

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL



PROYECTO DE GRADO EN CURSO DE ESPECIALIZACION EN DESARROLLO  
DE MODELO DE NEGOCIOS DIGITALES:

**“DISEÑO DE MODELO DE NEGOCIO DIGITAL DIVERTIMIENTO”**

**PRESENTADO POR:**

KATERYN ESTEFANY DEL RIO CRUZ      L10805EL

ERIC ALEXANDER MEJIA MOLINA      L10804

**PARA OPTAR AL GRADO DE:**

LICENCIADO (A) EN MERCADEO INTERNACIONAL

**DOCENTE ASESOR:**

LICENCIADO JAVIER AMILCAR SALAMANCA RIVAS

MAYO 2025

CIUDAD UNIVERSITARIA DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA  
SAN SALVADOR,                      EL SALVADOR,                      CENTROAMÉRICA.

## **UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

### **AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**RECTOR:** MSC. JUAN ROSA QUINTANILLA  
**VICERRECTORA ACADÉMICO:** DRA. EVELYN BEATRIZ FARFÁN MATA  
**SECRETARIO GENERAL:** LIC. PEDRO ROSALÍO ESCOBAR CASTANEDA

### **FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS**

**DECANA:** LICDA. CELINA AMAYA DE CALDERON  
**SECRETARIO:** LIC. JUAN PABLO MARIN  
**COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS ACADÉMICOS:** MAF. RONALD EDGARDO GÁLVEZ RIVERA

### **ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL**

**COORDINADOR DE ESCUELA:** LIC. MIGUEL ERNESTO CASTANEDA  
PINEDA  
**COORDINADOR DE PROCESOS DE GRADO DE LA ESCUELA:** LIC. JULIO ALBERTO GARCIA HERNADEZ  
**DOCENTE ASESOR:** MSC. JAVIER AMÍLCAR SALAMANCA

### **TRIBUNAL EVALUADOR:**

**DOCENTE ASESOR:** MSC. JAVIER AMÍLCAR SALAMANCA  
**SEGUNDO TRIBUNAL:** MSC. OSCAR JOSÉ AMAYA SÁNCHEZ  
**TERCER TRIBUNAL:** MSC. EDWIN DAVID ARIAS MANCIA

## **AGRADECIMIENTOS**

Primeramente, darle gracias a Dios, tu amor y tu bondad no tienen fin, me permites sonreír ante todos mis logros que son resultado de tu ayuda, este es un logro más en mi vida. - Gracias a mi madre Reina por el amor, el apoyo en este proceso y por siempre desear y anhelar lo mejor para mi vida; Mi pequeño José Benjamín, mi motor en este proceso; este logro es para ti mi niño que estuviste con mamá en clases, en exámenes dando me un motivo para seguir adelante. - Gracias a mis hermanas Isis y Emy que me apoyaron, a mi pareja Kerin que me brindó apoyo, mis abuelos y familia presente, mi perrito y mi gato que me acompañaron cada noche de estudio; este logro es mío y de ustedes, gracias por estar presente siempre.

Agradecimientos para los docentes que me brindaron sus conocimientos a lo largo de la preparación de nuestra profesión, a mis compañeras de cada ciclo, a mi compañero de trabajo de especialización y a mi asesor Msc, Javier Salamanca en este proceso de graduación, gracias a la vida por este nuevo triunfo.

**KATERYN ESTEFANY DEL RIO CRUZ**

Doy gracias a Dios y a la Virgen María por darme, perseverancia, fortaleza y la sabiduría para avanzar en la especialización, y poder alcanzar una de las metas que me propuse. A mi hermano Adalberto Antonio Molina, quien siempre me dio su apoyo, fuerzas, y ánimos para superarme día a día, ya que siempre confió en mí en lograr mi objetivo, mi familia y amigos, por su motivación y apoyo incondicional durante las horas de ausencia dedicada a mis estudios. Así también a la Licda. Karla Santos por su apoyo incondicional, a mi compañera de tesis por su esfuerzo. A nuestro asesor Msc. Javier Salamanca por su tiempo, disponibilidad y dedicación para orientarnos en la especialización de nuestro tema.

**ERIC ALEXANDER MEJIA MOLINA**

## Índice

<b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>8</b>
<b>INTRODUCCION .....</b>	<b>9</b>
<b>CAPÍTULO 1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>10</b>
<b>1.1 Planteamiento del problema.....</b>	<b>10</b>
<b>1.1.1 Antecedentes.....</b>	<b>12</b>
<b>1.1.2. Descripción .....</b>	<b>12</b>
<b>1.1.3 Formulación .....</b>	<b>13</b>
<b>1.2 Delimitación del problema.....</b>	<b>13</b>
<b>1.2.1 Geográfica y temporal.....</b>	<b>14</b>
<b>1.2.2. Teórica .....</b>	<b>14</b>
<b>1.3. Marco Teórico .....</b>	<b>15</b>
<b>1.3.1Histórico .....</b>	<b>15</b>
<b>1.3.2 Conceptual.....</b>	<b>17</b>
<b>1.3.3 Legal.....</b>	<b>18</b>
<b>CAPÍTULO II METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>19</b>
<b>2.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>19</b>
<b>2.1.1 Generalidades .....</b>	<b>19</b>
<b>2.1.2 Método Científico .....</b>	<b>20</b>
<b>2.1.3 Enfoque Mixto.....</b>	<b>21</b>

2.1.4 Universo.....	21
2.1.5 Población .....	22
2.1.6 Muestra.....	22
2.1.7 Técnicas de investigación .....	23
2.1.8 Instrumento de investigación.....	23
2.1.9 Presentación de resultados.....	23
2.2 Diagnóstico de la situación actual .....	23
2.2.1 FODA.....	24
2.2.3 Desarrollo de PEST .....	28
<b>CAPÍTULO III PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO: DIVERTIMIENTO.....</b>	<b>33</b>
<b>3.1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO .....</b>	<b>33</b>
Nombre del Negocio.....	33
Información General .....	34
<b>3.2 MARCO ESTRATÉGICO .....</b>	<b>34</b>
3.2.1 Misión .....	34
3.2.2 Visión .....	34
3.2.3 Valores .....	34
3.2.4 Metas.....	35
<b>3.3 Descripción de los servicios .....</b>	<b>35</b>
<b>3.4 Ventaja competitiva .....</b>	<b>36</b>

<b>3.5 Plan organizacional</b> .....	37
<b>a. Estructura Organizativa del Negocio Digital Divertimento</b> .....	37
<b>b. Organización de Gestión y Recursos Humanos</b> .....	37
<b>c. Proceso Administrativo</b> .....	38
<b>d. Identificación y Características de Proveedores</b> .....	38
<b>3.6 Plan de Mercadeo</b> .....	39
<b>a. Resultados de la Investigación de Mercado</b> .....	39
<b>3.8 Plan de Ventas</b> .....	47
<b>3.8.1 Ciclo de Ventas</b> .....	47
<b>b. Proyección de Venta</b> .....	50
<b>3.8.2 Proyección de Venta</b> .....	51
<b>Tabla 10 Proyecciones de Venta en Unidades del año 1</b> .....	51
<b>Tabla 11 Proyección de Ventas del 1 año expresados en Dólares Americanos</b> .....	51
<b>Tabla 12 Proyecciones de Venta en Unidades del año 2 al 5</b> .....	52
<b>Tabla 13 Proyección de Ventas en Dólares Americanos del año 2 al 5</b> .....	53
<b>3.9 Plan financiero</b> .....	53
<b>a. Plan de Inversión.</b> .....	53
<b>Tabla 14 Supuestos de Ventas y Costos del año 1 al 5</b> .....	53
<b>Tabla 15 Costos Brutos</b> .....	54
<b>CONCLUSIÓN</b> .....	64

<b>RECOMENDACIÓN</b> .....	64
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	65
<b>ANEXOS</b> .....	68

## **RESUMEN EJECUTIVO**

En el presente documento se detalla el modelo de negocio digital que se llama Divertimento, la cual ofrecerá paquetes decorativos temáticos festivos.

El modelo de negocio depende de los proveedores con los cuales pretendemos crear relaciones provechosas a largo plazo, por tal razón, con nuestro modelo de negocio se pretende solventar problemas como ayudar a reducir los tiempos de planificación de la organización de fiestas, permitir que la venta sea rápida sin tener terceras personas e incurrir en gastos, así también, aumentar las ventas sin necesidad de aumentar gastos de marketing.

Por otra parte, debido a que se operara con inventarios de diferentes proveedores, con el fin que el Modelo de Negocio Divertimento sea aceptado por los consumidores, es necesario que el establecimiento conserve su propia identidad, y que no haga distinta de la competencia y nos separe de proveedores, con el fin que errores futuros de terceros no afecten la imagen del emprendimiento.

Por último, pretendemos desarrollar un emprendimiento con cobertura Online dedicada a la venta de paquetes decorativos temáticos festivos, comprometida a brindar un servicio de alta calidad poniendo como prioridad a nuestros clientes y proveedores, priorizando el trato social individual con respeto que se le daría a cada uno de los involucrados.

## INTRODUCCION

Los eventos no son algo nuevo en El Salvador, como de costumbre los cumpleaños, boda, baby shower entre otros festejos son realizados por la sociedad de hace varios años, lastimosamente en el país no se encuentran negocios que comercialicen paquetes de decoraciones completos, es por esa razón que las personas deben realizar sus fiestas de manera simple.

Por tanto, se considera factible el desarrollo de un modelo de negocio que se dirija al nicho de servicio de eventos temáticos festivos, que aproveche las nuevas tecnologías y el crecimiento en e-commerce que se está dando en el país después de la pandemia.

En el presente documento tiene como propósito presentar la idea del desarrollo de un modelo de negocio digital que pretendemos desarrollar, así como también la metodología de investigación, herramientas a utilizar, objetivos y el análisis de factores para una mejor interpretación de la situación actual en cuanto al mercado y la viabilidad del proyecto en la parte financiera.

Para la ejecución adecuada en el desarrollo del negocio digital, primeramente, será oportuno una debida planificación, esto se verá reflejado en un plan de negocio el cual contendrá, las estrategias de marketing mix, las cuales estaran enfocadas en posicionar a la marca dentro del mercado nacional, como tambien tendrá plan de venta y plan financiero que aprueben la rentabilidad del modelo de negocio en la urbe de la Ciudad de Ahuachapán, El Salvador a partir del 19 de marzo al 22 octubre del año 2024

## **CAPÍTULO 1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1 Planteamiento del problema**

En el presente documento se planteará el desarrollo de un modelo de negocios novedosos que busca cubrir la demanda de eventos temático decorativos para fiesta que sean económicos, buscando obtener, mantener y el prestigio, así como también, estándares de calidad profesional para dichos eventos que sean de calidad.

La idea sea trazado tomando en cuenta la necesidad y la carencia de un negocio digital para eventos festivos que cubra las necesidades para las personas o empresas, lo cual pasa hacer una oferta valiosa para muchos salvadoreños, que están inmersos en su día normal de sus actividades laboral, organizar un festejo o celebración de cualquier índole que implique planificación en su organización, se le es muy difícil llevar a cabo dicha actividad debido al poco espacio de tiempo que tiene para organizar un evento de esa magnitud.

Es por esta razón, que se presenta la siguiente propuesta de la creación de un negocio digital, que se encargue de organizar, planificar, controlar y ejecutar todos los detalles de esas actividades de carácter social, empresariales y de recreación familiar, que contribuye a las relaciones públicas, a nivel de empresas o de grupos sociales.

Uno de los mayores retos al momento de montar un evento, sucede cuando la relevancia del evento a celebrar implica tener como invitados especiales a varios miembros, o más de alguno habrá que reconocer públicamente por su desempeño de carácter laboral o por festejarlos, teniendo de invitados a familiares, amigos, o clientes importantes, cuando la atención y la expectativa de toda un grupo social están puestos en el desarrollo de un evento impecable, en el que hay que planear una buen evento ya sea cumpleaños, bodas, baby shower, despedidas de soltero, o también fiestas de empresas privadas o públicas, por lo tanto, un acto mal organizado ofrecería, no solo una

mala imagen de la misma, sino que también de las personas a cargo de organizar los eventos antes mencionados.

Por otra parte, hay muchas razones por las cuales a las personas se les hace difícil organizar dicha actividad, las cuales pueden ser: largas jornadas de trabajo, la inversión de tiempo, esfuerzo y mucho dinero entran en juego hasta el tan esperado día del evento, lo antes mencionado, nos muestra lo estresante que puede ser el proceso de organización de un acontecimiento festivo, con esto lo que se pretende es tener un negocio digital que permita proponer alternativas de organizar este tipo de actividades sociales y familiares, que permita llevar un bonito evento social, sin que las personas o empresas que compren dicho servicio no caigan en el estrés de lo antes mencionado. Por lo tanto, se hace preciso la creación de un negocio digital que pueda realizar dichas organizaciones.

Hoy en día, es primordial conocer de un negocio de esta magnitud que pueda cubrir las necesidades que las personas o empresas desean para poder organizar un evento del cual ellos desean festejar cumpleaños, bodas, baby shower, y también fiestas empresariales.

Por consiguiente, hay situaciones difíciles como el reclamo que se da por no haber previsto y planificado bien un evento como la reservación de local, parqueo a invitados, la inconformidad expresada por las malas ubicaciones en las mesas, la decoración no es adecuada según el evento con su respectiva decoración que se realizara, como también, la definición precisa de la ubicación de las sillas, así como también, la toma de fotos con invitados, y juegos que se pretendan realizar, a un precio accesible en el mercado.

### **1.1.1 Antecedentes**

La ciudad de Ahuachapán, es uno de los 14 departamentos en los que está dividida la República de El Salvador. Su cabecera, se encuentra a 100 km de San Salvador, tiene una extensión de 1.239,60 km<sup>2</sup>, delimita al noreste con la ciudad de Santa Ana, al este con la ciudad de Sonsonate, al sur con el océano Pacífico y al oeste con la ciudad de Jutiapa Guatemala. Es la ciudad ubicada al occidente de nuestro país.

Cabe mencionar que en la página de ([governacion.gob.sv](http://governacion.gob.sv), 2024) menciona que Origen del Departamento de Ahuachapán: Creado por Ley de 9 de febrero de 1869 durante la administración del Dr. Francisco Dueñas. Su cabecera es la ciudad de Ahuachapán y consta de dos distritos o partidos: el de Ahuachapán y el de Atiquizaya, instituidos por las leyes de 4 de Julio de 1832 y 26 de febrero de 1869, respectivamente. Significado del Departamento: En náhuatle, significa: Ciudad de la casa de los robles.

Actualmente en nuestro país El Salvador, específicamente en la urbe de Ahuachapán no se tiene un antecedente de una empresa o negocio digital, que se encargue de darle la oportunidad al cliente de preparar un paquete decorativo para celebraciones de cumpleaños, bodas, baby shower, y despedidas de soltero, etc., y para empresas que desean tener sus eventos con sus respectivas decoraciones y de más actividades, que la comprarían en paquetes económicos dependiendo de las celebraciones que buscan las personas interesadas, empresas interesadas, en dichos servicios por medio de un negocio digital online que satisfaga las necesidades de los salvadoreños.

### **1.1.2. Descripción**

Hablar de organizar eventos decorativos festivos, nos lleva a una de las actividades profesionales muy variada y de mucha satisfacción, sobre todo cuando se ve reflejado los buenos resultados, y la satisfacción del cliente por el servicio que se le brinda, por el desarrollo de una

actividad de celebración ya sea de carácter familiar o empresarial, que permitan la convivencia de los eventos antes mencionados. Un buen organizador de eventos debe planificar o diseñar la actividad, siempre enfocado en la propuesta, de las personas que requiere el servicio que se vendería. A tal grado, que permita satisfacer la necesidad del cliente, por eso es importante tener una planificación de alternativas en los servicios ofertados a la demanda, que cada día va creciendo.

Finalmente, es tener una alternativa de negocio online, para contribuir al desarrollo de la misma, con la idea de satisfacer diferentes necesidades que tienen los clientes, los cuales darían un servicio rápido por medio de una página web, en la cual podrán tener un primer acercamiento entre las personas que desean conocer los diferentes paquetes que se ofertaran y a la vez, comprar el que más le convenga. Además, se tiene en cuenta que la demanda de este servicio crecerá a futuro y por índole está aumentando, creando nuevas oportunidades de negocio en el mercado a nivel nacional digital.

### **1.1.3 Formulación**

¿Es Divertimento una solución para organizar eventos festivos para las personas en el modelo de negocio online en la zona urbana de Ahuachapán?

### **1.2 Delimitación del problema**

Dentro de esta investigación busca determinar la necesidad que tiene las personas en tener una empresa o negocio digital de decoración para eventos festivos, así también, de ampliar los canales de información en las diferentes plataformas digitales que se tienen actualmente para alcanzar un mayor acercamiento al mercado objetivo, permitiéndole tener visibilidad y reconocimiento, y poder tener el facilitamiento de la información acerca de los paquetes que se

ofertara a los interesados en el servicio de decoración de eventos festivos que los clientes tengan en mente realizar.

### **1.2.1 Geográfica y temporal**

La alternativa de idea de plan de negocio digital que se tiene para cubrir la demanda de eventos decorativos tendrá cobertura geográfica en la urbe de Ahuachapán.

La investigación comprende los meses de febrero a noviembre del presente año, conformando el proceso de desarrollo del modelo de negocio digital contempla dos etapas, los periodos de investigación de marzo a junio del presente año, y posteriormente al considerar y tener información para toma decisión, y planteamiento del modelo de negocio, se pasará al desarrollo del Plan de Negocios el cual contempla los periodos de julio a diciembre del presente año.

### **1.2.2. Teórica**

Dentro de nuestra investigación del plan de negocio digital, tendremos como documentos dentro la parte teórica la siguiente:

a. Ley de comercio electrónico: establece el marco legal de las relaciones electrónicas de índole comercial, contractual, realizadas por medios digitales, electrónicos o tecnológicamente equivalentes. Que nos ayudaran a regirnos por dicha ley antes mencionada.

b. Ley de protección al consumidor: dicho documento nos servirá para tener claro las regulaciones legales que establece proteger los derechos de los consumidores a fin de procurar el equilibrio, certeza y seguridad jurídica en ss relaciones con los proveedores.

c. Ley de registro de comercio: esta ley nos ayudara para

establecer de forma legal el negocio digital, ya que con esta quedara registrado la marca, y su patente de forma legal.

d. Tesis: dichos trabajos de investigación se utilizarán como información secundaria.

e. Revistas: dichos documentos nos servirán de apoyo para conocer un poco más de eventos o sucesos con referencia a decoración de eventos festivos.

f. Libros de marketing: nos apoyaremos en los libros de marketing para conocer conceptos y de su utilización en los negocios digitales, así para recolectar información conceptual.

