



“Por un Desarrollo Agrario
Integral y Sostenible”

**UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA
SEDE UNIVERSITARIA UNA CAMOAPA
RECINTO MYRIAM ARAGÓN FERNÁNDEZ**

Trabajo especial

Plan de Negocios “Decoraciones de eventos sociales Kenia” en comarca Tecolostote del municipio de San Lorenzo, Boaco, 2024-2028

Autor:

Br. Kenia de los Ángeles Gómez Cordonero
Br. Lidia Meyling Rocha Castro

Asesor:

MSc. Ing. Luis Guillermo Hernández Malueños

**Camoapa, Boaco, Nicaragua
Mayo, 2023**



“Por un Desarrollo Agrario
Integral y Sostenible”

UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA

SEDE UNIVERSITARIA UNA CAMOAPA

RECINTO MYRIAM ARAGÓN FERNÁNDEZ

Trabajo especial

Plan de Negocios “Decoraciones de eventos sociales Kenia” en comarca Tecolostote del municipio de San Lorenzo, Boaco, 2024-2028

Autor:

Br. Kenia de los Ángeles Gómez Cordonero
Br. Lidia Meyling Rocha Castro

Asesor:

MSc. Ing. Luis Guillermo Hernández Malueños

Trabajo sometido a consideración del honorable comité evaluador de la Universidad Nacional Agraria sede Camoapa para optar al grado de:
Licenciatura en administración de empresas con mención en
Agronegocios

Camoapa, Boaco, Nicaragua
Mayo, 2023

UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA
SEDE REGIONAL CAMOAPA
“RECINTO UNIVERSITARIO MYRIAM
ARAGÓN FERNÁNDEZ”

Este trabajo de graduación fue evaluado y aprobado por el honorable comité evaluador designado por la dirección de la Universidad Nacional Agraria Sede Regional Camoapa como requisito parcial para optar al título profesional de:

Licenciatura en Administración de Empresas con mención en Agronegocios

Miembros del Honorable Comité evaluador

MSc. Lic. Lidia del Carmen Picado
Presidente

Lic. Osmar Josué Díaz Urbina
Secretario

Ing. Martha Regina Gómez García
Vocal

Camoapa, Boaco, Nicaragua
Mayo, 2023

INDICE DE CONTENIDO

SECCION	PÁGINA
DEDICATORIA	I
AGRADECIMIENTO	III
INDICE DE CUADROS	V
INDICE DE FIGURAS	VI
INDICE DE ANEXO	VII
I. INTRODUCCION	1
II. NATURALEZA DEL PLAN DE NEGOCIO	3
2.1 Análisis FODA	3
2.2 Descripción de la empresa	6
2.3 Misión	8
2.4 Visión	8
III. PLAN DE MERCADO	9
3.1 Definición del producto	9
3.1.1 Paquete de cumpleaños	9
3.1.2 Paquetes sociales	10
3.2 Delimitación geográfica del mercado	11
3.3 Análisis y evaluación de la demanda	11
3.4 Análisis y evaluación de la oferta	20
3.5 Definición del segmento del mercado	20
3.6 Identificación de la competencia directa e indirecta	21
3.7 Análisis de los precios	21
3.7.1 Precios	22
3.8 Análisis de distribución	23
3.9 Definición de estrategia comercial	23
IV. PLAN DE PRODUCCION	25
4.1 Macro localización	25
4.2 Micro localización	27
4.3 Equipamiento	28
4.4 Requerimiento de insumos	30

4.5 Proceso de manufactura y servicio	31
4.5.1 Proceso de servicio	31
4.5.2 Proceso de arreglo de los principales servicios	33
V. PLAN DE ORGANIZACIÓN	38
5.1. Organización y dirección	38
5.1.1 Ficha ocupación	38
5.1.2 Gestión y dirección	41
VI. PLAN ECONOMICO FINANCIERO	44
6.1. Estado de resultado	44
6.2. Flujo de efectivo	45
6.3. Punto de equilibrio	47
6.4. Criterios de análisis económico financiero	48
6.4.1. Valor Actual Neto	48
6.4.2. Tasa Interna de Retorno	49
6.4.3. Relación Beneficio Costo	50
6.4.4. Periodo de recuperación	51
VII. PLAN DE IMPACTO AMBIENTAL	52
IX. ANEXOS	55

DEDICATORIA

Dedico este esfuerzo primeramente a Dios, a mis padres, hermanas y familia que me ayudaron a lograr mis objetivos.

A mis Padres **Evenor Antonio Gómez Machado** y **Pina del Socorro Cordonero Flores** por su apoyo incondicional durante toda mi vida.

A mis hijos **Brayton Lenin Solís Gómez** y **Emely Nicole Noruega Gómez** que seré el reflejo para ellos, y sobre todo la motivación constante para alcanzar mis anhelos.

Br. Kenia de los Ángeles Gómez Cordonero

DEDICATORIA

Primeramente, le doy gracias a **Dios**, por haberme permitido culminar mi carrera, guiarme en mis estudios darme sabiduría para alcanzar mis logros.

A mi madre **Lidia Elena Castro Somoza** por darme totalmente su amor y apoyo incondicional tanto moral como económico por no dejarme sola y siempre darme sus consejos.

A mi hija **Elizabeth Alondra Pérez Rocha**, por ser mi pilar, quien me dio la fuerza de seguir adelante.

Br. Lidia Meyling Rocha Castro

AGRADECIMIENTO

Debo de agradecer a **Dios** que es el único motor que nos tiene aquí activos día a día, agradezco por finalizar un trabajo tan lleno de dificultades, logrando mis metas con tanto al finalizar este trabajo de graduación.

A mis padres que han sido un pilar para mis frutos, a mis hijos que estuvieron motivándome para seguir adelante y sobre todo a los profesores que nos enseñaron sus enseñanzas, para que seamos el futuro del mañana y seguí logrando más conocimientos.

A mi primo **Holman Danny Carranza Cordonero** que sin su apoyo incondicional no hubiera logrado esta meta.

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento al docente **MSc. Ing. Luis Guillermo Hernández Malueños**, por su importante aporte, su disponibilidad y paciencia que tuvo siempre en las dudas de este trabajo.

A mis maestros que por su enseñanza no hubiera logrado mis metas, porque cada uno ha motivado mis sueños. Gracias a todos los que han recorrido este camino de luchas y esfuerzos.

Br. Kenia de los Ángeles Gómez Cordonero

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a mamá, a mi hija por siempre motivarme hacer su mayor ejemplo.

A mis maestros por brindarme abundantes conocimientos y siempre a estar ahí para aclarar cualquier duda, gracias sinceramente gracias, a todas estas personas que están siendo parte de mi éxito, Dios derrame abundante sabiduría cada día, para cada uno de los hago mención en este pequeño párrafo, pero con valor super importante para mí.

Con todo mi corazón no tengo más palabras para decirles gracias mi Dios, mamá, gracias maestros, gracias mi hija bella muchas gracias... por siempre.

Br. Lidia Meyling Rocha Castro

INDICE DE CUADROS

CUADRO	PAGINA
1. Crecimiento poblacional para el periodo 2023	12
2. Proyección de venta por paquetes de eventos	23
3. Presupuesto de marketing	24
4. Principales actividades económicas San Lorenzo	27
5. Equipos requeridos en negocio Decoraciones de eventos sociales Kenia	28
6. Insumos requeridos en negocio Decoraciones de eventos sociales Kenia	30
7. Planilla mensual área de producción	35
8. Costos indirectos de fabricación	35
9. Costos de producción mensual y por servicio	37
10. Equipo de administración	41
11. Planilla mensual área de administración	42
12. Gasto de administración	42
13. Gasto de Venta	43
14. Estado de Resultado	45
15. Inversión inicial	45
16. Flujo de efectivo	46
17. Punto de equilibrio	47
18. Periodo de recuperación del plan de negocio	51

INDICE DE FIGURAS

FIGURA	PAGINA
1. Matriz FODA de “Decoraciones Kenia”	4
2. Análisis DAFO de “Decoraciones sociales Kenia”	6
3. Distribución por género de las personas encuestadas	13
4. Estado Civil de encuestados	13
5. Edad de encuestados	14
6. Realización de eventos en los últimos dos años	14
7. Frecuencia de celebración de eventos	15
8. Tipo de eventos a celebrar	15
9. Tipo de organización que utiliza para sus eventos	16
10. Utilización de asesoramiento	17
11. Importancia de la planeación y control de los eventos	17
12. Aspectos que valoran para hacer uso de la organización de eventos	18
13. Inversión en eventos anteriores	19
14. Contratación de especialista para los eventos	19
15. Canal de comercialización nivel 0.	23
16. Mapa de San Lorenzo (Obtenido en Alcaldía Municipal de San Lorenzo)	25
17. Mapa Tecolostote Google maps	28
18. Proceso de servicio de eventos	32
19. Proceso de decoración de eventos	34
20. Organigrama del negocio Decoraciones de eventos sociales Kenia	38

INDICE DE ANEXO

ANEXO	PAGINA
1. Encuesta a clientes y posibles clientes	55
2. Desarrollo de preguntas para el análisis de la competencia	58

I. INTRODUCCION

La palabra “evento”, procede del latín eventus, que significa “acaecimiento o cosa que sucede”. Palabra que fue usada por primera vez en la ciudad de Tiro, donde los romanos empezaron a verbalizarla a fin de destacar su potencial comercial y la conquista de nuevos mercados (Escuela Internacional de protocolo EIP, 2021, párr.1).

Según el diccionario de la Real Academia Española (2013) citado por Romero (2014), un evento es una actividad social determinada, un festival, una fiesta, una ceremonia, una competición, una convención, entre otros, y que, ya sea por las personas que acudirán a la misma o por el valor y la carga emotiva que un individuo le ponga a una de estas (p6).

Para que un evento sea todo un éxito requiere de una buena planeación. Su organización es una de las tareas más difíciles y complicadas de realizar, ya que encierra una amplia gama de actividades y detalles que son vitales para que todo el evento sea un éxito (Romero, 2014, p1).

Un plan de negocio “Es una descripción escrita del futuro de tu negocio. Un documento que explica qué vas a hacer para que tu empresa sea rentable y cómo tienes que hacerlo. Normalmente cuando surge una idea de negocio sabes qué recursos y capacidades tienes para empezar, y a dónde quieres llegar en un periodo determinado” (Clark, 2014 citado por Suarez-aviles, 2017, p12).

La idea de implementar un negocio de decoraciones surge a partir de una necesidad, en vista de la celebración de un evento familiar y la carencia en la localidad de personas organizadoras, surge la idea de montar un negocio de decoraciones de eventos sociales, Kenia que inició oficialmente el 23 de agosto de 2018, con la organización de un evento de XV años por un monto de C\$ 1,500.00 (Mil quinientos córdobas).

El negocio tendrá como objetivo realizar cualquier tipo de evento social que resulten simplemente inolvidables, para este plan de negocio se invertirá un capital inicial de C\$ 132,864.00 (ciento treinta y dos mil ochocientos sesenta y cuatro córdobas netos), en la compra de equipos necesarios e insumos para un mes de trabajo.

Con la realización del plan de negocio se pretende realizar una planificación de los servicios que se ofertan, plasmar de manera objetiva la idea del negocio con las proyecciones que se van a realizar para lograr sea rentable la actividad comercial, saber que recursos necesita para poder iniciar formalmente y operar en un periodo de cinco años.

II. NATURALEZA DEL PLAN DE NEGOCIO

2.1 Análisis FODA

“El análisis FODA (en inglés, SWOT- Strengths, Weaknesses. Opportunities, Threats) es una metodología de estudio en un mercado y de la característica internas de la misma, a efectos de determinar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas” (Humphrey,1970 citado por Suarez-Avilés, 2017, p. 38).

Telescopio (2019), asegura que “el Análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir las oportunidades y amenazas” (p.1).

Fortalezas son capacidades especiales y recursos con que cuenta la empresa, debilidades son factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, oportunidades son factores que resultan positivos y favorables en el entorno de la empresa, las amenazas situaciones que provienen del entorno atentando contra la estabilidad de la organización (p.2).

A continuación, se representa en la siguiente figura el análisis FODA de “Decoraciones Kenia”:

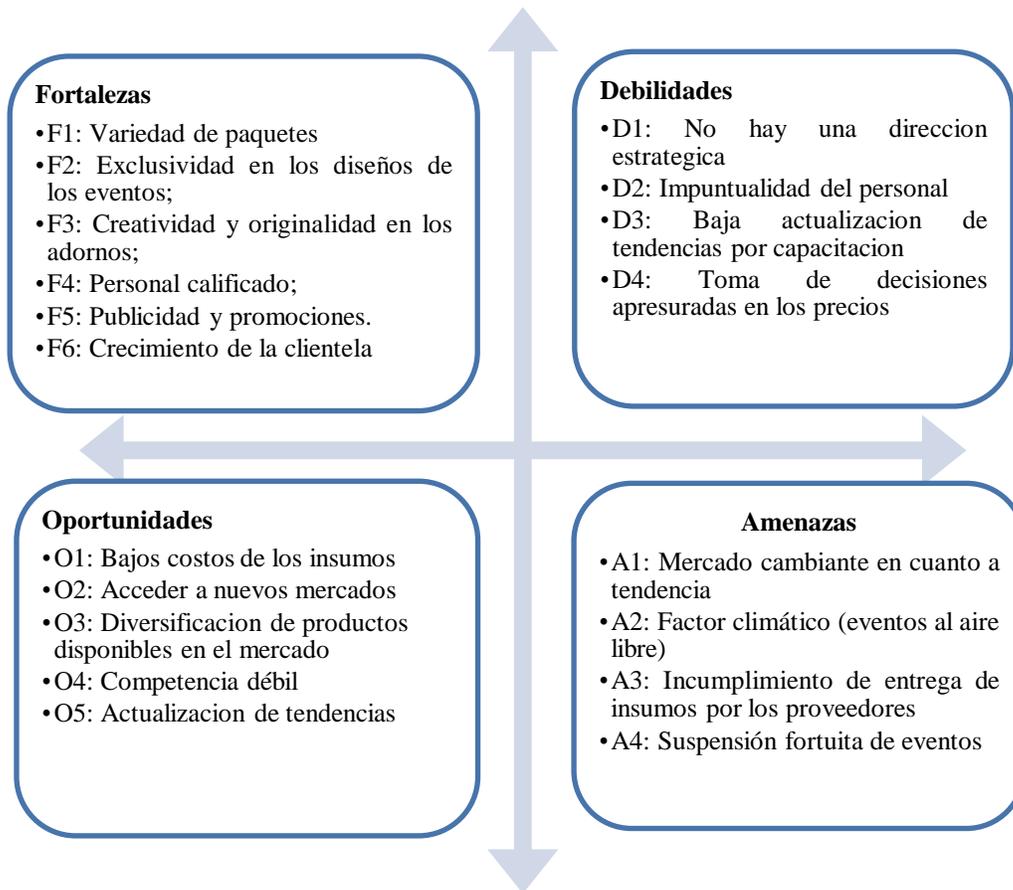


Figura 1.Matriz FODA de “Decoraciones Kenia”

Guimera (2019), indica que Heinz Weihrich, profesor de la universidad de San Francisco, propuso en 1982 una nueva dimensión al análisis SWOT (para la que cambió el orden de las siglas y acuñó el nuevo acrónimo “TOWS” por el que se identifica su propuesta) confrontando en forma de matriz las listas de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, de manera que su combinación proporcionase cuatro propuestas de actuación después del diagnóstico (parr.4):

- Estrategia SO (FO) o maxi-maxi: consiste en maximizar las fortalezas para aprovechar (maximizar) las oportunidades. Es la estrategia ofensiva deseable para toda empresa (parr.5).

