191264			
Geo clave:	170109840338014111			
Clave catastral anterior:	20223 03 003 000 000 000			
En derechos y acciones:	SI			
<b>ÁREAS DE CONSTRUCCIÓN</b>				
Área de construcción cubierta:	1336.50 m <sup>2</sup>			
Área de construcción abierta:	0.00 m <sup>2</sup>			
Área bruta total de construcción:	1336.50 m <sup>2</sup>			
<b>DATOS DEL LOTE</b>				
Área según escritura:	9422.85 m <sup>2</sup>			
Área gráfica:	9422.19 m <sup>2</sup>			
Frente total:	239.74 m			
Máximo ETAM permitido:	10.00 % = 942.28 m <sup>2</sup> [SU]			
Zona Metropolitana:	TUMBACO			
Parroquia:	TUMBACO			
Barrio/Sector:	CHIVIQUI			
Dependencia administrativa:	Administración Zonal Tumbaco			
Aplica a incremento de pisos:				
<b>CALLES</b>				
Fuente	Calle	Ancho (m)	Referencia	Nomenclatura
SIREC-Q	LUIS CORDERO	12	5 m a 6m del eje	
IRM	PASAJE S/N	8	5 m a 4m del eje	
IRM	PASAJE S-N	8	5 m a 4m del eje	
<b>REGULACIONES</b>				
<b>ZONIFICACIÓN</b>				
Zona: A8 (A603-35)		<b>PISOS</b>		<b>RETIROS</b>
Lote mínimo: 600 m <sup>2</sup>		Altura: 12 m		Frontal: 5 m
Frente mínimo: 15 m		Número de pisos: 3		Lateral: 3 m
COS total: 105 %				Posterior: 3 m
COS en planta baja: 35 %				Entre bloques: 6 m
Forma de ocupación del suelo: (A) Aislada			Clasificación del suelo: (SU) Suelo Urbano	
Uso de suelo: (RU1) Residencial Urbano 1			Factibilidad de servicios básicos: SI	

## 2. Plan de uso y ocupación del suelo. Municipio del Distrito Metropolitano de Quito

### PLAN DE USO Y OCUPACIÓN DEL SUELO

De conformidad con el Libro innumerado "Del Régimen del Suelo para el Distrito Metropolitano de Quito" del Código Municipal para el Distrito Metropolitano de Quito, el presente instrumento contiene los instrumentos de planificación del uso y ocupación del suelo.

#### 1. USO DE SUELO GENERAL

- De conformidad con la Sección Primera del Capítulo III del Título II del Libro innumerado "Del Régimen del Suelo para el Distrito Metropolitano de Quito" del Código Municipal para el Distrito Metropolitano de Quito, se establecen a continuación los instrumentos de planificación en materia de los usos de suelo general que reconoce el ordenamiento jurídico metropolitano.
- Los cuadros de clasificación de usos y actividades contenidos en el PUOS se denominará "Cuadro General de Usos y Actividades PUOS - CIU nivel 7 " y se actualizarán de conformidad con las actividades CIU y del SRI, ésta actualización la realizará la Secretaría responsable del territorio, hábitat y vivienda documentada, sin que esto implique cambios a las asignaciones establecidas en la zonificación vigente.

#### 1.1. USO RESIDENCIAL

- **Clasificación del uso residencial.-**

#### CUADRO No. 1 CLASIFICACION DEL USO RESIDENCIAL

*(Remisión cuadro general de usos y actividades PUOS – CIU)*

- La combinación de uso residencial con otros usos y actividades será determinada de acuerdo a los niveles de compatibilidad por el PUOS u otros instrumentos de planificación.
- **Condiciones de implantación del uso Residencial.-**

##### **a) En zonas de uso principal residencial R1:**

Los equipamientos permitidos podrán utilizar el 100% del COS Total para el equipamiento proyectado;

