

Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

IDEA
UNIVERSIDAD GALILEO

**UNIVERSIDAD GALILEO
FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS, INFORMÁTICA
Y CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN
INSTITUTO DE EDUCACIÓN ABIERTA**

Seminario de Empresas Turísticas y Hoteleras

**Creación de Bodas Ixchel, planificación de bodas de
destino y lunas de miel, en Guatemala moderna y colonial**

PRESENTADO POR:
Angélica Argueta Ixcoy
Carné IDE20003050

Previo a optar el grado académico de:
LICENCIATURA EN TECNOLOGÍA Y
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS

Guatemala, 12 de agosto de 2024

CODIGO DE APROBACIÓN: 03-120824

TABLA DE CONTENIDO

1	INTRODUCCIÓN.....	i
2	OBJETIVOS	1
2.1	General.....	1
2.2	Específicos	1
3	JUSTIFICACIÓN	2
4	SELECCIÓN DEL GIRO DE NEGOCIO (CONCEPTO DEL NEGOCIO).....	3
5	ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD	6
5.1	Análisis del entorno externo a nivel macro	6
5.2	Análisis del entorno externo a nivel micro (Diamante de Porter)	21
5.2.1	Poder de negociación de los proveedores.....	21
5.2.2	Amenaza de que existan servicios sustitutos.....	26
5.2.3	Amenaza de que existan nuevos entrantes	27
5.2.4	Poder de negociación de los clientes.....	27
5.2.5	Rivalidad entre los competidores actuales.....	28
5.3	Análisis del entorno interno (características del emprendedor)	29
5.3.1	Conocimientos, habilidades y cualidades	31
5.4	Análisis y matriz FODA.....	32
6	OPORTUNIDAD SECTORIAL, PLANTEAMIENTO Y PROPUESTA DE LA IDEA DE NEGOCIO	35
6.1	Oportunidades identificadas.....	35
6.2	Fortalezas identificadas	35
6.3	Oportunidad para maximizar por medio de las fortalezas.....	35
6.4	Giro de negocio.....	36
6.5	Modelo de negocio (modelo CANVAS)	38
6.6	Nombre de la empresa.....	39
6.7	Ventaja competitiva.....	39
6.8	Misión	39
6.9	Visión.....	39
6.10	Objetivos.....	40
6.11	Principios	40
6.12	Valores	41
6.13	Valores	41

6.14	Logo y símbolo	42
6.15	Lema o slogan	43
7	ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO	43
7.1	Objetivo general	43
7.2	Objetivos específicos	43
7.3	Análisis de la oferta (tamaño del mercado global)	44
7.4	Análisis de la demanda (tamaño de mi mercado).....	51
7.4.1	Recolección de datos	52
7.4.2	Análisis de datos	53
7.5	Segmento de mercado.....	65
7.6	Nicho de mercado.....	65
7.7	Plan de mercadeo.....	66
7.7.1	Objetivos del plan.....	66
7.8	Estrategias y tácticas	67
7.9	Presupuesto de marketing	70
7.10	Proyección de ventas.....	71
8	ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA.....	77
8.1	Especificaciones del producto/servicio.....	77
8.2	Proceso de prestación del servicio, diagramas de flujo del proceso.....	82
8.3	Características de la tecnología, equipos e instalaciones	98
8.4	Materia prima, proveedores, capacidad instalada	100
8.4.1	Calificación de proveedores	103
8.5	Manejo de inventarios y sistemas de control.....	105
8.6	Ubicación de la empresa y vías de acceso	106
8.7	Diseño y distribución de planta y oficinas.....	107
8.8	Mano de obra requerida.....	109
8.9	Programas de producción, consumo y compras.....	109
9	ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA.....	111
9.1	Diseño de puestos	111
9.2	Descripción y análisis de puestos	113
9.3	Reclutamiento y selección	124
9.4	Contratación, orientación y socialización	127
9.5	Evaluación de desempeño.....	129
9.6	Remuneración, prestaciones y calidad de vida	132

9.7	Capacitación y desarrollo	134
9.8	Organizaciones de apoyo	134
10	ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD LEGAL, SOCIAL Y AMBIENTAL.....	137
10.1	Tipo de sociedad.....	137
10.2	Estructura jurídica	137
10.3	Implicaciones tributarias, comerciales y laborales asociadas al tipo de sociedad	137
10.4	Normas y procedimientos sobre la comercialización de sus servicios	139
10.5	Leyes especiales a su actividad específica	141
10.6	Derechos de propiedad intelectual.....	144
10.7	Derechos y limitaciones sobre la propiedad	144
10.8	Trámites y permisos ante las instituciones	144
11	ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD ECONÓMICO – FINANCIERO (PARTE ECONÓMICA).....	147
11.1	Inversión inicial	148
11.2	Fuentes de financiamiento	150
11.3	Establecimiento de TREMA	152
11.4	Cálculo de depreciaciones y amortizaciones.....	153
11.5	Proyección de ingresos.....	157
11.6	Proyección de egresos.....	160
11.7	Costos de venta	165
11.8	Gastos de operación	165
11.8.1	Gastos de administración.....	166
11.8.2	Gastos de venta (mercadeo).....	166
11.9	Gastos financieros	167
11.10	Impuestos.....	169
11.11	Punto de equilibrio.....	169
12	ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD ECONÓMICO – FINANCIERO (PARTE FINANCIERA).....	170
12.1	Flujo de caja (táctico – año 1)	172
12.2	Flujo de caja (estratégico – año 1 al 5)	173
12.3	Estado de resultados (táctico – año 1)	175
12.4	Estado de resultados (estratégico – año 1 al 5)	177
12.5	Balance general	179
12.6	Evaluación de los resultados proyectados	181

12.6.1	Valor Actual Neto (VAN)	181
12.7	Tasa interna de rendimiento (TIR)	182
12.8	Razones financieras	183
13	ANÁLISIS DE RIESGOS	187
13.1	Riesgos de mercado	188
13.2	Riesgos técnicos.....	189
13.3	Riesgos administrativos	190
13.4	Riesgos legales, sociales y ambientales	192
13.5	Riesgos económicos y financieros	193
14	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	195
14.1	Escenario optimista.....	195
14.2	Escenario pesimista.....	197
15	CONCLUSIONES.....	199
16	RECOMENDACIONES	200
17	ANEXOS	201
17.1	Anexo 1	201
17.2	Anexo 2	202
17.3	Anexo 3	202
17.4	Anexo 4	203
17.5	Anexo 5	203
17.6	Anexo 6	204
18	BIBLIOGRAFÍA	211

1 INTRODUCCIÓN

El segmento de bodas de destino y lunas de miel está en constante crecimiento en Guatemala. En este proyecto se analiza a fondo el potencial y la competencia del segmento en la región Guatemala Moderna y Colonial. El objetivo es estudiar la oferta y la demanda del mercado para crear una empresa que ofrezca servicios de organización de bodas de destino y lunas de miel, atrayendo tanto a clientes nacionales como extranjeros para dar a conocer los lugares turísticos de Guatemala por medio de estos servicios.

El proyecto incluye los siguientes estudios: primero, se presenta un análisis de la competitividad del entorno externo, tanto a nivel macro como micro, y un análisis del entorno interno. Luego, se identifica la oportunidad sectorial y se propone la idea de negocio. A continuación, se estudia la prefactibilidad de mercado, evaluando la oferta global y la demanda según el tamaño del mercado objetivo. Posteriormente, se realizan análisis de prefactibilidad técnica, administrativa, legal, social, ambiental y económico-financiera, que proporcionarán información crucial para tomar decisiones sobre la inversión en el proyecto. También se consideran los riesgos potenciales asociados con la inversión en un negocio de planificación y organización de bodas de destino y lunas de miel.

Para la realización de este proyecto se utilizó una metodología mixta, combinando la recopilación de datos cuantitativos y cualitativos. Se emplearon documentos como el Plan Estratégico para el Segmento de Bodas de Destino 2019-2025 del Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT) y libros de Finanzas Administrativas utilizados durante la carrera, lo que ayudó a estructurar la información de manera clara y sencilla.

Se espera que este proyecto proporcione una visión clara y conocimientos valiosos sobre los pasos necesarios para invertir en una empresa de servicios.

2 OBJETIVOS

2.1 General

- Crear una empresa de wedding planner en la región turística de Guatemala Moderna y Colonial, con enfoque en bodas de destino y lunas de miel, ofreciendo un servicio de excelencia, de constante innovación, asegurando y atrayendo clientes nacionales y extranjeras para que sea reconocida como una de las mejores empresas de wedding planner en el sector.

2.2 Específicos

1. Establecer un plan de negocio detallado que incluya un análisis de competitividad para empresas de wedding planner, un estudio de mercado, estrategias de marketing, proyecciones financieras y un plan operativo organizacional.
2. Diseñar una estructura organizativa clara, asignando responsabilidades específicas para cada miembro que formará parte de la empresa, desde la dirección hasta el servicio al cliente y de esta manera se garantizará un servicio de excelencia en cada etapa del progreso de planificación de bodas y lunas de miel.
3. Brindar un servicio de excelencia estableciendo estándares de calidad en los manuales, perfiles de puestos y las capacitaciones para que los futuros colaboradores sean profesionales especializados en el segmento de bodas de destino y lunas de miel.
4. Evaluar el rendimiento de inversión del proyecto realizando un análisis económico-financiero, en la que se examinarán los principales estados financieros por medio de indicadores económicos.

3 JUSTIFICACIÓN

El segmento de bodas de destino y lunas de miel en Guatemala está en constante crecimiento, ofreciendo una atractiva oportunidad para invertir en una empresa que ofrezca servicios de organización de bodas de destino y lunas de miel en las regiones de Guatemala Moderna y Colonial.

Para aprovechar al máximo esta oportunidad y asegurar el éxito de la inversión, es crucial desarrollar un proyecto que incluya: un análisis de la competitividad del entorno externo e interno del mercado, la identificación de oportunidades sectoriales, la propuesta de la idea de negocio, y la realización de estudios de prefactibilidad en las áreas de mercado, técnica, administrativa, legal, social, ambiental y económico-financiera, así como un análisis de riesgos para tomar decisiones informadas sobre la inversión.

Este proyecto no solo propone evaluar la viabilidad de crear una empresa de organización de bodas de destino y lunas de miel, sino que también busca ofrecer una guía clara y conocimientos valiosos sobre los pasos necesarios para llevar a cabo una inversión exitosa en este sector. Además, se espera que este trabajo fortalezca los conocimientos adquiridos, permitiendo su aplicación en el futuro para realizar inversiones exitosas que contribuyan significativamente al desarrollo económico local y a la promoción internacional de Guatemala como un destino turístico de primer nivel.

4 SELECCIÓN DEL GIRO DE NEGOCIO (CONCEPTO DEL NEGOCIO)

1. ¿De los presentados en el Plan Maestro de Turismo Sostenible, qué segmento y actividad turística le es atractivo para desarrollar un proyecto de inversión?

a)	Turismo de cultura:	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo místico/religioso • Arqueología precolombina • Turismo con gestión comunitaria • Ciudades coloniales y centros históricos • Cultura viva (Maya, Garífuna, Xinca) • Gastronomía • Artesanías
b)	Turismo de naturaleza	<ul style="list-style-type: none"> • Agroturismo • Ecoturismo • Turismo en áreas protegidas • Aviturismo • Observación de fauna marina • Cabalgatas • Hiking
c)	Turismo de aventura	<ul style="list-style-type: none"> • Visita a cuevas (caving) • Rafting • Bicicleta montaña (biking) • Rappel • Canopying • Trekking • Montañismo
d)	Turismo de deportes	<ul style="list-style-type: none"> • Maratón • Pesca deportiva • Golf • Surfing • Buceo
e)	Turismo de entretenimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Compras • Parques temáticos
f)	Idiomático	<ul style="list-style-type: none"> • Estudiar español
g)	Voluntariado	<ul style="list-style-type: none"> • Social • Científico
h)	Turismo de salud y bienestar	
i)	Turismo de reuniones	
j)	Turismo de bodas de destino y lunas de miel	
k)	Turismo de cruceros	

a) ¿Qué región turística del país tiene el potencial para desarrollarlo?

- a. Guatemala, moderna y colonial
 - b. Altiplano, cultura maya viva
 - c. Petén, aventura en el mundo maya
 - d. Izabal, un caribe verde
 - e. Las Verapaces, paraíso natural
 - f. Oriente, místico y natural
 - g. Pacífico, mágico y diverso
- b) ¿Tomando en cuenta la cadena de valor del sector turístico, qué actividad directa podría atender las necesidades de mercado de ese segmento en esa región?
- a. Transporte
 - b. Hospedaje
 - c. Alimentos y bebidas
 - d. Productos turísticos
 - e. Destinos turísticos
 - f. Ocio, excursiones y tours
 - g. Otros servicios de soporte
- c) ¿Qué tipo de empresa se puede crear que cumpla con esas características y pueda atender a un mercado potencial y real?
- a. Regulados por INGUAT
 - i. Establecimientos de hospedaje
 - ii. Academias de español
 - iii. Agencias de viaje
 - 1. Tour operadoras
 - 2. Agencias de viajes receptoras (incoming)
 - 3. Agencias de viajes emisoras – receptoras
 - 4. Agencias de viajes especializadas
 - iv. Transporte turístico terrestre
 - v. Marinas turísticas
 - b. Otros (no regulados por INGUAT):

- i. Organizador de eventos (atiende industria de reuniones)
- ii. **Wedding planner (atiende bodas destino y lunas de miel)**
- iii. Tiendas de artesanías
- iv. Restaurantes (para que sea tomado en cuenta debe estar en una ruta o sitio turístico, tener componentes turísticos y tener platillos especializados de gastronomía guatemalteca).

5 ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD

5.1 Análisis del entorno externo a nivel macro

Factores y variables		Detalle	Impacto		Plazo		
			Positivo	Negativo	Corto 0 - 12 meses	Mediano 1 – 3 años	Largo 3 – 5 años
Político	Índice de corrupción	Durante una década el índice de corrupción de Guatemala ha sido estable de 43 puntos, hasta el año 2023 que el país obtuvo la peor calificación ya que de cero a 100, Guatemala obtuvo un punteo de 23. Este es el resultado de los últimos tres gobiernos, Alejandro Giammattei, Jimmy Morales y Otto Pérez Molina.		✓	✓		
	Política fiscal del país (impuestos)	Bajos niveles del gasto público, declive en los niveles de inversión, poco crecimiento económico y aumento en el gasto de funcionamiento.		✓			✓
	Promoción de actividad empresarial	Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT) ha invitado al sector empresarial a participar en la Feria	✓			✓	

		Internacional de Turismo (FITUR) 2023 para que las diferentes entidades expongan la oferta turística a nivel internacional.					
	Relación con otros países	El país tiene buena relación con la Unión Europea (UE). Y con respecto al sector turístico, Guatemala forma parte de los 8 países que promueven la competitividad turística en la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA).	✓				✓
	Seguridad	La División de Seguridad Turística (Disetur) y la Policía Nacional Civil de Guatemala (PNC) tienen en marcha acciones de protección y seguridad al turismo en Guatemala como, realizar patrullajes de seguridad turística en volcanes, playas, parques, mercados y sitios arqueológicos.	✓		✓		
Económico	Captación de inversión extranjera	El primer trimestre del año 2023 se presentó un aumento 30% en el flujo de inversión extranjera directa. Los cinco	✓		✓		

		principales inversionistas fueron México, Estados Unidos, Luxemburgo, Colombia y países bajos.					
	Consumo interno en viajes y turismo	El Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT) lanza un proyecto “Viajando por Guate” la cual motiva a los guatemaltecos a realizar turismo interno y disfrutar de los diferentes atractivos turísticos que ofrece el país.	✓		✓		
	Inversión privada	La Federación de Cámaras de Turismo de Centroamérica (FEDECATUR) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) están llevando a cabo inversiones en Guatemala con el objetivo de apoyar a las micro, pequeñas y medianas empresas del sector turístico.	✓				✓
	Estado de la infraestructura nacional (puertos, aeropuertos y carreteras)	La infraestructura de las carreteras y aeropuertos están en mal estado.		✓			✓
	Situación actual de sector turismo	El sector turístico fue uno de los más afectados por el COVID 19, pero con el		✓		✓	

		levantamiento de las restricciones las personas empezaron a viajar para estar en contacto con la naturaleza, por lo que se espera recuperar muy pronto la economía de este sector.					
Socio cultural	Conflictos religiosos y étnicos	Se han creado leyes contra la discriminación y el racismo, las cuales se están implementando en las diferentes empresas turísticas.	✓			✓	
	Cultura y creencias	Guatemala es un país rico en cultura y tradiciones, por eso se ha integrado a la Red Mundial de Turismo Religioso en la Feria Internacional de Turismo (FITUR) que se realizará el 2024. Para promocionar la época de Cuaresma y Semana Santa.	✓				✓
	Políticas de desarrollo social	El país cuenta con una Política de Desarrollo Social y Población que establece los	✓				✓

		principales principios de la ley de desarrollo social: igualdad, equidad, libertad, fortalecimiento de la familia, derecho al desarrollo, atención a grupos vulnerables y descentralización.					
	Patrones de consumo	El patrón de consumo ha variado en los últimos tiempos más después de la pandemia. Ahora los consumidores prefieren hacer actividades al aire libre.	✓		✓		
	Preferencia para comprar por internet	Según el estudio que realizó la Cámara de Comercio de Guatemala cinco de cada diez guatemaltecos compran en línea una vez al mes.	✓			✓	
Tecnológico	Acceso a internet y velocidad de transferencia tecnológica	En Guatemala solo el 21.3% de hogares cuentan con computadora y 17% tienen acceso a Internet. Lo que		✓		✓	

		dificulta a la sociedad adaptarse a la nueva era tecnológica.					
	Desarrollo tecnológico y de soluciones informáticas	La tecnología en Guatemala ha evolucionado lentamente, pero va por buen camino ya que el gobierno del país ha realizado inversiones en infraestructura tecnológica, como la construcción de centros de datos y la expansión de la red de fibra óptica.	✓		✓		
	Desarrollo de nuevos canales de distribución	La pandemia de COVID-19 ha impulsado la transformación digital, generando nuevas oportunidades para las empresas turísticas del país en términos de adopción de canales de distribución tanto online como offline.	✓			✓	
	Telecomunicaciones	En las zonas urbanas de Guatemala, la gran mayoría de	✓		✓		

		la población cuenta con acceso a Internet. Sin embargo, en las áreas rurales, la mayoría de los ciudadanos aún no tiene acceso.					
	Tendencias tecnológicas en el sector turismo	Se están utilizando inteligencia artificial como los chatbots y asistentes virtuales para brindar información a los viajeros y las aplicaciones para analizar datos se están utilizando para comprender las preferencias de los turistas.	✓			✓	
Ecológico	Amenaza de epidemias y pandemias	El COVID 19 generó efectos negativos en la cadena de valor turístico de Guatemala. Pero para reactivar las actividades el Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT) implementó Guías de Buenas Prácticas para la prevención del COVID.	✓			✓	

<p>Contaminación de aire, agua y tierra.</p>	<p>Guatemala cuenta con varios manuales de Buenas Prácticas como, Turismo Sostenible para Hospedaje en Áreas Protegidas y Buenas Prácticas en Acción para Empresas de Alojamiento.</p>	<p>✓</p>				<p>✓</p>
<p>Cultura de reciclaje.</p>	<p>El Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT) y la corporación multinacional de bebidas están implementando el proyecto de Islas de Reciclaje en el Parque Nacional de Tikal, Panajachel, Sololá y la Plaza central del mercado de Chichicastenango.</p>	<p>✓</p>				<p>✓</p>
<p>Manejo de desperdicios y desechos</p>	<p>El manejo de desechos y desperdicios en Guatemala es un tema complejo que enfrenta varios desafíos como las siguientes: se generan alrededor de 1.4 millones de</p>		<p>✓</p>			<p>✓</p>

		toneladas de basura al año y solo el 25% de la basura es recolectada de manera formal y la mayoría termina en botaderos a cielo abierto.					
	Normas de protección al medio ambiente	En el país hay varias entidades administrativas con competencia a nivel nacional encargadas solo de la gestión ambiental como; la Comisión Nacional del Medio Ambiente (CONAMA), Consejo Nacional de Áreas Protegidas (CONAP) y el Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT).	✓				✓
Legal	Certificaciones nacionales entregadas en el sector turismo	En el año 2022 se renovaron 39 distintivos Sello Q, en las tres modalidades, oro, plata y bronce.	✓			✓	
	Legislación tributaria	El Impuesto Sobre la Renta (ISR) para las empresas turísticas es de 25%, el	✓			✓	

		Impuesto sobre el Valor Agregado (IVA) es del 12%, Impuesto al Timbre Fiscal y de papel sellado Especial para Protocolos la cual es de un quetzal por cada hoja.					
	Legislación comercial	El país cuenta con un código de comercio en donde se establecen normas y regulaciones mercantiles.	✓				✓
	Legislación laboral	El país cuenta con un Código de trabajo en donde se regulan los derechos y las obligaciones de los patronos y trabajadores.	✓				✓
	Normas legales	El marco legal de Guatemala se basa en la Constitución Política de la República de Guatemala y las principales normas legales son: el Código Civil, Código Penal y Código Procesal Civil.	✓				✓

Fuente: elaborado por gestora del proyecto.

Interpretación y explicación del comportamiento de las variables

Factores políticos

Índice de corrupción (negativo, corto plazo): el aumento significativo en el índice de corrupción en Guatemala tiene consecuencias importantes para las empresas de wedding planners que ofrecen servicios de bodas de destino y lunas de miel, ya que la corrupción puede influir en la calidad de los servicios, la infraestructura disponible para eventos, la percepción de seguridad para los turistas y la competitividad de los precios.

Política fiscal del país (impuestos) (negativo, largo plazo): el declive en los niveles de inversión y el poco crecimiento económico impacta de forma negativa en las empresas de wedding planner porque afecta la calidad de la oferta de destinos turísticos que se brindan como lugar para la realización de las ceremonias.

Promoción de actividad empresarial (positivo, mediano plazo): la participación de las empresas turísticas en eventos como la Feria Internacional de Turismo (FITUR) proporciona una plataforma única para exhibir la oferta turística a nivel internacional. Esto no solo aumenta la visibilidad de las empresas de wedding planners ante potenciales clientes internacionales, sino que también promueve la imagen de Guatemala como un destino ideal para bodas y lunas de miel. Además, el Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT) cuenta con un evento especial llamado “Guatemala romántica”, en donde se reúnen profesionales en planificación y agentes de viajes especializados en bodas de destino y lunas de miel.

Relación con otros países (positivo, largo plazo): las empresas de wedding planners en Guatemala que se especializan en bodas de destino tienen la oportunidad de aprovechar la buena relación del país con la Unión Europea (UE) y la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA) para promocionar sus servicios y obtener clientes potenciales que quieran celebrar sus bodas en el país.

Seguridad (positivo, corto plazo): las acciones de protección y seguridad turística implementadas por la Dirección de Servicios Especiales de Turismo y la Policía Nacional Civil del país tienen un impacto significativo en el mercado turístico de

Guatemala, especialmente cuando las empresas de wedding planner ofrecen servicios en destinos turísticos populares como parques, mercados, sitios arqueológicos, jardines y rutas turísticas. La presencia de patrullajes de seguridad en estos lugares contribuye a crear un ambiente más seguro y confiable para los novios y sus invitados.

Factores económicos

Captación de inversión extranjera (positivo, corto plazo): el aumento en el flujo de inversión extranjera directa durante el primer trimestre del año 2023 presenta un escenario favorable para las empresas de wedding planners en el país, ofreciendo oportunidades de crecimiento del segmento de bodas de destino y lunas de miel.

Consumo interno en viajes y turismo (positivo, corto plazo): el lanzamiento del proyecto “Viajando por Guate” representa una oportunidad significativa para las empresas de wedding planners ya que se busca promover el turismo interno y con estas acciones los guatemaltecos que viven en otras regiones pueden conocer lugares para sus bodas y lunas de miel.

Inversión privada (positivo, largo plazo): la inversión de la Federación de Cámaras de Turismo de Centroamérica (FEDECATUR) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) representa una oportunidad estratégica para las empresas de wedding planners que ofrecen bodas de destino y lunas de miel, al impulsar el desarrollo y la competitividad del sector turístico en el país.

Estado de la infraestructura nacional (puertos, aeropuertos y carreteras), (negativo, largo plazo): Se requiere invertir en la mejora de los aeropuertos y carreteras nacionales, dado que la infraestructura deficiente representa uno de los principales obstáculos para llevar a cabo actividades diarias. Además, una infraestructura de transporte eficiente y segura no solo optimiza las operaciones de una empresa, sino que también mejora la experiencia de los clientes y fortalece la competitividad del país.

Situación actual de sector turismo (negativo, mediano plazo): durante el período de restricciones, las actividades turísticas incluidas las bodas y lunas de miel en destinos turísticos se vieron considerablemente reducidas por el distanciamiento social y las restricciones de viajes. La recuperación de las empresas en especial las de wedding planners dependerá de su capacidad para adaptarse a las condiciones cambiantes del mercado.

Factores socio culturales

Conflictos religiosos y étnicos (positivo, mediano plazo): la ausencia de tensiones sociales importantes crea un entorno apropiado para el desarrollo de eventos y experiencias únicas para las parejas que buscan un destino seguro y tranquilo. Esto representa una oportunidad para las empresas de wedding planners que sepan comunicar y aprovechar este aspecto en su oferta de servicios.

Cultura y creencias (positivo, largo plazo): la integración de Guatemala a la Red Mundial de Turismo Religioso durante la Feria Internacional de Turismo (FITUR)2024 representa una oportunidad estratégica para que las empresas de wedding planners diversifiquen sus ofertas y atraigan a un segmento de mercado interesado en experiencias auténticas culturales y religiosas.

Políticas de desarrollo social (positivo, largo plazo): la Política de Desarrollo Social y Población hace que las empresas consideren como sus servicios pueden contribuir al fortalecimiento de la familia y al derecho al desarrollo de manera inclusiva y equitativa.

Patrones de consumo (positivo, corto plazo): los cambios que ha experimentado los patrones de consumo después de la pandemia indica que los consumidores prefieren experiencias más personalizadas y significativas en sus eventos como bodas y viajes de luna de miel.

Preferencias para comprar por internet (positivo, mediano plazo): las empresas de wedding planners pueden aprovechar la creciente tendencia de compras en línea en Guatemala, para ofrecer sus servicios por medio de páginas web y redes sociales.

Factores tecnológicos

Acceso a internet y velocidad de transferencia tecnológica (negativo, mediano plazo): las empresas deben considerar estrategias alternativas para llegar a su audiencia objetivo y optimizar sus procesos internos, como el uso de medios tradicionales de comunicación y alianzas estratégicas con sus proveedores locales ya que en el país solo el 17% de la población tiene acceso a internet.

Desarrollo tecnológico y de soluciones informáticas (positivo, corto plazo): el avance en la infraestructura tecnológica en Guatemala representa una ventaja para las empresas de wedding planners, ya que al proporcionarles herramientas y recursos pueden mejorar sus operaciones, expandir su alcance y ofrecer experiencias más sofisticadas y personalizadas a sus clientes.

Desarrollo de nuevos canales de distribución (positivo, mediano plazo): la pandemia ha impulsado una acelerada adopción de tecnologías digitales y canales de distribución online en la industria de bodas y destinos de miel. Asimismo, las redes sociales han surgido como herramientas clave para interactuar con los consumidores, añadiendo un nuevo nivel de conexión y comunicación en los canales de distribución.

Telecomunicaciones (positivo, corto plazo): el acceso desigual a internet entre zonas urbanas y rurales en Guatemala representa un desafío importante para las empresas, ya que una brecha digital puede dificultar la comunicación fluida, la realización de transacciones en línea y la difusión de información sobre los servicios de planificación de bodas.

Tendencias tecnológicas en el sector turismo (positivo, mediano plazo): el uso de inteligencia artificial y aplicaciones de análisis de datos en empresas de wedding planners representa una oportunidad para ofrecer servicios más eficientes, personalizados y adaptados a las necesidades y preferencias de los clientes en el mercado turístico actual.

Factores ecológicos

Amenaza de epidemias y pandemias (positivo, mediano plazo): el impacto del COVID-19 en la industria turística ha sido significativo porque generó efectos negativos en toda la cadena de valor del sector, sin embargo, la implementación de Guías de Buenas Prácticas para la prevención del COVID y otras infecciones han hecho que los clientes confíen en las empresas que realicen buenas prácticas, ya que les prometen un entorno seguro para la celebración de eventos y viajes.

