



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL
Facultad de Ingeniería en Electricidad y Computación

“Sistema de Organización de Eventos Sociales”

TOPICO DE GRADUACIÓN

Previo a la obtención del Título de:
Licenciado en Sistemas de Información

Presentado por:

Paola Carvajal Lema
Narcisa Noboa Pineda
Henry Chávez Yépez

GUAYAQUIL-ECUADOR

AÑO: 2004

AGRADECIMIENTO

A Dios y a nuestros padres, por todo su apoyo y cariño prodigioso durante esta etapa de nuestras vidas. A todas aquellas personas que de una u otra manera han colaborado para la culminación de nuestro estudio.

Paola Carvajal

Narcisa Noboa

Henry Chávez

DEDICATORIA

Dedicamos este trabajo a todas
aquellas personas que trabajan por
alcanzar sus sueños e ideales para
vivir en un mundo mejor

Paola Carvajal

Narcisa Noboa

Henry Chávez

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN



Ing. Lenín Freire
Director de Tesis



Ing. Carlos Martín
Miembro Principal



Dr. Gustavo Galio
Miembro Principal

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad de contenido de este trabajo de grado nos corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la ESCUELA POLITÉCNICA DEL LITORAL.”

(Reglamento de Graduación de la ESPOL).

Paola Carvajal

Narcisa Noboa

Henry Chávez

RESUMEN EJECUTIVO

TodoEvento, se establecerá en Guayaquil, Ecuador, con el propósito de prestar servicios tecnológicos integrales para la Organización de Eventos Sociales, mediante una página WEB.

La actividad de **TodoEvento**, consiste en brindar soluciones a necesidades tanto a Clientes como a Proveedores del servicio de Eventos Sociales.

El Grupo empresarial gestor esta conformado por los Analistas de Sistemas Paola Carvajal, Narcisa Noboa y Henry Chávez, quienes tienen experiencia directa en el desarrollo de páginas Web y una excelente formación en las áreas de Análisis y Desarrollo de Sistemas y áreas Administrativas.

TodoEvento requiere una inversión total de **\$11.578,72** de los cuales el grupo empresarial gestor aportará este valor en partes iguales, con el propósito de no incurrir en obligaciones financieras.

La oportunidad de crecimiento es clara debido a que no existe en el mercado competidores de manera directa, es decir que presten el servicio de Organización de Eventos Sociales en la Web; además, el uso del Internet se encuentra en expansión.

En el análisis financiero realizado a tres años y medio, con inicio de operación en el segundo semestre del primer año se obtiene una tasa de

descuento, al 20%, el Valor Presente Neto es de **\$20.661,44** y el Retorno de la Inversión es de 1,8 años.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
AGRADECIMIENTO.....	II
DEDICATORIA.....	III
TRIBUNAL DE GRADUACIÓN.....	IV
DECLARACIÓN EXPRESA.....	V
RESUMEN EJECUTIVO.....	VI
ÍNDICE GENERAL.....	VIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XI
ÍNDICE DE CUADROS.....	XII
INTRODUCCIÓN.....	XI
1) ANÁLISIS DEL MERCADO.....	1
1.1.- Antecedentes.....	1
1.2.- Misión, Visión y Objetivos del Proyecto.....	2
1.2.1.- Misión.....	2
1.2.2.- Visión.....	2
1.2.3.- Objetivos General.....	2
1.2.4.- Objetivos Específicos.....	2
1.3.- Macro Ambiente Económico.....	3
1.4.- La Situación de las Telecomunicaciones y acceso a Internet en Ecuador.....	5
1.5.- Análisis del Sector y la Compañía.....	11
1.5.1.- Rivalidad entre Competidores.....	12
1.5.2.- Amenaza de nuevos Competidores.....	13
1.5.3.- Amenaza de Servicios Sustitutos.....	13
1.5.4.- Poder de Proveedores.....	14
1.5.5.- Poder de los Clientes.....	14
1.6.- Producto/Servicio.....	15
1.6.1.- Descripción detallada del Servicio.....	15
1.6.2.- Características del Servicio.....	16
1.6.3.- Beneficio del Servicio.....	18
1.7.- Análisis situacional de la Demanda.....	20
1.7.1.- Tamaño del Mercado.....	20

1.7.2.- Investigación a Proveedores.....	20
1.7.2.1.- Segmento del Mercado Proveedores.....	22
1.7.3.- Investigación a Clientes.....	26
1.7.3.1.- Segmento del Mercado Clientes.....	28
1.7.4.- Resultado de Muestreo a Proveedores y Clientes.....	30
1.8.- Plan Estratégico.....	32
1.8.1.- Análisis Foda.....	32
1.8.2.- Estrategia de Mercadotecnia.....	34
1.8.3.- Estrategia de Precio.....	36
2) ANÁLISIS TÉCNICO Y ADMINISTRATIVO.....	40
2.1.- Proceso del Servicio.....	40
2.2.- Tamaño y Localización del Negocio.....	42
2.3.- Equipos y muebles de oficina.....	43
2.4.- Estructura Organizacional y Funciones.....	44
3) ANÁLISIS LEGAL Y SOCIAL.....	47
3.1.- Aspectos Legales de la Compañía.....	47
3.2.- Aspectos de Legalización Urbana.....	48
3.2.1.- Trámites y Permisos ante los organismos del gobierno y Seccionales.....	48
3.3.- Aspectos Sociales.....	49
3.3.1.- Efectos Positivos y Negativos para el Conglomerado Social.....	49
4) ANÁLISIS ECONÓMICO.....	50
4.1.- Inversiones en Activos Fijos.....	50
4.2.- Gastos de Arranque.....	52
4.3.- Inversiones en Capital de Trabajo.....	53
4.4.- Costos por Servicio de Organizador de Eventos.....	54
4.5.- Costos según los servicios de nuestros proveedores.....	56
4.6.- Presupuesto de Ingresos.....	57
4.7.- Presupuesto de Gastos de Personal.....	60
4.8.- Presupuesto de Gastos de Operación.....	62
4.9.- Presupuesto de Gastos Administrativos y Ventas.....	63
4.10.- Análisis de Costo y Punto de Equilibrio.....	64
5) ANÁLISIS FINANCIERO.....	66

5.1.- Mercado Global.....	66
5.2.- Proyección de Ventas por Servicio.....	68
5.3.- Flujo de Caja.....	73
5.4.- Estado de Resultado.....	74
5.5.- Balance General.....	76
5.6.- Evaluación del Proyecto.....	77
6) ANÁLISIS DE RIESGO.....	78
6.1.- Riesgo del Negocio.....	78
Conclusiones.....	79
Recomendaciones.....	79
GLOSARIOS.....	80
ANEXOS	
2A Crecimiento del Sector Telecomunicación.....	83
2B Competidores.....	85
3C Mercado de Publicidad.....	87
4C Entrevistas.....	89
6 Arquitectura del Sistema.....	94
BIBLIOGRAFÍA.....	129

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.1 Tendencia del producto interno bruto	4
Gráfico 1.2 Cuentas de correo electrónico.....	7
Gráfico 1.3 Evolución de cobertura de medios principales	8
Gráfico 1.4 Cobertura comparativa de medios.....	8
Gráfico 1.5 Inversión online.....	9
Gráfico 1.6 Análisis de porter.....	11
Gráfico 1.7 Personas que se dedican al comercio y servicio.....	20
Gráfico 2.1 Diagrama de flujo de procesos.....	33

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1.1	Indicadores económicos del ecuador.....	5
CUADRO 1.2	Porcentaje de negocios de hogares a nivel nacional.....	19
CUADRO 1.3	Porcentaje de negocios de hogares por Rama de actividad.....	20
CUADRO 1.4	Segmento de mercado de proveedores.....	21
CUADRO 1.5	Actividades de comercio y servicio.....	21
CUADRO 1.6	Proveedores del servicio.....	23
CUADRO 1.7	Porcentaje de población de la provincia Del guayas.....	24
CUADRO 1.8	Porcentaje de población de Guayaquil Por grupo de edades.....	24
CUADRO 1.9	Estructura de gastos de los hogares a Nivel nacional.....	25
CUADRO 1.10	Gastos por rubros de la provincia Del guayas.....	26
CUADRO 1.11	Segmento del mercado clientes.....	26
CUADRO 1.12	Segmento de clientes por edades.....	27
CUADRO 4.1	Inversión en activos fijos.....	43
CUADRO 4.2	Depreciación y amortización.....	43
CUADRO 4.3	Gastos de arranque.....	45

CUADRO 4.4	Presupuesto en capital e trabajo.....	45
CUADRO 4.5	Costo de evento por proveedor y servicio.	47
CUADRO 4.6	Cálculo de los costos según los servicios de los proveedores.....	48
CUADRO 4.7	Ingresos.....	50
CUADRO 4.8	Medios de publicidad.....	51
CUADRO 4.9	Ingresos por otros servicios.....	51
CUADRO 4.10	Presupuesto de gastos por personal.....	52
CUADRO 4.11	Presupuesto de gastos de operación.....	54
CUADRO 4.12	Presupuesto de gastos administrativo.....	55
CUADRO 4.13	Análisis de costo.....	57
CUADRO 5.1	Mercado objetivo Guayaquil..	59
CUADRO 5.2	Estrategia de precios.....	61
CUADRO 5.3	Costo evento por proveedor.....	63
CUADRO 5.4	Cantidad de organización eventos.....	66
CUADRO 5.5	Mercado de publicidad.....	67
CUADRO 5.5.1	Mercado de fotos, videos, karaoke y compra venta.....	68

CUADRO 5.6	Flujo de caja presupuestado.....	70
CUADRO 5.7	Estado de resultado presupuestado.....	71
CUADRO 5.8	Balance general presupuestado.....	72

INTRODUCCIÓN

“Desarrollo de un Plan de Negocio para Productos de Software” es tema del Tópico de Graduación, el presente documento refleja el desarrollo del mismo y tiene como finalidad presentar todos los pasos a seguir para la elaboración de un PLAN DE NEGOCIO ESTRATÉGICO para una idea en particular. En este documento se muestra el Plan de Negocios desarrollado para un Sitio Web denominado “Organización de Eventos Sociales”, aprovechando las oportunidades que ofrece este medio de comunicación; el portal brindará a sus usuarios comodidad, agilidad, diversidad, satisfacción y facilidad que ellos requieran y esperan al momento de Organizar un Evento Social.

Para la culminación de este trabajo se ha realizado el análisis, diseño, desarrollo e implementación del sitio Web, el mismo fue desarrollado bajo la tecnología. Multi-capas (NET), proporcionando un ambiente Cliente/Servidor.

1.1.- ANTECEDENTES

Nuestro país en los últimos años recién ha empezado a experimentar el impacto que el uso de la Internet ha causado en países de primer nivel como EE.UU. y en Europa, lugares en donde la productividad de las personas a logrado dar saltos gigantescos con el uso de esta tecnología, beneficiando enormemente a las economías antes mencionadas.

A partir de 1998, año en el cual por primera vez comenzaba el uso de la Internet en nuestro país, este medio ha venido evolucionando continuamente; y cada día, son más las personas que lo utilizan para satisfacer sus necesidades de trabajo, estudios y diversión.

Obtener un servicio que satisfaga las expectativa de los clientes, a la hora de organizar un evento social, es actualmente un problema cuando no se dispone de tiempo, ni de la información necesaria para el proceso de organización; es decir, disponer de ofertas que permitan comparar entre precio, calidad y tipos de productos a través de varios proveedores. Los problemas y necesidades mas comunes que encontramos se resumen a continuación:

- ❖ Consultar y cotizar precios, para ajustar las necesidades al presupuesto estimado para el evento.
- ❖ En algunos casos no se tiene una guía que pueda servir de ayuda, para ahorrar tiempo y dinero a la hora de la organización.

Ante esta imperiosa necesidad y considerando que actualmente sólo un pequeño grupo de empresas se dedica a brindar servicios de Organización

para Eventos Sociales online, hemos creído conveniente incursionar en este mercado a través de una página Web que sirva como punto de encuentro entre aquellos clientes que desean servicios de este tipo y proveedores que brinden los mismos; para ahorrar el tiempo de los clientes y ampliar las oportunidades de negocios de los proveedores.

1.2.- MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.2.1.- MISIÓN

Brindar servicios de calidad para la Organización de Eventos Sociales a través de la Internet, satisfaciendo las necesidades del cliente mediante nuestros proveedores.

1.2.2.- VISIÓN

Llegar a ser reconocidos como una de las mejores empresas de servicios en la organización de eventos sociales de alta calidad, dentro del mercado nacional.

1.2.3.- OBJETIVO GENERAL

"Ser el portal imprescindible donde clientes y proveedores de servicios de Eventos Sociales encuentran soluciones a sus necesidades de manera eficiente y con un tiempo de respuesta aceptable."

1.2.4.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS

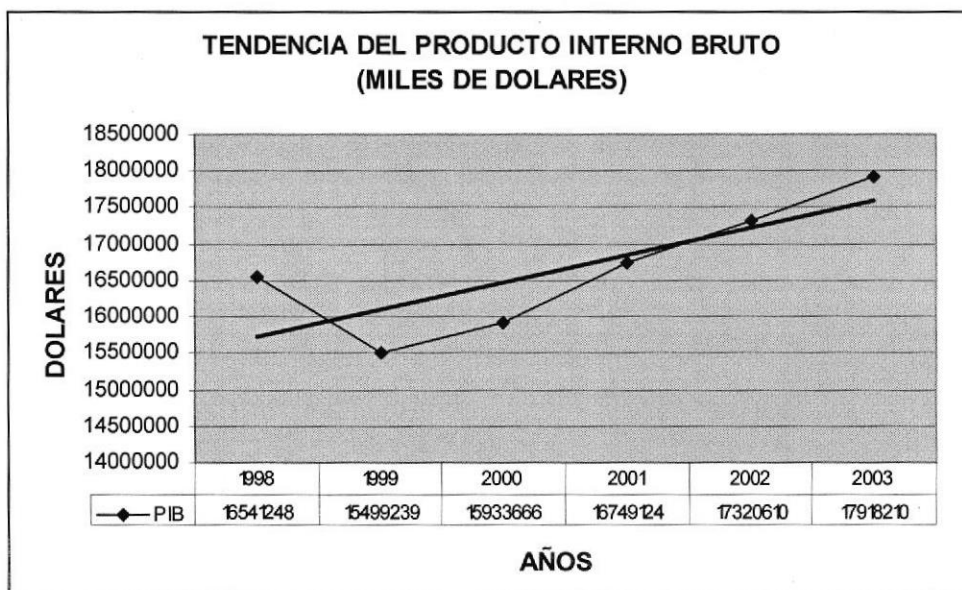
- ❖ Desarrollar y Establecer estrategias comerciales, para alcanzar un mayor crecimiento en el mercado.

- ❖ Evaluar y Proyectar las estrategias para demostrar las condiciones óptimas en las que se debe llevar el negocio.
- ❖ Ampliar nuestra cartera de proveedores, para ofrecer mayores y mejores opciones de servicios a nuestros clientes.
- ❖ Mejoramiento continuo a través de la implementación de tecnología que nos permita atender eficazmente a nuestros clientes y proveedores.

1.3.- MACRO AMBIENTE ECONÓMICO

En el Macro ambiente económico se analizan los principales indicadores económico de un país, con el fin de determinar que estrategia debe implementar una empresa para asegurar la rentabilidad de su inversión.

A partir del año 2000 luego del proceso de dolarización, el país logró una estabilidad cambiaria que benefició las operaciones de comercio que se reflejan en el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB), el cual ha venido evolucionando positivamente en los últimos años; y para el año 2003, se estima un crecimiento aproximado del 3.34%, lo que representa 17.918.210 miles de dólares, según proyecciones del Banco Central del Ecuador. (Ver gráfico # 1.1).

Gráfico # 1.1

Fuente: Banco Central del Ecuador

Otro de los resultados obtenidos a partir de ésta estabilidad macroeconómica se la observa en las tasas de interés pasivas y activas del sistema bancario, las cuales se redujeron vertiginosamente a partir del año 2000, por lo que éstas se ubicaron en diciembre del 2003 en el 4.83% y 11.73% respectivamente, beneficiando enormemente la inversión privada. A continuación (Ver cuadro # 1.1) se observan algunos indicadores económicos que corroboran lo anteriormente explicado:

Cuadro # 1.1

INDICADORES ECONOMICOS DEL ECUADOR (AÑO 2003)	
Ingreso Medio Familiar (4 personas)	253,17
Canasta Básica Familiar	368,72
Canasta Básica de la Pobreza	257,15
Tasa de Interés Activa Referencial	11,73%
Tasa de Interés Pasiva Referencial	4,83%
Tasa de Interés Máxima	
Convencional	17,70%
PIB previsto 2003	17.918.210,00
Crecimiento del PIB previsto	3,34%

Fuente: Banco Central del Ecuador

1.4.- LA SITUACIÓN DE LAS TELECOMUNICACIONES Y ACCESO A INTERNET EN ECUADOR

El mundo de los negocios muestra una tendencia a la economía de la información, la cual se da por una alianza entre las telecomunicaciones y la economía, que permiten hacer fácilmente negocios desde cualquier lugar del mundo. Telecomunicaciones y computadores son equivalentes en nuestra era, a lo que fue la máquina de vapor en la Revolución Industrial. La implementación del Internet en los negocios cada día se desarrolla más, por lo que es necesario adecuar este nuevo concepto y fortalecer mucho más las empresas, no sólo para que estén en capacidad de competir y sobrevivir en el

mercado local, sino para que sean capaces de competir en los mercados internacionales.

En el mercado nacional, el sector de las telecomunicaciones ha venido experimentando grandes crecimientos desde el año 1996, ya que hasta finales del 2003, éste se ha expandido conjuntamente en promedio 1.255,33%. Sólo el servicio de Televisión Codificada experimentó un leve decrecimiento del 28.66% para el periodo analizado (Ver Anexo # 1A).

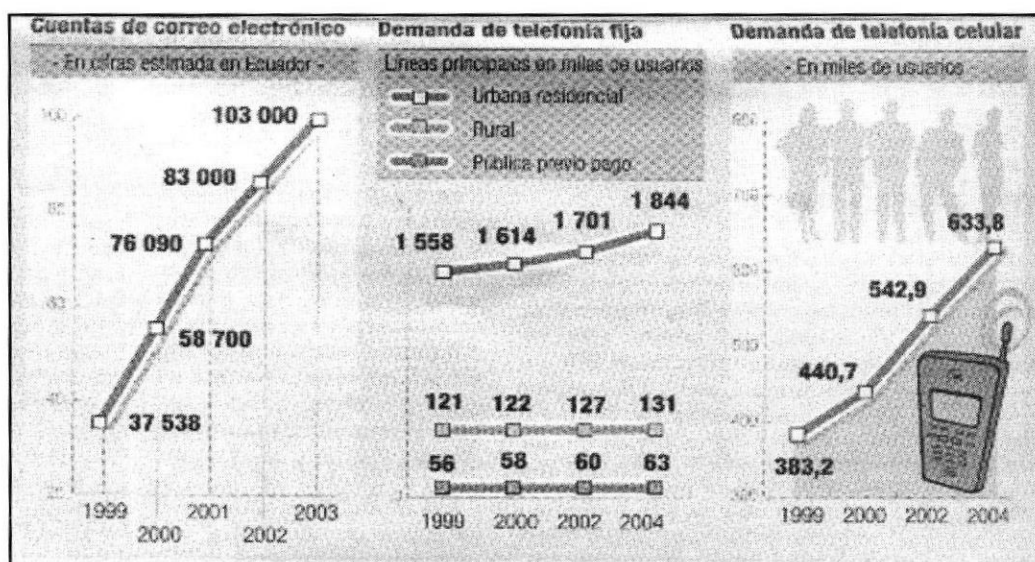
Desarrollo de los medios de comunicación	
Radio	38 Años
Televisión	13 Años
Internet	4 Años

Fuente: www.e-commerce.gov.energie.htm

En cuanto al servicio de Valor Agregado (Acceso a la Internet), el sector ha sido uno de los mejores en crecimiento luego del servicio de Portadores, ya que desde 1998 año en el que se comenzó a brindar este servicio en el país, el crecimiento experimentado es del 4.140,45% ya que en el 98 sólo existían 4.064 cuentas y hasta diciembre del 2003 estas llegaron a 172.332. Esta inmensa variación se puede ver en la presencia de los Cybercafés que actualmente se concentran en Guayaquil, Quito, Cuenca y Manta, que representan más del 75% de los 761 cybercafés registrados en el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (Conatel).

Por otro lado, las cuentas de correo electrónico como era de esperarse, también muestran aumentos significativos; ya que pasaron de 37.538 cuentas en el año 1999 a 103.000 cuentas en el 2003 experimentando una variación del 174.27% según datos estimados por la Superintendencia de Telecomunicaciones (Ver Gráfico # 1.2).