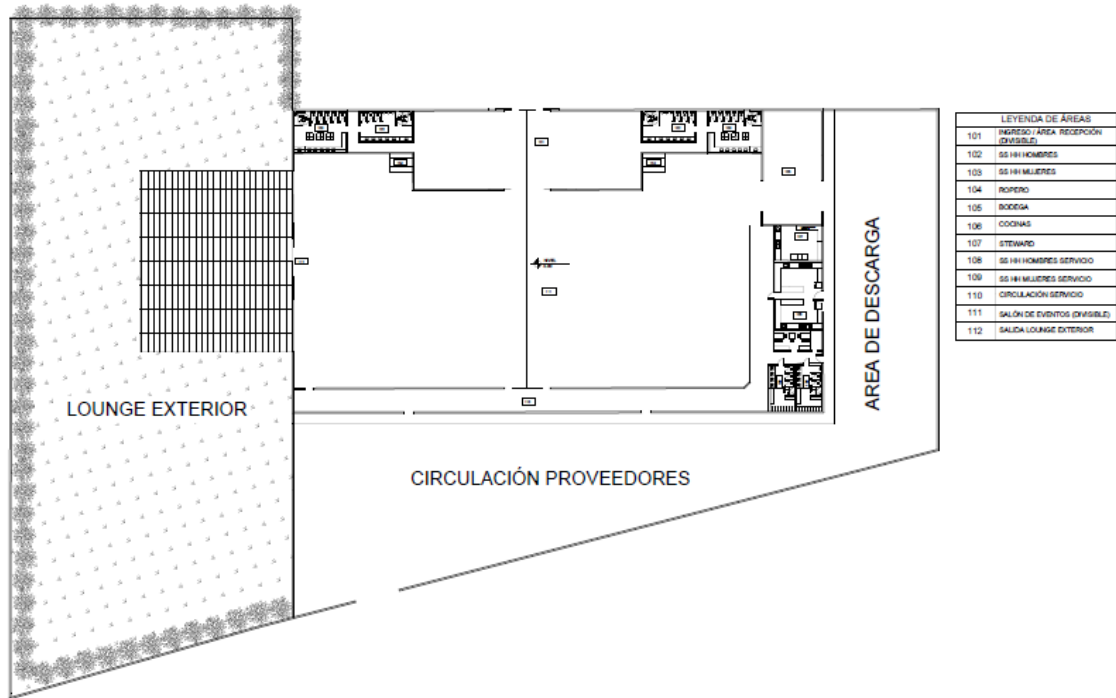
Las actividades de comercios y servicios permitidos podrán utilizar el 50% del COS PB en estos usos.

### 3. Plano arquitectónico del galpón de Sirius

(Dar doble click)



Arquitectonico  
corregido.pdf

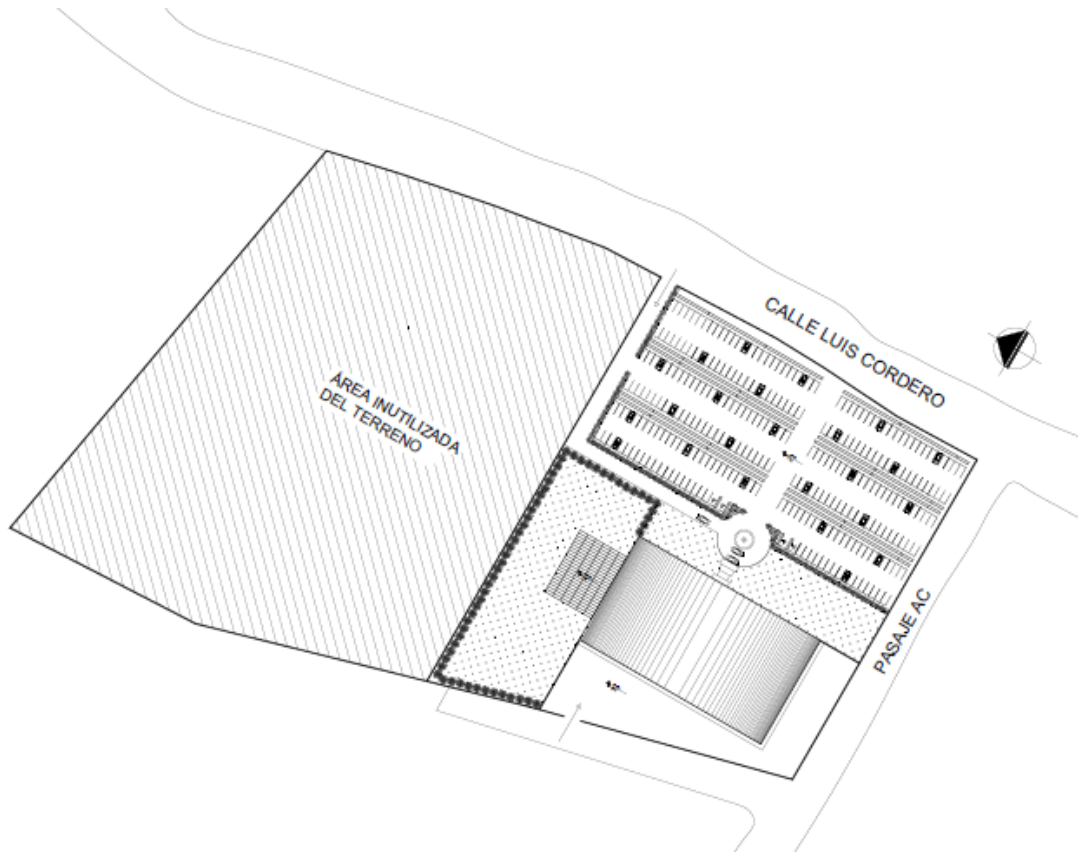


## 4. Implantación del galpón de Sirius

(Dar doble click)



Implantación  
Corregida-Model.pc



## 5. Plan de publicidad en radio



91.7 FM QUITO - 107.7 FM GUAYAQUIL

QUITO: Francisco Arízaga Luque 123 y Federico Páez.