Contaminación de aire, agua y tierra (positivo, largo plazo): es crucial adoptar prácticas sostenibles en la organización de bodas de destino y lunas de miel para comprometerse con la sostenibilidad y la responsabilidad social.

Cultura de reciclaje (positivo, largo plazo): apoyar el proyecto Islas de Reciclaje en lugares turísticos del país ofrece una oportunidad para las empresas de diferenciarse y añadir valor a sus servicios, porque con estas acciones tendrán una buena imagen ante los clientes.

Manejo de desperdicios y desechos (negativo, largo plazo): el país enfrenta desafíos significativos con respecto al manejo de desperdicios y desechos porque la mayoría de la basura termina en botaderos a cielo abierto, esta situación puede generar problemas ambientales y de salud pública.

Normas de protección al medio ambiente (positivo, largo plazo): las entidades que están enfocadas exclusivamente en la gestión ambiental como la Comisión Nacional del Medio Ambiente y el Consejo Nacional de Áreas protegidas muestran la importancia de la gestión ambiental en el sector turístico, ya que al cumplir con las normas establecidas por estas entidades se garantiza la conservación de los recursos naturales, culturales, áreas protegidas y patrimonio histórico del país

Factores legales

Certificaciones nacionales (positivo, mediano plazo): el aumento en la obtención y renovación de distintivos de calidad en el sector turístico de Guatemala,

especialmente en hoteles asociados con el cuidado ambiental, tiene un impacto positivo en las empresas que organizan bodas y lunas de miel, ya que brindan a los clientes servicios de alta calidad en entornos atractivos y sostenibles, lo cual puede aumentar la competitividad y satisfacción del cliente.

Legislación tributaria (positivo, mediano plazo): las empresas deben tener en cuenta los impuestos al momento de calcular precios, presupuestos y rentabilidad, para asegurar una operación financiera sostenible y cumplir con las obligaciones fiscales establecidas por las autoridades guatemaltecas. Además, al cumplir con estas obligaciones se contribuye al desarrollo del país.

Legislación comercial (positivo, largo plazo): las empresas que operan en un entorno regulado por un código de comercio deben estar al tanto de las normativas legales y adoptar prácticas comerciales éticas y responsables para brindar un servicio de calidad y mantener una reputación sólida en el mercado.

Legislación laboral (positivo, largo plazo): los empleadores y trabajadores deben cumplir con todas las normas que se establecen en el Código de Trabajo para asegurar el bienestar, la eficiencia operativa y mantener un ambiente laboral saludable y productivo.

Normas legales (positivo, largo plazo): los wedding planners que operan en Guatemala deben tener un conocimiento profundo del marco legal del país, en especial a los contratos, derechos de propiedad, obligaciones legales y procedimientos judiciales. Esto les permitirá operar con ética y evitando problemas legales.

5.2 Análisis del entorno externo a nivel micro (Diamante de Porter)

5.2.1 Poder de negociación de los proveedores

El poder de negociación de los proveedores de los wedding planners en la región Guatemala Moderna y Colonial se caracteriza por ser alto. Ya que esta área se destaca como una de las más populares para bodas de destino y lunas de miel en el país. La capacidad de negociación varía en función del tipo de proveedor, la

excelencia de sus servicios, la exclusividad de sus productos y la demanda que generan. Los wedding planners con experiencia y una reputación consolidada pueden negociar precios y condiciones más favorables con los proveedores, mientras que aquellos sin experiencia pueden encontrar dificultades en estas gestiones.

Para brindar un servicio de calidad se debe investigar a profundidad a los proveedores potenciales, comparar los precios y condiciones y estar dispuesto a alejarse de un proveedor si no ofrece un trato justo. Asimismo, para mejorar el poder de negociación, es esencial construir relaciones sólidas con los proveedores y establecer una reputación de ser clientes confiables y rentables.

Los proveedores claves para los wedding planner en la región Guatemala, Moderna y colonial son:

- Hoteles

Tikal Futura: ofrece servicios de alta calidad, cuenta con 205 habitaciones y suites, centro de convenciones y una gran oferta gastronómica. La habitación Deluxe tiene una tarifa de \$115.00, habitación business \$155.00, suite Deluxe desde \$140.00 y suite máster desde \$160.00. Los principales servicios de habitaciones que se ofrecen son; televisión led, Wi-Fi gratis, parqueo gratis, aire acondicionado, caja de seguridad, bata de baño, cafetera con café, plancha y planchador y secadora de cabello. El hotel está ubicado en la Calzada Roosevelt 22-43, Cdad. De Guatemala.

Pensativo House Hotel: es un hotel exclusivo que cuenta con nueve habitaciones y diecisiete suites, cuentan con diseño contemporáneo, la habitación Deluxe 1 y 2 tienen una tarifa de \$153, Suite King y Queen a un precio de \$174, máster suite a \$195 y royal suite a \$216, el hotel está ubicado en 4ª avenida Sur No. 24 Antigua Guatemala.

- Catering

Cocinarte: brinda un servicio personalizado de catering con una variedad en el menú como; carne a la parrilla, canoa de ceviche, suchi bar, especialidades del chef, para compartir y Coffe break, ellos no manejan mínimos de personas a la hora de atender un evento. Ofrecen servicios buffet y servicio en mesa, el menú Cordón Dorado para personalizar es especial para bodas el cual incluye selección de carnes, una ensalada, dos guarniciones de harina, una guarnición de vegetales, festival de panadería y mantequilla de la casa, dos postres y picante de la cada, tiene un costo de Q. 139.00 y el servicio a mensa tiene un costo adicional de Q.10.00. La empresa está ubicada en 1era. Calle 3-25 zona 13, Pamplona.

Banquetes Greicy: ofrece un menú con una variedad de banquetes como boquitas, menú formal, menú típico, brunch, refacciones, estación de pizzas, Coffe break y menús para niños. Ellos realizan el montaje y desmontaje el día del evento, proporcionan mesas, sillas, platos, vaso, copas y todo lo necesario para un evento. Ellos se quedan sirviendo en el evento por aproximadamente 5 horas y el tiempo extra tiene un costo. El precio de cada menú varía según las necesidades del cliente, pero normalmente está en Q.145.00 c/u. La empresa está ubicada en la colonia Corozal, No. 21 Santa Ana, Antigua Guatemala.

- Pastelerías

Av. Pastelería Gourmet: brindan servicios centrado en la atención personaliza, la calidad de los detalles, atención inmediata, servicio a domicilio y puntualidad. Está ubicada en la 31 av. 5-62 Bosques de San Nicolás zona 4 de Mixco atienden de lunes a domingo.

Sofía Cobián L'atelier: en el taller se elaboran pasteles con diseños y sabores únicos. Está ubicada en 6 avenida norte. 14B Antigua Guatemala.

- Transportes turísticos terrestre

Transporte Nedicorsa: es una empresa que brinda diferentes tipos de servicios como: Servicio de bus para colegio, para universidades, para turismo, para ejecutivos, excursiones e iglesias. Realizan viajes a toda Guatemala y Centroamérica. Sus buses cuentan con el registro del INGUAT, con la autorización de la Dirección General de Transporte y con el permiso de la Municipalidad de Guatemala.

Detur Guatemala: brindan servicios a toda Guatemala de forma sostenible que garantiza el turismo del futuro. La empresa está registrada ante INGUAT y comprometida con la seguridad, salud e higiene de los clientes. Ofrecen varios tamaños de buses y autobuses con una capacidad de 7 hasta 45 pasajeros.

- Guías turísticos

Teatro Abril: este lugar cuenta con instalaciones lujosas y mucha historia, es reconocido por sus increíbles rincones, la iluminación tenue y sus amplios salones con diseños antiguos. Tiene cinco salones con capacidad máxima de 500 personas a precios desde Q.2,500.00. Está ubicada en la 9ª. Avenida 14-22 zona 1, ciudad de Guatemala.

Convento las Capuchinas: este destino es romántico y ha sido escenario de muchas bodas, lo mejor de este lugar es que se puede hacer la ceremonia y la fiesta en el mismo sitio, porque es grande y está lleno de historia del país. Es importante reservar y pedir permiso con anterioridad ya que es muy solicitado por los novios. El área techada tiene una capacidad de 250 personas, el alquiler del claustro techado es de Q. 9,000.00, el jardín es de Q.6,000.00 y se encuentra ubicada en 2a. avenida Norte y 2 calle Oriente.

- Música

Art Music: es una producción que anima fiestas con el mejor repertorio de música y los clientes la pueden personalizar de acuerdo con sus gustos

musicales. Ofrecen servicios con audio e iluminación profesional, iluminación arquitectónica, mobiliario lounge, montajes personalizados, pantallas y pistas Led etc.

Los Engañosos: mezclan estilos muy variados tales como reguetón, electrónica, dance, house, cumbia, rock y merengue. Ofrecen dos tipos de servicios, así como el básico que incluye una hora y media de música en vivo y cinco horas de música Dj, escenario y luces para 200 personas, el Deluxe cuenta con dos horas de música en vivo y cinco horas de música DJ, escenario y luces para más de 250 personas.

- **Fotógrafos**

Marie Medina: es una fotógrafa de bodas que le encanta estar en contacto con la naturaleza y busca capturar la esencia de la pareja en cada fotografía para que cada vez que la vean sea especial y les traiga un recuerdo único.

Juanfer Penagos: es un fotógrafo de bodas dedicado a su trabajo, captura la emoción de cada pareja en el momento más importante de su vida, es muy detallista y trata de brindar experiencias únicas a los novios. Las fotografías de bodas tienen un precio de \$1,300.00.

- **Maquillaje**

Adriana Lima: Es maquillista profesional que busca resaltar la belleza de cada novia para que se vea espectacular el día de su boda, ofrece sus servicios en la ciudad de Guatemala y Antigua Guatemala. El costo por el maquillaje blindado más peinado es de Q.1,100.00, si es solo el maquillaje es de es de Q 600.00 y si es maquillaje profesional mas no blindado tiene un costo de Q350.00.

- Alquiler de mobiliario

Unik Decor: es una empresa que está ubicada en la 3era Ave 10-90 Zona 9, Guatemala, alquila todo tipo de mobiliario para bodas y otros eventos como: bases, sillas y bancos, lounge y salas, bares, mesas, baja platos, servilletas y chandeliers.

5.2.2 Amenaza de que existan servicios sustitutos

En la región Guatemala Moderna y Colonial, hay una variedad de servicios que pueden ofrecer funciones similares a las de un wedding planner. Algunos de estos son: los organizadores de eventos, planificadores de fiestas, diseñadores de eventos, coordinadores de bodas y las plataformas online de planificación de bodas. Los precios de estos servicios alternativos varían considerablemente, dependiendo del proveedor, la complejidad de la boda y el alcance de los servicios solicitados por los novios. Es común que los servicios turísticos tengan precios más elevados debido a su oferta de los destinos turísticos para las bodas de destino el cuentan con riqueza cultural, el misticismo religioso, la cosmovisión maya y la riqueza arqueológica lo que hace única cada locación para los novios.

Los precios de los servicios sustitutos pueden ponerle un tope al precio que el sector turístico puede ofrecer. Si los novios tienen la opción de elegir entre un wedding planner de sector turístico y un proveedor alternativo con precios más bajos, es probable que elijan la opción más económica. Esto puede llevar a los wedding planners del sector turístico a ajustar sus precios para mantener su competitividad o a buscar estrategias de diferenciación.

Los servicios alternativos se promocionan de diversas formas en el mercado, como a través de sitios web, redes sociales, anuncios en línea y recomendaciones de boca en boca. Muchos proveedores de estos servicios participan en ferias comerciales y eventos relacionados con bodas.

De esta manera se puede ver que el impacto de estos servicios alternativos en los wedding planners del sector turístico es alto. Aunque representan competencia, también pueden incentivar a las empresas turísticas a innovar y ofrecer servicios más diferenciados y valiosos para mantener su competitividad.

5.2.3 Amenaza de que existan nuevos entrantes

La amenaza de nuevas empresas en el segmento de bodas de destino y lunas de miel es moderada, debido a la competencia significativa en las regiones de Guatemala Moderna y Colonial, en esta región hay un número considerable de empresas de wedding planners. Esta situación aumenta la competencia y dificulta la entrada de nuevos actores en el mercado. Además, los clientes de esta región tienen expectativas elevadas en cuanto a calidad, servicio y personalización, lo que implica un mayor esfuerzo por parte de las nuevas empresas para satisfacer estas demandas. Así mismo pago de impuestos reduce los ingresos netos de las nuevas compañías y esto dificulta cubrir los costos y gastos de las empresas.

Establecer relaciones con proveedores también representa un desafío, ya que las nuevas empresas no tienen un historial establecido con ellos. Por otra parte, reducir los precios resulta complicado debido a los costos operativos, y obtener créditos de instituciones financieras sin historial crediticio es una tarea difícil.

5.2.4 Poder de negociación de los clientes

Los clientes tienen a su disposición una variedad de empresas de wedding planners que están distribuidos en toda la región Guatemala, Moderna y Colonial. Según los datos de la página Guatemalalovers.city en la región Guatemala Moderna y Colonial, se encuentran aproximadamente 12 empresas de wedding planners que ofrecen una variedad de servicios para eventos y bodas.

Estas empresas se ven en la necesidad de establecer nuevas estrategias de marketing y lanzar nuevos servicios para diferenciarse de la competencia ya que en el mercado hay varias empresas con este giro de negocio y los clientes son cada vez más exigentes con sus gustos, ya que ellos buscan que los wedding planners sean

expertos en la organización y planificación de bodas y lunas de miel, que conozcan bien a los proveedores, las locaciones, quieren un servicio personalizado para que el día más importante de su vida sea especial para cada cliente, asimismo buscan que la comunicación entre ambas partes sea clara y efectiva para evitar malos entendidos, ellos se liberan de estrés a la hora de confiar todos los detalles de la boda al wedding planner.

Los clientes pueden negociar los precios de los servicios, pero el precio final dependerá de varios factores como la complejidad de la boda, el número de invitados, la duración de la luna de miel y los servicios específicos que quieran incluir.

Este segmento cuenta con una gran cantidad de clientes ya que, según los datos de los socios de la Gremial de Profesionales en Eventos de Cámara de Comercio de Guatemala, el 70% de las bodas se celebran en la capital, el 17% en Antigua Guatemala y el 13% en las demás regiones turísticas del país. En internet se puede acceder de forma fácil y rápida a la información de estos servicios y el poder de negociación de los clientes es moderado, porque los wedding planners con experiencia y reputación pueden tener más poder de negociación.

5.2.5 Rivalidad entre los competidores actuales

El segmento de bodas de destino y lunas de miel tiene un crecimiento rápido y ha logrado incorporarse en los mercados internacionales en poco tiempo. En la región Guatemala Moderna y Colonial hay aproximadamente 12 empresas que ofrecen servicios de wedding planners como: Banquetes Greicy, Casa La Asunción, Presence, Jardines Tívoli, Casa Blanca, Antigua Hills, Jardines de Puertas Viejas, Zeeba Productions, Portal de Bodas y Eventos, Salón de Recepciones Los Arcos, Centro de Convenciones Ilumina y Doña María Eventos.

El tamaño de las empresas que operan en el sector varía considerablemente, ya que hay pequeñas empresas que organizan bodas íntimas hasta grandes empresas que pueden manejar bodas con cientos de invitados. En esta región hay una

diferenciación notable en los servicios que ofrecen los wedding planners y esta diferenciación se basa en varios factores como: el nivel de experiencia, la especialización, el estilo y el presupuesto.

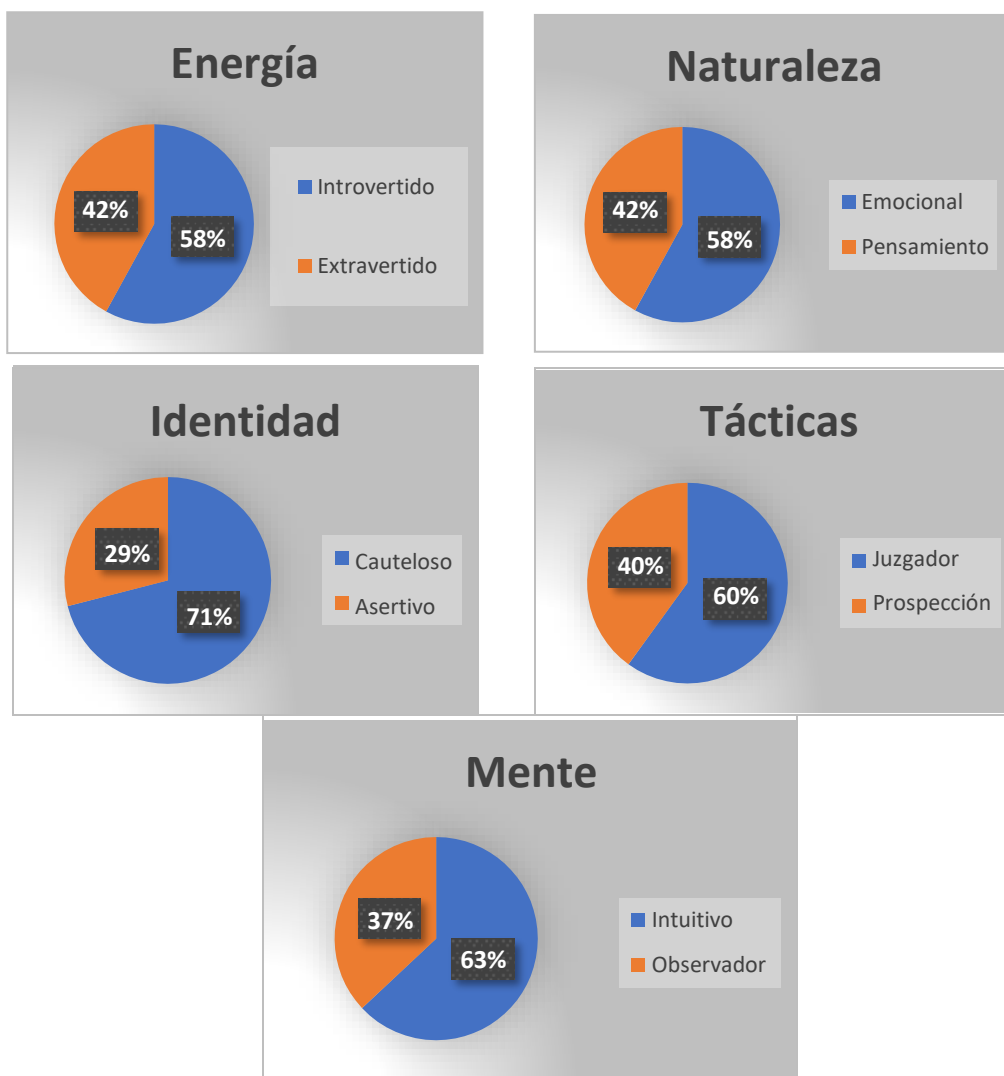
En el país hay una Gremial de Bodas y Lunas de Miel de la Cámara de Turismo de Guatemala que busca impulsar el crecimiento del segmento haciendo que los destinos sean enriquecedores y que valga la pena para los novios y los invitados, así mismo el Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT) realiza anualmente del 2 al 7 de mayo un evento llamado “Guatemala Romántica” en donde juntan planificadores y prestadores de servicios especializados en bodas de destino y lunas de miel.

La permanencia de las empresas en el mercado varía según sus costos fijos, el tamaño y la estructura de la empresa, así como los servicios específicos que ofrece. La demanda de servicios de wedding planners es estacional porque durante febrero, marzo y abril crece la demanda por el clima favorable, de mayo a octubre tienen un descenso por el inicio de lluvias, luego inicia temporada alta en noviembre y diciembre, los servicios de wedding planners más buscados por las parejas son: planificación completa de la boda, planificación parcial de la boda y coordinación del día de la boda. Los servicios complementarios son: fotografía y videografía, catering, decoración, música y transporte.

La fidelización de los clientes en este tipo de servicios suele ser un poco difícil porque las bodas son eventos únicos y las parejas solo necesitan un wedding planner una vez. Con esta información se puede ver que la rivalidad entre competidores es moderada.

5.3 Análisis del entorno interno (características del emprendedor)

Los resultados de la prueba de personalidad indican que poseo el tipo de personalidad Abogado INFJ-T. A continuación, se detallan los porcentajes correspondientes a las características asociadas a este tipo de personalidad.



Fuente: elaborado por gestora del proyecto.

Para las personas con la personalidad "Abogado (INFJ-T)", el éxito no radica en la riqueza o el estatus, sino en la integridad y la contribución positiva a la sociedad.

Estas personas son buenas resolviendo problemas y para planificar el futuro. Asimismo, suelen elegir carreras que les permitan trabajar de manera independiente como: derecho, educación, trabajo social y liderazgo comunitario. Son trabajadores dedicados y comprometidos con su profesión. También se destacan por ser buenos comunicadores y por su capacidad para establecer conexiones profundas con los demás.

En el entorno laboral, suelen manifestar los siguientes hábitos: son organizados y meticulosos, son creativas e innovadoras, son reservados y privados, puntuales, les

gusta trabajar en un entorno silencioso o con música, son muy diplomáticos y conciliadores, son excelentes trabajando en equipo y suelen participar en actividades de formación y desarrollo profesional.

5.3.1 Conocimientos, habilidades y cualidades

Actualmente, se está cursando la Licenciatura en Tecnología y Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras. Esto proporciona una sólida base de conocimientos sobre el mercado turístico a nivel nacional e internacional, para brindar servicios turísticos de manera eficaz y eficiente. Además de los estudios universitarios, se está realizando cursos de nivel medio en Excel e inglés en Instituto Técnico de capacitación (INTECAP).

Se domina el idioma maya Quiché, se cuenta con habilidades en etiqueta, servicio al cliente y habilidades culinarias en diversas cocinas.

Las habilidades blandas que se posee son: comunicación efectiva, el liderazgo, la resolución de problemas, la adaptabilidad a los cambios, la motivación, la capacidad de tomar decisiones rápidas y la colaboración fluida con los demás.

Se considera ser una persona honesta, ya que se valora la sinceridad, se actúa con justicia, fiel a los principios y responsabilidades, asumiendo las consecuencias de las acciones. Se disfruta ayudar a quienes lo necesitan, mostrando empatía y comprensión hacia sus sentimientos.

Según lo descrito con anterioridad a continuación se mencionan las fortalezas y las debilidades. Fortalezas: honestidad, lealtad, responsabilidad, solidaridad, tolerancia, empatía, liderazgo, creatividad, innovación, puntualidad, capacidad de aprendizaje continuo y perseverancia.

Debilidades: perfeccionista, pesimismo, sentimentalismo, idealista, introvertida, desconcentración, dificultad para decir que no, desconfiada y poca capacidad de recibir críticas.

5.4 Análisis y matriz FODA

Análisis FODA

Fortalezas	Debilidades
<ol style="list-style-type: none">1. Creatividad para generar nuevas ideas y solucionar problemas.2. Persistencia para trabajar arduamente y alcanzar objetivos en situaciones difíciles.3. Innovación suficiente para adaptarse a entornos cambiantes.4. Capacidad de aprendizaje continuo para adquirir nuevos conocimientos y habilidades.5. Liderazgo nato en influir positivamente en equipos y proyectos, tomar decisiones efectivas e inspirar a otros.	<ol style="list-style-type: none">1. Sensibilidad a los estímulos externos como los internos, lo que lleva a sentirse fácilmente herida o estresada.2. Perfeccionista, ya que se invierte demasiado tiempo y esfuerzo en tareas que no lo requieren.3. Introversa, lo que genera dificultad para establecer relaciones cercanas con los demás.4. Idealista, el cual genera un sentimiento de desilusión con la realidad, especialmente cuando las expectativas no se cumplen.5. Dificultad para decir que no a las peticiones de los demás.

Oportunidades	Amenazas
<ol style="list-style-type: none"> 1. La región Guatemala Moderna y Colonial es demandada para las celebraciones de bodas de destino y lunas de miel, por lo que el poder de negociación de los clientes es moderado. 2. Crecimiento rápido del segmento de bodas de destino y lunas de miel a nivel nacional e internacional. 3. Las locaciones turísticas para las bodas de destino son escenarios originales e históricos, lo que hace única cada lugar para los novios. 4. La tecnología hace que sea fácil tener acceso a los servicios de wedding planner. 5. Promoción de la actividad empresarial por parte del Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT) y la Feria Internacional de Turismo (FITUR), lo que aumenta la visibilidad de las empresas de wedding planners ante potenciales clientes internacionales. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los servicios sustitutos ofrecen precios más accesibles que los wedding planners del sector turístico. 2. La demanda del servicio de wedding planner es estacional, lo que hace que en temporada baja sea difícil conseguir clientes. 3. La competencia indirecta dificulta la entrada de nuevas empresas de wedding planner debido a la experiencia acumulada por los competidores existentes y las altas expectativas de los clientes. 4. Los impuestos dificultan cubrir los gastos y costos de las empresas nuevas que organizan bodas de destino y lunas de miel. 5. La infraestructura nacional representa uno de los principales obstáculos para llevar a cabo actividades diarias y requiere de mejoras.

Fuente: elaborado por gestora del proyecto.

Matriz FODA

<p style="text-align: center;">Estrategias F - O</p> <ul style="list-style-type: none"> • Usar la innovación para generar nuevas ideas de servicios y capitalizar el rápido crecimiento del segmento. • Mejorar las habilidades técnicas y comunicativas para darle provecho a la innovación tecnológica. • Ser persistente para que la marca de la organización se posicione efectivamente en el mercado de bodas de destino y lunas de miel, logrando que tanto las instituciones públicas como privadas la promocionen en sus eventos. 	<p style="text-align: center;">Estrategias D - O</p> <ul style="list-style-type: none"> • Participar en eventos organizados por entidades públicas y privadas para superar la timidez y mejorar las habilidades de comunicación. • Lograr que la perfección sea un aliado clave para elevar la calidad de los servicios en los destinos turísticos de la región. • Conseguir que el idealismo resalte la belleza de los destinos turísticos por medio de detalles para las parejas y los invitados.
<p style="text-align: center;">Estrategias F - A</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajar de manera persistente en la publicidad y el mercadeo de los servicios de wedding planner en las temporadas bajas para atraer clientes. • Competir con los servicios sustitutos usando la creatividad al agregarle valor a los servicios de wedding planner. • Apoyar proyectos que contribuyan a mejorar la infraestructura del país, aprovechando la capacidad de liderazgo e influencia en trabajos relacionados al entorno turístico. 	<p style="text-align: center;">Estrategias D - A</p> <ul style="list-style-type: none"> • Utilizar a favor el idealismo para hacerle competencia a las empresas existentes en el mercado y cumplir con las expectativas de calidad de los clientes. • Aprovechar la dificultad para decir que no pagando todos los impuestos y evitando problemas legales. • Aplicar la sensibilidad a los estímulos externos para lograr que la comunidad apoye proyectos relacionados con la infraestructura del país, como carreteras y aeropuertos, informándoles de que estas mejoras también les serán beneficiosas.

Fuente: elaborado por gestora del proyecto.

6 OPORTUNIDAD SECTORIAL, PLANTEAMIENTO Y PROPUESTA DE LA IDEA DE NEGOCIO

6.1 Oportunidades identificadas

1. La región Guatemala Moderna y Colonial es demandada para las celebraciones de bodas de destino y lunas de miel, por lo que el poder de negociación de los clientes es moderado.
2. Crecimiento rápido del segmento de bodas de destino y lunas de miel a nivel nacional e internacional.
3. Las locaciones turísticas para las bodas de destino son escenarios originales e históricos, lo que hace única cada lugar para los novios.
4. La tecnología hace que sea fácil tener acceso a los servicios de wedding planner.
5. Promoción de la actividad empresarial por parte del Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT) y la Feria Internacional de Turismo (FITUR), lo que aumenta la visibilidad de las empresas de wedding planners ante potenciales clientes internacionales.

6.2 Fortalezas identificadas

1. Creatividad para generar nuevas ideas y solucionar problemas.
2. Persistencia para trabajar arduamente y alcanzar objetivos en situaciones difíciles.
3. Innovación suficiente para adaptarse a entornos cambiantes.
4. Capacidad de aprendizaje continuo para adquirir nuevos conocimientos y habilidades.
5. Liderazgo nato en influir positivamente en equipos y proyectos, tomar decisiones efectivas e inspirar a otros.

