



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN  
GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS**

**TRABAJO DE FIN DE GRADO  
Plan de negocio: Creasur Eventos S.L**

**Autora: Marta Espada Pérez  
Tutor: Francisco Javier Caro González**

**Sevilla, junio 2020**

# INDICE

<b>1. RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	2
A. OBJETIVO .....	2
B. CONTENIDO .....	2
C. PROMOTORA DEL NEGOCIO .....	3
<b>2. CONSTITUCIÓN Y TRÁMITES</b> .....	4
A. FORMA JURÍDICA.....	4
B. PROCESO DE CONSTITUCIÓN Y TRÁMITES .....	5
<b>3. PLAN ESTRATÉGICO</b> .....	8
A. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES .....	8
B. OBJETIVOS .....	8
C. ANÁLISIS ESTRATÉGICO .....	9
<b>4. PLAN DE MÁRKETING</b> .....	30
A. ESTUDIO DEL MERCADO.....	30
B. SEGMENTACIÓN .....	32
C. POSICIONAMIENTO .....	33
D. MARKETING MIX .....	34
<b>5. PLAN DE OPERACIONES</b> .....	38
A. RECURSOS INTANGIBLES, MATERIALES Y HUMANOS .....	38
B. PROVEEDORES DE RECURSOS .....	39
C. FLUJOGRAMA.....	40
D. CAPACIDAD DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS .....	41
E. PUNTO MUERTO.....	41
<b>6. PLAN DE ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS</b> .....	42
A. LA ORGANIZACIÓN .....	42
B. ORGANIGRAMA .....	42
C. MECANISMOS DE COORDINACIÓN.....	43
D. DISEÑO DE LA ESTRUCTURA .....	43
E. PROCESO DE GESTIÓN DE PERSONAS .....	44
F. PROCESO DE SELECCIÓN .....	45
<b>7. PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO</b> .....	50
<b>8. ANEXO</b> .....	52
<b>9. BIBLIOGRAFÍA</b> .....	54

## 1. RESUMEN EJECUTIVO

### A. OBJETIVO

El objetivo principal de Creasur Eventos SL es que las empresas andaluzas queden totalmente satisfechas y sorprendidas con los servicios ofertados, de tal forma que quieran volver a repetir la experiencia con la organizadora. Se realizarán eventos corporativos de todo tipo, adaptados siempre a las necesidades y gustos de cada cliente. Para ello, se llevará a cabo previamente un estudio exhaustivo de los mismos.

Por otro lado, se espera obtener un buen posicionamiento respecto a la competencia y beneficios a medio plazo para poder continuar creciendo con el negocio y expandir la marca Creasur por toda Andalucía.

### B. CONTENIDO

La empresa recibe el nombre de **Creasur Eventos** y su forma jurídica está establecida como **Sociedad Limitada** ya que es la que mejor se adapta a las necesidades empresariales del negocio.

En relación a la **persona promotora** del mismo es Dña. Marta Espada Pérez.

Los **servicios** que ofrecen la organizadora engloban todo lo relacionado con los eventos corporativos (convenciones, ferias, cenas de gala, entrega de premios, viajes de incentivos...). Tras establecer un contacto directo con el cliente, realizar un estudio del mismo y llegar a un acuerdo, se pondrá a su disposición todos los servicios que se prestan, como por ejemplo el catering, la decoración o la animación, para que este elija lo que mejor se adapte a sus necesidades, teniendo siempre en cuenta su presupuesto.

La **competencia** es muy elevada. La más directa, son aquellas organizadoras de eventos que actúan en Andalucía y ofrecen una gama de servicios muy similares a los de Creasur. Tras realizar un análisis del sector, se consideran que son: Es Cultura Eventos, Creativando y Atlanta. Cabe destacar que algunas de estas también trabajan a nivel nacional y Creasur únicamente pretende centrarse en el territorio andaluz.

En cuanto al **público objetivo**, se trata de aquellas empresas privadas andaluzas de mediano tamaño que posean la necesidad de dar a conocer su marca, producto o servicio u honrar a algunos de sus empleados en el territorio andaluz.

Dentro del **plan de marketing**, destaca el posicionamiento, que en este caso se usará el relacionado con la calidad-precio de los servicios. Por ello lo que se pretende es establecer un tarifario elevado para que los clientes asocien la marca Creasur con eventos exclusivos y de lujo. Tras definir todo esto, se ha escogido que el eslogan de la empresa sea: *“La calidad se escoge”*.

En el **plan de operaciones**, se muestra la capacidad de prestación de servicios por semana (conocido también como “cuello de botella”), se estima un total de 120 horas semanales dando lugar la creación de 2 eventos por semana. Igualmente se conoce que el mínimo de servicios que debe ofrecer Creasur para comenzar a obtener beneficios y alcanzar el equilibrio son 2 eventos.

En lo relacionado con los **recursos humanos**, la división del trabajo será de tipo horizontal, de tal modo que todas las tareas se dividirán entre la directora general y los empleados con los que cuenta la organizadora. Al ser una empresa pequeña, no se da la departamentalización y la coordinación se produce hablando por adaptación mutua.

Según los cálculos realizados en el **plan económico financiero**, se prevé que la empresa obtenga buenos beneficios en los primeros años de existencia.

## C. PROMOTORA DEL NEGOCIO



**MARTA  
ESPADA PÉREZ**

Avda. Virgen de la Esperanza,   
nº 29, blq 5, 2ºB  
606 84 68 66   
martaespada@hotmail.com 

### RESUMEN PROFESIONAL

Varias experiencias como azafata de eventos y publicista.

### FORMACIÓN

Certificado en Gestión, Dinamización y Uso Empresarial de Redes Sociales |  
Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Oviedo  
2020

**Carnet de conducir** | Sevilla  
2017

**Publicidad y Relaciones Públicas** | Universidad de Sevilla  
2016- ACTUALIDAD  
Actualmente soy estudiante del tercer curso.

**Título de Bachillerato** | Colegio San Antonio María Claret Sevilla  
2015

**Título de Educación Secundaria Obligatoria** | Colegio San Antonio María  
Claret Sevilla

#### Idiomas

Nivel medio inglés  
Nivel medio-alto francés

### EXPERIENCIA

**Azafata** | Copa del Rey 2019  
25/05/2019

Me situaron en los palcos de Fondo.

**Azafata** | Betis Energía Plus  
12/2017- ACTUALIDAD

Comencé trabajando como azafata en puerta y pista, actualmente en el palco presidencial.

**Publicista** | Sace Ropa  
09/2017- ACTUALIDAD

Sace Ropa es una tienda de moda adolescente. Soy la encargada de realizar fotografías para posteriormente subirlas a las redes sociales.

**Azafata** | Cajasol  
01/2018- ACTUALIDAD

Durante este año he estado trabajando en varias ocasiones en conferencias y eventos organizados en la Central de Cajasol de Sevilla.

**Azafata** | Atlántica  
08/2018

Este fue un evento solidario a favor de la Asociación Gota de Leche en Costa Ballena, Rota.

Publicista | Mercadillo Costa Ballena

08/2018

Realicé un cartel para publicitar el evento y utilicé para ello las redes sociales.



### APTITUDES

- Trabajadora
- Responsable
- Constante
- Eficaz
- Amable
- Rápida capacidad de aprendizaje
- Facilidad para trabajar en grupo



### ACTIVIDADES

He colaborado en dos proyectos sociales en el año 2014.

El primero fue el PES (Proyecto de Educación Social), consistía en actividades extraescolares para niños del barrio de las Tres Mil Viviendas de Sevilla. Les ayudábamos a realizar correctamente las tareas que les mandaban en el colegio y les enseñábamos a estudiar de la manera más eficaz posible.

Además colaboré en La Semana Solidaria que organizaba el colegio San Antonio María Claret, me destinaron a la ciudad de Granada. Tratábamos con personas con un alto grado de discapacidad y con niños de un barrio marginal.

Practico deporte y soy muy seguidora del baloncesto y del fútbol.

Otros de mis hobbies son el cine, la música, las redes sociales y la moda.

## 2. CONSTITUCIÓN Y TRÁMITES

### A. FORMA JURÍDICA

Tras realizar un estudio en relación a cuál es la personalidad jurídica más apropiada para Creasur Eventos, se ha decidido que se trate de una **Sociedad de Responsabilidad Limitada**. Por tanto, el nombre de la empresa quedaría como Creasur Eventos SL.

Es un tipo de sociedad de carácter mercantil, en la que la responsabilidad ante terceros está limitada al capital que el socio ha aportado. Un aspecto a tener en cuenta, es que sólo se podrán proporcionar aquellos bienes o derechos patrimoniales que puedan ser valorados económicamente. Es decir, tienen que tener un valor económico, por lo que bajo ningún caso pueden ser servicios o trabajos. (Emprendedores, 2020).

Además, las participaciones sociales deberán estar formalizadas en un documento público, como exige la Administración.

Se ha decidido escoger este tipo de forma jurídica, ya que le da a la empresa numerosas ventajas, como por ejemplo:

- Se trata de una modalidad apropiada para la pequeña y mediana empresa, como es el caso de este proyecto.
- No posee un número mínimo de socios.
- El Capital Social Mínimo es reducido, concretamente hay que para su constitución 3005,06€. Teniendo en cuenta que la aportación puede ser tanto monetaria como en especie (siempre que el resto de socios estén de acuerdo). Por otro lado, no se establece un capital máximo.
- No establece ni un mínimo ni un máximo de socios.
- No existe capital mínimo ni máximo de capital por socio.

- Los socios no responden de manera personal a las deudas sociales, estando limitada su responsabilidad al capital aportado, que podrá ser dinero en metálico, bienes o derechos, y en ningún caso trabajo servicios.
- Permite la posibilidad de fijar un salario a los socios que trabajen en la empresa, además de la participación en beneficios que le corresponda.
- Es un régimen jurídico más flexible que el de las sociedades anónimas.
- Puede tener libertad de denominación social, aunque deberá aparecer algunas de estas expresiones: “Sociedad de Responsabilidad Limitada”, “Sociedad Limitada”, “SRL” o “SL”.
- Gran libertad para realizar pactos y acuerdos.

## B. PROCESO DE CONSTITUCIÓN Y TRÁMITES

Es necesario realizar una serie de trámites y registros cuando se va a crear una nueva empresa. Todo esto dependerá de la forma jurídica seleccionada.

En el caso de la organizadora de eventos, al pertenecer al grupo de empresas de carácter mercantil, posee personalidad jurídica y, por tanto, deberá expresarse en el Registro Mercantil. Además tendrá que hacer constar esta situación en toda su documentación, facturas anuncios, notas de pedidos...

### **Paso 1: Proceso de constitución y adopción de personalidad jurídica**

Antes que nada, el socio o los socios fundadores deberán realizar los trámites para obtener la **denominación social** de la nueva empresa.

Deberá estar compuesta por los dos apellidos y nombre de uno de los socios que la haya fundado, más un código alfanumérico seguido de “Sociedad Limitada” o su abreviatura “SL”. Este código se denomina ID-CIRCE.

El proceso de asignación de esto, es telemático, se crea de forma automática cuando se realiza la tramitación de la Sociedad Limitada Nueva Empresa. En el caso de realizarlo de manera presencial, la solicitud de certificación de la denominación se realiza a través del CIRCE.

Por otro lado, se requiere el **número de identificación fiscal**, que se realiza en la Administración de la Agencia Tributaria correspondiente al domicilio fiscal de la sociedad o entidad.

Con carácter general, el NIF de las personas jurídicas, como es el caso de Creasur Eventos SL, estará compuesto por nueve caracteres, siguiendo esta estructura:

- Una letra, que informará sobre la forma jurídica.
- Un número aleatorio de siete dígitos.
- Un carácter de control.

Se debe solicitar previamente a realizar cualquier movimiento como adquirir bienes o servicios Y esto se formulará dentro del mes siguiente a la fecha de constitución de la personalidad jurídica o entidad.

Seguidamente, se llevará a cabo la **escritura pública ante notario**. Esta deberá ser consentida por todos los socios que fundaron la empresa, es decir, aquellos que tendrán que asumir la totalidad de las participaciones sociales. Deberá presentarse a inscripción en el Registro Mercantil y constará necesariamente de los siguientes aspectos:

- La identidad del socio o socios.
- La voluntad de formar una Sociedad Limitada.
- Las aportaciones realizadas por los socios y la numeración de las participaciones fijadas en pago.
- La decisión del modo en que inicialmente se organice la administración.
- La identificación de la persona o personas que se encarguen de la administración y de la representación social.
- Se pueden incluir todos los pactos y condiciones que los socios crean conveniente establecer, siempre que las leyes reguladoras no digan lo contrario.
- Los estatutos de la sociedad, que incluyen datos como: el capital aportado, la denominación social, el objeto social, el domicilio social y la forma de organizar la administración de la sociedad.

En las Consejerías de Hacienda de las CC.AA, se establecerá el **Impuesto sobre transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados**. En el caso de la organizadora, será en Andalucía. El plazo para la liquidación es de 30 días hábiles a partir del otorgamiento del documento ante notario.

Por último, habrá que **inscribir a la empresa en el Registro Mercantil Provincial**, que en este caso sería Sevilla, que produce su plena capacidad jurídica.

(Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2020)

## **Paso 2: Trámites para la puesta en marcha**

Son aquellos de carácter administrativo, correspondientes al ejercicio de la actividad empresarial.

- **Carácter general**

Alta en el Censo de empresarios, profesionales y retenedores:

Se considera de carácter obligatorio solicitar esto previamente al inicio de la actividad empresarial. Deberán hacerlo aquellas personas que realicen actividades empresariales o profesionales o abonen rendimientos sujetos a retención.

Se llevará a cabo en la **Delegación de la Agencia Tributaria** correspondiente al domicilio fiscal.

Alta de los socios y administradores en los regímenes de la Seguridad Social

Se deben dar de alta en el Sistema de la Seguridad Social todos los españoles y extranjeros que residan en España. En ambos supuestos, deben ejercer su actividad en el territorio nacional. Todo esto se llevará a cabo en la **Tesorería General de la Seguridad Social**.

Se podrá realizar hasta 60 días anteriores al inicio de la relación laboral.

En el Registro Mercantil Provincial, se llevarán a cabo dos trámites:

**Legalización del libro de actas, del Libro registro de socios, del Libro registro de acciones nominativas y del Libro registro de contratos entre el socio único y la sociedad:** la Sociedad Limitada, dispone la obligación de llevar un libro registro de socios con el siguiente contenido: la titularidad originaria y

las sucesivas transmisiones de las participaciones sociales y el domicilio del titular de la participación.