Gráfico # 1.2



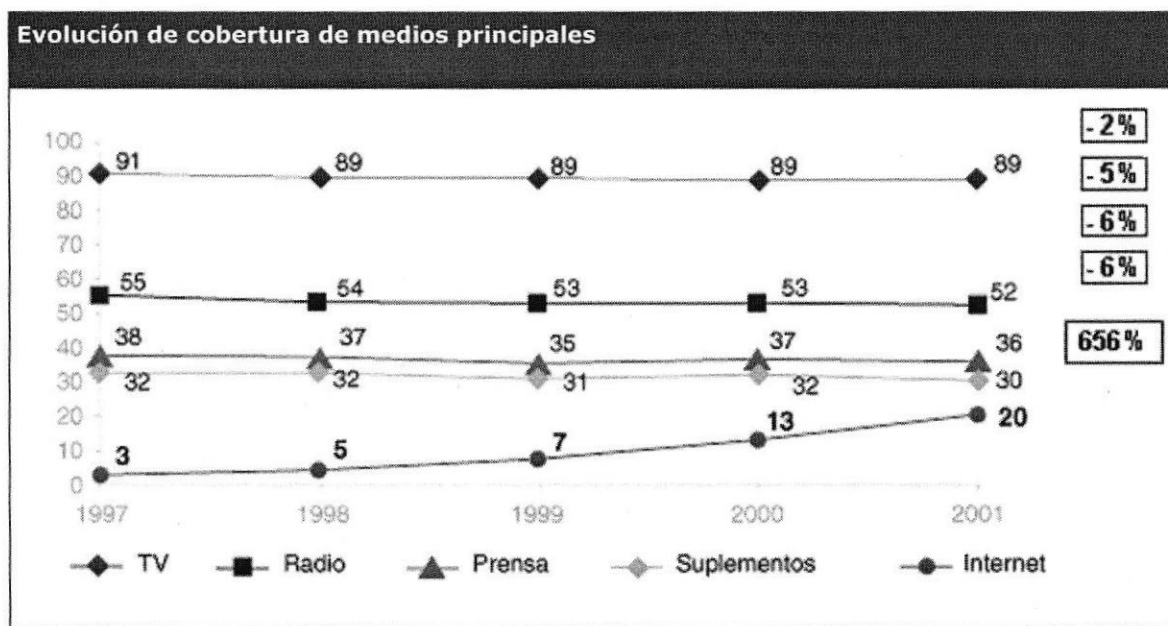
Fuente: Consejo Nacional de Telecomunicaciones (Conatel)

La posible evolución del mercado o la tendencia futura es que más personas tengan acceso a Internet, por lo que la cultura de nuestro país deberá ir cambiando.

Cobertura

En cuanto a la cobertura, según datos registrados en España, Internet ya es un medio de masas; ya que sólo durante el 2001 se llegó a los 8 millones de usuarios mensuales y durante el 2002 se superó ampliamente los 10 millones de usuarios alcanzando en cobertura a la prensa escrita (Ver gráfico #1.3). Los ratios de crecimiento del sector en los últimos cinco años son espectaculares. Mientras los principales medios han tenido entre 1997 y 2001 crecimientos negativos (del 5% de media) Internet ha crecido un 656% en el periodo.

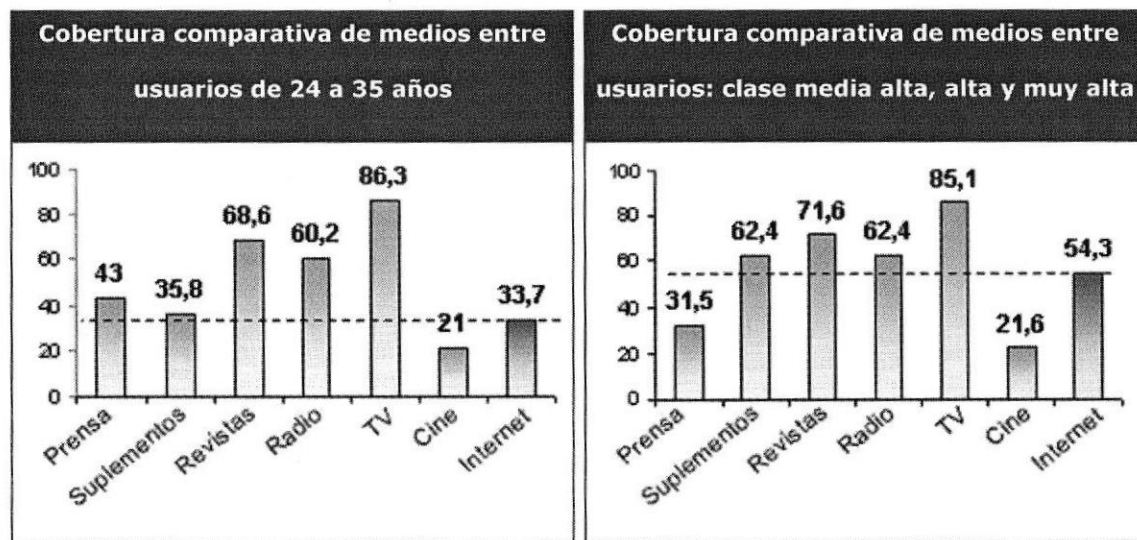
Gráfico # 1.3



Fuente: WWW.PUBLICIDAD.COM

Además el público de Internet es de especial interés para el mercado publicitario (Ver Gráfico # 1.4). En ciertos grupos de personas, la cobertura de Internet crece significativamente.

Gráfico # 1.4



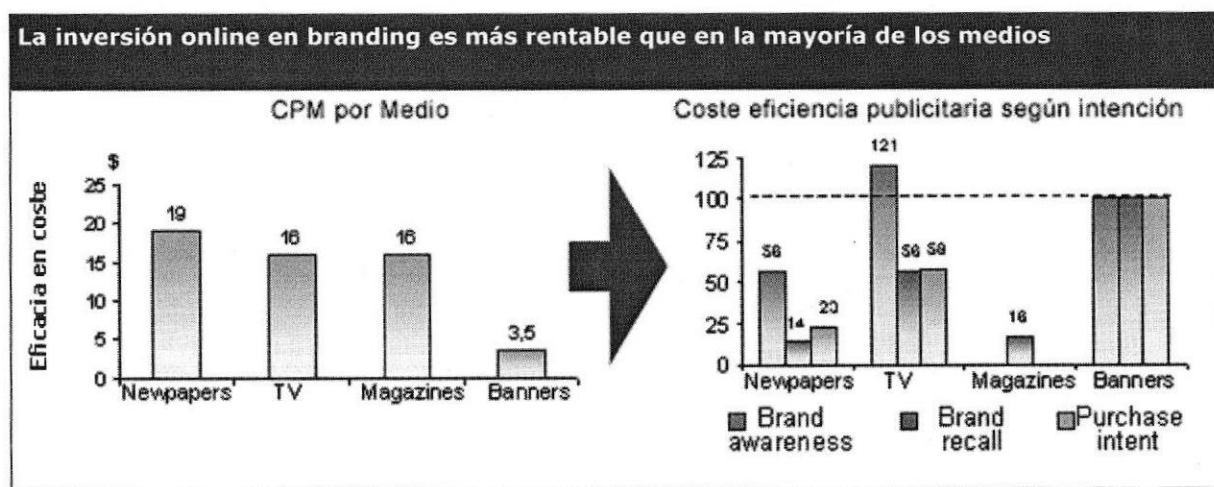
Fuente: WWW.PUBLICIDAD.COM

Por otro lado Internet es una herramienta que se usa de un modo creciente en el trabajo y permite llegar a un público al que es muy difícil llegar de otra manera.

Rentabilidad

Internet ha demostrado ser uno de los medios más rentables en términos publicitarios en el extranjero. Tanto para acciones de branding online como para acciones de marketing directo el medio online demuestra una excepcional relación entre el coste y la eficacia de las campañas publicitarias (Ver Gráfico # 1.5). Internet ha permitido segmentar mejor al público, lo cual mejora las acciones publicitarias, el tiempo de las campañas han podido ser optimizadas permitiendo analizar mejor el comportamiento de los individuos.

Gráfico # 1.5



Fuente: WWW.PUBLICIDAD.COM

La inversión online en marketing directo a través de e-mail es altamente rentable

	Base de datos de Email		Correo directo de papel
Duración del ciclo	2 días	vs.	60 días
Coste (cpm)	2800	vs.	18500*
Índice de respuesta	10-20%	vs.	2%
Datos Disponibles	Compras anteriores Datos demográficos		Compras anteriores Datos demográficos
	¿Quién abrió el email? ¿Cuánto se reenvió? ¿En qué hizo clic?		
Otras ventajas	Más formatos (Texto, Audio, Video) Seguimiento en tiempo real		

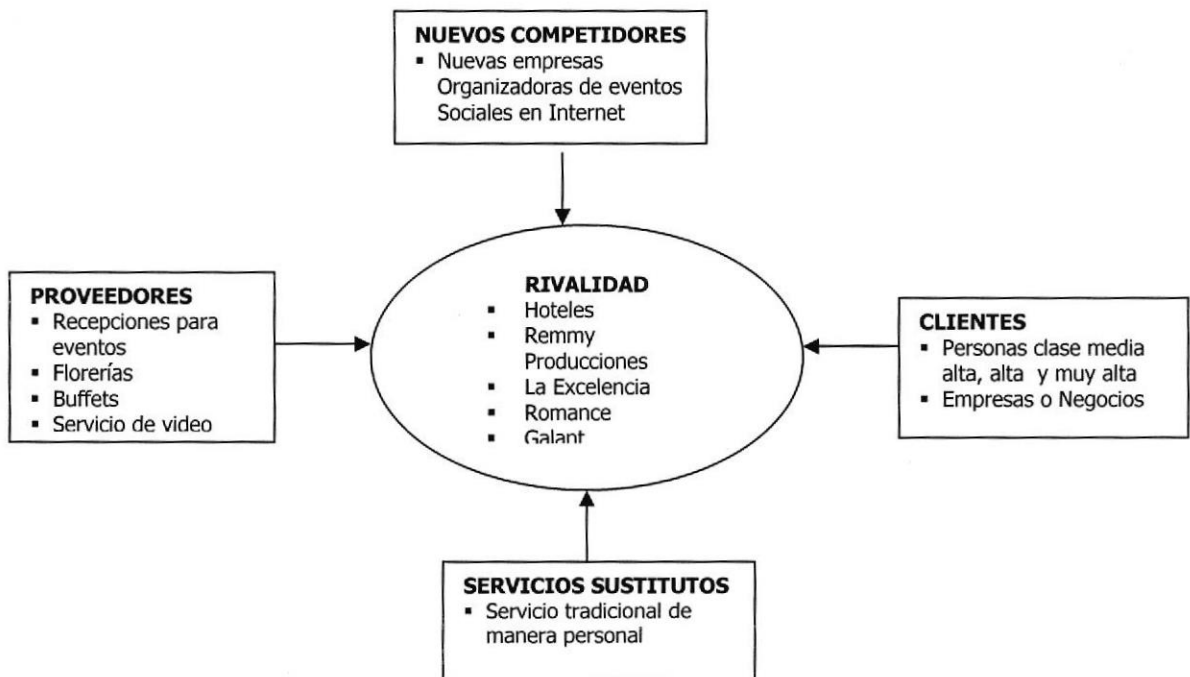
(*) Puede oscilar entre los 300,51 y los 1.502,53 € CPM.

Fuente: WWW.PUBLICIDAD.COM

1.5.- ANÁLISIS DEL SECTOR Y LA COMPAÑÍA

Según Michael E. Porter, destacado teórico de la estrategia competitiva de la Universidad de Harvard¹, el análisis minucioso de cinco fuerzas que interactúan en la industria, permite conocer en detalle a los competidores de una empresa. Estas son: Rivalidad entre los competidores, Amenazas de nuevos competidores, Amenaza de servicios sustitutivos, Poder de negociación de los proveedores y Poder de negociación de los compradores. A continuación (Ver gráfico # 1.6) se muestran cada una de estas fuerzas y como interactúan entre sí.

Gráfico # 1.6



¹ Competitive Strategy. Pp. 7-33

1.5.1.- RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES:

La rivalidad de los competidores en nuestro mercado lo componen todas aquellas empresas o negocios que brindan el servicio de Organización de Eventos Sociales a través de la Internet sólo para la ciudad de Guayaquil, ya que ésta es la cobertura geográfica de nuestro servicio. Cabe recalcar que por ser un servicio dirigido a personas de nivel medio alto, alto y muy alto en Internet, nuestros competidores son muy pocos lo que nos garantiza un nicho de mercado estable.

Entre los principales competidores tenemos:

- ❖ Hotel Colón
- ❖ Hotel Guayaquil
- ❖ Hotel Oro Verde
- ❖ Hotel Ramada
- ❖ Hotel Sherathon
- ❖ Hotel Continental
- ❖ Romance
- ❖ La Excelencia
- ❖ Remmy Producciones
- ❖ Galant

En el caso de los hoteles existe un híbrido particular, ya que éstos a más de ser nuestros competidores, también forman parte de nuestros proveedores debido a que ofrecen el servicio siempre y cuando éste se lleve a cabo en sus propias instalaciones (Ver Anexo 1B).

1.5.2.- AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES

En vista de la naturaleza del negocio de Eventos Sociales vía Internet, existe una potencial amenaza de nuevos competidores en el mercado, debido a que los servicios online muestran un crecimiento continuo en la actualidad.

Económicamente no existen barreras para ingresar al mercado, ya que en la actualidad la puesta en marcha de un negocio de este tipo bordea los \$5.000 dólares con todo lo necesario para iniciar las operaciones.

Tampoco existen restricciones legales en el Ecuador para brindar este tipo de servicios, ya que todas las concesionarias de Servicios de Internet autorizadas por la Superintendencia de Telecomunicaciones brindan el servicio de Hosting.

1.5.3.- AMENAZA DE SERVICIOS SUSTITUTOS

Los Servicios Sustitutos lo componen todos aquellos negocios que brindan la Organización de Eventos Sociales de forma tradicional; es decir, el cliente contrata los servicios requeridos de manera personal.

Según datos de la Cámara de Comercio, en Guayaquil existen alrededor de cien negocios afiliados a este gremio de modo legal, lo que indica que existe una gran posibilidad de perder nuestros potenciales clientes si no se llevan a cabo estrategias de calidad que nos permitan mantener y ampliar nuestro mercado.

1.5.4.- PODER DE PROVEEDORES

Nuestros potenciales proveedores lo componen todas aquellas empresas que brindan servicios como: Buffets, Alquiler de Recepciones para eventos, Decoración, etc.

Dado que existen muchos proveedores en la ciudad, se puede decir que estos representan un mercado competitivo, por lo que no poseen un mayor poder de negociación en las comisiones.

Es posible que al inicio de nuestras operaciones, el número de proveedores sea limitado; sin embargo, con el tiempo se espera que el ingreso de proveedores vaya en aumento en función de los servicios prestados.

1.5.5.- PODER DE LOS CLIENTES

Como se mencionó anteriormente, nuestros clientes gozan de nivel económico medio alto, alto y muy alto lo que intrínsecamente significa que éstos sí tienen poder de negociación en el momento de contratar nuestros servicios.

Una manera de equilibrar esta ventaja, será la ejecución de contratos por servicios de Organización de Eventos, de tal modo que reduzcan la posibilidad de pérdidas por la suspensión unilateral del mismo.

1.5.6.- VENTAJAS COMPETITIVAS

TodoEvento será fuerte frente a la mayoría de sus competidores, pues utilizará procedimientos estructurados, probados y documentados para cada servicio, que a largo plazo se convertirán en una ventaja competitiva, así se podrá asegurar el buen servicio y la calidad del mismo, y hacer mejoramiento continuo de los procesos.

1.6.- PRODUCTO/SERVICIO

1.6.1.- DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL SERVICIO

TodoEvento es un proyecto conformado por un grupo de profesionales en Sistemas de Computación con amplia experiencia, que han desarrollado su propio sitio en Internet y enfoca sus servicios a la organización de Eventos Sociales.

La idea de la empresa nace básicamente, de observar que la organización de un evento demanda mucho tiempo, requiere de una preparación perfecta y significa gestionar múltiples actividades como: organizar invitaciones, encontrar el salón adecuado, el buffet requerido, y todos los proveedores necesarios que demanda un evento.

En vista que el tiempo es muy valioso para nuestros clientes hemos considerado ofrecer nuestros servicios sólo a través de la Internet, brindándole así la comodidad, agilidad y facilidad que ellos requieren.

Con este recurso el cliente tendrá la opción de elegir un servicio integral o parcial según sus necesidades, a través de nuestra página Web. Si el servicio es integral, deberá enviarnos un formulario con sus necesidades y **TodoEvento** le cotizará al mejor presupuesto. Si sólo desea un servicio parcial, el cliente tendrá la posibilidad de seleccionar personalmente sus propios proveedores registrados en el sitio Web.

A continuación se detallan los tipos de Eventos Sociales y Servicios que **TodoEvento** ofrecerá a sus clientes:

Tipos de Celebraciones:

- ❖ Aniversario
- ❖ Baby Shower
- ❖ Bautizo
- ❖ Primera Comunión
- ❖ Cumpleaños
- ❖ Despedida de Soltero(a)

- ❖ Día de la madre (padre)
- ❖ Día de San Valentín
- ❖ Fin de Año
- ❖ Graduaciones
- ❖ Halloween
- ❖ Matrimonios
- ❖ Navidad
- ❖ Confirmación
- ❖ Quinceañeras

Tipos de Servicios:

- ❖ Decoración
- ❖ Arreglos Florales
- ❖ Catering – Banquetes
- ❖ Discjockey
- ❖ Fotografías y Videos
- ❖ Hoteles
- ❖ Joyerías
- ❖ Agencias de Viajes
- ❖ Salones de Bellezas
- ❖ Organizadores de Eventos
- ❖ Salones de Eventos
- ❖ Músicos en Vivo
- ❖ Modistas y Diseñadores
- ❖ Sastres – Smoking (Alquiler)
- ❖ Invitaciones y Recuerdos
- Alquiler de mesas, sillas, mantelería, etc, para fiestas

1.6.2.- CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

El servicio que brindaremos es a través de un sitio en Internet, donde se podrá visualizar información útil para la organización de toda clase de Eventos Sociales.

El aplicativo va estar desarrollado bajo tecnología WEB y podrá ser accedido desde el Internet; el mismo que facilitará la tarea de organización de eventos sociales, proporcionando al cliente información necesaria para cada necesidad.

El sitio en Internet, consiste en una comunidad virtual para el registro de usuarios y registros de los proveedores. El cliente podrá acceder a realizar solicitudes de cotizaciones del productos y/o servicios de diversas categorías

establecidas en el sistema. Estas solicitudes serán receptadas por **TodoEvento**.

TodoEvento, se encargará de responder a sus clientes, emitiendo sus cotizaciones que se enviarán a sus cuentas de correo. El cliente puede solicitar información ya sea por tipos de categorías o seleccionando al proveedor específico.

Si el cliente recibiera más de una cotización podrá seleccionar cual de ellas le conviene, ya sea por el precio o por los valores agregados que éstas incluyan. Esta opción brinda grandes facilidades al cliente que puede tener una oferta más amplia, comparar precios y, sobre todo, ser más selectivo al tener más información en su proceso de organización.

Entre las características mas importantes que el servicio prestará y que además contribuirán a la sostenibilidad en el mercado, presentamos las siguientes:

- ❖ Facilitar una lista de proveedores que puede ser útil para la planificación de un evento.
- ❖ Ofrecer una guía de ayuda, donde se detallará todos los pasos a seguir para organizar un evento, esta opción le ayudará, a lo largo de la organización y le permitirá asegurarse de que no olvide nada.
- ❖ Servicio para cualquier tipo de evento social. El usuario podrá llenar un formulario de cotización donde detallará lo que necesite por cada categoría; como por ejemplo: ¿Sala de reunión con capacidad para N personas?, ¿Música?, ¿Buffet? etc.
- ❖ Nosotros nos encargaremos de la realización integral o parcial del evento, de acuerdo a las necesidades del cliente.

Nuestros servicios adicionales se detallarán a continuación:

- ❖ **Servicio de compra y venta de productos relacionados** a los eventos realizados por nuestros clientes o en su defecto clientes nuevos.
- ❖ Los tipos de productos deberán estar dentro de las siguientes categorías:
 - ❖ Bienes usados (vestido de novias, decoraciones, etc).
 - ❖ Excesos de inventarios (recuerdos, invitaciones, etc).
 - ❖ Venta de equipos usados (equipos de música, video, etc).
- ❖ **Servicio de Fotos y/o Videos**, hoy en día surge la necesidad de publicar nuestras fotos y/o vídeos de los eventos realizados, para que personas cercanas como amigos y familiares que se encuentren dentro y fuera del Ecuador puedan visualizar por medio de www.TodoEvento.com.
- ❖ **Servicio de Karaoke**, se ofrecerá el servicio mencionado a domicilio, donde se llevará los equipos de sonido necesarios para que nuestros clientes disfrute un momento alegre con sus seres queridos o personas cercanas.

1.6.3.- BENEFICIO DEL SERVICIO

Los beneficios de nuestro producto se detallan a continuación:

- ❖ **Comodidad**, nuestros clientes podrán obtener información sobre la organización de sus eventos sin necesidad de moverse de sus hogares o lugares de trabajos.
- ❖ **Satisfacción**, el cliente podrá disfrutar cómodamente de la realización de su evento social, ya que no **TodoEvento** se encargará de la organización integral del evento.

