

EVENTOS MAXSELL

La idea de los eventos no es del todo nueva ni innovadora en nuestro país, pero si lucrativa, a través de un Análisis psicológico, podemos determinar la manera de pensar de los ecuatoguineanos.

El tema de los eventos es un tema que se esta ganando mucha fama y credibilidad ante todo el público, pero muchas agencias ejercen dicha función con muchísimas limitaciones. Nuestro objetivo es enfocarnos en el cliente insatisfecho, en ese cliente que gasta bastante para un buen evento y casi nunca obtiene lo que necesita, siempre hay factores no controlables y no determinados, se podría decir muchas de las limitaciones e impedimentos que se encuentra en dicho sector, pero nos vamos a centrar en nuestro proyecto.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

- El objetivo principal; buscar por ese proyecto, es analizar la viabilidad de implantar una empresa de planificación y organización de eventos en el área, de acuerdo de la comunidad ecuatoguineana.
- Para ello vamos a elaborar un plan de empresa en el que se desarrolla, en primer lugar una descripción de negocio o servicio, así como los promotores que van a formar parte del mismo y se determinara la misión y la visión del proyecto.
- En segundo lugar se realizara un Análisis del entorno macroeconomico, para ello se utilizara el modo PEST, en el cual se describen los factores, Politicos, económicos, sociales y tecnológicos que rodean el contexto de la empresa.
- En tercer lugar se examinara el microentorno, en el cual se analizara la situación actual y las perspectivas del sector mediante un profundo análisis de los clientes potenciales, los competidores y los proveedores, además, se realizara también un análisis DAFO para determinar los factores internos que afectan a la empresa como son las fortalezas también los factores externos llamados amenazas y oportunidades.

por ultimo para el análisis del microentorno, se realizara un plan de marketing en el que aparezcan tanto los objetivos de ese plan como las estrategias para alcanzar los y se determinara el marketing mix, es decir las características de servicio, precio, distribución y comunicación.

- En cuarto lugar se realizara un análisis técnico en el cual se detallara la localización del negocio, así como las obras necesarias, equipamiento y un calendario con el tiempo y el dinero que supondrá cada una de las inversiones que realicen, además se hará una descripción tanto de la organización como de los recursos humanos de la empresa, plasmando esos últimos con un organigrama. Por ultimo para ese apartado de detallara la forma jurídica escogida para este proyecto, así como todo el proceso de constitución y puesta en marcha de la empresa y la responsabilidad profesional que este proyecto conlleva.
- La ultima parte de este proyecto trata del análisis de la viabilidad Económica financiera. En este se realizara un plan de inversión/financiación, previsión de ventas, se definira los gastos de explotación, la amortización, se realizaran previsiones tanto de la cuenta de resultados como del balance de la empresa, y se evaluara la y se evaluara la rentabilidad del proyecto mediante los cálculos del VAN y el TIR.

ESTUDIO DE MERCADO

DESCRIPCION DEL NEGOCIO O SERVICIO

La empresa EVENTOS MAXSELL tiene como finalidad la planificación y organización de eventos festivos, como bodas, comuniones, bautizos, cumpleaños... Así como de eventos corporativos tales como inauguraciones, convenciones presentación de producto y marcas, eventos culturales como conciertos, espectáculos, eventos religiosos, deportivos etc.

Cuando se quiere realizar cualquier tipo de evento, la persona responsable o en ese caso la empresa prioriza al cliente ofreciendo le varias alternativas que satisfagan sus necesidades y adaptarse a sus exigencias, para poder llevar un evento memorable y controlar todos los factores antes durante y después del evento, para librar al cliente del estrés que conlleva organizar un evento. Tener el control del espacio, catering, distribución, decoración etc.

De esa forma, cuando una persona física u otra entidad se ponga en contacto con nuestra marca, se le asigne a un agente especializado para llevar a cabo sus necesidades, transmitiendo le algunas ideas respecto al tipo de evento que este demande.

