

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TRABAJO DE PROFESIONALIZACIÓN  
MODALIDAD PLAN DE NEGOCIOS**



**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA ORGANIZADORA  
“VIP EVENTOS S.R.L.” EN LA CIUDAD DE BERMEJO**

**POR:**

**GASPAR MAMANI DELIA ROXANA**

**SANCHEZ KAREN CELINA**

**DOCENTE: MSc.Lic. WALDO OSCAR GUMIEL VELA**

Plan de negocios presentado a consideración de la “**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA  
JUAN MISAEL SARACHO**”, como requisito para optar el grado académico de  
Licenciatura en Administración de Empresas  
**TARIJA – BOLIVIA**

## **DEDICATORIA**

### **A mi Madre:**

*Por ser un pilar fundamental en mi vida, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, por creer y confiar en mis expectativas, por sus consejos, valores y principios que me ha inculcado.*

### **A mi Padre (Q.E.P.D):**

*Por vivir a través de mis ojos, por cuidarme, protegerme y guiarme desde el cielo en cada paso que doy.*

### **A mi Hermano:**

*Por estar siempre presente acompañándome y por su apoyo incondicional en cada etapa de mi vida.*

*Delia Roxana Gaspar Mamani.*

## **DEDICATORIA**

### **A mi Madre:**

*Porque es el pilar fundamental en mi vida, por su apoyo incondicional en todo momento, por sus consejos, por inculcarme sus valores, por la motivación que me brinda a ser cada día mejor, pero más que nada por todo su amor incondicional.*

### **A mis Abuelos:**

*Por ser mis segundos padres, por brindarme su apoyo, paciencia, enseñanzas, cariño y amor.*

### **A mis Hermanos:**

*Por ser pequeñas luces en mi vida y llenarme de alegría cada día.*

*Karen Celina Sánchez*

## **AGRADECIMIENTO**

*A Dios por darme la fuerza de seguir adelante, ser mi apoyo y fortaleza en momentos de dificultad y debilidad.*

*A mis padres por ser la fuente de motivación para crecer académica y espiritualmente.*

*Al docente guía Lic. Waldo Gumiel Vela por su dedicación, colaboración y orientación en el presente trabajo.*

*Delia Roxana Gaspar Mamani.*

## **AGRADECIMIENTO**

*A Dios por ser mi guía a lo largo de mi vida, por darme salud para lograr mis objetivos, además de brindarme su infinita bondad y amor*

*A mi madre por su constante apoyo, amor, paciencia y confianza.*

*Al docente guía Lic. Waldo Gumiel Vela por su dedicación, colaboración y orientación en el presente trabajo.*

*Karen Celina Sánchez.*

## **PENSAMIENTO**

*El éxito no es definitivo, el fracaso no es fatídico.  
Lo que cuenta es el valor para continuar.*

*(Winston Churchill.)*

## ÍNDICE

Pág.

### PERFIL DEL PLAN DE NEGOCIOS

1. ANTECEDENTES .....	I
2. JUSTIFICACIÓN .....	II
3. NOMBRE DE LA EMPRESA .....	III
3.1. Descripción de la empresa .....	IV
3.2. Ubicación de la empresa .....	IV
4. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO .....	V
4.1. Necesidades a satisfacer .....	VI
4.2. Mercado meta .....	VI
5. OBJETIVOS DE LA EMPRESA .....	VII
5.1. Objetivos Generales .....	VII
5.2. Objetivos específicos .....	VII
6. VENTAJAS COMPETITIVAS .....	VII
6.1. Distingos competitivos .....	VII
7. NATURALEZA DEL PROYECTO .....	VIII
8. ANÁLISIS DEL MICROENTORNO .....	IX
8.1. Clientes potenciales .....	IX
8.2. Competidores .....	IX
8.3. Proveedores .....	X
9. ANÁLISIS DAFO .....	XI
9.1. Debilidades .....	XI
9.2. Amenazas .....	XI
9.3. Fortalezas .....	XII

9.4. Oportunidades.....	XII
10. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	XIII
10.1. Método inductivo .....	XII
10.2 Método exploratorio.....	XIV
10.3. Método descriptivo.....	XIV
10.4. Técnica de Campo .....	XIV
11. ALCANCE O DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	XV
11.3. Alcance Espacial .....	XV