- ❖ **Ahorro de tiempo**, el cliente dispondrá de múltiples alternativas para su elección ahorrando tiempo en la búsqueda del mejor servicio.
- ❖ **Disponibilidad**, debido a que el servicio se encuentra en el Internet, puede ser accesado por nuestros clientes las 24 horas del día.

1.7.- ANÁLISIS SITUACIONAL DE LA DEMANDA

1.7.1.- TAMAÑO DEL MERCADO

De acuerdo a la investigación de mercado realizado, se ha identificado dos grupos potenciales que intervienen en este servicio:

- ❖ Proveedores (Que ofrecerán sus productos y/o servicios en Internet).
- ❖ Clientes (Consumidores directos del producto).

1.7.2.- INVESTIGACIÓN A PROVEEDORES

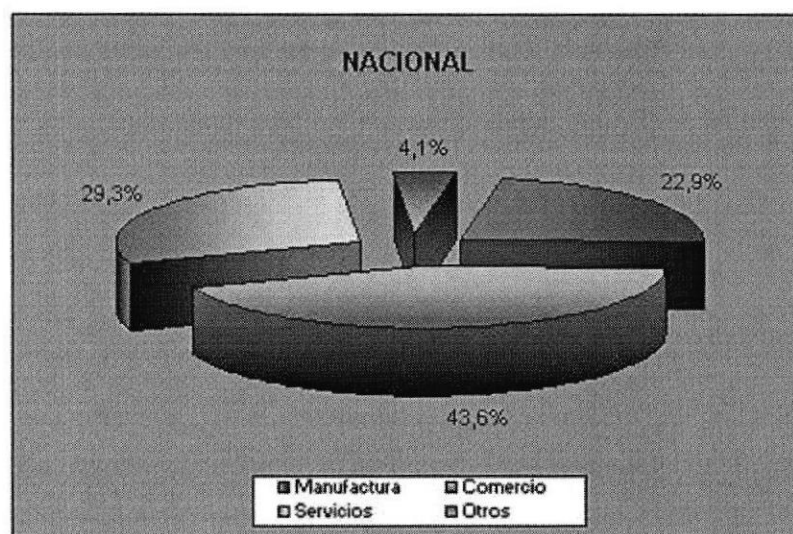
De acuerdo a los datos del INEC, un indicador fundamental que hemos considerado para la clasificación de nuestro segmento, es el porcentaje de Negocios de los hogares a nivel Nacional; esta dado por área, según rama de actividad (Ver Cuadro # 1.2) **Cuadro # 1.2**

Rama de Actividad	Nacional	Urbano	Rural
Manufactura	22.90%	21.60%	26.60%
Comercio	43.60%	44.90%	40%
Servicios	29.30%	31.70%	22.80%
Otros	4.10%	1.70%	10.70%

En términos generales, los negocios familiares se originan como una alternativa a la insuficiente demanda en el sector moderno de la economía. El gráfico # 1.7 y el cuadro, indican que la mayor parte de los negocios familiares se dedican a las actividades relacionados con el comercio y los servicios, con

el afán y propósito de procurar reactivar los ingresos del hogar en tiempos cortos y tener respuesta a los efectos que ocasiona la crisis.

Gráfico # 1.7



En base al porcentaje que muestra el censo para la provincia del Guayas 27.2%, se proyecta el porcentaje de Negocios de los hogares por rama de actividades para esta provincia (Ver Cuadro # 1.3).

Cuadro # 1.3

Año	Ecuador	Guayas	%
2001	12,156,608	3.309.034	27.2

Rama de Actividad	Guayas	Urbano	Rural
Manufactura	6.23%	5.88%	7.24%
Comercio	11.86%	12.21%	11%
Servicios	7.97%	8.62%	6.20%
Otros	1.12%	0.46%	2.91%

1.7.2.1.- SEGMENTO DEL MERCADO PROVEEDORES

Inicialmente nuestro segmento de mercado esta enfocado hacia la ciudad de Guayaquil, de lo cual podemos indicar que el número de personas económicamente activa esta representada por (Ver Cuadro # 1.4).

Cuadro # 1.4

Guayas	% (27.2)
3,309,034	100

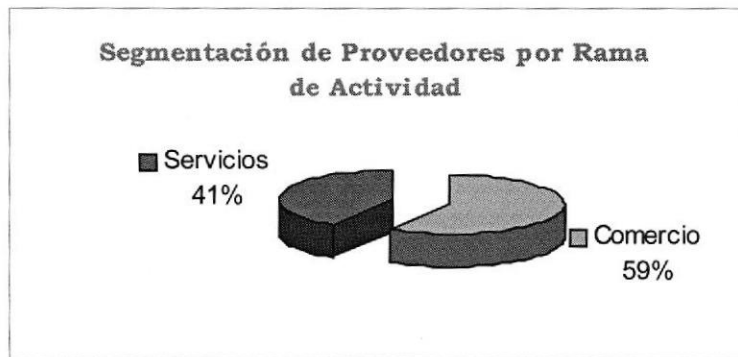
Guayaquil	%
2,114,473	63.9

Con los datos indicados anteriormente podemos acotar que nuestro segmento de mercado total apunta hacia la ciudad Guayaquil con 2,114,473 habitantes que representan el 17,2 % del porcentaje de Negocios de los hogares de la provincia del Guayas.

Una vez realizada la segmentación anterior, podemos enfocar que nuestro mercado objetivo con relación al Proveedor; esta centrado en las actividades de comercio y servicios del área Urbana de la ciudad de Guayaquil (Ver Cuadro # 1.5).

Cuadro # 1.5

Rama de Actividad	Urbano
Comercio	7.80%
Servicios	5.51%



Adicionalmente a esta segmentación debemos restar los negocios y servicios que no cumplan con las siguientes actividades:

- ❖ Agencias de Organización
- ❖ Sitios y lugares
- ❖ Preparar el sitio
- ❖ Transporte
- ❖ Profesionales de apoyo
- ❖ Entretenimiento y actividades
- ❖ Publicar tu evento
- ❖ Obsequios y regalos
- ❖ Información de la Ciudad
- ❖ Entre otros

Por otro lado, se ha logrado identificar a varios proveedores, los cuales por su prestigio serán considerados como los iniciales para ofrecer nuestro servicio.

(Ver Cuadro # 1.6)

Cuadro # 1.6Servicio s	Empresas o Personas Natural	Dirección	Teléfono
Decoración	Jessica Salazar	Ayacucho 206 y Rumichaca	2415213
Arreglos Florales	"La Marcelle"	Miraflores Calle 3ra. No. 111 y Guayas. www.florerialamarelle.com	220359 - 2204020
	Flores Naturales	Cdla. Naval Norte. Mz. 4 Villa 12.	394899 - 391078
Catering - Banquetes	Mindla Abramowicz Ayanca	Vélez 624 y Rumichaca, 6to piso, dept 16. mindla_a@hotmail.com	2328681 - 2515165
	Sandra Cajas	García Aviles y Fco. De Campos.	097171014
DiscJockey	Cesar Jara	García Avilez 728 y C. Ballén (Primer Piso)	22327858
	Dj Roberto Lucero		097-142881
	Dj Mike's	P Icaza 621 y Boyaca	2302708
Fotografías y Videos	Remy	ecuador@remyproducciones.c om www.remyproducciones.com	2880666
	Gianny Film	Cdla. Martha de Roldos Mz. 104 - V4	252527
	Jose Wong Guerra	Sauces 6 MZ 259F48	2249267
Hoteles	Sol de Oriente	Aguirre 603 y Escobedo	2325500 - 2325601
	UniPark	Clemente Ballén 406 y Chile www.uniparkhoteles.com	2324065
	Hotel Ramada	Malecón #606	2565555
Salones de Belleza y Maquillaje	Cosmetique	C.C. Los Ceibos, calle 13 y Av. Principal, local #9 planta alta.	2 350391
	Peluquería Cabellos del Sol	C.C Mall Del Sol, Local B 109 - planta baja	2 691774 - 2 691775 - 099 761082
	Jimmy Pareja	C.C. Plaza Mayor, Local #27	2 246185 / 2 242609 / 2 241279

1.7.3.- INVESTIGACIÓN A CLIENTES

Esta investigación ha sido tomada de varias fuentes, la primera es el INEC, que se detalla a continuación: Un indicador fundamental que hemos considerado para la clasificación de nuestro segmento, es el porcentaje de Población por Grupos de edades de la provincia del Guayas (Ver Cuadro # 1.7).

Cuadro # 1.7

Población	Promedio de Edad	%
992,710	0-14	30%
661,807	15-24	20%
959,620	24-44	29%
463,265	45-64	14%
231,632	65 +	7%

En base al numero de habitantes que muestra el censo para la provincia del Guayas 3,309,034; se proyecta el numero de Población por Grupos de edades de la ciudad de Guayaquil (Ver Cuadro # 1.8).

Cuadro # 1.8

Año	ECUADOR	GUAYAS	%
2001	12,156,608	3.309.034	27.2

Población	Promedio de Edad	%
595,614	0-14	30%
397,076	15-24	20%
575,760	24-44	29%
277,953	45-64	14%
138,977	65 +	7%

Como segundo indicador para la segmentación del mercado al que deseamos llegar se ha tomado la Estructura de Gasto total de los Hogares a nivel Nacional dado por Área (Ver Cuadro # 1.9).

Cuadro # 1.9

Urbano		Rural	
Gasto x Rubro	%	Gasto x Rubro	%
Alimentos	41.3	Alimentos	55.4
Vestido	3.2	Vestido	2.8
Vivienda	16	Vivienda	10.6
Muebles y Enseres	5.4	Muebles y Enseres	4.9
Salud	7.4	Salud	8.6
Transporte	12	Transporte	8.7
Educación	6.5	Educación	3.2
Otros Gastos	8.2	Otros Gastos	5.8

El presente cuadro refleja la realidad nacional en lo referente al gasto, y observamos que la crisis ha hecho que el ciudadano ecuatoriano priorice sus

gastos, así tenemos que el rubro alimentos es la mitad del gasto, seguido en importancia por la vivienda, el transporte, la salud, la educación, los muebles y enseres y el vestido.

En base al porcentaje que muestra el censo para la provincia del Guayas 27.2%, se proyecta el porcentaje por Rubro de Gasto de los Hogares para la provincia del Guayas, dado por Área (Ver Cuadro # 1.10).

Cuadro # 1.10

Urbano		Rural	
Gasto x Rubro	%	Gasto x Rubro	%
Alimentos	11.23	Alimentos	15.07
Vestido	0.87	Vestido	0.76
Vivienda	4.35	Vivienda	2.88
Muebles y Enseres	1.47	Muebles y Enseres	1.33
Salud	2.01	Salud	2.34
Transporte	3.26	Transporte	2.37
Educación	1.77	Educación	0.87
Otros Gastos	2.23	Otros Gastos	1.58

1.7.3.1.- SEGMENTO DEL MERCADO CLIENTES

Inicialmente nuestro segmento de mercado esta enfocado hacia la ciudad de Guayaquil, de lo cual podemos indicar que el porcentaje de Rubro de Gasto de los Hogares esta representada por (Ver Cuadro # 1.11).

Cuadro # 1.11

Guayas	%
3,309,034	100

Guayaquil	%
1,985,379	59.99

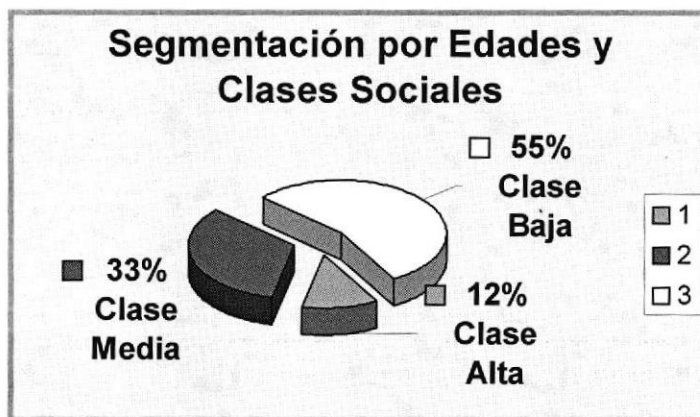
Urbano		Rural	
Gasto x Rubro	%	Gasto x Rubro	%
Alimentos	6.74	Alimentos	9.04
Vestido	0.52	Vestido	0.46
Vivienda	2.61	Vivienda	1.73
Muebles y Enseres	0.88	Muebles y Enseres	0.80
Salud	1.21	Salud	1.40
Transporte	1.96	Transporte	1.42
Educación	1.06	Educación	0.52
Otros Gastos	1.34	Otros Gastos	0.95

Una vez realizada la segmentación anterior, podemos enfocar que nuestro mercado objetivo con relación al Cliente Final; esta centrado en dos grupos de edades del área Urbana de la ciudad de Guayaquil. Adicionalmente a esta segmentación debemos indicar que solo serán considerados de la

Estructura de Rubro de Gastos de Hogares, el rubro Otros Gastos con el 1.34 % (Ver Cuadro # 1.12).

Cuadro # 1.12

Descripción	Total	Clase Alta	Clase Media	Clase Baja
HOMBRES 26 a 44	85.400	9.600	28.300	47.500
MUJERES 26 a44	79.300	9.500	26.500	43.300
	164.700	19.100	54.800	90.800
	100%	12%	33%	55%



1.7.4.- RESULTADO DE MUESTREO A PROVEEDORES Y

CLIENTES

Para determinar las características del mercado, se realizó una investigación de campo que cubrió 100 proveedores y clientes con el propósito de tener un nivel de confiabilidad del 95% y un error de muestreo del 5%. (Ver Anexo # 1C).

En el caso de los proveedores, se consideraron mayoristas y minoristas dedicados a la Actividad de Comercio y Servicio de Organización de Eventos. En los clientes, se consideraron aquellas personas que cumplieran con el siguiente perfil:

- ❖ Personas con limitación de tiempo.
- ❖ Personas interesadas en organizar cada detalle de su evento.
- ❖ Usuarios de Internet.

Los principales resultados de esta investigación fueron:

Proveedores

- ❖ El 95 % de los proveedores aún no tienen publicado sus productos o servicios en Internet.
- ❖ El 60% de los proveedores que aún no tienen publicado sus productos o servicios tienen previsto hacerlo en los próximos 6 meses.

Clientes

- ❖ El 75% de los clientes están interesados en contar con un servicio de Organización de Eventos Sociales en el Internet.
- ❖ Los beneficios que los clientes ven en el uso de este servicio son:

✓ Comodidad	85%
✓ Ahorro de Tiempo	85%

✓ Satisfacción	35%
✓ Más económico	20%
✓ Disponibilidad las 24 horas	35%

1.8.- PLAN ESTRATÉGICO

1.8.1.- ANÁLISIS FODA

Éste es un análisis que se realiza a la empresa desde dos puntos de vista: entorno interno y entorno externo. En el análisis de entorno interno, se estudian las Fortalezas y Debilidades que la empresa posee actualmente, las cuales son variables controlables para la administración.

En el análisis de entorno externo, se establecen las Oportunidades y las Amenazas existentes en el mercado, por lo que se convierten en variables de poco control para la administración.

Los resultados obtenidos de estos análisis, permiten establecer estrategias y tácticas que ayudarán a la administración alcanzar objetivos propuestos a través de un plan estratégico.

Fortalezas:

- ❖ El mercado seleccionado es relativamente nuevo con pocos competidores, lo que nos garantiza oportunidades de crecimiento.
- ❖ Plataforma Tecnológica muy flexible, escalable y de bajo costo de mantenimiento.
- ❖ Personal técnico de amplia experiencia en el desarrollo de la aplicación.

Debilidades:

- ❖ Por ser nuestra empresa nueva en el mercado, la confianza de nuestros clientes y proveedores es mínima, generando debilidad al momento de negociar.
- ❖ Los servicios proporcionados por nuestra empresa están limitados sólo a la ciudad de Guayaquil.
- ❖ No contamos con el servicio de pago electrónico.

Oportunidades:

- ❖ En nuestro medio el uso de los servicios por Internet está en etapa de crecimiento.
- ❖ Número reducido de competidores en el mercado.

Amenazas:

- ❖ Existe aún muy poca cultura de negocio a través de la Internet en nuestros proveedores, lo que posiblemente nos permita crecer a ritmo lento.
- ❖ El mercado de publicidad online en nuestro país todavía es reducido, y podría afectar a nuestros ingresos.

1.8.2.- ESTRATEGIA DE MERCADOTÉCNIA

Las actividades que realizaremos para dar a conocer los beneficios y bondades de nuestro servicio son los siguientes:

- ❖ **Promoción en Ventas**, Aplicaremos incentivos a corto plazo para fomentar la adquisición de nuestro servicio, como por ejemplo: en el

primer periodo no cobrar por concepto de publicidad; de esta manera, nuestro proveedor podrá utilizar nuestro servicio inicialmente gratis.

- ❖ **Publicidad**, Inicialmente utilizaremos medios publicitarios escritos, como hojas volantes, tarjetas de presentación y medios electrónicos como el correo donde presentaremos nuestra dirección Web. Posteriormente realizaremos acuerdos con grandes portales horizontales Nacionales ya posicionados en el mercado. Como también publicidad por medio de radio en periodos determinados para fomentar una más rápida adopción del servicio.
- ❖ **Diferenciación**, Será la estrategia empleada para llegar al mercado objetivo, la cual se manifestará por medio de la calidad en el servicio y la capacidad de satisfacer al cliente.
- ❖ **Nueva Tecnología**, Que permita brindar mayores beneficios a los clientes y hagan el negocio más rentable.
- ❖ **Precios Atractivos**, Nuestra política de cobro por el servicio de Organización de Eventos será el descuento del 3% del total del evento, de acuerdo al contrato que establezcamos con el proveedor, y un incremento del 3% al cliente. Adicionalmente cobraremos a los proveedores que soliciten el servicio de publicación en nuestra pagina Web desde el segundo periodo de operación de la empresa, es decir el primer período será gratuito. Inicialmente el valor por publicidad será de \$25 y \$50 mensuales y dependerá del espacio publicitario que sea solicitado. De los cuales se ha logrado identificar inicialmente los siguientes: (Ver Anexo # 1C).

- ❖ **Relaciones Públicas,** Desarrollaremos buenas relaciones con nuestros posibles clientes y proveedores, de manera que en el futuro podamos realizar alianzas y acuerdos llegando a negociaciones bajo el modelo ganar-ganar. Mediante este método alcanzaremos una imagen corporativa positiva, lo cual será favorable para nuestra empresa.

1.8.3.- ESTRATEGIA DE PRECIO

La determinación del costo para la Organización de un Evento Social, se da a través de los siguientes componentes:

- ❖ Hemos tomado como referencia los precios de nuestros proveedores, llámese por proveedores a cada persona natural o jurídica que brinde los diferentes tipos de servicios mostrados en la lista del Cuadro # 5.2.
- ❖ Se procedió a sacar una media del costo por servicio de cada proveedor, la muestra se basa en las encuestas realizadas a los proveedores.

Cabe recalcar que para este ejemplo se ha tomado como muestra la organización de un Evento Social para 150 personas.

Cuadro # 5.2

CALCULOS DE LOS COSTOS SEGÚN LOS SERVICIOS DE LOS PROVEEDORES			
COSTO PROM. X SERVICIO PARA EVENTO DE 150 PERSONAS	PRECIO UNITARIO \$	CANTIDAD	TOTAL X SERVICIO
Locales	180.00	1	180.00
DiscJockey	160.00	1	160.00
Peluquería y Maquillaje	150.00	1	150.00
Catering	5.00	150	750.00
Gaseosas	1.16	150	174.00
Licor	25.50	15	382.50
Champagne	12.50	8	100.00
Decoración de Local	150.00	1	150.00
Arreglos Florales	210.00	1	210.00
Arreglos Globales	70.00	1	70.00
Fotografías	1.50	200	300.00
Filmaciones	250.00	1	250.00
Carruaje	140.00	1	140.00
Mantelería invitados	100.00	1	100.00
Sillas	0.36	150	54.00
Mesas	1.20	30	36.00
Vajillas	120.00	1	120.00
Invitaciones y tarjetería	275.00	1	275.00
Musicos	250.00	1	250.00
S u b t o t a l			3,851.50
Pastelería (torta, bocaditos)			
Matrimonio	400.00	1	400.00
Quince años	290.00	1	290.00
Graduaciones, Cumpleaños, etc...	180.00	1	180.00
Total x Evento Social (Matrimonio)			4,251.50

TodoEvento pone a disposición de sus clientes los precios de sus tres principales tipos de Eventos, de los cuales varían en relación a la Pastelería:

Cuadro # 5.2.

- ❖ Matrimonio
- ❖ Quince años
- ❖ Graduaciones, cumpleaños, etc...

Nuestro precio unitario promedio, se lo obtiene del mutuo acuerdo entre **TodoEvento** y sus proveedores, ya que debe de existir un contrato por

escrito, el cual nos especifica que le proveedor de su precio total nos dará un descuento del 3% que corresponderá al primer período del año 1 y segundo período del año 2. Continuamente al tercer periodo del año 3 corresponderá el 4% y un 5% dentro del cuarto periodo del año.