A grandes rasgos la actividad de EVENTOS MAXSELL se puede dividir en dos grandes bloques que dependerán de la finalidad del evento que se quiere realizar:

1. **La planificación y organización de eventos festivos.** Como bodas, bautizos comuniones así como cualquier tipo de celebración que desee el cliente. EVENTOS MAXSELL se encargará de adaptarse específicamente al tipo al tipo de público que asistirá a tal evento, ya sea infantil o adulto y todo lo que este requiera para hacer del evento algo único.
2. **La planificación de eventos corporativos.** Por muy extrañas que puedan ser las exigencias del cliente, EVENTOS MAXSELL hará lo posible para cumplir las especificativas del cliente, adaptando se al tipo de evento, empresa, producto o servicio que se quiere presentar, sin embargo nuestra labor es dar al cliente las mejores opciones pero es el quien al fin y al cabo quien ha de tomar la última palabra

Tipo de eventos

- ❖ **Eventos sociales (bodas, comuniones, bautizos, aniversarios, eventos fúnebres, cumpleaños etc.)**
- ❖ **Empresariales o corporativos (ferias, conferencias, reuniones etc.)**
- ❖ **Deportivos (carreras, partidos de fútbol, torneos)**
- ❖ **Culturales o de ocio (festivales, espectáculos, conciertos)**
- ❖ **Académicos**
- ❖ **Religiosos**
- ❖ **Políticos**
- ❖ **Y de recaudación**

Nuestros servicios van catalogados.

- ✓ **Logística de espacio.** Una de las mejores formas de controlar ese aspecto es hallar alianzas o contratos con gran parte de los locales de la ciudad, para que puedan ofrecernos una preferencia, de modo que el cliente ya no tiene que tratar con ningún gerente o administrador de un local, sino que irá a cargo de la empresa.
- ✓ **Decoración de interiores.** es uno de los puntos más complejos porque se divide en otras secciones tales como los interiores



se trata de elegir una temática del evento, color, temporada clásica o contemporánea , accesorios, iluminación etc.

- ✓ **Manteleria y flores.** el arreglo de una mesa dice mucho del evento o del tipo de anfitrión que ofrece el evento, por tanto hay que ser muy selectivo y utilizar el buen gusto



la porcelana y el resto de vajillas de un evento deben ser de un tanto exclusivo para que los comensales puedan asombrarse.

- ✓ **Decoración de los espacios al aire libre y las entradas principales.** Los eventos al aire libre son mas complejos porque requieren de mas creatividad, los estilos pueden ser campestres, modernos, rurales etc. Depende de como lo desee el cliente



- ✓ **Montaje de carpas.** Diferentes tamaños y formas



- ✓ **Decoración de iglesias,** dependiendo del evento, boda, bautizo etc.



✓ **Servicio de catering y cócteles.**



- ✓ **Preparación y distribución de las invitaciones.**
- ✓ **Sonido y visualización**
- ✓ **Azafatas, camareras y seguridad**
- ✓ **Eventos funebres.** Ofrecemos el catering, carpas, gestionamos el sonido o el coral, la celebración litúrgica, acogida, proyección de imágenes.
- ✓ **Conciertos.** Montaje de escenarios, iluminación, sonido, camerinos, presentación, seguridad, presupuesto, el booking, el publico objetivo, el espacio, los tramites, los elementos técnicos, la venta de entradas, el control de acceso, la imagen y la difusión.



- ✓ **Reuniones privadas o empresariales.** Son siempre de un espacio cerrado con un numero de gente reducido, tener detalle de la reunión, tiempo de duración, sonido, protocolo etc.

PERFIL DEL CONSUMIDOR

Nuestra idea esta abierta a toda persona o entidades que consideren que pueden permitirse contratar nuestros servicios, sin embargo cabe destacar que el perfil de nuestro consumidor meta, es de personas y entidades sofisticadas acostumbradas al buen gusto y con buena disposición económica, personas que evitan el estrés y el cansancio.

Conforme han ido pasando los años, nos damos cuenta como el pensamiento de los ecuatoguineanos va cambiando, y sin olvidar que existen las clases sociales, las altas, las medias y la clase humilde.

Nuestros servicios claramente están pensados para personas de clase alta o media dependiendo de su interés o que tanto quieren satisfacer a sus comensales. Personas con mucho mundo y cultura, que conocen el valor de las cosas y buenas y elegantes, que no reparan en gastos.

Principalmente ese es el tipo de consumidor al que nos centramos, pero no cabe duda que nos nuestros servicios con nuestros presión también se pueden ajustar a cualquier bolsillo dependiendo de la economía del que demanda sin importar de que clase social pertenece.