6.3 Oportunidad para maximizar por medio de las fortalezas

La oportunidad de crecimiento rápido del segmento de bodas de destino y lunas de miel a nivel nacional e internacional podría combinarla con la fortaleza de innovación

para generar nuevas ideas de servicios de un wedding planner y aprovechar el desarrollo de este segmento para generar ingresos y al mismo tiempo promocionar los lugares turísticos de la región Guatemala Moderna y Colonial.

Oportunidad para maximizar: crecimiento rápido del segmento de bodas de destino y lunas de miel a nivel nacional e internacional. La fortaleza para utilizar es la innovación suficiente para adaptarse a entornos cambiantes.

6.4 Giro de negocio

El enfoque del negocio será promocionar la historia, cultura y creencias de los lugares turísticos por medio de la planificación y organización de bodas de destino y lunas de miel a parejas nacionales y extranjeras que quieran celebrar su boda y luna de miel en la región Guatemala Moderna y Colonial, brindándoles un servicio de calidad, creando experiencias únicas y memorables, cuidando meticulosamente los detalles para que cada boda sea perfecta.

Se asegurará que todo salga según lo planeado desde la selección de proveedores de alta calidad, hasta la coordinación de cada aspecto logístico de la boda y la luna de miel.

Se podrá realizar asociaciones con los hoteles que cumplan con los estándares de calidad requerido por los clientes, ya que ellos proporcionarán servicios de hospedaje tanto para la luna de miel como para la estadía de los invitados. Asimismo, se hará asociaciones con las empresas de transporte turístico terrestre, los cuales brindarán servicios de traslados desde los hoteles, aeropuertos y locaciones a las parejas y los invitados.

Los servicios se comercializarán de forma online en las principales redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter (X), Tik Tok página web y participación en eventos realizados por las instituciones públicas-privadas como el Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT) y la Gremial de Bodas de la Cámara de Turismo de Guatemala (CAMTUR).

El negocio no estará regulado por el Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT) por lo que no podrá registrarse ante la misma, pero si podrá asistir a los eventos que organice la institución como el evento “Guatemala Romántica”, en donde se promociona y destaca los principales servicios que atienden el segmento de bodas de destino y lunas de miel.

6.5 Modelo de negocio (modelo CANVAS)

<p>Aliados clave Instituciones como: INGUAT y Gremial de bodas de CAMTUR.</p> <p>Asociación con proveedores locales como: hoteles, fotógrafos, restaurantes, agencias de viajes y transporte turístico terrestre.</p> <p>Contar con el apoyo de las municipalidades tanto en Sacatepéquez como en la ciudad de Guatemala.</p>	<p>Actividades clave Brindar un servicio al cliente de manera eficiente y eficaz. Buena relación con los proveedores para conseguir precios accesibles y servicios de calidad. Marketing y promoción online.</p>	<p>Propuesta de valor Brindar servicio de calidad a las parejas para que disfruten la planificación y organización de su boda sin estrés y preocupaciones.</p>	<p>Relación con el cliente Comunicación personalizada y exclusiva con soporte antes, durante y después de la boda.</p>	<p>Segmentos de clientes Parejas nacionales y extranjeras que estén comprometidos y deseen casarse en la región Guatemala Moderna y Colonial.</p> <p>Parejas ya casadas que quieran celebrar su luna de miel o renovar sus votos matrimoniales.</p> <p>Parejas con poder adquisitivo medio-alto y alto.</p> <p>Parejas entre los 25 a 65 años.</p>
<p>Estructura de costos Los costos fijos serán: salarios, costo de alquiler, servicios públicos y de mantenimiento, gastos de publicidad, pago de impuestos como el IVA y el ISR.</p> <p>Los costos variables serán: pago a los servicios de los proveedores, gastos de útiles de oficina, comisiones de ventas, viáticos de los colaboradores que tendrán que viajar a las locaciones.</p>		<p>Fuente de ingresos Ventas de servicios de planificación y organización de bodas de destino y lunas de miel. El precio del servicio dependerá si es servicio completo o solo el día de la boda. Los métodos de pagos pueden ser en efectivo, transferencias bancarias o con tarjeta de débito. Se necesitará que los clientes reserven el servicio con anterioridad, como mínimo un mes.</p>		

Fuente: elaborado por gestora del proyecto.

6.6 Nombre de la empresa

Bodas Ixchel

Ixchel: está inspirado en la diosa maya de la luna, el amor y la fertilidad, perfecto para una empresa de wedding planner. Al elegir este nombre, también se promueve la cultura maya, una de las etnias más importantes en la historia de Guatemala.

Bodas: refleja el tipo de servicio que se brindará, el cual es la organización de bodas de destino y lunas de miel.

6.7 Ventaja competitiva

La ventaja competitiva se basará en la diferenciación, ofreciendo a las parejas una experiencia auténtica y culturalmente enriquecedora a través de la integración de decoraciones artesanales y gastronomía típica. Esto permitirá a los clientes vivir una boda y luna de miel inolvidable que se identifique con la historia y belleza de Guatemala, destacándose en el mercado por su autenticidad y conexión cultural. Al mismo tiempo, se brindará un servicio de planificación y organización sin estrés.

6.8 Misión

Brindar un servicio de calidad en la planificación y organización de bodas de destino y lunas de miel a parejas nacionales y extranjeras que les fascine estar en contacto con la cultura y la historia de la región Guatemala, Moderna y Colonial.

6.9 Visión

Ser el referente de excelencia en la planificación de bodas de destino y lunas de miel en la región Guatemala Moderna y Colonial, creando experiencias únicas y memorables que reflejen la riqueza cultural y natural de la región, siendo reconocidos por la pasión que se le brinda a cada boda, la creatividad y el compromiso con la satisfacción de los clientes.

6.10 Objetivos

- 1) Alcanzar una tasa de satisfacción del cliente del 95% en el primer año de funcionamiento por medio de encuestas post-boda y reseñas en línea evaluando el porcentaje de parejas que califiquen las experiencias con Bodas Ixchel como excelente, buena o mala.
- 2) Aumentar un 10% las ventas de bodas de destino y lunas de miel en el segundo año de funcionamiento por medio de las estrategias de marketing y publicidad.
- 3) Mejorar la presencia en el mercado alcanzando un 20% de participación en el segmento de bodas de destino y lunas de miel en la región Guatemala Moderna y Colonial en un período de 5 años desde la creación de Bodas Ixchel.

6.11 Principios

- 1) Compromiso con la calidad: se buscará la excelencia en cada aspecto de la planificación de la boda y la luna de miel, buscando proveedores que brinden confianza y servicios de calidad.
- 2) Profesionalismo: formar empleados profesionales altamente capacitados y con amplia experiencia en el segmento de bodas de destino y lunas de miel.
- 3) Pasión por el turismo sostenible: se promocionará el turismo sostenible en la región Guatemala Moderna y Colonial, trabajando con proveedores locales e implementando practicas ecológicas en la organización de las bodas de destino y lunas de miel.
- 4) Atención personalizada: se tomará el tiempo para escuchar las necesidades, deseos y sueños de cada pareja, trabajando con ellos en estrecha colaboración para hacerlos realidad.

6.12 Valores

- 1) Creatividad: inspirarse en la riqueza cultural y natural de la región Guatemala Moderna y Colonial creando experiencias de bodas únicas e inolvidables.
- 2) Honestidad: construir relaciones de confianza con los clientes y proveedores basándose en la comunicación abierta y honesta.
- 3) Amabilidad: tratar a los clientes con calidez y empatía, escuchando atentamente sus deseos.
- 4) Puntualidad: entender la importancia del tiempo de los clientes y proveedores evitando retrasos, cumpliendo con los plazos establecidos y manteniendo una comunicación fluida para garantizar la puntualidad en todas las etapas de las bodas de destino y lunas de miel.
- 5) Solidaridad: apoyar a las comunidades locales adquiriendo productos y servicios que sean necesarios para el funcionamiento de la empresa. Asimismo, contribuir con la preservación del patrimonio cultural y natural de los destinos en donde se realizarán las bodas de destino y las lunas de miel.
- 6) Trabajo en equipo: se fomentará un ambiente laboral positivo entre los colaboradores para que aprendan a trabajar en equipo y se ayuden a cumplir con las tareas diarias.

6.13 Valores

- 1) Creatividad: inspirarse en la riqueza cultural y natural de la región Guatemala Moderna y Colonial creando experiencias de bodas únicas e inolvidables.
- 2) Honestidad: construir relaciones de confianza con los clientes y proveedores basándose en la comunicación abierta y honesta.
- 3) Amabilidad: tratar a los clientes con calidez y empatía, escuchando atentamente sus deseos.
- 4) Puntualidad: entender la importancia del tiempo de los clientes y proveedores evitando retrasos, cumpliendo con los plazos establecidos y manteniendo una comunicación fluida para garantizar la puntualidad en todas las etapas de las bodas de destino y lunas de miel.

- 5) Solidaridad: apoyar a las comunidades locales adquiriendo productos y servicios que sean necesarios para el funcionamiento de la empresa. Asimismo, contribuir con la preservación del patrimonio cultural y natural de los destinos en donde se realizarán las bodas de destino y las lunas de miel.
- 6) Trabajo en equipo: se fomentará un ambiente laboral positivo entre los colaboradores para que aprendan a trabajar en equipo y se ayuden a cumplir con las tareas diarias.

6.14 Logo y símbolo



Fuente: elaborado por gestora del proyecto.

Para representar la marca en el mercado de bodas de destino y lunas de miel se eligió un isologo, ya que el texto y el icono se encuentran fundidos en un solo elemento, lo que significa que solo funcionarán juntos. A continuación, se describe el significado del isologo.

- Los anillos representan la unión de las parejas.
- El contorno dorado, está inspirado en la geometría, refleja la belleza y simetría, honrando los conocimientos, habilidades y los colores más usados por la cultura Maya.
- Los colores elegidos representan lo siguiente:
Negro: significa poder, sofisticación, valor y prestigio.

Blanco: transmite sencillez, nobleza y limpieza en las diferentes actividades que se realicen.

Dorado: representa atributos como la riqueza, el éxito, la confianza, el lujo, la pasión, los logros y el poder.

6.15 Lema o slogan

El slogan será “La unión, un viaje a través del tiempo”, refuerza la idea de que cada boda planificada por Bodas Ixchel se convierte en una experiencia única e inolvidable. Está diseñado para despertar una conexión emocional profunda en las parejas, ya que celebrarán sus bodas y lunas de miel en una región con una rica historia, que va desde la época colonial hasta la moderna.

Al escuchar este eslogan, las parejas pueden imaginarse a sí mismas no solo celebrando la boda y la luna de miel, sino también embarcándose en un viaje lleno de historias a lo largo de su nueva vida junto.

7 ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO

7.1 Objetivo general

- Conocer si las posibilidades del mercado se prestan para la apertura de una empresa que ofrecerá servicios de planificación y organización de bodas de destino y lunas de miel en la región Guatemala Moderna y Colonial.

7.2 Objetivos específicos

1. Evaluar a las empresas que ya ofrecen servicios de planificación de bodas de destino y lunas de miel en la región Guatemala Moderna y Colonial, adquiriendo conocimiento sobre los tipos de servicios que ofrecen para mantenerse actualizados con las tendencias del mercado.

2. Analizar la demanda de los servicios de planificación y organización de bodas de destino y lunas de miel por medio de una encuesta dirigida a una muestra de 60 a 75 clientes potenciales, con preguntas sobre las preferencias de estilos de bodas, locaciones, actividades deseadas y los presupuestos estimados tanto para la boda como para la luna de miel.

7.3 Análisis de la oferta (tamaño del mercado global)

1. Banquetes Greicy: está ubicada en la colonia el Corozal, No. 21 Santa Ana, Antigua Guatemala, brinda sus servicios en los alrededores de Antigua y en la ciudad de Guatemala, la empresa organiza una gran variedad de eventos, desde bodas, eventos sociales, reuniones corporativas y conferencias, lo que les permite ofrecer a sus clientes un servicio personalizado y de alta calidad que se adapta a sus necesidades específicas. Banquetes Greicy ofrece los siguientes servicios: catering, alquiler de mobiliario, decoración, planificación de eventos y ofrece personal de servicio profesional y experimentado para atender a los invitados en los eventos.

Los precios varían dependiendo del tipo de evento, el número de invitados y los servicios solicitados, también ofrece paquetes de eventos con todo incluido que facilitan la planificación y el presupuesto del evento. Vende sus servicios por medio de su sitio web, redes sociales, correo electrónico, por teléfono y mediante referencias. La empresa fortalece la imagen de su marca al estar comprometida con la sostenibilidad y utiliza prácticas ecológicas en sus eventos, asimismo está comprometida con la comunidad local al comprar sus productos y servicios a proveedores de la localidad.

2. Presence S.A: la empresa fue fundada en el año 2,000, por lo que tiene 24 años de experiencia en la industria de bodas y eventos en Guatemala. Está ubicada en 17 calle 7-30, Aurora 1 zona 13 de la ciudad de Guatemala, cuenta con un equipo de profesionales altamente capacitado y experimentado

como planeadores, diseñadores, coordinadores y proveedores que trabajan en conjunto para crear eventos únicos e inolvidables para sus clientes. La empresa organiza varios eventos como: quince años, cumpleaños, bodas, graduaciones y aniversarios. Ofrece una amplia gama de servicios para eventos y bodas como: planificación y organización de eventos, diseño y decoración, coordinación de proveedores y logística, servicio de catering y banquetes, entretenimiento, fotografía y videografía y ayudan a planificar la luna de miel.

Los precios de los servicios varían dependiendo del tipo de evento, la cantidad de invitados y los servicios solicitados. La empresa ofrece consultas gratuitas para discutir sus necesidades y presupuesto. Presence S.A vende sus servicios a través de una variedad de canales como: sitio web de la empresa, redes sociales, ferias y eventos y recomendaciones por parte de clientes satisfechos.

3. Eventos Adriana: es una empresa de planificación de bodas de destino y eventos sociales como quince años y eventos corporativos con sede en la Ciudad de Guatemala, fue fundada el 03 de noviembre del 2009, por lo que cuenta con 15 años de experiencia en la industria, brindando servicios de alta calidad a clientes que buscan eventos memorables y personalizadas. Los servicios que ofrece son: alquiler de mobiliario, planificación y coordinación de eventos, diseño y decoración, selección de proveedores, logística y gestión de eventos, servicio de catering y contrata artistas, músicos y animadores para entretener a los invitados y crear un ambiente festivo.

Los precios de los servicios de Eventos Adriana varían según el tipo de evento, la cantidad de invitados y la complejidad de los servicios requeridos. Vende sus servicios por varios canales como: sitio web de la empresa, redes sociales, recomendaciones por clientes y participación en eventos.

4. Doña María Eventos: es una empresa que cuenta con 15 años de experiencia y brindan servicios de planificación de bodas y eventos, se encargan de organizar y coordinar cada detalle para asegurar que cada celebración sea única y memorable. Ofrecen jardines y áreas de eventos, cristalería y mobiliario, servicio de catering, decoración, discoteca, tarimas, alquiler de salón, fotografía, y pistas de baile. Está ubicada en calle de Belén numero 26 Antigua Guatemala. La empresa vende sus servicios a través de su sitio web, redes sociales, participación en ferias y eventos de bodas y recomendaciones de boca en boca.

5. Portal de Bodas y eventos: es una empresa apasionada en hacer realidad los sueños de las parejas. Tiene más de 15 años de experiencia lo cual los hace expertos en la personalización de cada boda. Brindan una amplia gama de servicios para bodas y eventos, que incluyen: planificación y organización de eventos, diseño y decoración, coordinación del día de la boda, ayudan a las parejas a encontrar y contratar a los mejores proveedores para su boda, incluyendo fotógrafos, videógrafos, floristas, catering y planifican lunas de miel.

La empresa vende sus servicios por medio de su sitio web, por teléfono, en las redes sociales y en persona. Están ubicados en la 13 calle, 5ta avenida zona 9 ciudad Guatemala.

Nombre del competidor	Directo / Indirecto	Ubicación	Tiempo en el mercado	Principal fortaleza	Productos / Servicios	Precios	¿Cómo vende?
Banquetes Greicy	Indirecto	Colonia el Corozal, No. 21 Antigua Guatemala.	30 años	Amplia experiencia en la organización de eventos como bodas, cumpleaños y eventos corporativos.	Catering, planificación de eventos, alquiler de mobiliario, servicio de meseros y decoración.	Los precios varían en función del tipo de evento y cantidad de invitados. El servicio de coordinador de recepción para el día de la boda es de Q1,500.00.	En el sitio web de la empresa, por correo electrónico , por teléfono y redes sociales.
Presence S. A	Indirecto	17 calle 7-30, Aurora 1 zona 13 de la ciudad de Guatemala	24 años	Equipo de profesionales altamente capacitados y experimentados como	Planificación y coordinación de bodas, diseño, catering, entretenimiento, fotografía,	Los precios varían en función del tipo de evento, la cantidad de invitados y los	En el sitio web de la empresa, redes sociales, ferias,

				diseñadores y coordinadores de eventos.	videografía y planificación de luna de miel.	servicios solicitados.	eventos, teléfono, correo electrónico y recomendaciones de clientes.
Eventos Adriana	Directo	Ciudad de Guatemala.	15 años	Experiencia y profesionalismo, creatividad e innovación, atención al detalle y servicio personalizado.	Planificación y organización de bodas, diseño, logística, entretenimiento, catering, alquiler de mobiliario y servicio de meseros.	Servicio completo Q22,000.00, esto depende del lugar de la boda. Coordinación del día de la boda va desde Q5,000.00 a Q15,000.00 esto depende del lugar y los invitados.	Sitio web de la empresa, redes sociales, recomendaciones por clientes y participación en eventos.

Doña María Eventos	Indirecto	Calle de Belén numero 26 Antigua Guatemala.	15 años	Experiencia y profesionalismo, variedad de servicios y buena ubicación.	Jardines y áreas de eventos, mobiliario, catering, decoración, discoteca, alquiler de salón, fotografía, y pistas de baile.	La coordinación del día de la boda es de Q7,500.00. puede variar según el número de invitados y locación. Servicio completo va desde Q15,000.00 en adelante y también estos sujetos a cambios.	Sitio web, redes sociales, participación en ferias y eventos de bodas y recomendaciones de boca en boca.
Portal de Bodas y Eventos.	Indirecto	13 calle, 5ta avenida zona 9 ciudad Guatemala.	15 años.	Experiencia, profesionalismo, atención personalizada, amplia gama de	Planificación, organización, diseño, decoración, coordinación el	Coordinación del día de la boda, desde Q10,000.00 a Q15,000.00.	Sitio web, por teléfono, en las redes

				servicios y precios competitivos.	día de la boda, servicios de proveedores y lunas de miel.	Paquete medio desde Q16,000.00 a Q30,000.00. El paquete completo desde Q30,000.00 en adelante, esto depende del número de invitados y lugar.	sociales y en persona.
--	--	--	--	-----------------------------------	---	--	------------------------

Fuente: elaborado por gestora del proyecto.

7.4 Análisis de la demanda (tamaño de mi mercado)

Mercado total

Delimitación geográfica: estará enfocado en parejas nacionales y extranjeras que deseen casarse, realizar su luna de miel o renovar sus votos matrimoniales en la región Guatemala Moderna y Colonial. Esta región ofrece lugares con arquitectura moderna y coloniales en las iglesias y retablos de la época colonial, también se pueden hacer visitas en mercados, talleres artesanales, monumentos, volcanes, restaurantes, museos y fincas de café, lo que hace que sea perfecto para las bodas de destino y lunas de miel. A continuación, se presentan los lugares para la celebración de bodas y lunas de miel.

No.	Ruinas	Hoteles	Jardines
1	Ruinas de Santa Clara	Pensativo House Hotel	Finca Filadelfia
2	Ruinas de las Capuchinas	Porta Hotel	Conceptió
3	Ruinas de Santo José el Viejo	Hotel Casa Santo domingo	Las Farolas
4	Ruinas de la Recolección	Santo Domingo del Cerro	Jardín Real de Santiago
5	Ruinas de la Merced	Panza Verde	Casa Castilla
6	Ezenario Histórico	Eerth Lodge	Eventos San Bernardo
7	Ruinas de Santa Teresita	Gran Tikal futura	Finca la Ruca
8	Patrono Santo Domingo	Hotel Barceló	Jardines la Meseta
9	Convento de San Jerónimo	Camino Real	Hacienda Santa Elisa
10		Real Intercontinental	Casa del Té
11		Vista Real	Hacienda Nueva

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Delimitación demográfica: se atiende a parejas con una edad mínima de 25 años, ya que en la descripción de los grupos objetivos del Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT) las edades de las parejas comprometidas están entre los 30 a 45 años porque ellos ya cuentan con un poder adquisitivo medio-alto y alto, lo que significa que ya pueden costear una boda de destino y luna de miel. La ocupación no tendrá

una categoría ya que se aceptan a todas las parejas que quieran celebrar su boda o luna de miel en cualquier parte de Guatemala Moderna y Colonial.

Segmentación psicográfica: parejas que quieren llevar a cabo la boda y luna de miel en un lugar inolvidable, atractivo, original para los invitados y novios. Parejas interesadas en la cultura, las creencias, la gastronomía, la artesanía, la historia y los lugares turísticos de la región Guatemala Moderna y Colonial.

7.4.1 Recolección de datos

Fuentes secundarios

Para determinar si en la región Guatemala Moderna y Colonial ya existe empresas que brindan servicios de planificación y organización de bodas de destino y lunas de miel, se llevó a cabo una investigación en redes sociales y páginas web, en la cual se observó que la mayoría de las empresas ofrecen otros servicios relacionados con eventos sociales, como celebraciones de 15 años, aniversarios, cumpleaños, conferencias, reuniones corporativas y graduaciones. Lo que indica que la organización de bodas de destino y lunas de miel es un servicio complementario dentro de su oferta, por lo que no serían competencia directa de una empresa de wedding planner que brinde servicios de bodas de destino y lunas de miel.

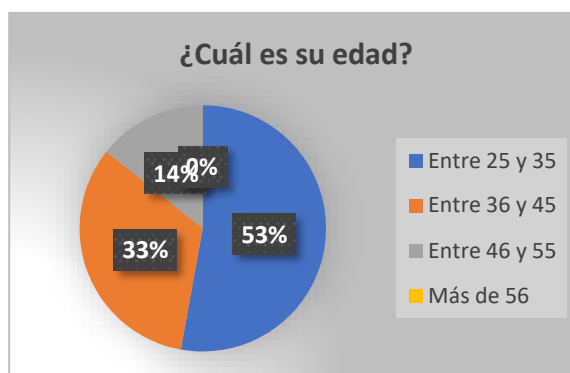
Fuentes primarias

Para evaluar la aceptación del servicio que brindará Bodas Ixchel, se analizó el comportamiento de las personas interesadas en celebrar su boda, luna de miel y renovación de votos en la región Guatemala, Moderna y Colonial. Esto se llevó a cabo por medio de una encuesta en línea con preguntas claves utilizando Microsoft Forms, fue distribuido por WhatsApp y correo electrónico a cada integrante de la muestra. La encuesta fue diseñada para obtener información relevante sobre los intereses y preferencias de los clientes, el cual será fundamental para determinar los tipos de servicios que Bodas Ixchel podrá ofrecer. La muestra fue de 60 a 75 individuos pertenecientes al mercado objetivo.

7.4.2 Análisis de datos

Pregunta número 1.

¿Cuál es su edad?		
Entre 25 y 35	37	53%
Entre 36 y 45	23	33%
Entre 46 y 55	10	14%
Más de 56	0	0%
Total	70	100%



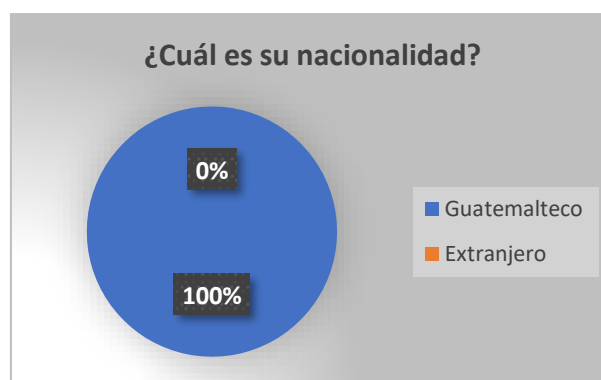
Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Interpretación: del cien por ciento de los 70 encuestados el 53% respondió que tiene la edad entre 25 y 35 años, el 33% está en el rango de 36 y 45 años, y el 14% tiene entre 46 y 55 años.

Análisis: la mayoría son personas jóvenes que podrían estar considerando celebrar su boda, luna de miel o renovar sus votos en la región de Guatemala Moderna y Colonial.

Pregunta número 2

¿Cuál es su nacionalidad?		
Guatemalteco	70	100%
Extranjero	0	0%
Total	70	100%



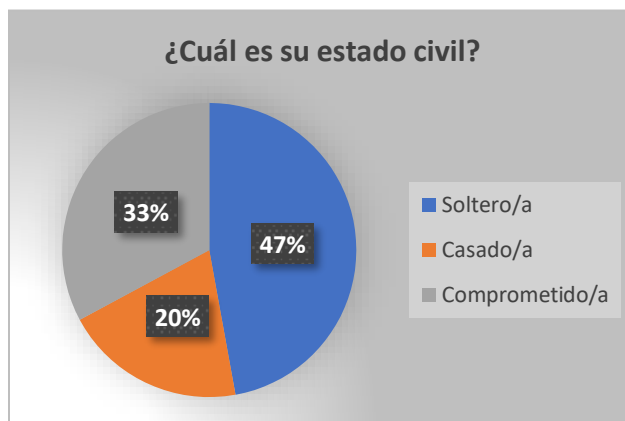
Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Interpretación: del cien por ciento de los 70 encuestados, el 100% respondió que es de nacionalidad guatemalteca.

Análisis: el resultado se debe a que la encuesta se le realizó solo al público de Guatemala, ya que no se tiene contacto con público extranjero.

Pregunta número 3

¿Cuál es su estado civil?		
Soltero/a	33	47%
Casado/a	14	20%
Comprometido/a	23	33%
Total	70	100%



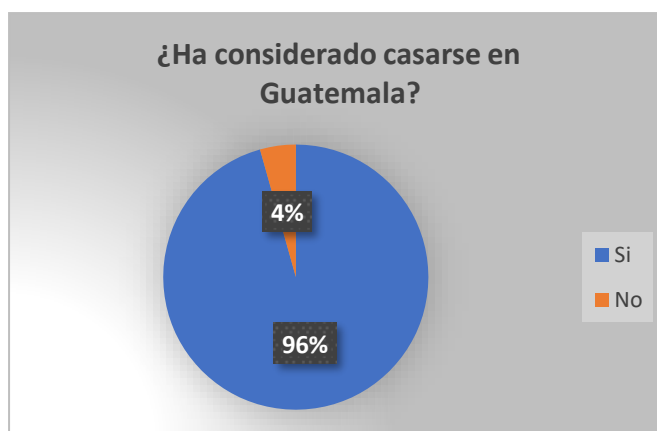
Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Interpretación: del total de los 70 encuestados, el 47% son personas solteras, el 33% están comprometidas y el 20% están casadas.

Análisis: los datos indican que las personas solteras tienen la posibilidad de comprometerse en el futuro, los comprometidos pueden considerar celebrar su boda y luna de miel, y los casados podrían optar por renovar sus votos matrimoniales. Todos estos grupos pueden ser clientes potenciales para Bodas Ixchel.

Pregunta número 4

¿Ha considerado casarse en Guatemala?		
Si	66	96%
No	3	4%
Total	69	100%



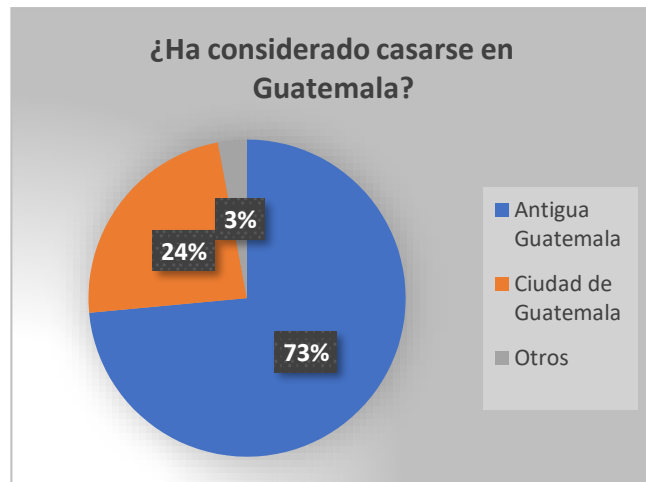
Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Interpretación: de los 70 encuestados, 69 respondieron lo siguiente; el 96% de la muestra encuestada expresó su interés en casarse en Guatemala, mientras que el 4% restante indicó no haber considerado esta opción.