### **1.3. Marco Teórico**

#### **1.3.1Histórico**

Hoy en día, cada fiesta se convierte en un suceso con una personalidad única referida al hecho que se celebra. En las bodas encontramos muchas flores, en los cumpleaños globos, y en navidad luces de colores, en la antigüedad se han celebrado diferentes eventos, donde se ha necesitado la decoración, todos estos eventos han revolucionado a lo largo de los años, donde ahora existen personas profesionales que se contratan para la decoración de todo tipo de celebraciones.

Según la página (ineventos.miami, 2023), menciona que “El origen de los eventos se remonta a Tyre, una ciudad fenicia del Mediterráneo (según los documentos bíblicos de Ezequiel) pero fue en Delfos, una ciudad de la antigua Grecia, que se comenzaron a celebrar las primeras ferias. El origen de los eventos se remonta a tiempo la bíblicos donde comenzaron a celebrar las primeras ferias”.

Como se mencionó anteriormente, las fiestas o eventos multitudinarios existen de tiempo inmemoriales, sea por celebraciones religiosas, festejos paganos o acontecimientos dignos de celebración como el nacimiento del primogénito de la familia.

Por otra parte, no es de extrañarse que la decoración de los eventos ha evolucionado en todo este tiempo, antiguamente se respetaban ciertas normas como la abundancia de alimentos, un sitio limpio y tal vez con alguna decoración natural o sencilla creada para el momento, a medida que las personas han ido evolucionando, ha incorporado más tradiciones y objetos decorativos para las diversas celebraciones.

En nuestro país (ineventos.sv, 2024), nos muestra los diferentes negocios que se dedican a este servicio de organización y promoción de eventos, dentro de estas podemos mencionar el plan que es un negocio dedicado a planificar bodas, en el cual se puede crear una página en Facebook, y así existen otros negocios ofreciendo información y servicios relacionados con esta importante industria que abarca: bodas, fiestas infantiles, bautizos y primera comunión, baby shower, cumpleaños y aniversarios, fiestas de fin de año, team building, fiestas corporativas, congresos, conferencias, seminarios, lanzamientos de producto, ferias de negocios, culturales, sociales, artísticos, fiestas especiales, despedidas de soltero/a, eventos deportivos, entregas de premios, bar y bat mitzva, graduaciones, quince años.

La web antes mencionada, aporta los recursos que necesitan para organizar y promover un evento, mediante su plataforma común de contacto entre los protagonistas de dichas actividades en San Salvador, así también tenemos las multinacionales con sus restaurantes que ofrecen servicio de cumpleaños en sus locales.

### **1.3.2 Conceptual.**

¿Qué son las decoraciones de eventos?

Es una especialidad dentro del mundo de la decoración que se encarga de transformar un espacio que va a ser utilizado para un fin específico durante un periodo de tiempo determinado. (Fiaka, 2023)

¿Cuál es la finalidad de la decoración?

Busca embellecer y transformar un espacio de forma parcial o permanente con una finalidad específica, es decir que es un proceso que implica una amplia visión creativa, una apreciación analítica del espacio y una sensibilidad para organizar y distribuir elementos de forma exquisita y armoniosa, es decir la decoración reúne objetos con los crea cierto efecto para una decoración determinada.

¿Qué tipo de eventos existen?

Eventos sociales, eventos empresariales y eventos gastronómicos. (Fiaka, 2023), Hoy en día existen diferentes tipos de eventos alguno de ellos son los cumpleaños, boda, baby shower los cuales se pueden realizar en familia, sociedades o empresas.

¿Qué son los delivery Team?

Son equipos de trabajo están conformados por individuos especializados cada uno en su tarea, por lo que, a medida que los proyectos avanzan, es posible contar con expertos idóneos para cada etapa, algo que sólo es viable si los recursos no tienen barreras geográficas (TechTarget, 2019). En pocas palabras son personas especializados para diferentes áreas de eventos decorativos festivos.

¿Cuál es la diferencia entre el diseño y la decoración?

El diseñador se encarga de manejar la parte técnica y la gestión de la obra, mientras la decoración aporta el valor estético al aspecto final de los espacios interiores o exteriores. (UNIBE, 2023), la diferencia de estos dos conceptos es que el diseño se da a conocer en la creatividad de la obra y la decoración se radica en el interior de cada evento por lo que se da en espacios pequeños.

### **1.3.3 Legal.**

Base legal para las pequeñas y medianas empresas se regulan bajo la ley de MYPE esta ley permite la consolidación de un entorno favorable para el desarrollo de la micro y pequeña empresa en El Salvador, lo que propicia mejores ingresos de las familias de empresarios, además de la generación de empleos. (Salvador, Portal de transparencia), con respecto al Comercio Electrónico de acuerdo con el artículo 1, la ley tiene por objeto “establecer un marco legal de las relaciones electrónicas de índole comercial, contractual, realizadas por medios digitales, electrónicos o tecnológicamente equivalentes”, la factura electrónica (actualmente en fase de ejecución) será parte de los nuevos lineamientos para el comercio nacional, al igual que la Ley de Firma Electrónica (todavía no es totalmente aplicable). (Rivera, 2021).- Para el comercio electrónico de acuerdo a la ley, estará regulado por una serie de artículos, donde se busca proteger al consumidor de estos servicios digitales, y se utiliza la factura electrónica y la Ley de Firma Electrónica.

Ley y Reglamento de Protección al Consumidor esta tiene como objeto proteger los derechos de los consumidores a fin de procurar el equilibrio, certeza y seguridad jurídica en sus relaciones con los proveedores, algunos de los derechos básicos de los consumidores son los siguientes:

a) Ser protegido de las alzas de precios de los bienes y servicios esenciales de acuerdo con lo establecido en el literal C del Art. 58 de esta Ley;

b) Ser protegido de cobros por bienes no entregados o servicios no prestados;

c) Recibir del proveedor la información completa, precisa, veraz, clara y oportuna que determine las características de los productos y servicios a adquirir, así como también de los riesgos o efectos secundarios, si los hubiere, y de las condiciones de la contratación. (Salvador, Defensoría del consumidor).

Por lo tanto, como se ha expuesto los servicios que brindan las diferentes empresas comerciales mediante medios electrónicos están protegidos, por lo tanto, los consumidores de estos productos o servicios están protegidos por la defensoría del consumidor, la cual vela por los derechos de estos en recibir los servicios y productos que estos contraten, cuidando el precio y la calidad de estos para los consumidores.

## **CAPÍTULO II METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.**

### **2.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.1.1 Generalidades**

Para la realización de la investigación en la zona urbana de Ahuachapán del occidente del país, se tomó como muestra significativa a cierto grupo de personas que son sujetos de acción en la investigación como principales sujeto de estudio, para el negocio de decoración de eventos festivos, posteriormente, se tomara información primaria por medio de la observación, al igual se hará una encuesta a las personas que nos servirán para tener información de primera mano, además, de algunos negocios que se conozcan para decoración eventos festivos temáticos por estar íntimamente relacionados con la investigación en marcha.

### **2.1.2 Método Científico**

Lograr el objetivo de determinar las variables a considerar al realizar un evento temático y decorativo, se efectuará una investigación científica, iniciando por un estudio de tipo descriptivo, y se utilizará un cuestionario que se le aplicará a los interesados de un evento temático y decorativo de cualquier tipo, así también, como a emprendedores en dicho negocio, para conocer ambos puntos de vista y poder establecer conclusiones a partir de los mismos. El cuestionario se desarrollará a partir de la revisión de cada pregunta a realizar de la cuasi indagación que se realiza.

Para tener un poco más claro el tema de método científico, expondremos la siguiente mención, En estos términos, (Tamayo, 2003) pag.37, define a la investigación científica como “un proceso que, mediante la aplicación del método científico, procura obtener información relevante y fidedigna para entender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento”. Por lo tanto, es importante realizar que por el método mencionado se tendrán resultados más verídicos y confiables.

También El método científico es una herramienta de investigación que permite generar conocimiento objetivo al resolver la veracidad o falsedad de un postulado por medio de la aplicación de una serie de etapas o pasos (UNIR , 2022).

Para el caso de esta investigación, el producto será la investigación propia del modelo de negocio digital, es decir, al encontrar los factores a considerar al realizar un evento temático y decorativo, dicho procedimiento será de tipo descriptivo, mediante los cuestionarios y entrevistas a realizar a los sujetos de la muestra seleccionada; y por último, las condiciones serán la viabilidad y disponibilidad para realizar las entrevistas, así como sus respuestas sinceras, para que la investigación sea certera y precisa posible.

Hoy en día, para las investigaciones tomando de base lo anterior en cuanto al estudio mercadológico del negocio digital, el método científico se usará mediante una metodología cualitativa, ya que aplica a varios contextos y circunstancias, para el caso de estudios mercadológicos es favorable para la delimitación del problema de la investigación sobre los diferentes mercados, productos, y análisis del comportamiento de los consumidores, comenzando en diferentes perspectivas dependiente de las necesidades de información en cuestión, así como también de los objetivos de la investigación.

### **2.1.3 Enfoque Mixto**

Para (Sampieri, 2014), pag.532, comenta “La meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación, combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales”.

Los enfoques mixtos en la investigación nos servirán para incorporar recapitulaciones de investigaciones cualitativas que encontremos por medio de datos textuales que encontremos en tesis, libros, o estudios, que se hayan realizado dentro de nuestro desarrollo del negocio digital, como también en datos cuantitativos que nos darán los resultados por medio de encuesta que se aplicara, para tener un resultado más acertado de la investigación, con el fin de presentar una solución más completa al problema de contar con un negocio que pueda satisfacer las necesidades de las personas o empresas en cuanto a decoración de eventos festivos.

### **2.1.4 Universo**

Nuestro universo completo será la urbe de Ahuachapán que cuenta con 38,444 personas, que equivale al 31% de la población en estudio. Por tal razón la población es finita.

### 2.1.5 Población

La población que se tendrá como público objetivo es del área zona urbana de la ciudad de Ahuachapán de la zona occidental del país.

### 2.1.6 Muestra

Para la poder determinar nuestra muestra, utilizaremos la herramienta de la encuesta que se le aplicará a la población total, que nos ayudarán para garantizar una buena recopilación de información, por medio de un cuestionario que se les pasara y ellos responderán de la forma clara y precisa. Formula a utilizar.

**Cómo calcular el tamaño de muestra  
para una población finita**

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

<p><b>n</b> = Tamaño de muestra buscado</p> <p><b>N</b> = Tamaño de la Población o Universo</p> <p><b>Z</b> = Parámetro estadístico que depende el Nivel de Confianza (NC)</p>	<p><b>e</b> = Error de estimación máximo aceptado</p> <p><b>p</b> = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)</p> <p><b>q</b> = (1 - p) = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado</p>
--	--

#### Imagen N° 1 Tomada de Internet

$$Z^2 = 1.93$$

$$N = 38,444$$

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

$$P = 0.5$$

$$Q = 0.5$$

$$E^2 = 0.07$$

$$n = \frac{38,444 * 1.93^2 * 0.5 * 0.5}{0.07 * (38,444 - 1) + 1.93^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{35,800.0139}{0.07^2 * (38,443) + 1.93^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{35,800.0139}{189.301925}$$

$$n = 189.$$

### **2.1.7 Técnicas de investigación**

Nuestra técnica de investigación será por medio de una encuesta y la entrevistas a las personas mayores de 18 años en adelante, que contestaran el cuestionario para tener una mejor perspectiva según la respuesta que nos brindaran sobre el desarrollo del negocio digital en proceso.

### **2.1.8 Instrumento de investigación**

El instrumento con el que se realizará la investigación, será por medio de un cuestionario digital que se elaboró para recopilar información valiosa que nos servirá para tener claro los resultados.

### **2.1.9 Presentación de resultados**

La presentación de resultados se tendrá por medio de graficas que se analizarán por pregunta, el cual nos dará los resultados, el cual lo expresan en porcentajes y cantidades cuantitativamente, por medio de la herramienta tecnológica Excel. Después de verificar las gráficas, se realizará una explicación por cada pregunta que se hará en Word para expresar la información cualitativamente. (ver anexos)

## **2.2 Diagnóstico de la situación actual**

Dentro del sector de servicio para decoración de eventos festivos, en la zona de Ahuachapán, no se encuentran grandes empresas establecidas con un negocio digital que tenga paquetes festivos, ya que se sabe que el mercado para eventos festivos es amplio pero hay empresas

que solo ofrecen un servicio, mas no paquetes que contengan los servicios completos para una mejor decisión a la hora de festejar socialmente, y ofrecer mejor servicio y poder tener un mercado dinámico que crece a diario en los últimos años, y según conversaciones con usuarios este servicio crecerá.

Los negocios que ofrecen los servicios en decoración de eventos festivos han tenido un estancamiento, por qué; se manejan de la forma tradicional, o solo ofrecen un solo servicio, cabe mencionar, que una causa es la resistencia a los cambios que hoy en día nos da la tecnología, el cual ofrezcan paquetes completos para celebrar bodas, fiestas de cumpleaños, baby shower, despedidas de amigo o amigas, por medio de las tecnologías de información y comunicación (Tics). Por otra parte, en El Salvador existen algunos negocios que utilizan alguna vía tecnológica enfocadas en apoyo adicional para imagen, más que todo en los restaurantes de las multinacionales que están en nuestro país sin potenciar la comercialización directa online de esos paquetes como lo son negocios como la Kalaca, Pollo Campero, Pizza Hut, Wendys, McDonald.

Por tal motivo, podemos considerar la implementación de ventas online para el servicio de eventos decorativos festivo, como una idea oportuna, viable dentro del mercado salvadoreño, como una opción innovadora, y optimizando el servicio, reduciendo tiempo de respuesta respecto a la competencia que existe.

### **2.2.1 FODA**

Para determinar la situación actual realizaremos el análisis FODA, y para tener una idea amplia mencionamos que según (FODA, 2024), menciona que es una técnica que permite conocer el estado de situación de una organización, producto, servicio o proyecto en un contexto o mercado determinado. Su nombre es una sigla conformada por la primera letra de las siguientes palabras: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

## FODA CRUZADA

**Tabla 1 Negocio Digital**

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
1.Capacidad de negociar con clientes	1.Disponibilidad de mercado.
2. Experiencia en ventas	2. Utilizacion de las redes sociales
3. Buen servicio al cliente	3. Alianzas con empresas proveedoras de MP
4.Crecimiento de negocio digital en el pais	4. Globalización por tecnología
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
1. No se cuenta con entrega de productos	1. Cancelacion de eventos
2. Desconocimiento de mercado a ingresar	2. Producto defectuoso de proveedores
3. Poco personal para trabajar de mejor forma	3. Falta de internet por parte de cliente
4. Control de inventario real escazo	4. Cambio de precios por Inflacion
	5. Competencia de otros negocios

**Fuente: Elaboración Propia Grupo de Trabajo**

### **Estrategia Ofensiva: Fortalezas x Oportunidades**

- a. Crear alianzas estratégicas con otros proveedores que cuenten con suficiente stock de inventario de MP, para dar inicio al trabajo operativo.
- b. Definir reuniones constantes, en la cual permita desenvolver estrategias de mercadeo entre empresas, dejando estipulado la forma de pago, para tener actualizaciones de inventarios.
- c. Exponer los medios de comunicación a utilizar para garantizar la información a los clientes de forma rápida, sencilla, por medio de la tecnología actualmente.

**Estrategias de Confrontación: Fortalezas x Amenazas**

- a. Desarrollar un sistema de comunicación en conjunto con proveedores, de tal forma que permita dar un servicio eficiente a cada interesado en los servicios que se ofrecerán.
- b. Estipular una forma de pago anticipado para poder garantizar la venta y poder cubrir costos que se efectúen, en aquellos casos especiales con clientes, se implantara un requisito en el contrato como política de devolución del 60% si el cliente cancela los servicios.

**Estrategias de Refuerzo: Debilidades x Oportunidades**

- a. Agendar los días que se realizaran los eventos festivos, de tal manera que todo sea de beneficio para cliente y el negocio.
- b. Verificar inventario de producto con los proveedores que tengamos alianzas, con la idea de tener información de los productos que necesitaremos, con el fin de tener éxito en los eventos que se nos requiera.

**Estrategia Defensiva: Debilidades x Amenazas**

- a. Las actualizaciones de conocimiento, modelo, herramientas tecnológicas, que se tenga para montar un evento decorativo festivo, serán el pilar para las personas involucradas con el emprendimiento, porque es un factor importante para hacer frente a todas las limitaciones, en el cual nos enfrentemos día a día, la comunicación será fundamental tanto interno como externo, y tendrá esencial papel para tener pronto solución a imprevistos, puesto que trabajaremos con el objetivo de tener buena experiencia y confianza para los que contraten los servicios del Negocio Digital.

### **2.2.2 Desarrollo de 5 fuerzas de Michael Porter**

Para comenzar, este apartado mencionamos la siguiente explicación (asana.com, 2024), nos indica que “En el diamante de Porter se analizan estos cinco elementos (clientes, proveedores, productos sustitutos, competidores potenciales y competencia) de forma separada pero interconectados, ya que cada uno de ellos incide en el nivel de competencia de la organización. Así, podemos definir el diamante de Porter o análisis de las 5 fuerzas de Porter como la representación en forma de diagrama de diamante de los elementos que determinan nuestra posición en una industria”.

Dentro de este punto, es importante conocer la forma que se tendrá de poder de negociación de tendrá el negocio frente a los competidores, con los proveedores, de igual manera con los compradores, productos sustitutos y la rivalidad con los competidores que tendríamos para poder competir.

Por consiguiente, se hará un análisis de los 5 elementos dentro de la idea de negocio Divertimento, que pretendemos llevar a cabo dentro de la especialización, la cual nos brindara las herramientas para poder competir frente a competidores que están bien establecidos, así como el poder de negociación que tendremos frente a los proveedores. Dentro de las otras 3 tendremos que saber negociar con los compradores (clientes), también poder enfrentar productos sustitutos los cuales tendremos que analizar, y por último saber determinar las debilidades de los competidores para poder darle un plus a la idea de negocio frente a competidores actuales y futuros.

## 5 fuerzas de Porter para el Negocio Digital

### 1. Nuevos competidores:

Son los negocios que no han hecho uso adecuado de las herramientas tecnológicas adecuadamente en la actualidad, como lo son las plataformas digitales.

**2. Poder de negociación con los proveedores:**  
Serán las distribuidoras que tengan un alto grado de diferenciación como también un gran volumen para la distribución y otros distribuidores principales socios.

Por otra parte se solicitara credito de 30 días todo y cuando se complete el registro correspondiente.

### 3. Poder de negociación de los compradores:

Los compradores son un factor importante para la superación de un negocio porque se convierten en negociadores ya que conocen los diferentes costos de los productos del mercado y esto genera que el margen de utilidad sea reducido, además se debe buscar nuevos factores que den valor a la oferta de los productos para así poder llegar a una negociación con el comprador.

### 4. Productos sustitutos:

Dentro de los servicios de eventos existen varias líneas de productos que son esenciales, esto determina que se de una amplia variedad de ofertas en el mercado, algunos productos sustitutos son los restaurantes que ofrecen ofertas para eventos, cabe mencionar que la diferenciación del grado de satisfacción no es muy significativa a pesar de tener calidades y precios similares, es por ello que para distinguirse se deben establecer estrategias con ofertas diferentes a las demás empresas.