Los porcentajes mencionados en el rubro anterior, representan para **TodoEvento** su margen de Ingreso por evento.

TodoEvento, tiene otro margen de Ingreso que se le cobrara al cliente por efecto de brindar el servicio de Organizador de Evento, esto corresponderá a los siguientes porcentajes por periodo:

- ❖ Primer periodo del año 1 y segundo periodo del año 2, el 3%.
- ❖ Tercer periodo del año 3, el 4%.
- ❖ Cuarto periodo del año 4, el 5%.

Cuadro # 5.3

COSTO DE EVENTO POR PROVEEDOR Y SERVICIO PRESTADO DE TODOEVENTO.COM				
PERIODO 2 AÑO 2				
EVENTO A REALIZAR PARA 150 PERSONAS	COSTO PROMEDIO \$	SERVICIO DE TODOEVENTO.COM		Total Comisión
		Proveedor	Cliente Final	
Matrimonio	4,251.50	127.55	127.55	255.09
Quince años	4,141.50	124.25	124.25	248.49
Graduaciones, Cumpleaños, etc...	4,031.50	120.95	120.95	241.89
COSTO DE EVENTO POR PROVEEDOR Y SERVICIO PRESTADO DE TODOEVENTO.COM				
PERIODO 3 AÑO 3				
EVENTO A REALIZAR PARA 150 PERSONAS	COSTO PROMEDIO \$	SERVICIO DE TODOEVENTO.COM		Total Comisión
		Proveedor	Cliente Final	
Matrimonio	4,676.65	187.07	187.07	374.13
Quince años	4,555.65	182.23	182.23	364.45
Graduaciones, Cumpleaños, etc...	4,434.65	177.39	177.39	354.77
COSTO DE EVENTO POR PROVEEDOR Y SERVICIO PRESTADO DE TODOEVENTO.COM				
PERIODO 4 AÑO 4				
EVENTO A REALIZAR PARA 150 PERSONAS	COSTO PROMEDIO \$	SERVICIO DE TODOEVENTO.COM		Total Comisión
		Proveedor	Cliente Final	
Matrimonio	5,144.32	257.22	257.22	514.43
Quince años	5,011.22	250.56	250.56	501.12
Graduaciones, Cumpleaños, etc...	4,878.12	243.91	243.91	487.81

CAPITULO 2 ANÁLISIS TÉCNICO Y ADMINISTRATIVO

2.1.- PROCESO DEL SERVICIO

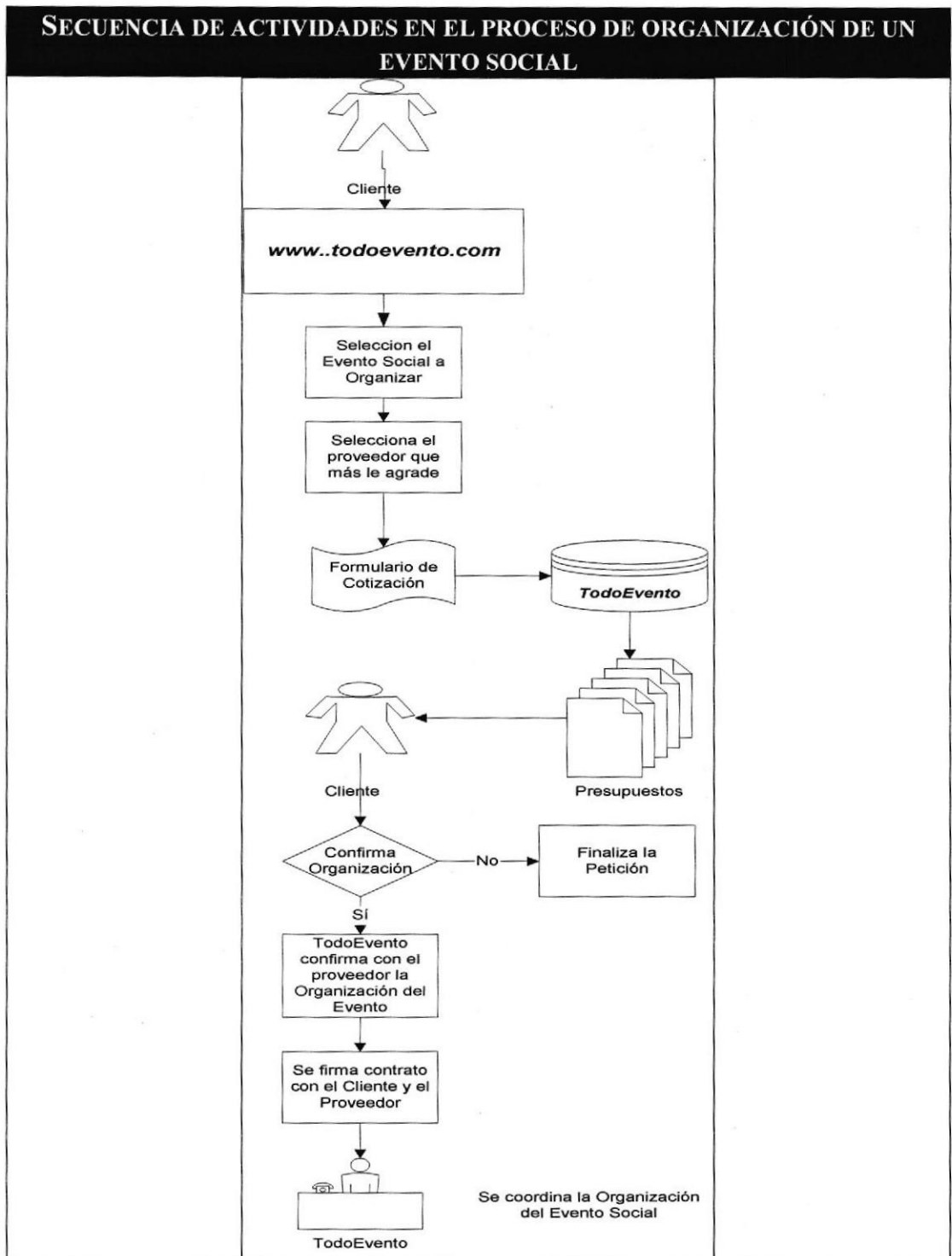
Para realizar cualquier tipo de Evento Social, es necesario conocer las necesidades del cliente al momento de solicitar el servicio y así determinar el mejor presupuesto que esté al alcance del mismo.

En el Gráfico # 2.1 se presenta la secuencia de actividades que debe realizarse para poder brindar el servicio. El proceso del servicio tiene las siguientes etapas:

1. El cliente ingresa a nuestra página en Internet, solicitando algunos de nuestros servicios.
2. El cliente selecciona el Evento Social de su elección.
3. El cliente selecciona al proveedor, que más le agrade.
4. El cliente llena el formulario de cotización para la organización de su evento.
5. El cliente recibe alternativas de presupuestos, enviadas por **TodoEvento**.
6. El cliente envía la confirmación del Evento a desarrollarse.
7. **TodoEvento** confirma con el proveedor el Evento a desarrollarse.
8. Se establece el negocio con el cliente y se firma el contrato.
9. Se firma el contrato con el proveedor.
10. **TodoEvento** coordina el desarrollo para que el evento sea un éxito

Gráfico # 2.1

DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO.

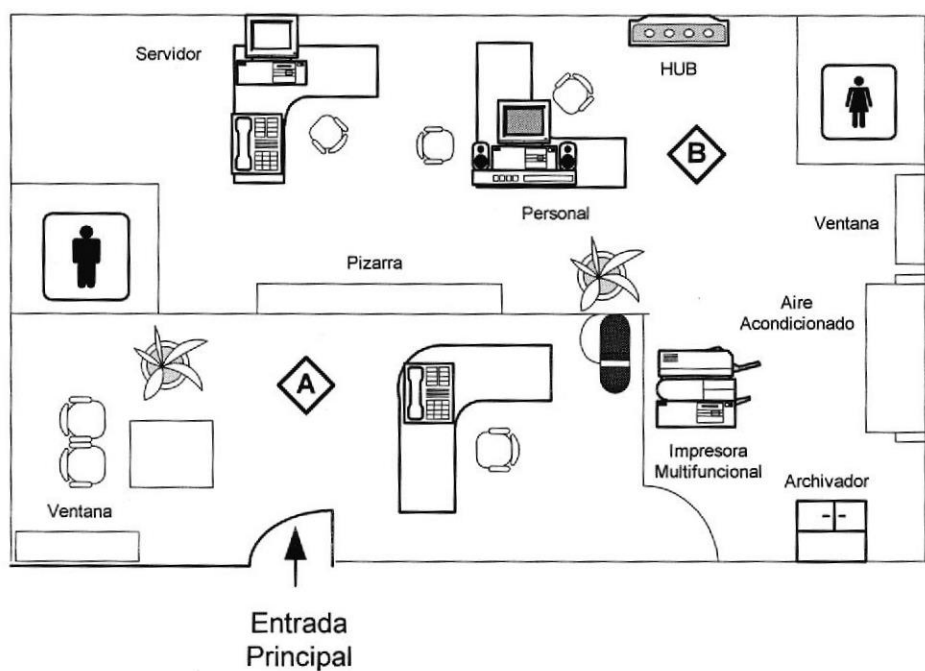


2.2.- TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DEL NEGOCIO

TodoEvento, estará ubicado en el centro de la ciudad de Guayaquil, en el Edificio San Francisco 300, es una oficina de 50 metros cuadrados, cuyo alquiler mensual es de \$300,00.

Este local cuenta con todos los servicios básicos tales como: agua, energía eléctrica, alcantarillado y dos líneas telefónicas; cuenta con cuatro lámparas para la iluminación adecuada del local, dos ventanas de tamaño mediano y un aire acondicionado, lo cual garantiza una buena ventilación.

PLANO DEL LOCAL



Sección	Descripción
A	Sala de Recepción
B	Sala de Desarrollo y Operación

2.3.- EQUIPOS Y MUEBLES DE OFICINA

Para el buen funcionamiento de **TodoEvento**, se requieren los siguientes equipos de computación:

- ❖ Una Computadora cliente de 1 Mhz, 1 Gigabytes en memoria RAM, disco duro de 40 Gigabytes de capacidad.
- ❖ Una Computadora Servidor Intel de 2.5 Mhz, 3 Gigabytes en memoria RAM, disco duro de 100 Gigabytes de capacidad, para almacenar una base de datos que contiene la información de clientes y proveedores.
- ❖ Una Impresora Multifuncional.
- ❖ UPS 525 V.A de dos horas.
- ❖ Hub 8 puertos 10 mbps.
- ❖ Dos teléfonos Sony.
- ❖ Software, el cuál facilitará el servicio de nuestro sitio en Internet:
Visual Studio .NET
Windows 2000 Tegnologia NT
SQL Server 7.0

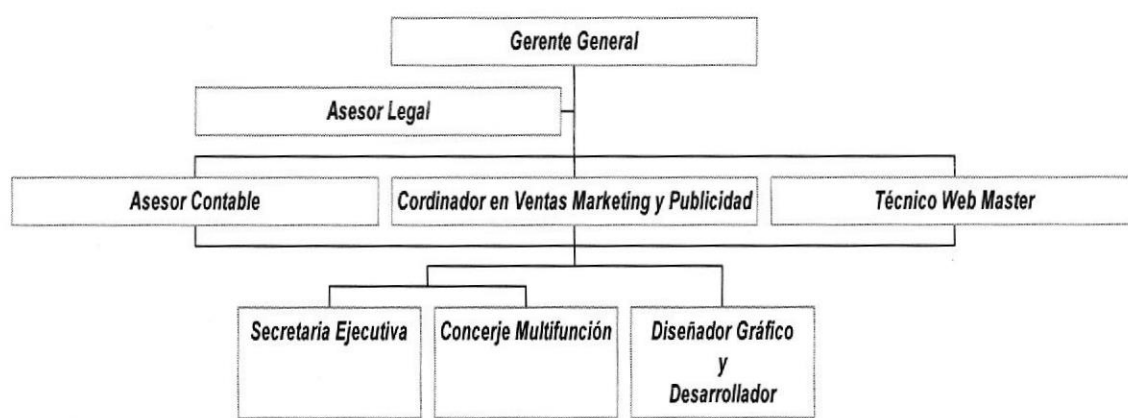
Muebles de Oficinas:

- ❖ Tres Escritorios.
- ❖ Seis Sillas.
- ❖ Un Archivador.
- ❖ Un Extintor.
- ❖ Una Pizarra.

Herramientas de Consulta:

- ❖ Un Libro sobre Visual Studio .NET.
- ❖ Un Libro sobre Sql Server 2000.

2.4.- ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONES



Gerente General

De acuerdo a la Estructura Organizacional, el Gerente General será uno de los socios y su función será la de evaluar y aprobar los planes y estrategias propuestos, además de la gestión administrativa de la empresa.

Asesor Legal

Estará bajo contrato eventual y sus funciones serán: brindar asesoramiento legal a la empresa resolviendo posibles litigios con los colaboradores, empresas, proveedores y clientes que no cumplan con los contratos establecidos.

Coordinador en Ventas Marketing y Publicidad

Será el encargado de la Atención directa a los clientes y proveedores, publicidad y desarrollo de estrategias de mercadeo. Estas funciones la llevará a cabo uno de los socios.

Técnico Web Master

Las funciones del Técnico Web Master será el mantenimiento de la Aplicación Web, manejo de la Base de Datos, asp, y tecnologías que requieren conocimientos de programación aplicables a páginas web. Estará bajo contrato eventual

Asesor Contable

Este cargo estará asignado a una persona con estudios de Ingeniería comercial, CPA o áreas afines y será contratado por servicios prestados y laborará un día a la semana, sus funciones serán: manejo contable y financiero de la empresa y la actualización de políticas tributarias y fiscales.

Secretaria Ejecutiva

La secretaria trabajará tiempo completo, sus funciones serán: manejo de la recepción de documentos, llamadas telefónicas, elaboración de informes gerenciales, atención a clientes y proveedores. Ella como imagen de la empresa, será uno de los primeros contactos con nuestros clientes y proveedores.

Diseñador Gráfico y Desarrollador

Será el encargado de la programación y desarrollo de la página Web. Estas funciones la llevará a cabo uno de los socios.

Mensajero

Este cargo será asignado a una persona con estudios de bachillerato. El mensajero trabajará a tiempo completo y sus funciones son: trámites en instituciones, cobranzas y compras menores.

3.1.- ASPECTOS LEGALES DE LA COMPAÑÍA.

TodoEvento se constituirá bajo el régimen de responsabilidad limitada como una empresa de servicios, a través de participaciones de igual valor entre todos los socios fundadores, quienes serán partícipes de las utilidades o pérdidas generados por el negocio. Los socios fundadores estarán conformados por tres personas: Paola Carvajal, Narcisa Noboa y Henry Chávez.

La toma de decisiones se llevará a cabo mediante Junta Directiva, en la cual cada uno de los socios tendrá igual participación. Sus funciones básicas serán las de definir metas y estrategias para la empresa.

TodoEvento, cumplirá con todos los procesos de contratación y operación, se ha previsto en las proyecciones financieras el cumplimiento riguroso de todas las obligaciones tributarias de orden nacional, obligaciones laborales y de orden municipal. Tales como:

- ❖ Llevar la contabilidad correcta de los estados financieros (Balance General y Perdidas y Ganancias).
- ❖ Declaraciones al SRI, del impuesto a la renta anual, IVA mensual y las tasas de ley de la Superintendencia de Compañías.
- ❖ Aportaciones al IESS, en un 11,5% como aporte patronal y 9,35% como aporte del trabajador.

Todo el software que se utilice tendrá su respectiva licencia.

Todos los servicios se ampararán con un contrato que incluirá los siguientes aspectos:

1. Las partes contratantes.
 - a. (**TodoEvento** - Cliente)
 - b. (**TodoEvento** - Proveedor)
2. Alcance del contrato.
3. Responsabilidades profesionales.
4. Monto del Contrato.
5. Procedimientos de facturación y pago.
6. Fecha de Terminación.
7. Firmas de las partes y Fechas

3.2.- ASPECTOS DE LEGALIZACIÓN URBANA

3.2.1.- TRÁMITES Y PERMISOS ANTE LOS ORGANISMOS, DEL GOBIERNO Y SECCIONALES.

TodoEvento, cumplirá con los siguientes permisos:

- ❖ Registro Único de Contribuyente (RUC).
- ❖ Permiso Municipales de Funcionamiento.
- ❖ Permiso de Salud.
- ❖ Certificado de Seguridad de Bomberos.
- ❖ Permiso a la Cámara de Turismo.
- ❖ Patente Comercial.
- ❖ Contrato de Arrendamiento.

3.3.- ASPECTOS SOCIALES

3.3.1.- EFECTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS PARA EL CONGLOMERADO SOCIAL.

- ❖ Inicialmente la empresa dará empleo directo a 3 personas y 3 con contrato externo; más adelante, y de acuerdo con el crecimiento, será necesario contar con un mayor número de personas, los cuales podrían contratarse por tiempo eventual.
- ❖ **TodoEvento**, velará para que todos los servicios prestados se realicen de una manera honesta, con la mejor calidad.
- ❖ **TodoEvento**, generará todos los impuestos que lo dispone la ley constitutiva.

TodoEvento, ofrecerá sus servicios con su página WEB, desarrollada con una alta tecnología, con esto fortalece el desarrollo de nuestro país en el mundo del Internet.

En el detalle de cada uno de los presupuesto del análisis económico, se muestra el comienzo de la operación de **TodoEvento**, en el segundo semestre del primer año y los presupuestos del año 2, 3 y 4.

4.1.- INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

El Cuadro # 4.1 presenta en detalle los requerimientos de inversión en activos fijos (equipos, software, vehículos; y muebles y enseres). Los activos que constan en la cuadro con estado (Nuevo), se adquirirán de contado y los que tienen estado de (Aportación) representan aportaciones de los socios.

Cuadro # 4.1

DESCRIPCIÓN	ESTADO	CANTIDAD	PRECIO / U.	SUB TOTAL	TOTAL
Equipos de Computación y Oficina					
Servidor Intel 2.1 GHz	Nuevo	1	850.00	850.00	
Computador Personal	Aportación	2	0.00	0.00	
Impresora Multifuncional	Aportación	1	0.00	0.00	
UPS 525 V.A de dos horas	Aportación	1	0.00	0.00	
Hub 8 puertos 10 mbps	Nuevo	1	60.00	60.00	
Teléfonos	Nuevo	2	20.00	40.00	
Total de Equipos de Computación y Oficina					950.00
Muebles y Enseres					
Escritorio	Nuevo	3	65.00	195.00	
Sillas	Nuevo	6	25.00	150.00	
Archivador	Nuevo	1	85.00	85.00	
Extintor	Nuevo	1	35.00	35.00	
Pizarra	Aportación	1	0.00	0.00	
Total de Muebles y Enseres					465.00
Software Amortizable					
Visual Studio .NET	Nuevo	1	800.00	800.00	
Windows 2000 Tecnología NT	Nuevo	1	600.00	600.00	
SQL Server 7.0	Nuevo	1	2,450.00	2,450.00	
Total de Software Amortizable					3,850.00
Vehículos	Usado	1	4,500.00	4,500.00	
Total de Vehículos					4,500.00

En el Cuadro # 4.2, se presenta el detalle de las depreciación y amortización de los activos fijos; el valor calculado depende del tiempo de vida útil que tenga cada encere.

Cuadro # 4.2

DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN						
Descripción	Vida Útil	Valor	Periodos	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Depreciación Mensual
Equipos de Computación y Oficina	5	950	1	190.00	190.00	15.83
			2	190.00	380.00	15.83
			3	190.00	570.00	15.83
			4	190.00	760.00	15.83
Muebles y Enseres	10	465	1	46.50	46.50	3.88
			2	46.50	93.00	3.88
			3	46.50	139.50	3.88
			4	46.50	186.00	3.88
Software Amortizable	5	3850	1	770.00	770.00	64.17
			2	770.00	1,540.00	64.17
			3	770.00	2,310.00	64.17
			4	770.00	3,080.00	64.17
Vehículos	10	4500	1	450.00	450.00	37.50
			2	450.00	900.00	37.50
			3	450.00	1,350.00	37.50
			4	450.00	1,800.00	37.50

4.2.- GASTOS DE ARRANQUE

Los gastos de arranque que cubren: Gastos por Constitución y trámites ante distintas agencias gubernamentales, representan un valor total de \$11,578.72; que están dados en el Cuadro # 4.3.

Cuadro # 4.3

INVERSIÓN PRIMER AÑO	
CONCEPTO	PRIMER SEMESTRE Período 0 AÑO 1
Gasto por Constitución	29.47
Inversión en Equipos de Computación y Oficina	950.00
Inversión de Muebles y Enseres	465.00
Inversión en Software	3,850.00
Inversión en Gastos por Arriendo	900.00
Inversión en Vehículo	4,500.00
Depreciación de Equipos y Oficina	95.00
Depreciación de Muebles y Enseres	23.25
Depreciación de Vehículo	225.00
Amortización de Software	385.00
Gasto por Alquiler de Internet	28.00
Gasto por Cableado de Red	0.00
Gasto de Suministros de Oficinas	25.00
Gasto de Publicidad	103.00
Gasto de Personal	0.00
Total de Inversión	11,578.72

4.3.- INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO

Debido a que la compañía es nueva en el mercado, y nueva en su negocio de prestar servicio como Organizadores de Eventos, los socios que integran **TodoEvento** se han visto en la necesidad de invertir y poner a disposición de la empresa un Capital de Trabajo requerido para cubrir los distintos procesos del negocio. (Ver Cuadro # 4.4).