- Estrategia ST (FA) o maxi-mini: consiste en maximizar las fortalezas para evitar (minimizar) las amenazas. Wehrich aconseja el uso de las fortalezas con discreción cuando se afrontan amenazas en esta estrategia defensiva (parr.6).
- Estrategia WO (DO) o mini-maxi: consiste en minimizar las debilidades maximizando (aprovechando) las oportunidades; por ejemplo, cuando el mercado ofrece una oportunidad, pero la empresa no tiene la tecnología para crear el producto que la satisface y se adquiere junto con personal técnicamente capacitado, realizando una estrategia adaptativa (parr.7).
- Estrategia WT (DA) o mini-mini: consiste en superar las debilidades y evitar amenazas. En esta situación de debilidad frente a amenazas, se puede optar por sobrevivir a base de la disminución de actividad o por la fusión con algún competidor. Naturalmente, es mejor no verse en la situación de tener que aplicar esta estrategia de supervivencia (parr.8).

Para “Decoraciones sociales Kenia”, se consideran las siguientes estrategias derivadas del análisis FODA:

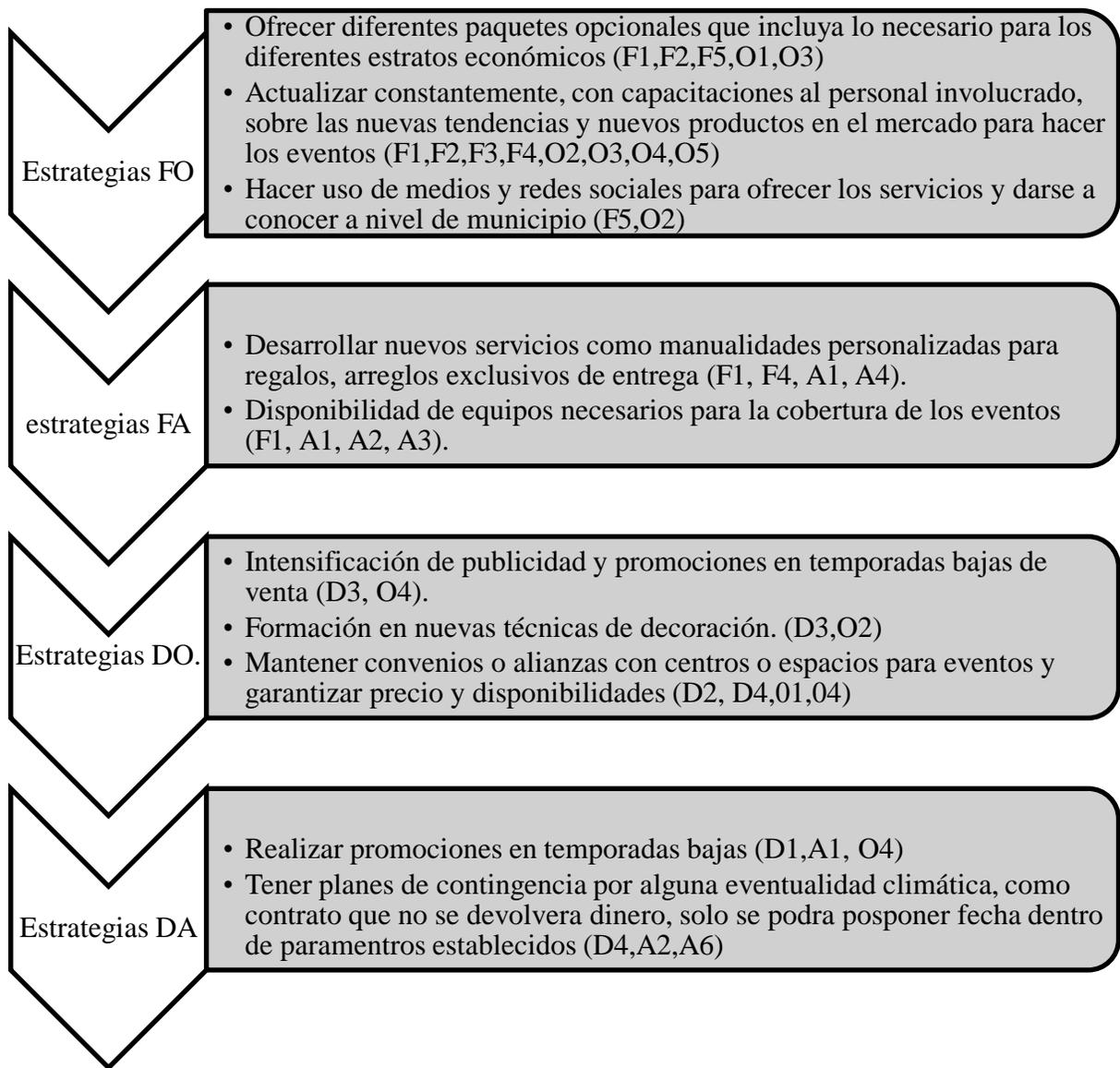


Figura 2. Análisis DAFO de “Decoraciones sociales Kenia”

2.2 Descripción de la empresa

Decoraciones sociales Kenia es un negocio dedicado a brindar servicios a la población de decoraciones de eventos divididos en sociales y de cumpleaños, en la comarca de Tecolostote jurisdicción del municipio de San Lorenzo, departamento de Boaco. Los que están distribuidos por paquetes básicos, con la excepción que no asumimos el transporte si es fuera de la comunidad.

La idea de implementar un negocio de decoraciones surge a partir de una necesidad, en vista de la celebración de un evento familiar y no se encontró quien lo realizara, además, la dueña del negocio le llamaba la atención las manualidades en la que ella se podía desarrollar perfectamente. Poco a poco se iba organizando e invirtiendo en insumos para decorar, cada mes destinaba de su capital la cantidad de C\$ 1,000.00 (Mil córdobas netos).

Decoración de eventos sociales Kenia inició oficialmente el 23 de agosto de 2018, el cual comenzó con un evento de XV años por un monto de C\$ 1,500.00 (Mil quinientos córdobas). En vista de las pocas empresas organizadoras de eventos sociales en este municipio surge la idea de negocio ya que es un factor importante para las personas llevar a cabo una buena organización, tener un buen servicio y atender de la mejor manera a sus invitados.

Actualmente la cantidad de personas que asisten a diversos eventos sociales es bastante considerable, razón por la cual es evidente la necesidad de buscar una serie de elementos que ayuden a determinar lo que el cliente quiere. Además, se hizo uso de redes sociales, se creó una página en Facebook para publicar el negocio y captar a clientes que necesitaban del servicio.

En la actualidad ha ido incrementando su valor por la calidad, cabe destacar que este negocio se lleva a cabo a base de buenas prácticas para satisfacer el gusto del cliente. Se puede decir que contribuye a la sociedad, a través de la generación de empleos con tendencia a seguir creciendo dada la visión de su propietaria.

El negocio de “Decoraciones y eventos sociales Kenia” pretende crear diversas decoraciones y mejorar la calidad de los eventos. Es importante reconocer que estos arreglos tienen una gran demanda y esto se ha visto desde el inicio del negocio que se ha ido formando poco con deseos de crecer y generar más fuentes de empleo y así de la misma manera acondicionar el área de dicho negocio.

Actualmente los meses con mayor cobertura es el mes de noviembre y diciembre en los que se logra realizar hasta 10 eventos y en menor el mes de enero logrando cubrir solo dos eventos. Además, se cuenta con dos personales actualmente dedicadas a los arreglos de eventos, la administradora y una asistente.

2.3 Misión

Ser una organización orientada a brindar momentos felices e inolvidable a los clientes, mediante nuestros servicios de decoraciones creativas, bajo principios de responsabilidad y calidad.

2.4 Visión

Lograr posicionarnos como empresa líder en el mercado local y departamental de organizadoras de evento con servicios integrales enfocado en calidad e innovación, brindado ideas con emociones a nuestros clientes.

III. PLAN DE MERCADO

3.1 Definición del producto

Los eventos sociales son un suceso importante y programado que puede abarcar cualquier área social, artística, deportiva y los mismos pueden presentarse como seminarios, talleres, conferencias, inauguraciones, exposiciones entre otros. Sin embargo, evento es una actividad social determinada, un festival, una fiesta, una ceremonia, una competición, una convención, entre otros, y que, ya sea por las personas que acudirán a la misma o por el valor y la carga emotiva que un individuo le ponga a una de estas (por ejemplo, el casamiento de una amiga) (Ucha, 2008, parr. 1).

También es importante destacar que si bien en este caso, la finalidad del evento es la celebración, es importante también lograr un ambiente ameno, en donde la gente se pueda distender, divertir y relacionarse entre sí. Los tipos de eventos de este plan de negocio estarán definidos por el precio, de los cuales se dividen en dos paquetes: cumpleaños y sociales

3.1.1 Paquete de cumpleaños

Los cumpleaños y aniversarios son otros de los acontecimientos que pueden organizarse. Están enfocados para aquellas personas que deciden celebrar un momento importante de su vida.

Arreglo de cumpleaños

Incluye

- Cortinas para el arreglo 2 ½ con globos palmerito
- Luces de fondo
- 2 mueble para paquetes
- Nombre del niño de fondo de fomi
- Mesa con su mantel en el arreglo
- Base para el pastel

- Buket en globos con el numero con el número que va a cumplir
- Alfombra 3 metros de ancho

3.1.2 Paquetes sociales

Los paquetes sociales son bodas, graduaciones, baby shower, aniversarios, bautizos, estos se deben tener en cuenta los gustos y preferencias del cliente, así como el lugar más adecuado para la celebración, los paquetes se diferenciarán por la calidad de los insumos utilizados, siendo más económicos los del paquete B.

Paquete social A

Incluye

- Mueble para poner el pastel
- Alfombra de grama artificial 4 metros de larga y 2 de ancha
- Cortinas en el arreglo y los lados que cubran dos metros de cada lado
- Letra con luces que diga Boda, cada letra mide 1 metro de largo
- Lugar Tecolostote incluye ahí en el paquete lo del transporte
- Globos en el arreglo de preferencia del cliente o flores artificiales.

Paquete social B

Incluye

- Cortinas de fondo del arreglo tres metros de ancho
- Globos cromados con globos palmeritos
- Flores artificiales en el arreglo
- Cortinas en 4 puertas de la entrada principal
- Alfombra en el arreglo 7 metros de ancho
- 3 muebles cuadrados para poner el pastel con su base para poner el pastel
- Luces de fondo en el arreglo
- Dos jarrones con sus flores artificiales
- 4 cortinas o ventanas

3.2 Delimitación geográfica del mercado

El mercado al que se pretende dirigir la organización y realización de eventos sociales es para todo el público en general, personas de ambos sexos y de cualquier edad, que habite en la Comunidad de Tecolostote jurisdicción de San Lorenzo del departamento de Boaco.

3.3 Análisis y evaluación de la demanda

Avilés et al. (2016) sobre la demanda considera que:

Es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes, además tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido"(p.32).

Para realizar el estudio de mercado se realizó una encuesta, donde se tomó en cuenta que el muestreo es un procedimiento por medio del cual se estudia una parte de la población llamada muestra, con el objetivo de inferir con respecto a toda la población.

De acuerdo a INIDE (2005) "Tecolostote es una comarca que pertenece a la Micro Región III del Municipio de San Lorenzo, con 3,741 habitantes, mayores de 15 años; 1,147 hombres y 1,339 mujeres" (p.4).

Con una estructura de población económicamente activa de 748 hombres y 407 mujeres (p.6). Con 782 Hogares ocupadas (p.13). Además, asegura que se proyectó una tasa de crecimiento del periodo 2005-2010 0.5%, 2010-2015 0.4% y 2015-2020 0.3% (p.46).

De acuerdo a estos datos con la tasa de crecimiento quedaría la población de Tecolostote de la siguiente manera:

$$V_f = V_0 (1+i)^n$$

Vf: valor final

V0: valor inicial

i: tasa de crecimiento

n: tiempo

Considerando el último periodo 2020 al 2023, se retomó la tasa anterior de crecimiento poblacional, esta última generada por INIDE (2005)

Cuadro 1. Crecimiento poblacional para el periodo 2023

Año	Habitantes	Periodo	Tasa de crecimiento	Habitantes final periodo
2005-2010	3,741	5 años	0.5%	4,775
2010-2015	4,775	5 años	0.4%	5,810
2015-2020	5,810	5 años	0.3%	6,735
2020-2023	6,735	3 años	0.3%	7,360

Fuente: elaboración propia

Se realizó encuesta al 30% de los hogares de acuerdo al censo INIDE (2005) siendo de 782 hogares como población, para una muestra de 234 hogares de los cuales el 81.20% fueron del sexo Femenino 81.20% y 18.80% masculino como se muestra en la figura 3, estado civil 49.15% casados y el 50.85% solteros figura 4.

Los criterios de selección de muestra para el presente estudio se basaron en la disponibilidad económica y la percepción de tener un evento, por ende se selecciono los jefes de hogares que son los que toman las decisiones de realizar un evento.