Análisis: los resultados sugieren que existe un fuerte potencial para el servicio de bodas de destino y lunas de miel en el país, dado que la mayoría de las personas encuestadas están interesadas en contraer matrimonio en Guatemala.

Pregunta número 5

¿Ha considerado casarse en Guatemala?		
Antigua Guatemala	50	74%
Ciudad de Guatemala	16	24%
Otros	2	3%
Total	68	100%



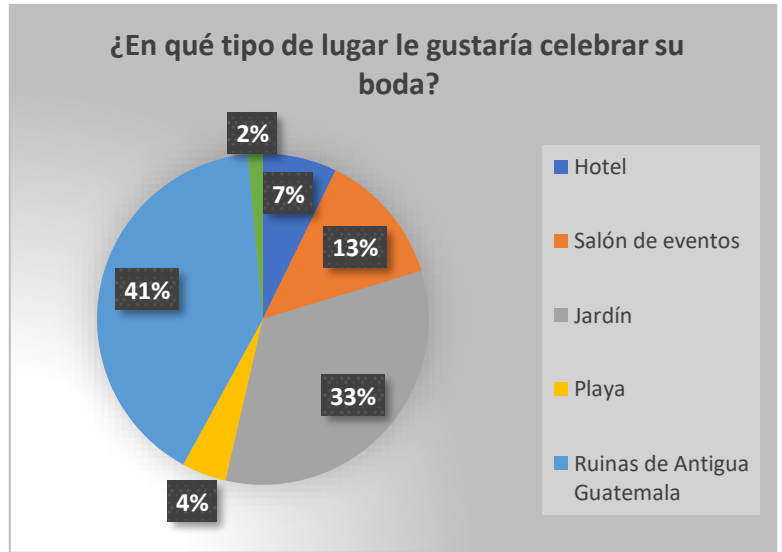
Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Interpretación: de los 70 encuestados, 68 respondieron lo siguiente; el 73% expresó su preferencia por casarse en Antigua Guatemala, mientras que el 24% optó por la ciudad de Guatemala y solo el 3% manifestó interés en San Lucas y Panajachel.

Análisis: los resultados indican un claro deseo por parte de la mayoría de los encuestados de celebrar su boda en la región de Guatemala Moderna y Colonial, lo que resalta una oportunidad de brindar servicio de wedding planner en esta área.

Pregunta número 6

¿En qué tipo de lugar le gustaría celebrar su boda?		
Hotel	5	7%
Salón de eventos	9	13%
Jardín	23	33%
Playa	3	4%
Ruinas de Antigua Guatemala	28	41%
Otros	1	1%
Total	69	100%



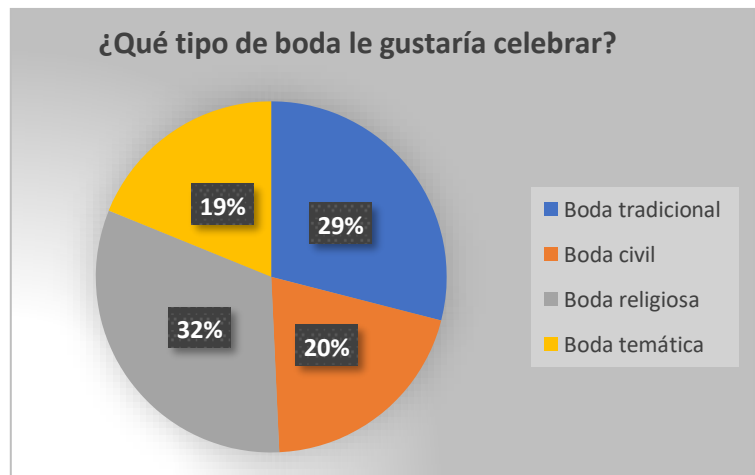
Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Interpretación: de los 70 encuestados, 69 respondieron lo siguiente; el 41% respondió que quieren celebrar su boda en las Ruinas de Antigua Guatemala, 33% en jardines, 13% en salones, 7% en un hotel, 4% en la playa y 2% mencionó la iglesia en San Lucas para la ceremonia y la fiesta en Antigua.

Análisis: los resultados indican que la mayoría se quieren casar en lugares únicos e inolvidables como los que se pueden encontrar en la Región Guatemala Moderna y Colonial.

Pregunta número 7

¿Qué tipo de boda le gustaría celebrar?		
Boda tradicional	20	29%
Boda civil	14	20%
Boda religiosa	22	32%
Boda temática	13	19%
Total	69	100%



Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Interpretación: de los 70 encuestados, 69 respondieron lo siguiente; el 32% prefiere celebrar una boda religiosa, mientras que el 29% opta por una ceremonia tradicional. Asimismo, el 20% elige una ceremonia civil y el 19% muestra interés en bodas temáticas.

Análisis: los datos revelan una diversidad de preferencias dentro del público objetivo. Por lo que es importante considerar la inclusión de estos tipos de bodas en los servicios que se ofrecerán.

Pregunta número 8

¿Cuántos invitados planea invitar a su boda?		
Entre 25 y 50	26	38%
Entre 51 y 100	32	47%
Más de 100	10	15%
Total	68	100%



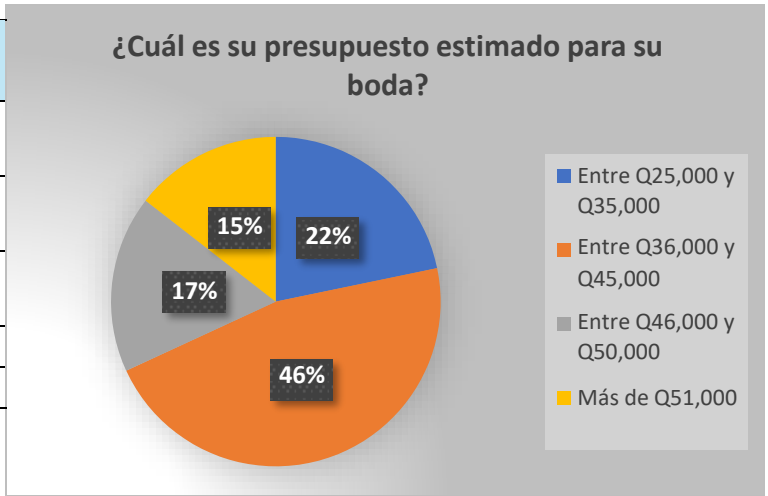
Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Interpretación: de los 70 encuestados, 68 respondieron lo siguiente; el 47% respondió que planea tener entre 51 y 100 invitados en su boda, mientras que el 38% expresó su deseo de contar con entre 25 y 50 invitados. Por otro lado, el 15% optó por tener más de 100 invitados.

Análisis: los resultados sugieren la conveniencia de ofrecer paquetes diseñados específicamente para eventos con 50 a 100 invitados. De esta manera, al solicitar una cotización, el cliente obtendrá de inmediato el precio total del servicio para la cantidad de invitados que planea tener.

Pregunta número 9

¿Cuál es su presupuesto estimado para su boda?		
Entre Q25,000 y Q35,000	15	22%
Entre Q36,000 y Q45,000	32	46%
Entre Q46,000 y Q50,000	12	17%
Más de Q51,000	10	14%
Total	69	100%



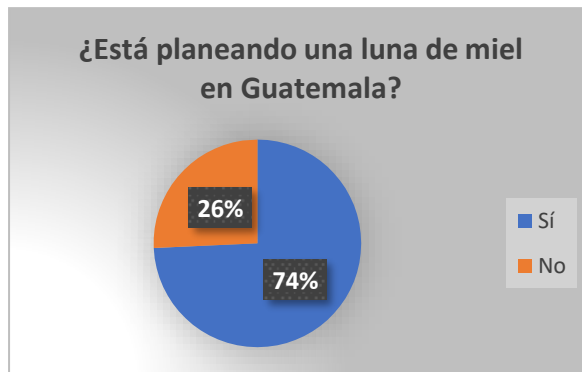
Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Interpretación: de los 70 encuestados, 69 respondieron lo siguiente el 46% estimó un presupuesto para la boda entre Q. 36,000 y Q. 45,000. Mientras tanto, el 22% expresó un rango de Q. 25,000 a Q. 35,000, y el 17% optó por un presupuesto entre Q. 46,000 y Q. 50,000. Por otro lado, el 15% tiene un presupuesto superior a Q. 51,000.

Análisis: los resultados son alentadores, ya que indican que los clientes potenciales disponen de un presupuesto adecuado para pagar los servicios de un wedding planner y realizar una ceremonia de ensueño.

Pregunta número 10

¿Está planeando una luna de miel en Guatemala?		
Sí	52	74%
No	18	26%
Total	70	100%



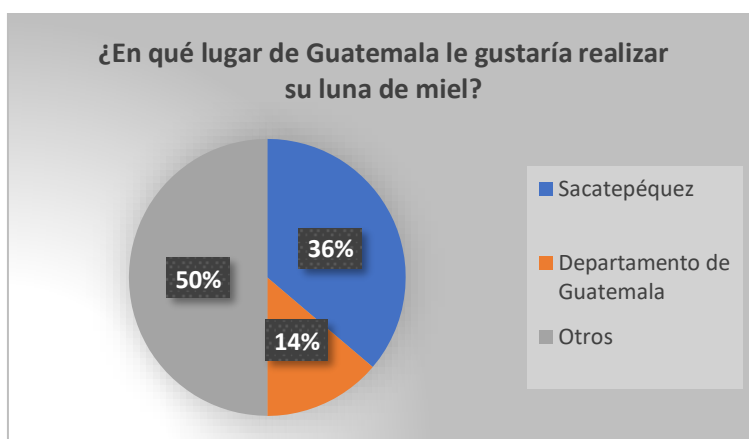
Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Interpretación: el total de los 70 encuestados, el 74% respondió que sí quieren realizar su luna de miel en Guatemala, mientras que el 26% indicó que prefieren otro destino.

Análisis: los resultados son alentadores, ya que más de la mitad de los encuestados están interesados en explorar los destinos del país, lo que representa una excelente oportunidad para ofrecer servicios de organización de lunas de miel en la región Guatemala Moderna y Colonial.

Pregunta número 11

¿En qué lugar de Guatemala le gustaría realizar su luna de miel?		
Sacatepéquez	21	36%
Departamento de Guatemala	8	14%
Otros	29	50%
Total	58	100%



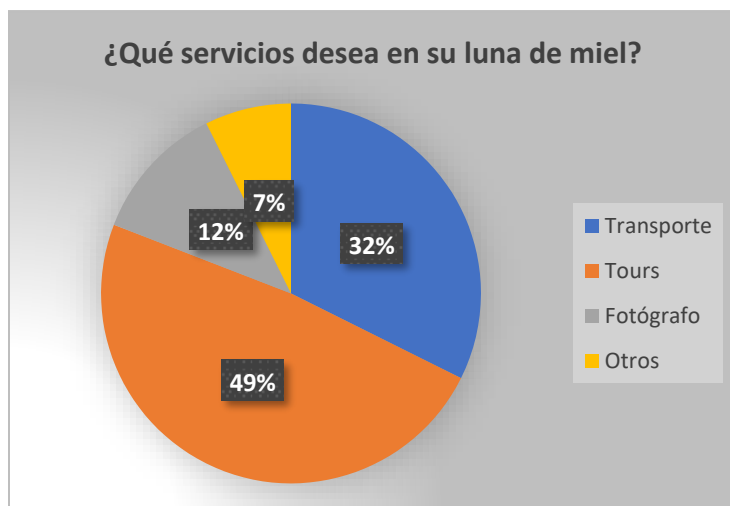
Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Interpretación: de los 70 encuestados, 58 respondió lo siguiente; el 36% expresó su interés en realizar su luna de miel en el departamento de Sacatepéquez, el 14% en el departamento de Guatemala, y el 50% manifestó su preferencia por lugares como Sololá, Petén, Alta Verapaz, Huehuetenango y Livingston, mientras que algunos también expresaron su deseo de tener su luna de miel fuera del país.

Análisis: para tener en cuenta las sugerencias de los potenciales clientes, será importante considerar la inclusión de más destinos en las ofertas de luna de miel, no limitándose solo a Guatemala Moderna y Colonial. De esta manera, se podrán satisfacer las necesidades de los clientes y promover otras regiones turísticas del país.

Pregunta número 12

¿Qué servicios desea en su luna de miel?		
Transporte	22	32%
Tours	33	49%
Fotógrafo	8	12%
Otros	5	7%
Total	68	100%



Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Interpretación: de los 70 encuestados, 68 contestó lo siguiente; el 49% expresó interés en realizar tours durante su luna de miel, el 32% prefirió servicios de transporte, el 7% manifestó interés en servicios fotográficos, y otro 7% optó por tener un guía turístico.

Análisis: los datos indican que es viable ofrecer paquetes completos de luna de miel que incluyan los servicios más solicitados por los clientes.

Pregunta número 13

¿Qué tipo de actividades le gustaría realizar durante su luna de miel?		
Visitar sitios históricos y culturales	23	34%
Explorar la naturaleza	33	49%
Disfrutar la gastronomía	11	16%
Otros	1	1%
Total	68	100%



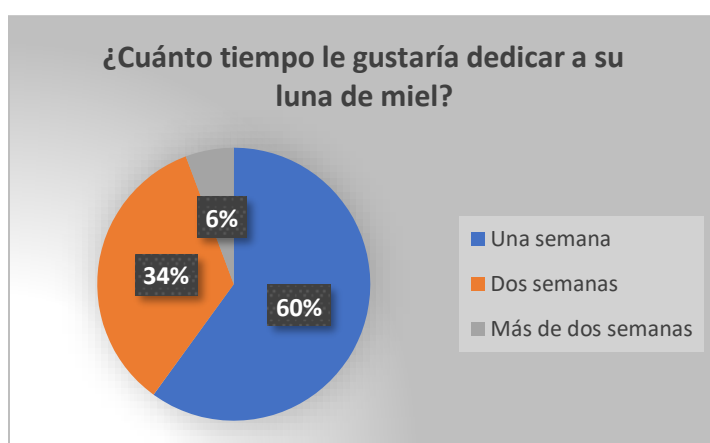
Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Interpretación: de los 70 encuestados, 68 contestó lo siguiente; el 49% respondió que le gustaría explorar la naturaleza, el 34% dijo que quisiera visitar sitios históricos y culturales, el 16% manifestó interés en disfrutar la gastronomía local, y el 1% indicó que desearía participar en todas las actividades mencionadas.

Análisis: los resultados sugieren la conveniencia de crear paquetes de luna de miel que incluyan la mayoría de las actividades seleccionadas por los clientes potenciales.

Pregunta número 14

¿Cuánto tiempo le gustaría dedicar a su luna de miel?		
Una semana	42	60%
Dos semanas	24	34%
Más de dos semanas	4	6%
Total	70	100%



Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Interpretación: del total de los 70 encuestados, el 60% expresó su preferencia por una semana de luna de miel, mientras que el 34% optó por dos semanas y el 6% seleccionó períodos de más de dos semanas.

Análisis: la mayoría de las parejas quieren una luna de miel larga, por lo que es beneficioso ofrecer paquetes de luna de miel de una o dos semanas para satisfacer las necesidades de los clientes.

Pregunta número 15

¿Cuál es su presupuesto estimado para su luna de miel?		
Menos de Q15,000	13	19%
Entre Q16,000 y Q23,000	34	49%
Más de Q23,000	23	33%
Total	70	100%



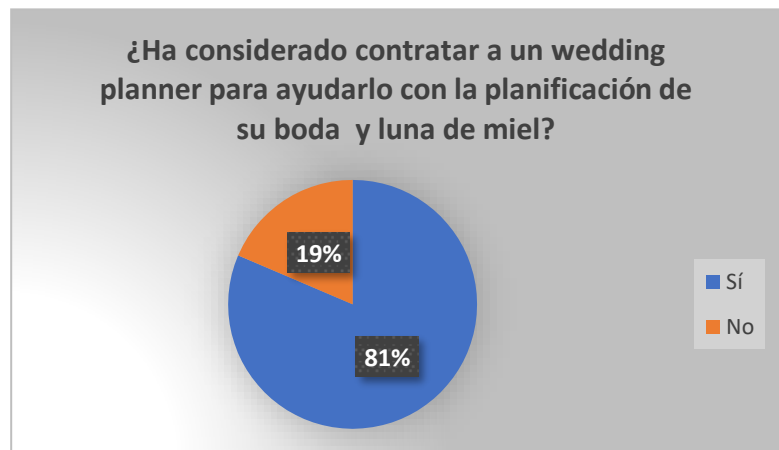
Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Interpretación: del total de los 70 encuestados, el 48% tiene un presupuesto entre Q. 16,000 y Q. 23,000; el 33% dispone de más de Q. 23,000, y el 19% tiene un presupuesto inferior a Q. 15,000.

Análisis: la distribución es positiva, ya que la mayoría de los potenciales clientes cuentan con un presupuesto adecuado para la luna de miel, lo que permitirá ofrecerles paquetes atractivos para que disfruten del país.

Pregunta número 16

¿Ha considerado contratar a un wedding planner para ayudarlo con la planificación de su boda y luna de miel?		
Sí	57	81%
No	13	19%
Total	70	100%



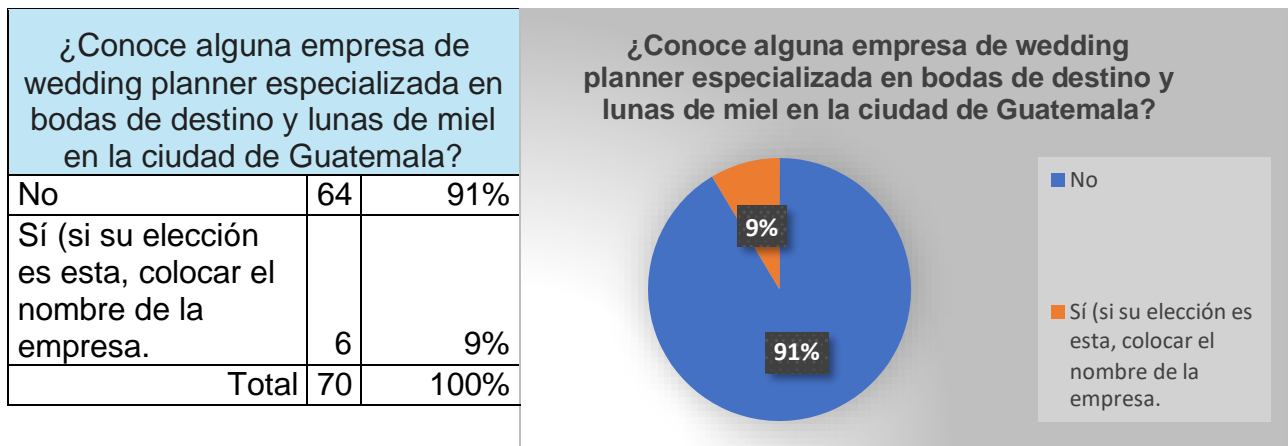
Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Interpretación: del total de los 70 encuestados, el 81% respondió que sí está dispuesto a contratar a una wedding planner para que les ayude en la planificación

de la boda y la luna de miel, mientras que el 19% indicó que no contrataría a una wedding planner.

Análisis: el resultado es positivo, ya que la mayoría muestra interés en el servicio que ofrece un organizador de bodas y lunas de miel. Además, aquellos que no están interesados pueden ser atraídos por una buena publicidad del servicio.

Pregunta número 17



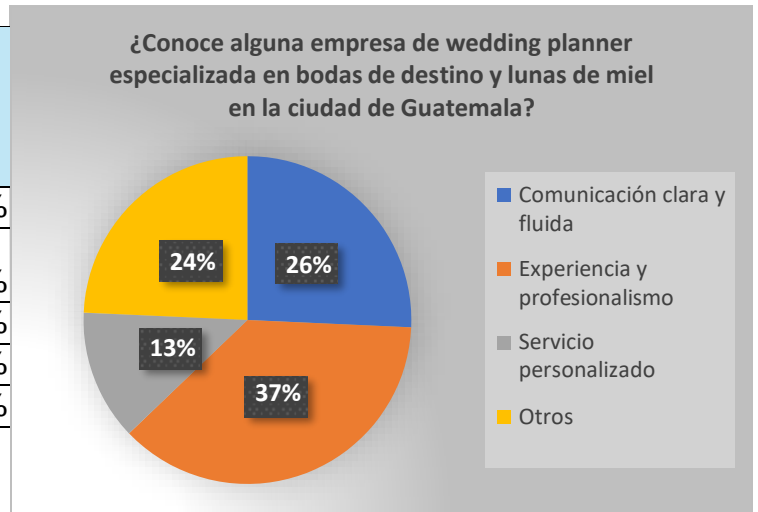
Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Interpretación: del total de los 70 encuestados, el 91% respondió que no conoce una empresa de wedding planner, mientras que el 9% indicó conocer las siguientes empresas: Colibrí Events & Weddings, Great Events, Greicy y Momenti.

Análisis: los resultados son alentadores, ya que muestran que la mayoría de los encuestados aún no están familiarizados con las empresas de wedding planner, lo que significa que Bodas Ixchel tiene la oportunidad de ofrecer sus servicios en el futuro. Por otro lado, aquellos que sí conocen estas empresas indican que están en busca o ya les brindaron el servicio de bodas de destino y lunas de miel.

Pregunta número 18

¿Qué aspectos considera importantes al elegir una empresa de wedding planner para su boda?		
Comunicación clara y fluida	18	26%
Experiencia y profesionalismo	26	37%
Servicio personalizado	9	13%
Otros	17	24%
Total	70	100%



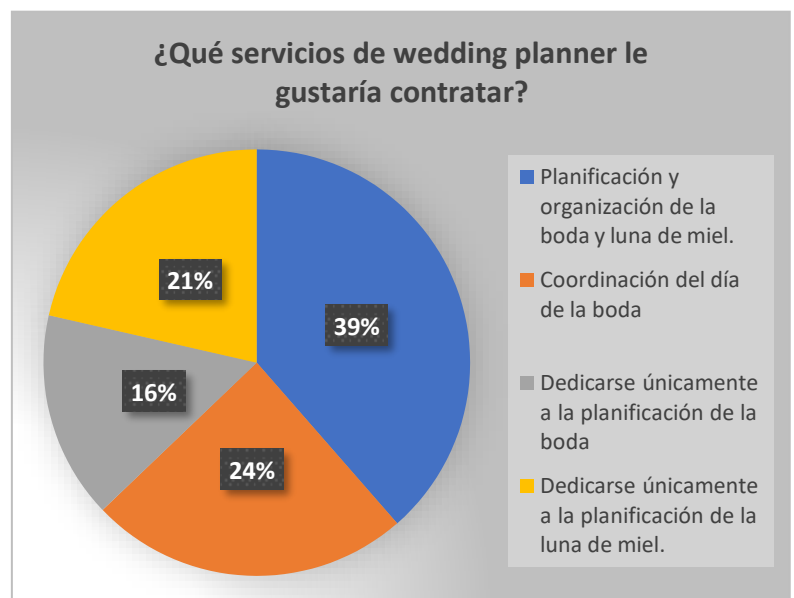
Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Interpretación: del total de los 70 encuestados, el 37% consideró importante la experiencia y profesionalismo al elegir una empresa de wedding planner, mientras que el 26% valoró la comunicación clara y fluida. Un 13% destacó la importancia del servicio personalizado, y el 24% expresó que les gustaría tener todas las opciones anteriores.

Análisis: los resultados evidencian que los clientes buscan servicios de alta calidad, por lo que será crucial brindar todos los servicios que aparecen en la encuesta al atender a los clientes.

Pregunta número 19

¿Qué servicios de wedding planner le gustaría contratar?		
Planificación y organización de la boda y luna de miel.	27	39%
Coordinación del día de la boda	17	24%
Dedicarse únicamente a la planificación de la boda	11	16%
Dedicarse únicamente a la planificación de la luna de miel.	15	21%
Total	70	100%



Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Interpretación: de los 70 encuestados, 39% expresaron interés en contratar los servicios de planificación y organización de bodas y lunas de miel, mientras que 24% optaron por la coordinación del día de la boda. Además, 21% indicaron preferencia por la planificación exclusiva de la luna de miel, y 16% por la planificación exclusiva de la boda.

Análisis: en base en resultados, es necesario ofrecer los tres servicios más solicitados por la muestra, que son planificación y organización de boda y luna de miel, coordinación del día de la boda y dedicarse únicamente a la planificación de la luna de miel.

7.5 Segmento de mercado

Personas solteras o comprometidas que desean casarse y realizar su luna de miel en Guatemala.

Parejas casadas que quieran renovar sus votos matrimoniales y realizar su luna de miel en el país.

La edad mínima será de 25 años y la máxima 65 años con un poder adquisitivo medio-alto y alto. No habrá una clasificación en la ocupación ya que se aceptan a todas las parejas que quieran vivir experiencias únicas e inolvidables al celebrar su boda, renovar sus votos o realizar su luna de miel en cualquier parte de Guatemala Moderna y Colonial.

7.6 Nicho de mercado

Parejas nacionales y extranjeras con planes de bodas, parejas que estén comprometidos y parejas casadas que están buscando renovar sus votos matrimoniales o celebrar su boda y luna de miel en la región Guatemala Moderna y Colonial. Entre los 25 a los 65 años.

7.7 Plan de mercadeo

7.7.1 Objetivos del plan

- General
 1. Posicionar a Bodas Ixchel como la empresa líder en la organización de bodas de destino y lunas de miel en la región Guatemala Moderna y Colonial en el primer año de funcionamiento, generando un incremento del 10% en las ventas del servicio.

- Específicos
 1. Incrementar el conocimiento de la marca en el mercado de bodas de destino y lunas de miel alcanzando 100 seguidores del público objetivo en las redes sociales durante los primeros 6 meses desde la creación de Bodas Ixchel.
 2. Obtener 15 clientes potenciales por mes a través de la implementación de estrategias de marketing Push en diversos canales incluyendo correo electrónico, WhatsApp, redes sociales y sitio web de Bodas Ixchel.
 3. Alcanzar una tasa de satisfacción del cliente del 95% en el primer año de operación, logrando las recomendaciones de los clientes a familiares, amigos y conocidos que necesiten del servicio en un futuro.

Producto	Precio	Plaza (distribución)	Promoción
Servicio de planificación y organización de bodas de destino y lunas de miel, servicio de coordinación del día	Se ofrecerán precios competitivos y descuentos especiales por ser una empresa nueva a los primeros clientes que adquieran el servicio.	Para distribuir el servicio se usará el sitio web de Bodas Ixchel, las redes sociales, WhatsApp, en el lugar físico de la	Publicidad: en las redes sociales y página web. Venta directa: se promocionarán los servicios en el lugar físico del negocio.

<p>de la boda, planificación y organización solo de la luna de miel. Las bodas para realizar son: bodas temáticas, bodas civiles, religiosas y bodas de renovación de votos. Todas estas actividades se realizarán para promocionar los lugares turísticos de Guatemala Moderna y Colonial.</p>	<p>Los precios se fijarán de acuerdo con las temporadas altas y bajas, es decir precios dinámicos basados en la demanda. También se usará el método de fijación de precios basados en los costos de los servicios.</p>	<p>empresa, por medio de las asociaciones con hoteles, transporte turístico terrestre y fotógrafos.</p>	<p>Marketing directo: Se mandarían videos y fotos de alta calidad con contenido informativo y atractivo a los clientes que coticen los servicios. Relaciones públicas: contribuir con las actividades que se realizan en las municipalidades y participar en los eventos que realiza INGUAT para conseguir asociarse a alguna empresa como hoteles y tour operadoras.</p>
---	--	---	---

Fuente: elaborado por gestora del proyecto.