**Legalización del Libro Diario y del Libro de Inventarios y Cuentas Anuales:** deberán realizar estos documentos contables, todos los empresarios que lleven su contabilidad según las disposiciones del Código de Comercio.

- **Según la Actividad**

**Trámites en el Ayuntamiento** del municipio donde la empresa ejerce su actividad, en este caso sería en Sevilla. Sirve para obtener licencias de instalaciones y obras, licencias de actividad y licencias de funcionamiento.

- **Al contratar trabajadores**

Se deberá **inscribir la empresa en la Tesorería General de la Seguridad Social**, antes de contratar a los mismos. Aquí se le asigna al empresario un número para su identificación y control de sus obligaciones (código de cuenta de cotización).

Además, se realizará la **afiliación de los trabajadores**, que consiste en un acto administrativo que reconoce a las personas físicas su inclusión por primera vez en el Sistema de Seguridad Social. Será llevado a cabo por la Tesorería General de la Seguridad Social,

**Los trabajadores también deberán darse de alta** al igual que los contratos de trabajo, pero esto último, se realiza en el Servicio Público de Empleo Estatal.

En la Consejería de Trabajo de la CCAA, se tendrá que proceder a la comunicación de apertura del centro de trabajo.

Por último, las empresas deben implantar en cada centro un **calendario laboral**, que deberá colocarse en un lugar visible. Esto se lleva a cabo en la Inspección provincial de Trabajo.

- **Registrar la patente**

Los signos distintivos, se usan para distinguir los productos o servicios de una empresa de las de su competencia en el mercado. Para obtener una protección jurídica de la marca o nombre comercial de Creasur Eventos SL, es necesario registrarla en la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM).

### **Paso 3: Búsqueda de ayudas e incentivos para empresas**

Es un aspecto interesante a analizar, ya que puede servir de gran ayuda a la hora de comenzar el proyecto empresarial.

En el caso de la organizadora, se centrará en el programa creado por el Instituto Andaluz de la Juventud (IAJ) de la Consejería de Igualdad y Políticas Sociales. Esto se conoce como Innovactiva 6000. Posee ayudas orientadas a la constitución de empresas jóvenes andaluzas, apoyando en inmovilizado con un máximo de 6000 euros, entre gastos de constitución e inversiones.

A la convocatoria pueden asistir jóvenes andaluces o residentes en la Comunidad Autónoma que posean formación universitaria o de ciclo formativo de grado medio o superior que presenten un

proyecto avalado por un informe de viabilidad realizado por la Fundación Pública Andaluza “Andalucía emprende”.

(Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2020).

### 3. PLAN ESTRATÉGICO

#### A. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

Se trata de un aspecto que debe de estar muy bien definido y es importante, ya que ayudará a conocer perfectamente quienes somos, quienes queremos ser en un futuro y los valores en los que nos apoyamos para lograrlo. No sólo servirá para el conocimiento de esto por parte de los miembros de la empresa, también para los clientes o cualquier otra persona.

- **Misión:** empresa centrada en la organización de eventos corporativos en Andalucía, que busca fomentar a través de juegos interactivos, el trabajo en equipo, para que posteriormente, las empresas lo apliquen en su día a día. Por otro lado, pretende ayudar también a estas a darse a conocer a sus clientes aplicando siempre el factor sorpresa en sus eventos.
- **Visión:**
  - Lograr ser la empresa líder del sector eventos en Andalucía y si es posible, también en España, hasta el punto que otras empresas dedicadas a lo mismo, nos utilicen como referencia.
  - Conseguir siempre la satisfacción plena de los clientes, de forma que quieran volver a repetir y seamos recomendados continuamente.
  - Ser reconocidos por nuestros juegos de trabajo en equipo y por el factor sorpresa.
- **Valores:** Creatividad, trabajo en equipo, sorpresa, responsabilidad y calidad.

#### B. OBJETIVOS

##### **Económicos:**

Se parte de la gran inversión que se va a realizar en los inicios de la empresa. Esta se destinará principalmente a las infraestructuras y a las acciones de comunicación para darnos a conocer.

Los objetivos económicos a corto plazo que persigue Creasur Eventos SL son: reducir los costes, aumentar las ventas y conseguir beneficios.

Por otro lado, con una visión más a medio plazo, se quiere conseguir estabilidad económica y una elevada rentabilidad.

Por último, pasados cinco años, se busca el posicionamiento como la agencia de eventos más importante del sector en Andalucía y superar a la competencia en visibilidad y ventas. Además, se pretende recuperar al menos el 60% de la inversión realizada en los inicios.

## **Técnicos:**

A corto plazo, se tiene como objetivo principal establecer la sede de Creasur Eventos SL en Sevilla capital y adquirir todo el mobiliario necesario para poder trabajar cómodamente y atender de la mejor forma posible a los clientes.

A medio plazo, se busca situar una sucursal en Málaga, ya que es un destino muy llamativo para el sector eventos y podría ser una buena estrategia de captación de clientes. Por otro lado, se tendrá muy en cuenta la constante innovación de nuestras ofertas y la creación y el mantenimiento de servicios de calidad.

Por último, como objetivo técnico a largo plazo, se pretende construir otra sucursal en Madrid para la apertura al ámbito nacional. Se ha escogido este destino porque al ser la capital, es un lugar donde existe un gran movimiento empresarial y se produce mucho auge en el comercio.

## **Sociales**

Para Creasur Eventos son muy importantes tanto las personas como el medio ambiente. Por ello, desde su creación, se buscan varios objetivos, como por ejemplo: crear y mantener buenas relaciones con los clientes, satisfacer sus necesidades y deseos, generar un buen clima de trabajo entre los empleados, aplicar la Responsabilidad Social Corporativa y cuidar el medio ambiente.

De esta manera se conseguirá a largo plazo ser una marca respetada y valorada socialmente.

## **C. ANÁLISIS ESTRATÉGICO**

### **ANÁLISIS EXTERNO**

#### **❖ PESTEL**

En este apartado, se pretende analizar el entorno en el que se encuentra la empresa a partir de la realización de un estudio de los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales que puedan afectarla.

Para ello, se usará el **modelo PESTEL**, que es flexible y dinámico, ya que se puede adaptar a cualquier caso.

Por un lado, ayuda a optimizar la toma de decisiones, la planificación y reducir el impacto de elementos adversos. Por otro, ayuda a la evaluación de riesgos. Por ello, se trata de un modelo muy importante para las empresas que quieran entrar en nuevos mercados, como es el caso de esta.

En el proyecto, se pretende trabajar sobre el sector eventos en Andalucía, pero al ser un aspecto tan concreto, es difícil encontrar información. Debido a esto, principalmente se va a centrar en datos del sector servicios y ámbito empresarial de los últimos años, ya que es lo que lo engloba.

## ➤ Política

### **Ayudas de la Junta de Andalucía al emprendimiento**

Al tratarse este proyecto de una empresa nueva y formada por jóvenes, se considera de especial atención analizar este aspecto. Ya que se trata de un conjunto de oportunidades ofertadas por la Junta de Andalucía, de las cuales, la empresa las puede aprovechar para conseguir de una forma más amena y segura sus resultados.

#### *Fomento empresarial y política*

La Junta de Andalucía pretende fomentar y desarrollar el sector empresarial andaluz, ya que lo considera un elemento que genera riquezas, impulsa la economía, crea empleo y estimula el crecimiento social y económico de la comunidad. Para llevar esto a cabo, ha establecido una serie de políticas, medidas y actuaciones. A continuación, se muestran diferentes ayudas:

- La Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía (IDEA) ofrece a las empresas unos servicios que fomentan el espíritu empresarial, la cooperación en el sistema de ciencia-tecnología-empresa, la innovación y la competitividad de la estructura productiva andaluza.
- La Estrategia de Innovación de Andalucía (2014-2020) busca impulsar la innovación para ayudar al crecimiento y reorientar el modelo productivo en Andalucía, mediante la identificación de áreas y prioridades de especialización.

Posee los siguientes principios:

- a) Guiar la política económica y trasladar las inversiones, tanto públicas como privadas, hacia aquellas oportunidades de desarrollo basadas en la innovación
- b) Detectar y disfrutar los puntos fuertes de Andalucía
- c) Fomentar en las Universidades y la sociedad en general a centrarse en la innovación como principal fuerza impulsora del cambio estructural en la economía andaluza.

(Junta de Andalucía, 2020)

#### *Andalucía emprende*

Este aspecto se considera interesante analizar, ya que puede servir de gran ayuda a la hora de comenzar el proyecto de la empresa.

Se trata de una fundación adscrita a la Consejería de Empleo, Formación y Trabajo Autónomo de la Junta de Andalucía, que tiene como objetivo suscitar el desarrollo del sector empresarial para ayudar a la fortalecer la economía regional y la iniciativa emprendedora.

Entre las acciones que lleva a cabo destacan:

- Investiga la idea del negocio y crea un plan de viabilidad.
- Ayuda a buscar financiación pública y privada.
- Acompaña todo el proceso de creación, desarrollo y consolidación empresarial.
- Aporta una formación empresarial personalizada para gestión óptima de la empresa.
- Ofrece alojamiento empresarial gratuito para la fase inicial del proyecto o en proceso de desarrollo y consolidación.

- Facilita contactos con otras empresas y organismos para intercambiar conocimientos y experiencias y establecer vías de cooperación.

(Andalucía Emprende, 2020)

#### *Formación y prácticas en empresas*

Se trata de una serie de ayudas y subvenciones para la formación y prácticas en empresas. Cuenta con una serie de becas para desarrollar este ámbito, como por ejemplo:

- Emple@ joven: destinado a jóvenes menores de 30 años.
- Programa Emple@30+: Para la población de 30 o más años.
- Formación y prácticas en empresas: Formación profesional dual.

#### *Otras ayudas a las empresas*

- Programa Innovativa 6000: financia gastos para poner en marcha proyectos empresariales promovidos por jóvenes andaluces o residentes en Andalucía.
- Programa de Incentivos para el desarrollo energético sostenible en Andalucía: trata de potenciar el ahorro energético y el uso de energías renovables en las empresas. Todas las empresas andaluzas pueden acogerse a este programa.
- Fondos reembolsables: La Agencia Idea, te permite la obtención de créditos en condiciones ventajosas.

(Instituto Andaluz de la Juventud, 2020)

#### ➤ Economía

### **El Sector Servicios en Andalucía, 2019**

Con el estallido de la crisis económica de 2009, el sector servicios tuvo una facturación muy preocupante (-13,7%). Sin embargo, con el paso de los años se ha conseguido incrementar los resultados, alcanzando unos muy positivos.

Según el informe del Observatorio Económico Semanal de la Junta de Andalucía, el sector servicios de mercado, muestra mayor dinamismo en Andalucía que la media del resto de comunidades autónomas. Dentro de este segmento, se engloba a todo lo relacionado con los eventos: transportes, turismo, servicios a empresas, culturales y recreativos y servicios de alquiler.

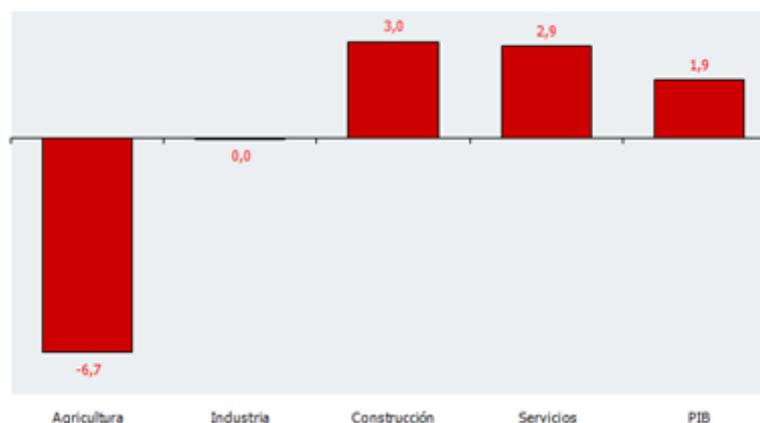
Los negocios del sector servicios de mercado han crecido en Andalucía un 4% interanual en el verano de 2019, más del triple que a nivel nacional (1,2%). También, el empleo de esta actividad económica ha aumentado en agosto un 1,7% interanual.

Finalmente, según los datos del INE, en el año 2019, este sector ha registrado en Andalucía un aumento medio de su facturación a un 6% y la ocupación creció a 1,8%

(Noticias de la Junta de Andalucía, 2019)

- Comparación con otros sectores:

**Figura 1. VAB por sectores. Cuarto trimestre 2019**



Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía

Como se puede apreciar, los servicios presentan en el año 2019 un crecimiento del 2,9% aportando al PIB 1,9 puntos. Por subsectores, los mayores crecimientos los registraron las actividades financieras y de seguros (7,9%) y las actividades profesionales (5,3%)

Con estos resultados, se coloca en la segunda posición del ranking respecto al resto de sectores. El primer lugar lo ocupa el ámbito de la construcción que creció este último año un 0,3%.

A continuación, se presentan estos datos de una forma más detallada:

**Figura 2. Tasas de crecimiento interanual (%)**

**Oferta. Índices de volumen encadenados**

**Tasas de crecimiento interanual (%)**

Datos corregidos de estacionalidad y efecto calendario

	2018	2019	2019			
			1 <sup>er</sup> Trim.	2 <sup>o</sup> Trim.	3 <sup>er</sup> Trim.	4 <sup>o</sup> Trim.
Agricultura, Ganadería y Pesca	7,9	-5,0	-3,3	-4,4	-5,5	-6,7
Industria	-3,4	1,2	1,5	1,7	1,8	0,0
De las cuales: industria manufacturera	-1,5	2,0	4,8	0,3	2,2	1,0
Construcción	6,8	5,0	6,6	5,6	4,7	3,0
Servicios	2,4	2,9	3,1	3,1	2,8	2,9
Comercio, transporte y hostelería	0,9	3,3	3,9	3,3	3,2	2,9
Información y comunicaciones	3,8	3,2	3,3	3,8	3,7	2,2
Actividades financieras y de seguros	6,2	6,8	5,6	6,6	7,1	7,9
Actividades inmobiliarias	2,6	2,0	2,2	2,0	1,8	1,8
Actividades profesionales	6,5	5,3	5,3	5,4	5,3	5,3
Administración pública, sanidad y educación	1,9	2,1	1,9	2,6	1,8	2,3
Actividades artísticas, recreativas y otros servicios	2,0	1,1	1,1	0,9	1,1	1,1
Impuestos netos sobre los productos	1,5	0,1	-0,5	-0,8	0,4	1,4
<b>PIB a precios de mercado (índices de volumen encadenados)</b>	<b>2,3</b>	<b>2,1</b>	<b>2,3</b>	<b>2,2</b>	<b>2,0</b>	<b>1,9</b>

Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía

Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía

## **Ingresos generados por Congresos y Ferias en Andalucía, 2019**

En Sevilla, el turismo de congresos aporta más de 220 millones de euros anuales. Aquí cabe destacar El Palacio de Congresos y Exposiciones de Sevilla (Fibes) que supera cada año el millón de visitantes.