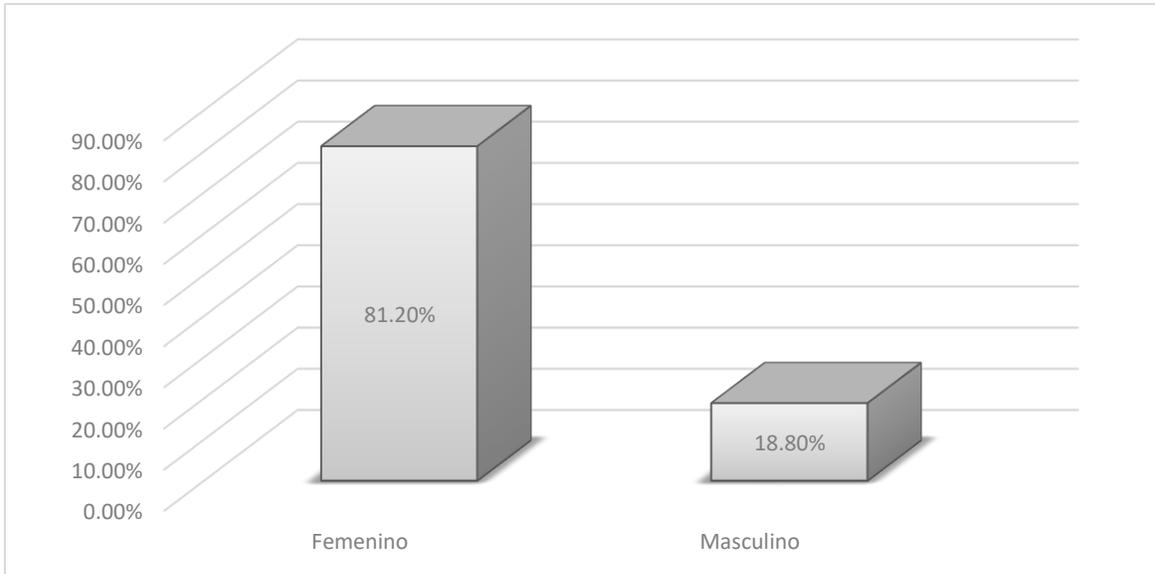


Figura 3. Distribución por género de las personas encuestadas

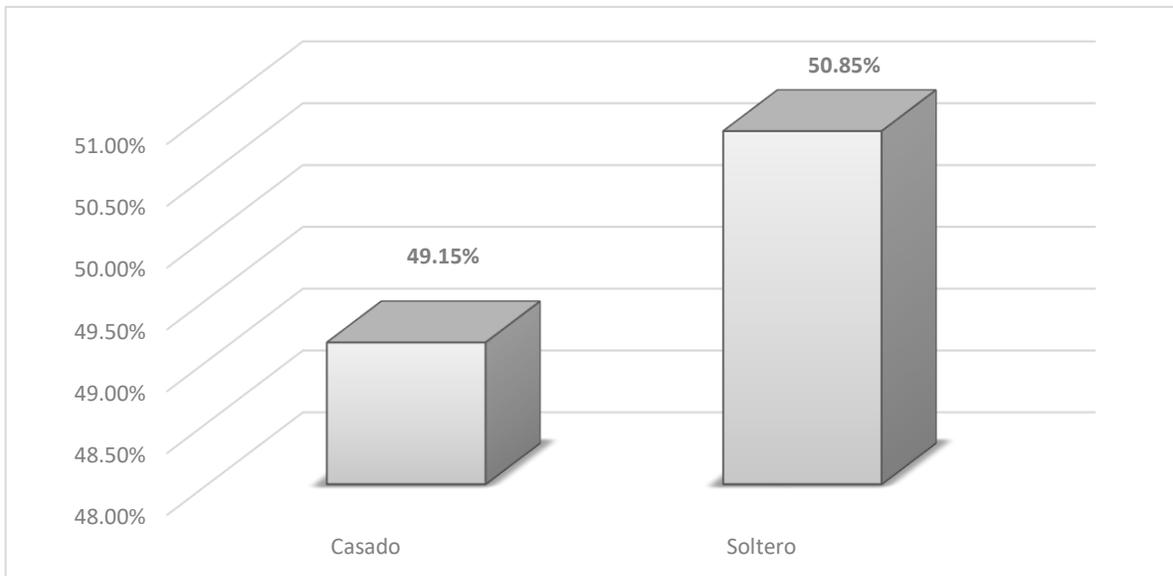


Figura 4. Estado Civil de encuestados

Las edades comprenden 15 a 24 años el 18.35%, de 25 a 34 años 37.18%, 35 a 44 años 37.18% y 45 a más años 7.26% como se muestra en la siguiente gráfica:

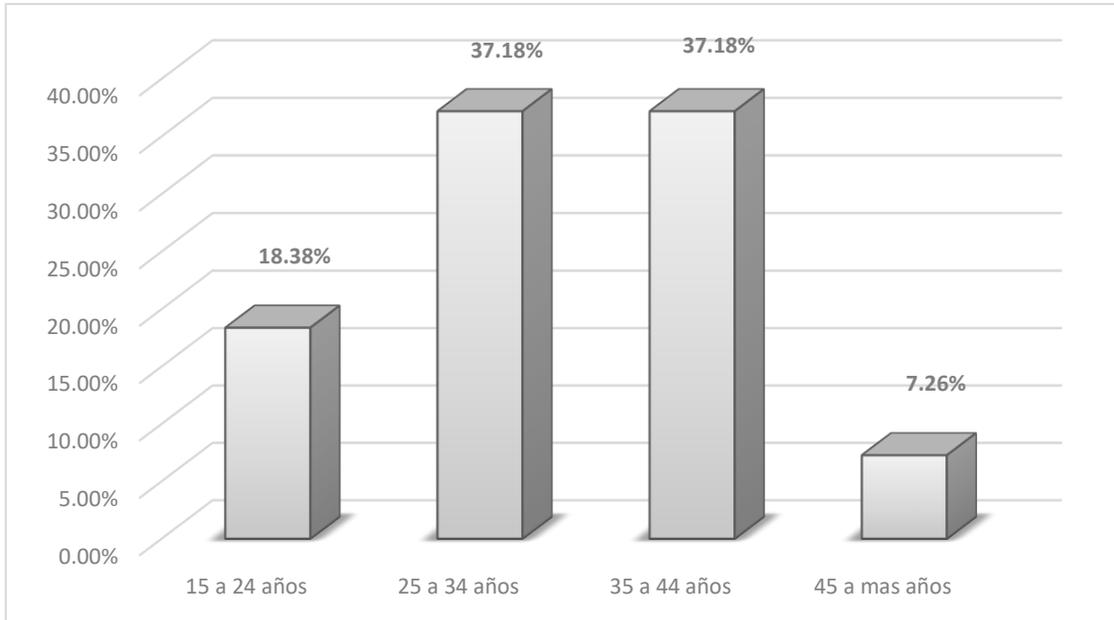


Figura 5.Edad de encuestados

De acuerdo a los resultados obtenidos de encuestas a posibles clientes el 58.87% han realizado uno o más eventos en los últimos dos años, mientras el 41.03% ninguno como se muestra en la siguiente figura:

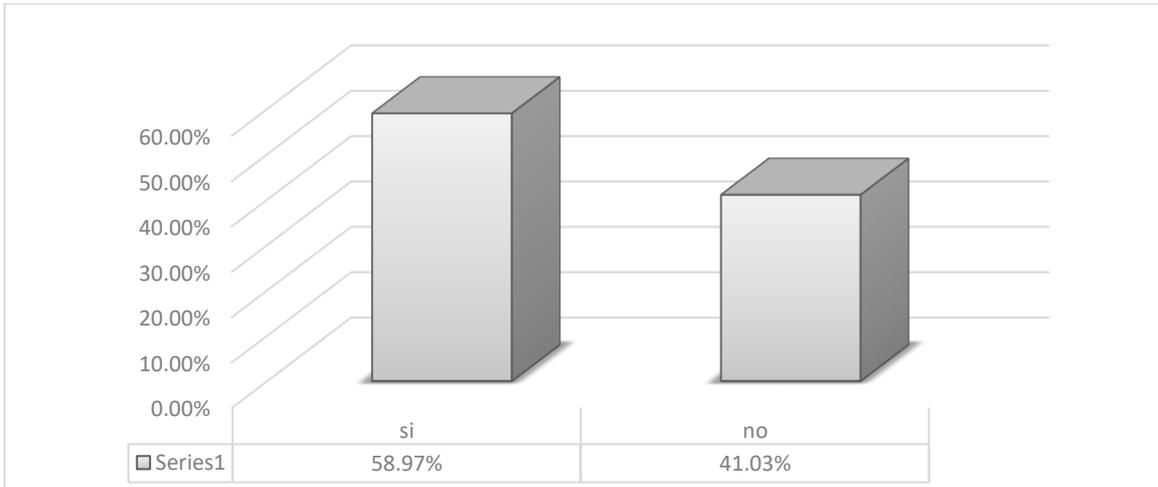


Figura 6.Realización de eventos en los últimos dos años

La frecuencia para la realización de eventos en el año es 64.53% de uno a tres veces, 18.80%, de 4 a 6 veces y un 16.67% más de 6 veces al año, como se muestra en la siguiente figura:

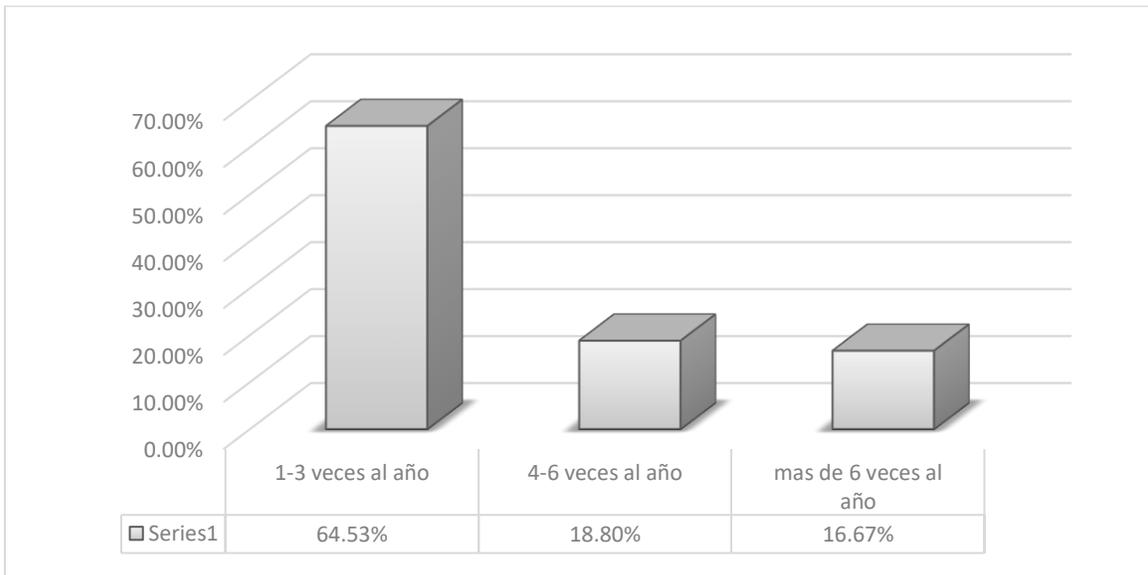


Figura 7. Frecuencia de celebración de eventos

Los tipos de eventos a celebrar próximamente es Bautizo el 8.26%, comuniones el 3.98%, bodas 7.95%, graduaciones 15.90%, cumpleaños 53.21% y aniversarios un 10.70% como se muestra en la siguiente figura:

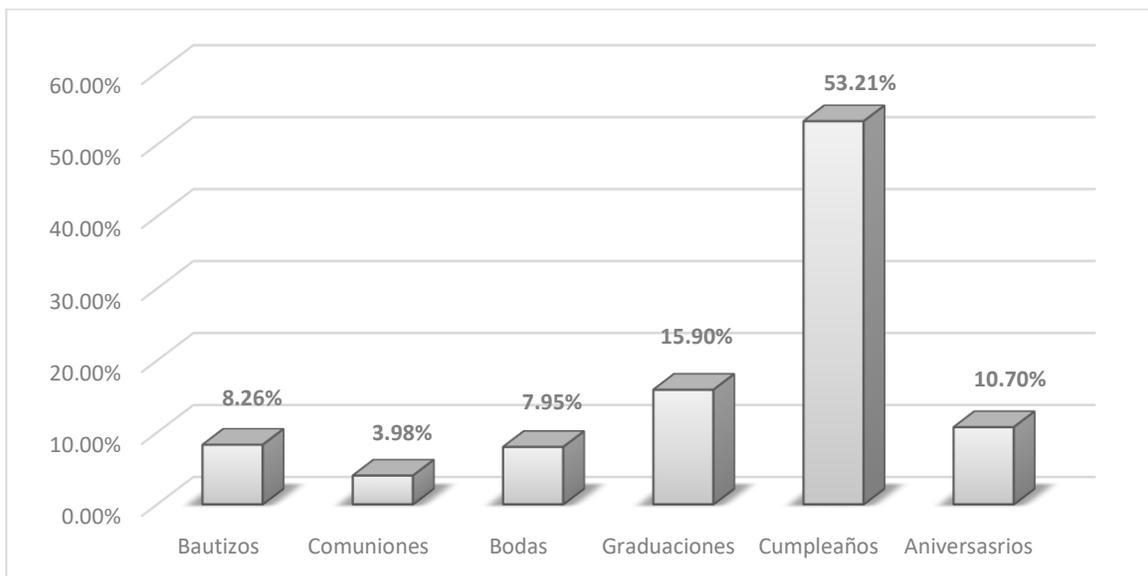


Figura 8. Tipo de eventos a celebrar

Para lograr sus eventos el 38.46% lo realizan por su cuenta, el 16.67% hacen uso de ayuda de sus amistades y el 44.87 contrata personal especializados como se muestra en la siguiente figura:

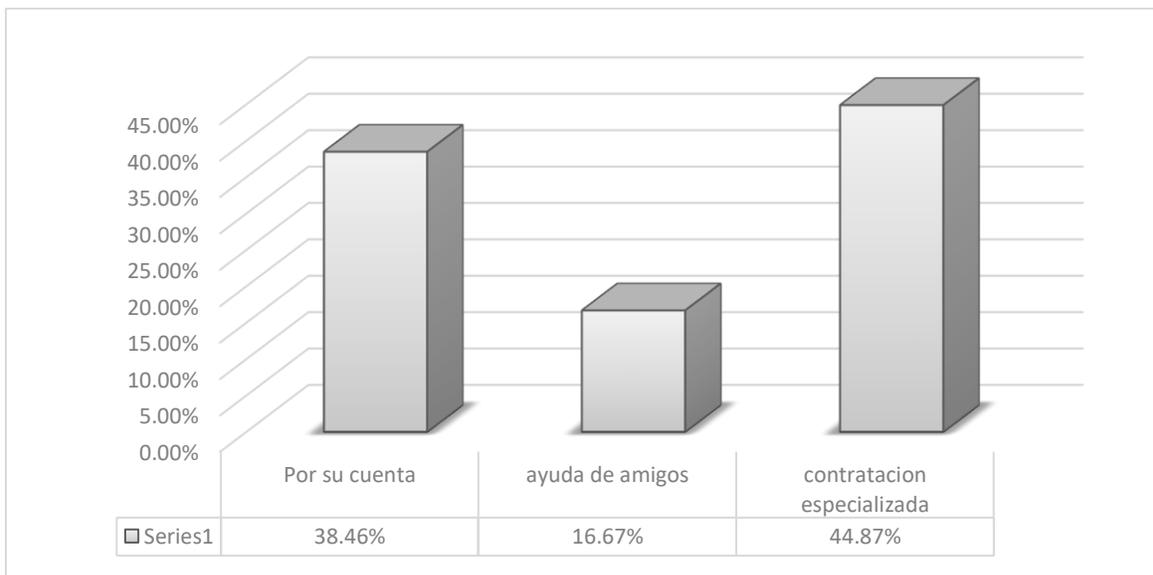


Figura 9. Tipo de organización que utiliza para sus eventos

Cuando hacen uso de contratación de servicios es debido a la falta de tiempo y creatividad siendo el 30.03%, disponibilidad de dinero para contratar los servicios especializados y el 28.63% por asesoramiento, como se muestra en la siguiente figura:

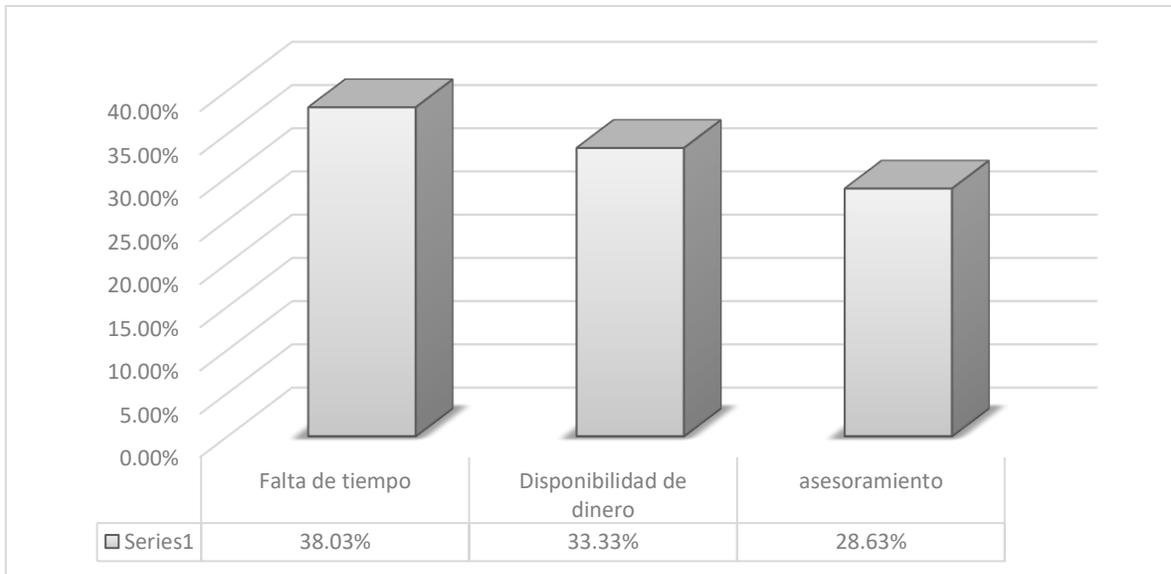


Figura 10. Utilización de asesoramiento

Los encuestados indicaron que el 31.20% está muy de acuerdo en la importancia de la planeación y control de los eventos para poder tener los resultados esperados, el 51.71% de acuerdo, el 15.38% en dudas y el 1.71% están en desacuerdo por la relevancia para ellos, como se muestra en la siguiente figura:

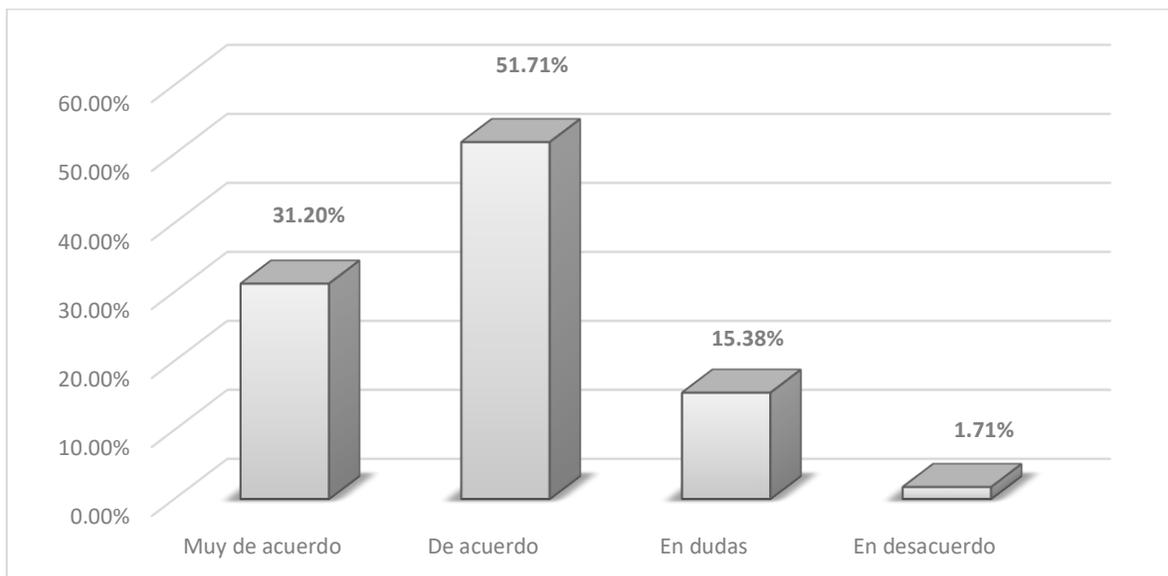


Figura 11. Importancia de la planeación y control de los eventos

Los aspectos fundamentales para la contratación de servicios especializados en decoración de eventos opinan que el 45.94% la calidad del servicio, el 36.75% presentación o creatividad de los encargados de las decoraciones, el 13.43% ubicación de los eventos y el 3.89% el precio, como se muestra en la siguiente figura:

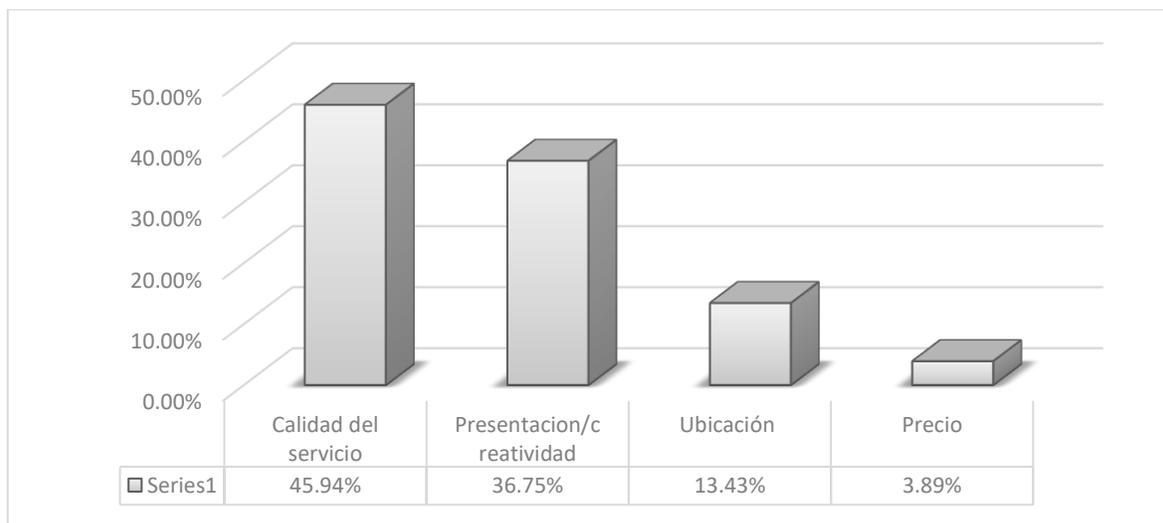


Figura 12. Aspectos que valoran para hacer uso de la organización de eventos

En cuanto a los precios indican que han invertido es escalas de C\$ 1,000.00(un mil córdobas netos) a C\$ 2,999.00 (dos mil novecientos noventa y nueve córdobas) el 36.75%, de C\$ 3,000.00 (tres mil córdobas netos) a C\$ 5,999.00 (cinco mil novecientos noventa y nueve córdobas netos) el 25.21%, de C\$ 6,000.00 (seis mil córdobas netos) a C\$ 8,999.00 (ocho mil novecientos noventa y nueve córdobas netos) el 8.55% y de C\$ 9,000.00(nueve mil córdobas netos) el 29.49%, como se muestra en la siguiente figura:

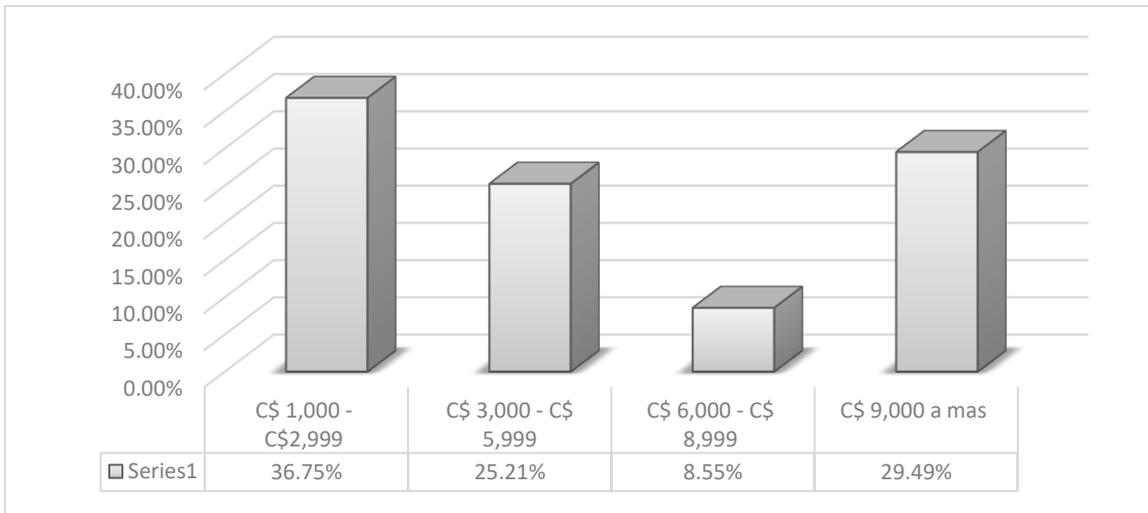


Figura 13. Inversión en eventos anteriores

Los encuestados aseguran que le gustaría hacer uso de los servicios de contratación especializada en eventos para banquetes el 14.21%, Decoración/arreglo 54.04%, disco móvil 9.75%, alquiler de enseres el 13.65% y para otro tipo de evento el 8.36% como se muestra en la siguiente figura:

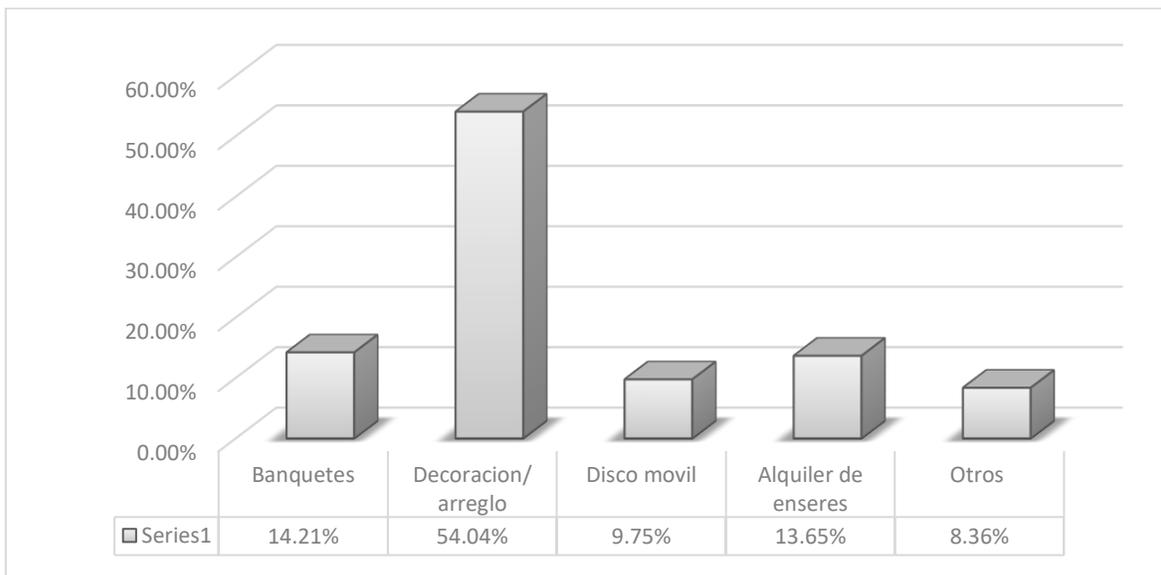


Figura 14. Contratación de especialista para los eventos

De acuerdo a esta información se estima una demanda potencial de un evento mensual de cada tipo de evento ofertado, por la capacidad de mano de obra y disponibilidad de tiempo de cada servicio ofrecido.

3.4 Análisis y evaluación de la oferta

Thomson (2006), dice en un sentido general, la "oferta" es una fuerza del mercado (la otra es la "demanda") que representa la cantidad de bienes o servicios que individuos, empresas u organizaciones quieren y pueden vender en el mercado a un precio determinado (parr.1).

Actualmente la oferta la define el cliente ya que son contrataciones por servicios, donde el cliente realiza gestión sobre lo que desea y la disponibilidad de su efectivo. además, de la comodidad y preferencia con la empresa decoradora de evento. actualmente existe dos negocios informales que presentan diferentes servicios, una vez por semana dentro del territorio a incursionar.

Cabe resaltar que solo existen dos negocios que están de manera informal dentro de la comarca siendo un nivel bajo en ofertas y en cuanto a demanda hay existente porque se suele realizar eventos siempre, al menos un convivio semanal, como anteriormente se describe en los resultados de las encuestas.

3.5 Definición del segmento del mercado

Un segmento de mercado es un grupo de consumidores que tienen características homogéneas y comunes para satisfacer una necesidad o una oportunidad. Además, es el grupo de consumidores que muestra ciertos hábitos de compra muy parecidos. Nuestro segmento de mercado es la población comprendida en rango de 15 a 45 a más, por su poder de decisión sobre los eventos, su poder adquisitivo y negociación, que quieran hacer un evento de cumpleaños o social.

3.6 Identificación de la competencia directa e indirecta

La competencia hace referencia a aquella situación en la que, dentro de un mercado, están presentes ciertos compradores para la compra de un producto o servicio y los vendedores ofertan productos y servicios a los compradores. Decoraciones de eventos sociales Kenia esta dentro de la competencia imperfecta ya se puede manipular tanto el cliente el precio de su arreglo basado en el precio base que se asigna para los eventos.

En la comunidad de Tecolostote jurisdicción de San Lorenzo son muy pocos los negocios que se dediquen a la planeación de eventos de cualquier tipo, siendo solo dos existentes, estas son informales y no están inscritas en la alcaldía, además, no ofrecen integralmente todos los servicios necesarios para llevar a cabo su realización, trabaja de forma informal sin organización y cobran por los servicios dependiendo de lo que cotice el cliente.