## **ANÁLISIS DEL CONTEXTO Y NATURALEZA DEL NEGOCIO**

I. ANÁLISIS DEL CONTEXTO Y NATURALEZA DEL NEGOCIO .....	1
1.1. ANÁLISIS DEL CONTEXTO .....	1
1.1.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO MEDIATO DEL NEGOCIO .....	2
1.1.1.1. Factor Político .....	2
1.1.1.2. Factor Económico.....	2
1.1.1.3. Factor Social.....	4
1.1.1.4. Factor Tecnológico .....	4
1.1.1.5. Factor Ambiental .....	5
1.1.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO INMEDIATO.....	5
1.1.2.1. Consumidores.....	6
1.1.2.2. Competidores Actuales .....	6
1.1.2.3. Competidores Potenciales .....	7
1.1.2.4. Proveedores .....	8
1.1.2.5. Servicios Complementarios.....	10
1.2. NATURALEZA DEL NEGOCIO .....	11
1.2.1. NOMBRE DE LA EMPRESA .....	11



1.2.2. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....	12
1.2.2.1. Tipo de empresa según su Actividad: Servicio Privado .....	12
1.2.2.2. Tipo de empresa según su Finalidad.....	12
1.2.2.3. Tipo de empresa según su Forma Jurídica .....	13
1.2.3. TAMAÑO DE LA EMPRESA .....	13
1.2.4. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES DE LA EMPRESA.....	14
1.2.4.1. Misión .....	14
1.2.4.2. Visión.....	14
1.2.4.3. Valores .....	15
1.2.5. OBJETIVOS DE LA EMPRESA .....	15
1.2.5.1. Objetivos a corto plazo .....	15
1.2.5.2. Objetivos a mediano plazo .....	15
1.2.5.3. Objetivos a largo plazo .....	16
1.2.6. SERVICIOS DE LA EMPRESA .....	16
1.2.7. VENTAJAS COMPETITIVAS .....	17
1.2.7.1. Distingos competitivos.....	17

## **ÁREA DE MARKETING**

II. <b>ÁREA DE MARKETING</b> .....	18
2.1. <b>OBJETIVOS DEL ÁREA MARKETING</b> .....	18
2.1.1.   Objetivos a Corto plazo .....	18
2.1.2.   Objetivos a Mediano plazo .....	18
2.1.3.   Objetivos a Largo plazo.....	18
2.2. <b>INVESTIGACIÓN DE MERCADOS</b> .....	18
2.2.1. <b>INTRODUCCIÓN</b> .....	18
2.2.2. <b>DEFINICIÓN DEL PROBLEMA</b> .....	18
2.2.3. <b>FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</b> .....	19

2.2.4.	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	19
2.2.5.	OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN .....	19
2.2.5.1.	Objetivo General.....	19
2.2.5.2.	Objetivos Específicos.....	19
2.2.6.	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN .....	19
2.2.7.	HIPÓTESIS .....	20
2.2.8.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y FUENTE DE DATOS .....	20
2.2.8.1.	Diseño de la investigación .....	20
2.2.8.2.	Investigación Exploratoria .....	20
2.2.8.3.	Investigación Descriptiva.....	21
2.2.9.	FUENTE DE DATOS .....	21
2.2.9.1.	Fuentes de datos primarios .....	21
2.2.9.2.	Fuentes de datos secundarios .....	21
2.2.10.	PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	21
2.2.10.1.	Diseño del cuestionario .....	22
2.2.11.	POBLACIÓN Y MUESTRA .....	22
2.2.11.1.	Definición de la población .....	22
2.2.11.2.	Definición de la muestra .....	22
2.2.12.	ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	24
2.3.	CONCLUSIONES .....	49
2.4.	Tamaño del mercado .....	50
2.5.	Segmento del mercado .....	50
2.6.	Mercado objetivo .....	51
2.7.	Demanda potencial.....	51
2.8.	Consumo aparente .....	52
2.9.	Participación de mercado.....	52
2.10.	MARKETING MIX .....	53
2.10.1.	Producto/Servicio .....	53
2.10.2.	Precio .....	54