- 1) Empresas
- 2) Personas con grandes puestos
- 3) Personas jurídicas
- 4) Fundaciones
- 5) Gobierno
- 6) Empresarios
- 7) Personas físicas
- 8) Comerciantes
- 9) Artistas

ANALISIS DEL SECTOR

El sector de los eventos, afortunadamente es un sector nuevo que poco a poco va tomando su valor, y sin olvidar que es altamente lucrativo, de alguna u otra forma lo de ser un buen anfitrión ha ido alcanzando ya su verdadero sentido y valor, tanto que las personas se preocupan mucho en quedar bien con los invitados. En un país como guinea ecuatorial donde las celebraciones son constantes y diversos, sin contar que la elaboración de un evento suele ser factor en el que muchas veces no se controla el gasto, es decir; la gente invierte bastante en realizar un buen evento y en ocasiones se puede notar el descontento de algunos de los invitados o del mismo anfitrión por no cumplir con sus propias expectativas.

El sector terciario es uno de los sectores mas destacados, pero es un sector que lamentable no esta muy bien desarrollado en nuestro país. Económicamente tiene su lucro y su apogeo, pero es un sector que hasta ahora no se termina de explorar en nuestro país, punto que juega a nuestro favor así podremos ofrecer al cliente conceptos y alternativas que desconoce pero que necesariamente hacen falta.

DESCRIPCION DE LOS PROMOTORES

La empresa EVENTOS MAXSELL es una sociedad de responsabilidad limitada, formada principalmente por 6 socios con cierta experiencia en el sector.

Como ya mencionamos antes, nuestra denominación o razón social es EVENTOS MAXSELL S.L. la justificación por la cual elegimos esta forma jurídica es por ciertos puntos:

- La responsabilidad ante terceros queda limitada al capital aportado, de modo que el patrimonio personal de los socios queda protegido.
- Se reduce la carga fiscal, ya que el tope impositivo queda fijado por el impuesto de sociedades y hay mas desgravaciones fiscales.
- La tercera es por razones de tamaño, ya que al trabajar grandes compañías, se vería obligada a constituirse como sociedad mercantil, ya que las multinacionales solo contratan a multinacionales.
- Otra razón es potente es que si hemos de contratar empleados como empresas, eso reduciría el impuesto de sociedad.

MISION

La misión de EVENTOS MAXSELL S. L es facilitar a nuestros clientes con lo que es la organización y planificación de un evento tanto festivos como corporativos, adaptando los completamente a sus

necesidades y a su presupuesto, otorgando les comodidad y seguridad a la hora de realizar los mismos, creando así un evento personalizado y único para cada tipo de cliente.

VISION

La visión de EVENTOS MAXSELL S.L es ser un referente en el ámbito de la organización de eventos en la comunidad ecuatoguineana, pretendiendo a la largo plazo ampliar tanto la zona geográfica de actuación como los servicios que ofrece la empresa, pudiendo llegar a organizar eventos de mayor envergadura a cualquier tipo de público al que se dirija.

ENTORNO MACROECONOMICO

En ese entorno lo analizaremos con el modo PEST

- ✓ **POLITICO**
- ✓ **ECONOMICO**
- ✓ **SOCIALES**
- ✓ **TECNOLOGICOS**

✓ **MODO POLITICO**

La política de guinea ecuatorial afortunadamente apoya la creación de nuevas empresas para su crecimiento económico y la reducción de la tasa de desempleo, en pocas palabras las leyes empresariales que regulan la producción o el servicio de las empresas de guinea ecuatorial, están a favor de implementaciones seguras y viables para la sociedad ecuatoguineana siempre y cuando expresen una necesidad y un bien para la sociedad.

✓ **MODO ECONOMICO**

Cuando hablamos de crisis, generalmente no es una frase que se puede utilizar en guinea, si que hay secases de empleo buenos como le gustaría a cualquier persona, pero eso implica que la productividad económica del país se vea afectada, ante todo somos un pequeño y nuestro principal recurso sigue generando grandes cantidades de ingresos.

Lamentablemente todos no tienen la misma disposición económica, es lo más normal del mundo, sin embargo una buena parte de la sociedad guineana está bien situada económicamente hablando, por tanto el porcentaje de que la idea de emprender aquí en nuestro país sea factible es de un porcentaje altísimo.

✓ **MODO SOCIAL**

En toda África, pocos países se han modernizado a nivel del pensamiento y entre ellos guinea ecuatorial, la adaptación de nuevas culturas y otras formas de vida han hecho al ecuatoguineano dar un salto a su manera de concebir las cosas, por tanto implementar una idea de esa índole en nuestro país no resultaría una novedad o un tabú, más bien una solución para todo el público aunque todos no se lo puedan permitir.