7.8 Estrategias y tácticas

	Estrategia	Táctica
Producto:	<p>Bodas Ixchel brindará los siguientes tres tipos de servicios de bodas de destino y lunas de miel en la región Guatemala Moderna y Colonial:</p> <p>Coordinación y planificación de la boda y luna de miel el cual incluye hospedaje para los novios con habitaciones Deluxe, organización de tours para la</p>	<p>En los tres servicios se proporcionará asistencia continua después de la boda y la luna de miel. Esto incluye asesoramiento sobre posibles fotos y videos que se tomarán antes de la boda, durante la ceremonia y durante la luna de</p>

	<p>luna de miel, diseño, decoración, montaje y desmontaje de mobiliario, selección de proveedores, logística, entretenimiento, catering y alquiler de mobiliario.</p> <p>Coordinación y organización solo para el día de la boda el cual incluye realizar la decoración del salón, ver lo del montaje y desmontaje de mobiliario, coordinar a los invitados en sus mesas, solucionar cualquier problema con la logística y los proveedores. Es decir, ejecutar lo planeado.</p> <p>Coordinación y organización solo de la luna de miel, esto incluye coordinar tours para de acuerdo con los gustos de los clientes y negociar con proveedores.</p>	<p>miel. Además, se entregarán folletos con los itinerarios de la boda y la luna de miel para que todos los invitados conozcan el orden de las actividades, y para que los novios sepan qué lugares visitarán durante su luna de miel.</p> <p>Como garantía, se ofrecerá lo siguiente: si no se cumple con todos los servicios ofrecidos en cualquiera de los tres paquetes, se reembolsará el 10% del precio pagado por cada servicio. Además, si los invitados o los novios olvidan alguna pertenencia en el lugar de la ceremonia o la fiesta, se les proporcionará servicio de entrega en el lugar donde se encuentren.</p>
<p>Precio:</p>	<p>Los precios se fijarán de acuerdo con el tipo de servicio que se brindará y de acuerdo con los costos fijos que tendrá Bodas Ixchel.</p> <p>Se realizará un seguimiento constante de las tendencias del mercado, incluyendo los precios de la competencia y las expectativas de los clientes.</p>	<p>Se darán descuentos y promociones en temporadas bajas para conseguir clientes. Y en temporadas altas se mantendrán los precios o se subirá un poco para aprovechar la demanda.</p> <p>Las opciones de pago pueden ser con tarjeta de débito, en</p>

	<p>Se revisarán regularmente los costos operativos y de producción para garantizar que los precios reflejen adecuadamente los márgenes de utilidad y sean competitivos.</p> <p>Se ajustarán los precios de manera estacional para aprovechar los tipos de climas que hay en el país como el verano, primavera y el otoño.</p>	<p>efectivo o transferencias en línea para facilitarle al cliente el pago del servicio.</p> <p>Las condiciones de pago serán: el cliente puede dar un anticipo del 50% y pagar la parte restante cuando finalice el servicio o pagar todo de una vez.</p>
Plaza (distribución):	<p>Se ofrecerá el servicio de bodas de destino y lunas de miel en el local que tendrá Bodas Ixchel y ahí mismo se brindará información detallada de cada servicio. Además, se utilizarán las redes sociales como Facebook, Instagram, WhatsApp, Twitter (X), Tik Tok y la página web para que los clientes puedan obtener información y reservar el servicio por estos medios. Como son servicios no se contará con inventarios ni empaques.</p>	<p>Se publicará los detalles de cada uno de los servicios en la página web de Bodas Ixchel, se establecerá acuerdos de colaboración con agencias de viajes, transporte turístico terrestre, hoteles, fotógrafos y restaurantes turísticos.</p>
Promoción:	<p>Se implementarán campañas de marketing online y offline para dar a conocer los servicios.</p> <p>Diseñar y distribuir material promocional atractivo como folletos, fotos y videos de los lugares en donde se celebrarán las bodas y las lunas de miel. Para llamar la atención de los clientes también se capitalizará el atractivo único de</p>	<p>Se implementará la estrategia de marketing Push publicando en las redes sociales, en la página web, y correo electrónico los materiales promocionales del servicio.</p> <p>También se participará en eventos que organicen las instituciones privadas y</p>

	Guatemala Moderna y Colonial como destino de bodas promocionando la cultura, las tradiciones, la gastronomía, la música y las artesanías.	públicas del país como “Guatemala Romántica”. En las redes sociales y pagina web se responderá lo más pronto posible las preguntas y comentarios de los clientes.
--	---	--

Fuente: elaborado por gestora del proyecto.

7.9 Presupuesto de marketing

Para dar a conocer la empresa en el mercado se tendrá un presupuesto de Q8,552.52, que incluye lo siguiente:

- Investigación de mercado Q.400.00.
Para la generación de encuesta online se contará con Q.200.00, para el procesamiento y análisis de datos también se contará con Q.200.00.
- Compensación de personal Q.2,500.00
La community manager será la responsable de analizar la demanda, la oferta y buscará estrategias para atraer a los potenciales clientes, se le pagará un sueldo mensual de Q.2,500.00
- Comunicación y publicidad Q.8,352.00.
Se pagará publicidad fija en Facebook e Instagram, el cual tendrá un costo de 5 dólares semanales lo que equivale a 38.50 quetzales, esto se hará por un periodo de un año y el monto anual es de 462.00 quetzales.

Se contratarán los servicios de una empresa para crear la página web estándar de Bodas Ixchel, con un costo de 5,190 quetzales que incluye diseño del sitio, puesta en marcha, artes programación efectos especiales, valor del hosting, dominio, seguridad 24/7, administración de correos, actualizaciones de seguridad y estabilidad. Esto se hará para que los clientes potenciales encuentren los servicios que se ofrecerán de una manera fácil, rápida y segura, al contactar directamente con el personal de la empresa y resolver cualquier que sea necesario.

A continuación, se presenta la información de forma resumida.

Presupuesto de marketing	
Descripción	Total
Investigación de mercado	Q400.00
Publicidad en Facebook e Instagram	Q462.00
Creación de página web estándar	Q5,190.00
Compensación de personal	Q2,500.00
Total:	Q8,552.00

Fuente: elaborado por gestora del proyecto.

7.10 Proyección de ventas

Basado en el estudio de mercadeo se presenta el comportamiento de las ventas de forma mensual. La técnica utilizada es la distribución porcentual tomando en cuenta las temporadas altas, medias y bajas en el sector de bodas de destino y lunas de miel en Guatemala. Durante febrero, marzo y abril, la demanda aumenta debido al clima favorable en el país, considerado como verano. Por lo tanto, las parejas eligen estas fechas para disfrutar de atardeceres impresionantes en cada uno de los destinos turísticos donde se realizan las bodas y las lunas de miel. De mayo a octubre, la demanda desciende debido al inicio de las lluvias. Luego, la temporada alta comienza en noviembre, diciembre y enero, cuando el clima seco permite disfrutar más de los lugares turísticos.

Servicio	Ene	Feb	Mar	Abril	Mayo	Jun	Jul	Agos	Sep.	Oct	Nov	Dic
Servicios de bodas y lunas de miel en Guatemala Moderna y Colonial.	7%	11%	14%	15%	5%	5%	5%	3%	3%	3%	14%	15%

Elaborado por gestora del proyecto.

En la tabla se analiza cómo las ventas anuales dadas por el 100%, están distribuidas entre todos los meses del año. El cual se realizó de acuerdo con la clasificación de las temporadas del mercado turístico que realizó el Instituto Guatemalteco de

Turismo (INGUAT) en el Plan Estratégico para el Segmento de Bodas de Destino en Guatemala.

En la tabla se observa que los meses de temporada alta registran un mayor porcentaje de ventas en comparación con los meses de temporada media y baja. Los meses de abril, noviembre y diciembre tienen los porcentajes de ventas más altos, lo cual se debe al clima del país y pronostica mayor venta en esos meses.

A continuación, se presenta detalladamente cada uno de los servicios que se brindarán, de esta manera se comprenderá el porqué de los precios y la descripción de lo que se quiere ofrecer.

Planificación y organización de boda y luna de miel (para 50 invitados)	
Servicio 1. Amor Moderno (Modern Love)	Total
Coordinación y planificación de boda y luna de miel, diseño, decoración selección de proveedores, logística, entretenimiento, alquiler de mobiliario y organización de tours para la luna de miel.	Q 16,000.00
Hospedaje para luna de miel por 5 días, habitación Deluxe.	Q 5,890.50
Catering, montaje, servicio por 5 horas y desmontaje, silla plástica con funda blanca, mesa redonda con mantelería, plato plano, tenedor y cuchillo, servilleta de tela, plato y cubierto para postre, mesas bufeteras para alimentos, servicio de bebida Ilimitada incluye: vaso, copa para espumoso y copa para agua, picheles, hieleras con tenaza, taza con porcelana, cucharita, barra para bebidas, 1 bartender y 3 meseros.	Q 10,248.00
Total	Q 32,138.50

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Servicio 2, Amor a la Antigua. Coordinación y organización del día de la boda para 50 invitados	Total
Coordinar el día de la Boda, realizar la decoración del salón, ver lo del montaje y desmontaje de mobiliario, coordinar a los invitados en sus mesas, revisar la calidad del menú, estar atenta a que los músicos lleguen a la hora planeada y solucionar cualquier problema con la logística y los proveedores. Es decir, ejecutar lo planeado.	Q10,000.00

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Servicio 3, (Fly Me to the Moon) Llévame a la Luna. Coordinación y organización solo de la luna de miel	Total
Servicios de wedding planner, coordinar tour de acuerdo con los gustos de los clientes y negociar con proveedores.	Q3,000
Tour Guatemala Imperdible, de 8 días y 7 noches, lugares a visitar: Antigua Guatemala, Ciudad de Guatemala, Chichicastenango e Iximché, Lago de Atitlán, Tikal, Sitio Arqueológico de Yaxhá. El precio incluye: Transporte turístico según itinerario, alojamiento en hoteles seleccionados, tour en bote en Lago de Atitlán, Guía especializado en su idioma, boleto aéreo Guatemala- Flores-Guatemala vía TAG, todas las entradas e impuestos, chofer/guía en todo el circuito por Guatemala, desayunos y almuerzos en Tikal y Yaxha.	Q20,620.60
Total	Q23,620.60

Fuente: elaborado por gestora del proyecto.

Pronóstico táctico de ventas

Bodas Ixchel

SERVICIO 1	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun
Planificación y organización de boda y luna de miel (Para 50 invitados)						
Unidades vendidas	1	2	2	3	1	1
Precio de venta sin IVA	Q32,138.50	Q32,138.50	Q32,138.50	Q32,138.50	Q32,138.50	Q32,138.50
Subtotal	Q32,138.50	Q64,277.00	Q64,277.00	Q96,415.50	Q32,138.50	Q32,138.50
SERVICIO 2						
Coordinación y organización solo el día de la boda, (Para 50 invitados)						
Unidades vendidas	2.00	2.00	2.00	3.00	2.00	1.00
Precio de venta sin IVA	Q10,000.00	Q10,000.00	Q10,000.00	Q10,000.00	Q10,000.00	Q10,000.00
Subtotal	Q20,000.00	Q20,000.00	Q20,000.00	Q30,000.00	Q20,000.00	Q10,000.00
SERVICIO 3						
Coordinación y organización solo de la luna de miel.						
Unidades vendidas	3.00	3.00	2.00	3.00	1.00	1.00
Precio de venta sin IVA	Q23,620.60	Q23,620.60	Q23,620.60	Q23,620.60	Q23,620.60	Q23,620.60
Subtotal	Q70,861.80	Q70,861.80	Q47,241.20	Q70,861.80	Q23,620.60	Q23,620.60
Total, por mes de los servicios	Q123,000.30	Q155,138.80	Q131,518.20	Q197,277.30	Q75,759.10	Q65,759.10

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

SERVICIO 1	Jul	Ago.	Sep.	Oct	Nov	Dic
Planificación y organización de boda y luna de miel (Para 50 invitados)						
Unidades vendidas	1.00	1.00	1.00	1.00	2.00	3.00
Precio de venta sin IVA	Q32,138.50	Q32,138.50	Q32,138.50	Q32,138.50	Q32,138.50	Q32,138.50
Subtotal	Q32,138.50	Q32,138.50	Q32,138.50	Q32,138.50	Q64,277.00	Q96,415.50
SERVICIO 2						
Coordinación y organización solo el día de la boda, (Para 50 invitados)						
Unidades vendidas	1.00	1.00	1.00	2.00	3.00	3.00
Precio de venta sin IVA	Q10,000.00	Q10,000.00	Q10,000.00	Q10,000.00	Q10,000.00	Q10,000.00
Subtotal	Q10,000.00	Q10,000.00	Q10,000.00	Q20,000.00	Q30,000.00	Q30,000.00
SERVICIO 3						
Coordinación y organización solo de la luna de miel.						
Unidades vendidas	1.00	1.00	1.00	1.00	2.00	3.00
Precio de venta sin IVA	Q23,620.60	Q23,620.60	Q23,620.60	Q23,620.60	Q23,620.60	Q23,620.60
Subtotal	Q23,620.60	Q23,620.60	Q23,620.60	Q23,620.60	Q47,241.20	Q70,861.80
Total, por mes de los productos.	Q65,759.10	Q65,759.10	Q65,759.10	Q75,759.10	Q141,518.20	Q197,277.30

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Como se puede visualizar en la tabla las unidades vendidas van según la temporada, en los meses de enero, noviembre y diciembre es cuando las ventas se elevan ya que es temporada alta se venden más servicios y en los meses de mayo a octubre las ventas se disminuyen, ya que es temporada baja y se venden pocos servicios.

Pronóstico estratégico de ventas

Servicio 1	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Planificación y organización de boda y luna de miel (Para 50 invitados)		1%	2%	3%	4%
Unidades vendidas	19	19	20	20	21
Precio de venta sin IVA	Q 32,138.50	Q 32,459.89	Q 33,109.08	Q 34,102.36	Q 35,466.45
Subtotal	Q610,631.50	Q616,737.82	Q662,181.65	Q682,047.10	Q744,795.44
Servicio 2	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Coordinación y organización solo el día de la boda, (Para 50 invitados)		1%	2%	3%	4%
Unidades vendidas	23	23	24	24	25
Precio de venta sin IVA	Q 10,000.00	Q 10,100.00	Q 10,302.00	Q 10,611.06	Q 11,035.50
Subtotal	Q230,000.00	Q232,300.00	Q247,248.00	Q254,665.44	Q275,887.56
Servicio 3	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Coordinación y organización solo de la luna de miel.		1%	2%	3%	4%
Unidades vendidas	22	22	23	23	24
Precio de venta sin IVA	Q23,620.60	Q23,856.81	Q24,333.94	Q25,063.96	Q26,066.52
Subtotal	Q519,653.20	Q530,098.23	Q551,514.20	Q585,101.41	Q632,845.69
Total, por año de todos los servicios	Q1,360,284.70	Q1,379,136.05	Q1,460,943.85	Q1,521,813.95	Q1,653,528.69

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Para sacar los porcentajes por año se determinaron tres variables que justifican el incremento de las ventas: inflación, mercado y esfuerzo de mercadeo. El pronóstico estratégico de ingresos refleja cómo se van aumentando las ventas en función de la clasificación de las temporadas del mercado turístico de Guatemala.

8 ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA

8.1 Especificaciones del producto/servicio

Servicio 1: Modern Love

Descripción del servicio: el paquete integral de bodas de destino y lunas de miel brinda tranquilidad y confianza a las parejas que desean celebrar su boda en la región Guatemala Moderna y Colonial, ya que, al encargarse de cada detalle desde el día cero de la planificación y la organización de la ceremonia, la fiesta y la luna de miel, los novios tendrán una experiencia inolvidable y sin estrés.

Precio	Duración		Edades de las parejas
Q 32,138.50	El servicio de wedding planner comienza 6 meses antes de la boda, durante la boda y durante la luna de miel.	El servicio de catering tiene una duración de 5 horas durante la boda.	De 25 en adelante

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Características técnicas del servicio:

1. Planificación integral: abarca todos los aspectos de la planificación y organización de la boda y la luna de miel, desde la selección del lugar, la fecha, coordinación de proveedores, logística y la decoración.
2. Diseño personalizado: diseño que refleja el estilo y la personalidad de las parejas tomando en cuenta sus preferencias y su presupuesto.
3. Atención personalizada: se mantendrá comunicación con las parejas vía telefónica y por videollamadas en WhatsApp para mantenerlos informados sobre cada paso en el proceso de planificación y organización.
4. Experiencia y profesionalismo: se contará con un equipo de profesionales capacitados y experimentados en la organización de bodas de destino y lunas de miel.

5. Accesibilidad en las locaciones: se contará con rampas para las personas con discapacidades motoras y de la vista en los lugares donde se celebrará la boda y en la fiesta. Asimismo, se brindará asistencia a las personas con capacidades diferentes a la hora de transportarse a las locaciones y se les buscará actividades de acuerdo con sus capacidades para que no se sientan excluidos de la celebración.

Beneficios del servicio

1. Se evita el estrés en las parejas al organizar y planificar la boda y luna de miel, especialmente en las parejas extranjeras por cuestión de tiempo ya que viven en otro país.
2. Se brindará descuentos a los clientes que elijan a los proveedores que están en la carpeta de Bodas Ixchel.
3. Se obsequiarán regalos especiales como café, servilletas y adornos típicos que representan la cultura de Guatemala Moderna y Colonial.

Funcionalidades

1. Planificación y coordinación: selección del lugar y la fecha, elaboración del presupuesto, coordinación de proveedores como catering, fotografía, música, decoración, transporte, maquillista, diseño y ambientación del evento, gestión de permisos, elaboración de cronograma de la boda y luna de miel, supervisión de la logística y el montaje, organización de tours para la luna de miel, hospedaje para invitados y los novios. El servicio de catering incluye: montaje y desmontaje, sillas plásticas con funda blanca, mesa redonda con mantelería, plato plano, tenedor y cuchillo, servilleta de tela, plato y cubierto para postre, mesas bufeteras para alimentos, el servicio de bebida ilimitada incluye: vaso, copa para espumoso y copa para agua, picheles, hieleras con tenaza, taza con porcelana, cucharita, barra para bebidas, 1 bartender, 3 meseros. Las sillas y mesas se pueden cambiar al gusto del cliente.

2. **Diseño y decoración:** creación de diseño personalizado, selección de elementos decorativos y mobiliario, diseño floral, coordinar la iluminación y ambientación.
3. **Servicios adicionales:** asistencia en la selección del vestido de novia y el traje del novio, coordinación de entretenimiento y actividades para los días que estarán los invitados en Guatemala Moderna y Colonial.

Garantía: se ofrece servicio de alta calidad y profesionalismo superando las expectativas de los clientes y si no se cumple con todo lo ofrecido anteriormente se dará un reembolso del 10% del precio pagado por el servicio.

Servicio 2: Amor a la Antigua

Descripción del servicio: se brindará coordinación el día de la boda para que las parejas e invitados disfruten al máximo de cada momento, sin estrés ni preocupaciones. A diferencia del servicio Modern Love, que inicia la organización desde cero, en este servicio los novios realizarán trabajos previos de planificación y organización. De esta manera, Bodas Ixchel solo se encargará de coordinar con los proveedores ya seleccionados y contratados para ajustar los detalles finales de la boda, permitiendo que los novios se relajen y comiencen a disfrutar su día especial.

Precio	Duración	Edades de las parejas
Q 10,000.00	El servicio de wedding planner comienza unas dos semanas antes de la boda y termina al final de la fiesta.	De 25 en adelante

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Características técnicas del servicio:

1. **Cronograma detallado:** se creará un cronograma personalizado que incluirá cada paso del día de la boda, desde la preparación hasta la recepción.
2. **Comunicación constante:** se mantendrá contacto con las parejas en todo momento para asegurarse de que todo esté marchando según lo planeado. La comunicación será vía telefónica y por videollamadas en WhatsApp.

3. Coordinación con proveedores: se coordinará a todos los proveedores involucrados en la boda, incluyendo el lugar de la recepción, el catering, la decoración, el montaje y desmontaje, el fotógrafo, la maquillista y músicos. Es decir, ejecutar lo planeado.
4. Manejo de imprevistos: solución de cualquier imprevisto que pueda surgir el día de la boda para que los novios no tengan que preocuparse por nada y solo se encarguen de estar listos para la ceremonia.
5. Presencia durante todo el evento: el equipo estará presente durante todo el evento para asegurarse de que todo se desarrolle sin problemas y según lo planeado por los novios.
6. Entrega de pertenencias: al finalizar la boda y la fiesta, se recogerán y se entregarán las pertenencias de los novios e invitados.

Beneficios del servicio

1. Las parejas tendrán tranquilidad y paz mental al saber que profesionales experimentados en el tema son los que están coordinando su gran día. Además, ellos contarán con suficiente tiempo para disfrutar cada momento junto a sus seres queridos y crear momentos inolvidables.
2. Se obsequiarán regalos especiales como café, servilletas y adornos típicos que representan la cultura de Guatemala Moderna y Colonial.

Garantía: se ofrece servicio de alta calidad y profesionalismo superando las expectativas de los clientes y si no se cumple con todo lo ofrecido anteriormente se dará un reembolso del 10% del precio pagado por el servicio.

Servicio 3: Fly me to the Moon

Descripción del servicio: coordinación de cada detalle de la luna de miel, desde la selección del destino perfecto, negociación con proveedores y organización de

actividades inolvidables garantizando una experiencia única y personalizada que refleje los gustos y presupuestos de los clientes.

Precio	Duración	Edades de las parejas	Dificultad del tour
Tour: Q20,620.60	El tour es de 8 días y 7 noches	De 25 en adelante	Moderadamente fácil con actividades como caminata, senderismo y viaje en vote.
Servicios de wedding planner: Q3,000.	Inicia una semana antes de la luna de miel y finaliza en la culminación de esta.		
Total: Q23,620.60			

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Características técnicas del servicio

1. Consultoría personalizada: reunión inicial para conocer los sueños, expectativas y presupuesto de las parejas para la luna de miel.
2. Selección del tour ideal: sugerencias de paquetes con los mejores destinos como Antigua Guatemala, ciudad de Guatemala, Chichicastenango, Lago de Atitlán, Sitio Arqueológico Tikal. El paquete incluirá transporte en microbús según itinerario, chofer, alojamiento en hoteles como Casa Santo Domingo, Posada de Don Rodrigo, Hotel Atitlán, Real Intercontinental y Hotel Isla de flores, guía especializado, boleto aéreo de ciudad de Guatemala a Flores en TAG, entradas e impuestos, desayunos y almuerzo en Tikal y Yaxha. No incluye, boletos al extranjero, comidas no especificadas, gastos personales, propinas e impuestos en boletos al extranjero.
3. Soporte continuo: el personal estará disponible para atender las necesidades de los clientes y responder a cualquier pregunta durante todo el viaje. Por medio de llamadas telefónicas y mensajes en WhatsApp.
4. Paquete de bienvenida: se les brindará una botella de vino, frutas frescas y flores en la habitación a su llegada.

Beneficios

1. Tranquilidad y comodidad: las parejas se podrán relajar y disfrutar al máximo su viaje ya que Bodas Ixchel se encargará de todos los trámites y las negociaciones con los proveedores.
2. Experiencia personalizada: itinerario diseñado a la medida para reflejar los gustos, intereses y presupuesto de los clientes. Además, se tomará en cuenta si alguna pareja tiene algún tipo de discapacidad para planificar actividades de acuerdo con su condición.

Garantía: se le brindará una experiencia de luna de miel excepcional a cada cliente y si por algún motivo no se cumple con lo ofrecido se devolverá un reembolso del 10% del precio pagado por el servicio.

8.2 Proceso de prestación del servicio, diagramas de flujo del proceso

Nombre del proceso:	Planeación y organización de bodas de destino y lunas de miel.	Código:	00-001
Objetivo:	Brindar un servicio de calidad satisfaciendo las necesidades y expectativas de los clientes, asegurando una experiencia única y memorable.	Vigencia:	2025
Alcance:	Abarca desde la primera reunión con los clientes hasta la finalización de la luna, incluyendo las etapas de planificación, organización, coordinación y ejecución de la boda y el viaje.		
Responsable:	Wedding planner, diseñador de bodas.		
Subproceso 1:	Consulta inicial y contratación		
Proveedor de información	Actividades	Tareas relacionadas	

Página web, redes sociales o en la recepción (directamente en el lugar físico de Bodas Ixchel).	<p>Reunión inicial con los clientes para conocer en qué fecha será la boda.</p> <p>Revisar si hay disponibilidad de tiempo para esa fecha.</p> <p>Presentar la descripción del servicio y el precio de este.</p>	<p>Si hay disponibilidad para la fecha requerida por los novios se firmará contrato.</p> <p>Recopilar información sobre preferencias, necesidades y presupuesto de las parejas.</p>
---	--	---

Subproceso 2:	Planificación y diseño	
----------------------	------------------------	--

Proveedor de información	Actividades	Tareas relacionadas
---------------------------------	--------------------	----------------------------

Base de datos de proveedores y folder con diseños.	<p>Selección del destino, concretar fecha y hora de la ceremonia y recepción.</p> <p>Elaborar la lista de invitados.</p> <p>Diseño del concepto y estilo de boda y luna de miel.</p> <p>Selección de proveedores.</p> <p>Elaboración de cronograma de la boda y luna de miel.</p> <p>Elaboración de presupuesto.</p> <p>Planificar el tour ideal que se adecue a las necesidades y preferencias de los clientes.</p>	<p>Investigar la disponibilidad de los destinos que se ajustan a las preferencias de los novios.</p> <p>Contratar a proveedores.</p> <p>Gestionar las confirmaciones de asistencia de los invitados.</p> <p>Investigar si algún invitado o una de las parejas tiene alguna discapacidad para adecuar el lugar de la ceremonia, recepción o luna de miel a sus necesidades.</p>
--	--	--

Subproceso 3:	Logística y coordinación	
----------------------	--------------------------	--

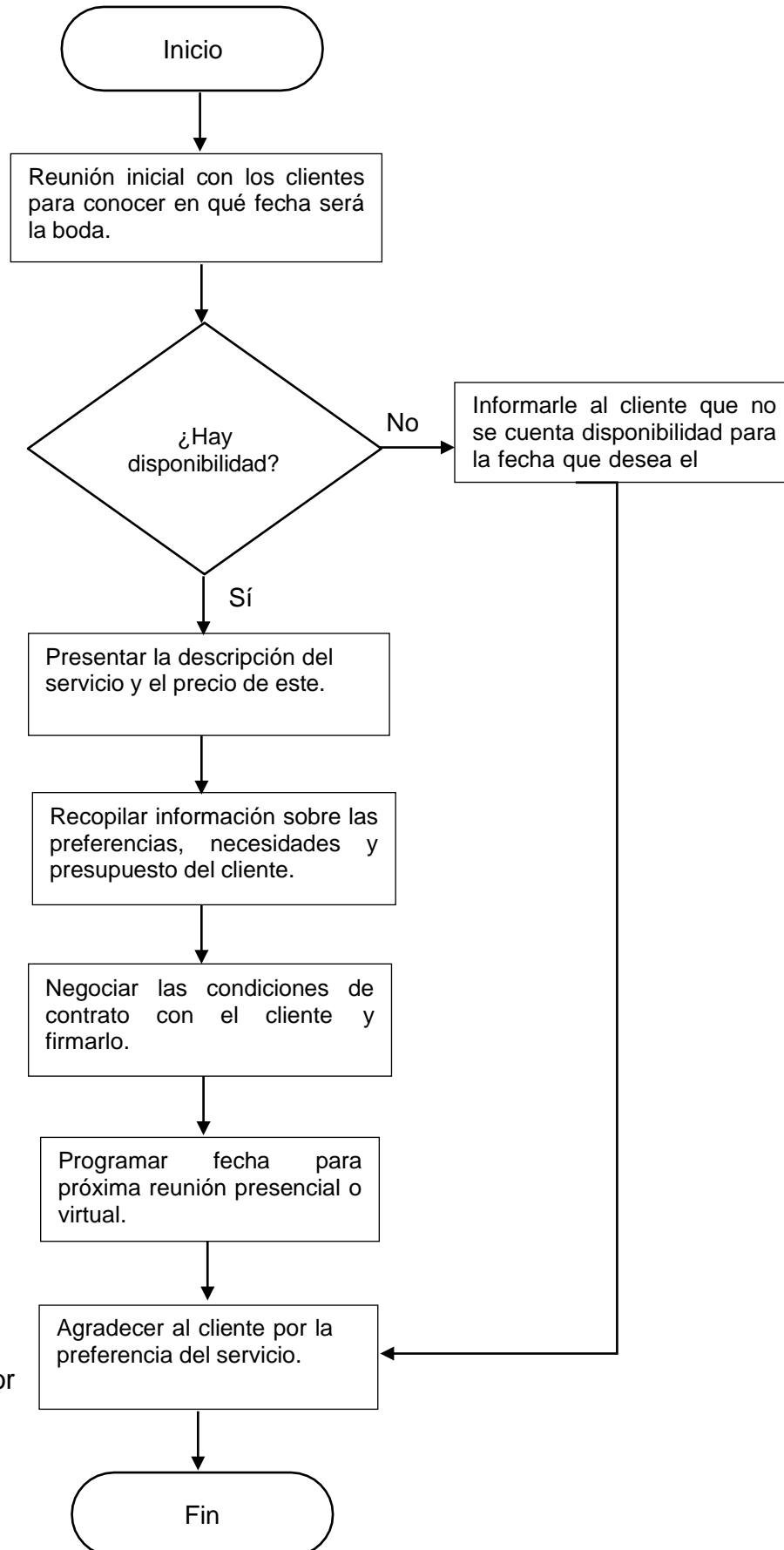
Proveedor de información	Actividades	Tareas relacionadas
---------------------------------	--------------------	----------------------------