Seguidamente, en Málaga se encuentra el Palacio de Congresos y Exposiciones, que genera unas rentas de 120 millones al año. La ciudad recibió en 2019 más de 100.000 congresistas.

Por último, en Granada, el turismo de congresos produce un impacto económico al año de 25 millones de euros con más de 150 eventos. Además, Córdoba organizará unos 200 eventos congresuales en 2020, con un impacto económico de unos 16 millones de euros y movilizándolo alrededor de 90.000 personas.

(Elena Martos, 2019)

## **Gran preocupación para la economía andaluza, COVID-19**

Dentro de este análisis cabe destacar un tema de gran actualidad e incertidumbre, el coronavirus. Según un primer análisis realizado por Oxford Economics, se imputa ya un recorte del 0,25% del crecimiento del PIB mundial.

Debido a esto, el Ministerio de Sanidad recomendó la interrupción de todos los congresos, talleres, cursos y jornadas en Andalucía para evitar que virus siga expandiéndose. El sector eventos tiene recelo a que esta crisis se agrave, ya que se prevé una bajada considerable de los ingresos millonarios que se generan en las ciudades andaluzas, especialmente en Sevilla, Málaga, Marbella y Granada.

Se van a llevar a cabo medidas contra esta pandemia. Una de ellas es que La Junta de Andalucía va a movilizar unos 1.000 millones de euros para tratar de paliar los efectos de la crisis del coronavirus en la economía, principalmente en autónomos y pymes.

(E. Navas, F. Valle, F. Poyato, 2020)

### ➤ Social

## **Turismo MICE**

Se trata un tipo de turismo centrado en los negocios, donde se realizan actividades laborales o profesionales como por ejemplo: la asistencia a reuniones de negocio, congresos, ferias, convenciones, viajes de incentivo...

Las características que lo diferencian son:

- Los eventos relacionados con esta actividad son más frecuentes en otoño y primavera.
- El impacto económico y de imagen, afecta principalmente a las ciudades donde se realiza el evento.
- Integra agentes específicos (agencia de viajes, event planners, hoteles...) con agentes no específicos (restaurantes, empresas de transporte...).
- La elección del destino donde se va a realizar el evento es fundamental.
- Existe una fuerte concentración del negocio ya que el 20% de los agentes gestiona el 80%.

(Mice in the cloud, 2020)

## *Turismo MICE en Andalucía*

Según los datos de la Consejería de Turismo y Deporte, el Turismo de Reuniones y Congresos hace que Andalucía reciba más de 600.000 turistas de negocios y genere unos ingresos de 285 millones de euros al año. El perfil de este tipo de viajero resulta de especial interés para la comunidad, debido a su elevado gasto medio diario y su capacidad desestacionalizadora.

Andalucía cuenta con un gran número de establecimientos, concretamente 604, estos poseen instalaciones para reuniones y congresos que ofertan 349.000 plazas. Dentro de este grupo destacan los hoteles, especialmente los de cuatro estrellas, que suponen el 38% de la oferta disponible.

(Conexo, 2016)

- ¿Por qué Andalucía es un buen destino MICE?

La Comunidad ocupa una buena posición en el podio de las regiones preferidas por los turistas de negocio, sólo la superan Madrid y Cataluña, y entre las razones por las que se eligen las ciudades andaluzas para la organización de estos tipos de eventos son:

- 1) Cuenta con una gran variedad y disponibilidad de plazas.
- 2) Posee infraestructuras y comunicaciones de última generación.
- 3) Es referente entre los profesionales del sector: Sevilla, Málaga y Granada, son las principales ciudades receptoras del turismo de negocio en Andalucía.
- 4) Buen clima, cultura y gastronomía: las ciudades andaluzas ofrecen más de 3.000 horas de sol al año y esto, sumado a la oferta cultural de la región y a su exquisita gastronomía, hacen de Andalucía el destino más apetecible para el turista de negocios y para la práctica del *bleisure*.
- 5) Lugares como el Museo Thyssen o el Centro Pompidou de Málaga, o la Alhambra de Granada o las Casas Palacio de Sevilla, permiten crear experiencias únicas y exclusivas para los asistentes a los eventos corporativos. Además cuenta con amplias zonas de contenido medioambiental como El Parque Nacional de Doñana, Sierra Nevada o la Sierra de Cazorla.

(BCD Travel, 2019)

### ➤ Tecnología

#### **Importancia del uso de las TIC en Andalucía**

Para las pymes y grandes empresas, el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), puede aportar grandes ventajas respecto a la competencia, como por ejemplo:

- Mantener abierto tu negocio 24 horas al día todos los días del año.
- Vender tus productos o servicios a través de internet.
- Averiguar las opiniones de tus clientes y conocer sus necesidades.
- Perfeccionar las herramientas de gestión.
- Desarrollar el número de productos y servicios que oferta la empresa.

A continuación, se muestran iniciativas que fomentan la incorporación de las TIC en las empresas andaluzas:

- Programa Empresas en Red
- Andalucía es digital

- eCluster (Soluciones Sectoriales)
- Proyecto Minerva

(Junta de Andalucía, 2020)

### **I+D+i de las empresas andaluzas**

La ciencia y tecnología en Andalucía aportan el 14% de la producción científica española después de Madrid y Barcelona.

Según el Instituto Nacional de Estadística, en el año 2018, el sector público es el que más hace uso de la innovación (1.422 millones de euros en 2017) y la empresa privada está por detrás. Además, la preferencia de la inversión privada no es la tecnología, sino los elementos no tecnológicos. Sólo el 36% de las firmas de más de 10 trabajadores apuestan por avanzar en esto.

En la región, cada compañía invierte en este concepto de media la mitad que en España (443.341€ frente a 880.624). Y esto se da porque el porcentaje de empresas (10,9%) dobla en número al peso del gasto.

En los últimos diez años, el gasto en I+D sobre el PIB ha descendido en Andalucía, del 0,99% al 0,92%.

(Monago, T. 2019)

- ¿Por qué es importante que una empresa apueste por I+D+i?

Porque además de incrementar el valor añadido de la oferta y reducir costes, ayudan a las empresas a enfrentarse a periodos difíciles y promover la competitividad, es decir, desarrolla nuevas líneas de negocio y mejora el posicionamiento frente a la competencia.

En definitiva, servirá para construir un crecimiento económico, sostenible y equilibrado.

(Morante Asesores Tributarios, 2017)

### **Transporte**

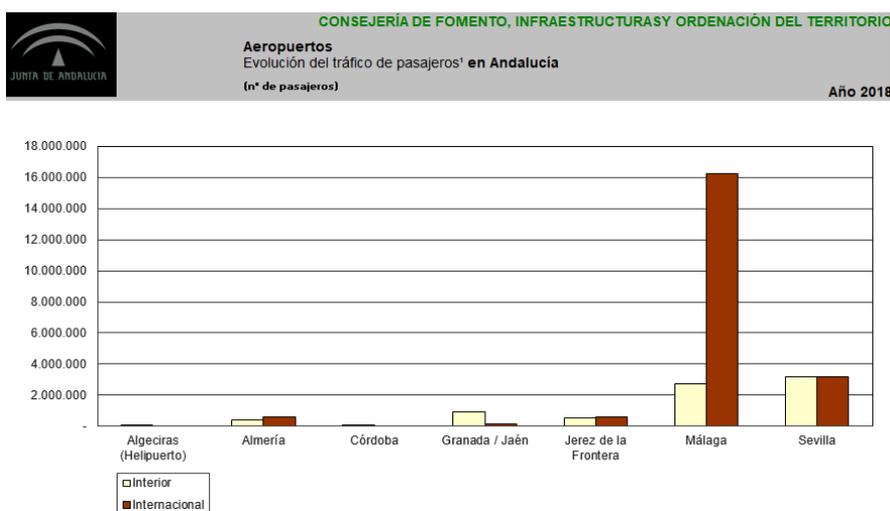
Este apartado se considera importante analizarlo, porque a la hora de realizar un evento, se convierte en imprescindible el uso de medios de transporte para llegar hasta el lugar de celebración.

A causa de la posición de Andalucía en Europa, resulta necesario hacerse de unas buenas comunicaciones para su conexión con las potencias económicas del país y del continente.

- **Aeropuertos:** En Andalucía existen seis, de los cuales, cinco son internacionales y uno nacional (Córdoba).

El más importante es el de Málaga, que acoge a más de 10 millones de personas cada año. Este junto al de Sevilla, acapara el 87% de los pasajeros de la comunidad, por lo que hay mucha concentración.

**Figura 3. Evolución del tráfico de pasajeros en Andalucía.**



Fuente: Consejería de fomento, infraestructuras y ordenación del territorio

- **Puertos:** Es importante analizar este aspecto, debido a que un lugar interesante para organizar los eventos de la empresa puede ser en los barcos. En Andalucía, los puertos funcionan muy bien.

Cabe destacar Puerto Banús (Marbella), ya que es uno de los más famosos e internacionales de España. El reconocimiento es debido al valor en la náutica, el lujo, los hoteles y el glamur.

Además de este, encontramos algunos como: Puerto Marina (Benalmádena), Puerto de la Bahía de Cádiz y el Puerto de Punta Umbría (Huelva).

- **Red viaria:** Andalucía cuenta con una buena dotación de autovías. El principal acceso a esta desde el interior es la Autovía del Sur (A-4) que va de Madrid a Cádiz.

A parte, hay que destacar la autovía A-92, que cruza la Comunidad autónoma de este a oeste y se considera la columna vertebral de Andalucía.

- **Ferrocarril:** Ha pasado a ser un medio de transporte clave en las infraestructuras. A continuación, se muestra un mapa de la red de alta velocidad andaluza:

**Figura 5. Red de alta velocidad andaluza**



Fuente: Wikipedia

(Wikipedia, 2020)

## ➤ Ecología

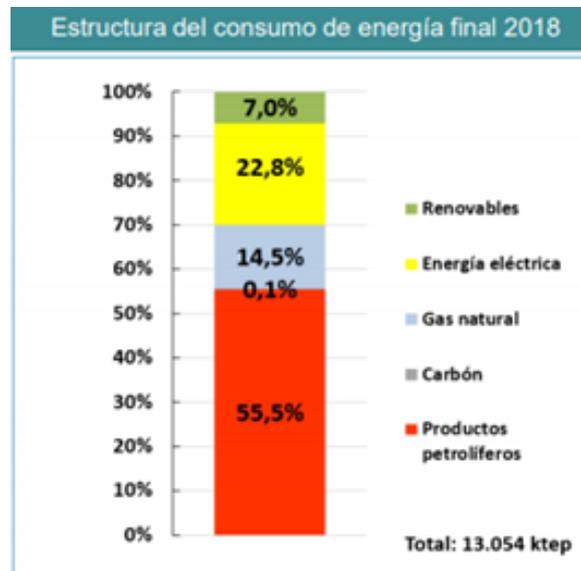
De este aspecto se tendrá muy en cuenta la preocupación medioambiental a la hora de realizar los proyectos de la empresa. También se estará al tanto de la regulación sobre el consumo de energía, la preocupación por el calentamiento global, las leyes de protección medioambiental...

### **Datos energéticos de las empresas andaluzas**

El ámbito de la energía en las empresas ha cambiado bastante en los últimos años, ya que se ha conseguido pasar de un sistema de generación centralizado y basado en energías fósiles hacia uno más eficiente, este último sabe aprovechar mejor los recursos renovables y reduce la dependencia energética del exterior.

Andalucía registra un consumo de energía final de 13.054,1 ket. Del cual, el sector servicios consume un 31,9% del total.

**Figura 6. Estructura del consumo de energía final 2018**



*Fuente: Agencia Andaluza de la Energía. Consejería de Industria, Hacienda y Energía*

En la comunidad se está permitiendo que a través de políticas activas, la generación de energía está creciendo y supone el 17% del consumo energético primario. Esto se produce gracias a la abundancia de recursos renovables autóctonos.

En los últimos años, la política de fomento del ahorro y eficiencia energética se ha intensificado, dando lugar a una reducción en la intensidad energética del 17,6% respecto a la de 2006

### **Estrategia Energética de Andalucía 2020**

A través de ella, la Comunidad Autónoma asume el compromiso de afrontar el reto de la transformación de su sistema energético, haciéndolo más eficiente, diversificado, descarbonizado y estable, basado en la eficiencia energética y el uso de las energías renovables.

A continuación, se muestran los cinco objetivos que se proponen para que Andalucía ocupe una situación de referencia energética entre las regiones europeas:

**Figura 7. Objetivos energéticos y programas de actuación**



Fuente: Agencia Andaluza de la Energía. Consejería de Industria, Hacienda y Energía

**Figura 8: Programas de la Estrategia Energética de Andalucía**

PRINCIPIO	PROGRAMA
Contribuir a un uso eficiente e inteligente de la energía, priorizando el uso de los recursos autóctonos sostenibles, así como los sistemas de autoconsumo	 ENERGÍA INTELIGENTE
Situar a los sectores de las energías renovables y del ahorro y la eficiencia energética como motores de la economía andaluza	 MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD
Garantizar la calidad del suministro energético, impulsando la transición de las infraestructuras energéticas hacia un modelo inteligente y descentralizado, integrado en el territorio	 MEJORA DE LAS INFRAESTRUCTURAS Y CALIDAD DE LOS SERVICIOS ENERGÉTICOS
Actuar desde la demanda para hacer a la ciudadanía protagonista del Sistema Energético	 CULTURA ENERGÉTICA
Optimizar el consumo energético en la Administración de la Junta de Andalucía, mejorando la eficiencia de sus instalaciones e incorporando criterios de gestión orientados al ahorro energético	 GESTIÓN ENERGÉTICA EN LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS DE ANDALUCÍA

Fuente: Plan de acción 2018- 2020

(Agencia Andaluza de la Energía, 2020)

➤ Legales

Estos factores recogen las licencias, las leyes sobre la salud, seguridad social y el empleo, los derechos a la propiedad intelectual, etc.