### 5. Rivalidad entre competidores:

La rivalidad entre competidores en el mercado relacionado a los eventos sea centralizado en gran medida en San Salvador entre ellos están la Pizza Hut, Wendy's entre otros, es por ello que el nivel de competencias está en crecimiento, generando una carencia en la diferenciación de productos y esto ocasiona una competencia más agresiva, por lo que obliga a buscar formas de atraer y buscar la fidelidad de el cliente, sin embargo ningún negocio se ha potenciado en crear líneas de paquetes más completos de servicios.

Fuente: Elaboración Propia Grupo de Trabajo

### 2.2.3 Desarrollo de PEST

Para entender un poco sobre el análisis PEST (PEST, 2024), menciona lo siguiente: sirve para identificar los factores externos del negocio que pueden influir en su desarrollo. Con factores externos nos referimos a condiciones políticas, económicas, sociales y tecnológicas que pueden afectar a una empresa. Justamente es de ahí que proviene su nombre, de las siglas de estas variables.

Como se ha expuesto anteriormente es importante tener en cuenta los escenarios políticos, económicas, sociales, tecnológicas, y se le suma la parte ecológicos y legales para tener en cuenta para nuestro emprendimiento, ya que es fundamental determinarlo para saber la medida que nos afectarían o beneficiaran en su caso. A continuación, se expondrá cada punto y su concepto.

## **Político**

Según (es.eserp.com, 2024) Se analizan las políticas del país donde opera la empresa, la estabilidad gubernamental y los cambios en los acuerdos internacionales. Ejemplo el caso de Apple, las tensiones comerciales entre Estados Unidos y China, país donde el gigante tecnológico fabrica sus iPhone, sumado a las presiones del gobierno estadounidense para que traslade su producción a suelo nacional, son factores desestabilizantes.

Como sabemos, el entorno político del país, siempre intervendrá en aspectos de negocios, y el negocio digital Divertimento no está fuera de estas políticas, en la cual se encuentra situado en el sector servicio en el cual está ubicado la decoración de eventos festivos, dentro de la cual, es importante conocer cualquier decisión política que pueda afectar o beneficiar, como parte de las negociaciones de los gobiernos, ya que las estrategias que se toman tienen que velar para el desarrollo y seguridad nacional, de momento podemos hacer uso de beneficios de los tratados de libre comercio que tiene nuestro país. Así también, poder usar de las tasas preferenciales arancelarias y desgravamen de los productos que se negocia con diferentes países amigos que beneficiaría al negocio en cierta manera para la compra de productos.

## **Económico**

Para es.eserp.com. Los cambios en la normativa fiscal, las crisis económicas, la inflación, los tipos de cambio e interés, así como la tasa de empleo, son también factores externos que afectan a una empresa. Ejemplo para Apple, la pérdida de poder adquisitivo de la clase media europea y estadounidense, unido al aumento de los costos de fabricación por los incrementos salariales en China, son importantes factores que atentan contra su negocio.

El entorno económico es importante para el país, y para los diferentes negocios en nuestro país, ya que, para El Salvador en la coyuntura de comercio internacional de mercancías, se vio potentemente afectado por la pandemia, pero según el Blog del BCR mencionan “el crecimiento de la economía salvadoreña, medido a partir del Producto Interno Bruto (PIB), ascendió a 3.5% al cierre de 2023, superando diversos desafíos y el crecimiento proyectado para ese año. Según las estimaciones realizadas por el Banco Central de Reserva, con la información disponible a la fecha, el valor nominal del PIB de 2023 fue de US\$34,015.62 millones, lo cual significó un aumento de US\$2,026.7 millones respecto al PIB de 2022”.

Como bien se ha explicado, a pesar que la pandemia y otros aspectos fuera de control del gobierno, las posibles guerras mundiales ya sea militares o comercialmente entre países, el resultado es alentador ya que sigue a buen ritmo en el tiempo post pandemia, cabe destacar el tema del golpe a la economía mundial en cuanto a precios del petróleo, las estrategias formadas por la administración actual, permitirán que el negocio digital Divertimento pueda crecer en la zona urbana de Ahuachapán, con el servicio de paquetes para decoración de eventos festivos.

### **Social**

El sitio [es.eserp.com](http://es.eserp.com). Incluye una valoración de los patrones culturales, valores compartidos, movimientos geográficos de los consumidores y cambios en sus hábitos de consumo. Ejemplo el caso de Apple, la preocupación por la ética empresarial debido a sus fábricas en China, así como la creciente reacción negativa hacia los productos caros y la obsolescencia programada, representan grandes riesgos para la marca.

Como bien lo menciona lo anterior, el incremento de servicios para decorar y organizar eventos para cumpleaños, bodas, 15 años, entre otras, está creciendo en gran medida, muchas

personas o familias buscan un negocio que les facilite su organización y que en alguna medida sea de su agrado y puedan pagar los servicios, que ayuden a poder mejorar los tiempos de organizar, de no tener estrés, y de poder disfrutar de un buen evento festivo que espera las personas. Por lo tanto, consideramos alianzas estratégicas para promover el negocio del Divertimento, para los salvadoreños en el desarrollo de los eventos festivos en la cual se le ofrecerá los diferentes paquetes que se tendrán, ya que los cambios que ha tenido el país a nivel de seguridad, nuevas tecnologías, y gusto de los consumidores abonan a que se pueda crecer con el emprendimiento.

### **Tecnológico**

También el sitio es.eserp.com. El coste de acceso a la tecnología, las inversiones en I+D, y las actualizaciones tecnológicas son aspectos esenciales para el análisis externo de una empresa. Apple, por ejemplo, debe enfrentarse a grandes competidores como Google y Samsung que responden más rápido a los cambios en las necesidades de los consumidores. El entorno restringido de iOS es otro factor en contra de la marca.

Cabe mencionar, que la tecnología ayudara al negocio digital Divertimento, para que pueda desarrollarse y posicionarse en el mercado de la zona urbana de Ahuachapán, ya que se tendrán las redes sociales, la web que se implementara, así mismo; se tendrá WhatsApp empresarial, para estar siempre contestando a los clientes para poder ofrecer y captar consumidores nuevos día a día, con la venta de paquetes para eventos festivos en la cual sea requerido nuestro servicio por medio del uso tecnológico.

### **Factores ecológicos**

Según es.eserp.com. Son todos los aspectos relacionados con la preservación del medioambiente, desde la contaminación que emite la actividad empresarial y el uso de los recursos

naturales hasta la gestión de los residuos. Ejemplo en este sentido, los mayores problemas de Apple son: la eliminación de sus dispositivos electrónicos, la contaminación que producen sus fábricas y el impacto medioambiental de su cadena de suministro.

Por lo antes mencionado, debemos decir que nuestro el negocio digital no tiene problemas que afecten el medio ambiente directamente ya que lo que solo damos el servicio, pero a nivel de proveedores pues los teléfonos celulares dañan el medio por las antenas que son usadas como repetidoras, al igual de la materia prima con los cuales son producidos, y entre otras materias primas que se comprarían para el servicio. Por tanto, no somos un factor de afectación por el servicio que brindaremos.

### **Factores legales**

De acuerdo a [es.eserp.com](http://es.eserp.com). Se incluyen las leyes que afectan a la empresa y limitan su actuación, desde las normativas que regulan el empleo hasta aquellas en materia de seguridad laboral, propiedad intelectual, protección al consumidor y/o consumo de energía. Ejemplo el caso de Apple, su dependencia de las leyes de propiedad intelectual para el software y la música que distribuye, le hace vulnerable a la piratería y los litigios.

Dentro de este punto el negocio digital Divertimento cumple con los requisitos legales en nuestro país, rigiéndose a las disposiciones legales normativas en las cuales están sujetas en nuestro país, para no ser objeto de demandas legales directamente o indirectamente por terceras personas, y así no afectar el funcionamiento del emprendimiento.

## **2.4. Desarrollo de Lienzo CANVAS**

Antes de iniciar con este tema, es importante mencionar el siguiente concepto del autor Luis Lozano Chaguay entre otros autores, en el documento denominado El modelo de negocio:

metodología canvas como innovación estratégica para el diseño de proyectos empresariales menciona que “es hacer énfasis en la metodología Canvas, considerada como la forma moderna para validar ideas de negocio, que les permita a los emprendedores mediante un sencillo lienzo de nueve bloques, determinar los factores considerados claves al momento de estructurar y ejecutar su proyecto empresarial” (Luis Lozano Chaguay, 2019).










Por lo antes mencionado, podemos entender que el modelo canvas es clave para la elaboración o creación de un negocio ya que nos da las pautas con las cuales se trabajará y podrá ser vital con los factores claves como lo menciona el documento antes mencionado para una buena idea e negocio, dentro de nuestra idea utilizamos dicha herramienta, a continuación, la mostramos.

### Lienzo Canvas Negocio Digital Divertimento

Fuente: Elaboración Propia Grupo de Trabajo

## CAPÍTULO III PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO: DIVERTIMENTO

### 3.1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

MODELO DE NEGOCIO CANVAS PARA LA EMPRESA				
<b>Socios Claves:</b> - Guscafe El Salvador Globos y Artículos de fiesta - la clinita, globos palmerito, Mi Fiesta, Confitería Americana. 	<b>Actividades Claves:</b> Producción Solución de problemas Consultoría, gestión de suministros.  <b>Recursos Claves:</b> Personal de mantenimiento de la web. Página web para canal de venta. Contar con tres socios Dominio, Hosting, Plataforma Publicidad y Recursos Humanos. 	<b>Propuesta de Valor:</b> Buena asistencia, y servicio que se da al cliente en todo momento, brindando seguridad al consumidor, pre y post-venta.  	<b>Relación con los Clientes:</b> Ofrecer un servicio profesional, ético, eficiente y eficaz. Garantizando un servicio pre y post-venta, donde el asesor le asesore al cliente de una manera honesta y profesional  <b>Canales:</b> Website Divertimento, Redes Sociales, Teléfono fijo, WhatsApp y por Correo Electrónico, Hojas volantes. 	<b>Segmento de Clientes:</b> dado Nuestro target son personas entre las edades de 16 y 30 años que se maneje con las nuevas tecnologías. Brindando servicios de decoración a domicilio. 
<b>Costos:</b> Cancelar al diseñador web, administrador de la web, pagar el dominio, hosting, plataforma. Costos respectivos por el pedido mínimo a los proveedores. Gastos de gestión para el respectivo papeleo, así como los impuestos de ley para poder desempeñar dicha actividad 			<b>Ingresos:</b> Cobros a través de PAYPAL. Tarjeta. Transferencia. Chivo Wallet 	

**Nombre del Negocio:** Divertimento

## **Información General**

Divertimento, nace con la idea de ser un negocio digital que sera fundado por 2 personas, estara ubicado en la urbe del municipio de Ahuachapán, teniendo como objetivo principal comercializar productos derivados para eventos festivos & decoración, ya que en la urbe no se cuenta con dicho servicio, y queremos ser una marca propia que brinde un vínculo emocional al consumidor, asi como propuestas de valor que capte la atencion del consumidor. Su mercado objetivo será el público adulto ya que son productos esenciales para momentos especiales.

### **3.2 MARCO ESTRATÉGICO**

#### **3.2.1 Misión**

Buscar ser un negocio profesional, adaptado a las necesidades del cliente, basados en trabajo en equipo, con el propósito dar la máxima satisfacción para eventos decorativos festivos.

#### **3.2.2 Visión**

Ofrecer soluciones por medio de los paquetes decorativos manteniendo estandares de calidad, espacios singulares, respetando el medio ambiente, con un trabajo profesional e innovador a través de la mejora continua de servicios que ofrecemos.

#### **3.2.3 Valores**

##### **a. Resolución**

Dar solución a las necesidades de nuestros clientes de manera segura

##### **b. Innovación**

Anticiparnos a los cambios de las tendencias de nuestro servicio para implementarlas en el servicio.

##### **c. Superación**

Corregir día a día en la mejora de nuestro trabajo, como nuestros servicios

a. Confianza

Crear relaciones de confianza con nuestras clientes apoyadas en el compromiso y transparente del servicio

b. Ilusión

Hacer de nuestro trabajo de manera entusiasta

### **3.2.4 Metas**

- a. Ser referidos al impulsar el talento humano en los eventos festivos temáticos, para la especialidad del negocio.
- b. Manejar un amplio portafolio de paquetes festivos satisfaciendo la demanda de los clientes actuales.
- c. Atraer clientes de cualquier municipio de Ahuachapán, con la facilidad de las Redes Sociales en donde podrán visualizarnos y contactarnos para la prestación del servicio.
- d. Fidelizar al menos el 30% de clientes desde las primeras relaciones de la prestación del servicio, planteando opciones de descuento alternativo al que originalmente han adquirido.

### **3.3 Descripción de los servicios**

Divertimento es un negocio, que ofrece servicio temáticos decorativos para todo tipo de evento festivos, la mayor parte de productos se compran de las tiendas chinas ubicados en el centro de San Salvador, así como negocios nacionales que venden para estos tipos de eventos como son: globos, pasteles, dulces, papel para decoración, piñatas, tarjetas de invitación, entre otros productos

económicos, luego en la empresa se arman los paquetes para diferentes eventos para que el cliente posteriormente pueda escoger entre las opciones el que se adecue según su necesidad.

Por otra parte, dentro de paquete estará el servicio de organización, montaje y decoración eventos, alquiler de diversos artículos para los eventos como: sillas, mantelería, mesas y más. Asimismo, asesoría online para ayudar al cliente a escoger el mejor paquete según las necesidades de las personas.

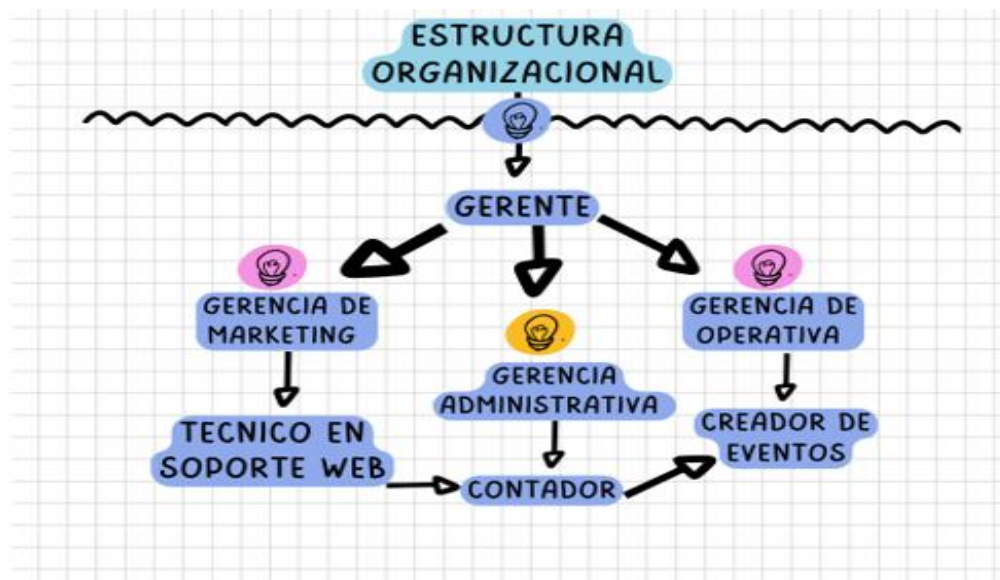
### **3.4 Ventaja competitiva**

Divertimento, tendrá ventaja competitiva precisamente por el otorgamiento de valor a sus clientes, realizando contacto de manera efectiva desde el sitio web, ofreciendo alternativas en paquetes festivos según su necesidad, así mismo se asegura totalmente la calidad del servicio, esto debido; a que como emprendimiento, se tendría toda el aptitud y vocación para realizar el trabajo de la mejor manera por lo tanto, la eliminación de barreras para la prestación del servicio de organización de eventos a una persona o empresas que no se encuentren en el país que requiera contratar nuestro servicio, y adquirir paquetes con la calidad, seguridad y tiempo de respuesta aceptables.

Cabe mencionar, que al contratar nuestros servicios se ahorra el estrés y preocupación de la elaboración o planificación de la fiesta, ya que deja todo en las manos del negocio digital Divertimento, en darle los servicios lo más profesional de lo antes mencionado. Como resultado se tendrá garantizado, estilo, innovación, y calidad en cada uno de los eventos que se realizarían, además ya que se trabajaran con dedicación, delicadeza, para que nuestros clientes queden satisfechos, y seamos su elección como negocio para los futuros eventos que se presenten.

### 3.5 Plan organizacional

#### a. Estructura Organizativa del Negocio Digital Divertimento



Fuente: Elaboración Propia Grupo de Trabajo

#### b. Organización de Gestión y Recursos Humanos

La organización Divertimento, tendrá buenas relaciones personales, gestión y organización con los integrantes que estarán inmersos dentro del emprendimiento. Así mismo, la gestión de organización nos ayudará a tener una mejor estructura de trabajo aplicable al negocio para mantener y adaptarse a través del ciclo de vida.

La gestión de recursos humanos se encargará de planear, organizar, y desarrollar, todo lo concerniente a promover el desempeño eficiente de los colaboradores que compondrán la estructura.

El Recurso Humano del negocio digital Divertimento, proveerá las necesidades tanto cuantitativas, y cualitativas del personal partiendo de los objetivos que tiene establecidas.

El Reclutamiento de Personas: técnicas y procedimientos orientados a atraer candidatos potencialmente calificados y capaces de ocupar cargos dentro de la empresa, orientados al rublo que nos dedicamos.

### **c. Proceso Administrativo**

En este apartado es importante fijar objetivos de la empresa, optimizando la organización de los integrantes del negocio, estos sean con base en la acción y control en sus actividades, sin ser menos importante este mismo requiere de la elaboración de un presupuesto, tomando en cuenta el rendimiento económico que habrá.

### **d. Identificación y Características de Proveedores**

Nuestros proveedores tienen que ser personas y negocios honestos que vendan productos de buena calidad, de fácil acceso y de comunicación permanente, tener variedad de productos, promociones y descuentos especiales, puntualidad en distribución y entregas, calidad y garantía, respeto por la competencia. Nuestros proveedores tienen que tener las siguientes características:

- a) Servicios a buen precio para poder tener un mayor margen de ganancia.
- b) Proveedores que tengan exclusividad con nuestra tienda.
- c) Realización de reuniones constante para realizar negociación de precios.
- d) Los proveedores deben estar al tanto de todo ya que son los que van a administrar todo lo necesario para la creación de los eventos. Sin ellos el evento no sería posible realizarse.