2.10.3.	Plaza.....	54
2.10.4.	Promoción y Publicidad del Servicio.....	55
2.10.4.1.	Promoción .....	55
2.10.4.2.	Publicidad.....	56
2.11.	MARCA, LOGOTIPO, ESLOGAN Y TARJETA DE PRESENTACIÓN ....	57
2.12.	ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN.....	58
2.13.	ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO .....	59
2.14.	PLAN DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO .....	60
2.15.	RIESGO Y OPORTUNIDADES DEL MERCADO .....	60

## **ÁREA DE PRODUCCIÓN**

III.	ÁREA DE PRODUCCIÓN .....	61
3.1.	OBJETIVOS DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN .....	61
3.1.1.	Objetivos a corto plazo.....	61
3.1.2.	Objetivos a mediano plazo.....	61
3.1.3.	Objetivos a largo plazo.....	61
3.2.	ESPECIFICACIÓN DEL SERVICIO.....	61
3.3.	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	65
3.4.	DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO .....	67
3.5.	EQUIPO E INSTALACIONES .....	68
3.6.	CAPACIDAD INSTALADA .....	69
3.7.	DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA .....	70
3.8.	MANO DE OBRA REQUERIDA .....	70

## ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

IV.	ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y RECURSOS .....	72
4.1.	OBJETIVOS DEL ÁREA DE ORGANIZACIÓN .....	72
4.1.1.	Objetivos a Corto Plazo .....	72
4.1.2.	Objetivos a Mediano Plazo .....	72
4.1.3.	Objetivos a Largo Plazo .....	72
4.2.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	72
4.2.1.	Organigrama de la empresa .....	73
4.3.	FUNCIONES ESPECÍFICAS DE CARGOS .....	74
4.3.1.	Funciones de cargos fijos .....	74
4.3.1.1.	Junta de Socios .....	74
4.3.1.2.	Gerente General .....	74
4.3.1.3.	Contador.....	76
4.3.1.5.	Encargado de Recursos Humanos .....	78
4.3.1.6.	Recepcionista.....	79
4.3.2.	Funciones de cargos eventuales .....	79
4.3.2.1.	Gastronomía .....	79
4.3.2.2.	Sonido e iluminación .....	80
4.3.2.3.	Diseño y decoración.....	80
4.3.2.4.	Seguridad.....	81
4.3.2.5.	Limpieza.....	81
4.4.	CAPTACIÓN DEL PERSONAL .....	81
4.4.1.	Reclutamiento. ....	81
4.4.2.	Selección.....	82
4.4.3.	Contratación.....	83
4.4.4.	Inducción .....	84
4.5.	DESARROLLO DEL PERSONAL .....	84
4.5.1.	Proceso de capacitación.....	85

4.6.	ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS .....	86
4.6.1.	Evaluación y clasificación de los sueldos.....	86
4.6.2.	Método de escalas por grados predeterminados .....	86
4.7.	EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO .....	91
4.8.	RELACIONES DE TRABAJO .....	91
4.9.	MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN .....	92
4.9.1.	ALCALDÍA .....	92
4.9.2.	FUNDEMPRESA .....	93
4.9.3.	SERVICIO DE IMPUESTOS NACIONALES (Régimen Tributario) ....	94
4.9.4.	Ministerio de trabajo .....	95
4.9.5.	Caja Nacional De Salud.....	95
4.9.6.	Registro de empresa .....	96

## **ÁREA DE FINANZAS**

V.	ÁREA DE FINANZAS .....	98
5.1.	OBJETIVOS DEL ÁREA DE FINANZAS .....	98
5.1.1.	Objetivos a corto plazo .....	98
5.1.2.	Objetivos a mediano plazo.....	98
5.1.3.	Objetivos a largo plazo .....	98
5.2.	SISTEMA CONTABLE DE LA EMPRESA .....	98
5.2.1.	Contabilidad de la empresa.....	98
5.2.2.	Catálogo de cuentas la empresa .....	99
5.2.3.	Software a utilizar .....	100
5.3.	INVERSIÓN REQUERIDA.....	100
5.3.1.	Costos Y Gastos .....	100
5.3.1.1.	Costos fijos .....	100
5.3.1.2.	Gastos fijos .....	100