Como competencia la empresa se diferencia por la organización interna bien estructurada y ordenada, dando seguridad a los clientes, además, de brindar mejor servicio con la calidad de productos y el mejor asesoramiento posible. Decoraciones de eventos sociales Kenia se caracteriza por llevar en regla su negocio, siendo formal como negocio, con un lugar establecido y pago de impuestos municipales.

La competencia indirecta está fuera de la comunidad, los cuales son lugares que ofrecen ya los arreglos que venden solo de inflar, además de personas de otras zonas que hacen arreglos, aunque no se hace uso de este servicio porque genera mas gasto para los clientes, por el transporte.

3.7 Análisis de los precios

Para fijar el precio de los diferentes tipos de servicios se tomó como referencia los resultados obtenidos en la encuesta frente a esta pregunta, de esta manera se analizó el intervalo de precios que mayor nivel de aceptación obtuvo, y con base en el análisis del costeo que se

realice, se determinará la utilidad que se quiere alcanzar en términos porcentuales y se aplicará la siguiente fórmula:

Costo unitario por tipo de servicio/ 1 - % de la utilidad deseada

3.7.1 Precios

Paquete de cumpleaños y otros eventos menores

Son arreglos sencillos con menos insumos y detalles. Se ha dividido en paquete A y B, que se diferencian porque los primeros son fuera de la localidad por lo que tienden al incremento de los costos por concepto de transporte y viáticos de alimentación al personal.

Los precios se obtienen en base a los costos y aplicando la fórmula descrita anteriormente, generando los siguientes resultados:

- Paquete A: C\$ 3,500.00 (tres mil córdobas netos)
- Paquete B: C\$ 1,600.00 (mil seiscientos córdobas netos)

Paquetes sociales

Son arreglos especiales principalmente para celebraciones de bodas, quince años y graduaciones. De igual manera los paquetes A, incrementan sus costos ya sea por ser fuera de la localidad o por arreglos solicitados con más materiales de adornos.

Los precios se obtienen en base a los costos y aplicando la fórmula descrita anteriormente, generando los siguientes resultados:

- Paquete A: C\$ 7,500.00 (siete mil quinientos córdobas netos)
- Paquete B: C\$ 3,800.00 (tres mil ochocientos córdobas netos)

Cuadro 2. Proyección de venta por paquetes de eventos

Cantidad	Descripción	Precio C\$	Ingreso mensual	Ingreso anual
2	Paquete cumpleaños A	3500.00	7000.00	84000.00
4	Paquete cumpleaños B	1600.00	6400.00	76800.00
2	Paquetes sociales A	7500.00	15000.00	180000.00
4	Paquete sociales B	3800.00	15200.00	182400.00
			C\$ 43,600.00	C\$ 523,200.00

Fuente: Elaboración propia

3.8 Análisis de distribución

La comercialización se hará mediante la utilización de un canal directo con el cliente (figura 15).



Figura 15. Canal de comercialización nivel 0.

El canal de comercialización nivel 0, le permitirá a la empresa:

- Mantener el precio de los servicios, puesto que no existirán intermediarios que ocasionen incremento en el mismo.
- Tener contacto directo con los usuarios del servicio, para solucionar eventuales inconvenientes que se presenten.
- No competir con su propio servicio.
- Conocer la percepción de los usuarios del producto, en términos de calidad y precio.

3.9 Definición de estrategia comercial

Avilés et al. (2016) asegura que una estrategia comprende una serie de tácticas que son medidas más concretas para conseguir uno o varios objetivos (p.38).

El negocio se basará en las siguientes estrategias:

- **Estrategia del servicio:** Uso de nuevos diseños y materiales que permitan decoraciones más atractivas
- **Estrategia de precio:** Ofrecer al mercado objetivo un precio competitivo, considerando los costos de producción, logrando así la penetración más rápida en el mercado.
- **Estrategia de distribución:** Cercanía con los clientes y disponibilidad de diferentes lugares con el cuidado de la incorporación justa de los costos de transporte.
- **Estrategia de comunicación:** Publicidad con volantes y redes sociales dando a conocer diseños y técnicas diferenciales de nuestro servicio por medio del mensaje publicitario para lograr del cliente lealtad y seguimiento para un monto de C\$ 500.00 (quinientos córdobas netos) mensuales como se muestra a continuación:

Cuadro 3.Presupuesto de marketing

Medio publicitario	Gasto mensual	Gasto Anual
Redes sociales (Facebook, whatsapp)	300.00	3600.00
Volantes	200.00	2400.00
	C\$ 500.00	C\$ 6,000.00

Fuente. Elaboración propia

IV. PLAN DE PRODUCCION

4.1 Macro localización

Según Reyes (2019), asegura que el municipio de San Lorenzo fue fundado el 23 de agosto de 1,858, perteneciente al departamento de Boaco, está ubicado entre las coordenadas 12° 22' de latitud norte y 85° 40' de longitud oeste, limita al Norte: Con los Municipios de Boaco y Teustepe. Sur: Con el lago de Nicaragua (Lago Cocibolca). Este: Con los Municipios de Camoapa y Comalapa y Oeste: Con los Municipios de Tipitapa y Granada (p.57).

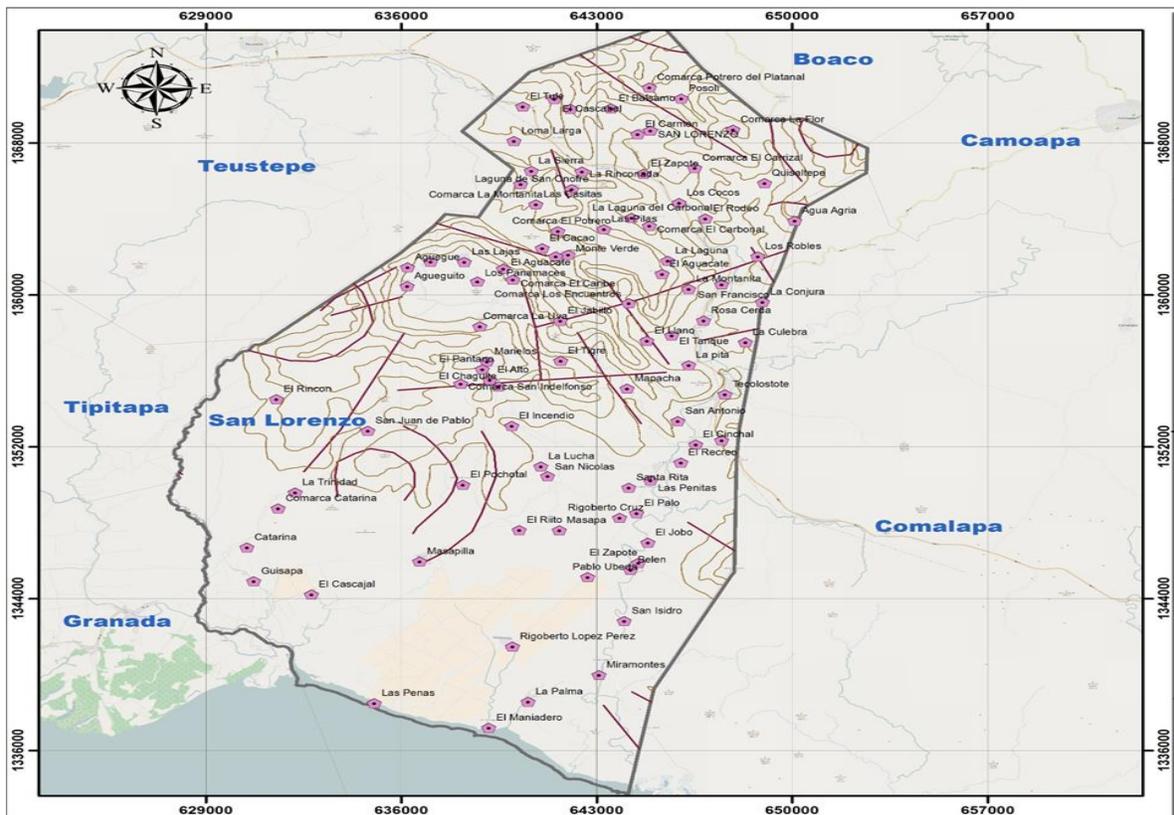


Figura 16. Mapa de San Lorenzo (Obtenido en Alcaldía Municipal de San Lorenzo)

Salazar y Prado (2010), indica que el municipio de San Lorenzo comprende 56 comarcas rurales y dos cascos urbanos siendo estos: San Lorenzo y Tecolostote (p.91).

Indica que en el municipio de San Lorenzo tiene una población de 28,515 habitantes, distribuidas en 7,984 en el área urbana equivalente al 28% y 20,531 habitantes en el área rural que representan el 72% del total, según reportes de la alcaldía municipal. La distribución de la población en cuanto a sexo refleja una cifra de 14,143 pertenecientes al sexo masculino (49.6%), en tanto que las mujeres ascienden a una población de 14,372 (50.4%), lo que evidencia una minoría para los hombres, equivalente al promedio nacional. que la cabecera municipal está ubicada a 92 kilómetros de la ciudad de Managua (p.92).

Tecolostote, dicho poblado y sus comarcas aledañas suman 75% del total de la población del municipio, es en esta zona donde se da más afluencia de población debido a que es más accesible ya que está comunicada directamente por medio de la carretera Managua-Rama, mientras tanto, la cabecera municipal San Lorenzo representa 25% de la población total del municipio y se encuentra a 3km hacia el este de la vía troncal antes mencionada (p.92).

Las principales actividades económicas que caracterizan al municipio de acuerdo al plan de respuesta municipal con enfoque de gestión de riesgo, son la agricultura y la ganadería, siendo la agricultura el rubro de mayor importancia. La ganadería históricamente ha sido una actividad de carácter secundario con relación a la agricultura y está destinada fundamentalmente al consumo interno. Además de estas actividades se encuentran otro tipo de actividades económicas.

En ese mismo sector la actividad económica que le sigue en importancia es el trabajo como empleada doméstica, que representa la principal fuente de ingreso para el 14% de los hogares rurales (p.92).

En el área urbana hay más opciones laborales ya que el comercio, el trabajo por jornal, asalariado público y los servicios, ocupan un importante porcentaje como principal fuente de ingresos de los hogares como se muestra en el siguiente cuadro (p.93):

Cuadro 4. Principales actividades económicas San Lorenzo

No.	Urbana		Rural	
	Actividad	%	Actividad	%
01	Domestica	15.0	Agricultura	47.3
02	Agricultura	14.0	Comercio	13.8
03	Comercio	13.0	Jornalero	8.3
04	Jornalero	13.0	Servicios	7.6
05	Servicios	12.0	Asalariados	4.6
06	Asalariados	8.1	Obrero	3
07	Obrero	6.4	Ganadería	1.5
08	Ganadería	4.6	Otros	13.9
09	Otros	13.9		

Fuente: Diagnostico de la alcaldía Municipal de San Lorenzo, con la colaboración de la asociación para el desarrollo municipal, citado por Salazar y Prado (2010, p.93)

4.2 Micro localización

El negocio de decoración eventos sociales Kenia, propiedad Kenia de los Ángeles Gómez Cordonero, está ubicado en el barrio Vía Tomás Borge, Tecolostote, municipio de San Lorenzo, exactamente de donde fue el embarcadero 100 m hacia el sur; cuyos límites son: al este con el Sr. Bismarck Brizuela, al oeste Sra. Geraldine Gómez y al sur con la Sr. Johana Gómez.

El negocio de decoraciones eventos Kenia tiene una infraestructura de concreto embaldosada, una bodega de 3 m de frente por 3 m de largo, se cuenta con el lugar para el proceso de manualidades que es de 6 m de frente por 4 m de largo, el cual solo falta acondicionarlo, además cuenta con luz eléctrica, acceso a internet y disponibilidad de agua potable.

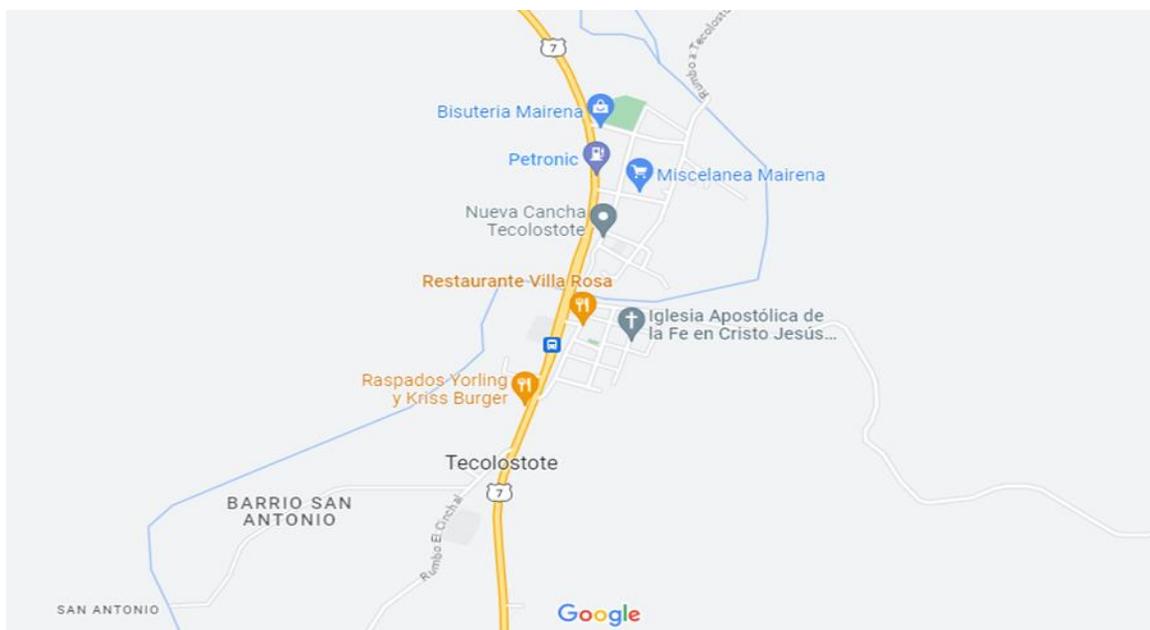


Figura 17. Mapa Tecolostote Google maps

4.3 Equipamiento

Los equipos requeridos para el desarrollo de eventos representan un monto de C\$ 108,145.00 (Ciento ocho mil ciento cuarenta y cinco córdobas netos) los que incluyen sillones, cilindros, letras, muebles de madera, porta pasteles entre otros, con una depreciación mensual de C\$ 3,004.03 (tres mil cuatro con tres centavos de córdobas) considerando una vida útil de tres años contablemente por ser bienes muebles de C\$ 36,048.33 (treinta y seis mil cuarenta y ocho córdobas con 33/100), como se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro 5. Equipos requeridos en negocio Decoraciones de eventos sociales Kenia