Base de datos	Negociar y firmar contratos con los	Brindar asistencia a los
---------------	-------------------------------------	--------------------------

de proveedores y folder de destinos para las ceremonias y la fiesta.	<p>proveedores seleccionados.</p> <p>Gestionar la obtención de permisos y documentos necesarios para la boda en el destino elegido por las parejas.</p> <p>Organizar el transporte y alojamiento para los novios e invitados.</p> <p>Coordinar la ceremonia y recepción con los proveedores para el día de la boda.</p> <p>Coordinar el tour para la luna de miel.</p>	<p>novios en las pruebas de vestuario, peinado y maquillaje.</p> <p>Resolver imprevistos que puedan surgir durante el desarrollo de la boda.</p>
Subproceso 4:	Seguimiento y evaluación	
Proveedor de información	Actividades	Tareas relacionadas
Sistema de información de Bodas Ixchel y base de datos de proveedores.	<p>Reuniones periódicas con los clientes.</p> <p>Seguimiento del presupuesto y cronograma de la boda y luna de miel.</p> <p>Evaluación de satisfacción de los clientes.</p> <p>Retroalimentación y mejora continua.</p>	<p>Garantizar que la boda y luna de miel se desarrollen de acuerdo con las expectativas de los clientes.</p> <p>Implementar las recomendaciones de los clientes para mejorar y brindar un servicio de calidad.</p>

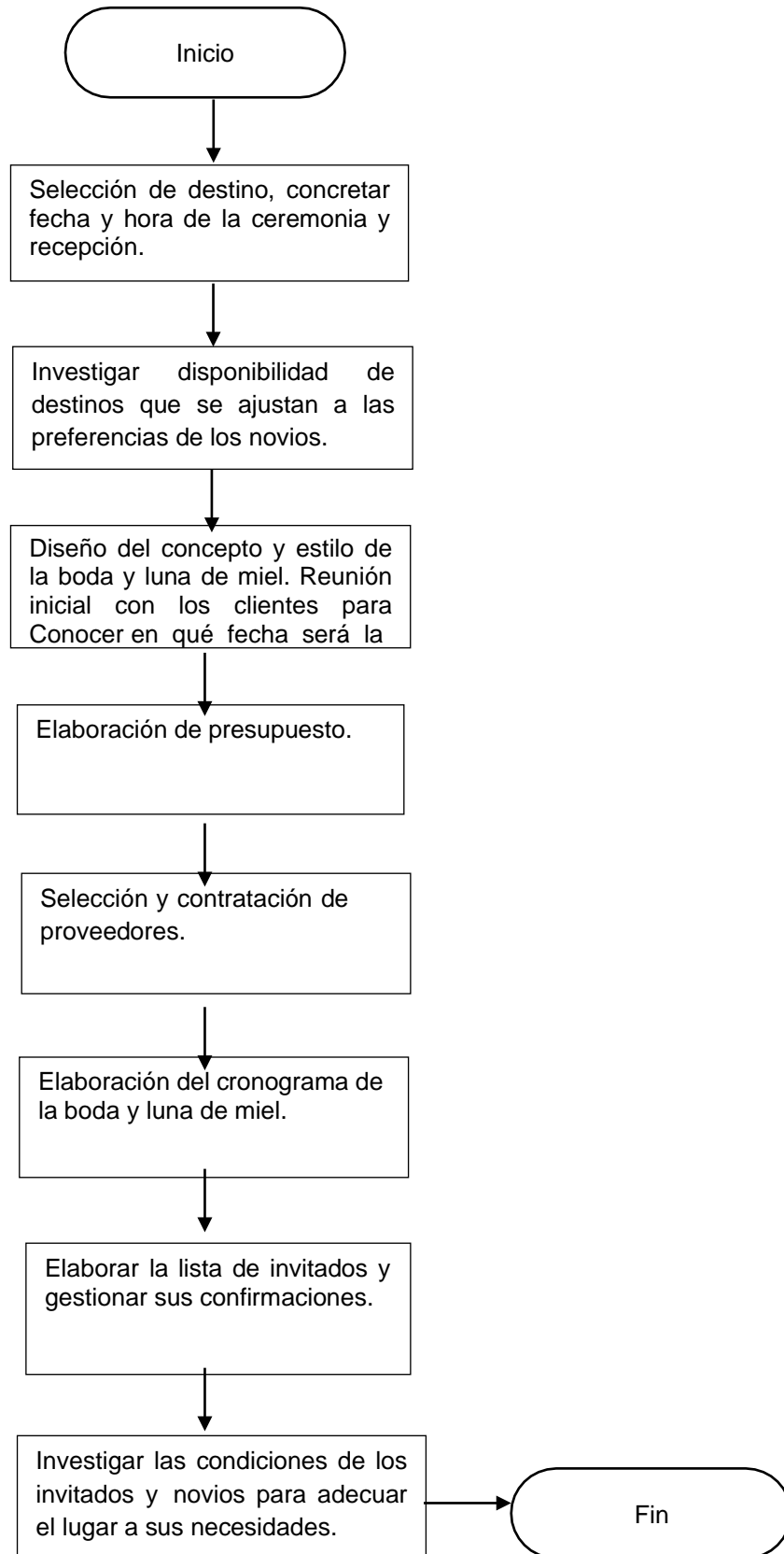
Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Diagrama de flujo del subproceso número 1: consulta inicial y contratación



Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Diagrama de flujo del subproceso número 2: planificación y diseño



Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Diagrama de flujo del subproceso número 3: logística y coordinación

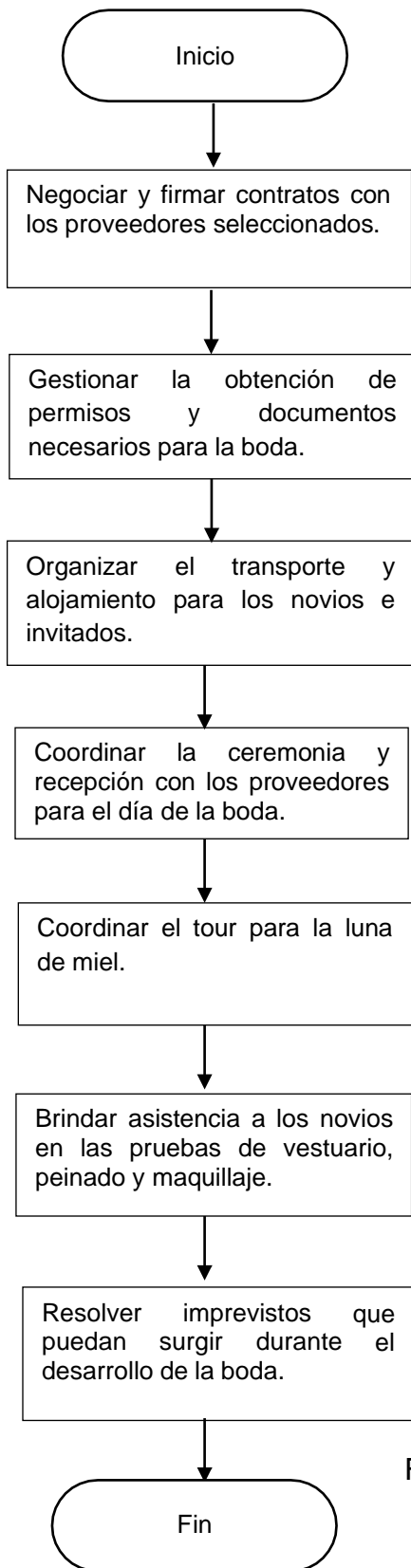
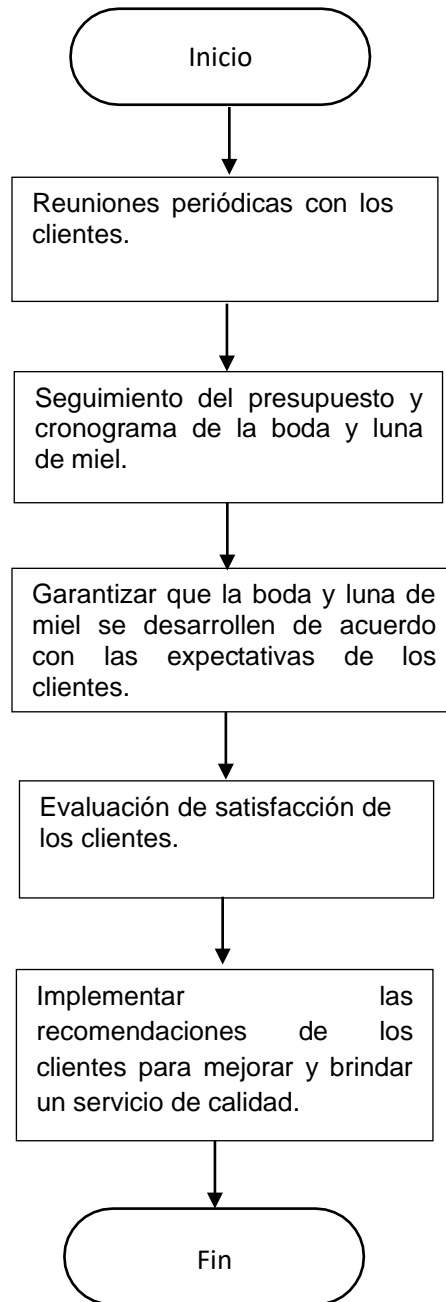


Diagrama de flujo del subproceso número 4: seguimiento y evaluación



Fuente: elaborado por gestora del proyecto

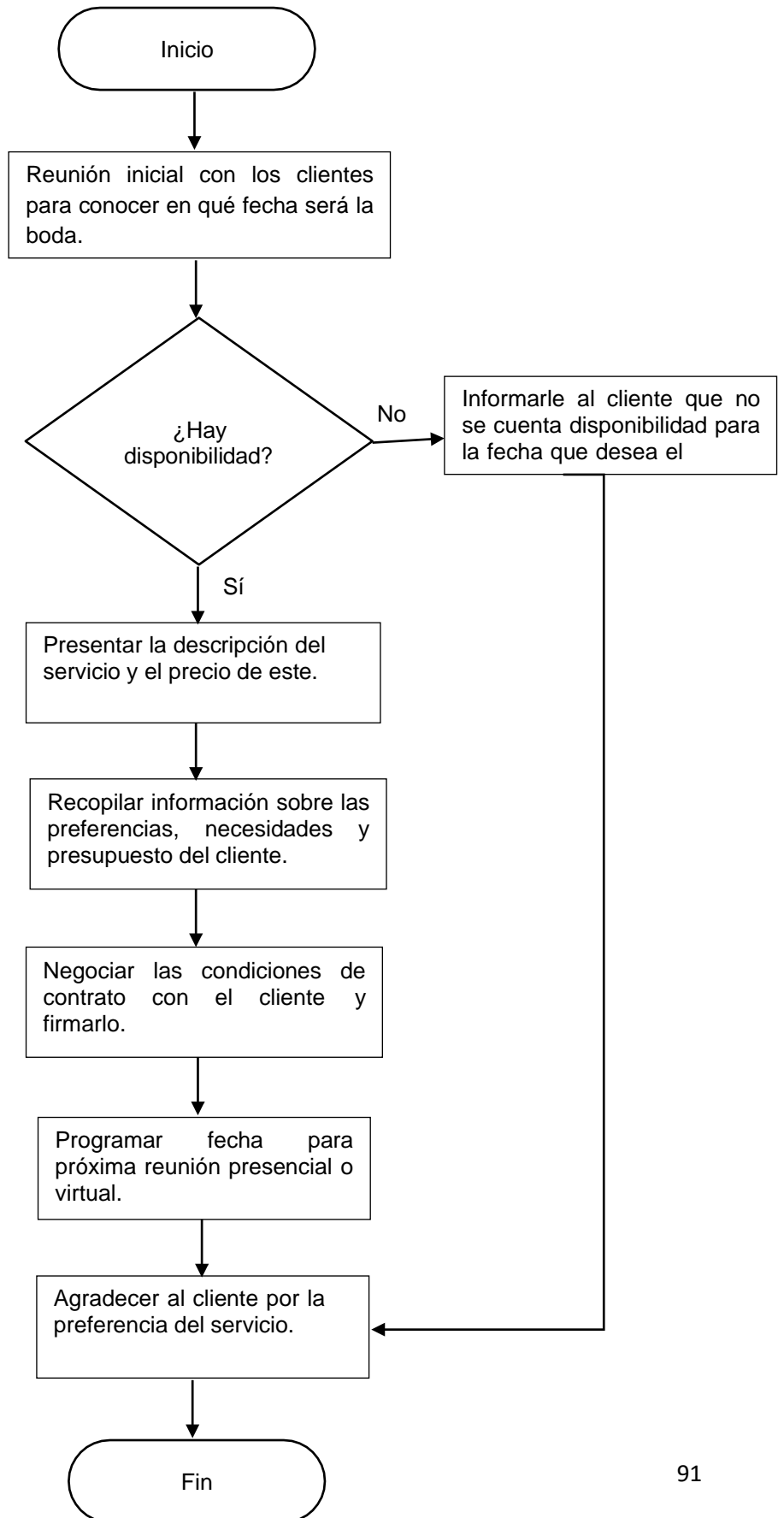
Nombre del proceso:	Coordinación del día de la boda	Código:	00-002
Objetivo:	Asegurar el desarrollo fluido y exitoso de la boda, cumpliendo con el cronograma, logística y expectativas de los novios e invitados.	Vigencia:	2025
Alcance:	Abarca todas las actividades necesarias para la coordinación y ejecución de lo planeado el día de la boda, desde la preparación hasta la finalización.		
Responsable:	Wedding planner		
Subproceso 1:	Consulta inicial y contratación		
Proveedor de información	Actividades	Tareas relacionadas	
Página web, redes sociales o en la recepción (directamente en el lugar físico de Bodas Ixchel).	Reunión inicial con los clientes para conocer en qué fecha será la boda. Revisar si hay disponibilidad de tiempo para esa fecha. Presentar la descripción del servicio y el precio de este.	Si hay disponibilidad para la fecha requerida por los novios se firmará contrato. Recopilar información sobre preferencias, necesidades y presupuesto de las parejas.	
Subproceso 2:	Confirmación final con proveedores		
Proveedor de información	Actividades	Tareas relacionadas	
Sistema de datos de Bodas Ixchel, proveedores	Revisión y confirmación de los detalles con todos los proveedores contratados como catering, decoración, música, maquillista etc. Asegurarse de que cada	Comunicación constante y efectiva con los clientes, proveedores y personal involucrado. Elaboración de	

contratados, novios y cronograma del evento.	proveedor sea puntual y que cumpla con sus responsabilidades.	cronograma detallado para el desarrollo de la boda.
Subproceso 3:	Logística del día de la boda	
Proveedor de información	Actividades	Tareas relacionadas
Sistema de datos de Bodas Ixchel, proveedores contratados, novios y cronograma del evento.	Coordinación del montaje y desmontaje de la decoración, mobiliario y equipos. Manejo de imprevistos y resolución de problemas que surjan durante de la boda.	Coordinar la logística de traslado de los novios y el cortejo nupcial. Supervisar la llegada de proveedores al lugar de la boda, el montaje, la decoración, mobiliario y equipos.
Subproceso 4:	Coordinación de la ceremonia y recepción	
Proveedor de información	Actividades	Tareas relacionadas
Sistema de datos de Bodas Ixchel, proveedores contratados, novios y cronograma del evento.	Recepción, bienvenida y organización de invitados. Coordinación con el oficiante y músicos para el desarrollo de la ceremonia. Supervisión del desarrollo de actividades especiales como el primer baile y brindis.	Acompañar a los novios en la recepción y corte del pastel. Asegurar el desarrollo fluido de la ceremonia según programa. Coordinar el servicio de catering y bebidas en la recepción.

Subproceso 5:		Seguimiento y control	
Proveedor de información	Actividades	Tareas relacionadas	
Sistema de datos de Bodas Ixchel, proveedores contratados, novios y cronograma del evento.	<p>Monitoreo constante del desarrollo del evento según el cronograma establecido. Atención a las necesidades y solicitudes de los novios e invitados.</p> <p>Realización de ajustes y correcciones en caso de imprevistos.</p>	<p>Supervisar la limpieza y el orden del lugar de la boda.</p> <p>Recopilar comentarios y evaluar el desarrollo de la boda. Implementar las recomendaciones de los clientes.</p>	

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Diagrama de flujo del subproceso número 1: consulta inicial y contratación



Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Diagrama de flujo del subproceso número 2: confirmación final con proveedores

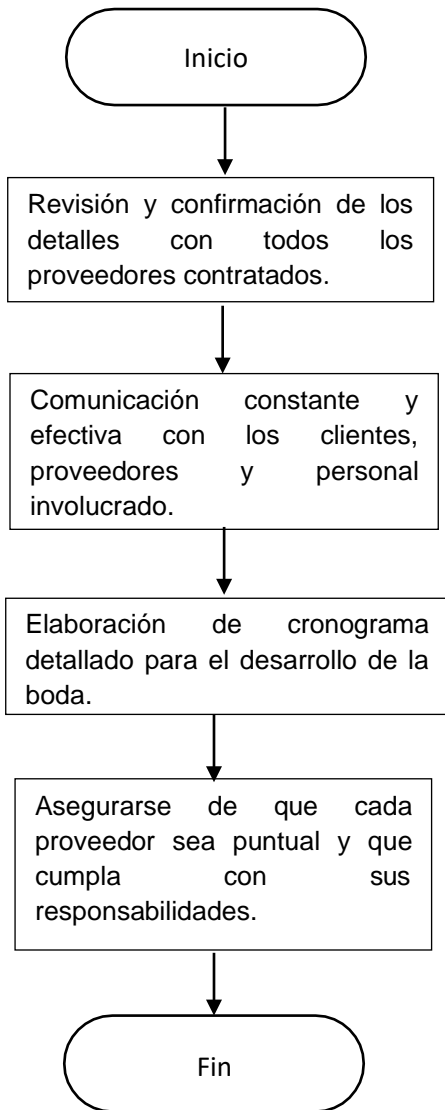
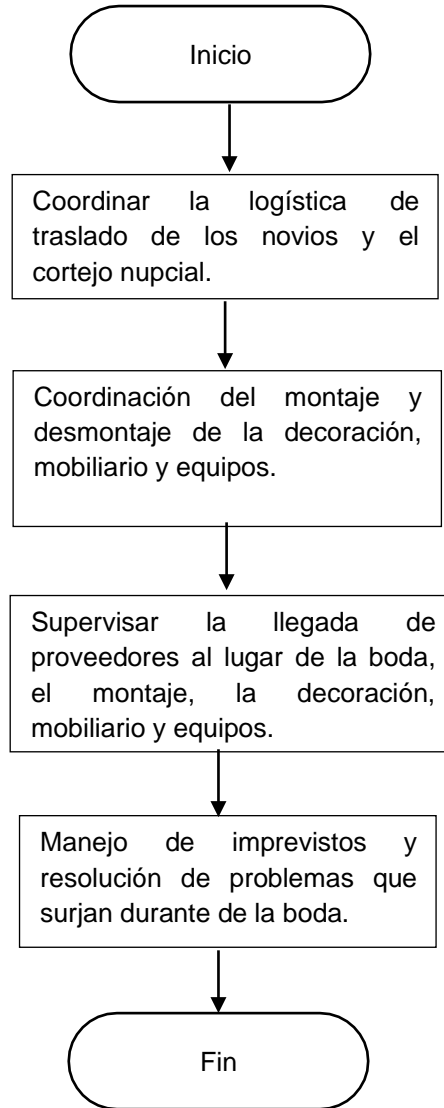


Diagrama de flujo del subproceso número 3: logística del día de la boda



Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Diagrama de flujo del subproceso número 4: coordinación de la ceremonia y recepción.

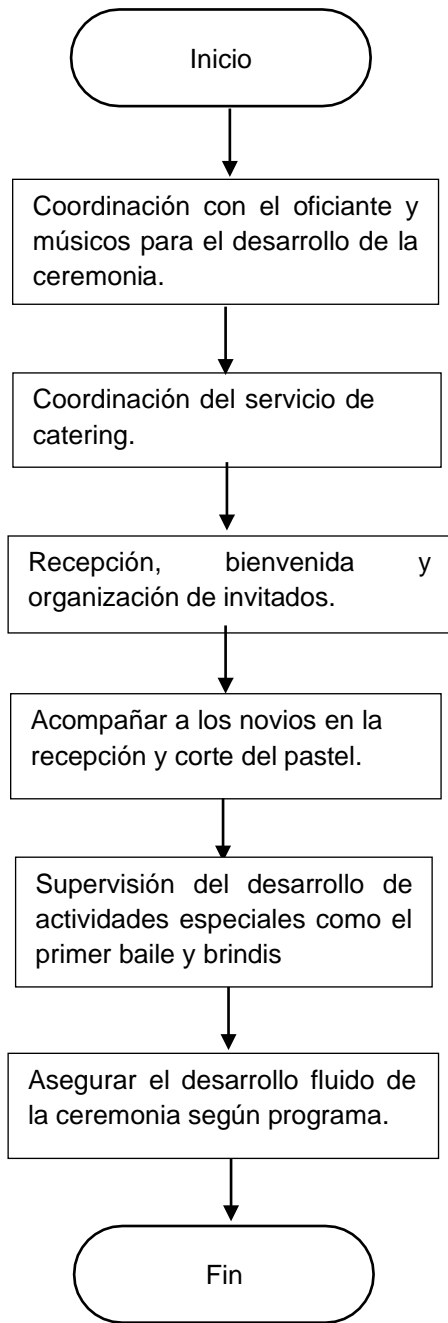
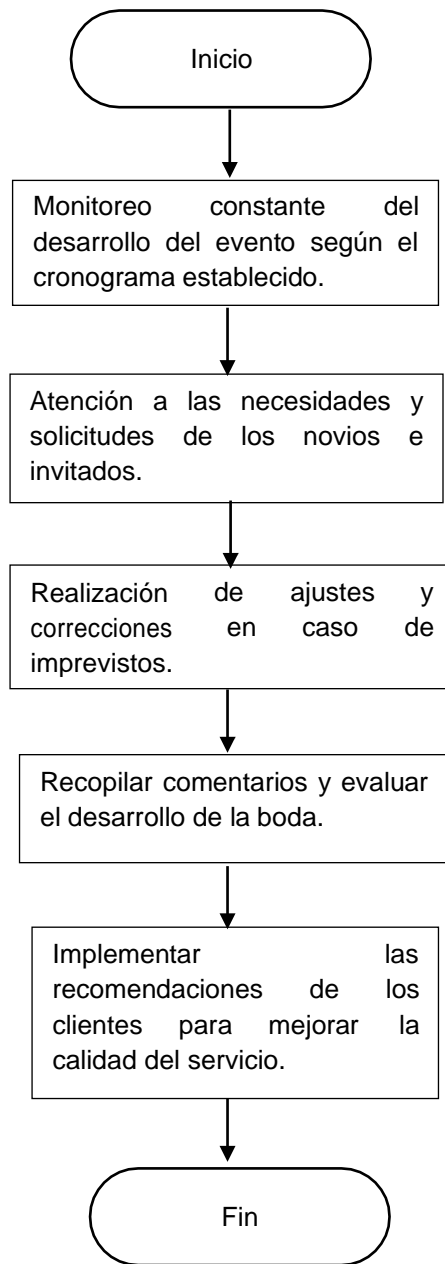


Diagrama de flujo del subproceso número 5: seguimiento y control.



Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Nombre del proceso:	Planificación y organización de la luna de miel	Código:	00-003
Objetivo:	Brindar a los novios un servicio de calidad de planificación y organización de la luna de miel, garantizando una experiencia única e inolvidable que cumpla con las expectativas y presupuesto de los clientes.	Vigencia:	2025
Alcance:	El proceso abarca desde la fase inicial de consulta y diagnóstico de necesidades e intereses de los novios, hasta la coordinación y seguimiento de los detalles logísticos del viaje, incluyendo la selección de destino, reservaciones de vuelos, alojamiento, actividades, experiencias y asistencia durante el viaje.		
Responsable:	Wedding planner		
Subproceso 1:	Consulta inicial y diagnóstico		
Proveedor de información	Actividades	Tareas relacionadas	
Página web, redes sociales o en la recepción (directamente en el lugar físico de Bodas Ixchel).	<p>Reunión inicial con los novios para conocer sus expectativas, intereses, presupuesto y estilo de viaje.</p> <p>Revisar la disponibilidad para la fecha requerida y si hay se reserva esa fecha.</p> <p>Análisis de la información recopilada para identificar las opciones más adecuadas para la luna de miel.</p>	<p>Elaboración de un cuestionario detallado para obtener información sobre sus preferencias en cuanto a destinos, tipo de alojamiento, actividades, experiencias y presupuesto.</p> <p>Firmar contrato.</p>	
Subproceso 2:	Diseño y propuesta		
Proveedor de información	Actividades	Tareas relacionadas	

Sistema de datos de Bodas Ixchel y proveedores de servicios turísticos.	Búsqueda y selección de destinos, alojamientos y experiencias que se ajustan a las necesidades de los novios. Elaboración de un itinerario personalizado para la luna de miel.	Negociación y contratación de proveedores de servicios turísticos. Presentación de la propuesta a los novios con un desglose detallado de los costos y cronograma del viaje.
Subproceso 3:	Coordinación y seguimiento.	
Proveedor de información	Actividades	Tareas relacionadas
Sistema de datos de Bodas Ixchel y proveedores de servicios turísticos.	Reservación de vuelos, alojamiento y actividades. Gestión de documentación de viaje como visas, seguros y pasaportes.	Seguimiento y asistencia durante el viaje, en caso de cualquier imprevisto. Coordinación con los proveedores de servicios turísticos para cumplir con el itinerario.
Subproceso 4:	Evaluación y retroalimentación	
Proveedor de información	Actividades	Tareas relacionadas
Sistema de datos de Bodas Ixchel, proveedores y novios.	Recopilación de comentarios y sugerencias de los novios sobre el servicio prestado. Evaluación del proceso de planificación y organización de la luna de miel para identificar áreas de mejoras.	Implementar las mejoras en base a la retroalimentación recibida.