5.4.	DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS .....	107
5.5.	ESTIMACIÓN DEL COSTO TOTAL Y UNITARIO .....	108
5.5.1.	Proyección de costos anuales .....	108
5.5.1.1.	Costo fijo .....	108
5.5.1.2.	Costo Variable .....	108
5.6.	DETERMINACIÓN DE PRECIOS.....	109
5.6.1.	Precio de venta .....	109
5.6.2.	Precio de venta facturado.....	110
5.6.3.	Precio de venta por persona.....	110
5.7.	PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS .....	111
5.8.	INGENIERÍA FINANCIERA.....	112
5.8.1.	Estructura del Capital de Trabajo.....	112
5.8.2.	Requerimiento de Activos Fijos e Intangibles .....	112
5.8.3.	Estructura de Inversiones.....	113
5.8.4.	Fuentes de financiamiento .....	113
5.8.5.	Balance de Apertura .....	114
5.9.	FLUJOS DE CAJA UNA VIDA ÚTIL DE CINCO AÑOS .....	114
5.10.	INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL NEGOCIO.....	116
5.10.1.	Valor Actual Neto.....	116
5.10.2.	Tasa Interna de Retorno .....	117
5.10.3.	Periodo de recuperación de inversión.....	117
5.10.4.	Evaluación legal de la gestión tributaria .....	118
5.10.5.	Evaluación de la gestión de seguridad y salud ocupacional .....	119
5.11.	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DEL NEGOCIO .....	119
5.11.1.	Escenario pesimista.....	119
5.11.1.1.	Evaluación legal de la gestión tributaria .....	121
5.11.1.2.	Evaluación de la gestión de seguridad y salud ocupacional .....	121
5.11.2.	Escenario optimista.....	122
5.11.2.1.	Evaluación legal de la gestión tributaria .....	123

5.11.2.2. Evaluación de la gestión de seguridad y salud ocupacional .....	123
5.12. CONCLUSIONES .....	124
VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	125
6.1. CONCLUSIONES .....	125
6.2. RECOMENDACIONES .....	126
ANEXOS	

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: COMPETIDORES ACTUALES .....	7
TABLA 2: DESCRIPCIÓN DE LOS PROVEEDORES.....	9
TABLA 3: TAMAÑO DE LA EMPRESA SEGÚN SU CAPITAL .....	13
TABLA 4: TAMAÑO DE LA EMPRESA SEGÚN EL NÚMERO DE PERSONAL EMPLEADO .....	14
TABLA 5: ASISTENCIA A EVENTOS .....	24
TABLA 6: ORDEN DE IMPORTANCIA DE LOS EVENTOS.....	25
TABLA 7: REALIZACIÓN DE EVENTOS .....	26
TABLA 8: INVERSIÓN PARA LA REALIZACIÓN DE EVENTOS .....	27
TABLA 9: REALIZACIÓN DE EVENTOS AL AÑO.....	28
TABLA 10: ENCARGADOS DE LA REALIZACIÓN DEL EVENTO.....	29
TABLA 11: CALIFICACIÓN A EMPRESAS ORGANIZADORAS EXISTENTES	30
TABLA 12: DIFICULTADES EN LA ORGANIZACIÓN.....	31
TABLA 13: PERCEPCIÓN DE LA DEMANDA .....	32
TABLA 14: MOTIVO DE CONTRATACIÓN.....	33
TABLA 15: FINALIDAD DEL EVENTO SOCIAL .....	34
TABLA 16: LUGAR DE REALIZACIÓN.....	35
TABLA 17: MÉTODOS DE INFORMACIÓN.....	36
TABLA 18: EMPRESAS ORGANIZADORAS ENCARGADAS DE TODO EL EVENTO SOCIAL .....	37
TABLA 19: POCA VARIEDAD DE PAQUETES DE CUMPLEAÑOS.....	38
TABLA 20: BUEN TRATO AL CLIENTE .....	39
TABLA 21: PRECIOS INADECUADOS .....	40
TABLA 22: RESPONSABILIDAD EN LAS EMPRESAS ORGANIZADORAS DE EVENTOS.....	41
TABLA 23: POSIBLE PRECIO PARA UN BABY SHOWER.....	42
TABLA 24: POSIBLE PRECIO PARA CUMPLEAÑOS .....	43
TABLA 25: POSIBLE PRECIO PARA UN BAUTIZO.....	44
TABLA 26: POSIBLE PRECIO PARA PRIMERA COMUNIÓN – CONFIRMACIÓN	45
TABLA 27: POSIBLE PRECIO PARA UN 15 AÑOS .....	46
TABLA 28: POSIBLE PRECIO PARA UNA GRADUACIÓN .....	47
TABLA 29: POSIBLE PRECIO PARA UN MATRIMONIO .....	48
TABLA 30: ESTIMACIÓN CONSUMO APARENTE DE EVENTOS .....	52
TABLA 31: PARTICIPACIÓN DE MERCADO .....	53
TABLA 32: MANTELES .....	61
TABLA 33: PORCELANA.....	62