Cuadro # 4.4

PRESUPUESTO DE CAPITAL DE TRABAJO					
CAPITAL	PRIMER SEMESTRE Período 0 AÑO 1	SEGUNDO SEMESTRE Período 1 AÑO 1	Período 2 AÑO 2	Período 3 AÑO 3	Período 4 AÑO 4
Capital de Trabajo del Período	11,578.72	8,172.67	18,362.22	20,633.60	23,844.91
Capital de Trabajo del Período Anterior	0	11,578.72	8,172.67	18,362.22	20,633.60
Inversión Capital de Trabajo Requerido	11,578.72	0.00	10,189.55	2,271.37	3,211.31

4.4.- COSTOS POR SERVICIO DE ORGANIZADOR DE EVENTOS

El Cuadro # 4.5, nos muestra el % porcentaje de comisión que **TodoEvento** cobra a su cliente por concepto de prestar su servicio como organizador de Eventos.

Entre los tipos de eventos principales tenemos: Matrimonios, Quince años, Graduaciones, cumpleaños, etc.

- ❖ Los costos son tomados en base a la organización de un evento social para 150 personas.
- ❖ La política de **TodoEvento** en cuanto al % porcentaje de comisión por evento esta dado de la siguiente manera:
 1. Para el período 1 - Año 1 y período 2 - Año 2, se acordó el 6% de comisión sobre el costo del Evento Social a organizar.
 2. Para el período 3 - Año 3, se acordó el 8 % de comisión sobre el costo del Evento Social a organizar.
 3. Para el período 4 - Año 4, se acordó el 10 % de comisión sobre el costo del Evento Social a organizar.

Cuadro # 4.5

COSTO DE EVENTO POR PROVEEDOR Y SERVICIO PRESTADO DE TODOEVENTO.COM				
PERIODO 2 AÑO 2				
EVENTO A REALIZAR PARA 150 PERSONAS	COSTO PROMEDIO \$	SERVICIO DE TODOEVENTO.COM		Total Comisión
		Proveedor	Cliente Final	
Matrimonio	4,251.50	127.55	127.55	255.09
Quince años	4,141.50	124.25	124.25	248.49
Graduaciones, Cumpleaños, etc...	4,031.50	120.95	120.95	241.89
COSTO DE EVENTO POR PROVEEDOR Y SERVICIO PRESTADO DE TODOEVENTO.COM				
PERIODO 3 AÑO 3				
EVENTO A REALIZAR PARA 150 PERSONAS	COSTO PROMEDIO \$	SERVICIO DE TODOEVENTO.COM		Total Comisión
		Proveedor	Cliente Final	
Matrimonio	4,676.65	187.07	187.07	374.13
Quince años	4,555.65	182.23	182.23	364.45
Graduaciones, Cumpleaños, etc...	4,434.65	177.39	177.39	354.77
COSTO DE EVENTO POR PROVEEDOR Y SERVICIO PRESTADO DE TODOEVENTO.COM				
PERIODO 4 AÑO 4				
EVENTO A REALIZAR PARA 150 PERSONAS	COSTO PROMEDIO \$	SERVICIO DE TODOEVENTO.COM		Total Comisión
		Proveedor	Cliente Final	
Matrimonio	5,144.32	257.22	257.22	514.43
Quince años	5,011.22	250.56	250.56	501.12
Graduaciones, Cumpleaños, etc...	4,878.12	243.91	243.91	487.81

4.5.- COSTOS SEGÚN LOS SERVICIOS DE NUESTROS PROVEEDORES

Los costos que observamos en el Cuadro # 4.6, son valores tomados de las múltiples cotizaciones realizadas a los proveedores que prestan dichos servicios. ver punto (SEGMENTO DEL MERCADO PROVEEDORES).

Cuadro # 4.6

CALCULOS DE LOS COSTOS SEGÚN LOS SERVICIOS DE LOS PROVEEDORES			
COSTO PROM. X SERVICIO PARA EVENTO DE 150 PERSONAS	PRECIO UNITARIO \$	CANTIDAD	TOTAL X SERVICIO
Locales	180.00	1	180.00
DiscJockey	160.00	1	160.00
Peluquería y Maquillaje	150.00	1	150.00
Catering	5.00	150	750.00
Gaseosas	1.16	150	174.00
Licor	25.50	15	382.50
Champagne	12.50	8	100.00
Decoración de Local	150.00	1	150.00
Arreglos Florales	210.00	1	210.00
Arreglos Globales	70.00	1	70.00
Fotografías	1.50	200	300.00
Filmaciones	250.00	1	250.00
Carruaje	140.00	1	140.00
Mantelería invitados	100.00	1	100.00
Sillas	0.36	150	54.00
Mesas	1.20	30	36.00
Vajillas	120.00	1	120.00
Invitaciones y tarjetería	275.00	1	275.00
Musicos	250.00	1	250.00
Subtotal			3,851.50
Pastelería (torta, bocaditos)			
Matrimonio	400.00	1	400.00
Quince años	290.00	1	290.00
Graduaciones, Cumpleaños, etc...	180.00	1	180.00
Total x Evento Social (Matrimonio)			4,251.50

4.6.- PRESUPUESTO DE INGRESOS

El Cuadro # 4.7 recoge la información detallada de las ventas acerca de los eventos a organizar, publicidad a proveedores y otros ingresos. De igual manera indica los efectos tributario (IVA) y determina los procesos de Ingresos de efectivos y cuentas por cobrar en cada uno de los períodos considerados.

El primer año se ha elaborado en forma mensual para poder identificar mejor el desarrollo del negocio. Se han incluido para los años 2, 3 y 4 los ajustes debidos a fenómenos inflacionarios.

El Cuadro # 4.8 detalla el ingreso por concepto de publicidad a proveedores u otros tipo de proveedores que deseen publicar su servicio o producto.

La tarifa de costo por concepto de publicidad está dado por:

- ❖ El tamaño del banner mostrado en la pagina Web.
- ❖ Sus costos son de 25 y 50 dólares respectivamente.

Cuadro # 4.8

MERCADO DE PUBLICIDAD								
TIPO DE PROVEEDOR	Cantidad x Mes AÑO 1	Precio x Publicidad	Cantidad x Mes AÑO 2	Precio x Publicidad	Cantidad x Mes AÑO 3	Precio x Publicidad	Cantidad x Mes AÑO 4	Precio x Publicidad
Estudio Jurídico	1	25.00	2	50.00	3	82.50	5	151.25
Boutique - Tienda de Ropa	1	50.00	2	100.00	3	165.00	5	302.50
Comercial	2	100.00	3	150.00	5	275.00	8	484.00
Computación	3	150.00	5	250.00	8	440.00	12	726.00
Audio y Video	1	25.00	2	50.00	3	82.50	5	151.25
Distribuidor - Artículos para el Hogar	1	25.00	2	50.00	3	82.50	5	151.25
Pastelería	1	50.00	2	100.00	3	165.00	5	302.50
Boutique - Tienda de Zapatos	1	25.00	2	50.00	3	82.50	5	151.25
Totales por Publicidad	11	375.00	20	680.00	31	1,127.50	50	1,966.25

El Cuadro # 4.9 detalla el ingreso por concepto de otros ingresos, entre ellos: fotos y videos, karaoke y compra - venta de artículos varios.

Cuadro # 4.9

Mercado de Fotos Videos, Karaoke, Compra Venta								
TIPO	Cantidad x Mes AÑO 1	Precio	Cantidad x Mes AÑO 2	Precio	Cantidad x Mes AÑO 3	Precio	Cantidad x Mes AÑO 4	Precio
Fotos y Videos	2	30	3	45	5	75	8	120
Karaoke	3	90	5	150	8	240	12	360
Compra y Venta	2	15	3	22.5	5	37.5	8	60
Totales por Fotos Videos, Karaoke, Compra Venta	7	135.00	11.00	217.50	18.00	352.50	28.00	540.00

4.7.- PRESUPUESTO DE GASTOS DE PERSONAL

TodoEvento, tendrá en su nómina a dos personas internas: una secretaria ejecutiva que tendrá un salario mensual de 140 usd y un conserje multifunción con salario mensual de 80 usd; también existen tres personas externas: un asesor contable con salario de 150 usd mensuales, un asesor legal con salario prorrateado de 15 usd mensuales y un Web Master con salario prorrateado de 10 usd mensuales (Ver Cuadro 4.10).

Cuadro # 4.10

GASTOS DE SUELDOS Y SALARIOS																
DETALLE	PRIMER SEMESTRE						SEGUNDO SEMESTRE						Periodo 2 AÑO 2	Periodo 3 AÑO 3	Periodo 4 AÑO 4	
	1 MES	2 MES	3 MES	4 MES	5 MES	6 MES	7 MES	8 MES	9 MES	10 MES	11 MES	12 MES				
Gerente General (coordinador de Logística)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
Asesor Contable	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	1,900.00	2,178.00	2,395.80
Asesor Legal	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	198.00	217.80	239.58
Coordinador en Ventas, Marketing y Publicidad	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
Técnico Web Master	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	132.00	145.20	159.72
Diseñador y Desarrollador	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
Secretaria Ejecutiva	140.00	140.00	140.00	140.00	140.00	140.00	140.00	140.00	140.00	140.00	140.00	140.00	140.00	1,848.00	2,032.80	2,236.08
Conserje Multifunción	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	1,056.00	1,161.60	1,277.76
TOTAL DE SUELDOS Y SALARIOS	395.00	395.00	395.00	395.00	395.00	395.00	395.00	395.00	395.00	395.00	395.00	395.00	395.00	5,214.00	5,735.40	6,308.94

4.8.- PRESUPUESTO DE GASTOS DE OPERACIÓN

Los gastos de Operación de *TodoEvento* están compuestos por arriendo, servicios públicos, gastos de mantenimiento de oficina, impuestos locales, depreciaciones de equipos y amortizaciones.

El Cuadro # 4.11 presenta estos datos, incluyendo los incrementos por inflación y por volumen de actividad.

Cuadro # 4.11

PRESUPUESTO DE GASTOS DE OPERACION				
DETALLE	SEGUNDO SEMESTRE	Período 2 AÑO 2	Período 3 AÑO 3	Período 4 AÑO 4
	Período 1 AÑO 1			
GASTOS INDIRECTOS				
Gasto de Arrendamiento	1,800.00	3,960.00	4,356.00	4,791.60
Gastos por Concepto (luz, agua y teléfono)	960.00	2,112.00	2,323.20	2,555.52
GASTOS POR CONSTITUCIÓN				
Permiso Municipal	12.24	26.93	29.62	32.58
Permiso de Cuerpo de Bomberos	4.98	10.96	12.05	13.26
Matrícula de la Camara de Comercio	53.20	117.04	128.74	141.62
Amortización de Software	385.00	770.00	770.00	770.00
Depreciación de Equipos de Computación y Oficina	95.00	190.00	190.00	190.00
Gastos por Alquiler de Internet	168.00	369.60	406.56	447.22
Gastos de Dominio y Hosting	318.00	699.60	769.56	846.52
Gasto por Cableado de Red	0.00	0.00	0.00	0.00
Gasto por Mantenimiento de Oficina	120.00	264.00	290.40	319.44
Depreciación de Vehículos	225.00	450.00	450.00	450.00
TOTAL DE GASTOS DE OPERACIÓN	4,141.42	8,970.12	9,726.14	10,557.75

4.9.- PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS

En este rubro se incluyen los gastos de publicidad, honorarios del personal por mantenimiento de evento, los gastos de transporte, suministro de oficina, mantenimiento de vehículo y depreciación de los muebles y enseres. El Cuadro # 4.12 recoge estos datos e incluye los incrementos por inflación y por volumen de actividades.

Cuadro # 4.12

PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS				
DETALLE	SEGUNDO SEMESTRE		Período 3 AÑO	
	Período 1 AÑO 1	Período 2 AÑO 2	3	Período 4 AÑO 4
Gastos de Suministros de Oficina	150.00	330.00	363.00	399.30
Depreciación de Muebles y Enseres	23.25	46.50	46.50	46.50
Gastos de Publicidad	618.00	1,359.60	1,495.56	1,645.12
Gasto por Transporte (Gasolina)	360.00	1,056.00	1,452.00	2,244.00
Gasto de Personal de Mantenimiento de Evento	360.00	1,056.00	1,452.00	2,244.00
Gasto por Mantenimiento de Vehículo	150.00	330.00	363.00	399.30
TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	1,661.25	4,178.10	5,172.06	6,978.22

4.10.- ANÁLISIS DE COSTO Y PUNTO DE EQUILIBRIO

El Cuadro # 4.13 presenta la separación, período por período, de los costos fijos y los costos variables y muestras , además el costo total anual.

Aunque cada evento social tiene una estructura de precios y de costos diferente, se ha calculado el precio de venta unitario y el costo variable unitario de evento promedio (representativa de los diversos tipos de Eventos Sociales), dividiendo los valores totales por el número de eventos sociales de cada período y con estos resultados se ha calculado el punto de equilibrio contable para cada período.

Se observa que desde el primer período se está por encima del punto de equilibrio contable, es decir , que hay utilidades desde este momento.

Cuadro # 4.13

ANALISIS DE COSTO				
DETALLE	SEGUNDO SEMESTRE	Período 2 AÑO 2	Período 3 AÑO 3	Período 4 AÑO 4
	Período 1 AÑO 1			
Gastos de Personal	2,370.00	5,214.00	5,735.40	6,308.94
Gastos Indirectos	2,760.00	6,072.00	6,679.20	7,347.12
Gastos por Alquiler de Internet	168.00	369.60	406.56	447.22
Gastos de Hosting y Dominio	318.00	699.60	769.56	846.52
Gasto por Cableado de Red	0.00	0.00	0.00	0.00
Gasto por Mantenimiento de Oficina	120.00	264.00	290.40	319.44
Permiso Municipal	12.24	26.93	29.62	32.58
Permiso de Cuerpo de Bomberos	4.98	10.96	12.05	13.26
Matrícula de la Camara de Comercio	53.20	117.04	128.74	141.62
Gastos de Suministros de Oficina	150.00	330.00	363.00	399.30
Gastos de Publicidad	618.00	1,359.60	1,495.56	1,645.12
Gasto por Mantenimiento de Vehículo	150.00	330.00	363.00	399.30
Amortización de Software	385.00	770.00	770.00	770.00
Depreciación de Equipos de Computación y Oficina	95.00	190.00	190.00	190.00
Depreciación de Muebles y Enseres	23.25	46.50	46.50	46.50
Depreciación de Vehículos	225.00	450.00	450.00	450.00
TOTAL COSTOS FIJOS	7,452.67	16,250.22	17,729.60	19,356.91
Gasto por Transporte (Gasolina)	360.00	1,056.00	1,452.00	2,244.00
Gasto de Personal de Mantenimiento de Evento	360.00	1,056.00	1,452.00	2,244.00
TOTAL COSTOS VARIABLES	720.00	2,112.00	2,904.00	4,488.00
TOTAL COSTOS FIJOS + VARIABLES	8,172.67	18,362.22	20,633.60	23,844.91
Costo Variable Promedio Unitario	20.00	22.00	22.00	22.00
Precio Unitario Promedio por Evento	248.49	248.49	364.45	501.12
Margen de Contribución por Evento	228.49	226.49	342.45	479.12
Punto de Equilibrio (# de Eventos)	33	72	52	40
Eventos Proyectados	36	96	132	204

5.1.- MERCADO GLOBAL

El Cuadro 5.1 nos muestra el tamaño de nuestro mercado objetivo, este está clasificado por grupos de familias de la ciudad de Guayaquil.

Para hallar nuestro mercado objetivo se ha considerado los siguientes parámetros, tomados de fuentes creíbles como es el INEC (Instituto Nacional Ecuatoriano de Censo)

El número de habitantes de la ciudad de Guayaquil es 2.086,000 personas. Se ha considerado una estimación de 4.62 personas por hogar familiar para la clase social alta y 4.51 personas por hogar familiar para la clase social media; entonces cuantos hogares se conformarán con 2.086,000 personas.

El resultado de lo anteriormente expuesto es 445,000 hogares de la ciudad de Guayaquil.

Otro parámetro importante que consideramos, es el nivel socioeconómico de los hogares.

Clase Social	%
Alta	9
Media	29
Baja	62

Para nuestro caso, el mercado objetivo está considerado dentro de la clase social media alta, alta y muy alta entre las edades de 26 y 44 años de edad de ambos sexos.

Como resultado final nos encontramos que 179,000 es el número de hogares que conformarán nuestro mercado objetivo.

Hay que considerar que por cada año o período posterior, incrementamos el 1.63 % del Factor de Índice de crecimiento poblacional.

Cuadro # 5.1

MERCADO OBJETIVO GUAYAQUIL	Cantidad ANO 1 - 2	Cantidad ANO 3	Cantidad ANO 4
Hogares nivel socio-económico (media, alta y muy alta)	179,000	183,475	188,062
Podemos Indicar que por cada 10 Hogares se realiza un evento social			

5.2.- PROYECCIÓN DE VENTAS POR SERVICIOS.

Por organización de Eventos Sociales.

TodoEvento, ha realizado su calculo respectivo del numero de evento que estimara realizar mensualmente y esta basado en la siguiente formula:

Cuadro # 5.4

1. Numero de Eventos mensual es igual a:
2. Numero de Hogares de captación del mercado dividido para 10.
 - ❖ Mercado objetivo del cantón Guayaquil, 198,538 hogares de la clase media alta, alta y muy alta.
 - ❖ Variable 10, representa que por cada 10 hogares se realiza un evento social.
3. El punto 2 es multiplicado por 0,01.
 - ❖ Variable 0,01, representa que se va a captar al comienzo el 1 % de los hogares.
4. Del resultado entre el punto 2 y 3, esto se lo divide para 3.
 - ❖ Variable 3, representa el numero de tipo de eventos que **TodoEvento** ofrece por ejemplo: Matrimonio, Quince años, Graduaciones, etc...
5. El resultado del punto 4 es dividido para 12.
 - ❖ Variable 12, representa el numero de meses que tiene un año.

En los periodos siguientes la formula solo varia en relación al porcentaje de captación de los hogares:

- ❖ Primer periodo del año 1, el porcentaje de captación es del 1 % de los hogares.
- ❖ Segundo periodo del año 2, el porcentaje de captación es del 1.5 % de los hogares.
- ❖ Tercer periodo del año 3, el porcentaje de captación es del 2 % de los hogares.
- ❖ Cuarto periodo del año 4, el porcentaje de captación es del 3 % de los hogares.

El ingreso mensual es tomando en base a los siguientes parámetros:

1. Total de ingreso mensual es igual a:
2. Numero de eventos mensuales multiplicado por;
3. Valor por cobrar del porcentaje por concepto de Servicio que se brinda al cliente.
 - ❖ Porcentaje por cobrar, representa al valor expresado en el punto 5.2 ESTRATEGIA DE PRECIO sobre el costo total del evento.

Además, este valor es obtenido del promedio de la suma por los 3 tipos de eventos que **TodoEvento** ofrece.

Cuadro # 5.2

CANTIDAD DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EN EL SEGUNDO SEMESTRE AÑO 1 - Período 1			
SERVICIO	# EVENTOS MENSUAL	3 % por Cobrar por Concepto de Servicio al Cliente y Proveedor	INGRESO MENSUAL
Matrimonios, Quince Años, Graduaciones, Aniversarios, Bautizos, Comuniones, Inauguraciones, Baby Showers, Halloween, Navidad, etc...	6	248.49	1,490.94
CANTIDAD DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EN EL SEGUNDO SEMESTRE AÑO 2 - Período 2			
SERVICIO	# EVENTOS MENSUAL	3 % por Cobrar por Concepto de Servicio al Cliente y Proveedor	INGRESO MENSUAL
Matrimonios, Quince Años, Graduaciones, Aniversarios, Bautizos, Comuniones, Inauguraciones, Baby Showers, Halloween, Navidad, etc...	8	248.49	1,987.92
CANTIDAD DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EN EL SEGUNDO SEMESTRE AÑO 3 - Período 3			
SERVICIO	# EVENTOS MENSUAL	4 % por Cobrar por Concepto de Servicio al Cliente y Proveedor	INGRESO MENSUAL
Matrimonios, Quince Años, Graduaciones, Aniversarios, Bautizos, Comuniones, Inauguraciones, Baby Showers, Halloween, Navidad, etc...	11	364.45	4,008.97
CANTIDAD DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EN EL SEGUNDO SEMESTRE AÑO 4 - Período 4			
SERVICIO	# EVENTOS MENSUAL	5 % por Cobrar por Concepto de Servicio al Cliente y Proveedor	INGRESO MENSUAL
Matrimonios, Quince Años, Graduaciones, Aniversarios, Bautizos, Comuniones, Inauguraciones, Baby Showers, Halloween, Navidad, etc...	17	501.12	8,519.07

Por concepto de publicidad.