❖ ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA Y CLIENTES

En este aspecto se definirán quienes son los competidores (directos e indirectos) y cuál es el perfil perfecto de cliente que busca CreaSur Eventos SL. Para abordar el análisis de todo, se ha buscado el código CNAE de la actividad de la empresa y se han estudiado datos relevantes del DIRCE.

➤ Competencia

### **Es cultura eventos**

Empresa dedicada a las producciones creativas para eventos incentivos y comunicación en toda España. Cuenta con oficinas en Sevilla, Madrid, Valencia y Canarias. Además de una larga trayectoria, más de 20 años.

Se podría considerar una de nuestras mayores competencias ya que realiza muchas actividades que se esperan realizar en mi empresa.

Los servicios que ofrecen son comunicación en vivo a través de experiencias, actividades de team building, incentivos de empresa, RSC experiencia, dinámicas en equipos y juegos y fiestas temáticas.



### **Creativando Eventos**

Dedicado al sector eventos desde hace más de 25 años, cuenta con una larga trayectoria y gran reconocimiento profesional. La sede se encuentra en Sevilla, pero actúa especialmente en Andalucía e incluso a nivel nacional e internacional.

A través de la calidad, originalidad y compromiso, buscan ayudar a sus clientes aportándoles soluciones a la hora de llevar a cabo un evento, con esto consiguen abordar el éxito y por tanto generar en los invitados una gran satisfacción y fidelización.

Dividen su actividad en 3 líneas de negocio:

- Diseño y producción de actividades originales orientadas al *team building*, es decir producciones experienciales como *escape room*, talleres de percusión, vuelos en globo, catas de jamón...
- Diseño y producción de instalaciones efímeras con sistemas de exposición innovadoras, elegantes, económicos y de calidad: stands, ferias, congresos, pasarelas, fiestas, showroom, Márketing Social, Web desing, Ilustración...
- Apoyo logístico en eventos a empresas y agencias nacionales e internacionales preferentemente por Andalucía: hoteles, azafatas, buses, catering y restaurantes...

**Creativando**<sup>®</sup>

### **Atlanta, consultoría de viajes y eventos corporativos**

Equipo de consultores con gran formación, experiencia y trayectoria personal.

Presentes en este sector desde hace 22 años, buscan solucionar tus necesidades en relación a eventos corporativos y viajes.

En cuanto a los servicios ofrecidos, se encuentran la organización de eventos, congresos, viajes de negocios, experiencias y servicios de Marketing y Comunicación Experiencial en los eventos.

Algunos casos de éxito de sus trabajos son: Viajes corporativos a la India, EEUU, Australia, Berlín... Crucero por Polinesia, además Premios Arcoiris del Cooperativismo, 63º Congreso SEDO 2017, Convención de Bizkaia... y muchos más.



### **Sureventos**

Empresa organizadora de eventos con más de 10 años de experiencia en el Sector. Formado por un equipo de profesionales muy dinámico, creativo y exigente.

Cuenta con oficinas en Sevilla y Marbella (Málaga) y opera en toda Andalucía e incluso España y Portugal.

Aportan todo tipo de servicios, desde mobiliario para los eventos hasta iluminación, dj, ideas de temáticas para fiestas, servicios audiovisuales...

Han organizado eventos como cena espectáculo en la Plaza de España de Sevilla, la inauguración del "Castillo Andaluz" en Marbella, bienvenida para un crucero de lujo en Cádiz, noche andaluza en el Hotel Alfonso XIII, inauguración de la tienda Singular Kitchen en Sevilla...



## **Plaqué Servicios y producciones**

Empresa líder del sector con más de 20 años de experiencia. Ofrece servicios de organización de eventos, marketing promocional, personal de imagen y hostelería.

Cuenta con una sede en Sevilla y actúa en toda Andalucía y nivel nacional.

Trabajan con empresas y agencias de todo el país para llevar a cabo con éxito sus eventos en Andalucía.

Ofrecen una gran variedad de servicios como azafatas y promotoras, transporte, música, decoración, hostelería, fotografía, animación infantil, publicidad y marketing, organización de eventos, y confección de uniformes.



## **Grupo Absolute**

Agencia centrada en acciones de Comunicación y Marketing con sede en Sevilla y gran prestigio a nivel nacional y actuación internacional.

Cuenta con un gran equipo de profesionales: creativos, diseñadores, arquitectos, contables, de comunicación y marketing...

Bajo el lema *“lo que no se espera no se olvida”* buscan sorprender a todo el público en sus proyectos.

Algunos de sus trabajos fueron: Tour España FITUR 2019, La alfombra roja más larga del mundo, Andalucía Film Commission, visitas guiadas en Heinekein, Andalucía en FITUR 2017, Inauguración de Meliá Lebreros y muchos más.



## **Efferson – Organización y producción de Eventos**

Empresa dedicada a la organización y producción de Eventos con más de 15 años de experiencia con Sede en Gelves, Sevilla.

Sus proyectos abarcan desde las fases de diseño y planificación hasta la producción completa y ejecución del evento.

Ofrece multitud de servicios como: equipamiento audiovisual, estructuras, decoración, carpintería creativa, escenografía, impresión a gran formato, mobiliarios, actividades y un equipo humano con gran experiencia y talento. Además, organizan congresos, reuniones y espectáculos.



### **Eclipse Eventos Sevilla**

Empresa encargada de producir eventos de todo tipo en Sevilla, abarca desde eventos corporativos hasta despedidas de soltero/a, bodas, comuniones, aniversarios, espectáculos...

En su larga trayectoria (12 años de experiencia) han realizado 3500 eventos en los que destacan Convenciones, Congresos, Ferias y Exposiciones, animaciones, presentación de productos...

Los servicios que ofrecen a sus clientes son: servicios audiovisuales, transporte, decoración de espacios, diseño y montajes de stands, azafatas, montajes de escenarios, diseño de páginas web para empresas...



### **Otravis Eventos**

Agencia nacida en 2004, con sede en Sevilla, que busca nuevas experiencias fuera de mercado para sorprender. Cuenta con más de 15 años de experiencia en el sector, esto les aporta la garantía del éxito a sus clientes.

Esta empresa se centra en la ayuda para la gestión de eventos de empresa pero también ofrece otros servicios como experiencias exclusivas para viajeros en España y la organización de bodas y eventos privados.



## COMPETENCIA DIRECTA

Aquí se agrupan las empresas que se dedican exclusivamente a realizar eventos corporativos y, en algunos casos, viajes de negocios.

Se considera que son las siguientes:

EMPRESA	SEDE/OFICINAS	EXPERIENCIA	ÁMBITO DE ACTUACIÓN	SERVICIOS	DIFERENCIACIÓN
<b>ES CULTURA EVENTOS</b> 	Sevilla, Madrid, Valencia y Canarias	Más de 20 años	España	Comunicación en vivo a través de experiencias, actividades de team building, incentivos de empresa, RSC experiencia, dinámicas en equipos y juegos y fiestas temáticas	Actividades de team building con juegos y fiestas temáticas
<b>CREATIVANDO</b> 	Sevilla	Más de 25 años	Andalucía, nacional e internacional	Smart Activities, Team building, RSC, Temáticas, Experiencias, Rutas, Talleres y Workshops	Juegan con las emociones y experiencias para reforzar el sentimiento corporativo utilizando siempre lo último en tecnología
<b>ATLANTA</b> 	Madrid, Barcelona y Sevilla	22 años	Nacional e internacional	Organización de eventos, congresos, viajes de negocios, experiencias y servicios de Marketing y Comunicación Experiencial en los eventos	Organización de viajes Corporativos basados en el Marketing y Comunicación Experiencial. Presencia en más de 40 países y certificación de calidad en UNE-ISO 9001:2015 y Sello Ético Fenin

## COMPETENCIA INDIRECTA

Empresas que no sólo se dedican a los eventos corporativos, también otros tipos, como eventos sociales (bodas, aniversarios, despedidas de soltero...) o deportivos.

EMPRESA	SEDE	EXPERIENCIA	ÁMBITO DE ACTUACIÓN	SERVICIOS	DIFERENCIACIÓN
<b>SUREVENTOS</b> 	Sevilla y Marbella	10 años	Andalucía, España y Portugal	Artistas y amenización, mobiliario y decoración, servicios audiovisuales, servicios profesionales y fiestas temáticas.	Creación de eventos a medida y gran compromiso. Videos llamativos para mostrar sus trabajos y blog. No solo lleva a cabo eventos corporativos
<b>PLAQUÉ SERVICIOS Y PRODUCCIONES</b> 	Sevilla	Más de 20 años	Andalucía y España	Azafatas y promotoras, personal de hostelería, producción de eventos, confección de uniformes, soportes publicitarios y marketing.	Pleno compromiso, eficacia de las estrategias, garantía de profesionalidad, rapidez en las soluciones al cliente, empatía y adaptabilidad completa. Cuenta con un blog.
<b>GRUPO ABSOLUTE</b> 	Sevilla	15 años	España y el resto del mundo	Organización de ferias, congresos, eventos deportivos, aniversarios, servicios audiovisuales, galas de premios, campañas de marketing y eventos de promoción.	Lema: "lo que no se espera no se olvida" basado en la sorpresa en sus proyectos.
<b>EFFERSON</b> 	Gelves, Sevilla	Más de 15 años	Andalucía	Equipamiento audiovisual, estructuras, decoración, escenografía, impresión a gran formato, mobiliarios, actividades y un equipo humano con gran experiencia y talento.	No solo se centra en eventos corporativos, también se encarga de organizar espectáculos, Street marketing y ofrecen servicios de carpintería e interiorismo.

<p><b>ECLIPSE</b></p> 	Sevilla	12 años	Sevilla	Audiovisuales, transporte, decoración de espacios, diseño y montajes de stands, azafatas, montajes de escenarios, diseño de páginas web para empresas...	A parte de organizar eventos corporativos, también se centran en particulares como bodas, aniversarios, fiestas de graduación... además llevan a cabo servicios de marketing y diseño.
<p><b>OTRAVIS</b></p> 	Sevilla	Más de 15 años	Sevilla y España	Gestión de eventos corporativos, servicios de viajes por España, y organización de bodas y eventos privados.	A parte de la gestión de eventos corporativos, también ofrece servicios de viajes por España y organización de bodas y eventos privados

➤ Cientes

**Perfil de cliente perfecto:**

Uno de los aspectos más importantes es que la agencia de eventos se centrará en aquellas empresas **situadas en la comunidad autónoma andaluza** que quieran cubrir sus necesidades de creación de unos eventos corporativos externos, interno o ambos.

*Figura 9. Mapa Andalucía*



*Fuente: Pinterest*

*Según su tamaño:*

Este puede ser uno de los aspectos que más se tendrá en cuenta a la hora de analizar a nuestro cliente.

Preferiblemente la agencia de eventos se va a centrar en **medianas empresas**, es decir, en aquellas que estén formadas por una plantilla de entre 50 y 250 trabajadores con una estructura y departamentos organizados.

Pero por otro lado también se cubrirán las necesidades de **grandes empresas**, este tipo poseen más de 250 trabajadores y en la mayoría de las ocasiones apuestan por la internacionalización para conseguir darse a conocer al mundo y obtener beneficios.

**Figura 10.** Mediana y Gran empresa



*Fuente: La empresa*

*Según su actividad:*

Respecto a este apartado, no se excluirá a ningún tipo. Es decir, se intentará resolver las necesidades tanto de las empresas del **sector primario** (aquellas que requiere del uso de alguna materia prima procedente de la naturaleza directamente), como las del **sector secundario** (empresas que se dedican a la transformación y preparación de estas materias en productos a través de procesos de fabricación y producción), y las del **sector terciario** (empresas centradas en actividades en las que no se producen bienes materiales).

**Figura 11.** Sectores económicos



*Fuente: Slideshare*

*Según la procedencia del capital:*

La agencia de eventos se centrará exclusivamente en **empresas privadas** es decir en aquellas que están formadas por inversores de capital privados y tengan finalidad lucrativa. Básicamente, se tratan de empresas no pertenecientes al Estado.

➤ DIRCE

Según el DIRCE, en el año 2019 en **Andalucía** se registraron un total de **237.035 empresas**. De las cuales, **2.806** serían el público objetivo de Cresasur Eventos, es decir, las grandes y medianas.

**Figura 12. Estrato de asalariados, 01 Andalucía, Total CNAE, 2019**



*Fuente: Directorio Central de Empresas*

Por otro lado, en relación a la competencia, existen **364** dedicadas a la actividad de la organización de convenciones y ferias de muestras. En este apartado cabe destacar que lo más típico son aquellas empresas que tengan entre 1 y 2 asalariados (microempresas). También destaca la existencia de **1492 empresas** centradas en la actividad de publicidad y estudios de mercado.

Por último, al colocar la sede de la empresa de este proyecto en **Sevilla**, es conveniente informarse sobre la competencia y los clientes que existen en la provincia. En el 2019 se calculó un total de **53.771 empresas activas**, en las que destacan aquellas que están formadas por 1 o 2 asalariados, es decir, las microempresas, con un total de **32.266**.

➤ Datos de la Central de Balances de Andalucía

A continuación, se recogen datos acerca del sector de **publicidad y estudios de mercado** en Andalucía. Se trata de una información un tanto ambigua para nuestro estudio ya que es de hace varios años y no es exactamente el mismo sector que el de la empresa que se pretende crear, pero servirá para guiar los objetivos de esta. Se han reunido los siguientes datos porque eran los más parecidos al ámbito de la empresa de eventos corporativos

En el año 2017 en Andalucía, se analizaron un total de **254 empresas** dedicadas a la publicidad y estudios de mercado y los tamaños de ellas son micro y pequeñas. En cuanto a los ingresos de explotación son un total de **614.395** y los fondos propios de **187.971**.

Los datos nos ayudarán a estimar los ingresos y fondos que se esperan obtener. No será una información exacta, pero sirve para medir aproximadamente los objetivos de Cresasur Eventos.

En el siguiente cuadro se realiza un análisis más general de los años 2015, 2016 y 2017.

**Figura 13. Análisis Publicidad y Estudios de mercado (2015, 2016 y 2017)**

	2015	2016	2017
Empresas analizadas	254	254	254
Ingresos de explotación (*)	523.844	533.098	614.395
Fondos propios (*)	156.575	170.834	187.971
Inversión intangible (*)	5.198	-4.369	-438
Inversión material (*)	2.254	7.243	3.913
Empresas con datos de empleo	208	217	224
Empleo medio	7,32	7,18	7,65

*Fuente: Central de Balances de Andalucía*

Según esta tabla, el número de empresas analizadas no varía con los años, pero tanto los ingresos como los fondos van aumentando. Por el contrario, la inversión material disminuye en 2017 y el empleo medio en 2016.