### PROPUESTA PUBLICITARIA

CLIENTE SRA. BELÉN SEVILLA  
 PERIODO MENSUAL  
 FECHA: NOVIEMBRE 14 DE 2017

### PROPUESTA COMERCIAL

**PROGRAMA: ENCUENTRO CON DIEGO OQUENDO S.**

LUNES A VIERNES DE 09H00 A 12H00.

DERECHOS: PRESENTACIÓN, DESPEDIDA, 1 CUÑA

**PROGRAMA: DESDE MI VISIÓN CON MICHELLE OQUENDO**

LUNES A VIERNES DE 15H00 A 17H00.

DERECHOS: PRESENTACIÓN, DESPEDIDA, 1 CUÑA

TOTAL 22 CUÑAS MENSUALES

**VALOR MENSUAL: \$1.200 MÁS IVA**

## 6. Presupuesto de la inversión inicial

<b>TERRENO Y GALPÓN</b>			
<b>TRABAJO</b>	<b>Área total (m2)/ unid</b>	<b>Costo x m2</b>	<b>Costo total</b>
LIMPIEZA, NIVELACIÓN Y REPLANTEO DE TERRENO	4300	\$ 2,00	\$ 8.600,00
PARQUEADERO Y CIRCULACIÓN VEHICULAR (LASTRE)	765	\$ 1,00	\$ 765,00
JARDINERÍA	400	\$ 10,00	\$ 4.000,00
CONSTRUCCIÓN DE GALPON EN ESTRUCTURA METÁLICA INCLUYE: Losa de simentación, columnas, vigas y cubierta	2800	\$ 130,00	\$ 364.000,00
MAMPOSTERÍA BLOQUE DE 15 INCLUYE: columnas y cadenas superiores de amarre, enlucido y pintado	2003,64	\$ 32,00	\$ 64.116,48
REVESTIMIENTOS CON CERÁMICA TANTO EN PISOS COMO PAREDES (SSHH USUARIOS, SSHH SERVICIO, COCINA Y LAVADO)	412,35	\$ 20,00	\$ 8.247,00
MESONES DE GRANITO CHINO EN BAÑOS	37,3	\$ 90,00	\$ 3.357,00
SANITARIOS	25	\$ 170,00	\$ 4.250,00
LAVABOS	32	\$ 110,00	\$ 3.520,00
URINARIOS	7	\$ 120,00	\$ 840,00
DUCHAS	2	\$ 35,00	\$ 70,00
DECK EXTERIOR	300	\$ 3,75	\$ 1.125,00
PÉRGOLA EXTERIOR	200	\$ 80,00	\$ 16.000,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 478.890,48</b>
<b>ELEMENTOS DECORATIVOS</b>			
PANELES ESCENOGRÁFICOS	140,74	\$ 40,00	\$ 5.629,60
SILLAS	400	\$ 55,00	\$ 22.000,00
MESAS (8 Pax)	50	\$ 400,00	\$ 20.000,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 47.629,60</b>
<b>PRESUPUESTO TOTAL DE PROYECTO</b>			<b>\$ 526.520</b>



## 7. Cotizaciones de eventos

### Bodas:

Cotización para Pax:		150			
Items por considerar:	Precio unitario	Unidades	Total	Comisión:	Ingreso:
Catering	\$ 78,40	150	\$ 11.760,00	10%	\$ 1.176,00
Dulces y Pastel	\$ 4,00	150	\$ 600,00	5%	\$ 30,00
Florería			\$ 2.700,00	10%	\$ 270,00
Orquesta / DJ			\$ 3.500,00	5%	\$ 175,00
Iluminación			\$ 300,00	5%	\$ 15,00
Video/Fotografía			\$ 800,00	5%	\$ 40,00
Música (duo x hora)			\$ 180,00	0%	\$ -
Hora Loca			\$ 650,00	5%	\$ 9,00
Transporte	\$ 150,00	1	\$ 150,00	5%	\$ 32,50
Sillas	\$ 2,80	0	\$ -	5%	\$ 7,50
Mesas	\$ 4,00	0	\$ -		\$ -
Descorche ( x botella)	\$ 10,00	65	\$ 650,00	0%	\$ -
Servicios Sirius			\$ 5.500,00		\$ -
<b>TOTAL:</b>			<b>\$ 28.545,00</b>	<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 7.255,00</b>