### **3.6 Plan de Mercadeo**

#### **a. Resultados de la Investigación de Mercado**

En la actualidad existen muchas ideas de negocio o emprendimientos dedicadas al servicio de organizar eventos temáticos, desde un Baby Shower hasta fiestas de cumpleaños entre otras festividades; no obstante, estas no llegan del todo al conocimiento general de las personas que existen emprendimientos o empresas que se dedican a ofrecer dichos servicios para esos realizar eventos festivos. Por otra parte, no se tiene mayor publicidad que se cuentan con ese tipo de negocio o servicio en la ciudad de Ahuachapán para poder atender dichos momentos (fiestas), y que se puede contratar y poder organizarles su fiestas, que el trabajo que se realizara fuera bien visto ya que ayudara a los que contraten dicho servicio a no estar pensando que hacer y cómo realizar el evento, así poder, dar ejemplo que si apoyan a la empresa nos encargáramos de dicho trabajo. Pudiendo también a futuro poder ser contratados por empresas privadas o gubernamentales, y así apoyarían de manera externa a una el emprendimiento que requiere de sus servicios.

En nuestro país, como en otros países ha sido importante el manejo de los medios digitales, ya que, han evolucionado según su contenido y los avances tecnológicos que ha habido durante los últimos años, el cambio ha permitido que muchos emprendedores o compañías ofrezcan el servicio para eventos festivos, la masificación se refleja dentro del ámbito social, esto se dio a la propaganda política que vive el país, bajo la influencia que ejercen con las redes sociales y el uso de páginas web porque, la pandemia del Covid-19 vino a realizar el cambio brusco en la parte tecnológica para las personas con la creación de ideas negocios digitales, para poder tener ingresos.

Esto significa que el mercado que brinda este tipo de servicios para los eventos festivos y decorativo es amplio, permitiendo entrar en un mercado extenso de clientes tomando en cuenta un

punto importante de comentar que este tipo de negocio digital, no tiene delimitación geográfica y permite extender el servicio fuera de nuestras fronteras. Dicho segmento de mercado es tan amplio que representaría confianza para las personas y se ajusta a su ingreso económico; así también, tendríamos un retorno económico, teniendo en cuenta que el personal tiene que ser capaz, amplio y dispuesto a ejercer las funciones de este servicio final que se brindaría, y que generara puestos de empleo a jóvenes a futuro.

### 3.7 Análisis de Situación

Dentro del análisis de la situación para la idea de negocio, existe la ventaja que no está desarrollado dicho mercado para el servicio que pretendemos ofrecer, ya que no hay mucha competencia dentro de la urbe de Ahuachapán, aunque dentro del mercado nacional está creciendo poco a poco y con poca apertura de emprendedores, de tal manera que esto mismo facilita que la visión del negocio se coloque dentro de esta instancia local, sin tener como limitante lo antes mencionado, ya que siendo un negocio digital este tiene una proyección más amplia, por lo antes mencionado, no tendríamos barreras para que se puedan acercar a toda las personas que lo deseen, y entidades que busquen nuestros servicios que se ofertaran. Por lo tanto, ni el idioma, ni lo político, ni barreras económicas o la distancia representa un obstáculo para el progreso de esta misma.

**Tabla 2 Análisis de la Competencia**

Competencia	Descripción
Wendys	Ofrecen Instalaciones y la comida que preparan
Pizza Hut	Ofrecen Instalaciones y la comida que preparan
McDonald	Ofrecen Instalaciones y la comida que preparan
La Kalaca	Ofrecen Instalaciones y la comida que preparan
Otras	Estos negocios solo dan un solo servicio ya sea comida, mesas, instalación.

**Fuente: Elaboración Propia Grupo de Trabajo**

**Tabla 3 Servicios a Ofrecer**

Producto	Unidad Medida	Precio Unitario
Paquete Fiestas Infantiles	PERSONAS	\$300.00
Paquete Fiesta Casa Adulto	PERSONAS	\$325.00
Paquete Despedida Soltero	PERSONAS	\$450.00
Paquete Boda	PERSONAS	\$600.00
Paquete Baby Shower	PERSONAS	\$200.00

Fuente: Elaboración Propia Grupo de Trabajo

**Tabla 4 Mercado Objetivo**

Consumidor Final	Forma de ofrecer valor	Sector Económico
Niños (a)	Innovando personalizando decoración en la fiesta.	Servicio
Jóvenes de 15 a 18 años	Teniendo la tecnología necesaria para sus fiestas con dron, entre otros.	Servicio
Adultos 19 años en adelante	Capturar momentos memorables Bodas, despedida soltero, etc.	Servicio

Fuente: Elaboración Propia Grupo de Trabajo

## PERFIL DEL CONSUMIDOR O CLIENTE.

### 1. Datos Demográficos

- ✓ **Edad:** Principalmente entre 25 y 45 años. Esta franja es más propensa a organizar eventos como bodas, cumpleaños, baby shower, etc.
- ✓ **Género:** Aunque ambos géneros pueden ser clientes, las mujeres suelen ser las principales organizadoras de eventos.
- ✓ **Estado civil:** Soltero, parejas, recién casados, familias con hijos.
- ✓ **Ubicación:** Áreas urbanas y suburbanas, donde hay una mayor densidad de población y oportunidades de eventos.
- ✓ **Nivel socioeconómico:** Clase media y media alta, con un ingreso disponible.

- ✓ **Ocupación:** Profesionales, emprendedores, padres de familia, planificadores de eventos.

## 2. Datos Psicográficos

- ✓ **Estilo de vida:** Valoran la celebración de momentos especiales y están dispuestos a invertir en hacer que estos eventos sean memorables.
- ✓ **Intereses:** Decoración, organización de eventos, tendencias en festines y celebraciones, redes sociales (especialmente plataformas visuales como Instagram y Facebook).
- ✓ **Valores:** Buscan autenticidad, originalidad y experiencias personalizadas, les interesa el bienestar familiar y la creación de recuerdos.
- ✓ **Motivaciones:** Quieren sorprender a sus invitados, crear un ambiente agradable y divertido, y disfrutar de eventos sin estrés.

## 3. Conductuales:

- ✓ **Frecuencia de compra:** Pueden ser clientes ocasionales, que contratan servicios de decoración de manera intermitente (por eventos específicos como cumpleaños, bodas, etc.), o clientes regulares que organizan eventos con cierta frecuencia.
- ✓ al cliente, calidad en los productos y originalidad en sus propuestas.
- ✓ **Búsqueda de información:** Utilizan internet y redes sociales para investigar opciones, leer reseñas y comparar precios. Se sienten atraídos por testimonios y fotos de eventos anteriores.
- ✓ **Canales de compra:** Prefieren la compra online para facilitar la gestión de sus eventos, pero también pueden asistir a reuniones o ferias de eventos para obtener ideas.

#### 4. Segmentación:

- ✓ **Tipo de evento:** Cumpleaños infantiles, fiestas de adultos, bodas, baby shower, fiestas temáticas.
- ✓ **Estilo de fiesta:** Desde eventos elegantes y formales hasta celebraciones más informales y divertidas.

#### Canales favoritos de comunicación.

- Redes Sociales.
- Físicamente en persona
- Plataforma web.



Imagen N° 2 tomada de Internet

## **Fortaleza y Oportunidades del Servicio**

Fortaleza: Es un servicio existente con demanda aceptable, pero con poca oferta, este permite llegar de manera directa a los consumidores locales de la urbe de Ahuachapán por medio del internet sin ninguna barrera, todo esto conquistando los sentidos por su contenido para eventos festivos.

Oportunidad: No se cuenta con barreras que obstaculicen el negocio, como emprendedurismo es posible en términos económicos, la inversión inicial da cierto tipo de parámetros requeridos para iniciar el negocio, ya que el contenido que se desarrolla puede fácilmente realizarse desde casa, pudiendo así, generar mejores resultados con la solicitud del cliente.

## **Objetivos y Metas de Mercadeo.**

### **Objetivo General:**

Diseñar un plan de marketing para el negocio digital Divertimento, que facilite un buen posicionamiento en la zona urbana de Ahuachapán en el mercado de eventos festivos.

### **Objetivos Específicos:**

- ✓ Ser referente del mercado en el servicio de eventos decorativos festivos en la zona urbana de Ahuachapán, mediante un posicionamiento adecuado de la marca.
- ✓ Establecer elementos necesarios en el cuidado de los servicios o productos a ofrecer, mediante un concepto distinto de entrega de producto final.
- ✓ Definir el manejo de las herramientas publicitarias y que estas permitan el alcance necesario sin que tenga restricciones geográficas.

## Metas:

- ✓ 1. Estimar una cartera de clientes entre 10 a 15 de ellos.
- ✓ 2. Establecer en promedio 4 clientes que contraten nuestros servicios.
- ✓ 3. Alcanzar un incremento del 15% de seguidores en las Redes Sociales que utilizaremos.
- ✓ 4. Adquirir buen posicionamiento por medio de la página web para ser referido en los motores de búsqueda habituales dentro del internet.

### c. Marketing Mix Digital

**Tabla 5 Mix de Mercadeo**

<b>Producto</b>	<b>Precio</b>
Desarrollaremos contenido audio visual edición de videos, diseño de imágenes para decoración, etc.	Oscilara entre los \$200 y \$600 dependerán del servicio que el cliente pida que se realice.
<b>Promoción</b>	<b>Plaza</b>
Se difundirá por medio de Redes Sociales, y dar a conocer los servicios que se ofrezcan al público objetivo.	Este será por medio de la página web, pero también en la oficina, y en los eventos que organicemos.

Fuente: Elaboración Propia Grupo de Trabajo

## Estrategias de Marketing

**Tabla 6 Estrategia # 1**

<b>Nombre Estrategia 1</b>	
<b>Contenido Participativo</b>	
<b>Objetivo</b>	Impulsar la marca Divertimento por medio de la tecnología.
<b>Táctica</b>	Uso eficiente del mercadeo de contenidos
<b>Descripcion</b>	Al poder crear valor a nuestra marca de manera directa visual, con diferentes paquetes festivos y decorativos, al servicio del interesado que ofrece Divertimento, se pretende alcanzar a los clientes potenciales en un menor tiempo y costo tendremos aceptación para tener mayor impacto, permitiendo un mínimo esfuerzo en entender el trabajo y rubro del negocio.
<b>Duración</b>	1 año y medio a partir de iniciado el proyecto.

Fuente: Elaboración Propia Grupo de Trabajo

**Tabla 7 Estrategia # 2**

Nombre Estrategia 2 Search Engine Optimization (SEO)	
Objetivo	Se pretende obtener el mejor posicionamiento para sitio web, por medio del buen manejo y mantenimiento de plataforma.
Táctica	Posicionamiento
Descripcion	Mejoramiento de imagen, uso correcto uso del portal web por parte del programador, esto aprobará el tráfico y la visibilidad de la web sin necesidad de tener gastos extras permitiendo que los motores de búsqueda tecnológica nos ubiquen en las opciones principales que tienen la clientela.
Duración	1 año

Fuente: Elaboración Propia Grupo de Trabajo

**Tabla 8 Estrategia # 3**

Nombre Estrategia 3 Clientes por Correo Electrónico	
Objetivo	Obtener clientes potenciales por medio de envío de e-mail.
Táctica	e-mail Marketing y Publicidad
Descripcion	Esta estrategia por correo electrónico tiene un alto porcentaje de seguridad amplio, su efectividad dependera de la base de datos que se ira almacenando, lo que nos permitirá volver a llamar prospectos que en algún momento mostraron interés en lo que ofrecemos como negocio online.
Duración	En todo Momento

Fuente: Elaboración Propia Grupo de Trabajo

**Tabla 9 Ejecución y Control**

<b>Estrategias</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Táctica</b>	<b>Indicadores de Control</b>
<b>Estrategia # 1 Contenido Participativo</b>	Impulsar la marca Divertimento por medio de las Redes Sociales igual que la página web con el esfuerzo de publicitar la marca.	Uso eficiente del mercadeo de contenidos.	Cantidad de personas que reaccionan a las publicaciones. Valorar el aumento de personas que ven y reaccionan a las publicaciones que muestren en las redes o la web.
<b>Estrategia # 2 Optimización de Motores de Búsqueda</b>	Mediante la estrategia optimización de motores de búsqueda, se pretende obtener el mejor posicionamiento para sitio web, por medio del buen manejo y mantenimiento que se le dé a dicha plataforma.	Posicionarnos lo más que podamos en el mercado.	Actualizaciones a realizar al sitio web. Aumento de personas que acceden a la página para informarse y conocer sobre los nuevos servicios. Incertidumbres como sugerencias que tengan los clientes.
<b>Estrategia # 3 Clientes por Correo Electrónico</b>	Obtener clientes potenciales por medio de envío de e-mail con los servicios que se brindan.	e-mail Marketing o publicidad.	Aumento de respuestas que se le dará a cada e-mail que se ha enviado. Frecuencia con la que se Responden los correos. Reunión directa con los interesados al servicio que ofrecemos. No aceptación del receptor y rechazo al negocio con los servicios.

**Fuente: Elaboración Propia Grupo de Trabajo**

## **3.8 Plan de Ventas**

### **3.8.1 Ciclo de Ventas**

Para nuestro plan de ventas se tendrá la lista de personas que integran el equipo de ventas: Administración de Ventas: Katherine Estefany del Rio Cruz, Numero de Vendedores (1): Eric Alexander Mejía Molina.

El equipo de trabajo que integran su equipo de ventas, ¿Tienen otras responsabilidades, además de ventas? Sí, es la de promocionar y a la vez tener relaciones públicas del emprendimiento con los clientes para que crezca poco a poco.

¿De cuánto será las comisiones que se le pagará al personal de ventas? dependerá del crecimiento del emprendimiento, entre más servicios ofrezcan y cuántas fiestas temáticas sean contratados.

¿Cuál será la forma de supervisar a su equipo de ventas? Auditando llamadas, correos, y respondiendo las redes sociales, que este realice sobre los servicios que ofrecemos para fiestas temáticas, y logrando la venta final. Así también, realizaremos evaluaciones periódicas del rendimiento del equipo de ventas, concretar capacitaciones trimestralmente oportunamente, implementar herramientas especializadas en cuanto a la mejora de las ventas.

¿Cómo prepararán particularmente a su personal de ventas? La más importante será que el personal conozca a un 100% los servicios que se oferten, además su facilidad de expresarse ya con ello se ejecutará un curso explicativo del proceso y ejecución del servicio multimedia que realizara la empresa.

## **1. Prospección**

Los clientes potenciales podremos identificar por la demanda que se tenga y el incremento de la interacción de redes sociales que se tiene actualmente en el mercado actual. Por lo tanto, lo más convenientes para determinar los beneficios de estos es por medio de los métodos convencionales en donde la gente interactúa de manera diaria sin salir de lo normal, por lo antes mencionado podemos decir que serán: las redes sociales las que nos permitirán valorar el comportamiento, e interacciones del contenido si interesan o no interesan de lo que se publica. Crearemos contenido útil y de interés para nuestros visitantes en nuestras redes sociales como de la tienda online, y visitándonos personalmente en las oficinas.

## **2. Contacto con Clientes**

El contacto con los clientes lo regirá el administrador general, ya que será el encargado de primera mano con los asuntos de relaciones del negocio. Por lo tanto, tomando en cuenta lo anterior, el contactar potenciales clientes será de vital importancia, y una de las características del cual se evaluará su crecimiento y trabajando sus necesidades con respecto al uso de las tecnologías multimedia más actuales, este mismo será el responsable de llevar las relaciones con los clientes actuales del negocio que se pretende establecer.

## **3. Presentaciones**

Se deberá de crear las adecuadas reuniones regularmente, por situación lógica deberá contactar a los potenciales clientes de manera más oportuna, con las cuales se comunicará de manera personalizada, dando siguiendo, y brindando conocimientos del servicio que se está trabajando en ese momento se estimarían 15 llamadas diariamente; de tal manera, el gerente de ventas tendrá que informar al administrador las respectivas negociaciones, promociones, y ventas, para que evalúe la conveniencia y los diferentes contratos de los paquetes festivos que se han alcanzados por el equipo de ventas.

## **4. Manejo de Objeciones**

Para poder contrarrestar con dicha problemática, se expondrá de manera detallada lo que podrá y no podrá llevar la prestación que se ofrecerá, para que el servicio que se brinde no altere ni pierda sentido en su producto final. Los estímulos y mejora del paquete que adquiera el cliente, para poder mantener la relación de fidelidad del cliente y el negocio, será parte de las regalías y servicios complementarios para que los negocios permanezcan de manera continua, y exitosas para ambas partes.

## **5. Cierre de Ventas**

Para vigilar el negocio digital será importante, lograr un techo financiero que nos permitirá mantener el sostenimiento de la entidad y que este no disminuya financieramente cuando por motivo alguno no se logren las metas de las ventas obtenidas en un cierto período. Por tal motivo, el gerente de ventas se encargará en dicho proceso y tendrá que velar para que se promueva de manera oportuna los cierres de venta.

## **6. Servicio Post Venta**

Para el servicio post venta, luego de tener contacto con clientes en la negociación, el gerente tendrá acercamiento con los clientes en primer momento, esto nos

ayudará para fortalecer las relaciones e informarles de nuevos proyectos a posterior. Para este trabajo será preciso especificar que todos los servicios son diferentes temáticas de fiestas que se tendrían; es decir, si se ofrece paquete festivo sea el que ofertemos, en el futuro se realizarán unas encuestas con los clientes para saber si es necesario mejorar o hacer cambios de nuestros servicios existentes.

### **b. Proyección de Venta**

Las proyecciones de ventas del negocio digital Divertimento se mostrarán en un periodo de 5 años desde su inicio hasta tener la recuperación de la inversión en un periodo de 3 años, después del 4 año hasta el 5 año será ganancia y poder ir creciendo a futuro en dicho mercado del sector servicio específicamente con la elaboración de paquetes decoración para fiesta desde cumpleaños básicos para niños hasta tener grandes eventos como bodas.

### 3.8.2 Proyección de Venta

**Tabla 10 Proyecciones de Venta en Unidades del año 1**

No.	Producto o Servicio	Unidad de Medida	Precio Unitario	Año 1												Total
				Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
1	Paquete Fiestas Infantiles	Personas	\$300.00	1	3	0	2	2	1	1	2	0	4	1	4	21
2	Paquete Fiesta Casa Adulto	Personas	\$325.00	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
3	Paquete Despedida Soltero	Personas	\$450.00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3	4
4	Paquete Boda	Personas	\$600.00	0	1	1	1	2	0	0	1	0	1	0	2	9
5	Paquete Baby Shower	Personas	\$200.00	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	2	6
<b>Total</b>				<b>2</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>12</b>	<b>52</b>

**Fuente: Elaboración Propia Grupo Trabajo**

**Nota:** La tabla muestra las proyecciones de venta según las unidades que pretendemos vender en el primer año de operaciones, según los paquetes estimado que se proyectan a raíz de la tendencia del mercado. Por otra parte, hemos determinado tener el 15% de Incremento Anual Estimado de estas unidades.