Dentro del apartado del **análisis de la actividad**, se aprecia la manera en que las empresas del sector de publicidad y estudios de mercado reparten sus gastos. La mayoría son de aprovisionamiento (40,9%) seguido de gastos personales (31,2%) y de otros gastos (25,6%) que no vienen especificados. Los que menos se dan son los financieros (0,7%).

Por otro lado, en lo referido al **análisis patrimonial**, nos muestra cómo se distribuyen el activo corriente. En cabeza se encuentran los deudores comerciales y otras cuentas a cobrar (51,9%) seguido de otros activos corrientes (19,1%) y efectivo y otros activos líquidos equivalentes (17,5%).

Por último, en relación a los **ratios financieros**, se aprecia que el sector de la publicidad y estudios de mercado supera a Andalucía en rentabilidad económica (6,5) y financiera (10,7). Sin embargo el margen de explotación (5,05) y coste bruto deuda (1,33) son inferiores.

## ANÁLISIS INTERNO

El análisis interno se basa en evaluar cuáles son los recursos, competencias y habilidades de una empresa para poder seleccionar las herramientas estratégicas convenientes y así adquirir buenos resultados. (Kyocera Documents Solutions, 2019).

Creasur Eventos SL se trata de una agencia de eventos totalmente nueva por lo que existe inexperiencia en el sector, y puede reflejar a los clientes una imagen de principiantes, por tanto, habrá que conseguir la credibilidad y confianza que estos necesitan.

Otra de las desventajas con las que cuenta son los bajos costes, la falta de contacto con clientes y la dependencia de otras empresas como por ejemplo, de la agencia de viajes o el catering.

Sin embargo hay que aprovechar el equipo de trabajo de Creasur, ya que son jóvenes con muchas ganas de aprender y emprender. Se cuenta con personas muy creativas y bien formadas a nivel educativo.

Además la gran oferta de servicios de la agencia de eventos es muy llamativa y diferente. Se trata por tanto de una empresa con carácter innovador y con ganas de sorprender a sus clientes.

❖ SÍNTESIS DAFO

El siguiente análisis permite diseñar la estrategia en la que se basará la empresa para afrontar su futuro a corto, medio y largo plazo. Consiste en un mapa donde se definirán los aspectos internos (**fortalezas y debilidades**) y externos (**oportunidades y amenazas**) para mejorar su rentabilidad, funcionamiento y posicionamiento en el mercado.

A continuación, se muestra la síntesis DAFO del proyecto:

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<b>INTERNO</b>	<p>Equipo de profesionales jóvenes con ganas de emprender</p> <p>Creatividad e ilusión de los empleados</p> <p>Gran catálogo de servicios</p> <p>Diferenciación y carácter innovador respecto a la competencia</p> <p>Conocimiento actual del sector debido a los análisis realizados</p>	<p>Inexperiencia por ser una empresa nueva</p> <p>Imagen de principiantes</p> <p>Costes ajustados</p> <p>Falta de contactos con clientes</p> <p>Dependencia de otras empresas</p>
	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<b>EXTERNO</b>	<p>Necesidad de las empresas (clientes) de darse a conocer</p> <p>Necesidad de las empresas (clientes) de unir a la plantilla y generar un buen ámbito de trabajo</p> <p>Ayudas al emprendimiento de la Junta de Andalucía</p> <p>Cursos de formación y prácticas gratuitos para los trabajadores</p> <p>Aprovechamiento de las TICS</p> <p>Apostar por el I+D+i</p> <p>Aprovechamiento de la estrategia energética de Andalucía</p> <p>La importancia del destino MICE en la Comunidad Autónoma</p> <p>Buenas comunicaciones (transporte) de Andalucía con el resto del mundo</p>	<p>Competencia con amplia experiencia</p> <p>Barreras de entrada</p> <p>Complicación actual para poder crear una empresa debido al COVID-19</p>

## ❖ ELECCIÓN ESTRATÉGICA

### **Ventaja competitiva**

Creasur Eventos SL, crea experiencias en Andalucía diferentes. Esto se da gracias a los **servicios de calidad y lujo** que ofrece. Por un lado, destaca el factor sorpresa que emplea a través de los decorados y espectáculos, y por otro, la creación de actividades de *team building*, que fomentan el trabajo en equipo de la empresa cliente.

Todo ello, da lugar a que los asistentes queden satisfechos y con ganas de volver a trabajar con Creasur.

### **Estrategia genérica**

Se va a perseguir una ventaja competitiva externa orientada a todo el mercado, es decir, se llevará a cabo la **diferenciación**. Para ello, se invertirá mucho en acciones de comunicación (publicidad, relaciones públicas...) y así conseguir ser percibidos de manera distinta y más destacada frente a la competencia.

### **Estrategia de crecimiento**

Inicialmente, se realizará una **estrategia de penetración**, por lo que se establecerán unos precios más bajos de lo normal para conseguir entrar en el mercado masivo, generar un volumen sustancial de ventas, lograr una gran participación en el mercado objetivo y atraer nuevos clientes.

Sin embargo, los servicios de Creasur, al ser considerados “de lujo”, darán lugar a que con el tiempo se establezcan unos precios elevados. Todo ello se realiza para que los consumidores sean conscientes de la calidad y de las características exclusivas que se ofertan y se sientan atraídos por los servicios de una organizadora de eventos corporativos prestigiosa. Es decir, se llevará a cabo una **estrategia de prestigio**.

Además, cada vez que se ofrezca un servicio nuevo, se usará una estrategia de crecimiento basada en el **desarrollo de productos**, de tal forma que se añadirán funciones o características innovadoras continuamente a nuestras ofertas. Por otro lado, también se busca extender la gama de servicios continuamente.

En definitiva, se usará el tipo de crecimiento **intensivo**. Se trata del descubrimiento de nuevas y mejores metodologías que permiten perfeccionar la explotación de los recursos con los que cuenta la empresa. Se le da una gran importancia a la innovación.

## **4. PLAN DE MÁRKETING**

### **A. ESTUDIO DEL MERCADO**

- **Datos demográficos y geográficos**

Dado a que el campo de actuación de Creasur Eventos es en Andalucía y el público objetivo son empresas de tamaño mediano o grande, se realizará un estudio siguiendo estos criterios.

En lo referido a la comunidad autónoma, se trata de la más poblada de España, con 8.414.240 habitantes en el año 2019. Posee una superficie de 87.599 Km<sup>2</sup>, que equivale al 17,3% del territorio español. (Expansión, 2020)

Está formada por ocho provincias: Almería, Cádiz, Córdoba, Granada, Huelva, Jaén, Málaga y Sevilla.

Según los datos recogidos por el Instituto Nacional de Estadística, en el año 2019 se hallan un total de 518.532 empresas. De las cuales **1.297** son de tamaño mediano y grande, es decir, el público objetivo de Creasur Eventos.

**Figura 14.** Empresas por CCAA, actividad principal (grupos CNAE 2009) y estrato de asalariados

Empresas por CCAA, actividad principal (grupos CNAE 2009) y estrato de asalariados.					
	De 100 a 199	De 200 a 499	De 500 a 999	De 1000 a 4999	De 5000 o más asalariados
	2019	2019	2019	2019	2019
<b>01 Andalucía</b>					
Total CNAE	742 <sup>1</sup>	387 <sup>1</sup>	99 <sup>1</sup>	62 <sup>1</sup>	7 <sup>1</sup>

*Fuente: Instituto Nacional de Estadística*

Por otro lado, en la tabla que se muestra a continuación, se puede apreciar cómo están distribuidas las empresas objetivo por las diferentes provincias en el año 2019. Donde hay un mayor número es en Sevilla, y seguidamente, Málaga.

**Figura 15.** Empresas por provincia y estrato de asalariados

Empresas por provincia y estrato de asalariados.					
	De 100 a 199	De 200 a 499	De 500 a 999	De 1000 a 4999	De 5000 o más asalariados
	2019	2019	2019	2019	2019
04 Almería	81 <sup>1</sup>	43 <sup>1</sup>	10 <sup>1</sup>	13 <sup>1</sup>	1 <sup>1</sup>
11 Cádiz	89 <sup>1</sup>	38 <sup>1</sup>	7 <sup>1</sup>	5 <sup>1</sup>	0 <sup>1</sup>
14 Córdoba	52 <sup>1</sup>	41 <sup>1</sup>	10 <sup>1</sup>	3 <sup>1</sup>	0 <sup>1</sup>
18 Granada	69 <sup>1</sup>	31 <sup>1</sup>	10 <sup>1</sup>	5 <sup>1</sup>	1 <sup>1</sup>
21 Huelva	37 <sup>1</sup>	22 <sup>1</sup>	6 <sup>1</sup>	2 <sup>1</sup>	0 <sup>1</sup>
23 Jaén	41 <sup>1</sup>	12 <sup>1</sup>	3 <sup>1</sup>	5 <sup>1</sup>	0 <sup>1</sup>
29 Málaga	159 <sup>1</sup>	82 <sup>1</sup>	20 <sup>1</sup>	7 <sup>1</sup>	3 <sup>1</sup>
41 Sevilla	214 <sup>1</sup>	117 <sup>1</sup>	33 <sup>1</sup>	22 <sup>1</sup>	2 <sup>1</sup>

*Fuente: Instituto Nacional de Estadística*

### Estilo de vida

Teniendo en cuenta que las empresas están gestionadas por personas, y que, finalmente con quien va a tener contacto un empleado de Creasur es con una de ellas, se definirá el estilo de vida de las mismas.

Se tratan de personas de negocio con una buena calidad de vida y económicamente estables. Además cuidan mucho su imagen y poseen un carácter activo.

Por otro lado, muestran gusto por la innovación y destacan por ser emprendedores, sociales, aventureros y optimistas con una mentalidad moderna. Han sido bien educados.

## Tendencia de compra

Al ser personas con una alta capacidad adquisitiva, suelen ser compradores regulares. Es decir, les gusta mucho comprar y gastar, pero no son compulsivos, sino que son racionales al momento de decidir. También pueden ser ahorrativos e inversores.

Pueden ser personas fáciles de fidelizar si se consigue satisfacer sus necesidades de manera eficiente.

## B. SEGMENTACIÓN

El mercado actual es muy amplio y está formado por clientes diferentes con necesidades variadas de compra. Por ello es fundamental la aplicación de la segmentación.

Se trata de la división del mercado en partes homogéneas para poder aportar una oferta diferenciada y adaptada a cada uno de los grupos y así conseguir que reaccionen de manera favorable a las acciones de marketing de Creasur Eventos. (Roberto Espinosa, 2013)

Es una herramienta muy importante porque ayuda a identificar las necesidades del público objetivo, reducir costes, crear estrategias y acciones de marketing más personalizadas, y fidelizar a los clientes.

En Creasur Eventos SL se va a llevar a cabo a siguiente segmentación:

*Figura 16. Segmentación de Creasur Eventos SL*



*Fuente propia*

Por un lado, en base a la **segmentación geográfica**, las empresas se agruparán según el territorio de las provincias andaluzas: Almería, Cádiz, Córdoba, Granada, Huelva, Jaén, Málaga y Sevilla.

Por otro lado, **según el tamaño** dividiremos a las empresas clientes en dos grupos:

- Medianas empresas: aquellas que poseen hasta 250 trabajadores y su volumen de ventas es menor a 50 millones de euros
- Grandes empresas: aquellas que superan los 250 trabajadores y poseen un volumen de ventas que superan los 50 millones de euros

En lo referido al **sector económico**, dividiremos a los clientes en tres ramas:

- Sector primario: aquellas empresas que realizan actividades productivas de la extracción y obtención de materias primas, como la agricultura, ganadería pesca, minería...
- Sector secundario: entidades que transforman las materias primas extraídas por el sector primario, para convertirlas en productos de consumo, o en bienes de equipo.
- Sector terciario: clientes que prestan un servicio a la sociedad para satisfacer sus necesidades

Para la **segmentación según el comportamiento**, la clasificación de las empresas se basará en criterios como el nivel de lealtad y disposición del cliente, los beneficios que busca, la frecuencia de uso y la actitud hacia la marca Creasur Eventos.

En resumen, el **segmento concreto** seleccionado por la organizadora son aquellas empresas de mediano tamaño que actúen en Andalucía y que trabajen en el sector secundario.

### C. POSICIONAMIENTO

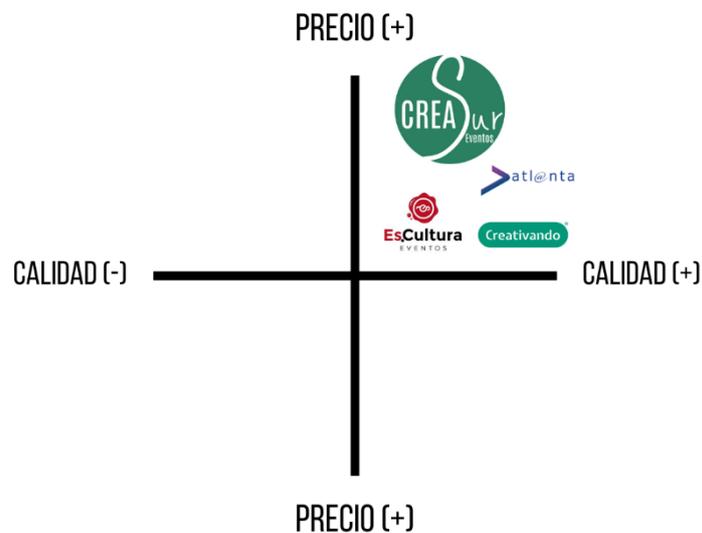
El posicionamiento consiste en la imagen que ocupa la marca, producto, servicio o empresa en la mente del consumidor. Esta imagen se forma a través de la comunicación activa de una serie de atributos, beneficios o valores distintivos, a la audiencia objetivo.

Por otro lado, la **estrategia de posicionamiento** se trata de un conjunto de acciones y procesos que tiene como objetivo llevar la marca, servicio o empresa de la imagen actual a la deseada. (Marketing y Consumo, 2013)

En el caso de este proyecto, nos basaremos en **la calidad- precio** de nuestros servicios frente a la competencia. Esta será la única característica usada para reforzar la imagen en la mente del consumidor con mayor facilidad y eficacia que las que intentan hacerla con varios a la vez. El eslogan que se utilizará para ello será: **“La calidad se escoge”**

Por tanto, los precios de los eventos serán elevados para proyectar de alguna forma que son de calidad, así los clientes tendrán una imagen de Creasur exclusiva y de lujo.