Cotización para Pax:		200			
Items por considerar:	Precio unitario	Unidades	Total	Comisión:	Ingreso:
Catering	\$ 78,40	200	\$ 15.680,00	10%	\$ 1.568,00
Dulces y Pastel	\$ 4,00	200	\$ 800,00	5%	\$ 40,00
Florería			\$ 3.000,00	10%	\$ 300,00
Orquesta / DJ			\$ 3.500,00	5%	\$ 175,00
Iluminación			\$ 300,00	5%	\$ 15,00
Video/Fotografía			\$ 800,00	5%	\$ 40,00
Música (duo x hora)			\$ 180,00	0%	\$ -
Hora Loca			\$ 650,00	5%	\$ 9,00
Transporte	\$ 150,00	1	\$ 150,00	5%	\$ 32,50
Sillas	\$ 2,80	0	\$ -	5%	\$ 7,50
Mesas	\$ 4,00	0	\$ -		\$ -
Descorche ( x botella)	\$ 10,00	80	\$ 800,00	0%	\$ -
Servicios Sirius			\$ 6.000,00		\$ -
<b>TOTAL:</b>			<b>\$ 34.047,00</b>	<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 8.187,00</b>

Cotización para Pax:		300			
Items por considerar:	Precio unitario	Unidades	Total	Comisión:	Ingreso:
Catering	\$ 78,40	300	\$ 23.520,00	10%	\$ 2.352,00
Dulces y Pastel	\$ 4,00	300	\$ 1.200,00	5%	\$ 60,00
Florería			\$ 4.500,00	10%	\$ 450,00
Orquesta / DJ			\$ 3.500,00	5%	\$ 175,00
Iluminación			\$ 300,00	5%	\$ 15,00
Video/Fotografía			\$ 800,00	5%	\$ 40,00
Música (duo x hora)			\$ 180,00	5%	\$ 9,00
Hora Loca			\$ 650,00	5%	\$ 32,50
Transporte	\$ 150,00	1	\$ 150,00	5%	\$ 7,50
Sillas	\$ 2,80	0	\$ -	5%	\$ -
Mesas	\$ 4,00	0	\$ -	5%	\$ -
Descorche ( x botella)	\$ 10,00	120	\$ 1.200,00	0%	\$ -
Servicios Sirius			\$ 7.000,00	0%	\$ -
<b>TOTAL:</b>			<b>\$ 46.141,00</b>	<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 10.141,00</b>

Cotización para Pax:		400			
Items por considerar:	Precio unitario	Unidades	Total	Comisión:	Ingreso:
Catering	\$ 78,40	400	\$ 31.360,00	10%	\$ 3.136,00
Dulces y Pastel	\$ 4,00	400	\$ 1.600,00	5%	\$ 80,00
Florería			\$ 4.800,00	10%	\$ 480,00
Orquesta / DJ			\$ 3.500,00	5%	\$ 175,00
Iluminación			\$ 300,00	5%	\$ 15,00
Video/Fotografía			\$ 800,00	5%	\$ 40,00
Música (duo x hora)			\$ 180,00	5%	\$ 9,00
Hora Loca			\$ 650,00	5%	\$ 32,50
Transporte	\$ 150,00	1	\$ 150,00	5%	\$ 7,50
Sillas	\$ 2,80	0	\$ -	5%	\$ -
Mesas	\$ 4,00	0	\$ -	5%	\$ -
Descorche ( x botella)	\$ 10,00	150	\$ 1.500,00	0%	\$ -
Servicios Sirius			\$ 8.000,00	0%	\$ -
<b>TOTAL:</b>			<b>\$ 56.815,00</b>	<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 11.975,00</b>

## Corporativos:

Cotización Corporativo:		80				
Items por considerar:	Precio unita	Unidades	Total	Comisión:	Ingreso:	
Catering (coffe breake + almuerzo)	\$ 39,20	80	\$ 3.136,00	10%	\$ 313,60	
Transporte	\$ 100,00	3	\$ 300,00	5%	\$ 15,00	
Sillas	\$ 2,80	0	\$ -	5%	\$ 15,00	
Mesas	\$ 4,00	0	\$ -		\$ -	
Servicios Sirius			\$ 6.000,00		\$ -	
<b>TOTAL:</b>			<b>\$ 9.779,60</b>	<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 6.343,60</b>	
Cotización Corporativo:		100				
Items por considerar:	Precio unitario	Unidades	Total	Comisión:	Ingreso:	
Catering (coffe breake + almuerzo)	\$ 39,20	100	\$ 3.920,00	10%	\$ 392,00	
Transporte	\$ 100,00	3	\$ 300,00	5%	\$ 15,00	
Sillas	\$ 2,80	0	\$ -	5%	\$ 15,00	
Mesas	\$ 4,00	0	\$ -		\$ -	
Servicios Sirius			\$ 6.000,00		\$ -	
<b>TOTAL:</b>			<b>\$ 10.642,00</b>	<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 6.422,00</b>	
Cotización Corporativo: Colegios		400				
Items por considerar:	Precio unita	Unidades	Total	Comisión:	Ingreso:	
Catering	\$ 67,20	400	\$ 26.880,00	10%	\$ 2.688,00	
Decoración			\$ 4.800,00	10%	\$ 480,00	
Orquesta / DJ			\$ 3.500,00	5%	\$ 175,00	
Iluminación			\$ 300,00	5%	\$ 15,00	
Video/Fotografía			\$ 800,00	5%	\$ 40,00	
Música (duo x hora)			\$ 180,00	5%	\$ 9,00	
Hora Loca			\$ 650,00	5%	\$ 32,50	
Sillas	\$ 2,80	0	\$ -	5%	\$ -	
Mesas	\$ 4,00	0	\$ -	5%	\$ -	
Descorche ( x botella)	\$ 10,00	150	\$ 1.500,00	0%	\$ -	
Servicios Sirius			\$ 8.000,00	0%	\$ -	
<b>TOTAL:</b>			<b>\$ 50.049,50</b>	<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 11.439,50</b>	