**Tabla 11 Proyección de Ventas del 1 año expresados en Dólares Americanos**

No.	Producto o Servicio	Ventas del Año 1 (\$)												TOTAL
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
1	Paquete Fiestas Infantiles	\$300.00	\$900.00	\$0.00	\$600.00	\$600.00	\$300.00	\$300.00	\$600.00	\$0.00	\$1,200.00	\$300.00	\$1,200.00	\$6,300.00
2	Paquete Fiesta Casa Adulto	\$325.00	\$325.00	\$325.00	\$325.00	\$325.00	\$325.00	\$325.00	\$325.00	\$325.00	\$325.00	\$325.00	\$325.00	\$3,900.00
3	Paquete Despedida Soltero	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$450.00	\$1,350.00	\$1,800.00
4	Paquete Boda	\$0.00	\$600.00	\$600.00	\$600.00	\$1,200.00	\$0.00	\$0.00	\$600.00	\$0.00	\$600.00	\$0.00	\$1,200.00	\$5,400.00
5	Paquete Baby Shower	\$0.00	\$200.00	\$0.00	\$0.00	\$200.00	\$0.00	\$0.00	\$200.00	\$0.00	\$0.00	\$200.00	\$400.00	\$1,200.00
<b>Total de Ventas Mensuales</b>		<b>\$625.00</b>	<b>\$2,025.00</b>	<b>\$925.00</b>	<b>\$1,525.00</b>	<b>\$2,325.00</b>	<b>\$625.00</b>	<b>\$625.00</b>	<b>\$1,725.00</b>	<b>\$325.00</b>	<b>\$2,125.00</b>	<b>\$1,275.00</b>	<b>\$4,475.00</b>	
<b>Total de Ventas Anuales = \$ 18,600</b>														

**Fuente: Elaboración Propia Grupo de Trabajo**

**Nota:** la tabla se muestra las proyecciones de venta en dólares en el primer año de operaciones. Mostramos el dato conglomerado de dichas ventas expresados en dólares de lo que se estima vender de este primer año, en donde se puede observar un incremento lento en los

paquetes que se pretenden vender, lo que a su vez se incrementaría a largo plazo, para productividad y rentabilidad.

Para las Proyección de Ventas para el año 2 hasta el año 5 expresados en unidades se detallan en el siguiente cuadro.

**Tabla 12 Proyecciones de Venta en Unidades del año 2 al 5**

No.	Producto o Servicio	Unidad Medida	Año 2				TOTAL	Año 3				TOTAL	Año 4	Año 5
			Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4		Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4			
1	Paquete Fiestas Infantiles	Personas	5	6	3	10	24	6	7	4	12	29	36	47
2	Paquete Fiesta Casa Adulto	Personas	3	3	3	3	14	4	4	4	4	17	21	27
3	Paquete Despedida Soltero	Personas	0	0	0	5	5	0	0	0	6	6	7	9
4	Paquete Boda	Personas	2	3	1	3	10	3	4	1	4	12	16	20
5	Paquete Baby Shower	Personas	1	1	1	3	7	1	1	1	4	8	10	13
<b>Total</b>			<b>12</b>	<b>14</b>	<b>9</b>	<b>25</b>	<b>60</b>	<b>14</b>	<b>17</b>	<b>11</b>	<b>30</b>	<b>72</b>	<b>90</b>	<b>117</b>

**Fuente: Elaboración Propia Grupo Trabajo**

**Nota:** La tabla muestra proyecciones de venta expresados en unidades de producción del año 2 al año 5. Dicha tabla 12 puntualiza los datos reunidos por cada trimestre del año 2, año 3, así también el dato de unidades que se esperan producir para vender para el año 4, y finalmente año 5, cada uno de estos datos se estiman a raíz por un incremento en la comercialización y el incremento de colaboradores en la unidad encargada de ventas.

Para los años 2 y 3 se ha determinado tener el 20% de Incremento Anual Estimado de las unidades a producir. Así mismo, para los años 4 se ha determinado tener el 25% de Incremento Anual Estimado, y finalmente para el año 5 tener un 30% de dicho incremento generado por las garantías de seguridad para trabajar sin tener problemas con delincuencia como años atrás.

Para las Proyección de Ventas para el año 2 hasta el año 5 expresados en Dólares Americanos, se detalla en el siguiente cuadro.

**Tabla13 Proyección de Ventas en Dólares Americanos del año 2 al 5**

No.	Producto o Servicio	Unidad Medida	Año 2					Año 3					Año 4	Año 5
			Trim 1	Trim 2	Trim 3	Trim 4	Total	Trim 1	Trim 2	Trim 3	Trim 4	Total		
1	Paquete Fiestas Infantiles	Personas	\$1,587.00	\$1,983.75	\$1,190.25	\$3,570.75	\$8,331.75	\$2,190.06	\$2,737.58	\$1,642.55	\$4,927.64	\$11,497.82	\$16,528.11	\$24,709.52
2	Paquete Fiesta Casa Adulto	Personas	\$1,289.44	\$1,289.44	\$1,289.44	\$1,289.44	\$5,157.75	\$1,779.42	\$1,779.42	\$1,779.42	\$1,779.42	\$7,117.70	\$10,231.69	\$15,296.37
3	Paquete Despedida Soltero	Personas	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$2,380.50	\$2,380.50	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$3,285.09	\$3,285.09	\$4,722.32	\$7,059.86
4	Paquete Boda	Personas	\$1,587.00	\$2,380.50	\$793.50	\$2,380.50	\$7,141.50	\$2,190.06	\$3,285.09	\$1,095.03	\$3,285.09	\$9,855.27	\$14,166.95	\$21,179.59
5	Paquete Baby Shower	Personas	\$264.50	\$264.50	\$264.50	\$793.50	\$1,587.00	\$365.01	\$365.01	\$365.01	\$1,095.03	\$2,190.06	\$3,148.21	\$4,706.58
<b>Total de Ventas Trimestrales</b>			<b>\$4,727.94</b>	<b>\$5,918.19</b>	<b>\$3,537.69</b>	<b>\$10,414.69</b>	<b>\$24,598.50</b>	<b>\$6,524.55</b>	<b>\$8,167.10</b>	<b>\$4,882.01</b>	<b>\$14,372.27</b>	<b>\$33,945.93</b>	<b>\$48,797.27</b>	<b>\$72,951.93</b>

**Fuente: Elaboración Propia Grupo de Trabajo**

**Nota:** La tabla 13 muestra las proyecciones de venta en dólares desde el año 2 hasta el año 5. Como se puede observar se detalla el dato complementario que sigue de tabla 11 en términos de dinero expresados en dólares americanos, como podemos observar en el transcurso de año 2 hasta el año quinto año.

### 3.9 Plan financiero

#### a. Plan de Inversión.

Proyecciones Financieras Supuestos de Ventas y Costos de la idea de negocio se detallan para los 5 años en el siguiente cuadro.

**Tabla 14 Supuestos de Ventas y Costos del año 1 al 5**

VENTAS Línea de Productos	Unidades	Año 1		Unidades	Año 2		Unidades	Año 3		Unidades	Año 4		Unidades	Año 5	
		PU	Total		PU	Total		PU	Total		PU	Total		PU	Total
Paquete Fiestas Infantiles	21	\$ 300.00	\$ 6,300.00	24	\$ 345.00	\$ 8,331.75	29	\$ 397	\$ 11,498	36	\$ 456.26	\$16,528.11	47	\$ 524.70	\$24,709.52
Paquete Fiesta Casa Adulto	12	\$ 325.00	\$ 3,900.00	14	\$ 373.75	\$ 5,157.75	17	\$ 430	\$ 7,118	21	\$ 494.28	\$10,231.69	27	\$ 568.43	\$15,296.37
Paquete Despedida Soltero	4	\$ 450.00	\$ 1,800.00	5	\$ 517.50	\$ 2,380.50	6	\$ 595	\$ 3,285	7	\$ 684.39	\$ 4,722.32	9	\$ 787.05	\$ 7,059.86
Paquete Boda	9	\$ 600.00	\$ 5,400.00	10	\$ 690.00	\$ 7,141.50	12	\$ 794	\$ 9,855	16	\$ 912.53	\$14,166.95	20	\$ 1,049.40	\$21,179.59
Paquete Baby Shower	6	\$ 200.00	\$ 1,200.00	7	\$ 230.00	\$ 1,587.00	8	\$ 265	\$ 2,190	10	\$ 304.18	\$ 3,148.21	13	\$ 349.80	\$ 4,706.58
<b>TOTALES</b>	<b>52</b>		<b>\$ 18,600.00</b>	<b>60</b>		<b>\$ 24,598.50</b>	<b>72</b>		<b>\$ 33,945.93</b>	<b>90</b>		<b>\$48,797.27</b>	<b>117</b>		<b>\$72,951.93</b>

**Fuente: Elaboración Propia Grupo de Trabajo**

**Nota:** La tabla 14 muestra proyecciones financieras de los productos en este caso los paquetes para los eventos, como también se muestran los detalles tabla 15 detallamos los costos brutos diferentes paquetes.

**Tabla 15 Costos Brutos**

Detalle COSTO BRUTO	Paquete Fiestas Infantiles		Paquete Fiesta Casa Adulto		Paquete Despedida Soltero		Paquete Boda		Paquete Baby Shower	
	Costo	%	Costo	%	Costo	%	Costo	%	Costo	%
Materia Prima / Materiales		0%		0%	\$0.00	0%		0%		0%
Mercadería	\$15.00	73%	\$15.00	67%	\$25.00	52%	\$25.00	47%	\$20.00	75%
Empaques	\$1.50	7%	\$1.50	7%	\$3.00	6%	\$3.00	6%	\$1.50	6%
Otros	\$4.00	20%	\$6.00	27%	\$20.00	42%	\$25.00	47%	\$5.00	19%
<b>Total</b>	<b>\$20.50</b>	<b>100%</b>	<b>\$22.50</b>	<b>100%</b>	<b>\$48.00</b>	<b>100%</b>	<b>\$53.00</b>	<b>100%</b>	<b>\$26.50</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración Propia Grupo de Trabajo

**Nota:** La tabla 15 detalla los costos brutos de los productos en este caso los paquetes, este punto aclaramos que por las diferentes situaciones de cambios con el precio del petróleo dichos costos a futuro pueden cambiar con mayor frecuencia como se ha visto actualmente la fluctuación de precios en el mercado.

**Tabla 16 Proyecciones Financieras Supuestos de Ventas y Costos**

COSTO BRUTO Línea de Productos	Unidades	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5					
		C.U	Total	Unidades	C.U	Total	Unidades	C.U	Total	Unidades	C.U	Total			
Paquete Fiestas Infantiles	21	\$20.50	\$430.50	24	\$23.58	\$569.34	29	\$27.11	\$785.68	36	\$31.18	\$1,129.42	47	\$35.85	\$1,688.48
Paquete Fiesta Casa Adulto	12	\$22.50	\$270.00	14	\$25.88	\$357.08	17	\$29.76	\$492.76	21	\$34.22	\$708.35	27	\$39.35	\$1,058.98
Paquete Despedida Soltero	4	\$48.00	\$192.00	5	\$55.20	\$253.92	6	\$63.48	\$350.41	7	\$73.00	\$503.71	9	\$83.95	\$753.05
Paquete Boda	9	\$53.00	\$477.00	10	\$60.95	\$630.83	12	\$70.09	\$870.55	16	\$80.61	\$1,251.41	20	\$92.70	\$1,870.86
Paquete Baby Shower	6	\$26.50	\$159.00	7	\$30.48	\$210.28	8	\$35.05	\$290.18	10	\$40.30	\$417.14	13	\$46.35	\$623.62
<b>Total</b>	<b>52</b>	<b>\$170.50</b>	<b>\$1,528.50</b>	<b>60</b>	<b>\$196.08</b>	<b>\$2,021.44</b>	<b>72</b>	<b>\$225.49</b>	<b>\$2,789.59</b>	<b>90</b>	<b>\$259.31</b>	<b>\$4,010.03</b>	<b>117</b>	<b>\$298.21</b>	<b>\$5,995.00</b>

**Fuente:** Elaboración Propia Grupo de Trabajo

**Nota:** se muestran supuestos de ventas y costos donde se detalla el costo unitario con las cantidades proyectadas a vender, en el modelo permite que no se cuente con materia prima, sino que únicamente el costo en la adquisición de producto, la comisión el costo del empaque, lo que permite obtener un rango aceptable.

**Tabla 17 Supuestos de Costos y Gastos Operacional**

COSTO PERSONAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Empleados	1	1	2	2	3
Salarios	\$1,500.00	\$1,725.00	\$3,967.50	\$4,562.63	\$7,870.53
Prestaciones	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00
<b>Total Costo Personal</b>	<b>\$1,650.00</b>	<b>\$1,875.00</b>	<b>\$4,117.50</b>	<b>\$4,712.63</b>	<b>\$8,020.53</b>

Fuente: Elaboración Propia Grupo de Trabajo

**Nota:** La tabla detalla los costos de pago de salario mostrando para el año 1 y año 2 estará 1 persona, año 3 y año 4, 2 personas y año 5, 3 personas se ven un incremento para ese gasto operativo en los primeros 5 años.

**Tabla 18 Supuestos de Costos y Otros Gastos Operacionales**

Otros Costos y Gastos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Costos Fijos
Alquiler Local fiestas	12.90%	12.90%	12.90%	12.90%	12.90%	\$ 200.00
Pago de Plataforma de tienda online	2.60%	2.60%	2.60%	2.60%	2.60%	\$ 40.00
Dulces bolsas grandes	0.30%	0.30%	0.30%	0.30%	0.30%	\$ 4.00
Seguros Futuro Acopus	0.40%	0.40%	0.40%	0.40%	0.40%	\$ 6.00
Agua, Electricidad.	1.60%	1.60%	1.60%	1.60%	1.60%	\$ 25.00
Comunicaciones Celular Claro	1.40%	1.40%	1.40%	1.40%	1.40%	\$ 22.00
Internet	1.00%	1.00%	1.00%	1.00%	1.00%	\$ 16.00
Promoción y Publicidad	12.80%	12.80%	12.80%	12.80%	12.80%	\$ 199.00
DJ	3.90%	3.90%	3.90%	3.90%	3.90%	\$ 60.00
Renta Sillas y Mesas, Manteles	12.90%	12.90%	12.90%	12.90%	12.90%	\$ 200.00
Otros	9.70%	9.70%	9.70%	9.70%	9.70%	\$ 150.00

Costos y Gastos totalizados en el año, se toman como % de ventas para efectos de cálculo - sólo para el primer año

Fuente: Elaboración Propia Grupo de Trabajo

**Nota:** La tabla 18 detalla otros costos y gastos operacionales que el negocio, estaría obteniendo en los primeros 5 años, sin embargo, un dato necesario a tomar en cuenta, en los 5 años de operación no muestra gastos en alquiler de local para las oficinas administrativas y mantenimiento. Por consiguiente, tendríamos un poco de utilidades por el ahorro de este gasto, ya que se ha proyectado que a partir de que se tenga reconocimiento de marca, como experiencia del mercado, y poder aumentar ventas para tener incremento de utilidades para el negocio.

**Tabla 19 Estados de Resultado Projectados año 1**

	Estado de Resultados Projectado													Total Año 1
	Año 1													
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12		
Ingreso por Ventas	\$ 625.00	\$ 2,025.00	\$ 925.00	\$ 1,525.00	\$ 2,325.00	\$ 625.00	\$ 625.00	\$ 1,725.00	\$ 325.00	\$ 2,125.00	\$ 1,275.00	\$ 4,475.00	\$ 18,600.00	
Costo de Bienes Vendidos	\$ 43.00	\$ 163.50	\$ 75.50	\$ 116.50	\$ 196.00	\$ 43.00	\$ 43.00	\$ 143.00	\$ 22.50	\$ 157.50	\$ 117.50	\$ 407.50	\$ 1,528.50	
Ganancia Bruta	\$ 582.00	\$ 1,861.50	\$ 849.50	\$ 1,408.50	\$ 2,129.00	\$ 582.00	\$ 582.00	\$ 1,582.00	\$ 302.50	\$ 1,967.50	\$ 1,157.50	\$ 4,067.50	\$ 17,071.50	
Salarios	\$ 125.00	\$ 125.00	\$ 125.00	\$ 125.00	\$ 125.00	\$ 125.00	\$ 125.00	\$ 125.00	\$ 125.00	\$ 125.00	\$ 125.00	\$ 125.00	\$ 1,500.00	
Prestaciones	\$ 12.50	\$ 12.50	\$ 12.50	\$ 12.50	\$ 12.50	\$ 12.50	\$ 12.50	\$ 12.50	\$ 12.50	\$ 12.50	\$ 12.50	\$ 12.50	\$ 150.00	
Alquiler Local fiestas	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 2,400.00	
Pago de Plataforma de tienda online	\$ 16.25	\$ 52.65	\$ 24.05	\$ 39.65	\$ 60.45	\$ 16.25	\$ 16.25	\$ 44.85	\$ 8.45	\$ 55.25	\$ 33.15	\$ 116.35	\$ 483.60	
Dulces bolsas grandes	\$ 1.88	\$ 6.08	\$ 2.78	\$ 4.58	\$ 6.98	\$ 1.88	\$ 1.88	\$ 5.18	\$ 0.98	\$ 6.38	\$ 3.83	\$ 13.43	\$ 55.80	
Seguros Futuro Acopus	\$ 1.88	\$ 6.08	\$ 2.78	\$ 4.58	\$ 6.98	\$ 1.88	\$ 1.88	\$ 5.18	\$ 0.98	\$ 6.38	\$ 3.83	\$ 13.43	\$ 55.80	
Agua, Electricidad.	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 300.00	
Comunicaciones Celular Claro	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 264.00	
Internet	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 16.00	\$ 192.00	
Promoción y Publicidad	\$ 199.00	\$ 199.00	\$ 199.00	\$ 199.00	\$ 199.00	\$ 199.00	\$ 199.00	\$ 199.00	\$ 199.00	\$ 199.00	\$ 199.00	\$ 199.00	\$ 2,388.00	
DJ	\$ 24.38	\$ 78.98	\$ 36.08	\$ 59.48	\$ 90.68	\$ 24.38	\$ 24.38	\$ 67.28	\$ 12.68	\$ 82.88	\$ 49.73	\$ 174.53	\$ 725.40	
Renta Sillas y Mesas, Manteles	\$ 80.63	\$ 261.23	\$ 119.33	\$ 196.73	\$ 299.93	\$ 80.63	\$ 80.63	\$ 222.53	\$ 41.93	\$ 274.13	\$ 164.48	\$ 577.28	\$ 2,399.40	
Depreciación	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Otros	\$ 60.63	\$ 196.43	\$ 89.73	\$ 147.93	\$ 225.53	\$ 60.63	\$ 60.63	\$ 167.33	\$ 31.53	\$ 206.13	\$ 123.68	\$ 434.08	\$ 1,804.20	
Total Gastos Generales y de Admón.	\$ 785.13	\$ 1,200.93	\$ 874.23	\$ 1,052.43	\$ 1,290.03	\$ 785.13	\$ 785.13	\$ 1,111.83	\$ 696.03	\$ 1,230.63	\$ 978.18	\$ 1,928.58	\$ 12,718.20	
Intereses Pagados	\$ 36.70	\$ 35.28	\$ 33.85	\$ 32.41	\$ 30.96	\$ 29.50	\$ 28.03	\$ 26.56	\$ 25.07	\$ 23.58	\$ 22.07	\$ 20.56	\$ 344.58	
Ganancia Gravable(GAI)	-\$ 239.83	\$ 625.29	-\$ 58.57	\$ 323.67	\$ 808.01	-\$ 232.63	-\$ 231.16	\$ 443.62	-\$ 418.60	\$ 713.30	\$ 157.25	\$ 2,118.36	\$ 4,008.72	

**Fuente: Elaboración Propia Grupo de Trabajo**

**Nota:** La tabla 19 mostramos el estado de resultado proyectados para el primer año que el negocio estaría alcanzando, teniendo en cuenta que el primer año será de recuperar los costos operacionales iniciales, sin embargo, a partir del año 3 se estima que comience a crecer.