Descripción	U/M	Cantidad	Costo total C\$	Vida Útil Mes	Deprec. Mensual C\$
sillón grande blanco	unidad	1	3500.00	36	97.22
sillón mediano rosado	unidad	1	1600.00	36	44.44
sillón mediano blanco	unidad	1	2800.00	36	77.78
sillón de madera para niño	unidad	1	1800.00	36	50.00
mesitas forma mariposa	unidad	2	2500.00	36	69.44

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 5. Equipos requeridos en negocio... (continuación)

Descripción	U/M	Cantidad	Costo total C\$	Vida Útil Mes	Deprec. Mensual C\$
rueda mediana de madera	unidad	1	1300.00	36	36.11
ruedas para fondo de feliz cumpleaños	unidad	4	400.00	36	11.11
rueda de madera	unidad	1	1800.00	36	50.00
rueda de metal	unidad	1	2100.00	36	58.33
cilindros de metal	unidad	3	2200.00	36	61.11
cilindros blancos	unidad	3	3500.00	36	97.22
mariposa grande	unidad	1	1500.00	36	41.67
flores artificiales	docena	50	3750.00	36	104.17
letras la palabra love	unidad	4	8500.00	36	236.11
letras pequeñas de luces	unidad	22	3080.00	36	85.56
luces leet	unidad	4	4000.00	36	111.11
números 15	unidad	2	3500.00	36	97.22
mesa blanca decorada	unidad	1	2500.00	36	69.44
mesa mediana blanca	unidad	1	1800.00	36	50.00
mesa redonda metal mediana	unidad	1	900.00	36	25.00
mesas plásticas	unidad	2	5000.00	36	138.89
carrusel	unidad	1	2500.00	36	69.44
chino de metal	unidad	1	2800.00	36	77.78
arcos de metal	unidad	3	3800.00	36	105.56
arco de metal de varia	unidad	1	900.00	36	25.00
arco de madera	unidad	1	1800.00	36	50.00
mueblecitos de metal para pastel cuadrado	unidad	2	1500.00	36	41.67
mueblecitos cuadrados para pastel	unidad	2	1500.00	36	41.67
muebles de metal para flores	unidad	2	1200.00	36	33.33
muebles para poner paquetes	unidad	2	1100.00	36	30.56
mueble de metal para las cortinas	unidad	1	2200.00	36	61.11
Espaldares de madera	unidad	2	2500.00	36	69.44
Espaldares de madera color madera pintados	unidad	2	2800.00	36	77.78
cortinas	unidad	63	11340.00	36	315.00
cortinas	unidad	8	2640.00	36	73.33
alfombras miden 4 metros	unidad	3	1300.00	36	36.11

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 5. Equipos requeridos en negocio... (continuación)

Descripción	U/M	Cantidad	Costo total C\$	Vida Útil Mes	Deprec. Mensual C\$
alfombra rosada	unidad	1	1500.00	36	41.67
alfombra ploma pequeña	unidad	1	800.00	36	22.22
alfombra pequeña estilo grama	unidad	1	2000.00	36	55.56
rejillas blancas pequeñas	unidad	2	400.00	36	11.11
espejo para adorno	unidad	1	700.00	36	19.44
base para pudines	unidad	1	600.00	36	16.67
base para poner el pastel	unidad	2	800.00	36	22.22
pistola para silicón	unidad	1	190.00	36	5.28
pistola manual para globos	unidad	1	85.00	36	2.36
motor para inflar	unidad	1	700.00	36	19.44
caja plástica para guardar globos	unidad	1	500.00	36	13.89
porta globos	docena	2	360.00	36	10.00
jarrones para flores	unidad	4	1100.00	36	30.56
cajitas de madera para arreglo	unidad	5	500.00	36	13.89
			C\$ 108,145.00		C\$ 3,004.03

Fuente: Elaboración propia

4.4 Requerimiento de insumos

Los insumos requeridos mensualmente son de C\$ 7,519.00 (Siete mil quinientos diecinueve córdobas netos) que incluye globos, teype, silicón, spray cuchillas, nylon, números inflables como se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro 6. Insumos requeridos en negocio Decoraciones de eventos sociales Kenia

Insumos	U/M	Cantidad	Costo C\$
Globos burbujas	Docena	1	300.00
Nailon para globos	Unidad	4	120.00
Tey doble cara	Unidad	2	90.00
Globos burbujas color	Docena	1	300.00
Globos burbujas pequeños	Unidad	6	96.00

Fuente. Elaboración propia

Cuadro 6. Insumos requeridos en negocio... (continuación)

Insumos	U/M	Cantidad	Costo C\$
globos burbujas	docena	1	300.00
nailon para globos	unidad	4	120.00
tey doble cara	unidad	2	90.00
Globos burbujas color	docena	1	300.00
Globos burbujas pequeños	unidad	6	96.00
Bolsa de globos palmeti	unidad	13	1310.00
Globos burbujas pequeños	unidad	6	96.00
Bolsa de globos palmeti	unidad	13	1310.00
Nailon para globos elástico	unidad	4	120.00
Tey doble cara transparente	unidad	2	90.00
Teipe del grande transparente	unidad	1	120.00
Cuchilla para cortar	unidad	1	70.00
Spray para globos	unidad	2	360.00
Silicón para pegar en barra	docena	2	168.00
Cartulina douple	unidad	3	75.00
Cartulina satinada	unidad	6	150.00
Bolsa de globos cromados	unidad	2	400.00
Base para poner el pastel	unidad	2	800.00
Fomis del grande	unidad	5	550.00
Feliz cumpleaños medianos	docena	2	360.00
Textos feliz cumpleaños	unidad	6	120.00
Papel chino	docena	2	240.00
Números inflables 16 plgs	docena	1	240.00
Números inflables 32 plgs	docena	2	840.00
Bolsas globos cromados del grande	unidad	4	720.00
Bolsa de globos cromados pequeños	unidad	3	390.00
			C\$ 7,519.00

Fuente. Elaboración propia

4.5 Proceso de manufactura y servicio

4.5.1 Proceso de servicio

Siempre que se tome la determinación de realizar un evento o prestación del servicio, es importante tener presente, entre otros aspectos, lo siguiente:

- Determinar cuál es la auténtica razón por la que quiere organizar un evento o servicios a requerir el cliente, porque ha de estar muy clara antes de emprender la fase de planificación, muchos eventos o servicios fracasan debido a unos objetivos mal definidos y definir con quien se tomará las decisiones y será ejecutor del pago.
- Se debe de fijar un presupuesto para el evento o servicio a entregar, apartando el 10% para imprevistos. Esto es crucial porque los recursos financieros disponibles influirán directamente en las otras decisiones que se van a tomar.

Establecer la duración del evento, decidir dónde va a celebrar el evento y en qué tipo de lugar de celebración y hacer una selección de lugares de celebración potenciales.

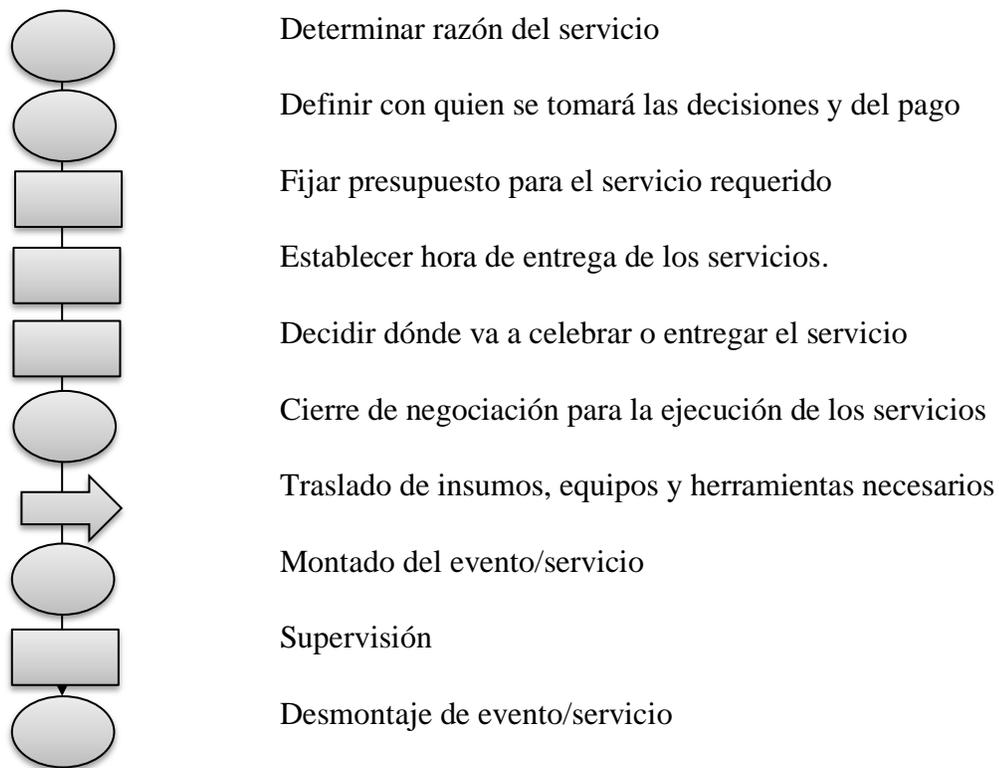


Figura 18.Proceso de servicio de eventos en negocio Decoraciones de eventos sociales Kenia

4.5.2 Proceso de arreglo de los principales servicios

Es importante saber organizar creativamente los eventos para dejar huella en los asistentes. Además, todo detalle es importante, así que en este punto para el negocio Decoraciones de eventos sociales Kenia, es crear una experiencia única y memorable. Para ello se tomarán en cuenta los siguientes aspectos:

- Adaptarlo a la temática del evento: Lo habitual es enfocar la decoración a los colores corporativos de la marca o, por el contrario, centrarse en una temática que esté presente en todo el evento, buscando la relación de todos los componentes para comunicar armonía.
- Espacio: Contar con un buen espacio ayudará a crear un buen ambiente que acompañe a la temática del evento.
- Decoración e iluminación: Se debe conseguir que todas las actividades de la celebración estén relacionadas para crear una atmósfera única y especial jugando con la decoración e iluminación.
- Detalles decorativos: Los pequeños detalles consiguen que los grandes espacios se conviertan en espectaculares, tales como:
 - Telas: pueden ayudar en la decoración para separar zonas o decorar techos y paredes.
 - Flores: adecuadas para eventos corporativos y bodas, darán mayor colorido a la celebración
 - Velas combinando aromas y diseños: darán la posibilidad de diseñar diferentes ambientes, creando pasillos o decorando las mesas de los invitados.
 - Letras: para levantar la atención de los asistentes. Por otro lado, transmitiendo mensajes a lo largo del evento.

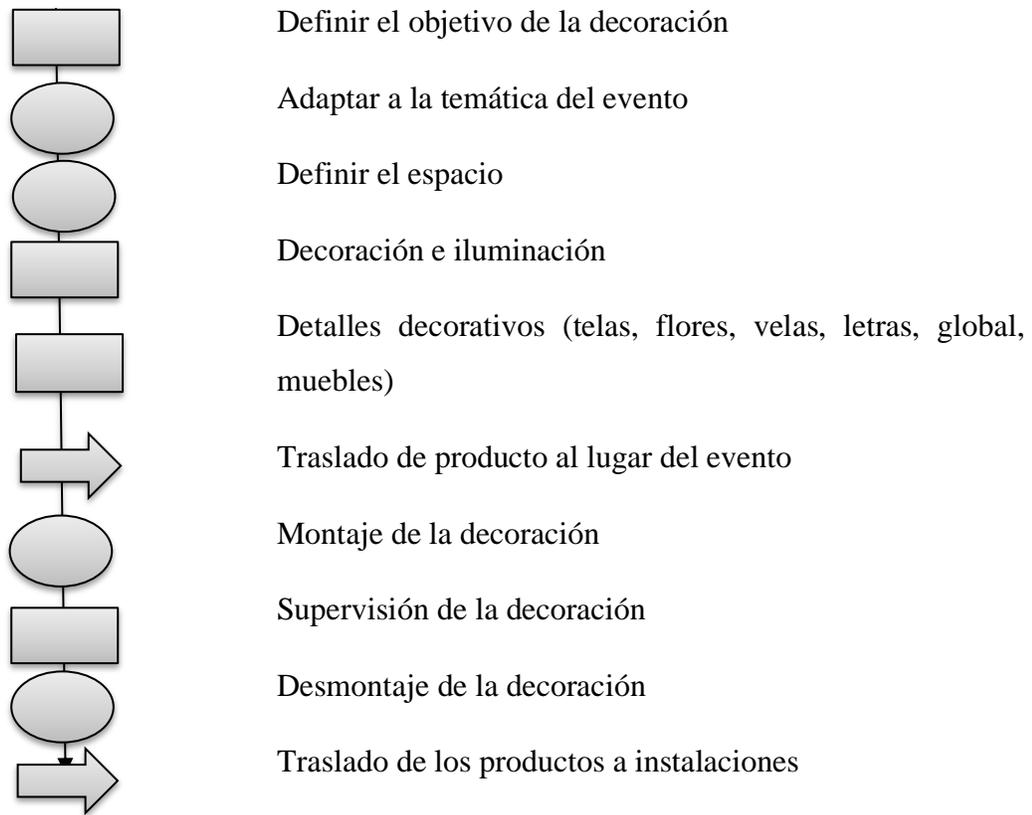


Figura 19.Proceso de decoración de eventos en negocio Decoraciones de eventos sociales Kenia

El pago mensual para el área de producción es para dos personas; uno responsable del área de producción de los servicios con un salario de C\$ 6,000.00 (seis mil córdobas netos) estando dentro del salario mínimo aprobado para el periodo 2023, y un asistente que se pagara con un salario de C\$4,000.00 (cuatro mil córdobas netos) este trabajara solo durante los eventos, para un total de salario mensual de C\$10,000.00 (diez mil córdobas netos) con las deducciones y aportaciones de ley, como se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro 7. Planilla mensual área de producción

Cargo	Salario mensual C\$	Inss laboral 7% C\$	Total a pagar C\$	Inss patronal 22.5% C\$	Inatec 2% C\$	Aguinaldo	Indemnización
Responsable							
1 producción	6000.00	420.00	5580.00	1350.00	120.00	500.00	500.00
1 Asistente de producción	4,000.00	280.00	3720.00	900.00	80.00	333.33	333.33
Total	10,000.00	700.00	9,300.00	2,250.00	200.00	833.33	833.33

Fuente: Elaboración propia

Los costos indirectos de fabricación mensual son de C\$ 11,200.69 (once mil doscientos córdobas con 69/100) los que incluyen pago de energía eléctrica, alquiler de local para resguardo y elaboración de algunos detalles a utilizarse en cada decoración, depreciación de equipos de producción, pago de transporte si se necesita trasladar cosas dentro de la comunidad, pago de INSS laboral, INSS patronal, Inatec, Aguinaldo, Indemnización del personal del área de producción, para un costo anual de C\$ 134,408.33 (ciento treinta y cuatro mil cuatrocientos ocho córdobas con 33/100) como se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro 8. Costos indirectos de fabricación

Costo Indirectos de Fabricación	Costo mensual C\$	Costo anual C\$
Energía eléctrica	200.00	2400.00
Alquiler	2880.00	34560.00
Depreciación de equipos	3004.03	36,048.33
Transporte	1000.00	12000.00
INSS Patronal	2250.00	27000.00
Inatec	200.00	2400.00
Aguinaldo	833.33	10000.00
Indemnización	833.33	10000.00
Total Costos Indirectos	C\$ 11,200.69	C\$ 134,408.33

Fuente: Elaboración propia

Para el cálculo del costo de producción mensual se consideró la suma de los insumos de C\$ 7,519.00 (siete mil quinientos diecinueve mil córdobas netos), mano de obra directa de C\$ 10,000.00 (diez mil córdobas netos) y los costos indirectos de fabricación de C\$ 11,200.69 (once mil doscientos córdobas con 69/100) para un costo de C\$ 28,719.69 (veinte y ocho mil setecientos diecinueve córdobas con 69/100).