## 8. Estado de resultados por mes

ESTADO DE RESULTADOS		ESTADO DE RESULTADOS	
AÑO 1: Enero		AÑO 1: Febrero	
<b>INGRESOS</b>		<b>INGRESOS</b>	
Ventas	\$ -	Alquiler Galpón (3 días)	\$ 15.000,00
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$ -</b>	<b>Total Ingresos</b>	<b>\$ 15.000,00</b>
<b>COSTOS DE VENTA</b>		<b>COSTOS DE VENTA</b>	
Servicios	\$ -	Servicios	\$ -
<b>Total Costos de Venta</b>	<b>\$ -</b>	<b>Total Costos de Venta</b>	<b>\$ -</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ -</b>	<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 15.000,00</b>
<b>GASTOS NO DISTRIBUIDOS</b>		<b>GASTOS NO DISTRIBUIDOS</b>	
Publicidad y Marketing	\$ 3.333,33	Publicidad y Marketing	\$ 3.333,33
Servicios Básicos	\$ 400,00	Servicios Básicos	\$ 400,00
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>\$ 3.733,33</b>	<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>\$ 3.733,33</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE CARGOS FIJOS</b>	<b>\$ (3.733,33)</b>	<b>UTILIDAD ANTES DE CARGOS FIJOS</b>	<b>\$ 11.266,67</b>
<b>CARGOS FIJOS</b>		<b>CARGOS FIJOS</b>	
Arriendo del terreno	\$ 2.500,00	Arriendo del terreno	\$ 2.500,00
Oficina	\$ 250,00	Oficina	\$ 250,00
Mantenimiento	\$ 400,00	Mantenimiento	\$ 400,00
Permisos Funcionamiento	\$ 208,33	Permisos Funcionamiento	\$ 208,33
Nómina	\$ 3.980,70	Nómina	\$ 3.980,70
<b>Total Cargos Fijos</b>	<b>\$ 7.339,04</b>	<b>Total Cargos Fijos</b>	<b>\$ 7.339,04</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ (11.072,37)</b>	<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 3.927,63</b>
Amortización Activos Fijos	\$ 3.990,75	Amortización Activos Fijos	\$ 3.990,75
Amortización Implem. Decorativos	\$ 1.323,04	Amortización Implem. Decorativos	\$ 1.323,04
Depreciación Decoración 33% anual	\$ 1.309,81	Depreciación Decoración 33% anual	\$ 1.309,81
Seguros (2% de la inversión)	\$ 877,53	Seguros (2% de la inversión)	\$ 877,53
<b>Saldo</b>	<b>\$ 7.501,15</b>	<b>Saldo</b>	<b>\$ 7.501,15</b>
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ (18.573,52)</b>	<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ (3.573,52)</b>

ESTADO DE RESULTADOS	
AÑO 1: Marzo	
<b>INGRESOS</b>	
Servicios boda (150 pax)	\$ 28.545,00
Alquiler Galpón (3 días)	\$ 15.000,00
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$ 43.545,00</b>
<b>COSTOS DE VENTA</b>	
Catering	\$ 11.760,00
Dulces y Pastel	\$ 600,00
Florería	\$ 2.700,00
Orquesta / DJ	\$ 3.500,00
Iluminación	\$ 300,00
Video/Fotografía	\$ 800,00
Música (duo x hora)	\$ 180,00
Hora Loca	\$ 650,00
Transporte	\$ 150,00
<b>Total Costos de Venta</b>	<b>\$ 20.640,00</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 22.905,00</b>
<b>GASTOS NO DISTRIBUIDOS</b>	
Publicidad y Marketing	\$ 3.333,33
Servicios Básicos	\$ 400,00
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>\$ 3.733,33</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE CARGOS FIJOS</b>	<b>\$ 19.171,67</b>
<b>CARGOS FIJOS</b>	
Arriendo del terreno	\$ 2.500,00
Oficina	\$ 250,00
Mantenimiento	\$ 400,00
Permisos Funcionamiento	\$ 208,33
Nómina	\$ 3.980,70
<b>Total Cargos Fijos</b>	<b>\$ 7.339,04</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 11.832,63</b>
Amortización Activos Fijos	\$ 3.990,75
Amortización Implem. Decorativos	\$ 1.323,04
Depreciación Decoración 33% anual	\$ 1.309,81
Seguros (2% de la inversión)	\$ 877,53
<b>Saldo</b>	<b>\$ 7.501,15</b>
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 4.331,48</b>