**Tabla 20 Estados de Resultado Projectados del año 2 hasta el año 5**

	Estado de Resultados Projectado											
	Año 2					Año 3					Año 4	Año 5
	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total		
Ingreso por Ventas	\$ 6,149.63	\$ 6,149.63	\$ 6,149.63	\$ 6,149.63	\$ 24,598.50	\$ 8,486.48	\$ 8,486.48	\$ 8,486.48	\$ 8,486.48	\$ 33,945.93	\$ 48,797.27	\$ 72,951.93
Costo de Bienes Vendidos	\$ 505.36	\$ 505.36	\$ 505.36	\$ 505.36	\$ 2,021.44	\$ 697.40	\$ 697.40	\$ 697.40	\$ 697.40	\$ 2,789.59	\$ 4,010.03	\$ 5,995.00
Ganancia Bruta	\$ 5,644.26	\$ 5,644.26	\$ 5,644.26	\$ 5,644.26	\$ 22,577.06	\$ 7,789.09	\$ 7,789.09	\$ 7,789.09	\$ 7,789.09	\$ 31,156.34	\$ 44,787.24	\$ 66,956.92
Salarios	\$ 431.25	\$ 431.25	\$ 431.25	\$ 431.25	\$ 1,725.00	\$ 991.88	\$ 991.88	\$ 991.88	\$ 991.88	\$ 3,967.50	\$ 4,562.63	\$ 7,870.53
Prestaciones	\$ 37.50	\$ 37.50	\$ 37.50	\$ 37.50	\$ 150.00	\$ 37.50	\$ 37.50	\$ 37.50	\$ 37.50	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00
Alquiler Local fiestas	\$ 793.30	\$ 793.30	\$ 793.30	\$ 793.30	\$ 3,173.21	\$ 1,094.76	\$ 1,094.76	\$ 1,094.76	\$ 1,094.76	\$ 4,379.02	\$ 6,294.85	\$ 9,410.80
Pago de Plataforma de tienda online	\$ 159.89	\$ 159.89	\$ 159.89	\$ 159.89	\$ 639.56	\$ 220.65	\$ 220.65	\$ 220.65	\$ 220.65	\$ 882.59	\$ 1,268.73	\$ 1,896.75
Dulces bolsas grandes	\$ 18.45	\$ 18.45	\$ 18.45	\$ 18.45	\$ 73.80	\$ 25.46	\$ 25.46	\$ 25.46	\$ 25.46	\$ 101.84	\$ 146.39	\$ 218.86
Seguros Futuro Acopus	\$ 24.60	\$ 24.60	\$ 24.60	\$ 24.60	\$ 98.39	\$ 33.95	\$ 33.95	\$ 33.95	\$ 33.95	\$ 135.78	\$ 195.19	\$ 291.81
Agua, Electricidad.	\$ 98.39	\$ 98.39	\$ 98.39	\$ 98.39	\$ 393.58	\$ 135.78	\$ 135.78	\$ 135.78	\$ 135.78	\$ 543.13	\$ 780.76	\$ 1,167.23
Comunicaciones Celular Claro	\$ 86.09	\$ 86.09	\$ 86.09	\$ 86.09	\$ 344.38	\$ 118.81	\$ 118.81	\$ 118.81	\$ 118.81	\$ 475.24	\$ 683.16	\$ 1,021.33
Internet	\$ 61.50	\$ 61.50	\$ 61.50	\$ 61.50	\$ 245.99	\$ 84.86	\$ 84.86	\$ 84.86	\$ 84.86	\$ 339.46	\$ 487.97	\$ 729.52
Promoción y Publicidad	\$ 787.15	\$ 787.15	\$ 787.15	\$ 787.15	\$ 3,148.61	\$ 1,086.27	\$ 1,086.27	\$ 1,086.27	\$ 1,086.27	\$ 4,345.08	\$ 6,246.05	\$ 6,246.05
DJ	\$ 239.84	\$ 239.84	\$ 239.84	\$ 239.84	\$ 959.34	\$ 330.97	\$ 330.97	\$ 330.97	\$ 330.97	\$ 1,323.89	\$ 1,903.09	\$ 2,845.13
Renta Sillas y Mesas, Manteles	\$ 793.30	\$ 793.30	\$ 793.30	\$ 793.30	\$ 3,173.21	\$ 1,094.76	\$ 1,094.76	\$ 1,094.76	\$ 1,094.76	\$ 4,379.02	\$ 6,294.85	\$ 9,410.80
Depreciación	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros	\$ 596.51	\$ 596.51	\$ 596.51	\$ 596.51	\$ 2,386.05	\$ 823.19	\$ 823.19	\$ 823.19	\$ 823.19	\$ 3,292.76	\$ 4,733.34	\$ 7,076.34
Total Gastos Generales y de Admón.	\$ 4,127.78	\$ 4,127.78	\$ 4,127.78	\$ 4,127.78	\$ 16,511.11	\$ 6,078.83	\$ 6,078.83	\$ 6,078.83	\$ 6,078.83	\$ 24,315.33	\$ 33,747.00	\$ 45,219.18
Intereses Pagados	\$ 52.50	\$ 38.54	\$ 24.31	\$ 9.81	\$ 125.15	\$ 3.31	\$ 5.05	\$ 5.14	\$ 5.24	\$ 18.75	\$ 21.97	\$ 23.68
Ganancia Gravable(GAI)	\$ 1,463.98	\$ 1,477.95	\$ 1,492.18	\$ 1,506.68	\$ 5,940.80	\$ 1,713.57	\$ 1,715.30	\$ 1,715.40	\$ 1,715.49	\$ 6,859.76	\$ 11,062.21	\$ 21,761.42

**Fuente: Elaboración Propia Grupo de Trabajo**

**Nota:** La tabla 20 mostramos estado de resultado proyectado a partir del segundo año, mostrando los resultados constante año con año, teniendo en cuenta el crecimiento de operaciones que requerirá mayor flujo de inversión en todos los aspectos desde operativos y administrativos.

**Tabla 21 Flujo de Caja de Inversión para el año 1**

Flujo de Caja Proyectado del Inversionista													
	Año 1												Total Año 1
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
Ganancia Neta	\$ (239.83)	\$ 625.29	\$ (58.57)	\$ 323.67	\$ 808.01	\$ (232.63)	\$ (231.16)	\$ 443.62	\$ (418.60)	\$ 713.30	\$ 157.25	\$ 2,118.36	\$ 3,006.54
Más:													
Depreciación	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Menos:													
Amortización de Préstamo	227.55	228.97	230.41	231.85	233.30	234.75	236.22	237.70	239.18	240.68	242.18	243.70	2,826.48
Provisión de Impuesto													\$ 901.96
Flujo de Caja Neto(FCN)	\$ (467.38) <sup>F</sup>	\$ 396.32	\$ (288.98)	\$ 91.82	\$ 574.72	\$ (467.38)	\$ (467.38) <sup>F</sup>	\$ 205.92	\$ (657.78)	\$ 472.62	\$ (84.93)	\$ 1,874.67	\$ (721.90)

**Fuente: Elaboración Propia Grupo de Trabajo**

**Nota:** Tabla 21 muestra el Flujo que se tendrá con la inversión en el primer año de operación.

**Tabla 22 Flujo de Caja Proyectado del Inversionista para el año 2 al año 5**

Flujo de Caja Proyectado del Inversionista												
	Año 2					Año 3					Año 4	Año 5
	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total		
Ganancia Neta	\$ 1,463.98	\$ 1,477.95	\$ 1,492.18	\$ 1,506.68	\$ 5,940.80	\$ 1,713.57	\$ 1,715.30	\$ 1,715.40	\$ 1,715.49	\$ 5,144.82	\$ 8,296.66	\$ 16,321.07
Más:												
Depreciación	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Menos:												
Amortización de Préstamo	740.26	754.23	768.46	782.96	3,045.91	267.57	5.05	5.14	5.24	283.00	21.97	23.68
Provisión de Impuestos					\$ 1,782.24					\$ 1,543.45	\$ 2,489.00	\$ 4,896.32
Flujo de Caja Neto(FCN)	\$ 723.72	\$ 723.72	\$ 723.72	\$ 723.72	\$ 1,112.65	\$ 1,446.00	\$ 1,710.25	\$ 1,710.25	\$ 1,710.25	\$ 3,318.37	\$ 5,785.69	\$ 11,401.07

**Fuente: Elaboración Propia Grupo de Trabajo**

**Nota:** Tabla 22 muestra el Flujo de cambio de inversionista que se tendría desde del año 2 hasta año 5 para el negocio digital.

**Tabla 23. Proyecciones Financieras Supuestos de Inversión y Financiamiento**

Concepto	Monto	FINANCIAMIENTO			
		Fondos Propios	Subvenciones	Capital Semilla	Préstamos Financieros
<b>Locales:</b>		\$	-	\$	-
Alquiler Oficinas Divertimento					
<b>Equipo de Oficina</b>	\$ 1,679.00	\$ 10.00	\$		1,669.00
Telefono	\$20.00				20.00
Lapto	\$600.00				600.00
Fotocopiadora	\$350.00				350.00
Calculadora	\$10.00	\$10.00			-
Computadora de Escritorio	\$199.00				199.00
Mantenimiento Equipos de Oficina	\$500.00				500.00
<b>Mobiliario de Oficina</b>	\$ 2,130.39	\$ 376.00	\$		1,754.39
Escritorio	\$286.40				286.40
Mueble para computador	\$178.00	\$178.00			-
Sillas Ergonómicas	\$198.00	\$198.00			-
Sillas	\$478.00				478.00
Estante	\$190.00				190.00
Sofá	\$799.99				799.99
<b>Herramientas de Trabajo:</b>	\$ 149.00	\$	\$		149.00
Maquina para inflar globos sencilla	\$149.00				149.00
<b>Vehículos:</b>	\$ -	\$ -	\$		-
<b>Capital de Trabajo:</b>	\$ 2,000.00	\$	\$		2,000.00
Efectivo	\$ 2,000.00				2,000.00
Materias Primas					-
Bienes en Proceso					-
<b>Otros:</b>	\$ 300.00	\$	\$		300.00
empaques	\$300.00				300.00
<b>Totales:</b>	\$ 6,258.39	\$ 386.00	\$		5,872.39

Fuente: Elaboración Propia Grupo de Trabajo

**Nota:** Tabla 23 mostrará proyecciones de inversión & financiamiento que tendrá el negocio digital para el inicio de sus operaciones. Se detalla la inversión inicial con la cual estaría inicializando, teniendo en cuenta que el primer año de operación no se estaría asumiendo costo de alquiler del local, creación de página web, ya que el personal inicial cuenta con la capacidad y el conocimiento tecnológico básico, el equipo de oficina a adquirir será destinada a todo lo relacionado con las oficinas administrativas.

**Tabla 24. Proyecciones Financieras – Calculo de Rentabilidad Proyectada**

PROYECCIONES FINANCIERAS - CALCULO DE RENTABILIDAD PROYECTADA - Página G						
Flujo de Fondos Pojectado del Inversionista						
Rubros del Flujo de Caja/Período	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por Ventas		\$18,600.00	\$24,598.50	\$33,945.93	\$48,797.27	\$72,951.93
Costo de Bienes Vendidos		\$1,528.50	\$2,021.44	\$2,789.59	\$4,010.03	\$5,995.00
Ganancia Bruta		\$17,071.50	\$22,577.06	\$31,156.34	\$44,787.24	\$66,956.92
Salarios		\$1,500.00	\$1,725.00	\$3,967.50	\$4,562.63	\$7,870.53
Prestaciones		\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00
Alquiler Local fiestas		\$2,400.00	\$3,173.21	\$4,379.02	\$6,294.85	\$9,410.80
Pago de Plataforma de tienda online		\$483.60	\$639.56	\$882.59	\$1,268.73	\$1,896.75
Dulces bolsas grandes		\$55.80	\$73.80	\$101.84	\$146.39	\$218.86
Seguros Futuro Acopus		\$55.80	\$98.39	\$135.78	\$195.19	\$291.81
Agua, Electricidad.		\$300.00	\$393.58	\$543.13	\$780.76	\$1,167.23
Comunicaciones Celular Claro		\$264.00	\$344.38	\$475.24	\$683.16	\$1,021.33
Internet		\$192.00	\$245.99	\$339.46	\$487.97	\$729.52
Promoción y Publicidad		\$2,388.00	\$3,148.61	\$4,345.08	\$6,246.05	\$6,246.05
DJ		\$725.40	\$959.34	\$1,323.89	\$1,903.09	\$2,845.13
Renta Sillas y Mesas, Manteles		\$2,399.40	\$3,173.21	\$4,379.02	\$6,294.85	\$6,294.85
Depreciación		\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Otros		\$1,804.20	\$2,386.05	\$3,292.76	\$4,733.34	\$7,076.34
Total Gastos Generales y de Admón.		\$12,718.20	\$16,511.11	\$24,315.33	\$33,747.00	\$45,219.18
Intereses Pagados		\$378.95	\$238.19	\$86.51	\$0.00	\$0.00
Ganancia Gravable(GAI)		\$3,974.35	\$5,827.76	\$6,754.50	\$11,040.24	\$21,737.75
Ganancia Neta		\$2,980.77	\$5,827.76	\$5,065.87	\$8,280.18	\$16,303.31
Más:						
Depreciación		\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Menos:						
Amortización de Préstamo		\$1,813.07	\$1,953.82	\$2,105.50	\$0.00	\$0.00
Inversión Inicial	\$6,258.39					
Más:						
Valor de Salvamento de Inversión	\$0.00					
Recuperación del Capital de Trabajo						
Flujo de Caja Neto(FCN)	-\$6,258.39	\$1,167.70	\$3,873.94	\$2,960.37	\$8,280.18	\$16,303.31

**Fuente: Elaboración Propia Grupo de Trabajo**

**Nota:** la tabla demuestra los rubros del flujo de caja que se ha proyectado a lo largo de 5 años del negocio.

**Tabla 25 Calculo de Rentabilidad**

Periodo de Reintegro de Inversión(PRI)		3 Años Aprox.
Valor Actual Neto(VAN)	\$	26,327.11
Tasa Interna de Retorno(TIR <sub>reg</sub> )		56.19%
Retorno Sobre Inversión(RSI o TRC)		122.90%
Índice de Rentabilidad(IR o RBC)		5.21

**Fuente: Elaboración Propia Grupo de Trabajo**

**Nota:** En la presente tabla 25 se observa la rentabilidad esperada, mostrando un rendimiento operacional considerable, que nos determina que el negocio será rentable, como podemos observar tenemos un 56.19% de TIR y a la vez planea un periodo de reingreso de inversión

(PRI) de 3 años aproximadamente, teniendo una Valor Actual Neto (VAN) de \$26,327.11, así como retorno sobre inversión (RSI o TRC) de 122.9%, lo cual es válido ya que no generaríamos falsas expectativas en cuanto al tema financiero de rentabilidad, con un índice de rentabilidad de 5.21.

**Tabla 26 Punto de Equilibrio Operativo**

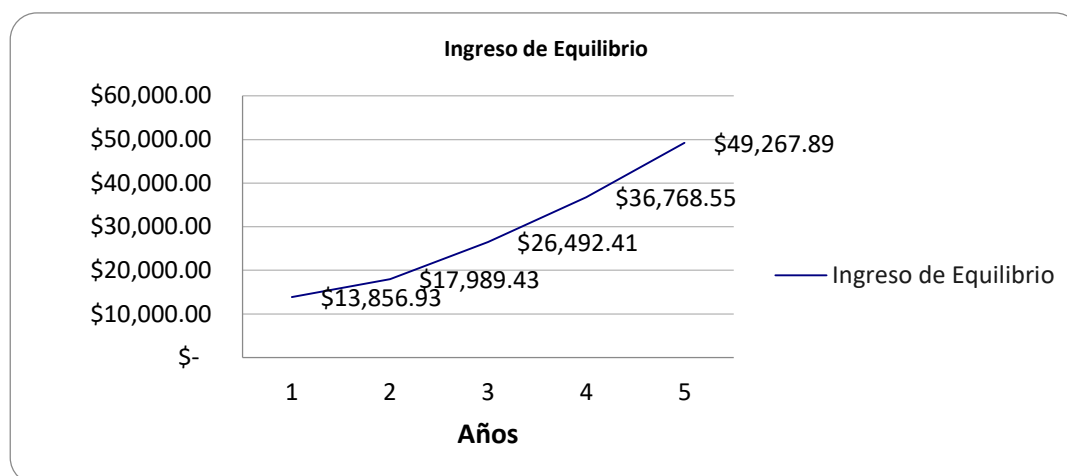
PUNTO DE EQUILIBRIO OPERATIVO									
No.	Producto o Servicio	Unidad de Medida	Ventas del Primer Año	Porcentaje de Participación	Precio de Venta Unitario	Costo Variable Unitario	Margen de Contribución	Unidades de Equilibrio	Ingreso de Equilibrio
1	Paquete Fiestas Infantiles	PERSONAS	21	40%	\$300.00	\$20.50	\$279.50	16	\$4,693.48
2	Paquete Fiesta Casa Adulto	PERSONAS	12	23%	\$325.00	\$22.50	\$302.50	9	\$2,905.48
3	Paquete Despedida Soltero	PERSONAS	4	8%	\$450.00	\$48.00	\$402.00	3	\$1,340.99
4	Paquete Boda	PERSONAS	9	17%	\$600.00	\$53.00	\$547.00	7	\$4,022.98
5	Paquete Baby Shower	PERSONAS	6	12%	\$200.00	\$26.50	\$173.50	4	\$894.00
VOLUMEN TOTAL DE VENTAS			52	100%	Margen de Contribución Combinado		\$328.30	39	\$13,856.93
Unidades Combinadas de Equilibrio		=	$\frac{\text{Total de Costos Operativos Fijos}}{\text{Margen de Contribución Combinado}}$		=	$\frac{\$12,718.20}{\$328.30}$	=	39	Unidades

**Fuente: Elaboración Propia Grupo de Trabajo**

**Nota:** Tabla 26 se muestra el punto de equilibrio operativo que tendríamos en 5 años en el cual tendríamos que producir 39 paquetes por año.