En la distribución de los costos se asignó el 20% para cada paquete de cumpleaños (A y B) y para el paquete social B, el 40% para el paquete social A siendo el de mayor inversión y precio, para un 100% de distribución, este multiplicado por el costo mensual para el costo por paquete mensual, el que se divide en el número de servicios a venderse en el mes para conocer el costo unitario de cada paquete, como se muestra en el cuadro 9.

Cuadro 9. Costos de producción mensual y por servicio

Descripción	Cantidad mensual (a)	Precio de venta C\$ (b)	Costo ponderado % (c)	Insumos mensuales C\$ (d)	Mano de obra directa mensual C\$ (e)	Costos indirectos de producción mensual C\$ (f)	Total costo producción mensual C\$ (g)= (d)+(e)+(f)	Costo por paquete general C\$ (h)= (g)*(c)	Costo unitario paquete C\$ (i)=(h)/(a)
Paquete cumpleaños A	2	3,500.00	20%					5,193.20	2,871.97
Paquete cumpleaños B	4	1,600.00	20%	7,519.00	10,000.00	11,200.69	28,719.69	5,193.20	1,435.98
Paquetes sociales A	2	7,500.00	40%					10,386.40	5,743.94
Paquetes sociales B	4	3,800.00	20%					5,193.20	1,435.98
			100%				C\$ 28,719.69	C\$ 28,719.69	

Fuente: Elaboración propia

V. PLAN DE ORGANIZACIÓN

5.1. Organización y dirección

El organigrama del negocio es de tres personas para cubrir la distribución de las tareas en cada evento, con funciones específicas como se muestran en las fichas de funciones.



Figura 20. Organigrama del negocio Decoraciones de eventos sociales Kenia

5.1.1 Ficha ocupación

Nombre del cargo: Gerente propietario

Cargo bajo su responsabilidad: Responsable de producción

Jefe inmediato: No aplica

Función general:

Es el encargado de velar que los otros sectores o departamentos realicen sus tareas adecuadamente de cara a la calidad de los servicios con responsabilidad.

Funciones específicas

- Administrar óptimamente los recursos humanos, materiales y financieros de la empresa
- Revisión y Elaboración de Facturas
- Manejo de caja y Archivos de Facturas
- Controlar y verificar los ingresos por conceptos de ventas
- Brindar atención personalizada a los clientes
- Hacer cierre de ventas
- Determinar Publicidad promocional de ventas
- Establecer metas y objetivos para elevar el nivel de ventas
- Atender personalmente cualquier problema con los clientes

Competencias corporativas:

- Orientación al cliente
- Trabajo en equipo
- Orientación de resultados

Requisitos del cargo:

- Lic. en administración de empresas
- Conocimiento en decoraciones
- Conocimiento en eventos

Nombre del cargo: Responsable de producción servicio

Cargo bajo su responsabilidad: Asistente de producción

Jefe inmediato: Gerente propietario

Función general:

Se encarga de planificar los insumos para la generación de servicio, supervisa, controla y dirige todo el proceso de producción.

Funciones específicas:

- Diseñar y establecer los programas de mantenimiento de equipo del área de trabajo
- Elaborar órdenes de compra y solicitar la autorización para la compra directa de los materiales e insumos necesarios semanal
- Determinar los costos de producción
- Proporcionar al personal a su cargo los implementos necesarios para desarrollar las actividades inherentes a sus puestos

Competencias corporativas:

- Proactividad
- Trabajo en equipo
- Orientación de resultados

Requisitos del cargo:

- Bachiller en ciencias y letras
- Conocimiento en decoraciones
- Conocimiento en eventos

Nombre del cargo: Asistente de producción

Cargo bajo su responsabilidad: No aplica

Jefe inmediato: Responsable de producción servicio

Función general:

Apoyar al área de servicios de la empresa para lograr los objetivos establecidos, brindando servicios de calidad

Funciones específicas:

- Apoyar en el mantenimiento de equipo del área de trabajo
- Apoyar en el área de decoraciones en los que se le sea encomendado para lograr el objetivo

- Solicitar los implementos necesarios para desarrollar las actividades inherentes a sus puestos

Competencias corporativas:

- Flexibilidad
- Trabajo en equipo
- Orientación de resultados

Requisitos del cargo:

- Bachiller en ciencias y letras
- Conocimiento en decoraciones
- Conocimiento en eventos

5.1.2 Gestión y dirección

Los equipos necesarios para el área de administración son una computadora, un archivador y escritorio con silla para sus operaciones administrativas con un valor de compra total de C\$ 17,200.00 (diecisiete mil doscientos córdobas netos) y una depreciación de C\$ 4,400.00 (cuatro mil cuatrocientos córdobas netos) como se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro 10. Equipo de administración

Cantidad	Descripción	Costo	Total	Vida útil/años	Depreciación anual
1	Computadora	7200.00	7200.00	3	2400.00
1	Archivador	5000.00	5000.00	5	1000.00
1	Escritorio con silla	5000.00	5000.00	5	1000.00
			C\$ 17,200.00		
				C\$ 4,400.00	

Dentro del plan de negocio se realizará las gestiones pertinentes para la seguridad de sus actividades como inscripción en la alcaldía y establecimiento de los impuestos a pagarse, se pagará INSS laboral, INSS patronal, INATEC como prestaciones y deducciones de ley.

El pago mensual para el gerente propietario es de C\$ 6,000.00 (seis mil córdobas netos) estando dentro del salario mínimo aprobado para el periodo 2023, en el rubro de la industria manufacturera como parte de industria de eventos, como se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro 11. Planilla mensual área de administración

Cargo	Salario mensual C\$	Inss laboral 7% C\$	Total a pagar C\$	Inss patronal 22.5% C\$	Inatec 2% C\$	Aguinaldo C\$	Indemnización C\$
Gerente propietario	6000.00	420.00	5580.00	1350.00	120.00	500.00	500.00
Total	6000.00	420.00	5580.00	1350.00	120.00	500.00	500.00

Fuente: Elaboración propia

Los gastos de administración mensual son de C\$ 9,086.67 (nueve mil ochenta y seis con 67/100) la que corresponde a papelería, depreciación de equipos de administración, impuesto mensual en alcaldía, pago de energía eléctrica, teléfono, salario, INSS patronal, INATEC, Aguinaldo e indemnización, para un gasto anual C\$ 109,040.00 (ciento nueve mil cuarenta córdobas netos)

Cuadro 12. Gasto de administración

Gasto de Administración	Gasto mensual	Gasto anual
Papelería y útiles de oficinas	600.00	7200.00
Depreciación equipo de administración	366.67	4400.00
Impuesto alcaldía	100.00	1200.00
Energía eléctrica	150.00	1800.00
Teléfono	400.00	4800.00
Salario	6000.00	72000.00
INSS patronal	1350.00	16200.00
INATEC	120.00	1440.00
Aguinaldo	500.00	6000.00
Indemnización	500.00	6000.00
Total gasto administración	C\$ 9,086.67	C\$ 109,040.00

Fuente: Elaboración propia

Los gastos de venta corresponden a transporte para movilizaciones de las gestiones de los eventos y la publicidad correspondiente al consumo de internet para el uso de redes sociales como Facebook que se paga para el alcance de las publicaciones y generar así seguidores, y volantes, para un gasto total de venta de C\$ 1,700.00 (mil setecientos córdobas), un gasto anual de C\$ 20,400.00 (veinte mil cuatrocientos córdobas netos) como se muestra a continuación:

Cuadro 13. Gasto de Venta

Gastos de venta	Gasto mensual	Gasto anual
Transporte movilización	1,200.00	14400.00
Gasto publicidad (redes y volantes)	500.00	6000.00
Total gasto venta	C\$ 1,700.00	C\$ 20,400.00

Fuente: Elaboración propia

5.2. Estudio legal

El negocio Decoraciones de eventos sociales Kenia se registra como persona natural actuando a título personal, ya que es solo una persona propietaria del negocio, quien es una persona que ejerce derechos y cumple obligaciones.

Además, se considerará como empresa, esto significa que se asumirá la responsabilidad y garantizar con el patrimonio y bienes el pago de las deudas u obligaciones que pudiera contraer el negocio. El aporte de capital será propio de la gerente propietaria del negocio, con el aporte del 100% de C\$132,864.00 (ciento treinta y dos mil ochocientos sesenta y cuatro mil córdobas netos)

Se registra en la alcaldía de San Lorenzo pago de impuesto municipal la obligación de inscripción anual e impuesto mensual de C\$ 100.00 (cien córdobas netos). Es una microempresa por menos de cinco trabajadores, dedicada a la industria de decoraciones. Además, se integrará al Instituto Nacional de Seguridad Social al personal para cumplir las normativas y además por cualquier accidente que puede tener a futuro en los arreglos. Esta inscripción no tiene costo.

VI. PLAN ECONOMICO FINANCIERO

6.1. Estado de resultado

Un estado financiero nos ayuda a tener una mejor visión de los recursos con los que cuenta el negocio, la rentabilidad y otros aspectos importantes que son necesarios para tener un mejor control del mismo. El estado de resultados es también conocido como estado de ganancias y pérdidas. Es un reporte financiero que muestra de manera minuciosa la situación de la empresa, es decir, si obtuvo ganancia o pérdidas en el ejercicio de un ciclo contable.

Decoraciones Kenia tiene ingresos por venta de servicios del primer año de C\$ 523,200.00 (quinientos veinte y tres mil doscientos córdobas netos), considerando un incremento de un 20% cada año, en el costo de venta se generara C\$ 344,636.33 (trescientos cuarenta y cuatro mil seiscientos treinta y seis córdobas con 33/100 centavos), estos incrementado un 20% los insumos y la mano de obra y los costos de fabricación en los cinco años, los gastos operativos se mantendrán constantes durante los cinco años, debido a que en su descripción son gastos que no incrementan si la producción de los servicios aumentan.

La utilidad del ejercicio en el primer año es de C\$ 49,123.67 (cuarenta y nueve mil ciento veinte y tres córdobas con 67/100 centavos) para el periodo 2024, en los siguientes periodos genera utilidad de C\$ 92,046.07 (noventa y dos mil cuarenta y seis córdobas con 07/100 centavos) para el periodo 2025, C\$ 143,552.95 (ciento cuarenta y tres mil quinientos cincuenta y dos córdobas con 95/100 centavos) para el periodo 2026, C\$ 205,361.20 (doscientos cinco mil trescientos sesenta y un córdobas con 20/100 centavos) periodo 2027 y C\$ 279,531.11 (doscientos setenta y nueve mil quinientos treinta y un mil córdobas con 11/100 centavos) para el periodo 2028, como se muestra a continuación:

Cuadro 14. Estado de Resultado

Decoraciones Kenia					
Estado de Resultado					
	2024	2025	2026	2027	2028
Venta de servicios de eventos	523,200.00	627,840.00	753,408.00	904,089.60	1084,907.52
Total ventas	523,200.00	627,840.00	753,408.00	904,089.60	1084,907.52
Costo de venta					
Insumos	90,228.00	108,273.60	129,928.32	155,913.98	187,096.78
Mano de obra directa	120,000.00	144,000.00	172,800.00	207,360.00	248,832.00
Costos indirectos de fabricación	134,408.33	154,080.33	177,686.73	206,014.41	240,007.63
Total costo de venta	344,636.33	406,353.93	480,415.05	569,288.40	675,936.41
Utilidad bruta	178,563.67	221,486.07	272,992.95	334,801.20	408,971.11
Gasto operativo					
gasto de admon	109,040.00	109,040.00	109,040.00	109,040.00	109,040.00
gastos de venta	20,400.00	20,400.00	20,400.00	20,400.00	20,400.00
Utilidad del ejercicio	49,123.67	92,046.07	143,552.95	205,361.20	279,531.11

Fuente: Elaboración propia

6.2. Flujo de efectivo

El flujo de caja el “efectivo” que va entrar y salir de caja. El flujo de caja permite determinar si dispone de fondos para las actividades del negocio, el flujo de efectivo inicia con la inversión inicial del plan de negocio de C\$ 132,864.00 (ciento treinta y dos mil ochocientos sesenta y cuatro córdobas netos) para la inversión inicial de compra de equipos para las decoraciones y equipos de administración, así como los insumos para un mes de trabajo.

Cuadro 15. Inversión inicial

Descripción	Inversión
Equipos de producción	108145.00
Equipo de administración	17200.00
Compra insumos para 1 mes	7519.00
Total inversión inicial	C\$ 132,864.00

Fuente: Elaboración propia

El flujo de efectivo para el primer año un flujo neto en el año 2024 es de C\$ 97,091.00 (noventa y siete mil noventa y un córdoba neto) con la venta de los servicios proyectados menos los costos y gastos del negocio, el flujo neto para el año 2025 es de C\$ 229,585.40 (doscientos veinte y nueve mil quinientos ochenta y cinco córdobas con 60/100 centavos), en el año 2026 de C\$ 413,586.68 (cuatrocientos trece mil quinientos ochenta y seis córdobas con 68/100), para el año 2027 de C\$ 659,396.22 (seiscientos cincuenta y nueve mil trescientos noventa y seis córdobas con 22/100 centavos) y en el año 2028 de C\$ 979,375.66 (novecientos setenta y nueve mil trescientos setenta y cinco córdobas con 66/100 centavos) como se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro 16.Flujo de efectivo

Decoraciones Kenia						
Flujo de efectivo						
Descripción		2024	2025	2026	2027	2028
Ingresos						
Saldo anterior		132,864.00	97,091.00	229,585.40	413,586.68	659,396.22
Aporte capital	132,864.00					
Vta de eventos	0.00	523,200.00	627,840.00	753,408.00	904,089.60	1,084,907.52
Total ingreso	132,864.00	656,064.00	724,931.00	982,993.40	1,317,676.28	1,744,303.74
Egresos						
Compra de equipos		108,145.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Compra equipo de admón.		17,200.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Compra de insumos		90,228.00	108,273.60	129,928.32	155,913.98	187,096.78
Pago de MOD		120,000.00	144,000.00	172,800.00	207,360.00	248,832.00
Pago de CIF		98,360.00	118,032.00	141,638.40	169,966.08	203,959.30
Pago de gto admón. y vta		125,040.00	125,040.00	125,040.00	125,040.00	125,040.00
Total egreso	0.00	558,973.00	495,345.60	569,406.72	658,280.06	764,928.08
Flujo neto	132,864.00	97,091.00	229,585.40	413,586.68	659,396.22	979,375.66

Fuente: Elaboración propia

6.3. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio define con cuantos servicios brindados como generación de ingresos del negocio cubren sus gastos fijos y variables, esto es, cuando logras vender lo mismo que gastas, no ganas ni pierdes, has alcanzado el punto de equilibrio.