✓ **MODO TECNOLOGICO**

Una de las cosas buenas que nos proporciona el gobierno ecuatoguineano es descubrir las nuevas tendencias tecnológicas, tanto que en nuestro país podemos contar con muchos expertos en la materia, por tanto en ese aspecto podemos presumir de no quedarnos cortos en nuestros servicios y responder a las actualidades y tendencias. Sin olvidar que la tecnología resume en gran parte nuestro trabajo y nuestra comunicación.

ANALISIS FODA

En nuestro Análisis DAFO vamos a resaltar nuestras amenazas, fortalezas, debilidades y oportunidades:

AMENAZAS	Nuevos en el sector	La falta de financiación	Falta de tecnología adecuada
	Aparición futura de fuertes competidores	Falta de material	

FORTALEZAS	Equipo altamente calificado y cualificado	Buenas relaciones públicas	Buen plan de marketing
	falta de fuertes competidores	Un buen plan de marketing	

DEBILIDADES	No tener una ubicación	La idea no es del todo desconocido	Pequeños competidores
OPORTUNIDADES	La sociedad ecuatoguineana	La insatisfacción de los clientes ante dicho servicio	La política del país

Independientemente de los aspectos citados, nuestras únicas competencias por llamarlo de algún modo, son las pequeñas agencias que hacen el servicio de decoraciones y otras que hacen el servicio de catering. Generalmente, varias de esas agencias no disponen ni de un logo ni de una ubicación clara y asentada, mas bien son personas físicas ofreciendo un servicio a través de sus clientes mas cercanos, es decir, solo por afinidad o nepotismo ganan mercado y eso hace que gran parte de la sociedad desconozca de su servicio, puesto que sus clientes son de un círculo serado.

PLAN DE MARKETING

Nuestro plan de marketing abarca ciertos puntos, entre ellos el objetivo del plan de marketing, fijación de la estrategia, marketing mix, características del servicio, estrategia de precio, catering, decoración, logística de espacio, fotografía, animación, transporte, audiovisual, climatización, invitaciones, estrategia de distribución, estrategia de comunicación y las promociones.

■ **OBJETIVOS DE PLAN DE MARKETING.** Nuestros objetivos son, dar a conocer la empresa y nuestros servicios a través de las redes sociales y los medios de comunicación, nuestra ubicación, servicios precios, y las promociones.

1. Dar se ha conocer en su zona geográfica de actuación, con eso se pretende colocar a EVENTOS MAXSELL como una empresa innovadora en la prestación de este tipo de servicio y afianzarse con otros servicios en el mercado actual, consiguiendo consolidarse como un negocio de referencia en el sector de la planificación y organización de eventos tanto festivos, corporativos y mas.
2. Conocer a fondo los servicios de los competidores y sus actualidades para poder presentar una contra oferta.
3. Ubicarnos en el mercado como una empresa profesional, responsable, seria y segura que garantiza la organización y planificación de cualquier tipo de evento, adaptándose a las expectativas del cliente.

4. El primer año de servicio es crucial dado que hay que trabajar la confianza del cliente para así poder tener una cartera fija de clientes.

■ **FIJACION DE ESTRATEGIAS.** Desde nuestro analisis dafo, nuestro zona y todos los aspectos que incurren en nuestra actividad. Nuestra principal estrategia es fomentar la publicidad con objetivos reales, crear necesidad y despertar el interés del cliente, establecernos en todas las areas de mercado, medios de comunicaciones, redes sociales y un lugar físico donde el cliente puede hacer su demanda. Actualizar los servicios y procurar tener promociones en un alguna temporada del año. Ofrecer servicios que otros no ofrecen.

■ **MARKETING MIX.** En ese punto vamos a desarrollar cuatro puntos que engloban el marketing mix, producto/servicio, precio, distribución, y comunicación.

1. **Servicio.** Nuestros servicios engloban en:

- ✓ Decoración
- ✓ Catering
- ✓ Fotografía
- ✓ Sonido
- ✓ Animación
- ✓ Seguridad
- ✓ Servicio de camareras y azafatas
- ✓ Iluminación
- ✓ Montar escenarios
- ✓ Proyección de imágenes
- ✓ Preparación de los novios (bodas)
- ✓ Logística de espacio
- ✓ Limpieza
- ✓ Manteleria

2. **Precio.** Cada servicio tiene un precio fijo, pero dependiendo de lo que el cliente demande, el precio varia conforme a la calidad y la magnitud del evento