TABLA 34: CUBIERTOS .....	62
TABLA 35: ACCESORIOS .....	63
TABLA 36: CRISTALERÍA.....	63
TABLA 37: SILLAS.....	64
TABLA 38: MESAS .....	64
TABLA 39: AMPLIFICACIÓN E ILUMINACIÓN .....	64
TABLA 40: EQUIPOS DE OFICINA.....	68
TABLA 41: MUEBLES DE OFICINA .....	68
TABLA 42: ÚTILES DE OFICINA.....	69
TABLA 43: MANO DE OBRA REQUERIDA .....	71
TABLA 44: CLASIFICACIÓN DE LOS PUESTOS .....	87
TABLA 45: DETALLE DE SUELDOS .....	88
TABLA 46: PLANILLA DE APORTES PATRONALES Y LABORALES .....	88
TABLA 47: PLANILLA DE BENEFICIOS SOCIALES Y SUBSIDIOS.....	89
TABLA 48: PLANILLA DE SUELDOS Y SALARIOS .....	90
TABLA 49: COSTOS FIJOS .....	100
TABLA 50: EQUIPOS DE OFICINA.....	100
TABLA 51: MUEBLES DE OFICINA .....	101
TABLA 52: ÚTILES DE OFICINA.....	101
TABLA 53: MATERIAL DE SERVICIO: MANTELES .....	102
TABLA 54: MATERIAL DE SERVICIO: PORCELANA .....	102
TABLA 55: MATERIAL DE SERVICIO: CUBIERTOS.....	103
TABLA 56: MATERIAL DE SERVICIO: ACCESORIOS .....	103
TABLA 57: MATERIAL DE SERVICIO: CRISTALERÍA .....	104
TABLA 58: MATERIAL DE SERVICIO: SILLAS .....	104
TABLA 59: MATERIAL DE SERVICIO: MESAS .....	104
TABLA 60: VEHÍCULO .....	105
TABLA 61: AMPLIFICACIÓN E ILUMINACIÓN .....	105
TABLA 62: PRECIO DE LOS MATERIALES DE SERVICIO.....	106
TABLA 63: ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO .....	106
TABLA 64: DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJO .....	107
TABLA 65: COSTO FIJO .....	108
TABLA 66: COSTO VARIABLE.....	108
TABLA 67: COSTOS TOTALES.....	109
TABLA 68: PRECIOS DE VENTA.....	110
TABLA 69: PRECIOS FACTURADO .....	110
TABLA 70: PRECIO FACTURADO DE VENTAS POR PERSONA .....	111
TABLA 71: PROYECCIÓN DE INGRESOS .....	111
TABLA 72: PRESUPUESTO DE INVERSIÓN .....	112
TABLA 73: ESTRUCTURA DE INVERSIÓN.....	113
TABLA 74: PATRIMONIO.....	113