*Figura 17. Mapa de posicionamiento*



*Fuente Propia*

Como se puede observar en el gráfico anterior, los competidores de la organizadora, están situados al mismo nivel que esta. Ya que ofrecen unos servicios de gran calidad y los precios suelen ser elevados. Todo esto, da lugar a un nivel de competencia muy alto y numerosas barreras de entrada.

#### D. MARKETING MIX

Para llevar a cabo este análisis, se emplearán las variables del marketing mix, es decir, el producto/servicio, la distribución, precio y comunicación.

*Figura 18. Marketing mix*



*Fuente propia*

#### ➤ Producto/servicio

##### **Descripción detallada**

Como bien se ha dicho anteriormente, la empresa está centrada en la organización de eventos corporativos, una herramienta de comunicación muy importante hoy en día para las empresas. Para explicar la amplia gama de servicios que ofrece Creasur Eventos SL, se va a realizar una división en dos grupos. Por un lado, están los eventos de carácter externo y por otro los de carácter interno.

##### - Eventos externos

Se refiere a aquellos que se organizan fuera de la empresa y en los que pueden participar tanto empleados y directivos de esta, como personas ajenas (clientes, proveedores, medios de comunicación...). Con este tipo de eventos lo que se pretende conseguir es:

- Dar visibilidad a la empresa (cliente) y su marca
- Mejorar la imagen exterior de la marca
- Fidelizar y captar nuevos clientes
- Potenciar los negocios y las ventas
- Crear experiencias de marca

A continuación, se muestran los servicios:

- Conferencias y convenciones: se trata de reuniones de profesionales de un sector determinado. En este caso, acude un gran número de personas con interés común.
- Seminarios: poseen una función principalmente educativa y se enfoca normalmente a grupos de personas reducidas. La ventaja de este tipo de evento es que se permite la interacción de los asistentes.
- Ferias y exhibiciones: Lugares que permiten a las empresas mostrar sus nuevos productos o servicios. En ellas, cada compañía monta su stand e intenta destacar frente al resto, por ello suele ser una opción de darse a conocer bastante atractiva.
- Lanzamientos: se trata de uno de los servicios estrella que pretende ofertar la organizadora. Son actos de presentación de productos y servicios, o una nueva empresa. Dentro de este grupo también se incluirían las inauguraciones.
- Cenas de gala: Sirve para apoyar eventos como los congresos o celebrar aniversarios. Para la organización, se contrata un catering profesional, se elaborará un menú según las preferencias del cliente y se decora el lugar de forma que los asistentes queden impresionados.
- Entrega de premios: se realiza para reconocer los méritos logrados por una persona o para homenajear toda una vida dentro de la empresa. Para la organización se diseñará un programa de presentación, se elige el lugar y el tipo de ceremonia, también se da un toque de animación y se selecciona el tipo de premio (placas, medallas, cristales conmemorativos...)

(Captio, 2020)

- Eventos internos

Destinado a públicos directamente relacionados con la empresa, como por ejemplo los empleados, accionistas y socios. Entre los objetivos que se persigue con este tipo de evento se encuentran:

Informar sobre los valores de la compañía  
 Anunciar noticias e informaciones relevantes  
 Motivar a los trabajadores y mejorar su eficiencia en el trabajo  
 Comunicar sobre los cambios en la compañía

Los servicios que se prestan son:

- Convenciones: dirigidas a toda la plantilla y suele ser de carácter anual. En ellas se tratan temas como la evolución de la empresa en ese año y las futuras predicciones, los productos, el posicionamiento de la marca, las ventas...  
 Se suele iniciar con un discurso de bienvenida del presidente de la compañía y finaliza con una fiesta, ahí se introduciría el “factor sorpresa”. En Creasur Eventos se busca la creatividad, por ello se intenta que esté muy presente.
- Viajes de incentivos: se trata de un premio que reciben los trabajadores de la empresa cliente por conseguir los objetivos planteados o realizar bien su trabajo. El viaje se ajustará a las capacidades económicas de la organización y será solo en el territorio andaluz, debido a que es el campo de actuación de la empresa *CreaSur*.

Cabe destacar que para esto se contratará a una agencia de viajes que se encargue de toda la organización.

- Actividades de teambuilding: busca principalmente fomentar el espíritu en equipo y la integración de todo el personal de la empresa cliente. Se trata de una de las mejores claves hoy en día para mejorar el rendimiento de cualquier compañía, tanto que sirve para fomentar la pertenencia al grupo, crear vínculos entre los compañeros de trabajo, mejora la comunicación del equipo y aumenta la creatividad. Las que *CreaSur* ofrece son: Scape room, actividades deportivas, fiestas temáticas, concursos, escapadas para desconectar de la rutina y voluntariados (para involucrar a los empleados en la responsabilidad social corporativa).

### **Ciclo de vida**

La empresa se sitúa en la **etapa de nacimiento**, se trata de la más compleja de todas.

En relación a las acciones que se deben llevar a cabo se encuentran: buscar el contacto con nuevos clientes, encontrar un espacio en el mercado y financiar para operar y mantenerse. Además se realiza la constitución legal y se busca en qué lugar se instalará el local.

Para que no ocurra la muerte rápida o temprana de la empresa, se deberá mantener controlados los costos, cuidar mucho la relación con los clientes y descubrir cuál es la ventaja competitiva en la que se puede basar para entrar en la siguiente etapa.

### **Cifra de ventas**

La organizadora de eventos basará sus ingresos en el cobro por la prestación de sus servicios. Dicho esto, cabe destacar que hay gran variedad de precios dependiendo del tipo de evento que cada cliente necesite. La media para un evento al que asisten 100 personas oscila los 12.000€.

A parte, hay que tener en cuenta los siguientes aspectos que hacen referencia a los gastos:

Primero, el alquiler del local, que según el aforo habrá un precio. La media es de 1.600 euros.

Por otro lado, el catering, que se abona por cubierto, el más barato sería de 30€ por persona y el más caro 60€.

Por último, el decorado, que también se ajusta a los gustos y necesidades del cliente. La media es de 850€ euros. Es uno de los conceptos que más énfasis le da la empresa organizadora, ya que se busca sorprender a los asistentes y no hay mejor manera que a través de la decoración del recinto.

Esto sería lo básico de un evento, también se podría contratar servicios extras como: iluminación, grupos de música, fotógrafos, barra libre, azafatos, juegos interactivos, animadores.... Teniendo en cuenta qué tipo de evento es.

Para los servicios de viajes, se contratará a una agencia que lo gestione. Por ello, el gasto supondría el pago a esta. Puede organizar desde viajes de incentivos hasta traslados a los lugares de celebración y búsqueda de alojamientos.

### ➤ Distribución

En relación al canal de distribución de la empresa, se utilizarán dos tipos.

Principalmente realizará una **distribución física** en el punto de venta, es decir, se contará con una oficina donde se mantendrá un contacto directo con los clientes para la venta de sus servicios.

Por otro lado, como apoyo se empleará el **canal de distribución online**. Es un comercio de tipo electrónico, una herramienta considerada fundamental hoy en día que potencia el crecimiento y el éxito de muchas empresas. Básicamente, se trata de la utilización de una página web donde se presentan todos los servicios y permite a los clientes tanto conocer la organizadora de eventos como conseguir información para contactar con ella.

### ➤ Comunicación

Se considera un factor determinante en el éxito de una empresa; una buena comunicación da lugar a eficiencia, organización y coordinación, mientras que una mala, puede ser motivo de ineficiencia, desorden y conflictos internos. Por tanto, la organizadora de eventos la tiene muy en cuenta en su día a día. Llevará a cabo dos tipos:

- **Comunicación externa:** se trata de aquella que transmite mensajes fuera de la empresa, ya sea para darse a conocer, mostrar sus servicios, mejorar su imagen o informar sobre algún aspecto relacionado con la misma.

Las acciones que se llevarán a cabo son la creación de una web corporativa y blog, uso de redes sociales (con perfiles en Facebook, Twitter e Instagram), establecimiento de relaciones con los medios de comunicación, acciones de relaciones públicas o publicidad y envíos de notas de prensa o comunicados cuando sea necesario.

- **Comunicación interna:** se trata de aquella que transmite mensajes dentro de la empresa. Posee la misma importancia que la externa, tanto que ayuda a mejorar el clima organizacional, aumentar la productividad interna, facilitar la adaptación de nuevos empleados, minimizar los rumores y reducir los efectos de una crisis.

Se realizará tanto la de tipo vertical (de líderes a subordinados y viceversa) como la horizontal (realizada entre empleados del mismo nivel jerárquico).

Entre las acciones que se llevarán a cabo destacan: reuniones todos los meses para hacer una evaluación del anterior, utilización de boletines informativos y del correo electrónico, establecimiento de un buzón de sugerencias, organización de cenas o comidas (para fomentar la relación entre los empleados) y concesión de premios para reconocer el trabajo.

(NAL3 Comunicación, 2016)

- Plan de comunicación de lanzamiento de la marca Creasur:

Al ser una empresa totalmente nueva y creada por jóvenes, los recursos disponibles y presupuestos son limitados. Por ello, se utilizarán mayoritariamente métodos de publicidad y marketing gratuitos a través de internet.

La publicidad online es hoy en día fundamental para las marcas y aporta grandes ventajas, como por ejemplo: logra alcanzar un gran impacto entre el público objetivo, permite interactuar con los distintos usuarios, es flexible y es realmente económica.

Por estas razones, el plan de lanzamiento de Creasur Eventos S.L el primer año se basará en:

Creación de una página web de manera gratuita y aplicación del posicionamiento SEO para conseguir que Google pueda reconocerla de forma rápida y así ocupar los primeros puestos en las búsquedas. Esto ayudará a que las personas conozcan mejor la empresa y sepan cuáles son sus servicios, además facilita el contacto.

Crear perfiles en las distintas redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter para lograr notoriedad a corto plazo.

Realización y difusión de un video corporativo de presentación en las redes sociales para darse a conocer y atraer al público objetivo.

Se prevé que al segundo año, cuando la empresa comience a obtener buenos ingresos, se amplíe la publicidad con publicidad exterior, entre las que destacan:

- Vallas publicitarias (450€/mes = 5.400€/año) que se colocarán próximas a las zonas comerciales y parques empresariales, ya que será donde más transite el público objetivo.
- Publicidad en medios de transporte (1.250€/mes = 15.000€/año)
- Publicidad pagada en redes sociales: Facebook (750€/año)

#### ➤ Precio

Esta variable establece la información sobre el precio del producto que la organizadora de eventos ofrece en el mercado. Se trata de un elemento muy competitivo, porque ejerce un poder esencial sobre el consumidor y es la única variable que genera ingresos. (Debitoor, 2020)

Ajustar el precio de los servicios tiene un gran impacto en la estrategia de marketing, las ventas y la demanda del producto.

Será necesario detallar el tarifario por línea de servicios, los descuentos, las acciones y políticas comerciales, promociones, comisiones, descuentos, márgenes...

Como ya se ha mencionado anteriormente, los precios de Creasur Eventos SL pueden variar, ya que no se ofrece un único servicio. Para establecerlo, habrá que tener en cuenta las necesidades de cada cliente (catering, decoración, animación, iluminación...) y las magnitudes del evento. Tras tener esto en cuenta, se establece que el precio medio de un evento sería de **12.000€**.

## 5. PLAN DE OPERACIONES

### A. RECURSOS INTANGIBLES, MATERIALES Y HUMANOS

#### • **Intangibles**

- Reformas del local (1.900€) *amortizado en 10 años*
- Registro de la patente (125,36€)
- Aplicaciones informáticas: será conveniente para el día a día de la empresa el uso de softwares de diferentes aplicaciones, como el paquete de Office (que viene incluido en la compra del ordenador) y el paquete de Adobe que contiene Photoshop, Illustrator y muchos más, anualmente posee un coste de 850€.

- Publicidad para el segundo año: (1.762,5€ al mes)
  - Publicidad en medios de transporte (1.250€/mes = 15.000€/año)
  - Publicidad pagada en redes sociales: Facebook (750€/año)
  - Vallas publicitarias (450€/mes = 5.400€/año)

- **Tangibles**

Mobiliario (total: 1.044,46€)

- 3 mesas despacho (297€) *amortizado en 4 años*
- 3 sillas despacho (177€) *amortizado en 4 años*
- 6 sillas confidentes (354€) *amortizado en 4 años*
- 1 armario (149€) *amortizado en 4 años*
- 1 estantería (49,99€) *amortizado en 4 años*

Mobiliario complementario (67,46€)

- 3 flexos (44,97€) *amortizado en 2 años*
- 1 lámpara de techo (14,99€) *amortizado en 2 años*
- 3 papeleras (7,50€) *amortizado en 2 años*

Equipos informáticos (total: 1.155€)

- 1 ordenador de sobremesa (1.155€) *amortizado en 8 años*

Tecnología (4.873€)

- 2 portátiles (1788€) *amortizados en 3 años*
- 3 teléfonos móviles (2.577€) *amortizados en 3 años*
- 1 proyector: (289€) *amortizado en 3 años*
- 1 impresora multifuncional: (219€) *amortizada en 3 años*

Fibra óptica y líneas de teléfono: 180€/mes

Luz y Agua (80€/mes)

Alquiler del local: (500€/mes)

- **Recursos humanos**

- Salarios (año 1 y 2): 1200€ (x3 trabajadores) = 3.600€
- Salarios (del tercer año): 1200€ (x4 trabajadores) = 4.800€