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Diagrama de flujo del subproceso número 1: consulta inicial y diagnóstico

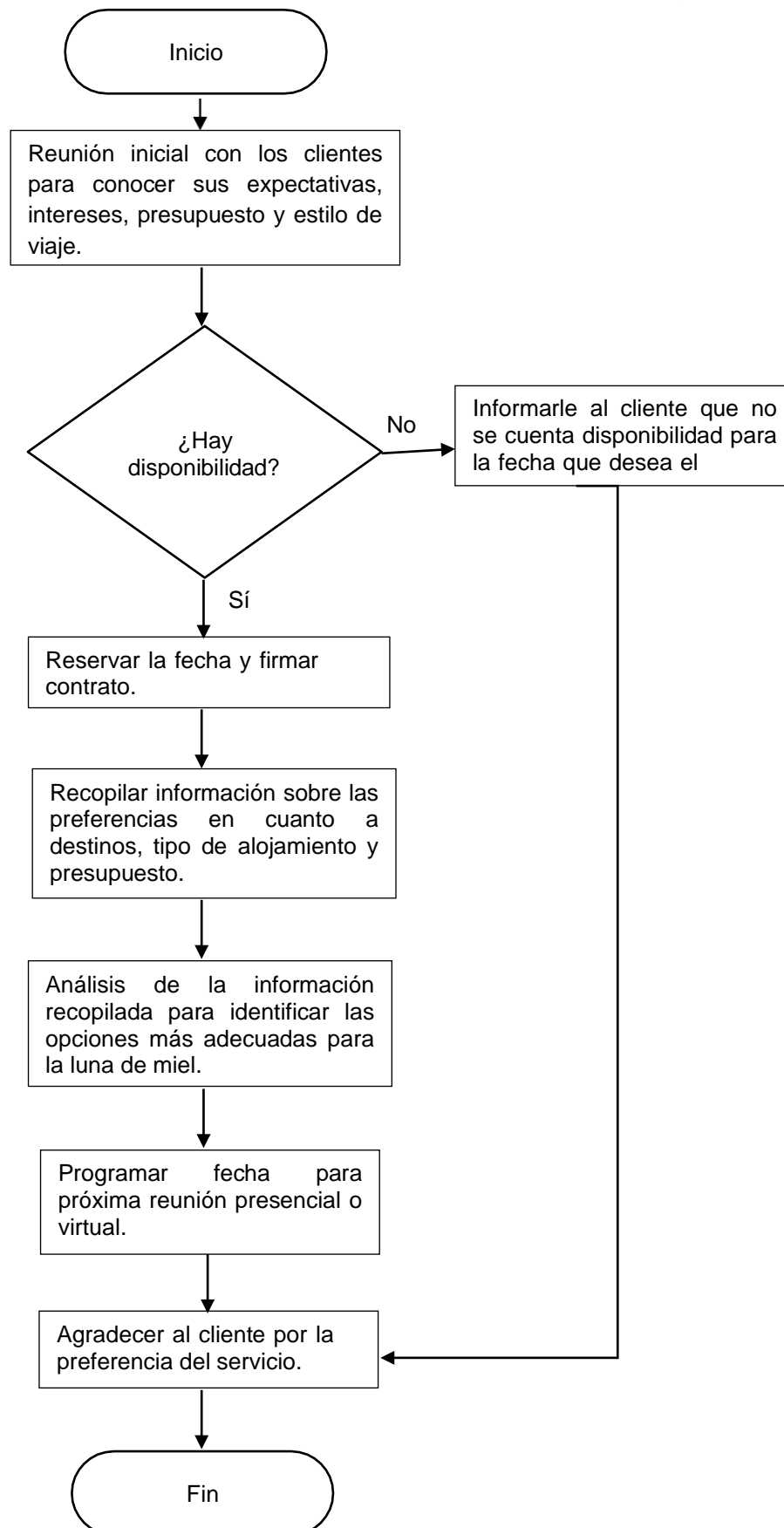


Diagrama de flujo del subproceso número 2: diseño y propuesta

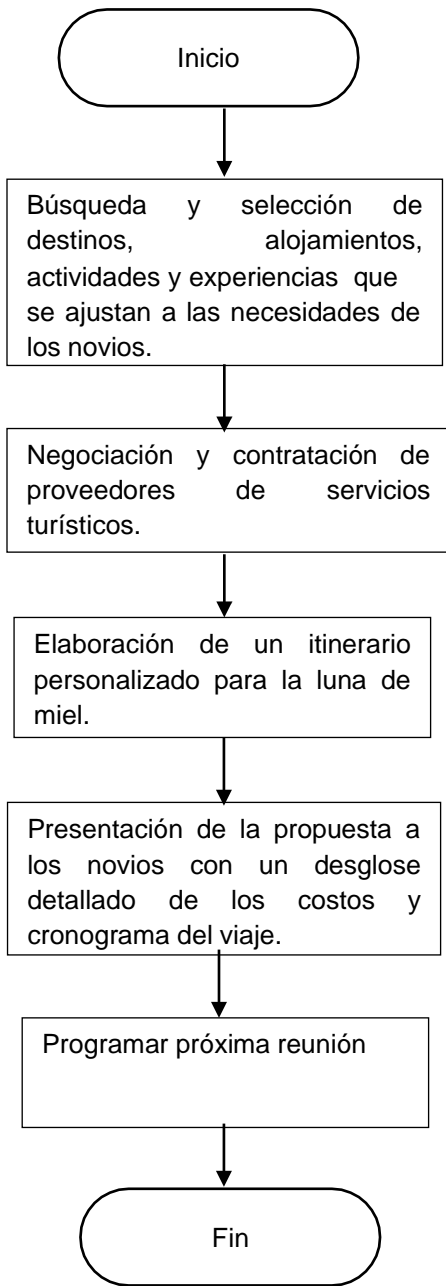
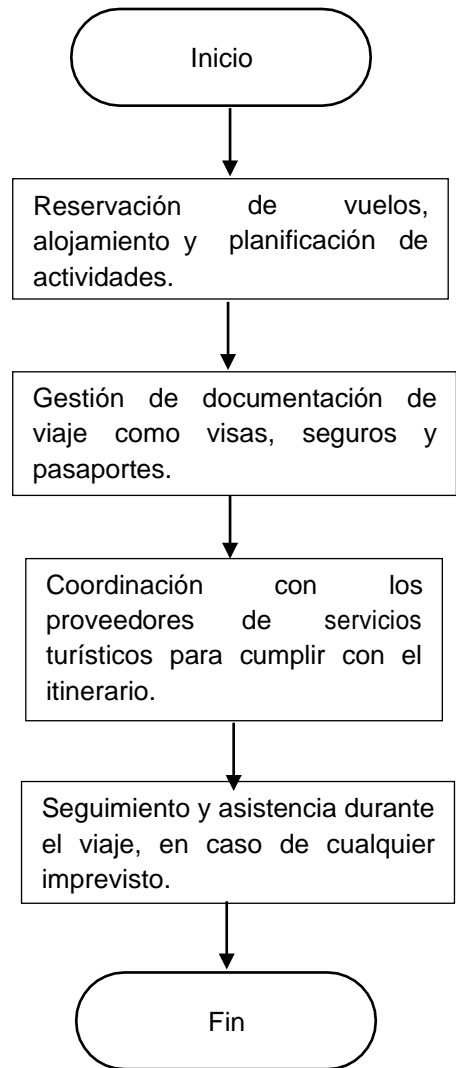
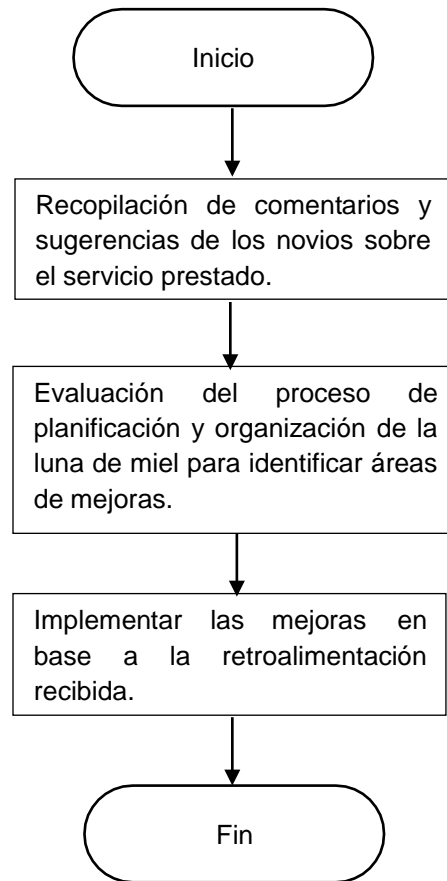


Diagrama de flujo del subproceso número 3: coordinación y seguimiento



Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Diagrama de flujo del subproceso número 4: evaluación y retroalimentación



Fuente: elaborado por gestora del proyecto

8.3 Características de la tecnología, equipos e instalaciones

El lugar que se va a rentar no está amueblado ni equipado por lo que será necesario comprar los siguiente.

- Tres computadoras, las cuales se cotizarán en las tiendas Max de manera online o personal, las computadoras serán los siguientes colaboradores: administradora, wedding planner y la diseñadora.
- Tres escritorios de oficinas las cuales se distribuirán de la siguiente manera: para la administradora, la wedding planner y la diseñadora de bodas, estos

escritorios serán cotizados en las tiendas de CEMACO online o en las tiendas físicas.

- Tres sillas de oficinas para que las colaboradoras trabajen en un lugar cómodo y limpio, las sillas también serán cotizadas en las tiendas de CEMACO.
- Un sofá cama de oficina y un centro de mesa para decoración y para que los clientes tengan donde esperar a la hora de realizar una cotización o cuando se tengan que reunir con la wedding planner para definir detalles de la boda y luna de miel.
- Dos cuadros típicos para decorar el lugar, el cual se adquirirán en un negocio que vende artesanías típicas del país llamado Guatemala Arte y Moda.
- Para revisar la página web, las redes sociales y realizar otras tareas de la organización se contratará el servicio de internet y teléfono que ofrece la empresa Tigo. Este servicio ya incluye la instalación, el cableado, el teléfono y el router necesario para el funcionamiento del internet.

Para empezar a realizar las operaciones se contará únicamente con tres colaboradores como una administradora, una wedding planner y la diseñadora de bodas, ellos serán responsables de varias tareas y actividades que se relacionan con la planificación, organización y coordinación de bodas de destino y lunas de miel. Asimismo, serán los responsables de la limpieza de las áreas de la oficina para que los clientes la vean limpia y presentable a la hora de llegar a las instalaciones físicas de Bodas Ixchel. Asimismo, se necesitará el apoyo de los colaboradores que estarán trabajando en las empresas de los principales proveedores de Bodas Ixchel. A continuación, se describen las funciones específicas de cada colaborador.

1. Administrador: Aparte de ser la representante legal de la organización, la administradora será responsable de supervisar las operaciones diarias, gestionar el recurso humano, desarrollar e implementar estrategias para el crecimiento del negocio y garantizar la rentabilidad de Bodas Ixchel. Además, al ser una nueva empresa, también se encargará de tareas como la

contabilidad financiera y el cumplimiento de las leyes ambientales, laborales y fiscales. La administradora ayudará a la wedding planner en la organización y planificación de las bodas de destino y lunas de miel.

2. Wedding planner: será quien planifique y organice las bodas de destino y lunas de miel, trabajará en estrecha colaboración con las parejas para organizar todos los aspectos de la boda, se comunicará y coordinará con todos los proveedores involucrados en la boda y luna de miel, asegurando que todos trabajen en conjunto para que el servicio sea de calidad, gestionará el presupuesto para que se mantenga dentro del límite financiero de las parejas, resolverá los problemas que se pueden surgir durante el proceso de la planificación, el día de la boda y en la luna de miel para que los novios estén tranquilos y disfruten el proceso del gran día.
3. Diseñadora de bodas: trabajará con las parejas para crear el concepto de diseño que refleje el estilo personal y las preferencias de los clientes, seleccionará la decoración, el mobiliario, la iluminación y otros elementos visuales para el ambiente de la ceremonia y recepción, trabajará con el proveedor de florería para crear arreglos florales que complementen el diseño de la boda, diseñara las invitaciones, los programas, las tarjetas de agradecimiento y supervisará la instalación de la decoración en día de la boda, asegurando que todo se vea de acuerdo a lo planeado.
4. Colaboradores de los principales proveedores: se necesitará el apoyo de community manager, chefs, pasteleros, cocineros, meseros, camareras, recepcionistas, personal de limpieza, guías turísticos, conductores, fotógrafos, maquillistas, decoradores, músicos, bartender, vendedores, DJ, operadores de parques y agencias de viajes.

El precio del lugar que se va a rentar ya incluye los siguientes servicios: extracción de basura, suministro de agua, seguridad 24/7 y limpieza en áreas exteriores.

8.4 Materia prima, proveedores, capacidad instalada

La materia prima de Bodas Ixchel es el profesionalismo y el conocimiento con el cual contarán sus colaboradores a la hora de planificar, organizar y diseñar las bodas de

destino y lunas de miel brindando creatividad en los diseños, calidad a la hora de proporcionar el servicio y formando una buena relación con los proveedores para adquirir servicios de calidad a precios competitivos.

Los proveedores necesarios para brindar el servicio son:

Hoteles: ellos brindarán servicios de hospedaje para los novios e invitados, antes de la boda, durante y después de la misma. También se necesitarán de los servicios de hospedaje a la hora de realizar la luna de miel.

Transportes turísticos terrestre: este proveedor será necesario para el traslado de las parejas e invitados a las locaciones de las ceremonias y durante la luna de miel. El transporte necesario deberá estar registrado ante el Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT), con la autorización de la Dirección General de Transporte y deberá contar con el permiso de la Municipalidad.

Catering: el servicio de catering será necesario para la alimentación de los invitados y novios durante la fiesta. En ella se pueden escoger el menú deseado por las parejas y el servicio que necesitaran como servicios buffet y servicio en la mesa.

Guías turísticos: para las celebraciones de las bodas y lunas de miel será importante contar con una variedad de destinos turísticos en la región Guatemala Moderna y Colonial para ofrecer una variedad de locaciones a las parejas como: conventos, jardines, iglesias y ruinas históricas de Antigua Guatemala.

Músicos: serán los responsables de poner ambiente en la ceremonia y en la recepción para que la boda sea memorable.

Fotógrafos: ellos buscarán capturar la esencia de las parejas en cada fotografía y video para que tengan un recuerdo único del día más importante de sus vidas.

Maquillaje: este proveedor será muy importante en especial para la novia ya que buscará resaltar su belleza para que brille e impresione al novio el día de la boda.

Alquiler de mobiliario: estas empresas serán los encargados de proporcionar el mobiliario como bases, sillas, mesas, bancos, lounge, salas, bares, baja, platos, servilletas y candeleros para que la decoración quede impecable y los novios e invitados tengan una experiencia inigualable.

A continuación, se presentan las cotizaciones por cada proveedor.

Nombre del proveedor	Tipo de servicio	Descripción del servicio	Precio
Hotel Tikal Futura	Hospedaje	Habitación Deluxe	Q893.55
		Habitación Business	Q893.55
		Suite Deluxe	Q893.55
		Suite Máster	Q893.55
Pensativo House Hotel	Hospedaje	Habitación Deluxe 1 y 2	Q893.55
		Suite King y Queen	Q893.55
		Máster suite	Q893.55
		Royal suite	Q893.55
Transporte Nedicorsa	Transporte	Bus para 25 pasajeros	Q1,500.00
Cocinarte	Catering	Cada menú	Q139.00
	Catering	Servicio a mesa	Q10.00
Banquetes Greicy	Catering	Cada menú	Q145.00
Banquetes Greicy	Alquiler de mobiliario	Platos, cristalería, mesa.	Q1,902.00
Teatro Abril	Guías turísticos	Salón de fiestas	Q2,500.00
Convento las Capuchinas	Guías turísticos	Claustro techado	Q 9,000.00
Convento las Capuchinas	Guías turísticos	Jardín	Q6,000.00
Marie Medina	Fotógrafa	Servicio de 6 horas	Q 3,950.00
	Fotógrafa	Servicio de 8 horas	Q4,350.00
Juanfer Penagos	Fotógrafo	Servicio	Q10,101.00
Adriana Lima	Maquillista	Maquillaje y peinado	Q1,100.00
	Maquillista	Maquillaje	Q600.00
	Maquillista	Maquillaje blindado	Q350.00

Fuente: elaborado por gestora del proyecto con datos de cotizaciones.

8.4.1 Calificación de proveedores

Factor	Peso asignado	Hospedaje	Transporte	Catering	Guía turístico
		Calificación	Calificación	Calificación	Calificación
Experiencia	30	30	30	30	30
Calidad	20	20	18	20	20
Confiabilidad	50	50	50	50	50
Puntos totales	100	100	98	100	100

Fuente: elaborado por gestora del proyecto con datos de cotizaciones.

Los dos hoteles proporcionan la información de manera clara y fácil de conseguir en sus redes sociales y páginas web. Las dos empresas de transporte cuentan con información general en sus páginas, pero no específicas sobre los precios de los servicios por lo que se les hizo una cotización y solo Transporte Nedicarsa contestó y dio información de sus servicios. Las dos empresas de catering proporcionan la información de manera clara y fácil de conseguir en sus redes sociales y páginas web. Además, cuando se les hizo la cotización respondieron lo más pronto posible. Banquetes Greicy también proporciona servicio de montaje y desmontaje de mobiliario por lo que le agrega valor a su servicio y las dos locaciones turísticas para las celebraciones de las bodas cuentan con una buena reputación en las redes sociales y tienen suficiente información sobre el costo de sus servicios en páginas webs y redes sociales. Aquí se puede ver que los proveedores con cien puntos son los que ofrecen un mejor servicio.

Factor	Peso asignado	Fotógrafos	Maquillistas	Músicos	Pastelerías	Alquiler de mobiliario
		Calificación	Calificación	Calificación	Calificación	Calificación
Experiencia	30	25	20	20	30	30
Calidad	20	19	20	15	15	15
Confiabilidad	50	50	50	45	45	46
Puntos totales	100	94	90	80	90	91

Fuente: elaborado por gestora del proyecto con datos de cotizaciones.

Los dos proveedores tienen páginas webs con información general de sus servicios y precios, pero cuando se realizó la cotización solo Marie Medina contestó y mando un presupuesto detallado de lo que se le pidió. Los proveedores de música cuentan con información general de los servicios que ofrecen en sus páginas webs, pero no tienen los precios, se les mandó correos preguntándoles por cotizaciones, pero no respondieron. Asimismo, los proveedores de pasteles cuentan con información general de los servicios que ofrecen en sus páginas webs, pero no tienen los precios, se les mandó correos preguntándoles por cotizaciones, pero no respondieron y las empresas de alquiler de mobiliario cuentan información general en sus redes sociales y páginas webs, pero al cotizar sobre sus precios solo Banquetes Greicy contestó los correos enviados.

Capacidad instalada: Se brindará un servicio de "Modern Love" por mes, ya que este es un servicio completo que requiere mucho tiempo, atención a cada detalle del proceso y atención personalizada a cada pareja. Además, contamos con pocos colaboradores y, si aceptamos más servicios, la calidad disminuiría debido a la dificultad de enfocarse en varias bodas y lunas de miel simultáneamente.

Se ofrecerán al menos dos servicios de "Amor a la Antigua" al mes, ya que requieren menos tiempo de organización. La mayoría de los procesos ya han sido realizados por los novios y solo se necesita ejecutar lo planeado el día de la boda.

Se podrán realizar al menos tres paquetes del servicio "Fly Me to The Moon" al mes, ya que no requiere mucho tiempo y la mayoría de las actividades se pueden gestionar en línea y desde la oficina de Bodas Ixchel.

Por lo tanto, se estima brindar un mínimo de seis servicios de bodas de destino y lunas de miel al mes y un máximo de nueve servicios en temporadas altas. Estos criterios se establecen para garantizar una atención de calidad a cada cliente y poder enfocarse en cada detalle de sus preferencias y necesidades para el día más especial de sus vidas.

8.5 Manejo de inventarios y sistemas de control

Por el momento no se contará con un gran inventario, ya que se trata de una empresa nueva que ofrecerá servicios en lugar de productos tangibles. A continuación, se presenta una lista del mobiliario y equipo que se utilizará en la oficina para garantizar que los colaboradores trabajen cómodamente y los clientes cuenten con un espacio adecuado para reunirse con el equipo.

- Tres computadoras HP
- Tres escritorios para oficinas
- Tres sillas para oficinas
- Un sofá para oficina
- Una mesa de centro
- Dos cuadros típicos
- Útiles de oficinas como lapiceros, hojas, tintas y libretas.

Se implementará un sistema de control integral para gestionar las operaciones de manera eficiente y profesional, asegurando la calidad, cantidad y costos de los servicios, de esta manera se mejora la satisfacción del cliente y se optimizará la rentabilidad de Bodas Ixchel. A continuación, se describen los componentes que se tomarán en cuenta en el sistema de control.

1. Módulo de gestión de clientes: en este componente se hará la recopilación de los datos de los clientes, se creará y gestionará los perfiles de las parejas, se dará seguimiento a las interacciones y comunicaciones con los clientes.
2. Módulo de planificación de bodas y lunas de miel: se crearán los cronogramas de la boda y luna de miel, se hará una lista de tareas personalizadas por cada etapa de planificación (preboda, boda, post boda, antes, durante y después de la luna de miel), se asignará tareas a los miembros del equipo y proveedores, se dará un seguimiento al proceso de las actividades.
3. Módulo de gestión de proveedores: búsqueda y selección de los proveedores, solicitar cotizaciones de sus servicios, calificar a cada proveedor, comparar los servicios, crear y gestionar sus perfiles, realizar la contratación.

4. Módulo de control de presupuesto: registrar detalladamente los gastos e ingresos, generación de informes financieros y análisis de gastos, monitoreo al presupuesto para estar alertas a posibles desviaciones.
5. Módulo de gestión de documentos: almacenar los documentos como contratos, facturas y permisos en un lugar seguro ordenándolos por clasificación y tipo de documento.
6. Módulo de comunicación y colaboración: se creará un grupo de WhatsApp para que los integrantes del equipo se puedan comunicar de forma clara y precisa. Se realizará tareas colaborativas para agilizar los procesos de bodas y lunas de miel, cada colaborador de la organización contará con su propio espacio para guardar los documentos y archivos que necesiten para el cumplimiento de sus tareas.
7. Módulo de encuestas y evaluaciones: enviar encuestas de satisfacción a los clientes, recopilar y analizar los comentarios y sugerencias, identificar las áreas de mejoras y optimizar el servicio implementando las sugerencias de los clientes y capacitando a los colaboradores. Todas estas actividades mejorarán la eficiencia y la productividad de los servicios que brindarán bodas lxchel.

8.6 Ubicación de la empresa y vías de acceso

Se rentará un local en la avenida Hincapié Zona 13 de la ciudad de Guatemala en Plaza Comercial por un costo de Q4,300 mensuales, el cual cuenta con área de parqueo de vistas, garita de seguridad, cisterna, entorno comercial y residencial, esta sobre la avenida de alto tráfico, con puerta a la calle y buen acceso a transporte público. El terreno es de 42.93 v2 y la construcción es de 30.00 m2, se encuentra en el primer nivel por lo que es accesible para personas con capacidades diferentes, en caso de ser necesario se usará una rampa peatonal como la que se verá en anexo.

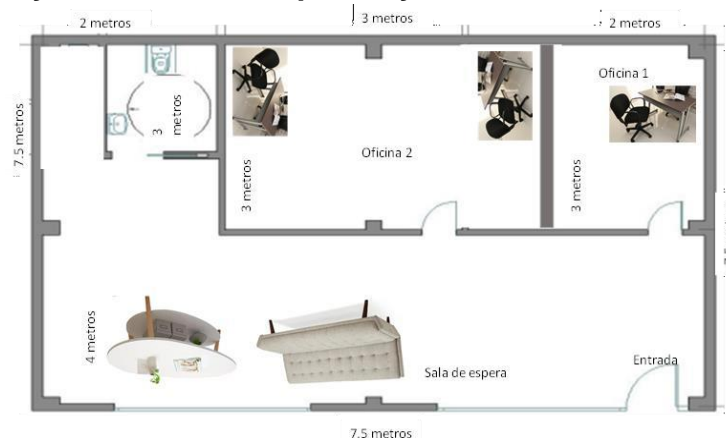
Para llegar al lugar es recomendable ir por avenida las Américas ya que ahí normalmente no hace tanto tráfico y se podrá ver plazas como la Plaza Eucarística, Plaza Obelisco, parques, centros comerciales, restaurantes, una variedad de hoteles a diferentes precios, en general es un área que cuenta con una buena ubicación tanto para colaboradores, clientes y proveedores.

Bodas Ixchel tendrá un sitio web y redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter (X), y Tik Tok estos se diseñarán con los colores del logotipo de la organización para que todo vaya combinado y para posicionar de la mejor manera la marca.

En el sitio web se tendrá un espacio que diga nosotros para que los clientes puedan conocer la visión, misión, valores y la experiencia de los colaboradores, se subirán fotos y videos de los diseños de las bodas, los lugares turísticos a visitar durante la luna de miel, actividades a realizar, el servicio de catering y la decoración de los salones para la ceremonia y la recepción, también contendrá un espacio en donde los clientes puedan contactarnos ya sea por correo electrónico, por teléfono o por mensaje en WhatsApp, en la parte inferior se dejarán los enlaces a las redes sociales. En el encabezado de la página se pondrá el logotipo de Bodas Ixchel y la ubicación física de la misma.

Se usará el logo en los perfiles de las redes sociales y se dejará un enlace que dirija a los clientes al sitio web, al WhatsApp y al correo electrónico de la organización. Aquí también se subirán fotos, videos y promociones de los servicios de wedding planner.

8.7 Diseño y distribución de planta y oficinas



Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Como se observa en el plano, el local se ha dividido de la siguiente manera: la oficina uno está destinada a la administradora, mientras que la oficina dos la compartirán la wedding planner y la diseñadora de bodas, ya que sus tareas están

estrechamente relacionadas y es más conveniente que trabajen en el mismo espacio para facilitar la comunicación entre ellas. También se incluye un baño que será utilizado por los colaboradores y los clientes. El espacio restante se destinará a una sala de espera para que los clientes puedan acomodarse mientras esperan sus reuniones con los miembros del equipo. En la pared del pasillo se colocarán dos cuadros típicos pintados al óleo, así como las señalizaciones de salida de emergencia y del baño, como se dijo anteriormente el local está en el primer piso, por lo que es accesible a todo tipo de público, pero para un mejor servicio se tendrá una rampa que será útil para los clientes con discapacidades motoras y de la vista. En las locaciones de las bodas, se priorizarán lugares accesibles para todas las personas que asistirán. Además, se seleccionarán proveedores de servicios, como hoteles y transportes turísticos, que consideren la inclusión de personas con capacidades diferentes en su servicio.

No.	Descripción	Costo unitario	Total
3	Computadoras HP	Q4,498.00	Q13,494.00
3	Escritorios para oficinas	Q599.99	Q1,799.97
3	Sillas para oficinas	Q599.95	Q1,799.85
1	Sofá para oficina	Q2,599.00	Q2,599.0
1	Mesa de centro	Q439.99	Q439.99
2	Cuadros típicos	Q300.00	Q600.00
	Útiles de oficina (lapiceros, hojas)	Q300.00	Q300.00
		Total:	Q21,032.81

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Las computadoras fueron cotizadas en Tiendas Max, los escritorios, sillas, mesa de centro y el sofá de oficina fueron cotizadas en las tiendas de CEMACO, los cuadros típicos fueron cotizados en la tienda de artesanía Guatemala Arte y Moda, los útiles de oficina fueron cotizados en la librería El Progreso.

8.8 Mano de obra requerida

Se contratará con servicios de outsourcing para tener personal especializado en mercadeo y marketing digital que desarrolle, supervise e implemente estrategias para posicionar a Bodas Ixchel en el mercado de bodas de destino y lunas de miel.

Asimismo, se requerirá el apoyo del personal de empresas de alojamiento, como recepcionistas, camareras y amas de llaves, para brindar servicios de hospedaje a los novios y sus invitados antes, durante y después de la boda. También será necesaria la colaboración de empresas de transporte turístico que proporcionen guías turísticos y conductores para trasladar a los clientes a las locaciones de las bodas y lunas de miel.

Las empresas de catering deberán suministrar personal para el montaje y desmontaje de mobiliario, así como meseros y bartenders. En los restaurantes, se requerirá personal como meseros, cocineros, chefs y personal de limpieza para proporcionar un servicio de alta calidad acorde a las necesidades de los clientes. Además, se necesitará la mano de obra de maquillistas, fotógrafos y músicos para ofrecer un servicio completo con todos los proveedores necesarios el día de la boda y la luna de miel, haciendo que sea una experiencia única e inolvidable.

Bodas Ixchel pondrá a disposición para la realización de las bodas sus tres colaboradores claves, el administrador, la wedding planner y la diseñadora de bodas.

8.9 Programas de producción, consumo y compras

El paquete Modern Love tendrá una duración aproximada de 6 meses, ya que el servicio completo empieza desde cero en la planificación y organización de bodas y lunas de miel, lo que requiere tiempo para ejecutar cada paso del proceso. Se elaborará un cronograma de actividades donde se especificarán las tareas a realizar y las fechas correspondientes. Esto permitirá que tanto la wedding planner como los novios puedan seguir el progreso de la planificación y organización de manera efectiva.

El paquete Amor a la Antigua tendrá una duración aproximada de 2 semanas, ya que es necesario coordinar con los proveedores contratados por los novios, programar su llegada a las locaciones, y gestionar el número de colaboradores necesarios para organizar correctamente las actividades del día de la boda y evitar imprevistos. También se creará un cronograma de actividades para asegurarse de que todo esté en orden y se cumplan todas las tareas planificadas.