- ❖ El mercado objetivo de publicidad es obtenido del muestro de nuestras encuestas realizadas a los distintos proveedores sea que estén relacionados directa o indirectamente con la Organización de un Evento Social.
- ❖ El precio por publicidad sea tomado en base al criterio y punto de vista de los clientes en mercados en las encuestas. Además las tarifas de precios se enmarca en relación al tamaño del banner que desean:
 1. Costo de 50 usd, tamaño del banner 468 x 60.
 2. Costo de 25 usd, tamaño del banner 131 x 132.

Cuadro # 5.3

MERCADO DE PUBLICIDAD								
TIPO DE PROVEEDOR	Cantidad x Mes AÑO1	Precio x Publicidad	Cantidad x Mes AÑO2	Precio x Publicidad	Cantidad x Mes AÑO3	Precio x Publicidad	Cantidad x Mes AÑO4	Precio x Publicidad
Estudio Jurídico	1	25.00	2	50.00	3	82.50	5	151.25
Boutique - Tienda de Ropa	1	50.00	2	100.00	3	165.00	5	302.50
Comercial	2	100.00	3	150.00	5	275.00	8	484.00
Computación	3	150.00	5	250.00	8	440.00	12	726.00
Audio y Video	1	25.00	2	50.00	3	82.50	5	151.25
Distribuidor - Artículos para el Hogar	1	25.00	2	50.00	3	82.50	5	151.25
Pastelería	1	50.00	2	100.00	3	165.00	5	302.50
Boutique - Tienda de Zapatos	1	25.00	2	50.00	3	82.50	5	151.25
Totales por Publicidad	11	375.00	20	650.00	31	1,127.50	50	1,986.25

Por concepto de servicio de Fotos y Videos, Karaoke.

- ❖ El mercado objetivo de los clientes que deseen de un servicio de publicación de fotos y video, es obtenido del muestro de nuestras encuestas realizadas al publico en general; sea que estén relacionados directa o indirectamente con la Organización de un Evento Social.
- ❖ El precio por el servicio, sea tomado en base al promedio de los precio que el cliente final a estimado en las encuestas realizadas:
 1. Costo de 15 usd, por concepto de publicar 10 fotos y 1 video. Por cada foto adicional se cobra 0.50 centavos de dólar.
 2. Costo de 30 usd, por el servicio de Karaoke.

Cuadro # 5.3.1

Mercado de Fotos Videos, Karaoke, Compra Venta								
TIPO	Cantidad/Mes AÑO1	Precio	Cantidad/Mes AÑO2	Precio	Cantidad/Mes AÑO3	Precio	Cantidad/Mes AÑO4	Precio
Fotos y Videos	2	30	3	45	5	75	8	120
Karaoke	3	90	5	150	8	240	12	360
Compra/Venta	2	15	3	22.5	5	37.5	8	60
Totales por Fotos Videos, Karaoke, Compra Venta	7	135.00	11.00	217.50	18.00	352.50	28.00	540.00

5.3.- FLUJO DE CAJA

El Cuadro # 5.6 presenta el flujo de caja de **TodoEvento**. Con el bajo nivel de eventos proyectados, el negocio no presenta dificultades de tesorería y se ha incluido una distribución de aportaciones de los socios de equivalente a **11,578.72** dólares.

Podemos indicar que para el período cero se inicia con la aportación de capital de los socios; los flujos efectivos en negativo se deben de cubrir con prestamos o aportaciones, porque esto le va a restar al capital en el siguiente periodo o aumentar los costos de los servicios y disminuir nuestros costos.

Como estrategias se debería reducir personal, incrementar cobro por publicidad, aumentar los costos de los servicios, aumentar numero de servicios. Se necesita considerar los gastos un mes antes de comenzar con el mes y además atacar otros nichos de mercado.

Para los períodos posteriores el capital de trabajo se va recuperando en relación a los eventos proyectados y otros rubros de ingresos.

Cuadro # 5.4

FLUJO DE CAJA PRESUPUESTADO A 4 AÑOS					
	PRIMER SEMESTRE	SEGUNDO SEMESTRE			
	Período 0 AÑO 1	Período 1 AÑO 1	Período 2 AÑO 2	Período 3 AÑO 3	Período 4 AÑO 4
(+) Ingreso de Efectivo	0.00	9,010.17	34,016.55	64,857.14	130,048.74
(-) Costo de Venta	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(-) Costos Fijos	0.00	7,452.67	16,250.22	17,729.60	19,356.91
(-) Costos Variables	0.00	720.00	2,112.00	2,904.00	4,488.00
(=) Utilidad de Operación	0.00	837.50	15,654.33	44,223.54	106,203.83
(-) Impuesto a la Renta	0.00	209.38	3,913.58	11,055.89	26,550.96
(=) Utilidad Neta	0.00	628.13	11,740.74	33,167.66	79,652.87
(-) Inversión en Capital de Trabajo	11,578.72	0.00	10,189.55	2,271.37	3,211.31
(-) Costo Financiero	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(=) Flujo De Caja	-11,578.72	628.13	1,551.19	30,896.28	76,441.57
Aportación de Socios	11,578.72	0.00	0.00	0.00	0.00

5.4.- ESTADO DE RESULTADO

El Cuadro # 5.7 presenta el estado de resultado de **TodoEvento**, durante los tres primeros años en que se han hecho proyecciones. Como se ve desde el primer año el proyecto generará utilidades.

Otros gastos o inversiones son los gastos y costos incurridos en el 1er semestre durante el periodo de desarrollo del proyecto, pero solo hemos perdido los gastos porque los costos de los activos los tenemos en nuestro poder.

Cuadro # 5.5

ESTADO DE RESULTADO PRESUPUESTADO					
	PRIMER SEMESTRE	SEGUNDO SEMESTRE			
	Período 0 AÑO 1	Período 1 AÑO 1	Período 2 AÑO 2	Período 3 AÑO 3	Período 4 AÑO 4
Ventas (Ingresos Efectivos)	0.00	9,010.17	34,016.55	64,857.14	130,048.74
(-) Totales de Gastos de Operación	0.00	4,141.42	8,970.12	9,726.14	10,557.75
(-) Total Gastos de Administración y Ventas	0.00	1,661.25	4,178.10	5,172.06	6,978.22
(-) Gasto de Personal	0.00	2,370.00	5,214.00	5,735.40	6,308.94
(=) Utilidad de Operación	0.00	837.50	15,654.33	44,223.54	106,203.83
Otros Gastos o Ingresos					
(-) Otros Gastos o Inversiones	1,813.72	0.00	0.00	0.00	0.00
(+) Otros Ingresos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(=) Utilidad antes de Impuestos	-1,813.72	837.50	15,654.33	44,223.54	106,203.83
(-) Impuesto a la Renta	0.00	209.38	3,913.58	11,055.89	26,550.96
(-) Utilidad Neta	-1,813.72	628.13	11,740.74	33,167.65	79,652.87

5.5.- BALANCE GENERAL

El Cuadro # 5.6 muestra el balance general de *TodoEvento*, durante todos sus períodos de proyección.

Cuadro # 5.6

PRESUPUESTACION DE BALANES GENERALES					
	PRIMER SEMESTRE	SEGUNDO SEMESTRE			
	Período 0 AÑO 1	Período 1 AÑO 1	Período 2 AÑO 2	Período 3 AÑO 3	Período 4 AÑO 4
Activo Circulante					
Caja Y Bancos	728.25	2,294.00	19,195.45	60,961.91	157,566.36
Iva Cobrado Por Anticipado	0.00	1,081.22	4,081.99	7,782.86	15,605.85
Suma De Activo Circulante	728.25	3,375.22	23,277.44	68,744.77	173,172.21
Activo No Circulante					
Activo Fijo					
Equipos De Computacion Y De Oficina	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00
Depreciacion Acum. De Equipos De Com	95.00	190.00	380.00	570.00	760.00
Equipos De Computacion Y De Oficina	855.00	760.00	570.00	380.00	190.00
Muebles Y Enseres	465.00	465.00	465.00	465.00	465.00
Depreciacion De Muebles Y Enseres Acu	23.25	46.50	93.00	139.50	186.00
Muebles Y Enseres Netos	441.75	418.50	372.00	325.50	279.00
Vehiculos	4,500.00	4,500.00	4,500.00	4,500.00	4,500.00
Depreciacion En Vehiculos Acum	225.00	450.00	900.00	1,350.00	1,800.00
Vehiculos Netos	4,275.00	4,050.00	3,600.00	3,150.00	2,700.00
Suma De Activo Fijo	5,571.75	5,228.50	4,542.00	3,855.50	3,169.00
Activo Intangible					
Inversiones De Software	3,850.00	3,850.00	3,850.00	3,850.00	3,850.00
Amortizacion De Software	385.00	770.00	1,540.00	2,310.00	3,080.00
Software Neto	3,465.00	3,080.00	2,310.00	1,540.00	770.00
Suma De Activo Tangible	3,465.00	3,080.00	2,310.00	1,540.00	770.00
Suma De Activo No Circulante	9,036.75	8,308.50	6,852.00	5,395.50	3,939.00
Total De Activos	9,765.00	11,683.72	30,129.44	74,140.27	177,111.21
Pasivo					
Iva Por Pagar	0.00	1,081.22	4,081.99	7,782.86	15,605.85
Dxp	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Impuestos Por Pagar	0.00	209.38	3,913.58	11,055.89	26,550.96
Total De Pasivos	0.00	1,290.60	7,995.57	18,838.74	42,156.81
Patrimonio Neto					
Capital Social Aportado	11,578.72	11,578.72	11,578.72	11,578.72	11,578.72
Resultados Acumulados	0.00	-1,813.72	-1,185.60	10,555.15	43,722.81
Superavit-Gan. Reten. O Resultados Del Ejer	-1,813.72	628.13	11,740.74	33,167.66	79,652.87
Total Patrimonio Neto	9,765.00	10,393.13	22,133.87	55,301.53	134,954.40
Total Pasivo + Patrimonio	9,765.00	11,683.72	30,129.44	74,140.27	177,111.21

5.8.- EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Al realizar el análisis, se logra una tasa de retorno 42%, es decir los flujos generados por el proyecto son capaces de recuperar la inversión de \$11.578,72.

Esta tasa es superior al 20% anual que los socios han definido como su tasa de descuento y, por tanto, el proyecto es económicamente factible.

El valor presente neto asciende, a \$20.331,44 y el balance del proyecto indica que luego de 1,8 años se logra el período de pago descontado.

6.1.- RIESGO DEL NEGOCIO

El riesgo de este negocio esta en el nivel de aceptación que **TodoEvento** tenga, dado que el uso del Internet en nuestro país esta aún en proceso de crecimiento, este posicionamiento en el mercado es el más difícil. Por cuanto nuestro mercado objetivo representa a la clase media alta, alta y muy alta, esto nos permite pensar que el riesgo de aceptabilidad es superable ya que el uso del Internet para estas clases sociales evoluciona con mayor rapidez.

En el futuro el riesgo del mercado esta asociado con la entrada de competidores a prestar servicios Online, que actualmente manejan sus negocios de manera tradicional. Este riesgo es superado aplicando las estrategias propuesta de **TodoEvento**.

Es fundamental que **TodoEvento**, mantenga una política permanente de actualización tecnológica, puesto que esta área es indudablemente una de las más dinámica.

En lo económico existe un riesgo: el crecimiento del costo de vida, ya que se ha utilizado como variable de incremento en los estados financieros, pronosticado al 1.1%. El costo de la solución puede elevarse y afectar negativamente el mercado.

CONCLUSIONES

- ❖ Cumplimiento en la organización de eventos proyectados mensualmente.
- ❖ Realizar constantes visitas a los proveedores.
- ❖ Investigar nuevos mercados.
- ❖ Actualización tecnológica constantemente.
- ❖ Planificar mejoras al producto, para una segunda fase de implementación.

RECOMENDACIONES

A través del Plan de Negocio se materializar la idea:

“De cualquier tipo de naturaleza que sea el negocio puede ser efectivamente maximizada su utilidad, siempre y cuando se tenga como columna vertebral un correcto y eficiente sistema tecnológico, tanto en hardware como en software; haciendo hincapié en el preciso uso de los sistemas de información”.

GLOSARIO

A

Archivo de Estructura del Sitio

El archivo en el servidor Web que almacena la información relacionada con la exploración en un proyecto Web.

D

Diagrama del Sitio

Una representación gráfica de la estructura de exploración del sitio Web.

Dirección URL

El localizador o dirección de recursos uniforme utilizado para identificar un recurso en el World Wide Web.

Diseño

Una plantilla para la forma en que las barras de navegación se distribuyen en una página.

E

Explorador

Software que interpreta las etiquetas de los archivos HTML enviados a World Wide Web, les da formato de página Web y las muestra al usuario.

P

Página Html

Una página Web creada utilizando HTML (lenguaje de etiquetas en hipertexto) como un archivo .htm o un archivo.aspx

Página Principal

Una página con una o más páginas secundarias en un diagrama de sitio.

S

Servidor Web

Un equipo normalmente en Internet que actúa como anfitrión para http y software relacionado con el servicio Web.

ANEXO 2A

**Crecimiento del
Sector Telecomunicación**

CRECIMIENTO DEL SECTOR DE TELECOMUNICACIONES EN EL ECUADOR (VALORES ACUMULADOS)										
Servicio	Unidad	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003 *	Crecimiento en el Período (%)
Telefonía Fija	Usuarios	800,763	900,384	990,842	1,129,528	1,224,431	1,335,772	1,426,188	1,544,433	92.87
Telefonía Móvil Celular	Usuarios	59,779	126,505	242,812	383,185	482,213	859,152	1,560,861	2,207,820	3593.30
Troncalizado	Usuarios	1,534	5,167	11,903	11,908	11,825	12,598	14,703	17,075	1013.10
Portadores	Usuarios	46	235	241	343	918	2,595	4,091	2,090	4443.48
Valor Agregado (Acceso a la Internet)	Cuentas	-	-	4,064	37,538	58,186	85,630	100,663	172,332	4140.45
Concesionarios Privados	Concesionarios	1,388	1,717	4,388	4,756	3,759	4,054	4,454	4,776	244.09
Frecuencias Privadas	Frecuencias	4,329	5,196	6,830	7,698	9,037	9,951	11,230	12,153	180.73
Estaciones Privadas	Estaciones	58,219	65,220	78,581	86,066	83,485	89,456	102,685	109,715	88.45
Radiodifusión Sonora	Estaciones	831	825	830	770	841	887	943	1,012	21.78
Radiodifusión de Televisión	Estaciones	231	231	232	221	239	240	324	275	19.05
Televisión Codificada	Canales	705	705	714	586	586	586	586	503	-28.65
Crecimiento Promedio del Sector (%)										1255.33

Fuente: Superintendencia de Telecomunicaciones.
* Cifras estimadas.

ANEXO 2B

Competidores

COMPETIDORES EN EL MERCADO DE SERVICIOS DE EVENTOS SOCIALES VIA INTERNET			
Nombre:	Hotel Continental	Hotel Colon Internacional	La Excelencia
Dirección:	Chile y 10 de Agosto	Av. Francisco de Orellana y Luis Orrantia	Cdla. Atarazana Mz. G-2 Villa 2
Precio Referencial:	\$ 5,400	\$ 8,500	\$ 2,250
Servicios:	Alimentos. Bebidas. Flores. Mesa de Dulce y Café. Salón. Torta. Discjockey. 108 Fotos. Manteleria. Vajilla. Habitación Junior Suite para los novios. 1 Botella de Champagne en la Habitación. 1 Arreglo de Frutas para la Habitación. 2 Desayunos en la Habitación. 1 Servicio de lavado de traje del Novio y la Novia.	Alimentos. Bebidas. Flores. Mesa de Dulce y Café. Salón. Torta. Discjockey. Fotos. Manteleria. Vajilla. Habitación Suite para los novios Servicio completo para los novios por dos días y tres noches.	Local. Buffet Especial. Consumo libre de Colas, agua mineral y hielo. Servicios de meseros con personal altamente calificado. 1000 Bocaditos. Menaje completo. El brindis (champagne) DiscJockey
Nombre:	Romance	Remmy Producciones	Galant
Dirección:		Las Monjas 129 y Victor Emilio Estrada	Cdla. La Garzota Mz.32
Precio Referencial:	\$ 1,800	\$ 1,510	\$ 1,500
Servicios:	Local. 8 Saloneros Mesas y Sillas Manteleria Forros de Sillas Vajilla Completa Servilleta de Tela, Papel Gaseosas, Agua, Mineral, Hielo. Decoración de Mesas.	Salón Buffet Especial. Músicos Animación de Fiestas 8 Saloneros Video Filmación Fotografías Alquiler Limosina Coordinación del Evento	Salón Mesas Manteles-Ceniceros-Sobremanteles Centros de Mesas Colas Agua Mineral y Hielo Menaje completo. Saloneros DiscJockey

ANEXO 3C

**Mercado
Publicidad**

MERCADO DE PUBLICIDAD								
TIPO DE PROVEEDOR	Cantidad x Mes AÑO 1	Precio x Publicidad	Cantidad x Mes AÑO 2	Precio x Publicidad	Cantidad x Mes AÑO 3	Precio x Publicidad	Cantidad x Mes AÑO 4	Precio x Publicidad
Estudio Jurídico	1	25.00	2	50.00	3	82.50	5	151.25
Boutique - Tienda de Ropa	1	50.00	2	100.00	3	165.00	5	302.50
Comercial	2	100.00	3	150.00	5	275.00	8	484.00
Computación	3	150.00	5	250.00	8	440.00	12	726.00
Audio y Video	1	25.00	2	50.00	3	82.50	5	151.25
Distribuidor - Articulos para el Hogar	1	25.00	2	50.00	3	82.50	5	151.25
Pastelería	1	50.00	2	100.00	3	165.00	5	302.50
Boutique - Tienda de Zapatos	1	25.00	2	50.00	3	82.50	5	151.25
Totales por Publicidad	11	375.00	20	650.00	31	1,127.50	50	1,966.25

ANEXO 4C

Entrevistas

ENCUESTA PARA EVALUAR EL SERVICIO DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS SOCIALES

Proveedor :		Dirección :	
Representante :		Teléfono :	

Esta encuesta esta dirigida hacia las entidades o personas que brindan un servicio de Organización de Eventos Sociales.

Tiene como finalidad estudiar la posibilidad de desarrollar un aplicativo bajo tecnología Web.

El objetivo es publicar el servicio que ofrece, para obtener mayor rentabilidad en su negocio.

1. ¿Que categoría de servicio ofrece su compañía?

<input type="checkbox"/>	Banquetes
<input type="checkbox"/>	Organización de Eventos
<input type="checkbox"/>	Arreglos Florales
<input type="checkbox"/>	Locales de Alquiler
<input type="checkbox"/>	Impresión de Documentos
<input type="checkbox"/>	Tours y Charters
<input type="checkbox"/>	Audio video
<input type="checkbox"/>	Peluquerías
<input type="checkbox"/>	Decoraciones
<input type="checkbox"/>	Otros _____
<input type="checkbox"/>	—

2. ¿ Qué medios publicitarios utiliza para vender el producto o servicio que su compañía ofrece?

<input type="checkbox"/>	Radio
<input type="checkbox"/>	TV
<input type="checkbox"/>	Internet
<input type="checkbox"/>	Prensa
<input type="checkbox"/>	Boletines
<input type="checkbox"/>	Otros _____
<input type="checkbox"/>	—

3. Entre que edad oscilan las personas que requieren de su servicio:

18 - 25
 26 - 30
 31 - 40
 Mayor a 40

4. ¿Le interesaría contar con una página WEB para publicar su servicio en el Internet?

SI
 NO

**5. ¿ Que problema observaría usted para utilizar el servicio en Internet ?
¿ Porqué?**

Económico Acceso a Internet Político Conocimiento Básico de Computación Social Otros _____**Razones :**

6. ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por el servicio de publicación? \$20 - \$30
 \$35 - \$50 \$55 - \$70
 \$75 - Más....**7. ¿Qué tipo de servicio le gustaría tener?** Publicidad del Servicio Servicio Independiente Cupones de Descuentos Otros _____

ENCUESTA PARA EVALUAR EL SERVICIO DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS SOCIALES

Usuario Final:		Actividad:	
Teléfono:			

Esta encuesta esta dirigida a los usuarios finales que necesitan información sobre los proveedores para la Organización de un Evento Social.

Tiene como finalidad estudiar la posibilidad de desarrollar un aplicativo bajo tecnología Web.

El objetivo es facilitar una lista de proveedores, que puede ser útil para la planificación de un evento.

1. ¿Conoce usted alguna compañía que ofrezca, este tipo de servicio?

Si la respuesta es afirmativa, indicar el nombre del servicio o empresa que lo provee.

Si _____

No

2. ¿El o los servicio(s) que especifico anteriormente satisface todas sus necesidades ?

Si la respuesta es negativa, indicar porqué.

Si

No _____

3. ¿ Marque los obstáculos que le dificultan adquirir este tipo de servicio?