## B. PROVEEDORES DE RECURSOS

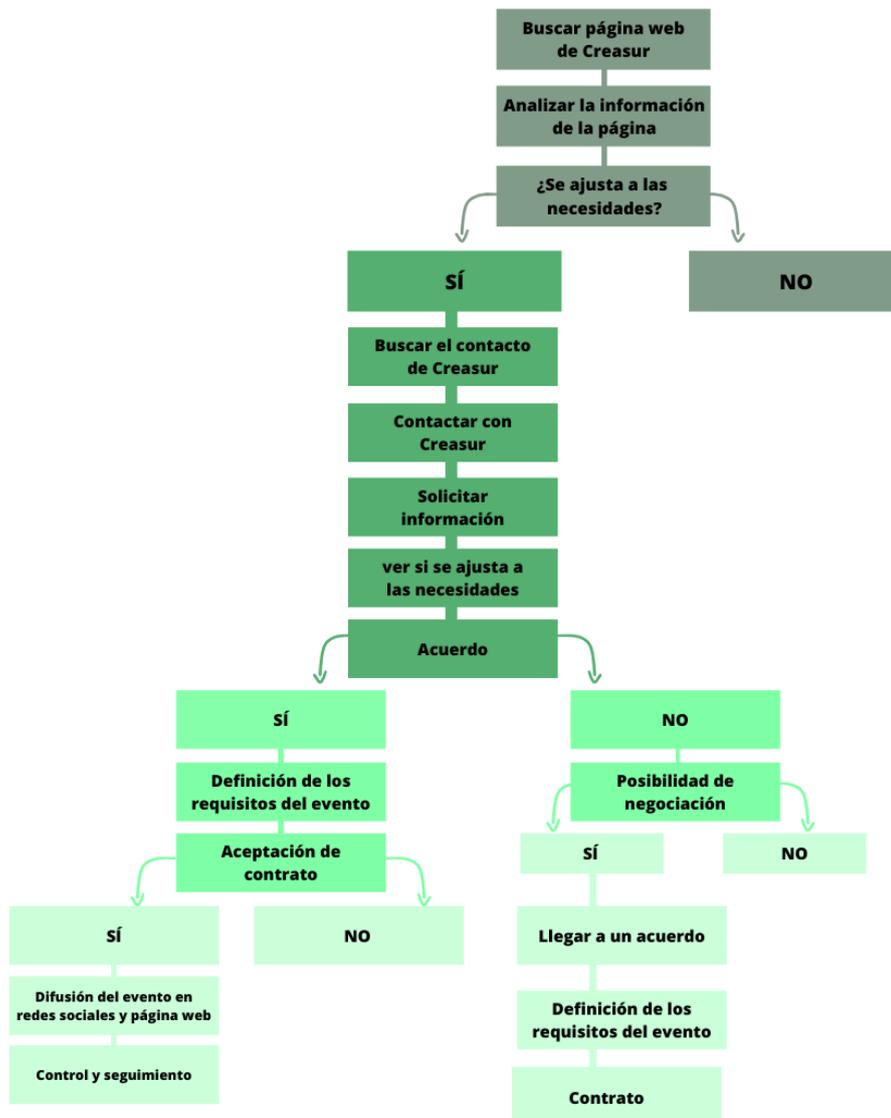
- Reforma del local: Gabitec
- Registro de la patente: Oficina Española de Patentes y Marcas
- Mobiliario: Ikea
- Equipos informáticos (ordenadores, teléfonos...): Media Mark

- Proveedores de los eventos: 8.000€
  - Catering (incluye: camareros, mantelería, mesas y sillas para el evento) (40€/personas- Total si asisten 100 personas= 4.000€)
  - Alquiler del Local (1.600€)
  - Decoración e iluminación (850€)
  - Fotógrafo (450€)
  - Azafatas (600€)
  - Grupo de música/ dj (500€)

C. FLUJOGRAMA

Figura 19. Flujograma

**Cientes- Creasur Eventos SL**



Fuente propia

#### D. CAPACIDAD DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS

##### Horas de trabajo:

- Semanales: 40h/semana x 3 empleados= **120h/semana**
- Mensuales: 40h/semana x 4 semanas= **160h/mes**

**Tiempo estimado para organizar un evento: 60 horas**

##### Capacidad de prestación de servicios:

120h/semana / 60h= **2 eventos a la semana**, que equivale a **8 eventos al mes**

#### E. PUNTO MUERTO

**Costes fijos = 4.430,83 €**

- Alquiler de oficina: 500€/mes
- Luz y agua: 80€/ mes
- Aplicaciones informáticas: 850€/año / 12 meses = 70,83€/mes
- Fibra óptica y líneas de teléfono: 180€/mes
- Salarios: 1200€ x 3 empleados = 3.600€/mes

**Costes variables = 8.000 €**

- Cantidad que se llevan las empresas proveedoras (catering, fotógrafo, decoración...) menos el porcentaje correspondiente a Creasur Eventos SL.

**Precio = 12.000 €**

- Precio medio aproximado de un servicio estándar

**Q= CF/ (P – Cvu)**

$$Q= 4.430,83 \text{ €} / (12.000\text{€} - 8.000) = 1,10$$

**Solución:** La empresa debe prestar al menos **2 servicios** de eventos para empezar a obtener beneficios y alcanzar el equilibrio.

## 6. PLAN DE ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

### A. LA ORGANIZACIÓN

En relación a la función administrativa secuencial de Creasur Eventos SL, cabe destacar que se va a llevar a cabo dos principios fundamentales:

- **División** de las tareas complejas en unas más simples
- **Coordinación** de estas tareas para lograr la especialización y coordinación

Todo esto dará lugar a un trabajo más eficiente.

Por otro lado, el tipo de división de trabajo que se va a emplear será el de tipo **horizontal**, es decir, las tareas complejas se dividen en tareas simples y da lugar a la especialización funcional y departamental. Dicho de otro modo, se trata de una división del trabajo por especialidades. Así, al estar cada trabajador realizando una tarea y al repetirla de forma continuada, se produce una mayor eficiencia laboral.

### B. ORGANIGRAMA

En el caso del Creasur Eventos SL, se contará con una directora general, Marta Espada Pérez, que se encargará de coordinar y supervisar a los empleados y seleccionar o contratar al personal idóneo para cada puesto laboral vacante.

Al ser una empresa de tamaño pequeña no posee departamentos, por lo que los trabajadores se dividen las tareas y cada uno se especializa en una de ellas.

Por un lado, se cuenta con un comercial, que gestiona la búsqueda de clientes y proveedores, y por otro lado, la producción y la comunicación de la empresa la gestionará otra persona.

Se tiene previsto que al tercer año, cuando la empresa reciba altos ingresos, se añada un empleado más en la plantilla.

Por tanto, inicialmente se cuenta con un total de 2 empleados más la directora general.

*Figura 20. Organigrama*



*Fuente propia*

Como se puede comprobar, se trata de una organización de tipo **formal**, es decir, cada empleado posee sus tareas y responsabilidades para llegar a un fin común. No obstante, con el tiempo puede acabar convirtiéndose en una **informal**, debido a que al ser una pequeña tan empresa, se pueden crear vínculos extralaborales.

### C. MECANISMOS DE COORDINACIÓN

Al tratarse de una empresa pequeña formada por pocos miembros, la coordinación se produce hablando, por **adaptación mutua** mediante la comunicación informal entre los trabajadores

### D. DISEÑO DE LA ESTRUCTURA

- Puestos de trabajo

**Especialización:** Creasur Eventos SL utiliza una especialización muy horizontal ya que el número de tareas que realiza un puesto de trabajo es elevado. Por otro lado es poco vertical en consecuencia a que el nivel de control o autonomía de los individuos es alto.

**Formalización del comportamiento:** la organización está muy formalizada, ya que cada puesto sabe exactamente qué es lo que tiene que realizar en cada situación. Esto da lugar a garantizar una producción eficiente.

**Formación requerida en un puesto de trabajo:** será necesario un personal cualificado, se valorará la posesión de estudios universitarios, especialmente los relacionados con la rama económica (administración de empresas, marketing, publicidad y relaciones públicas...). Por otro lado, se tendrá muy en cuenta la obtención de títulos y experiencias relacionados con la organización de eventos, aparte de certificados de idiomas.

Sin embargo, no será lo único a tener en cuenta, también se busca la posesión de cualidades, habilidades y destrezas que fomenten un trabajo eficaz, así como que sean organizados, responsables y ambiciosos.

**Adoctrinamiento:** se llevará a cabo un plan de acogida para aquellas personas que entren a formar parte de Creasur Eventos SL, recibirán previamente un curso formativo por parte de la directora general para conocer los valores, objetivos, normas y esquemas de comportamiento de la organizadora. Todo esto irá acompañado de un manual que contenga dicha información.

Esto facilitará a la nueva incorporación su adaptación para que desde el primer momento, se sienta acogido, motivado, útil y parte imprescindible del proyecto

- Diseño de la estructura

La agrupación de los puestos de trabajo será **por funciones**, cada empleado realiza sus tareas. Esto permite incrementar la productividad y favorece la comunicación y especialización en el trabajo.

Como desventaja, puede darse que cada grupo funcional entienda las cosas de distinta forma y hallan perspectivas diferentes, dando lugar a la descoordinación. Pero para ello está la directora general, que coordina las decisiones estratégicas globales.

- Diseño de las conexiones laterales

Antes que nada, se realizará una planificación del proyecto para organizar el trabajo y ver en que se tiene que centrar cada uno. También, para controlar que se cumplen los objetivos, se llevará a cabo un control del rendimiento de cada trabajador.

En relación a los dispositivos de enlace, se mantendrá un **contacto directo** cada vez que surja un problema en la empresa. Todos los lunes de la semana se organizarán reuniones para hacer un seguimiento de la anterior y planificar la siguiente. Además, con el paso del tiempo y ampliación de plantilla se contará con la figura de un **rol integrador**, que poseerá total autoridad para dinamizar y aportar información a los trabajadores.

Por último, se considera importante la creación de un foro o grupo de WhatsApp para resolver dudas que surjan en el momento a los empleados

- Descentralización en las organizaciones

Este aspecto depende del grado de poder de decisión de los trabajadores.

En Creasur Eventos SL puede llegar a ser descentralizado, ya que es interesante que los empleados realicen sus aportaciones de aquello que saben. Sin embargo, es **muy centralizada** porque siempre habrá puestos de trabajo superiores a otros que tomen esas decisiones.

## E. PROCESO DE GESTIÓN DE PERSONAS

A largo plazo, se espera ampliar la plantilla de trabajo, a continuación se muestran los perfiles ideales para ocupar esos puestos:

- Análisis de puestos de trabajo

Los perfiles de trabajo más importantes que busca Creasur Eventos SL para un futuro son los siguientes:

- **Comercial:** su trabajo consistirá en generar un alto volumen de ventas, por ello deberá llevar a cabo la búsqueda de clientes y proveedores para la empresa. Debe de ser un gran negociador y poseer empatía y capacidad de ganarse a las personas. Por otro lado, tiene que confiar en sí mismo y en los servicios que ofrece, además de tener cualidades para ser un excelente comunicador.

La formación requerida para este puesto será:

- Estudios universitarios de grado de Administración de Empresas, Marketing e Investigación de Mercados o Dirección Comercial
  - Certificado de al menos dos idiomas, principalmente inglés (B2) y francés y alemán.
  - Experiencia en el sector tanto comercial como de eventos
  - Cursos de formación de comercial
- **Creativos:** serán los trabajadores que se encarguen de encauzar el proceso de diseño, comunicación y puesta en práctica de los servicios de la empresa, asegurándose de mantener la estrategia y coherencia de la marca, tanto a nivel visual como de contenido. Por estas razones, se buscan que sean personas optimistas, curiosas, con imaginación flexible y perseverancia. Además es fundamental que sepa trabajar en equipo, sean flexibles y posean una fuerte motivación y determinación. (Eserp, 2020)

La formación requerida para este puesto será:

- Estudios relacionados con el mundo de la publicidad, marketing, relaciones públicas, arte o protocolo
  - Certificado de idioma B2
  - Experiencia en el sector de los eventos
- **Gerente de producción:** trabajarán de mano con los creativos. Es el profesional encargado de organizar y controlar todo el proceso de producción. Se asegurará de que los servicios se produzcan de manera eficiente y sean de calidad. Las habilidades que se piden para este puesto son que posea capacidad de decisión y sepa resolver problemas que surjan a los equipos de trabajo. Además debe prestar atención a los detalles, tener capacidad de trabajar bajo presión, ser sistemático y poseer habilidades de organización y liderazgo.

La formación requerida para este puesto será:

- Estudios universitarios de Administración de Empresa
  - Amplia experiencia en el sector de eventos
  - Cursos/Máster relacionados con los eventos y protocolo
  - Certificado de idioma B2
- **Responsable de marketing y comunicación:** se encargará de realizar un estudio de mercado y llevar a cabo toda la comunicación tanto de la propia empresa Creasur como de los eventos que se producen. Deberán planificar, controlar y coordinar todos los esfuerzos de marketing además de poseer habilidades de gestión de tiempo eficaz y de comunicación. Es importante que sepa trabajar en equipo y sea una persona proactiva y organizada.

La formación requerida para el puesto será:

- Estudios de marketing y comunicación
- Experiencia en el sector de eventos o comunicación
- Manejo de herramientas de marketing online
- Certificado de idioma B2, especialmente inglés

## F. PROCESO DE SELECCIÓN

A continuación, se realiza una descripción de los requisitos que deben reunir las personas para ocupar los puestos analizados anteriormente. Por ello se ha definido un perfil profesiográfico idóneo de cada uno de los candidatos a través de currículums vitae.