A continuación, se mostrará la siguiente grafica en la cual se puede ver el punto de equilibrio en unidades a producir y en términos económicos.

**Gráfica 1 Ingreso de Equilibrio**



Fuente: Elaboración Propia Grupo de Trabajo

**Tabla 27 Ingreso de Equilibrio**

<b>Año</b>	<b>Ingreso de Equilibrio</b>	
1	\$	13,856.93
2	\$	17,989.43
3	\$	26,492.41
4	\$	36,768.55
5	\$	49,267.89

Fuente: Elaboración Propia Grupo de Trabajo

**Nota:** En esta tabla se muestra el ingreso de equilibrio que tendrá el negocio a lo largo de 5 años.

### 3.9 Plan de Trabajo

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																									
N°	ACTIVIDAD	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO							
		S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4				
1	Conformación grupo de trabajo.	■	■	■	■																				
2	Formulación de ideas.					■	■	■																	
3	Elaboración de presupuesto grupo de trabajo E17.							■	■																
4	Estimación de presupuesto de ventas.							■	■																
5	Diagnóstico de la situación actual sector servicio.									■															
6	Elaboración de estimación de ventas proyectadas.									■															
7	Decisión de apalancamiento financiero Negocio Digital.										■														
8	Establecer Logo y Marca											■													
9	Registrar Marca del Negocio													■											
10	Compra de Mobiliario y Equipo de Oficina.													■	■										
11	Perfiles Puesto de Trabajo.													■	■	■									
12	Elaboración de Afiches del Emprendimiento.														■	■									
13	Cotización de Instalación del Negocio.															■									
14	Reuniones con grupos de apoyo a emprendimientos.															■	■								
15	Creación Fan Page.																	■	■						
16	Creación Redes Sociales.																	■	■						
17	Creación Sitio Web.																	■	■						
18	Inicio de operaciones del Negocio Digital.																	■	■	■	■				

Cronograma de actividades expresado en semanas al momento de inicio del proyecto.

Fuente: Elaboración propia Grupo de Trabajo

**Nota:** En el siguiente cronograma se muestra las actividades, periodo a ejecutar en el plan de trabajo del negocio digital divertimento.

### 3.10 Indicadores de Medición

Para tener claro el termino KPI, que en sus siglas en inglés es Key Performance Indicator, y en español Indicador Clave de Desempeño o Medidor, nos menciona que “hace referencia a una serie de métricas que se utilizan para sintetizar la información sobre la eficacia y productividad de las acciones que se lleven a cabo en un negocio con el fin de poder tomar decisiones y determinar aquellas que han sido más efectivas a la hora de cumplir con los objetivos marcados en un proceso o proyecto concreto”. (Blanco, 2017)

Los indicadores de medición que utilizará el negocio digital Divertimento, se revisaran trimestralmente con el objetivo de monitorear los resultados. A continuación, se describirá la función y la importancia de sus elecciones.

<b>INDICADORES DE MEDICION</b>
<b>Indicador Financiero</b>
<b>Retorno de la Inversión (ROI):</b> Ganancia obtenida en relación con la inversión total en eventos que se tendrían como negocio. Con este indicador determinara si obtenemos resultados positivos o negativos en relación si es rentable el negocio.
<b>Indicadores de Clientes</b>
<b>Satisfacción del Cliente:</b> Utiliza encuestas post-evento para medir la satisfacción y la experiencia del cliente. Con este indicador pretendemos darnos cuenta si se logra generar una buena expectativa al cliente con respecto al negocio y su satisfacción.
<b>Tasa de Repetición de Clientes:</b> Porcentaje de clientes que vuelvan a contratar los servicios para eventos futuros. Con respecto a este indicador pretendemos que de un 100 un 60% de clientes repitan contratarnos más de una ocasión.
<b>Adquisición de Nuevos Clientes:</b> Número de nuevos clientes que contratan tus servicios en un periodo de tiempo determinado. Este indicador nos ayudara a tratar de obtener por lo menos un 15% de nuevos clientes.
<b>Alcance de la Red Social y Compromiso:</b> Medirá las interacciones en redes sociales y el número de personas que llevarán a conocer el negocio a través de ellas. El Alcance que tendría la redes sociales que utilizaríamos se pretende llegar a un 60% en los primeros 2 años para que del 3 año se cubra un 10% mas y del cuarto al quinto año llegar a 25% y así en 5 años llegar al 90% de visitas e interacciones con clientes.
<b>La Tasa de Rebote:</b> es una métrica que refleja la proporción de abandono de tu sitio web. El cálculo de este valor considera todos aquellos accesos en los que el visitante no interactúa con el sitio y abandona sin llevar a cabo ninguna acción, independientemente del tiempo que pase en la página donde llegó. este indicador nos servira para saber si las personas interactuan dentro de nuestro pagina Web llamada Divertimento.

Fuente: Elaboración Propia Grupo de Trabajo

## **CONCLUSIÓN**

En conclusión, podemos mencionar que los resultados de las encuestas realizadas fueron de mayor importe ya que indican un fuerte interés en los servicios de eventos y decoración que proponemos a través de Divertimento. Sin embargo, la mayoría de los encuestados mostró disposición para contratar nuestros servicios, generando un alto resalta una clara demanda en el mercado. Este respaldo no solo valida nuestra propuesta, sino que también nos orienta a adaptar nuestras ofertas a las expectativas de los clientes.

Los datos sugieren que los consumidores valoran especialmente la personalización y la calidad, aspectos que debemos priorizar en nuestra estrategia. Explorar a fondo estas preferencias nos permitirá no solo captar más clientes, sino también fomentar su lealtad a largo plazo. El último objetivo de Divertimentos debe ser crear experiencias únicas que superen las expectativas, asegurando así un lugar destacado en el competitivo ámbito de los eventos digitales. Este enfoque centrado en el cliente será clave para el crecimiento y éxito sostenido de nuestro negocio.

## **RECOMENDACIÓN**

Dentro de este proyecto tan beneficio en conocimiento como este; en el cual se pueden generar las siguientes recomendaciones como lo son nuevas oportunidades e herramientas de crecimiento en el profesionalismo de nuevos alumnos que deseen implementar este proyecto, por lo que se recomienda realizar una revista digital sobre eventos de decoraciones como crear un sitio con opciones de crear un diseño simulado de decoraciones para lograr interactuar con más prospectos por medios digitales, generando más mercado como volumen de venta y ganancias, incluyendo procedimiento; brindando asesoría para organizar eventos en línea, desde webinars hasta ferias virtuales ya que la mayoría de clientes interesados se encuentran en la plataforma de Facebook, a la mano de un excelente servicio al cliente.

## BIBLIOGRAFÍA

*asana.com*. (19 de julio de 2024). Obtenido de asana.com:

<https://asana.com/es/resources/porters-five-forces>

Blanco, M. P. (29 de 09 de 2017). *KPI's ¿Qué son, para qué sirven y por qué y cómo utilizarlos?*

Obtenido de <https://blog.es.logicalis.com/analytics/kpis-qu%C3%A9-son-para->

[qu%C3%A9-sirven-y-por-qu%C3%A9-y-c%C3%B3mo-utilizarlos](https://blog.es.logicalis.com/analytics/kpis-qu%C3%A9-son-para-qu%C3%A9-sirven-y-por-qu%C3%A9-y-c%C3%B3mo-utilizarlos)

*Enciclopedia Humanidades*. (19 de Julio de 2024). Recuperado el 19 de Julio de 2024, de

<https://humanidades.com/analisis-foda/>

*es.eserp.com*. (20 de julio de 2024). Obtenido de [https://es.eserp.com/articulos/que-es-analisis-](https://es.eserp.com/articulos/que-es-analisis-pestel/)

[pestel/](https://es.eserp.com/articulos/que-es-analisis-pestel/)

*eserp.com*. (20 de julio de 2024). Obtenido de [eserp.com: https://es.eserp.com/articulos/que-es-](https://es.eserp.com/articulos/que-es-analisis-pestel/)

[analisis-pestel/](https://es.eserp.com/articulos/que-es-analisis-pestel/)

Fiaka. (02 de Marzo de 2023). *blog*. Obtenido de [https://www.fiaka.es/blog/decoracion-de-](https://www.fiaka.es/blog/decoracion-de-eventos/#:~:text=La%20decoraci%C3%B3n%20de%20eventos%20es,un%20periodo%20de%20tiempo%20determinado.)

[eventos/#:~:text=La%20decoraci%C3%B3n%20de%20eventos%20es,un%20periodo%20de%20tiempo%20determinado.](https://www.fiaka.es/blog/decoracion-de-eventos/#:~:text=La%20decoraci%C3%B3n%20de%20eventos%20es,un%20periodo%20de%20tiempo%20determinado.)

[0de%20tiempo%20determinado.](https://www.fiaka.es/blog/decoracion-de-eventos/#:~:text=La%20decoraci%C3%B3n%20de%20eventos%20es,un%20periodo%20de%20tiempo%20determinado.)

*governacion.gob.sv*. (19 de julio de 2024). Obtenido de [governacion.gob.sv:](https://www.governacion.gob.sv/ahuachapan/)

<https://www.governacion.gob.sv/ahuachapan/>

*ineventos.miami*. (19 de julio de 2023). Obtenido de [https://www.ineventos.miami/blog/que-es-](https://www.ineventos.miami/blog/que-es-un-evento.html)

[un-evento.html](https://www.ineventos.miami/blog/que-es-un-evento.html)

*ineventos.sv*. (19 de julio de 2024). Obtenido de [https://www.ineventos.sv/organizacion-de-](https://www.ineventos.sv/organizacion-de-eventos.html)

[eventos.html](https://www.ineventos.sv/organizacion-de-eventos.html)

Luis Lozano Chaguay, J. C. (2019). EL MODELO DE NEGOCIO: METODOLOGÍA CANVAS COMO INNOVACIÓN ESTRATÉGICA PARA EL DISEÑO DE PROYECTOS EMPRESARIALES. *Revista Ciencia e Investigación*, 89.

Rivera, L. H. (03 de 01 de 2021). *Estudio legal*. Obtenido de <https://novislegal.com/regulacion-del-comercio-electronico-en-el-salvador/#:~:text=Algunos%20art%C3%ADculos%20relevantes%20son%3A%20art%C3%ADculo,comercial%20de%20bienes%20o%20mercanc%C3%ADas.>

*rockcontent.com*. (19 de Julio de 2024). Recuperado el 19 de Julio de 2024, de [rockcontent.com: https://rockcontent.com/es/blog/analisis-pest/](https://rockcontent.com/es/blog/analisis-pest/)

Salvador, G. d. (s.f.). *Defensoria del consumidor*. Obtenido de [https://defensoria.gob.sv/wp-content/uploads/2015/10/ley\\_reglamento.pdf](https://defensoria.gob.sv/wp-content/uploads/2015/10/ley_reglamento.pdf)

Salvador, G. d. (s.f.). *Portal de transparencia*. Obtenido de <https://www.conamype.gob.sv/temas-2/ley-mype/#:~:text=Beneficios%20de%20la%20Ley%20MYPE,de%20la%20generaci%C3%B3n%20de%20empleos.>

Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Tamayo, M. T. (2003). *EL PROCESO DE LA INVESTIGACION CIENTIFICA*. Mexico: Limusa S.A. de C.V.

*TechTarget*. (08 de Julio de 2019). Obtenido de

<https://www.computerweekly.com/es/cronica/Como-ayudan-los-delivery-teams-a-conseguir-los-objetivos-del-negocio>

*UNIBE*. (15 de Abril de 2023). Obtenido de [https://www.unibe.edu.do/disenio-de-interiores-vs-](https://www.unibe.edu.do/disenio-de-interiores-vs-decoracion/#:~:text=El%20dise%C3%B1ador%20se%20encarga%20de,los%20espacios%20interiores%20o%20exteriores.)

[decoracion/#:~:text=El%20dise%C3%B1ador%20se%20encarga%20de,los%20espacios%20interiores%20o%20exteriores.](https://www.unibe.edu.do/disenio-de-interiores-vs-decoracion/#:~:text=El%20dise%C3%B1ador%20se%20encarga%20de,los%20espacios%20interiores%20o%20exteriores.)

*UNIR* . (04 de Noviembre de 2022). Obtenido de

<https://mexico.unir.net/noticias/derecho/metodo-cientifico/>

## ANEXOS

### Cuestionario

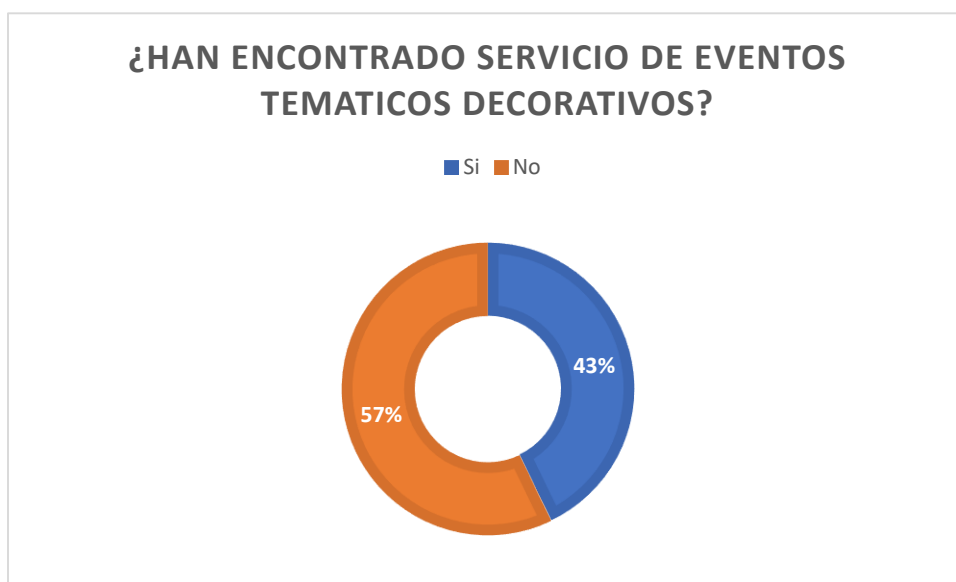
#### **Pregunta 1. ¿Qué opinión tiene sobre las decoraciones de eventos?**

Objetivo: conocer la opinión de las personas sobre las decoraciones de eventos festivos

Interpretación: los 189 encuestados nos respondieron que parece una opción viable debido que muchas personas no cuentan con tiempo suficiente para organizar la decoración de un determinado evento, es por eso que a las personas que contratan nuestro servicio y compran nuestros productos, le facilitamos la organización de un determinado evento festivo, además, al contratar el servicio nuestras clientes se ahorran tiempo y Dinero.

#### **Pregunta 2. ¿Ha contratado el servicio para decoraciones en eventos festivos?**

Objetivo: conocer si han contratado servicios de decoraciones de eventos festivos.



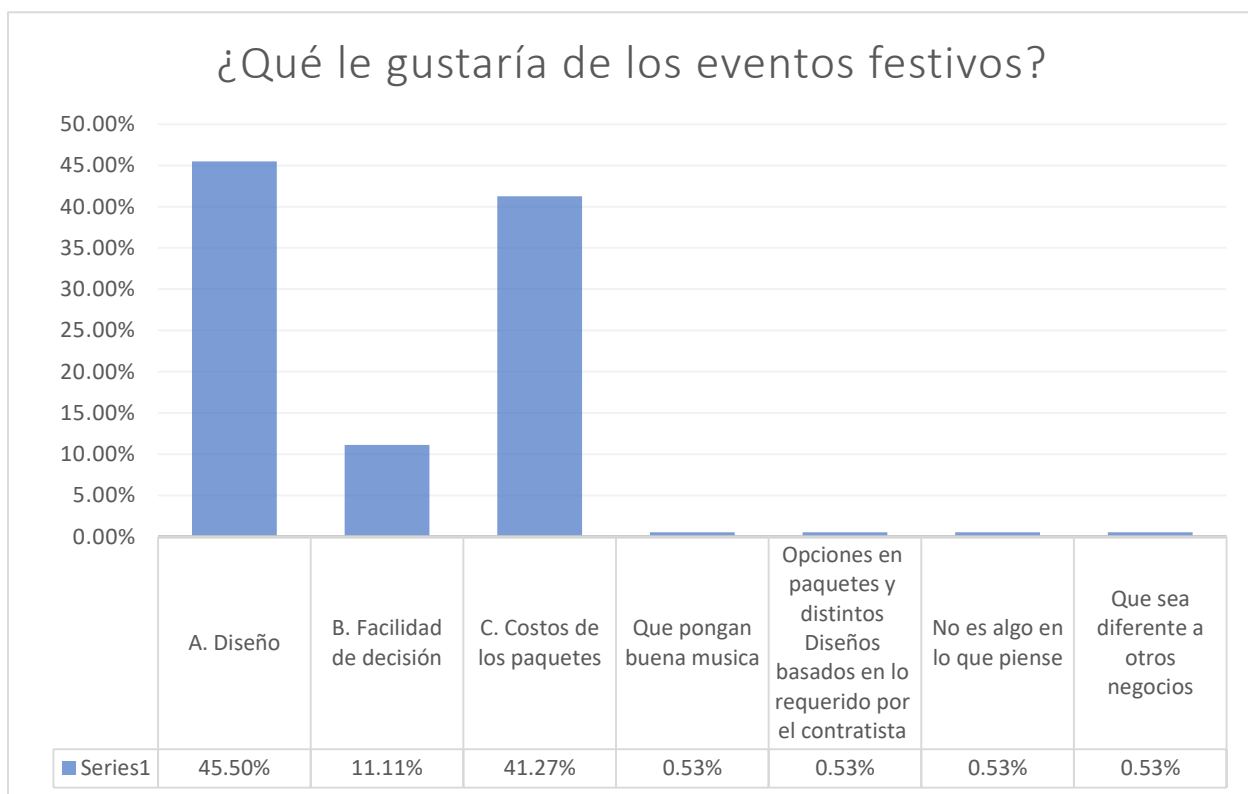
**GRÁFICA 2:** Datos de Clasificación

Fuente: Elaboración propia, esta figura muestra la cantidad de personas que han contratado servicio decoraciones.

Interpretación: La mayor parte de los encuestados de un total de 189 personas encuestadas nos dio que El 43% respondió que han contratado servicios de decoración y el 57% respondió que no han contratado servicios de decoración

### Pregunta 3. ¿Qué le gustaría de los eventos festivos?

Objetivo: conocer que les gustaría a las personas de los eventos festivos.