Económico

Acceso a Internet

Político

Conocimiento Básico de Computación

Social

Otro _____

4. Escriba las bondades que usted espera del servicio, aparte de las que mencionamos a continuación:

- Facilitar una lista de proveedores, para la planificación de eventos.
- Consejos y Consultas útiles sobre de Organización de Eventos.
- Presupuesto en línea, dependiendo del tipo de evento.

- _____
- _____
- _____
- _____

5. Seleccione los principales motivos por lo que usaría este servicio.

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Comodidad | <input type="checkbox"/> Más económico |
| <input type="checkbox"/> Ahorrar tiempo | <input type="checkbox"/> Disponibilidad 24 horas |
| <input type="checkbox"/> Satisfacción | <input type="checkbox"/> Otros _____ |

6. ¿Le interesaría tener publicaciones de fotos y videos, con acceso restringidos?

- SI
 NO

7. ¿Cuál es el costo que usted estaría dispuesto a pagar, por el servicio mencionado en el punto 6?

- | | |
|-------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> \$15 -\$30 | <input type="checkbox"/> \$35 -\$45 |
| <input type="checkbox"/> \$50 -\$65 | <input type="checkbox"/> \$70 -Más... |

ANEXO 6

Arquitectura **del Sistema**

Arquitectura del Sistema

Justificación de la selección del modelo

En el desarrollo de nuestro proyecto utilizamos la arquitectura cliente / servidor ya que de esta forma nos permite manejar de una manera óptima y confiable la transaccionalidad.

Mediante el modelo cliente / servidor tenemos la posibilidad de ampliar o agregar componentes al sitio web sin necesidad de realizar grandes cambios a la aplicación, así mismo, el usuario puede manejar la herramienta que le ofrecemos, utilizando los mismos elementos de hardware / software que utiliza para su navegación habitual en Internet, sin necesidad de requerimientos especiales.

El modelo cliente / servidor nos ha permitido obtener óptimos resultados en cuanto a la funcionalidad de nuestro sitio web, permitiendo a su vez escalabilidad.

Tipos de Procesos Clientes

Los tipos procesos clientes son los que realizan los requerimientos de servicios pueden ser:

- ❖ **Cliente Dependiente.-** Necesitan de un software contenedor para poder ejecutarse, por ejemplo; las aplicaciones basadas en browser dependen de un programa navegador para poder levantarse. Pero a la vez este tipo de proceso

es independiente del Sistema Operativo ya que está desarrollado en un código estándar que le permite funcionar en cualquier plataforma.

El Sistema de Organización de Eventos Sociales cuenta con este tipo de procesos cliente en la aplicación Web, la misma que fue desarrollado en Visual Studio .NET y se ejecuta a través de browser.

Tipos de Procesos Servidores

Los procesos servidores son aquellos que proveen servicios o satisfacen los requerimientos de los procesos clientes.

- ❖ **Servidor Web.-** Microsoft Internet Information Server (IIS) es el servidor web, que se utilizó para la publicación y administración de nuestro sitio web. Su uso es ventajoso debido a la compatibilidad y posibilidades de uso en conjunto con los productos de la familia Microsoft como lo es SQL Server. Entre los servicios básicos que nos proporciona IIS hemos utilizado el HTTP.

- ❖ **Base de datos.-** Es el repositorio donde se van a almacenar los datos del sitio virtual. En nuestro caso utilizamos Microsoft SQL Server 7.0 como proceso de Base de Datos en el cual vamos a manejar definición de tablas, almacenamiento de datos los cuales van a coadyuvar en el óptimo manejo de la información.

- ❖ **Web Service.-** Los servicios web son la revolución informática de la nueva generación de aplicaciones que trabajan colaborativamente en las cuales el software esta distribuido en diferentes servidores.

Los web services son un paso adelante en la computación ya que de esta forma un ordenador ya no se considerara como un núcleo de computo sino como un repositorio de servicios de n aplicaciones distribuidas por internet

Tipos de Middleware

A continuación se presentan los diferentes tipos de Middleware que se utilizan en el sitio de TodoEvento.

El Protocolo de Transferencia de HiperTexto (Hypertext Transfer Protocol) es un sencillo protocolo cliente-servidor que articula los intercambios de información entre los clientes Web y los servidores HTTP

OLDB es utilizado para acceder al Servidor de base de datos y además para tener más control sobre el comportamiento de la aplicación y el rendimiento

Tecnologías y herramientas escogidas para la implementación

Para el desarrollo del Sistema de Organización de Eventos Sociales se escogieron las siguientes tecnologías y herramientas de desarrollo:

Tecnologías:

- ❖ VB .NET
- ❖ Web Services
- ❖ OLEDB

Herramientas de Desarrollo:

- ❖ Visual Studio .NET
- ❖ Sql Server 7.0
- ❖ Dreanweaver MX

- ❖ FireWorks MX
- ❖ Flash MX

Requerimientos de hardware y software para la puesta en producción.

Ciente

Hardware	Software
❖ Procesador Pentium III de 1.8 Mhz.	❖ Windows 2000
❖ Memoria 256 MB.	❖ Internet Explorer 6.0
❖ Disco Duro 20 GB.	
❖ Conexión Internet.	

Servidor

Hardware	Software
❖ Servidor Intel 2.5 Mhz.	❖ Windows 2000
❖ Memoria 3 GB.	❖ Sql Server 7.0
❖ Dico Duro 100 GB.	❖ Visual Studio .NET
	❖ Internet Explorer 6.0

Implementación de la Capa de Datos

Modelo Lógico de Datos

Detallamos a continuación el diseño lógico de las entidades correspondientes a nuestro sistema:

Diccionario de Datos		
Entidad: te_cabecera_cotizar		Sistema: Organización de Eventos Sociales
Fecha Creación: 2003-11-11		Fecha Actualización: 2003-11-11
Descripción: Contiene información acerca las cotizaciones pedidas por los clientes.		
No.	Atributo	Tipo de Dato
1	co_codigo	Carcter
2	ev_codigo	Carcter
3	co_nombre	Alfanumérico
4	co_apellido	Alfanumérico
5	co_dirección	Alfanumérico
6	co_fono	Alfanumérico
7	co_email	Alfanumérico
8	co_ciudad	Alfanumérico
9	co_fecha_evento	Alfanumérico
10	co_cantinvidados	Alfanumérico
11	co_observación	Alfanumérico

12	co_ingreso	Alfanumérico
13	Co_estado	Alfanumérico

Diccionario de Datos		
Entidad: te_detalle_cotizar		Sistema: Organización de Eventos Sociales
Fecha Creación: 2003-11-11		Fecha Actualización: 2003-11-11
Descripción: Contiene información acerca el detalle de las cotizaciones pedidas por los clientes.		
No.	Atributo	Tipo de Dato
1	co_codigo	Carcter
2	co_det_cotizar	Numérico
3	se_codigo	Carcter

Diccionario de Datos		
Entidad: te_clientes		Sistema: Organización de Eventos Sociales
Fecha Creación: 2003-11-11		Fecha Actualización: 2003-11-11
Descripción: Contiene información acerca los clientes ingresado en el sitio.		
No.	Atributo	Tipo de Dato
1	cl_cedula	Alfanumérico
2	cl_nombres	Alfanumérico
3	cl_apellidos	Alfanumérico

3	cl_dirección	Alfanumérico
4	cl_fono	Alfanumérico
5	cl_fecnaci	Alfanumérico
6	cl_ciudad	Alfanumérico
7	cl_sexo	Alfanumérico
8	cl_actividad	Carácter
9	cl_edad	Alfanumérico
10	cl_email	Alfanumérico
11	cl_user	Alfanumérico
12	cl_passwd	Alfanumérico
13	cl_fecingreso	Alfanumérico
14	cl_estado	Alfanumérico
15	cl_pagina	Alfanumérico

Diccionario de Datos		
Entidad: te_proveedores		Sistema: Organización de Eventos Sociales
Fecha Creación: 2003-11-11		Fecha Actualización: 2003-11-11
Descripción: Contiene información acerca los proveedores ingresado en el sitio.		
No.	atributo	Tipo de Dato
1	pr_identidad	Alfanumérico
2	se_codigo	Carácter
3	ss_codigo	Carácter

4	pr_nombres	Alfanumérico
5	Pr_apellidos	Alfanumérico
6	Pr_dirección	Alfanumérico
7	Pr_fono	Alfanumérico
8	Pr_fax	Alfanumérico
9	Pr_ciudad	Alfanumérico
10	Pr_zona	Alfanumérico
11	Pr_tipo	Carácter
12	Pr_email	Alfanumérico
13	Pr_observación	Alfanumérico
14	Pr_user	Alfanumérico
15	Pr_passwd	Alfanumérico
16	Pr_fecingreso	Alfanumérico
17	Pr_estado	Alfanumérico

Diccionario de Datos		
Entidad: te_precioxprov		Sistema: Organización de Eventos Sociales
Fecha Creación: 2003-11-11		Fecha Actualización: 2003-11-11
Descripción: Contiene información acerca los precios de los servicios de proveedores ingresado en el sitio.		
No.	atributo	Tipo de Dato
1	pr_identidad	Alfanumérico

2	se_codigo	Carácter
3	ss_codigo	Carácter
4	Prp_valor_antxunit	Numérico
5	Prp_valor_actxunit	Numérico
6	Prp_valor_antxmayor	Numérico
7	Prp_valor_actxmayor	Numérico
8	Prp_fecingreso	Alfanumérico

Diccionario de Datos		
Entidad: te_servicios		Sistema: Organización de Eventos Sociales
Fecha Creación: 2003-11-11		Fecha Actualización: 2003-11-11
Descripción: Contiene información acerca los Servicios que ofrece el sitio al momento de cotizar.		
No.	Atributo	Tipo de Dato
1	se_codigo	Carácter
2	se_descripción	Alfanumérico
3	se_estado	Carácter

Diccionario de Datos		
Entidad: te_servicios_secundario		Sistema: Organización de Eventos Sociales
Fecha Creación: 2003-11-11		Fecha Actualización: 2003-11-11

Descripción: Contiene información acerca los Servicios Secundarios al momento de registrarse los proveedores.

No.	Atributo	Tipo de Dato
1	se_codigo	Carácter
2	ss_codigo	Carácter
3	ss_descripción	Alfanumérico
4	ss_estado	Carácter

Diccionario de Datos

Entidad: te_eventos **Sistema:** Organización de Eventos Sociales

Fecha Creación: 2003-11-11 **Fecha Actualización:** 2003-11-11

Descripción: Contiene información acerca los Eventos que ofrece el sitio al momento de cotizar tales como Baby Shower, Aniversarios, Matrimonios, etc.

No.	Atributo	Tipo de Dato
1	ev_codigo	Carácter
2	ev_descripción	Alfanumérico
3	ev_estado	Carácter

Diccionario de Datos		
Entidad: te_compraventa		Sistema: Organización de Eventos Sociales
Fecha Creación: 2003-11-11		Fecha Actualización: 2003-11-11
Descripción: Contiene información acerca el ingreso de los servicios de Compra/Venta del Sitio, se encuentra registrada la información del mismo.		
No.	atributo	Tipo de Dato
1	cv_codigo	Alfanumérico
2	cv_secuencia	Carácter
3	cv_nombres	Alfanumérico
4	cv_apellido	Alfanumérico
5	cv_dirección	Alfanumérico
6	cv_telefono	Alfanumérico
7	cv_email	Alfanumérico
8	cv_ciudad	Alfanumérico
9	cv_descrip_articulo	Alfanumérico
10	cv_cant_articulo	Numérico
11	cv_precio_articulo	Numérico
12	cv_observación	Carácter
13	cv_ingreso	Alfanumérico
14	cv_estado	Alfanumérico

Modelo Físico de Datos

En este modelo se reflejan tanto el nombre físico de las tablas como sus campos, veamos el detalle a continuación:

Diccionario de Tablas				
Entidad: te_cabecera_cotizar		Sistema: Organización de Eventos Sociales		
Fecha Creación: 2003-11-11		Fecha Actualización: 2003-11-11		
Descripción: Contiene información acerca las cotizaciones pedidas por los clientes.				
No.	Campo	Descripción	Tipo de Dato	Regla de Validación
1	co_codigo	Secuencia cabecera	Char(4)	Not null
2	ev_codigo	Clave del Evento	Char(4)	Null
3	co_nombre	Nombre	Char(50)	Null
4	co_apellido	Aoellido	Char(50)	Null
5	co_dirección	Dirección	Char(80)	Null
6	co_fono	Teléfono	Char(1)	Not null
7	co_email	Email	Char(50)	Null
8	co_ciudad	Código de Ciudad	Char(3)	Not null
9	co_fecha_evento	Fecha del Evento	Char(10)	Not null
10	co_cantinvitados	Cantidad de Invitados	Char(10)	Not null
11	co_observación	Observación	Char(500)	Not null

12	co_ingreso	Fecha de Ingreso	Char(10)	Not null
13	co_estado	Estado	Char(1)	Null
Campos Claves				
Primarios			Foráneos	
co_codigo				

Diccionario de Tablas				
Entidad: te_detalle_cotizar			Sistema: Organización de Eventos Sociales	
Fecha Creación: 2003-11-11			Fecha Actualización: 2003-11-11	
Descripción: Contiene información acerca el detalle de las cotizaciones pedidas por los clientes.				
No.	Campo	Descripción	Tipo de Dato	Regla de Validación
1	co_codigo	Código de la Cabecera.	Char(4)	Not null
2	co_det_cotizar	Secuencia del Detalle.	Integer	Not null
3	se_codigo	Código tipo de Servicio.	Char(1)	Null
Campos Claves				
Primarios			Foráneos	

co_codigo	
co_det_cotizar	

Diccionario de Tablas				
Entidad: te_clientes			Sistema: Organización de Eventos Sociales	
Fecha Creación: 2003-11-11			Fecha Actualización: 2003-11-11	
Descripción: Contiene información acerca los clientes ingresado en el sitio.				
No.	Campo	Descripción	Tipo de Dato	Regla de Validación
1	Cl_cedula	Cédula del Cliente.	Char(10)	Not null
2	cl_nombres	Nombre.	Char(50)	Not null
3	cl_apellidos	Apellido.	Char(50)	Not null
4	cl_dirección	Dirección.	Char(80)	Not null
5	cl_fono	Teléfono.	Char(10)	Not null
6	cl_fecnaci	Fecha de Nacimiento.	Char(10)	Not null
7	cl_ciudad	Código de Ciudad.	Char(3)	Not null
8	clsexo	Sexo	Char(1)	Not null
9	cl_actividad	Código Actividad.	Char(3)	Not null

10	cl_edad	Edad.	Char(10)	Not null
11	cl_email	EMail.	Char(50)	Not null
12	cl_user	Usuario.	Char(50)	Not null
13	cl_passwd	Clave del Usuario.	Char(80)	Not null
14	cl_fecingreso	Fecha de Ingreso.	Char(10)	Not null
15	cl_estado	Estado.	Char(10)	Not null
16	cl_pagina	Página del Servicio.	Char(3)	Not null
Campos Claves				
Primarios			Foráneos	
cl_cedula				

Diccionario de Datos				
Entidad: te_proveedores			Sistema: Organización de Eventos Sociales	
Fecha Creación: 2003-11-11			Fecha Actualización: 2003-11-11	
Descripción: Contiene información acerca los proveedores ingresado en el sitio.				
No.	Atributo	Descripción	Tipo de Dato	Regla de Validación
1	pr_identidad	Identification Proveedor.	Char(13)	Not null
2	se_codigo	Código Servicio.	Char(4)	Not null
3	ss_codigo	Código Precio.	Char(4)	Not null
4	pr_nombres	Nombres.	Char(50)	Not null

5	pr_apellidos	Apellidos.	Char(50)	Not null
6	pr_dirección	Dirección.	Char(80)	Not null
7	pr_fono	Teléfono.	Char(10)	Not null
8	pr_fax	Fax.	Char(10)	Not null
9	pr_ciudad	Código Ciudad.	Char(3)	Not null
10	pr_zona	Código Zona.	Char(10)	Not null
11	pr_tipo	Tipo de Persona.	Char(1)	Not null
12	pr_email	Email.	Char(50)	Not null
13	pr_observación	Observación.	Char(150)	Not null
14	pr_user	Usuario	Char(8)	Not null
15	pr_passwd	Clave de Usuario	Char(10)	Not null
16	pr_fecingreso	Fecha de Ingreso.	Char(10)	Not null
17	pr_estado	Estado.	Char(1)	Not null
Campos Claves				
Primarios			Foráneos	
pr_identidad				

Diccionario de Tablas	
Entidad: te_precioxprov	Sistema: Organización de Eventos Sociales
Fecha Creación: 2003-11-11	Fecha Actualización: 2003-11-11
Descripción: Contiene información acerca los precios de los servicios de proveedores ingresado en el sitio.	

No.	Atributo	Descripción	Tipo de Dato	Regla de Validación
1	pr_identidad	Código de Identificación	Char(13)	Not null
2	se_codigo	Código Servicio.	Char(4)	Not null
3	ss_codigo	Secuencia del Precio.	Char(4)	Not null
4	Prp_valor_antxunit	Precio Anterior.	Decimal(18,2)	Null
5	Prp_valor_actxunit	Precio Actual.	Decimal(18,2)	Null
6	Prp_valor_antxmayor	Precio x Mayor.	Decimal(18,2)	Null
7	Prp_valor_actxmayor	Precio Actual.	Decimal(18,2)	Null
8	Prp_fecingreso	Fecha Ingreso.	Char(10)	Not null
Campos Claves				
Primarios			Foráneos	
pr_identidad				
se_codigo				
ss_codigo				

Diccionario de Tablas				
Entidad: te_servicios		Sistema: Organización de Eventos Sociales		
Fecha Creación: 2003-11-11		Fecha Actualización: 2003-11-11		
Descripción: Contiene información acerca los Servicios que ofrece el sitio al momento de cotizar.				
No.	Atributo	Descripción	Tipo de Dato	Regla de Validación
1	se_codigo	Código del Servicio.	Char(4)	Not null
2	se_descripción	Descripción.	Char(50)	Not null
3	se_estado	Estado.	Char(1)	Not null
Campos Claves				
Primarios		Foráneos		
Se_codigo				

Diccionario de Tablas				
Entidad: te_servicios_secundario		Sistema: Organización de Eventos Sociales		
Fecha Creación: 2003-11-11		Fecha Actualización: 2003-11-11		
Descripción: Contiene información acerca los Servicios Secundarios al momento de registrarse los proveedores.				
No.	Atributo	Descripción	Tipo de Dato	Regla de Validación
1	se_codigo	Código del Servicio.	Char(4)	Not null
2	ss_codigo	Secuencia.	Char(4)	Not null
3	ss_descripción	Descripción.	Char(50)	Not null
4	ss_estado	Estado.	Char(1)	Not null
Campos Claves				
Primarios		Foráneos		
se_codigo				
ss_codigo				

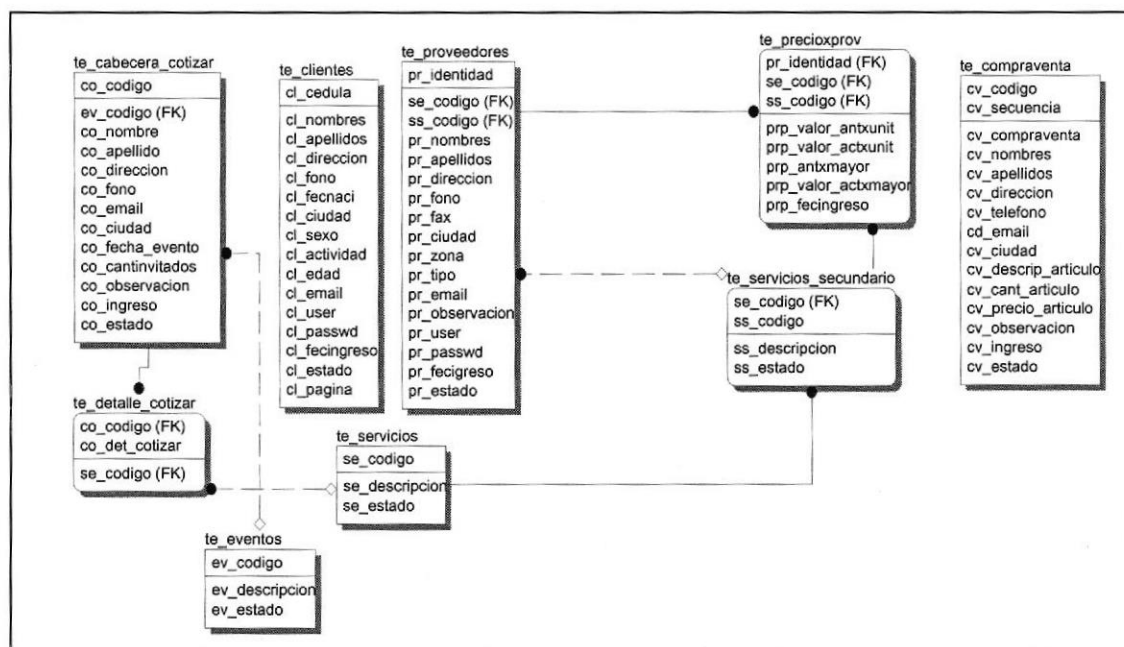
Diccionario de Tablas				
Entidad: te_eventos		Sistema: Organización de Eventos Sociales		
Fecha Creación: 2003-11-11		Fecha Actualización: 2003-11-11		
Descripción: Contiene información acerca los Eventos que ofrece el sitio al momento de cotizar tales como Baby Shower, Aniversarios, Matrimonios, etc.				
No.	Atributo	Descripción	Tipo de Dato	Regla de Validación
1	ev_codigo	Código Eventos.	Char(4)	Not null
2	ev_descripción	Descripción.	Char(50)	Not null
3	ev_estado	Estado.	Char(1)	Not null
Campos Claves				
Primarios		Foráneos		
ev_codigo				

Diccionario de Tablas	
Entidad: te_compraventa	Sistema: Organización de Eventos Sociales
Fecha Creación: 2003-11-11	Fecha Actualización: 2003-11-11
Descripción: Contiene información acerca el ingreso de los servicios de Compra/Venta del Sitio, se encuentra registrada la información del mismo.	