ESTADO DE RESULTADOS	
AÑO 1: Abril	
<b>INGRESOS</b>	
Servicios boda (150 pax)	\$ 28.545,00
Servicio Corporativo (100 pax)	\$ 10.642,00
Alquiler Galpón (3 días)	\$ 15.000,00
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$ 54.187,00</b>
<b>COSTOS DE VENTA</b>	
Catering	\$ 15.680,00
Dulces y Pastel	\$ 600,00
Florería	\$ 2.700,00
Orquesta / DJ	\$ 3.500,00
Iluminación	\$ 300,00
Video/Fotografía	\$ 800,00
Música (duo x hora)	\$ 180,00
Hora Loca	\$ 650,00
Transporte	\$ 450,00
<b>Total Costos de Venta</b>	<b>\$ 24.860,00</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 29.327,00</b>
<b>GASTOS NO DISTRIBUIDOS</b>	
Publicidad y Marketing	\$ 3.333,33
Servicios Básicos	\$ 400,00
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>\$ 3.733,33</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE CARGOS FIJOS</b>	<b>\$ 25.593,67</b>
<b>CARGOS FIJOS</b>	
Arriendo del terreno	\$ 2.500,00
Oficina	\$ 250,00
Mantenimiento	\$ 400,00
Permisos Funcionamiento	\$ 208,33
Nómina	\$ 3.980,70
<b>Total Cargos Fijos</b>	<b>\$ 7.339,04</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 18.254,63</b>
Amortización Activos Fijos	\$ 3.990,75
Amortización Implem. Decorativos	\$ 1.323,04
Depreciación Decoración 33% anual	\$ 1.309,81
Seguros (2% de la inversión)	\$ 877,53
<b>Saldo</b>	<b>\$ 7.501,15</b>
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 10.753,48</b>

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>	
<b>AÑO 1: Mayo</b>	
<b>INGRESOS</b>	
Servicios boda (150 pax) x 2	\$ 57.090,00
Alquiler Galpón (3 días)	\$ 15.000,00
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$ 72.090,00</b>
<b>COSTOS DE VENTA</b>	
Catering	\$ 23.520,00
Dulces y Pastel	\$ 1.200,00
Florería	\$ 5.400,00
Orquesta / DJ	\$ 7.000,00
Iluminación	\$ 600,00
Video/Fotografía	\$ 1.600,00
Música (duo x hora)	\$ 360,00
Hora Loca	\$ 1.300,00
Transporte	\$ 300,00
<b>Total Costos de Venta</b>	<b>\$ 41.280,00</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 30.810,00</b>
<b>GASTOS NO DISTRIBUIDOS</b>	
Publicidad y Marketing	\$ 3.333,33
Servicios Básicos	\$ 400,00
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>\$ 3.733,33</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE CARGOS FIJOS</b>	<b>\$ 27.076,67</b>
<b>CARGOS FIJOS</b>	
Arriendo del terreno	\$ 2.500,00
Oficina	\$ 250,00
Mantenimiento	\$ 400,00
Permisos Funcionamiento	\$ 208,33
Nómina	\$ 3.980,70
<b>Total Cargos Fijos</b>	<b>\$ 7.339,04</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 19.737,63</b>
Amortización Activos Fijos	\$ 3.990,75
Amortización Implem. Decorativos	\$ 1.323,04
Depreciación Decoración 33% anual	\$ 1.309,81
Seguros (2% de la inversión)	\$ 877,53
<b>Saldo</b>	<b>\$ 7.501,15</b>
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 12.236,48</b>

<b>AÑO 1: Junio</b>	
<b>INGRESOS</b>	
Servicios boda (150 pax) x 2	\$ 57.090,00
Servicios boda (200 pax)	\$ 34.047,00
Servicios corporativo (100 pax)	\$ 10.642,00
Alquiler Galpón (2 días)	10000
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$ 111.779,00</b>
<b>COSTOS DE VENTA</b>	
Catering	\$ 43.120,00
Dulces y Pastel	\$ 2.000,00
Florería	\$ 8.400,00
Orquesta / DJ	\$ 10.500,00
Iluminación	\$ 900,00
Video/Fotografía	\$ 2.400,00
Música (duo x hora)	\$ 540,00
Hora Loca	\$ 1.950,00
Transporte	\$ 750,00
<b>Total Costos de Venta</b>	<b>\$ 70.560,00</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 41.219,00</b>
<b>GASTOS NO DISTRIBUIDOS</b>	
Publicidad y Marketing	\$ 3.333,33
Servicios Básicos	\$ 400,00
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>\$ 3.733,33</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE CARGOS FIJOS</b>	<b>\$ 37.485,67</b>
<b>CARGOS FIJOS</b>	
Arriendo del terreno	\$ 2.500,00
Oficina	\$ 250,00
Mantenimiento	\$ 400,00
Permisos Funcionamiento	\$ 208,33
Nómina	\$ 3.980,70
<b>Total Cargos Fijos</b>	<b>\$ 7.339,04</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 30.146,63</b>
Amortización Activos Fijos	\$ 3.990,75
Amortización Implem. Decorativos	\$ 1.323,04
Depreciación Decoración 33% anual	\$ 1.309,81
Seguros (2% de la inversión)	\$ 877,53
<b>Saldo</b>	<b>\$ 7.501,15</b>
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 22.645,48</b>