Decoración	catering	Cóctel y bar	Fotografía	Seguridad	sonido	Proyección de imágenes	Animación
200.000 a 3.000.000 xfa	1.500.000 a 10.000.000 xfa	500.000 a 5.000.000 xfa	200.000 a 400.000 xfa	300.000 a 1.000.000 xfa	300.000 a 1.500.000 xfa	500.000 xfa	2.000.000 xfa a 5.000.000 xfa

manteleria	Servicio de camareras	Preparación de los novios	Montar escenario	Iluminación
1.000.000 a 3.000.000 xfa	2.000.000 a 5.000.000 xfa	5.000.000 xfa	8.000.000 a 15.000.000 xfa	300.000 a 1.000.000 xfa

3. **Distribución.** A nivel de los eventos culturales y corporativos, nuestra misión seria entablar contratos con las cadenas de radio y televisión que den a conocer el producto o tendencia que se este ejecutando, los precios de dicho punto seran tratados directamente con EVENOS MAXSELL como intermediario de las cadenas y el cliente.
4. **Comunicación.** En ese punto como en la distribución dependen siempre de lo que el cliente quiere dar a conocer con su producto o evento cultural.

ANALISIS TECNICO

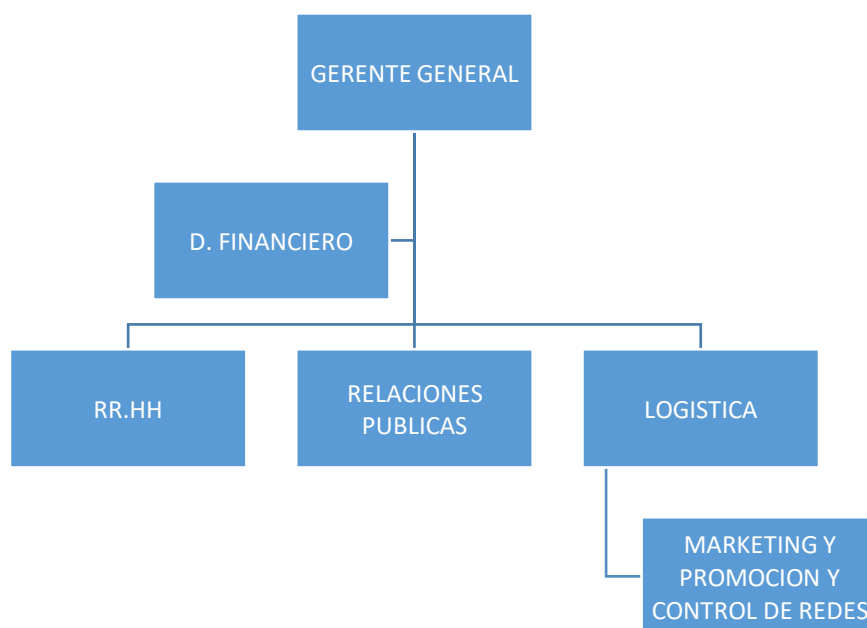
LOCALIZACION. Hallar un espacio bien centrado de la ciudad, donde le facilite al cliente llegar, o en su defecto puede contactar a nuestras redes sociales. La empresa tendrá su sede en la ciudad capital de guinea ecuatorial MALABO

DIMENSION DEL NEGOCIO. Un espacio amplio al menos de unos 200 a 300m considerables para habilitar las oficinas, con instalación de agua y electricidad, un cuarto de baño considerablemente, un espacio extra y mas grande para habilitar un almacén de los insumos de trabajo.

En caso de que el local seleccionado no este en condiciones, se someterá a unas obras para su mejora, entre ellas la pintura, las obras del baño, electricidad seguridad de puertas y ventanas, climatización etc.

EQUIPAMIENTO. Efectivamente el espacio a elegir puede ser un espacio abierto, habría que distribuirlo en facciones que determinen los departamentos, dos o tres computadoras de mesa y una fotocopidora, al menos 5 a 6 mesas de oficina y un par de cillas y un sillón para la sala de espera, un aire acondicionado, una vitrina que sirva de archivo, un vehículo de empresa si cabe la posibilidad, Internet, teléfono fijo, una nevera, laminas, bolígrafos, chinchetas, habilitar una sala de reuniones con un proyector de imágenes.

ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA Y FUNCIONES DE CADA DEPARTAMENTO



- ✓ **GERENTE GENERAL.** Preferentemente una persona con gran conocimiento en el área, con gran capacidad de liderar y tomar decisiones.
- ✓ **D. Financiero,** una persona con estudios en finanzas, administración y economía, que pueda llevar con gran exactitud las cuentas y las facturas de la empresa.
- ✓ **RR.HH.** Que cepa de las leyes laborales y lleve el asunto de la contratación del personal según el área y la especialidad que se requiere.
- ✓ **RELACIONES PUBLICAS.** Que sea una persona con don de gente que venda muy bien la empresa y cree interés en el cliente, que entable alianzas y contratos con otras entidades para el buen funcionamiento de la empresa.

- ✓ **LOGISTICA.** Que se encargue de nuestros contratos con los espacios o locales de la ciudad, con las demás agencias para entablar alianzas y se encargue de los asuntos de los impuestos y las facturas de la empresa que tenga noción o hable otras lenguas aparte del español.
- ✓ **MARKETING Y PROMOCION.** Que cepa de las tendencias digitales y se encargue de atender a las suscripciones de los clientes a nuestras paginas privadas, que controle las nuevas tendencia y publique nuestras nuevas promociones.

Independientemente de las funciones que le toquen a cada uno de nosotros, nuestras funciones pueden ser colectivas, es decir, cualquiera de nosotros podría desempeñar la función de otro departamento, ya que todos estamos altamente capacitados.

PROCESO DE CONSTITUCION Y PUESTA EN MARCHA

1. **Transmites para la adopción de personalidad jurídica en las sociedades mercantiles**
2. **Certificación negativa de denominación social, es decir; registrar y patentizar la empresa a nombre de EVENTOS MAXSELL S.L para que no se pueda registrar nuevamente como otra empresa distinta.**
3. **Apertura de una cuenta bancaria**
4. **Estatutos de la sociedad y otorgamiento de escritura publica de constitución**
5. **Inscripcion en el registro mercantil**
6. **Transmites del ministerio de hacienda y economía**
7. **Declaración en el impuesto sobre actividades económicas.**
8. **Transmites en el ayuntamiento**
9. **Licencias de actividades e instalaciones o licencia de apertura**
10. **Transmites en el ministerio de trabajo**
11. **Alta en el régimen especial de trabajadores autónomos de la seguridad social (RETA)**

RESPONSABILIDAD PROFESIONAL

La empresa deberá contar con un seguro a la responsabilidad civil, un seguro de empresa y un seguro de posibles daños ocasionados.

CONCLUSION

EVENTOS MAXSELL pretende abarcar gran parte del mercado de las organizaciones y planificaciones de eventos, a través de nuestro estudio total y detallado y con los puntos del microentorno, aunque no los hemos detallado en el documento, podemos determinar que al menos un 41% de la población ecuatoguineana puede permitirse nuestros servicios de manera completa, el porcentaje restante viene siendo un factor no controlable, es decir, dependiendo que tan especial considere uno que quiere su evento.

Nuestros competidores como ya mencionamos antes solo son personas físicas que ofrecen servicios limitados a personas cercanas o de su mismo entorno.

Nuestra idea esta llamada a ocupar un gran mercado, y se puede decir que seria la primera empresa referente como organizadora de eventos, siempre y cuando cumpla con los objetivos trazados.

El plan de marketing y sus estrategias deben ser ejecutadas en el tiempo que se estipule, controlando los factores sorpresa, crear valor e interés al cliente ofreciéndole una solución viable, segura y satisfactoria para sus eventos, de ese modo se crea una reputación que hará que la empresa crezca de manera rápida y sea considerada como una marca seria.

Para tener un buen sistema de operaciones es mejor cumplir con las partes legales para evitar posibles impagos o embargos, entablar buena relación segura y clara con los ministerios público y las autoridades competentes que regulan las actividades de las empresas, eso ayuda en gran medida a que el prestigio de la empresa sea cada vez mas alto.

BIBLIOGRAFIA

- ✓ Encuestas realizadas a personas físicas y empresas, hilton, muni aseena
- ✓ Paginas web, inege
- ✓ Marcas extranjeras que se ocupan del mismo servicio como son: PROMESSE, BODAS Y ENTOS, ART UNICO FOTOGRAFIA CREATIVA de la comunidad de valencia, MILOVI de nuestra comunidad guineana, galaxy hotel
- ✓ [Htt.www, wix.com.uy](http://www.wix.com.uy) toulouseautrec.edu.pe, eventos. Com

ANEXOS

1. INEGE. Taza de desempleo de la zona, población activa, balance de niños nacidos al año