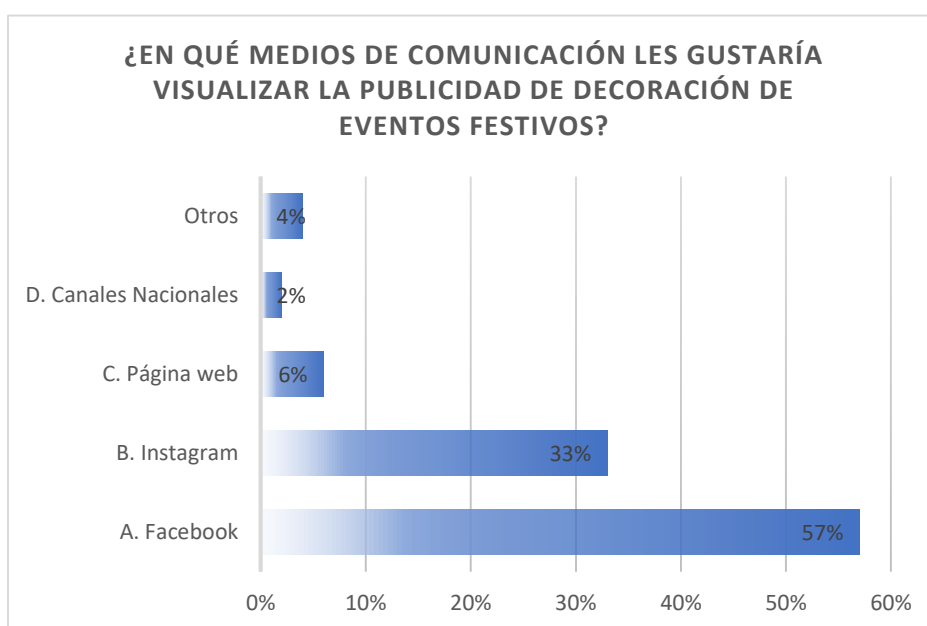
GRÁFICA 3: Datos de Clasificación

Fuente: Elaboración propia, esta figura muestra la cantidad de personas que les gustaría eventos decorativos.

Interpretación: De un total de 189 encuestados el 45.50% respondió el Diseño, un 41.27% los costos de los paquetes, y el 11.11% la facilidad de decisión, y una minoría tuvieron otras respuestas, podemos concluir que a las personas lo que más les gustaría de un evento festivo sería su diseño, seguido por los costos de los paquetes.

#### **Pregunta 4 ¿En qué medios de comunicación les gustaría visualizar la publicidad de decoración de eventos festivos?**

Objetivos: conocer en qué medios de comunicación les gustaría visualizar la publicidad.



GRÁFICA 4: Datos de Clasificación

Fuente: Elaboración propia, esta figura muestra los medios de comunicación de visualización.

Interpretación: De un total de 189 encuestados, el 57% contestó que Facebook, un 33% en Instagram y el 6% por página web, las demás opciones llegan de 1 a 2%.

**Pregunta 5. ¿Te gustaría conocer paquetes para decoración de eventos de festivos?**

Objetivo: conocer si a las personas les gustaría conocer paquetes para decoración de eventos festivos.



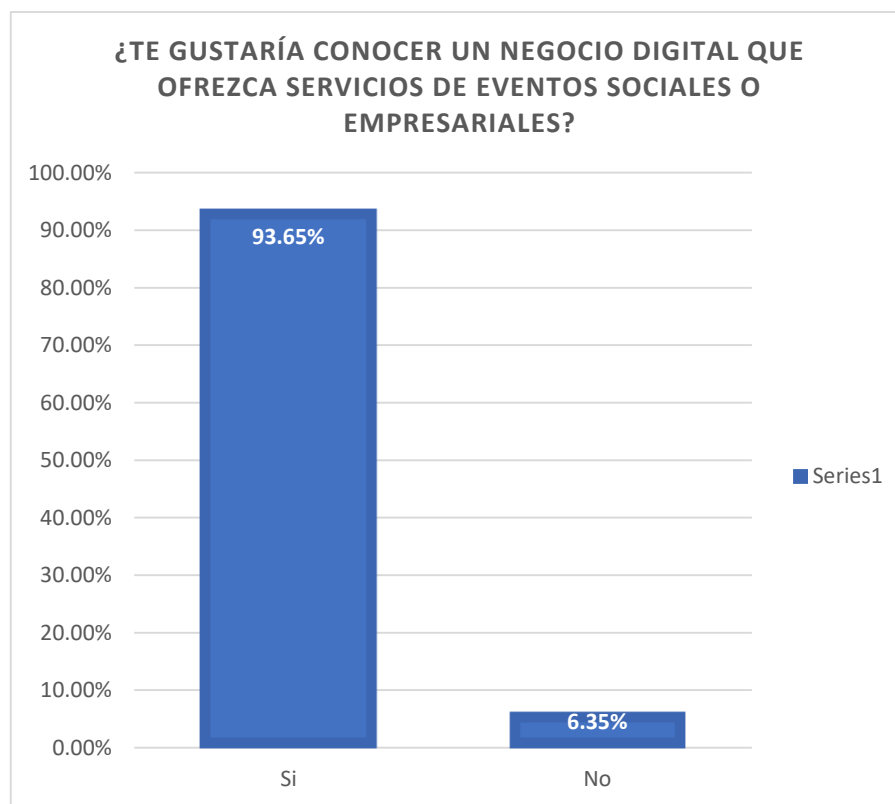
GRÁFICA 5: Datos de Clasificación

Fuente: Elaboración propia, esta figura muestra si a las personas les gustaría conocer de paquetes decorativos para eventos festivos.

Interpretación: De un total de 189 encuestados, el 91.53% gustaría conocer paquetes para decoración de eventos, y un 8.47% respondió que no le gustaría.

**Pregunta 6. ¿Te gustaría conocer un negocio digital que ofrezca servicios de eventos sociales o empresariales?**

Objetivo: conocer si las personas quisieran conocer el negocio digital que ofrezca servicios de eventos.



GRÁFICA 6: Datos de Clasificación

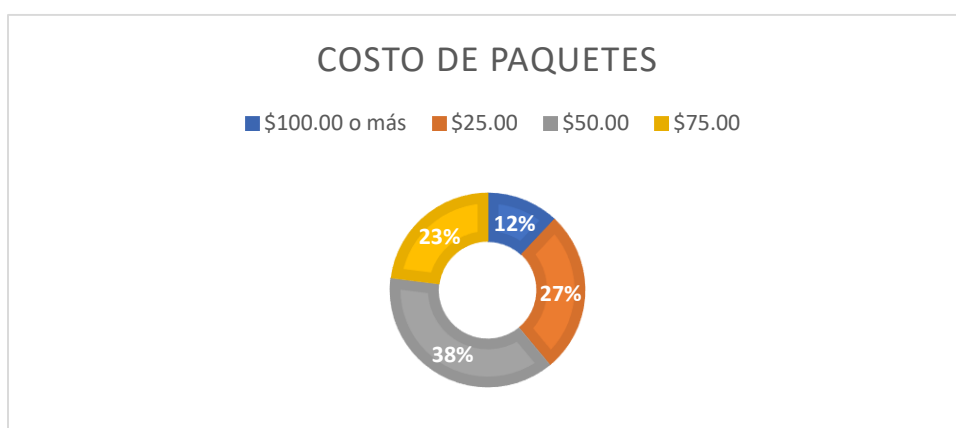
Fuente: Elaboración propia, esta figura muestra la opinión de las personas de conocer un negocio digital para eventos.

Interpretación: De 189 encuestados el 93.65% dijeron “SI”, y un 6.35% contestó “NO”, del 100% de encuestados.

**Pregunta 7. ¿A qué costo te gustaría que fueran los paquetes de decoración para eventos?**

Objetivo: Conocer cual sería el costo que les gustaría a las personas pagar por los paquetes decorativos.

Como observamos el 38% contestó que \$50.00, el 27% por \$25.00, un 23% \$75.00, y el 12% más de \$100.00.



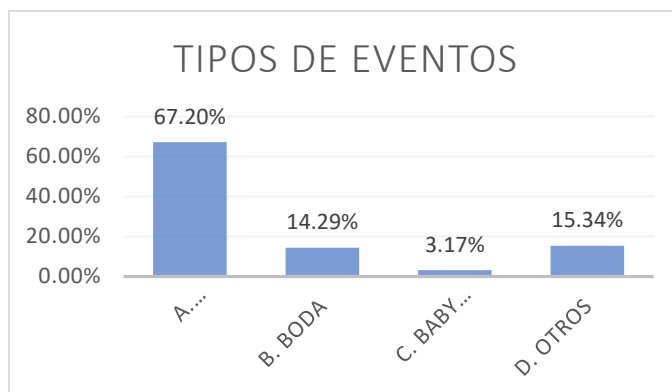
GRÁFICA 7: Datos de Clasificación

Fuente: Elaboración propia, esta figura muestra la opinión de las personas de conocer un negocio digital para eventos.

Interpretación: Como observamos el 38% contestó que \$50.00, el 27% por \$25.00, un 23% \$75.00, y el 12% más de \$100.00.

**Pregunta 8. ¿Para qué tipo de eventos te gustaría los paquetes de decoración?**

Objetivo: Conocer el gusto de las personas para eventos festivos.



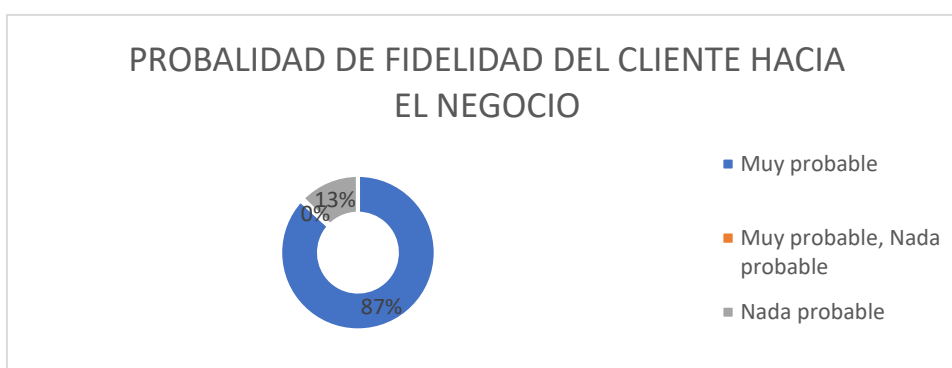
GRÁFICA 8: Datos de Clasificación

Fuente: Elaboración propia, esta figura muestra la opinión de las personas para saber a qué tipo de eventos les gustaría la decoración de sus paquetes festivos.

Interpretación: De un total de 189 encuestados el 67.20% Cumpleaños, el 14.29% Bodas, el 3.17 Baby Shower, y un 15.34% otros eventos.

**Pregunta 9. ¿Qué tan probable es que seas cliente de este tipo de modelo de negocio?**

Objetivo: conocer si las personas fueran clientes del modelo de negocio divertimento.



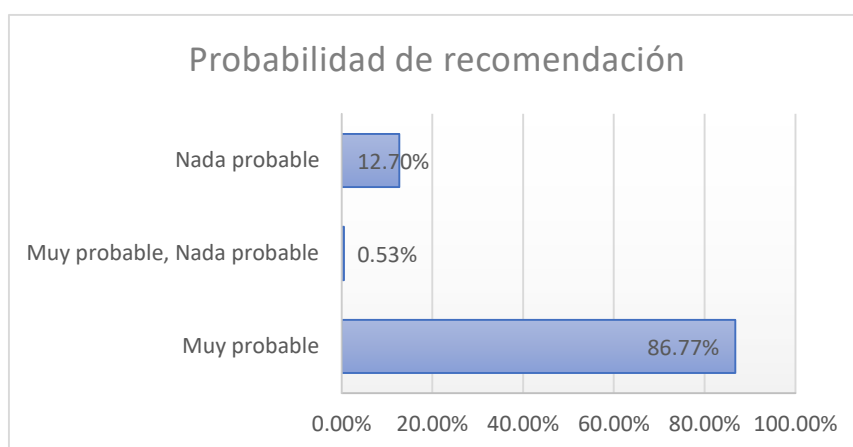
GRÁFICA 9: Datos de Clasificación

Fuente: Elaboración propia, esta figura muestra la opinión de las personas que tan probable sean clientes de este negocio digital.

Interpretación: De un total de 189 encuestados, el 86.77% contestó que sea un cliente, el 0.53% contestó que tal vez, y el 12.70% dijo que no será cliente.

**Pregunta 10 ¿Qué tan probable es que recomiendes nuestros eventos y paquetes de decoración?**

Objetivo: conocer que probabilidad es que las personas recomendaran los paquetes que ofrecerá Divertimento para eventos festivos.

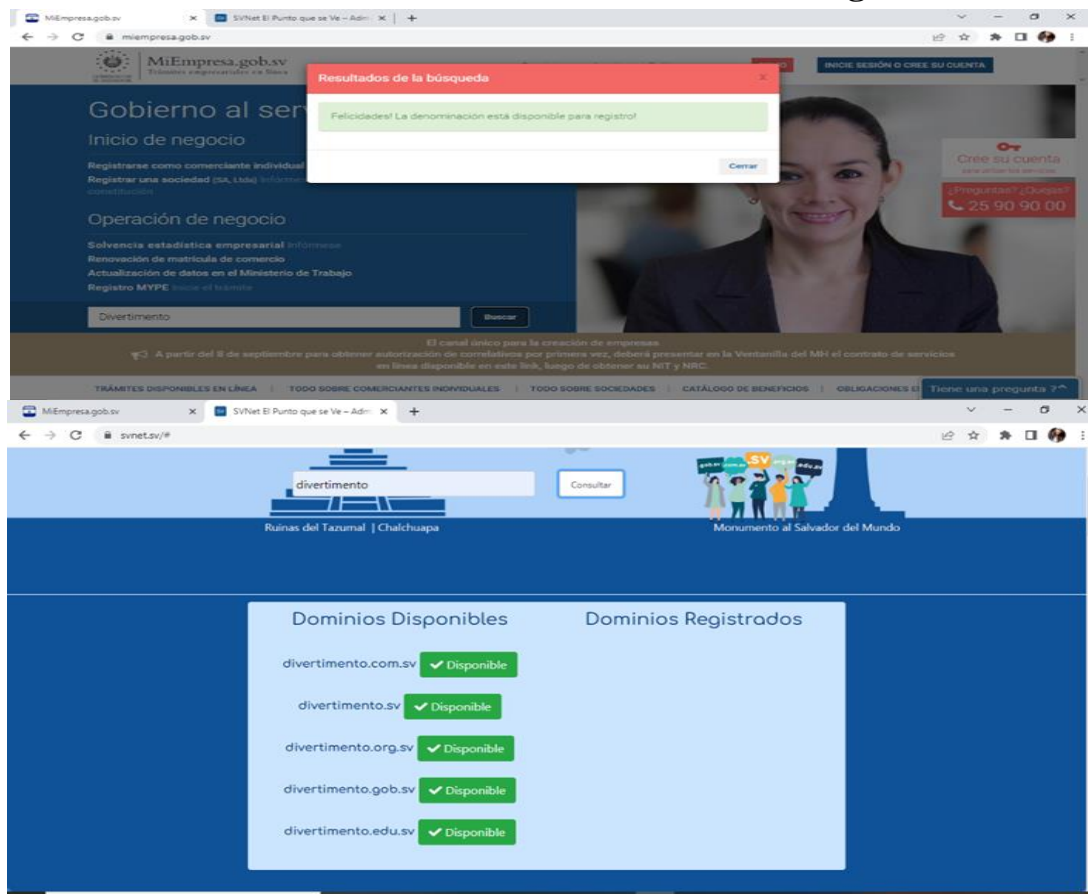


GRÁFICA 10: Datos de Clasificación

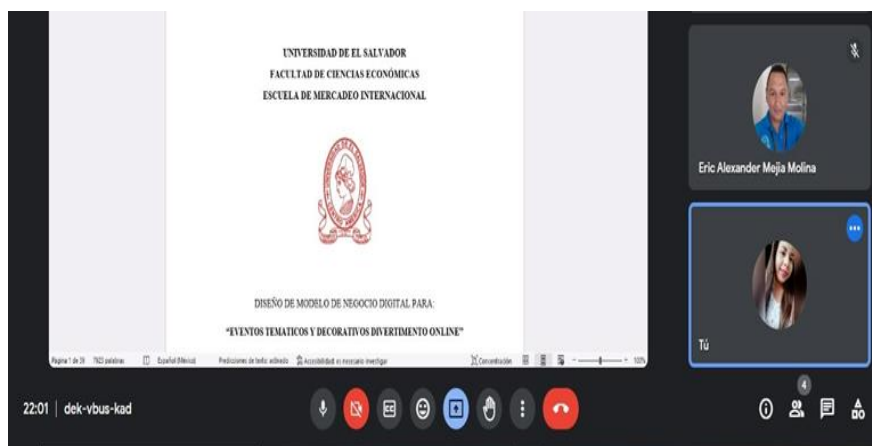
Fuente: Elaboración propia, esta figura muestra la opinión de las personas que recomienden nuestros paquetes para eventos.

Interpretación: De un total de 189 encuestados el 86.77% de las personas encuestadas respondió que es muy probable, nada probable el 12.70% y otros no contestaron que sea recomendado el negocio.

## Revisión de identidad de marca Centro Nacional de Registro CNR



## Reunión Grupo de Trabajo



## Paquetes para eventos temáticos decorativos

### DIVERTIMIENTO

#### INFANTIL BASICO INCLUYE

- Decoración
- Arco de globos para temáticas
- 5 adornos de mesa
- Mantel fino para mesa del cake
- 1 Piñata temática
- 2 Pedestales de globos temáticos
- 1 Pastel para 25 personas de 4 pligas de alto
- 1 Muñeco Disney a su elección



**503 64201062**  
Ahuachapan

### DIVERTIMIENTO

PAQUETE BASICO  
DESPEDIDA DE SOLTERO/A  
INCLUYE:

- 1 Animador (vestuario temático)
- 2 Bailarinas/os (vestuario temático)
- 1 Asistente musical
- Dinámicas (Bailes y concursos)
- Sticker para los nombres
- Luces led
- Burbujas
- Equipo de sonido

**Duración 2h 40 minutos**

**Contactos**  
503 64201062  
Ahuachapan



### PAQUETE BASICO INCLUYE

- Mantel base
- Mesas redondas
- Sillas plásticas o chanel
- Plato base decorativo
- Servilletas
- Mesa de boquitas
- Flores naturales en los centros de mesa

**503 64201062**  
Ahuachapan





### Divertimiento

PAQUETE DE BODAS  
Incluye:

- Decoración romántica
- Globos con temáticas de boda
- 1- hora de sección de fotografías
- 2- Pasteles
- Centros de mesas
- Sillas y mesas
- Platos y vasos
- Luces Led
- Equipo de sonido
- Recuerdos de boda

**Contactos**  
503 64201062  
Ahuachapan

### BABY SHOWER

Paquete baby shower

Incluye:

- Invitaciones
- Decoración temática
- 1- Banderin
- 1- Pastel
- Platos y vasos con tematica
- Animadora de evento
- Globos con temática
- 1- Porta retrato
- 1- Soporte para cake
- Recuerdos

**Contactos**  
503 64201062  
Ahuachapan