AÑO 1: Julio	
<b>INGRESOS</b>	
Servicios boda (150 pax) x2	\$ 57.090,00
Servicios boda (200 pax)	\$ 34.047,00
Servicios boda (300 pax)	\$ 46.141,00
Servicios corporativo (400 pax)	\$ 50.049,50
<b>Total Ingresos</b>	<b>*****</b>
<b>COSTOS DE VENTA</b>	
Catering	\$ 89.600,00
Dulces y Pastel	\$ 3.200,00
Florería	\$ 17.700,00
Orquesta / DJ	\$ 17.500,00
Iluminación	\$ 1.500,00
Video/Fotografía	\$ 4.000,00
Música (duo x hora)	\$ 900,00
Hora Loca	\$ 3.250,00
Transporte	\$ 600,00
<b>Total Costos de Venta</b>	<b>*****</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 49.077,50</b>
<b>GASTOS NO DISTRIBUIDOS</b>	
Publicidad y Marketing	\$ 3.333,33
Servicios Básicos	\$ 400,00
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>\$ 3.733,33</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE CARGOS FIJOS</b>	<b>\$ 45.344,17</b>
<b>CARGOS FIJOS</b>	
Arriendo del terreno	\$ 2.500,00
Oficina	\$ 250,00
Mantenimiento	\$ 400,00
Permisos Funcionamiento	\$ 210,00
Nómina	\$ 3.980,70
<b>Total Cargos Fijos</b>	<b>\$ 7.340,70</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 38.003,46</b>
Amortización Activos Fijos	\$ 3.990,75
Amortización Implem. Decorativos	\$ 1.323,04
Depreciación Decoración 33% anual	\$ 1.309,81
Seguros (2% de la inversión)	\$ 877,53
<b>Saldo</b>	<b>\$ 7.501,15</b>
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 30.502,32</b>

ESTADO DE RESULTADOS	
AÑO 1: Agosto	
<b>INGRESOS</b>	
Servicios boda (150 pax)	\$ 28.545,00
Servicios boda (400 pax)	\$ 56.815,00
Alquiler (3 días)	\$ 15.000,00
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$ 100.360,00</b>
<b>COSTOS DE VENTA</b>	
Catering	\$ 43.120,00
Dulces y Pastel	\$ 2.200,00
Florería	\$ 7.500,00
Orquesta / DJ	\$ 7.000,00
Iluminación	\$ 600,00
Video/Fotografía	\$ 1.600,00
Música (duo x hora)	\$ 360,00
Hora Loca	\$ 1.300,00
Transporte	\$ 300,00
<b>Total Costos de Venta</b>	<b>\$ 63.980,00</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 36.380,00</b>
<b>GASTOS NO DISTRIBUIDOS</b>	
Publicidad y Marketing	\$ 3.333,33
Servicios Básicos	\$ 400,00
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>\$ 3.733,33</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE CARGOS FIJOS</b>	<b>\$ 32.646,67</b>
<b>CARGOS FIJOS</b>	
Arriendo del terreno	\$ 2.500,00
Oficina	\$ 250,00
Mantenimiento	\$ 400,00
Permisos Funcionamiento	\$ 210,00
Nómina	\$ 3.980,70
<b>Total Cargos Fijos</b>	<b>\$ 7.340,70</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 25.305,96</b>
Amortización Activos Fijos	\$ 3.990,75
Amortización Implem. Decorativos	\$ 1.323,04
Depreciación Decoración 33% anual	\$ 1.309,81
Seguros (2% de la inversión)	\$ 877,53
<b>Saldo</b>	<b>\$ 7.501,15</b>
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 17.804,82</b>