Siendo así, calcular el punto de equilibrio es fundamental para evaluar la rentabilidad, ya que de esta forma es posible saber cuánto se necesita vender para generar ganancia. Siendo de 7.80 eventos es decir 8 eventos para cubrir los costos, como se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro 17. Punto de equilibrio

Producto	cantidad	Precio C\$	Total Costo variable unitario C\$	Margen es contribucion unitario C\$	Costos fijos (gto operativo)	distribución costo fijo	Unidades totales
Paquete cumpleaños A	2	3500.00	2871.97	628.03		898.89	1.43
Paquete cumpleaños B	4	1600.00	1435.98	164.02		898.89	5.48
Paquetes sociales A	2	7500.00	5743.94	1756.06	10786.67	898.89	0.51
Paquete sociales B	4	3800.00	1435.98	2364.02		898.89	0.38
Total	12	16400.00	11487.88	4912.12	10786.67	3595.56	7.80

Formulas

Margen de Contribución= Precio de venta - Costo Variable Unitario

Unidades totales = costos fijos/ margen de contribución ponderado total

Punto de equilibrio por producto = costos fijos/margen contribución total

Costo fijo por unidad= Distribución costo fijo * el margen de contribución

$$PE = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Precio unitario} - \text{Costo variable unitario}}$$

6.4. Criterios de análisis económico financiero

6.4.1. Valor Actual Neto

El valor actual neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión, para el análisis se consideró la tasa de riesgo país del 13% debido a que no habrá financiamiento por terceros y solo se consideró para valorar la inversión, para un VAN positivo de C\$ 391,194.76 (trescientos noventa y un mil ciento noventa y cuatro córdobas con 76/100 centavos) donde se cubre la inversión inicial con los flujos descontados y no acumulados con el saldo anterior.

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

VAN	C\$	-C\$	C\$	C\$	C\$	C\$
(13%) =	-132,864.00	35,773.00	132,494.40	184,001.28	245,809.54	319,979.44
		(1+0.13) ¹	(1+0.13) ²	(1+0.13) ³	(1+0.13) ⁴	(1+0.13) ⁵

VAN	-C\$	C\$	C\$	C\$	C\$
(13%) =	-132,864.00	35,773.00	132,494.40	184,001.28	245,809.54
	1.13	1.2769	1.442897	1.630473	1.842435

VAN	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$
(13%) =	-132,864.00	103,762.55	127,522.12	150,759.59	173,672.02
					103,762.55

VAN	
(13%) =	-132,864.00 + 76,484.99

VAN	C\$	VAN MAYOR QUE
(13%) =	391,194.76	CERO, SE ACEPTA

6.4.2. Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno (TIR), es un indicador que permite conocer la rentabilidad de un proyecto, mediante el cálculo de la diferencia entre los gastos actuales y los ingresos proyectados en el futuro, con el fin de estimar las ganancias esperadas de una inversión.

Para el cálculo de la TIR se consideró un VAN dos con un flujo negativo lo más próximo a cero calculado por el método del tanteo para generar la tasa de 65%, para obtener dos VAN y dos tasas de interés utilizado en su fórmula, para una TIR del 45% siendo mayor a la Tasa de Retorno Mínima Aceptable (TREMA) del 13%, siendo aceptable para invertir.

VAN 2	C\$	<u>-C\$</u>	<u>C\$</u>	<u>C\$</u>	<u>C\$</u>	<u>C\$</u>
(65%)=	-132,864.00	35,773.00	132,494.40	184,001.28	245,809.54	319,979.44
		(1+0.65) ¹	(1+0.65) ²	(1+0.65) ³	(1+0.65) ⁴	(1+0.65) ⁵

VAN 2		<u>-C\$</u>	<u>C\$</u>	<u>C\$</u>	<u>C\$</u>	<u>C\$</u>
(65%)=	-132,864.00	35,773.00	132,494.40	184,001.28	245,809.54	319,979.44
		1.65	2.72	4.49	7.41	12.23

VAN 2						
(65%)=	-132,864.00	-21,680.61	48,666.45	40,960.85	33,163.70	26,163.89

VAN 2		+	
(65%)=	-132864.00	127,274.29	

VAN 2	
(65%)=	(5,589.71)

$$TIR = i_1 + \frac{[(i_2 - i_1)(VAN_1)]}{[ABS(VAN_2 - VAN_1)]}$$

Donde:

i_1 = Tasa que genera el VAN positivo más cercano a cero. 13%

i_2 = Tasa que genera el VAN negativo más cercano a cero. 65%

VAN_1 = VAN POSITIVO C\$ 391,194.76

VAN_2 = VAN NEGATIVO C\$ 5,589.71

ABS= Valor absoluto del VAN, C\$ 391,194.76

TIR=	0.13 + (0.65-0.13)	<u>C\$ 391,194.76</u>		
	ABS (-391,194.76	-	5,589.71)	
TIR=	0.13 + (0.32)	<u>C\$ 391,194.76</u>		
		C\$ 396,784.47		
TIR=	0.13	<u>C\$ 125,182.32</u>		TIR > TREMA, SE
		C\$ 396,784.47		ACEPTA EL
				PROYECTO
TIR=	C\$ 0.13	C\$ 0.32		Tasa Interna de Retorno >
TIR=	C\$ 0.45			Tasa de Rentabilidad
				Mínima Aceptable
TIR=	45%			45% > 13%

6.4.3. Relación Beneficio Costo

Relación Beneficio Costo representa la relación global entre los costos y beneficios durante un período determinado y tomando en cuenta flujos no acumulados para su análisis, siendo para el plan de negocio de C\$ 3.94 (tres córdobas con 94/100 centavos), es decir, por cada córdoba invertido se obtiene C\$ 2.94 (dos córdobas con 94/100) siendo su parámetro mayor que uno se acepta la inversión.

	<u>(35,773.00)</u>	<u>132,494.40</u>	<u>184,001.28</u>	<u>245,809.54</u>	<u>319,979.44</u>
	(1+0.13) ¹	(1+0.13) ²	(1+0.13) ³	(1+0.13) ⁴	(1+0.13) ⁵
RBC=	<u>C\$ 132,864.00</u>				
	<u>(35,773.00)</u>	<u>132,494.40</u>	<u>184,001.28</u>	<u>245,809.54</u>	<u>319,979.44</u>
RBC=	<u>1.13</u>	<u>1.28</u>	<u>1.44</u>	<u>1.63</u>	<u>1.84</u>
	<u>132,864.00</u>				
RBC=	<u>(31,657.52)</u>	<u>103,762.55</u>	<u>127,522.12</u>	<u>150,759.59</u>	<u>173,672.02</u>
	<u>132,864.00</u>				

$$\text{RBC} = \frac{\text{C\$ } 524,058.76}{\text{C\$ } 132,864.00} = \text{C\$ } 3.94$$

6.4.4. Periodo de recuperación

El periodo de recuperación de la inversión (PR) se refiere al tiempo que le toma a un negocio recuperar el capital invertido inicialmente. Con los flujos de efectivo no acumulados de cada periodo como se muestra en el cuadro 18, además, se utilizó la fórmula para el cálculo de los años, los meses y días que demora; a su vez, permite determinar si es rentable o no, siendo para el plan de 2.20 años es decir dos años, dos mes y 12 días

Cuadro 18. Periodo de recuperación del plan de negocio decoraciones de eventos sociales Kenia

	AÑO 0	2024 C\$	2025 C\$	2026 C\$	2027 C\$	2028 C\$
Total, FE		-35,773.00	132,494.40	184,001.28	245,809.54	319,979.44
FE acumulado	-132,864.00	-168,637.00	-36,142.60	147,858.68	393,668.22	713,647.66

Fuente: Elaboración Propia

PR=	Periodo anterior al año de recuperación	+	flujo no recuperado
			<hr/>
			flujo del año de recuperación
PR=	2	+	<u>36,142.60</u>
			184,001.28
PR=	2	+	0.20
PR=	2.20 años		

VII. PLAN DE IMPACTO AMBIENTAL

Más que una política de responsabilidad social empresarial, es un compromiso por amor al medio ambiente, que será motivación cada día para seguir protegiendo y retribuyendo todo lo que recibimos.

Haremos uso responsable de los residuos que genera Decoraciones Kenia de las decoraciones que realiza, todas las envolturas o bolsas plásticas, globos y demás similares serán reutilizados para la generación de nuevas ideas.

VIII. LITERATURA CITADA

Aviles, Arauz, Acuña (2016). “*Análisis de la viabilidad económica para el mejoramiento del crecimiento empresarial de la granja avícola Las Delicias del Municipio de San Nicolás, durante el periodo 2015*”. Seminario de Graduación para optar al título de Licenciadas en Administración de Empresas. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua. Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM-ESTELI. Departamento de ciencias económicas y administrativas. p.p. 1-93
<https://repositorio.unan.edu.ni/1978/1/17334.pdf>

Escuela Internacional de protocolo (EIP) (2021) *Sabias que... ¿Cuál fue el primer evento de la historia?* Noticias. Publicado el 7 de Octubre 2021.
<https://eipgranada.com/noticias/sabias-que-cual-fue-el-primer-evento-de-la-historia/>

Guimera (2019) *Análisis SWOT: una herramienta clásica con vigencia*. Marketing esencial.
<https://www.marketing-esencial.com/2019/04/09/analisis-swot-una-herramienta-clasica-con-vigencia/>

Instituto Nacional de Información de Desarrollo. (INIDE) (2005) *San Lorenzo en cifras*.
<https://www.inide.gob.ni/docu/censos2005/CifrasMun/Boaco/SAN%20LORENZO.pdf>

Reyes Téllez y Mario José (2019) *Evaluación de pre-factibilidad socio-económico de un proyecto de agua potable que beneficie a la comunidad el Tule del Municipio de San Lorenzo-Boaco para el año 2019-2020*. Maestría tesis, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua.
<https://repositorio.unan.edu.ni/14201/1/14201.pdf>

Romero (2014). *Plan de negocio para la apertura de una empresa organizadora de eventos. Opción X memoria de residencia profesional que para obtener el título de Licenciado en Administración*. Dirección General de Educación Superior Tecnológica. Instituto Tecnológico de Colima. Villa de Álvarez, COL., <https://dspace.itcolima.edu.mx/bitstream/handle/123456789/499/plan%20de%20negocios%20eduardo.pdf;jsessionid=4AD1242BB175876671632532302ED754?sequence=1>

Salazar y Prado (2010) *Anteproyecto arquitectónico del centro de capacitación técnico medio en el poblado Tecolostote, Municipio de San Lorenzo, Departamento de Boaco*. Curso de graduación en diseño arquitectónico. Universidad Nacional de Ingeniería Facultad de Arquitectura <http://ribuni.uni.edu.ni/431/1/24913.pdf>

Suarez-Aviles (2017). *Plan de negocios para la creación de una empresa de eventos en el canton el Empalme*. Universidad de Guayaquil. Facultad de Ciencias administrativas. Trabajo de titulación presentada como requisito para optar por el título de Ingeniero en gestión Empresarial. Febrero 2017. Pág.1-69 <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/37839/1/tesis%20de%20evento%20nuevo%20formato%201.pdf>

Telescopio (2019) *Análisis FODA definición, características ejemplos*, pág. 1-12) <https://obgin.net/cursos/wp-content/uploads/2019/10/AnalisisFoda.pdf>

Thomson (2006), *Oferta*. Definición de la oferta publicado en Mayo 2016, parr. 1. <http://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html>

Ucha, F. (noviembre de 2008). *DefinicionABC*. Obtenido de Definición de evento: <https://www.definicionabc.com/social/evento.php>

IX. ANEXOS

Anexo 1. Encuesta a clientes y posibles clientes



Con la presente encuesta se pretende obtener información para el plan de negocio Decoraciones Kenia en el municipio de San Lorenzo, Tecolostote, departamento de Boaco, febrero-Marzo 2023

Sexo: Masculino _____ Femenino: _____

1. Su estado civil es:

- a. Casado
- b. Soltero

2. Edad

- a. De 15 a 24 años
- b. De 25 a 34 años
- c. De 35 a 44 años
- d. De 44 a más

3. ¿Ha realizado algún evento en los últimos meses?

- a. Si
- b. No

4. ¿Con que frecuencia acostumbra a celebrar eventos sociales?

- a. 1 a 3 veces al año
- b. 4 a 6 veces al año
- c. Más de 6 veces al año

5. ¿Qué tipo de evento le gustaría celebrar próximamente?

EVENTO	SÍ	NO
a. Bautizos		
b. Comuniones		
c. Bodas		
d. Graduaciones		
e. Cumpleaños		
f. Aniversarios		

6. ¿Cómo organiza su evento?

- a. Por su cuenta
- b. Con la ayuda de amigos
- c. Contrata a una persona especializada en evento

7. ¿Por qué elige organizar su evento de esa forma?

- a. Falta de tiempo
- b. Disponibilidad de dinero
- c. Asesoramiento

8. ¿Considera importante la planeación y control profesional en la organización de un evento?

- a. Muy de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. En dudas
- d. En desacuerdo

9. ¿Qué aspectos valora más en una organización de sus eventos?

ASPECTOS	SÍ	NO
a. Calidad del servicio		
b. Presentación/Creatividad		
c. Ubicación		
d. Precio		

10. ¿Cuánto dinero ha invertido en sus eventos?

- a. De 1,000 a 2,999 córdobas
- b. De 3,000 a 5,999 córdobas
- c. De 6,000 a 8,999 córdobas
- d. De 9,000 córdobas a más

11. ¿Si usted contratara especialistas para un evento, qué tipo de actividad sería?

ACTIVIDAD	SÍ	NO
Banquete		
Decoración/arreglo		
Disco móvil		
Alquiler de enseres		
Otros (mencione)		

Anexo 2.Desarrollo de preguntas para el análisis de la competencia

1. ¿Quiénes son mi competencia?
2. ¿Qué ofrece mi competencia?
3. ¿Qué paquete ofrece?
4. ¿Está organizada debidamente?
5. ¿Qué estrategia utiliza para llegar al cliente?
6. ¿Cuál es la duración en el mercado que tiene?