No.	Atributo	Descripción	Tipo de Dato	Regla de Validación
1	cv_codigo	Código Compra/Venta.	Char(5)	Not null
2	cv_secuencia	Secuencia.	Integer	Not null
3	cv_nombres	Nombre.	Char(50)	Not null
4	cv_apellido	Apellido.	Char(50)	Not null
5	cv_dirección	Dirección.	Char(80)	Not null
6	cv_telefono	Teléfono.	Char(10)	Not null
7	cv_email	Email.	Char(50)	Not null
8	cv_ciudad	Código Ciudad.	Char(3)	Not null
9	cv_descrip_articulo	Descripción Artículo.	Char(150)	Null
10	cv_cant_articulo	Cantidad del Artículo.	Integer	Null
11	cv_precio_articulo	Precio Artículo.	Decimal(18,0)	Null
12	cv_observación	Observación.	Char(150)	Null
13	cv_ingreso	Fecha Ingreso.	Char(10)	Null
14	cv_estado	Estado.	Char(1)	Not null
Campos Claves				
Primarios			Foráneos	
cv_codigo cv_secuencia				

Diagrama Entidad Relación

A continuación se presenta el diagrama entidad relación del Sistema de Organización de Eventos Sociales.



Proceso Servidor de Base de Datos

Un servidor de Bases de Datos es un programa que almacena datos estructurados en forma de tablas relacionales, escucha un puerto TCP/IP a través del cual acepta conexiones de clientes autenticados, admite comandos en lenguaje SQL, y devuelve al cliente a través de la red los datos resultantes del procesamiento de los comandos SQL.

El servidor de Base de Datos que utilizamos en nuestro Sistema de Organización de Eventos Sociales es Microsoft SQL-SERVER 7.0.

Implementación de la Capa de Presentación

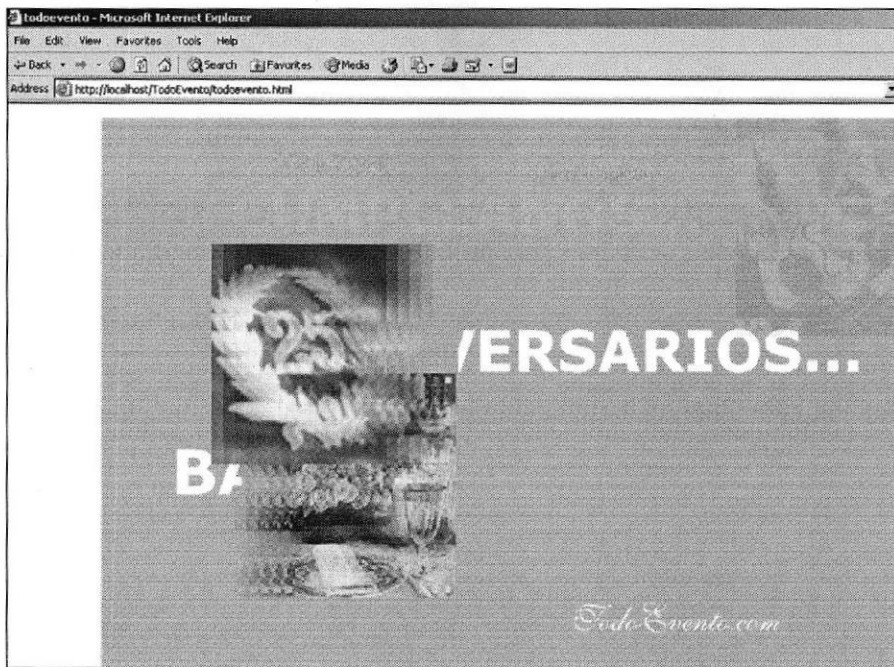
Diseño del Sitio Web

A continuación se detalla un listado de las páginas del sitio, detallando el lenguaje o tecnología implementada.

Nombre Página	Descripción	Nombre De Acceso	Lenguaje o Tecnología.
Todoevento.html	Página de Presentación del Sitio.	--	Flash, HTML.
Index.htm	Página principal del Sitio.	Inicio	HTML.
quienessomos.html	Describe la Quienes Somos, Misión, Visión de la Empresa.	Quienes Somos?	HTML.
frmCliente.aspx	Ingreso de Clientes.	Clientes	VB .NET.
frmProveedor.aspx	Registro de Proveedores.	Regístrese como proveedor	VB .NET.

mapa.htm	Mapa del sitio.	Mapa del Sitio	HTML.
publicidad.htm	Publicidad del Sitio.	Publicidad	HTML
frmCotizacion.aspx	Cotización	Cotizar	VB .NET.
frmConsProveedor.aspx	Consulta Proveedores	Consulta Proveedores	VB .NET, Web Services.
login.htm	Acceso Usuario Clave.	Fotos/Videos Proveedores.	HTML.
aniversario.htm	Informativa Aniversario.	Aniversario	HTML
babyshower.htm	Informativa Baby Shower	Baby Shower	HTML
cumpleaño.htm	Informativa Cumpleaños	Cumpleaños	HTML
graduacion.htm	Informativa Graduaciones	Graduaciones	HTML
matrimonio.htm	Informativa Matrimonios	Matrimonios	HTML
quinceaño.htm	Informativa Quince Años	Quince Años	HTML
FrmFoto.aspx	Fotos x Usuario Específico.	Fotos	ASPX, HTML
FrmVideo.aspx	Video x Usuario Específico	Videos	ASPX, HTML
FrmDefault.aspx	Default de Fotos	Fotos	ASPX, HTML
Tips.htm	Tips	Tips	HTML
tips_bodas3.htm	Tips	Tips	HTML
tips_bodas2.htm	Tips	Tips	HTML
GeneralServicio.htm	Información de Servicios	Información de Servicios	HTML
estilo.css	Hoja de Estilo		CSS
jsVarios.js	Java Script		Java Script

La primera página que se carga cuando se accede al sitio es una página de presentación que llama a la página principal que es el index.htm.



La página principal index.htm, la misma posee información general y posee link para las diferentes opciones del sitio. Aquí se detalla los anuncios principales del sitio.

http://localhost/Evento/index.htm - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Favorites Tools Help

Back Forward Stop Search Favorites Media

Address http://localhost/Evento/index.htm

TodoEvento.com

Inicio | Quiénes somos | Clientes | Regístrate como proveedor | Contactarnos | Mapa del Sitio

Lunes | 12 de Enero, 2004 | Guayaquil, Ecuador

TodoEvento te ofrece...

Día de la Madre

- Seleccionar el evento que desea organizar.
- Observar los mejores proveedores para tu evento.
- Llenar sus datos para ponernos en contacto con ustedes.

Cotizar

Mas Servicios...

- Fotos y Videos.
- Compra y Venta.
- Karaoke.

Conoce sobre nuestros Servicios

Consulta Nuestros Precios

Espacio destinado

Publicidad

Servicios

- Aniversario
- Baby Shower
- Cumpleaños
- Graduaciones
- Matrimonios
- Quince Años
- Fotos/Videos
- Reg. Cliente
- Reg. Cotización
- Reg. Proveedor
- Tips

Cientes

En esta página se realiza el ingreso de clientes, el nombre de esta página frmClientes.aspx.

Proveedores

En esta página se realiza el ingreso de proveedores, el nombre de esta página frmProveedor.aspx.

Cotizar

En esta página se realiza el ingreso de las cotizaciones, el nombre de esta página frmCotizacion.aspx.

Consulta de Proveedores

En esta página se realiza las consultas a proveedores, el nombre de esta página frmConsProveedor.aspx.

Precios por Proveedor

En esta página se realiza el ingreso de los precios por proveedor, el nombre de esta página frmPrecio.aspx.

TodoEvento.com - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Favorites Tools Help

Back Forward Stop Search Favorites Media

Address http://localhost/ToDoEvento/frmPrecio.aspx?cedula=0917368086

Todo Evento.com

Inicio | Quiénes somos | Clientes | Registrarse como proveedor | Contacto | Mapa del sitio

Lunes | 12 de Enero, 2004 | Guayaquil, Ecuador

INGRESO DE PRECIO POR PROVEEDOR

Cédula / RUC: 0917368086

Acto. Principal: Alimentos y Bebidas

Acto. Secundaria: Cervezas

Precio Unit. Anterior: 0.00

Precio Unit. Actual: 0.00

Precio Mayor Anterior: 0.00

Precio Mayor Actual: 0.00

Registrar Cancelar

Consulte Nuestros Precios

Publicidad

Espacio destinado para su

Eventos

- Aniversario
- Baby Shower
- Cumpleaños
- Graduaciones
- Matrimonios
- Quince años
- Fotos/Videos
- Reg. Cliente
- Reg. Cobranza
- Reg. Proveedor
- Tips

Servicios

Fotos / Videos

En estas páginas se realiza la visualización de información de Fotos/Videos, el nombre de estas páginas frmFoto.aspx y FrmVideo.

TodoEvento.com - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Favorites Tools Help

Back Forward Stop Search Favorites Media

Address http://localhost/ToDoEvento/frmFoto.aspx

Todo Evento.com

Inicio | Quiénes somos | Clientes | Registrarse como proveedor | Contacto | Mapa del sitio

Lunes | 12 de Enero, 2004 | Guayaquil, Ecuador

Invitado a los Honores Recuerdos de

Consulte Nuestros Precios

Publicidad

Espacio destinado para su

Eventos

- Aniversario
- Baby Shower
- Cumpleaños
- Graduaciones
- Matrimonios
- Quince años
- Fotos/Videos
- Reg. Cliente
- Reg. Cobranza
- Reg. Proveedor
- Tips

Servicios

Aniversario

Ingreso de Usuario y Password

Esta página se ingresa el usuario y password, para acceder a los diferentes servicios del Sitio.



CLIENTE HTML.

En nuestra página web, el código HTML utilizado se encuentra embebido dentro del ASPX y HTML.

CLIENTE SCRIPT-DHTML.

Se implementó JavaScript, para todas las validaciones que se ejecutan del lado del cliente y para opción de la navegación del combo de servicio.

VB .NET

La mayoría de las páginas fueron desarrollada por la tecnología ASP NET.

Web Services

Para las consultas estan implementadas con Web Services.

CSS.

En el Sitio Web se utilizó hojas de estilo para dar formato de presentación en todas las páginas, el CSS fue aplicado en cabeceras, textos, cajas de texto, etc.

PROCESO SERVIDOR WEB.

El proceso servidor web de nuestra página es el Internet Information Server. Este permite el desarrollo de aplicaciones de negocio basadas en Web que se pueden extender a Internet o distribuir en intranets corporativas. Internet Information Server, introduce un nuevo concepto en Internet; las aplicaciones transaccionales. Las transacciones son los conductos que hacen posible ejecutar aplicaciones reales de negocio con desarrollos rápidos, escalables y fiables.

Tecnología .NET.

El diseño de aplicaciones distribuidas no es una tarea sencilla. Es necesario tomar un gran número de decisiones a nivel de arquitectura, diseño e implementación. Estas decisiones tendrán un impacto en las "capacidades" de la aplicación (seguridad, escalabilidad, disponibilidad y mantenimiento, entre otras), así como en la arquitectura, el diseño y la implementación de la infraestructura de destino. En la figura 1 se muestran las capas de los componentes lógicos que este documento utiliza para estructurar sus instrucciones.

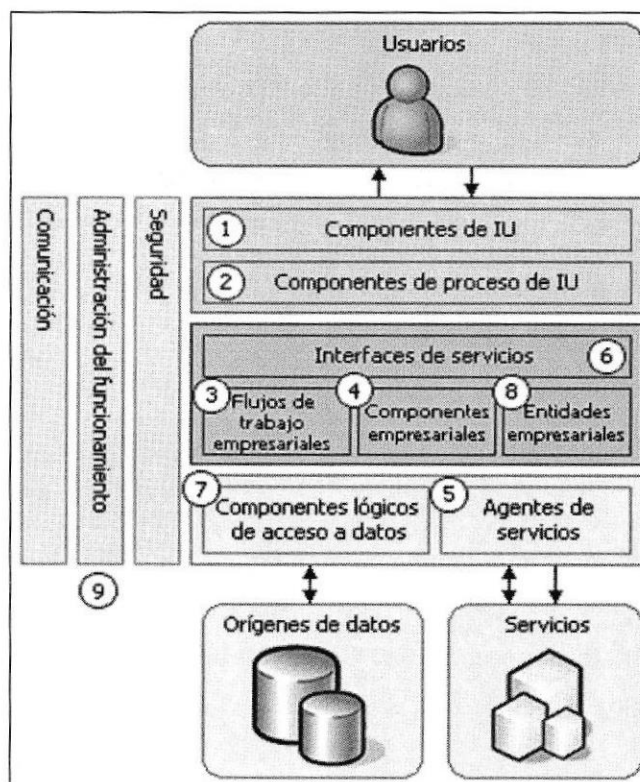


Figura 1.0. Capas de componentes de servicios y aplicaciones distribuidas creadas con .NET

Los tipos de componentes identificados en el escenario de diseño de ejemplo son:

1. **Componentes de interfaz de usuario (IU).** La mayor parte de las soluciones necesitan ofrecer al usuario un modo de interactuar con la aplicación. En el ejemplo de aplicación comercial, un sitio Web permite al cliente ver productos y realizar pedidos, y una aplicación basada en el entorno operativo Microsoft Windows® permite a los representantes de ventas escribir los datos de los pedidos de los clientes que han telefonado a la empresa. Las interfaces de usuario se implementan utilizando formularios de Windows Forms, páginas Microsoft ASP.NET, controles u otro tipo de tecnología que permita procesar y dar formato a los datos de los usuarios, así como adquirir y validar los datos entrantes procedentes de éstos.
2. **Componentes de proceso de usuario.** En un gran número de casos, la interacción del usuario con el sistema se realiza de acuerdo a un proceso

predecible. Por ejemplo, en la aplicación comercial, podríamos implementar un procedimiento que permita ver los datos del producto. De este modo, el usuario puede seleccionar una categoría de una lista de categorías de productos disponibles y, a continuación, elegir uno de los productos de la categoría seleccionada para ver los detalles correspondientes. Del mismo modo, cuando el usuario realiza una compra, la interacción sigue un proceso predecible de recolección de datos por parte del usuario, por el cual éste en primer lugar proporciona los detalles de los productos que desea adquirir, a continuación los detalles de pago y, por último, la información para el envío. Para facilitar la sincronización y organización de las interacciones con el usuario, resulta útil utilizar componentes de proceso de usuario individuales. De este modo, el flujo del proceso y la lógica de administración de estado no se incluye en el código de los elementos de la interfaz de usuario, por lo que varias interfaces podrán utilizar el mismo "motor" de interacción básica.

- 3. Flujos de trabajo empresariales.** Una vez que el proceso de usuario ha recopilado los datos necesarios, éstos se pueden utilizar para realizar un proceso empresarial. Por ejemplo, tras enviar los detalles del producto, el pago y el envío a la aplicación comercial, puede comenzar el proceso de cobro del pago y preparación del envío. Gran parte de los procesos empresariales conllevan la realización de varios pasos, los cuales se deben organizar y llevar a cabo en un orden determinado. Por ejemplo, el sistema empresarial necesita calcular el valor total del pedido, validar la información de la tarjeta de crédito, procesar el pago de la misma y preparar el envío del producto. El tiempo que este proceso puede tardar en completarse es indeterminado, por lo que sería preciso administrar las tareas necesarias, así como los datos requeridos para llevarlas a cabo. Los flujos de trabajo empresariales definen y coordinan los procesos empresariales de varios

pasos de ejecución larga y se pueden implementar utilizando herramientas de administración de procesos empresariales, como BizTalk Server Orchestration.

4. **Componentes empresariales.** Independientemente de si el proceso empresarial consta de un único paso o de un flujo de trabajo organizado, la aplicación requerirá probablemente el uso de componentes que implementen reglas empresariales y realicen tareas empresariales. Por ejemplo, en la aplicación comercial, deberá implementar una funcionalidad que calcule el precio total del pedido y agregue el costo adicional correspondiente por el envío del mismo. Los componentes empresariales implementan la lógica empresarial de la aplicación.
5. **Agentes de servicios.** Cuando un componente empresarial requiere el uso de la funcionalidad proporcionada por un servicio externo, tal vez sea necesario hacer uso de código para administrar la semántica de la comunicación con dicho servicio. Por ejemplo, los componentes empresariales de la aplicación comercial descrita anteriormente podría utilizar un agente de servicios para administrar la comunicación con el servicio de autorización de tarjetas de crédito y utilizar un segundo agente de servicios para controlar las conversaciones con el servicio de mensajería. Los agentes de servicios permiten aislar las idiosincrasias de las llamadas a varios servicios desde la aplicación y pueden proporcionar servicios adicionales, como la asignación básica del formato de los datos que expone el servicio al formato que requiere la aplicación.
6. **Interfaces de servicios.** Para exponer lógica empresarial como un servicio, es necesario crear interfaces de servicios que admitan los contratos de comunicación (comunicación basada en mensajes, formatos, protocolos, seguridad y excepciones, entre otros) que requieren los clientes. Por ejemplo, el servicio de autorización de tarjetas de crédito debe exponer una interfaz de servicios que describa la funcionalidad que ofrece el servicio, así como la semántica de

comunicación requerida para llamar al mismo. Las interfaces de servicios también se denominan *fachadas empresariales*.

7. **Componentes lógicos de acceso a datos.** La mayoría de las aplicaciones y servicios necesitan obtener acceso a un almacén de datos en un momento determinado del proceso empresarial. Por ejemplo, la aplicación empresarial necesita recuperar los datos de los productos de una base de datos para mostrar al usuario los detalles de los mismos, así como insertar dicha información en la base de datos cuando un usuario realiza un pedido. Por tanto, es razonable abstraer la lógica necesaria para obtener acceso a los datos en un capa independiente de componentes lógicos de acceso a datos, ya que de este modo se centraliza la funcionalidad de acceso a datos y se facilita la configuración y el mantenimiento de la misma.
8. **Componentes de entidad empresarial.** La mayoría de las aplicaciones requieren el paso de datos entre distintos componentes. Por ejemplo, en la aplicación comercial es necesario pasar una lista de productos de los componentes lógicos de acceso a datos a los componentes de la interfaz de usuario para que éste pueda visualizar dicha lista. Los datos se utilizan para representar entidades empresariales del mundo real, como productos o pedidos. Las entidades empresariales que se utilizan de forma interna en la aplicación suelen ser estructuras de datos, como conjuntos de datos, DataReader o secuencias de lenguaje de marcado extensible (XML), aunque también se pueden implementar utilizando clases orientadas a objetos personalizadas que representan entidades del mundo real necesarias para la aplicación, como productos o pedidos.
9. **Componentes de seguridad, administración operativa y comunicación.** La aplicación probablemente utilice también componentes para realizar la

administración de excepciones, autorizar a los usuarios a que realicen tareas determinadas y comunicarse con otros servicios y aplicaciones.

SEGURIDADES

Entre las seguridades que vamos a tomar con respecto a nuestro sitio web, podemos mencionar como más importantes las siguientes:

- ❖ Tener una persona encargada para la administración.
- ❖ Respaldo semanalmente los datos, así como el respaldo de los fuentes.
- ❖ Mantener el estándar en las nuevas páginas que se adhieran al sitio web como al sistema administrativo.
- ❖ Mantener actualizada la información de TodoEvento.
- ❖ Depurar la información ingresada por los usuarios.
- ❖ Manejar históricos / dar de baja información no manejada con frecuencia para evitar sobrecarga en la base de datos.

BIBLIOGRAFÍA

Tesis

1. P. Carvajal, N. Noboa, H. Chávez, "Análisis, Diseño e Implementación de un Sitio Web para la Organización de Eventos Sociales", (Tesis, Licenciatura en Sistemas de Información, Facultad de Ingeniería Electrónica, Escuela Superior Politécnica del Litoral, 2004.

Documentación sobre el Análisis, Diseño e Implementación de un Sitio Web para Organización de Eventos Sociales

1. <http://www.eventoplus.com>
2. <http://www.maseventos.com>
4. <http://www.monografias.com>
5. <http://www.microsoft.com>
6. <http://www.aspnet.com>
7. <http://www.msdn.com>