- **Perfil comercial**



## JUAN GONZÁLEZ FLORES

### DIRECCIÓN

Avda. Holanda, 33  
Sevilla, 41012

### TELÉFONO

688 454 838 936

### CONTACT

Juangoflo@gmail.com

### FORMACIÓN

**Colegio Alemán Alberto Durero,  
Sevilla (1997-2012)**

Primaria, Secundaria y Bachillerato  
Nota media en bachillerato: 9,64

**Universidad Alfonso X el sabio (2013-  
2017)**

**Grado en Administración de  
Empresas (bilingüe)**

Nota media: 9,8

**IE Business School (2016)**

Curso Dirección de Comercial

### HOBBIES

Deporte

Arte

Cocina

Fotografía

### EXPERIENCIA

**Prácticas de empresa de  
comercial (2017)**

Heineken

**Camarero (2013- 2015)**

**Azafato de eventos (2013- 2018)**

Externa Team

**Comercial (2018- 2020)**

Heineken

### APTITUDES

Trabajador

Responsable

Empático

Sociable

Positivo

Disciplinado

Capacidad de saber escuchar

### IDIOMAS

Nivel B2 inglés, Cambridge

Nivel alto alemán

## - Perfil creativo



**PATRICIA  
LÓPEZ  
MOLINER**

**DIRECCIÓN:**  
Calle Porvenir, nº5  
Sevilla

**TELÉFONO:**  
698 463 729

**CORREO ELECTRÓNICO**  
Patricialopez@gmail.com

### FORMACIÓN

**Colegio San Antonio María Claret, Sevilla (1999-2014)**

Primaria, Secundaria y Bachillerato

**Centro Universitario EUSA (2014-2017)**

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

**IED Madrid (2017)**

Curso de Digital Creative Manager

**Barcelona School of Creativity (2018)**

Curso de Director de Arte

### HOBBIES

- Arte
- Música
- Moda
- Fotografía
- Cine
- Natación

### EXPERIENCIA

**Profesora particular (2014-2017)**

Para alumnos de Secundaria

**Fotógrafa (2014-2017)**

Tienda de moda juvenil, Noon

**Azafata de congresos (2014-2018)**

**Copy en departamento creativo (2019-2020)**

Diario de Sevilla

### APTITUDES

- Organizada
- Profesional
- Capacidad de trabajar en equipo
- Flexible
- Responsable

### IDIOMAS

Nivel B2 inglés, Instituto Cambrige

Nivel medio francés

- **Gerente de producción**



## **GUILLELMO MARTINEZ LOBO**

### **DIRECCIÓN**

Avda. Felipe II, nº 26,  
portal 5, 2ºB

Sevilla

### **TELÉFONO**

635 283 984

### **CONTACT**

gml@gmail.com

### **FORMACIÓN**

#### **Colegio Inmaculado Corazón de María- Portaceli**

Primaria, secundaria y Bachillerato  
Nota media: 8,7

#### **Grado en Administración y Dirección de Empresas- ESIC**

Nota media: 9

#### **Máster en Organización de Eventos** EAE Business School

#### **Programa Superior de Organización de Eventos, Protocolo y Turismo de Negocios**

EAE Business School

### **EXPERIENCIA**

#### **Prácticas de empresa en el Sector Eventos**

Eclipse Eventos Sevilla

#### **Azafato de Congresos**

Plaqué Servicios y Producciones

#### **Organizador de Eventos**

SuerEventos

### **HOBBIES**

- Lectura
- Deporte
- Música
- Escritura
- Viajar

### **APTITUDES**

- Organizado
- Capacidad de liderazgo
- Capacidad de trabajar en equipo
- Constante
- Responsable
- Positivo
- Habilidades sociales

### **IDIOMAS**

Nivel B2 inglés, Cambridge

- **Responsable de marketing y comunicación**



# MARÍA RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ

**DIRECCIÓN:**  
Avda. de Italia, nº 29, casa 2  
Sevilla

**TELÉFONO:**  
695 498 029

**CORREO ELECTRÓNICO**  
mariamf@gmail.com

## FORMACIÓN

**Colegio Bienaventurada Virgen María Irlandesas,  
Sevilla (1997-2012)**

Primaria, Secundaria y Bachillerato

**Centro Universitario EUSA (2013-2017)**

Grado en Marketing e Investigación de mercados US

**IE Cajasol (2018)**

Máster en Márketing y Comunicación Digital

**Cámara de Comercio Sevilla (2019)**

Curso de Diseño gráfico

**ADAMS (2020)**

Curso de Organización de Eventos y Protocolo

## EXPERIENCIA

**Gestión de Redes Sociales (2014-2017)**

Tienda Sace Ropa

**Modelo (2014-2017)**

**Product manager (2014-2018)**

Fernández Asociados

**Comunity manager (2019-2020)**

Sevilla de Moda

## IDIOMAS

Nivel B2 inglés, Instituto Cambrige

## HOBBIES

- Cine
- Deporte
- Pasear
- Viajar
- Lectura
- Pintura
- Visitar museos

## APTITUDES

- Trabajadora
- Profesional
- Proactiva
- Organizada
- Capacidad de trabajar en equipo
- Ambiciosa
- Creativa

## 7. PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO

El negocio comienza con una aportación de capital social de 5.000€. Por otro lado, se considera necesario pedir un préstamo de 5.000 € financiado a 4 años con un 7% de interés. Además, se recibe una subvención de 6.000€ gracias al programa de Innovactiva 6000. Todo esto viene recogido en el **balance inicial**.

Balance inicial			
ACTIVO		PASIVO	
equipos	1.155	Capital Social	5.000
mobiliario	1.044,46	subvención	6.000
mobiliario complementario	67,46	préstamo	5.000
tecnología	4.873		
software	985,36		
reforma	1900		
caja	5.975		
<b>total</b>	<b>16.000</b>		<b>16.000</b>

Tras haber realizado un análisis del sector eventos, se aprecia que hay dos temporadas al año: la alta y la baja. En el **primer año**, la temporada alta (8 meses) realiza 5 eventos al mes, dando lugar a un total de 40 eventos. Y en la temporada baja (4 meses), se organizan 2 eventos al mes, es decir, en total 8 eventos.

El precio de venta medio de los servicios es de 12.000€, por lo que en este año se recibirá un ingreso total de 576.000€. A esto hay que restarle todos los gastos (alquiler, luz y agua, amortizaciones, proveedores...)

Balance final año 1			
ACTIVO		PASIVO	
equipos	1.155	Capital Social	5.000
amortización equipos	-144,38	Subvención	6.000
mobiliario	1.044,46	Préstamo	5.000
amortización mobiliario	-261,12	Devolución préstamo	-1600
mobiliario complementario	67,46	Cuenta de resultados	137191,35
amortización m. complementario	-22,49		
software	985,36		
amortización software	-246,3		
Reforma local	1.900		
amortización reforma	-190		
Tecnología	4.873		
amortización tecnología	-1624,33		
Saldo tesorería + caja	144054,72		
<b>total</b>	<b>151.591</b>		<b>151.591</b>

En el segundo año, la temporada alta (8 meses) organiza 6 eventos al mes, que en total suman 48 en esta etapa. En la baja (4 meses) crea 3 eventos al mes, es decir, 12 en total.

Como se puede apreciar se dan algunos cambios: las ventas aumentan respecto al año 1 (720.000€), al igual que los proveedores, y se añade la amortización publicitaria.

Balance final año 2			
ACTIVO		PASIVO	
equipos	1.155	Capital Social	5.000
amortización equipos	-288,75	Subvención	6.000
mobiliario	1.044,46	Préstamo	5.000
amortización mobiliario	-522,23	Devolución préstamo	-3200
mobiliario complementario	67,46	Cuenta de resultados	301233
amortización m. complementario	-44,97		
software	985,36		
amortización software	-492,7		
Reforma local	1.900		
amortización reforma	-380		
Tecnología	4.873		
amortización tecnología	-3248,67		
Publicidad	21150,00		
amortización publicidad	-21150,00		
Saldo tesorería + caja	308984,72		
<b>total</b>	<b>314.033</b>		<b>314.033</b>

Por último, en el **tercer año**, la temporada alta (8 meses) genera 7 eventos al mes, es decir, 56 en total, y en la baja (4 meses), se organizan 4 al mes, dando lugar a un total de 16 eventos.

En este año, se integra a un empleado más en la plantilla (por lo que el gasto en salario aumenta a 4.800€ al mes) y por tanto, se generan más eventos dando lugar a un aumento de las ventas (864.000€). Lo mismo pasa con el gasto de los proveedores.

Balance final año 3			
ACTIVO		PASIVO	
equipos	1.155	Capital Social	5.000
amortización equipos	-433,13	Subvención	6.000
mobiliario	1.044,46	Préstamo	5.000
amortización mobiliario	-783,35	Devolución préstamo	-4800
mobiliario complementario	67,46	Cuenta de resultados	498874
amortización m. complementario	-67,46		
software	985,36		
amortización software	-739,0		
Reforma local	1.900		
amortización reforma	-570		
Tecnología	4.873		
amortización tecnología	-4873,00		
Publicidad	21150,00		
amortización publicidad	-21150,00		
Saldo tesorería + caja	507514,72		
<b>total</b>	<b>510.074</b>		<b>510.074</b>

## 8. ANEXO

- Logotipo Creasur Eventos SL



- Enlace al Exel: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/17tUENV-yYdpimZrvAuy4YOLV4A-6nCe3odFaEd4aEhQ/edit?usp=sharing>
- Enlace a la página web: <https://martaespada.wixsite.com/creasureventos>





*Marta Espada Pérez*  
Directora general

www.estudiofalo.com



*Juan González Flores*  
Comercial



*Patricia López Maliner*  
Gerente de producción y  
responsable de comunicación

Somos un equipo joven, dinámico y con un alto grado de exigencia, orientado a  
aportar valor a la producción, diseño, organización y ejecución del evento  
Pondremos todo de nuestra parte para cumplir con todas vuestras necesidades

## EVENTOS EXTERNOS

CONFERENCIAS

SEMINARIOS

LANZAMIENTOS

CENAS DE GALA

FERIAS

ENTREGA DE PREMIOS



## 9. BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Andaluza de la Energía (2020). *Datos Energéticos*. <https://bit.ly/2XrUbAl>
- Agencia Andaluza de la Energía (2020). *Estrategia Energética 2020*. <https://bit.ly/306zM5t>
- Ana Trenza. (2020). *Misión, visión y valores de una empresa. Definición y ejemplos*. <https://bit.ly/2U4EH32>
- Andalucía Emprende, Fundación Pública andaluza (2020). *Misión y objetivos de Andalucía Emprende*. <https://bit.ly/3dwaS3k>
- Andalucía Información (21 Febrero 2020). El sector servicios eleva sus ventas en Andalucía un 6,00% en 2019. *Andalucía Información*. <https://bit.ly/2z4jQ90>
- Atlanta (2020). *Inicio*. <https://bit.ly/3dv97Dy>
- BCD Travel (2019). *4 razones para elegir Andalucía como destino MICE*. <https://bit.ly/3curDKM>
- Captio (2020). *10 tipos de eventos de empresa*. <https://bit.ly/2U8xxv0>
- Central de Balances de Andalucía (2020) *Análisis Económico-Financiero de la Empresa Andaluza*. <https://bit.ly/305EIrq>
- Central de Balances de Andalucía (2020) *Publicidad y estudios de mercado*. <https://bit.ly/3gLX1Id>
- Cerem International Bussines School (2019). *Claves para hacer un buen DAFO (o FODA)*. <https://bit.ly/3gNP4SV>
- Ciberclick (2020). *¿Qué es marketing? Definición, ventajas y cómo funciona*. <https://bit.ly/3dx3q83>
- Conexo (1 Diciembre 2016). El turismo de reuniones genera en Andalucía 285 millones de euros al año. *Conexo*. <https://bit.ly/3gQv7uv>
- Crear-Empresas. (2020). *Características de la Sociedad Limitada*. <https://www.crear-empresas.com/caracteristicas-de-la-sociedad-limitada>
- Creativando (2020). <https://bit.ly/2XAnwJb>
- Creativando (2020). *Tipos de eventos de empresas: internos y externos*. <https://bit.ly/2XuUaLU>
- Debitoor (2020) *Marketin mix-¿Qué es el marketing mix?* <https://bit.ly/2ABPUBy>
- Eclipse Sevilla (2020). Inicio. <https://bit.ly/2Y2jO9Q>
- Efferson (2020). Inicio. <https://bit.ly/3gU69KD>
- Emprendedores, A. (2020). *Todo lo que debes saber sobre una Sociedad Limitada (S.L.)*. <https://bit.ly/2z3sbty>
- Emprendedores. (2020). *Trámites para crear una Sociedad Limitada (SL)*. <https://bit.ly/2zQSbc6>
- E. Navas (8 Marzo 2020). El coronavirus hace temblar el sector de congresos en Andalucía. *ABC*. <https://bit.ly/36YQqFM>
- Es Cultura Eventos (2020). *Inicio*. <https://bit.ly/3022Tai>
- Eserp (2020). *¿Qué hace un director creativo y qué funciones tiene?* <https://bit.ly/2XCX9IK>

Expansión (2020). *Datos Macro Andalucía*. Expansión. <https://bit.ly/36Zfj41>

Gañan, V.M (24 agosto 2018). *La importancia de la publicidad en las redes sociales*. Servilia. <https://bit.ly/3gU198P>

Granada Convention Bureau (2018). *MICE, el sector más llamativo del turismo*. <https://bit.ly/378DP33>

Grupo Abbsolute (2020). Inicio. <https://bit.ly/2XwN71X>

HRTrends (2019). *Ejemplos de especialización horizontal y vertical: descubre sus ventajas e inconvenientes*. <https://bit.ly/2zQswQQ>

Instituto Andaluz de la juventud (2020). *Conoce las ayudas y subvenciones*. <https://bit.ly/2U9wRp7>

Instituto Nacional de Estadística (2020) *Empresas por condición jurídica, actividad principal (grupos CNAE 2009) y estratos de asalariados*. <https://bit.ly/2BtV15P>

Junta de Andalucía (2020). *Estrategias de innovación de Andalucía 2014-2020*. <https://bit.ly/373TTCX>

Junta de Andalucía (2019). *Fomento y Consolidación del trabajo autónomo*. <https://bit.ly/2XUV7wh>

Junta de Andalucía (2020). *Incentivos y ayudas a empresas*. <https://bit.ly/3eN1KK1>

Junta de Andalucía (2020). *TIC en la empresa*. <https://bit.ly/3gPnGnf>

Kyocera Documents Solutions (2019). *Análisis interno de una empresa*. <https://bit.ly/3dwcwSl>

Marketing y consumo (2013). *Estrategias de posicionamiento*. <https://bit.ly/3eJ3Msc>

Mice in the cloud (2020). *Turismo MICE, características que lo definen*. <https://bit.ly/3dwoE5Y>

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (2020) *Proceso de constitución y adopción de personalidad jurídica- Sociedad Limitada Nueva Empresa*. <https://bit.ly/2AA4TvO>

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (2020). *Trámites para la puesta en marcha*. <https://bit.ly/36Vm7Qa>

Monago, T. (2019, Agosto 20). La empresa andaluza es más reacia a la innovación tecnológica. *Diario de Sevilla*. <https://bit.ly/36ZlnJZ>

Morante Asesores Tributarios (2017). *¿Por qué es importante invertir en I+D+i?*. <https://bit.ly/2MteEym>

NAL3 Comunicación (2016). *Comunicación interna y externa: claves en tu empresa*. <https://bit.ly/2BrnIl3>

Noticias de la Junta de Andalucía (22 Octubre 2019). El volumen de negocios del sector servicios crece en Andalucía más del triple que a nivel nacional. *Noticias de la Junta de Andalucía*. <https://bit.ly/3eSAkAp>

Otravis (2020). Inicio. <https://bit.ly/3cyYH4p>

Plaqué Servicios y Producciones (2020). Inicio. <https://bit.ly/3dArN4S>

Roberto Espinosa (2014). *Posicionamiento de marca, batalla por mente*. <https://bit.ly/2XuynnB>

Roberto Espinosa (2013). *Segmentación de mercados, concepto y enfoque*. <https://bit.ly/307GisM>

Rubén Manéz (2019). *Segmentación de mercados: qué es y cómo segmentar el mercado paso a paso*. <https://bit.ly/309nPvY>

Sureventos (2020). *Inicio*. <https://bit.ly/304pUta>

Wikipedia (2019). *Ciencia y Tecnología en Andalucía*. <https://bit.ly/36ZxFBS>

Wikipedia (2020). *Transporte en Andalucía*. <https://bit.ly/304Wdbu>