ESTADO DE RESULTADOS	
AÑO 1: Septiembre	
<b>INGRESOS</b>	
Servicios boda (200 pax)	\$ 34.047,00
Alquiler (3 días)	\$ 15.000,00
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$ 49.047,00</b>
<b>COSTOS DE VENTA</b>	
Catering	\$ 15.680,00
Dulces y Pastel	\$ 800,00
Florería	\$ 3.000,00
Orquesta / DJ	\$ 3.500,00
Iluminación	\$ 300,00
Video/Fotografía	\$ 800,00
Música (duo x hora)	\$ 180,00
Hora Loca	\$ 650,00
Transporte	\$ 150,00
<b>Total Costos de Venta</b>	<b>\$ 25.060,00</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 23.987,00</b>
<b>GASTOS NO DISTRIBUIDOS</b>	
Publicidad y Marketing	\$ 3.333,33
Servicios Básicos	\$ 400,00
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>\$ 3.733,33</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE CARGOS FIJOS</b>	<b>\$ 20.253,67</b>
<b>CARGOS FIJOS</b>	
Arriendo del terreno	\$ 2.500,00
Oficina	\$ 250,00
Mantenimiento	\$ 400,00
Permisos Funcionamiento	\$ 210,00
Nómina	\$ 3.980,70
<b>Total Cargos Fijos</b>	<b>\$ 7.340,70</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 12.912,96</b>
Amortización Activos Fijos	\$ 3.990,75
Amortización Implem. Decorativos	\$ 1.323,04
Depreciación Decoración 33% anual	\$ 1.309,81
Seguros (2% de la inversión)	\$ 877,53
<b>Saldo</b>	<b>\$ 7.501,15</b>
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 5.411,82</b>

ESTADO DE RESULTADOS	
AÑO 1: Octubre	
<b>INGRESOS</b>	
Servicio corporativo (100 pax)	\$ 10.642,00
Alquiler (3 días)	15000
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$ 25.642,00</b>
<b>COSTOS DE VENTA</b>	
Catering	\$ 3.920,00
Transporte	\$ 300,00
<b>Total Costos de Venta</b>	<b>\$ 4.220,00</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 21.422,00</b>
<b>GASTOS NO DISTRIBUIDOS</b>	
Publicidad y Marketing	\$ 3.333,33
Servicios Básicos	\$ 400,00
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>\$ 3.733,33</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE CARGOS FIJOS</b>	<b>\$ 17.688,67</b>
<b>CARGOS FIJOS</b>	
Arriendo del terreno	\$ 2.500,00
Oficina	\$ 250,00
Mantenimiento Jardinería	\$ 400,00
Permisos Funcionamiento	\$ 210,00
Nómina	\$ 3.980,70
<b>Total Cargos Fijos</b>	<b>\$ 7.340,70</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 10.347,96</b>
Amortización Activos Fijos	\$ 3.990,75
Amortización Implem. Decorativos	\$ 1.323,04
Depreciación Decoración 33% anual	\$ 1.309,81
Seguros (2% de la inversión)	\$ 877,53
<b>Saldo</b>	<b>\$ 7.501,15</b>
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 2.846,82</b>

ESTADO DE RESULTADOS	
AÑO 1: Noviembre	
INGRESOS	
Alquiler (4 días)	20000
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$ 20.000,00</b>
COSTOS DE VENTA	
Servicios	\$ -
<b>Total Costos de Venta</b>	<b>\$ -</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 20.000,00</b>
GASTOS NO DISTRIBUIDOS	
Publicidad y Marketing	\$ 3.333,33
Servicios Básicos	\$ 400,00
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>\$ 3.733,33</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE CARGOS FIJOS</b>	<b>\$ 16.266,67</b>
CARGOS FIJOS	
Arriendo del terreno	\$ 2.500,00
Oficina	\$ 250,00
Mantenimiento	\$ 400,00
Permisos Funcionamiento	\$ 210,00
Nómina	\$ 3.980,70
<b>Total Cargos Fijos</b>	<b>\$ 7.340,70</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 8.925,96</b>
Amortización Activos Fijos	\$ 3.990,75
Amortización Implem. Decorativos	\$ 1.323,04
Depreciación Decoración 33% anua	\$ 1.309,81
Seguros (2% de la inversión)	\$ 877,53
<b>Saldo</b>	<b>\$ 7.501,15</b>
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 1.424,82</b>

ESTADO DE RESULTADOS	
AÑO 1: Diciembre	
INGRESOS	
Servicio Corporativo (100pax)	\$ 10.642,00
Servicio Corporativo (80pax)	\$ 9.779,60
Alquiler (3 días)	15000
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$ 35.421,60</b>
COSTOS DE VENTA	
Catering	\$ 7.056,00
Transporte	\$ 600,00
<b>Total Costos de Venta</b>	<b>\$ 7.656,00</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 27.765,60</b>
GASTOS NO DISTRIBUIDOS	
Publicidad y Marketing	\$ 3.333,33
Servicios Básicos	\$ 400,00
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>\$ 3.733,33</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE CARGOS FIJOS</b>	<b>\$ 24.032,27</b>
CARGOS FIJOS	
Arriendo del terreno	\$ 2.500,00
Oficina	\$ 250,00
Mantenimiento	\$ 400,00
Permisos Funcionamiento	\$ 210,00
Nómina	\$ 3.980,70
<b>Total Cargos Fijos</b>	<b>\$ 7.340,70</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 16.691,56</b>
Amortización Activos Fijos	\$ 3.990,75
Amortización Implem. Decorativos	\$ 1.323,04
Depreciación Decoración 33% anual	\$ 1.309,81
Seguros (2% de la inversión)	\$ 877,53
<b>Saldo</b>	<b>\$ 7.501,15</b>
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 9.190,42</b>