TABLA 75: BALANCE DE APERTURA .....	114
TABLA 76: PROYECCIÓN DE INGRESOS .....	115
TABLA 77: FLUJO DE CAJA .....	116
TABLA 78: PERIODO DE RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN.....	117
TABLA 79: EVALUACIÓN DE LA RENTABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA .....	118
TABLA 80: EVALUACIÓN LEGAL DE LA GESTIÓN TRIBUTARIA .....	118
TABLA 81: EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN DE SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL.....	119
TABLA 82: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA PARA EL ESCENARIO PESIMISTA .....	119
TABLA 83: FLUJO DE CAJA DEL ESCENARIO PESIMISTA.....	120
TABLA 84: EVALUACIÓN LEGAL DE LA GESTIÓN TRIBUTARIA .....	121
TABLA 85: EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN DE SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL.....	121
TABLA 86: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DEL ESCENARIO OPTIMISTA	122
TABLA 87: FLUJO DE CAJA DEL ESCENARIO OPTIMISTA .....	122
TABLA 88: EVALUACIÓN DE LA RENTABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA .....	123
TABLA 89: EVALUACIÓN LEGAL DE LA GESTIÓN TRIBUTARIA DEL ESCENARIO OPTIMISTA .....	123
TABLA 90: EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN DE SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL.....	123

## ÍNDICE DE GRÁFICAS

GRÁFICA N°1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LA EMPRESA .....	IV
GRÁFICA N°2. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LA EMPRESA .....	V
GRÁFICA N°3. MERCADO META .....	VI
GRÁFICA N°4. ASISTENCIA A EVENTOS.....	24
GRÁFICA N°5. ORDEN DE IMPORTANCIA DE LOS EVENTOS .....	25
GRÁFICA N°6. REALIZACIÓN DE EVENTOS.....	26
GRÁFICA N°7. INVERSIÓN PARA LA REALIZACIÓN DE EVENTOS.....	27
GRÁFICA N°8. REALIZACIÓN DE EVENTOS AL AÑO.....	28
GRÁFICA N°19. ENCARGADOS DE REALIZAR EL EVENTO .....	29
GRÁFICA N°10. CALIFICACIÓN A ORGANIZADORAS .....	30
GRÁFICA N°11. DIFICULTAD EN LAS ORGANIZADORAS .....	31
GRÁFICA N°12. PERCEPCIÓN DE LA DEMANDA .....	32
GRÁFICA N°13. MOTIVO DE CONTRATACIÓN.....	33
GRÁFICA N°14. FINALIDAD DEL EVENTO.....	34
GRÁFICA N°15. LUGAR DE REALIZACIÓN .....	35
GRÁFICA N°16. MÉTODOS DE INFORMACIÓN.....	36
GRÁFICA N°17 EMPRESAS ENCARGADAS DEL EVENTO SOCIAL.....	37
GRÁFICA N°18 POCA VARIEDAD DE PAQUETES DE CUMPLEAÑOS .....	38
GRÁFICA N°19. BUEN TRATO AL CLIENTE .....	39
GRÁFICA N°20. PRECIOS INADECUADOS .....	40

GRÁFICA N°21. RESPONSABILIDAD EN LAS ORGANIZADORAS.....	41
GRÁFICA N°22. POSIBLE PRECIO PARA UN BABY SHOWER.....	42
GRÁFICA N°23. POSIBLE PRECIO PARA UN CUMPLEAÑOS .....	43
GRÁFICA N°24. POSIBLE PRECIO PARA UN BAUTIZO.....	44
GRÁFICA N°25. POSIBLE PRECIO PARA PRIMERA COMUNIÓN – CONFIRMACIÓN.....	45
GRÁFICA N°26. POSIBLE PRECIO PARA QUINCE AÑOS .....	46
GRÁFICA N°27. POSIBLE PRECIO PARA UNA GRADUACIÓN.....	47
GRÁFICA N°28. POSIBLE PRECIO PARA UN MATRIMONIO .....	48
GRAFICA N°29. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO .....	50
GRAFICA N°30. INTERACCIÓN CON EL CLIENTE .....	55
GRÁFICA N°31. DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS .....	67
GRÁFICA N°32. DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTA .....	70
GRÁFICA N°33. ORGANIGRAMA DE “VIP EVENTOS S.R.L” .....	73
GRÁFICA N°34. EJEMPLO DE REDACCIÓN DE UN ANUNCIO.....	82