El paquete Fly Me to the Moon tendrá una duración aproximada de 15 días, ya que los tours ofrecidos durarán de 7 a 8 días. El servicio de planificación y organización de la luna de miel comenzará 8 días antes de la fecha de inicio de la luna de miel y finalizará al término del tour de los novios. Para supervisar el proceso de las actividades, se realizará un cronograma para la wedding planner y un itinerario detallado para los novios.

El personal tendrá distribuidos las 8 horas laborales de la siguiente manera.

Días de la semana	Lun.	Mar.	Miér.	Jue.	Vie.	Sáb.	Dom.	Total, horas
Puesto	Hor.							
Administrador	7	7	5	5	8	8	8	48
Wedding planner	0	0	8	8	8	8	8	40
Diseñadora de bodas	0	0	8	8	8	8	8	40

Fuente: elaboración propia

Como se observa en el cuadro, la wedding planner y la diseñadora de bodas tendrán descansos los lunes y martes, ya que normalmente las bodas se celebran los fines de semana y su presencia será esencial en esos días.

La administradora, siendo la propietaria, no tendrá días de descanso completos, ya que debe mantener la oficina abierta para atender a los clientes durante los días en que las otras dos colaboradoras no estén presentes. Sin embargo, los miércoles y jueves podrá salir temprano o entrar tarde, permitiéndose un descanso, dado que en esos días las otras dos integrantes del equipo ya habrán retomado sus horarios laborales habituales.

La contratación de los servicios de proveedores se llevará a cabo según la demanda de bodas y lunas de miel y en función de la capacidad instalada. Se proporcionará un mínimo de seis y un máximo de nueve servicios por mes, lo que implica que probablemente se necesitarán adquirir estos servicios una o dos veces por semana.

9 ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA

El análisis de prefactibilidad administrativa que tendrá la nueva empresa incluirá el diseño, análisis y descripción de puestos para los colaboradores, el proceso de reclutamiento, selección, contratación, orientación, socialización, evaluación de desempeño, remuneración, prestaciones, calidad de vida en el trabajo, capacitación y desarrollo de cada uno de los futuros miembros del equipo de Bodas Ixchel. A continuación, se detallan cada uno de estos procesos administrativos.

9.1 Diseño de puestos

Bodas Ixchel contará con tres colaboradores que trabajarán directamente para la organización y un colaborador que será subcontratado, quienes realizarán las siguientes funciones.

1. **Administradora:** es quien representará legalmente a la organización, supervisará el trabajo de todas las áreas y tomará decisiones importantes relacionadas con el funcionamiento de la empresa. Esto incluye decisiones sobre la contratación de personal, la compra de suministros y la fijación de los precios. Además, al ser una nueva empresa, también se encargará de tareas como la contabilidad financiera y el cumplimiento de las leyes ambientales, laborales, fiscales y ayudará a la wedding planner en la organización y planificación de las bodas de destino y lunas de miel. En la comunicación descentralizada, la administradora da libertad a los colaboradores de tomar decisiones sobre su trabajo: así que ellos tendrán la responsabilidad de completar sus tareas de manera eficiente y efectiva.

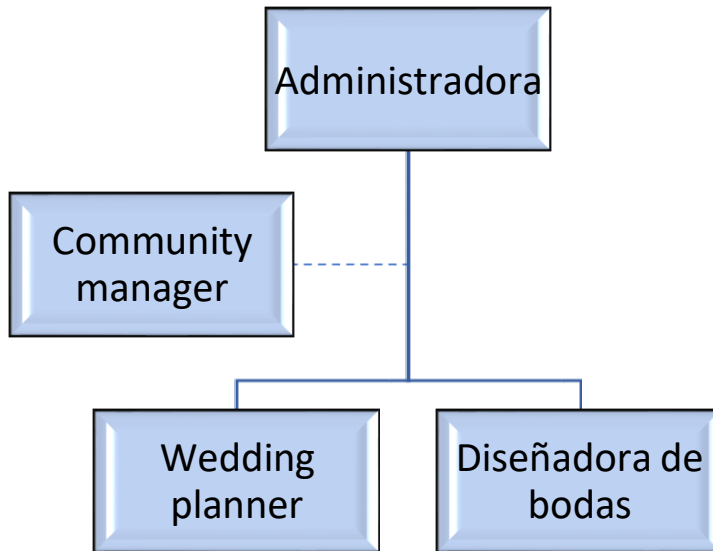
2. **Weeding planner:** será quien planifique y organice las bodas de destino y lunas de miel, trabajará en estrecha colaboración con las parejas para organizar todos los aspectos de la boda, se comunicará y coordinará con todos los proveedores involucrados en la boda y luna de miel, asegurando que todos trabajen en conjunto para que el servicio sea de calidad, gestionará el presupuesto para que se mantenga dentro del límite financiero de las parejas, resolverá los problemas que se pueden surgir durante el proceso de la planificación, el día de la boda y en la luna de miel para que los novios estén tranquilos y disfruten el proceso del gran día. Además de esto será la encargada de vender los servicios al público objetivo.

3. **Diseñadora de bodas:** trabajará con las parejas para crear el concepto de diseño que refleje el estilo personal y las preferencias de los clientes, seleccionará la decoración, el mobiliario, la iluminación y otros elementos visuales para el ambiente de la ceremonia y recepción, trabajará con el proveedor de florería para crear arreglos florales que complementen el diseño de la boda, diseñara las invitaciones, los programas, las tarjetas de agradecimiento y supervisará la instalación de la decoración en día de la boda, asegurando que todo se vea de acuerdo a lo planeado. Ayudará a la wedding planner en el proceso de la boda y luna de miel para que todo salga como lo planeado por los novios.

4. **Community manager:** será el responsable administrar la comunidad online, desarrollando e implementando estrategias de marketing, analizando al mercado objetivo, identificando los canales de comunicación más efectivos para atraer clientes potenciales, creará contenido para las redes sociales y página web de Bodas Ixchel, recopilará y analizará datos de marketing para evaluar la efectividad de las campañas, gestionará el presupuesto de marketing, se mantendrá actualizado a las tendencias del sector de bodas de destino y lunas de miel, preparará informes periódicos sobre el rendimiento de

las campañas de marketing y el progreso general de las estrategias para informar a la administradora. Se contará con este servicio por lo menos 20 horas a la semana durante los primeros 6 meses. Lo que significa que laborará para Bodas Ixchel 4 horas diarias de lunes a viernes.

A continuación, se presenta la estructura administrativa que tendrá Bodas Ixchel.



Preparado por: Angélica Argueta	Nomenclatura: 125
Organigrama	
Organización Bodas Ixchel	

Fuente: elaborado por gestora del proyecto.

9.2 Descripción y análisis de puestos

A continuación, se detallan los puestos de los tres colaboradores que formarán parte de Bodas Ixchel.



BODAS IXCHEL
MANUAL DE PUESTOS
ADMINISTRADOR

Página: 1/4

De fecha:
21/05/2024

DESCRIPCION DE PUESTOS

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

- 1) Nombre del puesto: administrador
- 2) Número de plazas existentes: 1
- 3) Clave: 00123
- 4) Ubicación física: avenida Hincapié Zona 13 de la ciudad de Guatemala.
- 5) Tipo de contratación: Indefinido/tiempo completo
- 6) Ámbito de operación: administrar operaciones y supervisar el recurso humano de la organización.

RELACIONES DE AUTORIDAD

- 1) Jefe inmediato: El administrador es el puesto más alto en la jerarquía de la empresa.
- 2) Subordinados directos: wedding planner, diseñadora de bodas y community manager.
- 3) Dependencia funcional por función principal: administración

PROPÓSITOS DEL PUESTO

Gestionar las actividades diarias de Bodas Ixchel, abarcando operaciones financieras, la supervisión de recursos humanos, la representación legal y el marketing, para ofrecer un servicio de calidad que supere las expectativas de los clientes.

FUNCIONES GENERALES

- ❖ Planificar estratégicamente las actividades de Bodas Ixchel, fijar las políticas y los objetivos de corto, mediano y largo plazo.

- ❖ Desarrollar e implementar estrategias para mejorar la eficiencia operativa y la rentabilidad.
- ❖ Preparar, supervisar y controlar los presupuestos y gastos de la organización.
- ❖ Elaborar la contabilidad y los informes financieros.
- ❖ Asegurar el cumplimiento de las obligaciones fiscales.
- ❖ Reclutar, seleccionar, integrar, asegurar, promover y evaluar a los colaboradores de la organización, teniendo en cuenta sus capacidades, habilidades, destrezas, competencias, carácter y personalidad.
- ❖ Diseñar la estructura organizacional acorde a la demanda del entorno y el mercado.
- ❖ Liderar y motivar al equipo de Bodas Ixchel para alcanzar los objetivos de rendimiento.

RESPONSABILIDAD

- ❖ Asegurar el cumplimiento de todas las normas y regulaciones locales, representando a la organización ante los representantes de otras entidades gubernamentales, autoridades municipales y medios de comunicación.
- ❖ Gestionar las relaciones con los proveedores, clientes y autoridades municipales.
- ❖ Implementar estrategias de marketing para aumentar la ocupación y los ingresos.
- ❖ Representar a Bodas Ixchel en eventos y ferias comerciales.
- ❖ Crear climas organizacionales adecuados que ayuden al desarrollo de la creatividad, la motivación y el desarrollo profesional de los colaboradores.
- ❖ Fomentar la responsabilidad social de la organización para cuidar el medio ambiente en donde se celebren las bodas y lunas de miel, respetar los derechos humanos y contribuir con el desarrollo económico de Guatemala.

ACTIVIDADES DIARIAS

- ❖ Supervisar las operaciones diarias de Bodas Ixchel, incluyendo la planificación y organización de las bodas y lunas de miel.
- ❖ Implementar y mantener altos estándares de calidad en todos los aspectos del servicio al cliente.
- ❖ Cumplir con las normas y procedimientos de seguridad y salud del trabajo.

- ❖ Gestionar las reservas y la disponibilidad de fechas para los servicios de bodas de destino y lunas de miel.
- ❖ Cuidar el resguardo y mantenimiento de la confidencialidad de la información suministrada por los clientes.
- ❖ Contribuir con la limpieza del local para que todo se vea impecable.
- ❖ Ayudar a la wedding planner a ejecutar todo lo planeado el día de la boda.

NIVELES DE SUPERVISIÓN

¿A QUIÉN REPORTA?

El administrador es el puesto más alto en la jerarquía de la empresa.

¿QUIÉNES LE REPORTAN?

Wedding planner, community manager, diseñadora de bodas.

COMUNICACIÓN

Descendente

1) PERFIL Y/O ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

Conocimientos: ingles intermedio o avanzado, conocimiento en la gestión del tiempo, cualidades de liderazgo, entusiasmo e iniciativa, dotes para la comunicación, capacidad para resolver los problemas y para negociar, conocimientos de informática, capacidad de trabajar en equipo y conocimientos del entorno turístico de Guatemala.

Nivel académico: Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

Edad: 25 años en adelante.


Experiencia: mínimo un año de experiencia en la industria del turismo, preferiblemente en el segmento de bodas de destino y lunas de miel.

2) Características y habilidades susceptibles a medición

Iniciativa, liderazgo, seriedad, disciplina, responsable, toma de decisiones, trabajo en equipo, pasión por el trabajo, control de carácter y lealtad.

3) Características físicas Indiferente 4) Sexo Indiferente 5) Estado civil Indiferente			
Elaborado por: Angélica Argueta	Autorizado por: Angélica Argueta	Fecha de elaboración: 21 de mayo 2024	Manual de puestos Bodas Ixchel

Fuente: elaborada por gestora del proyecto

	MANUAL DE PUESTOS WEDDING PLANNER	De fecha: 21/05/2024
	DESCRIPCIÓN DE PUESTOS	
IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO <ol style="list-style-type: none"> 1) Nombre del puesto: Wedding planner 2) Número de plazas existentes: 1 3) Clave: 00345 4) Ubicación física: avenida Hincapié Zona 13 de la ciudad de Guatemala. 5) Tipo de contratación: Indefinido/tiempo completo <p>Ámbito de operación: planificar y organizar las bodas de destino y lunas de miel.</p>		
RELACIONES DE AUTORIDAD <ol style="list-style-type: none"> 4) Jefe inmediato: Administradora 5) Subordinados directos: No tiene 6) Dependencia funcional por función principal: entregar informes mensuales de los gastos de servicios realizados mensualmente. 		
PROPÓSITOS DEL PUESTO <p>Realizar la planificación, organización, ejecución y ventas de las bodas de destino y lunas de miel, brindando un servicio de calidad para que se cumplan las expectativas y el presupuesto de los clientes.</p>		

FUNCIONES GENERALES

- ❖ Realizar entrevistas con los clientes para conocer sus preferencias, presupuesto y estilo deseado para la boda y luna de miel.
- ❖ Desarrollar el cronograma detallado de la boda y luna de miel incluyendo la selección de proveedores, la coordinación de logística, la gestión del presupuesto y la elaboración de un plan de contingencias.
- ❖ Negociar y contratar proveedores de servicios para la boda y luna de miel tales como catering, decoración, fotografía, transporte, hospedaje, mobiliario y entretenimiento.
- ❖ Mantener comunicación fluida con los clientes y proveedores para garantizar la coordinación y el cumplimiento de las expectativas.
- ❖ Supervisar la ejecución del plan el día de la boda, asegurando que todo salga según lo planificado.
- ❖ Evaluar el desempeño de los proveedores y la satisfacción de los clientes, recopilando retroalimentación para la mejora continua del servicio.

RESPONSABILIDAD

- ❖ Mantenerse actualizado sobre las tendencias del segmento de bodas de destino y lunas de miel.
- ❖ Asistir a eventos de la industria para establecer contactos y ampliar la red de proveedores.
- ❖ Promover los paquetes de Bodas Ixchel por medio de diversos canales tales como las redes sociales, marketing digital y eventos presenciales.
- ❖ Cumplir con las políticas y procedimientos establecidos por Bodas Ixchel.

ACTIVIDADES DIARIAS

- ❖ Supervisar todos los pasos ya realizados y por hacer en el cronograma de la boda y luna de miel.
- ❖ Elaborar detalladamente el itinerario de la boda y luna de miel.
- ❖ Comunicarse con los proveedores y clientes
- ❖ Mantenerse informado sobre las condiciones de los destinos turísticos de Guatemala Moderna y Colonial.
- ❖ Mantener comunicación fluida y clara con la diseñadora de bodas para

informarle de las preferencias de los novios.

- ❖ Contribuir con la limpieza del local para que todo se vea impecable.

NIVELES DE SUPERVISIÓN

¿A QUIÉN REPORTA?

A la administradora

¿QUIÉNES LE REPORTAN?

Proveedores y diseñadora de bodas.

COMUNICACIÓN

Ascendente y horizontal.

1. PERFIL Y/O ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

Conocimientos: ingles intermedio o avanzado, conocimiento en la gestión del tiempo, capacidad para trabajar bajo presión y cumplir con plazos ajustados, dotes para la comunicación, capacidad para resolver los problemas, capacidad para negociar, conocimientos Informática, capacidad de trabajar en equipo, conocimientos del entorno del segmento de bodas de destino y lunas de miel, conocimiento de los protocolos que se realizan en la ceremonia y la recepción, creatividad, entusiasmo e iniciativa y capacidad para escuchar.

Nivel académico: Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, capacitaciones sobre eventos de etiqueta y protocolo.

Edad: 25 años en adelante.

Experiencia: mínimo dos años de experiencia en la industria del turismo, preferiblemente en bodas, eventos o en tour operadoras.

Características y habilidades susceptibles a medición

Iniciativa, liderazgo, seriedad, disciplina, responsable, toma de decisiones, trabajo en equipo, pasión por el trabajo, control de carácter, lealtad, dinámica, creatividad, confiable, orientación al cliente, flexibilidad para viajar con frecuencia a los destinos de Guatemala Moderna y Colonial.

<p>6) Características físicas Indiferente</p> <p>7) Sexo Indiferente</p> <p>8) Estado civil Indiferente</p>			
<p>Elaborado por: Angélica Argueta</p>	<p>Autorizado por: Angélica Argueta</p>	<p>Fecha de elaboración: 21 de mayo 2024</p>	<p>MANUAL DEPUESTOS Bodas Ixchel</p>

Fuente: elaborada por gestora del proyecto



**MANUAL DE PUESTOS
DISEÑADORA DE BODAS**

De fecha: 21/05/2024

DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

- 7) Nombre del puesto: Diseñadora de bodas
- 8) Número de plazas existentes: 1
- 9) Clave: 00567
- 10) Ubicación física: avenida Hincapié Zona 13 de la ciudad de Guatemala.
- 11) Tipo de contratación: Indefinido/tiempo completo
- 12) Ámbito de operación: diseñar bocetos para los diseños de las bodas.

RELACIONES DE AUTORIDAD

- 7) Jefe inmediato: Administradora
- 8) Subordinados directos: No tiene
- 9) Dependencia funcional por función principal: entregar informes mensuales de los gastos de diseños realizados.

PROPÓSITOS DEL PUESTO

Crear y ejecutar el diseño visual de las bodas de destino y lunas de miel, asegurando que se alinee con los estilos de cada pareja, para el cumplimiento de sus expectativas al tener una boda única e inolvidable.

FUNCIONES GENERALES

- ❖ Realizar entrevistas con los clientes para comprender sus visiones, preferencias de estilo y presupuesto para el diseño de la boda.
- ❖ Seleccionar y coordinar con proveedores, como floristas, decoradores, empresas de alquiler y diseñadores de pasteles, para garantizar la ejecución impecable del diseño de la boda.

- ❖ Desarrollar planos de planta, bocetos y otros materiales visuales para ilustrar el diseño de la boda y la disposición del lugar.
- ❖ Evaluar el desempeño de los proveedores y la satisfacción de los clientes, recopilando retroalimentación para la mejora continua del servicio.

RESPONSABILIDAD

- ❖ Mantenerse actualizado sobre las tendencias de diseño del segmento de bodas de destino y lunas de miel para aplicarlos de manera creativa en los proyectos de boda.
- ❖ Cumplir con las políticas y procedimientos establecidos por Bodas Ixchel.
- ❖ Gestionar el inventario de los elementos de diseño alquilados y garantizar su devolución oportuna y en buen estado.
- ❖ Colaborar con el fotógrafo y el videógrafo de la boda para garantizar que la captura visual de la boda refleje el diseño general.
- ❖ Viajar a las locaciones de la boda para supervisar la instalación y el desmontaje del diseño, garantizando que la ejecución final coincida con la visión de la pareja.

ACTIVIDADES DIARIAS

- ❖ Mantenerse informado sobre las condiciones de los destinos turísticos de Guatemala Moderna y Colonial.
- ❖ Mantener comunicación fluida y clara con la wedding planner y las parejas para informarse de posibles cambios en el diseño.
- ❖ Crear tableros de inspiración, propuestas de diseño y presentaciones visuales que muestren el concepto de diseño general para la boda.
- ❖ Contribuir con la limpieza del local para que todo se vea impecable.

NIVELES DE SUPERVISIÓN

¿A QUIÉN REPORTA?

A la administradora

¿QUIÉNES LE REPORTAN?

Proveedores y wedding planner

COMUNICACIÓN

Ascendente y horizontal.

1. PERFIL Y/O ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

Conocimientos: ingles intermedio o avanzado, habilidades en diseño, conocimiento en la gestión del tiempo, capacidad para trabajar bajo presión y cumplir con plazos ajustados, dotes para la comunicación, capacidad para resolver los problemas, conocimientos Informática, capacidad de trabajar en equipo, conocimientos del entorno del segmento de bodas de destino y lunas de miel, creatividad, entusiasmo e iniciativa y capacidad para escuchar.

Nivel académico: Licenciatura en Diseño, Bellas Artes o campo relacionado.

Edad: 25 años en adelante.

Experiencia: mínimo dos años de experiencia en diseño de bodas o eventos, preferiblemente en el segmento de bodas de destino y lunas de miel.

Características y habilidades susceptibles a medición

Iniciativa, atención al detalle, seriedad, disciplina, responsable, toma de decisiones, trabajo en equipo, pasión por el trabajo, control de carácter, lealtad, dinámica, creatividad, confiable, orientación al cliente y flexibilidad para viajar con frecuencia a los destinos de Guatemala Moderna y Colonial.

9) Características físicas

Indiferente

10) Sexo

Indiferente

11) Estado civil

Indiferente

Elaborado por: Angélica Argueta	Autorizado por: Angélica Argueta	Fecha de elaboración: 21 de mayo 2024	MANUAL DEPUESTOS Bodas Ixchel
---	--	---	---

Fuente: elaborado por gestora del proyecto.

9.3 Reclutamiento y selección

Bodas Ixchel realizará el proceso de reclutamiento y selección de la siguiente manera.

Publicación de la vacante: una vez definido claramente el perfil del puesto, incluyendo las habilidades, experiencia y conocimientos requeridos, se procederá a publicar la vacante en diferentes canales, como plataformas de empleo relevantes y redes sociales. Además, se establecerá un plazo para la entrega de las candidaturas.

Datos requeridos en la solicitud de empleo: información personal como nombre completo, dirección, teléfono y correo electrónico. Formación académica como estudios realizados, diplomas y certificaciones relevantes con respecto a bodas y lunas de miel. Experiencia laboral en donde mencionen los puestos desempeñados, funciones y logros. Descripción de sus habilidades y competencias en la organización, comunicación, atención al cliente, liderazgo y creatividad. Si ya ha brindado servicios en el segmento, puede adjuntar el portafolio con los trabajos realizados.

Recopilación de candidaturas: para estar bien organizados se creará un correo electrónico exclusivo para la recepción de currículos y cartas de presentación de los candidatos. Los postulantes deberán enviar la documentación solicitada al correo que se especificó en la publicación de la oferta.

Preselección de candidatos: se analizarán y evaluarán los currículos y las cartas de presentación de los candidatos, incluyendo la formación académica, la experiencia laboral y las habilidades relevantes para el puesto. En base a la información analizada se hará una preselección de los candidatos que más se ajusten al perfil de cada puesto.

Se contactará a los candidatos preseleccionados para realizar una entrevista inicial, esta puede ser por videollamada o de forma presencial. Ahí se evaluará la comunicación verbal, las habilidades interpersonales y la motivación de los candidatos. Además, se evaluará el conocimiento de los candidatos en protocolo,

atención al cliente, planificación y organización de bodas y lunas de miel. Para esto, se utilizarán pruebas de selección múltiple, preguntas abiertas o casos prácticos sobre cómo podrían resolver un problema el día de la boda. Luego se hará una selección final de candidatos.

Selección final: se invitará a los candidatos finalistas a una entrevista presencial con la administradora de Bodas Ixchel. En esta entrevista, se profundizará en su experiencia, habilidades y motivaciones, y se evaluará su compatibilidad con la cultura y los valores de la organización.

Formato de valoración de candidatos

Criterio	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Conocimientos	Demuestra un profundo conocimiento de las tendencias actuales en bodas, protocolos de etiqueta, organización de eventos y aspectos legales relacionados con el matrimonio.	Conocimiento de las tendencias actuales en bodas, protocolos de etiqueta y organización de eventos.	Conocimiento básico de las tendencias actuales en bodas, protocolos de etiqueta y organización de eventos.	No tiene un conocimiento adecuado de las tendencias actuales en bodas, protocolos de etiqueta y organización de eventos.
Habilidades	Demuestra excelentes habilidades de organización, planificación, atención al detalle, comunicación.	Habilidades de organización, planificación, atención al detalle, comunicación.	Habilidades básicas de organización, planificación, atención al detalle, trabajo en equipo.	No tiene las habilidades necesarias para el puesto.

Motivación	Demuestra una gran motivación por el puesto y por la industria de las bodas de destino y lunas de miel.	Está motivado por el puesto y por la industria de las bodas de destino y lunas de miel.	Poca motivación por el puesto, pero no está completamente seguro de querer trabajar en la industria de las bodas de destino y lunas de miel.	No está motivado por el puesto ni por la industria de las bodas de destino y lunas de miel.
Personalidad	Personalidad agradable, entusiasta y profesional.	Personalidad agradable y profesional.	Personalidad neutral.	Personalidad poco agradable o profesional.
Experiencia	Amplia experiencia en organización de bodas de destino y lunas de miel.	Experiencia en organización de bodas de destino y lunas de miel.	Poca experiencia en organización de bodas de destino y lunas de miel.	No tiene experiencia en organización de bodas de destino y lunas de miel.
Comentarios:				
Firma del evaluador:				
Fecha:				

Fuente: elaborado por gestora del proyecto.

Esta valoración se realizará subrayando el criterio correspondiente del candidato. Por ejemplo, si el candidato tiene excelentes conocimientos, se subrayará esa casilla, dejando sin marcar las demás (bueno, regular y malo).

Selección final del candidato: se seleccionará al candidato que obtenga la mayor cantidad de criterios calificados como excelentes y buenos en su evaluación.

9.4 Contratación, orientación y socialización

- Contratación

El candidato seleccionado será contactado por teléfono para agradecerle su interés en la vacante y programar una cita para revisar las especificaciones del contrato. Se le proporcionará la dirección exacta, así como la fecha y hora de la reunión. En caso de ser necesario, se le enviará la ubicación en tiempo real a través de Google Maps por WhatsApp. La cita se llevará a cabo en las oficinas de Bodas Ixchel, en un espacio adecuado para la conversación y libre de interrupciones.

Modelo de texto para comunicar al candidato por medio de llamada telefónica que no clasificó y no continuará con el proceso de selección.

Hola, buenas tardes [Nombre del candidato], le saluda la administradora de Bodas Ixchel, esperando que se encuentre bien. El motivo de la llamada es que queremos agradecerle por su interés en el puesto de wedding planner a la que se postuló semanas atrás. Hemos recibido un gran número de postulaciones y, tras un cuidadoso proceso de selección, hemos tomado la difícil decisión de no continuar con su candidatura para este puesto en particular.

Valoramos mucho su tiempo y esfuerzo invertidos en el proceso de selección. Le deseamos mucho éxito en su búsqueda de empleo y lo animamos a que siga en contacto con nosotros para futuras oportunidades.

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Modelo de texto para comunicar al candidato por medio de llamada telefónica que ocupará el puesto vacante

Hola, buenas tardes [Nombre del candidato], le saluda la administradora de Bodas Ixchel, esperando que se encuentre bien. El motivo de la llamada es que nos gustaría saber si aún está disponible para la vacante del puesto de wedding planner a la cual aplicó semanas atrás. Si ya no está disponible, agradecemos su tiempo al mandarnos su currículum. En caso contrario, nos complace comunicarle que ha sido seleccionado (a) para ocupar el puesto de Wedding Planner en Bodas Ixchel. Su talento, experiencia y entusiasmo por la organización de bodas de destino y lunas de miel nos ha impresionado, y estamos seguros de que será un gran aporte a nuestro equipo. Nos encantaría agendar una reunión con usted en los próximos días para brindarle información detallada sobre los aspectos legales y conductuales del puesto, así como para proceder con la firma del contrato.

Agradecemos su interés en Bodas Ixchel y esperamos con ansias comenzar a trabajar juntos para crear bodas inolvidables. Enhorabuena.

Fuente: elaborado por gestora del proyecto.

El día de la reunión, se le da la bienvenida al candidato y se procede a explicar las condiciones del contrato, que especifica el salario, la jornada laboral y los beneficios. Luego, se firma el contrato entre el candidato y la administradora. Posteriormente, se realizan los trámites administrativos necesarios para la incorporación del nuevo colaborador al equipo de Bodas Ixchel.

- Orientación

Se hará una presentación de Bodas Ixchel, brindándole al nuevo colaborador la historia, la visión, misión, valores, filosofía de trabajo, productos y servicios, y el mercado objetivo de la organización. Además, se le entregará un manual de bienvenida en formato PDF para reforzar la información proporcionada.

Al nuevo colaborador se le presentará a sus compañeros de trabajo, fomentando un ambiente cordial y de colaboración. Por ejemplo, si la nueva contratada es la diseñadora de bodas, se le presentará a la wedding planner, o viceversa, ya que, por el momento, la organización no contará con un gran número de empleados. Después

de la presentación, se llevará a cabo un recorrido guiado por las oficinas de Bodas Ixchel, donde se mostrará al nuevo colaborador su espacio de trabajo y se explicarán a grandes rasgos sus funciones. Posteriormente, se revisará el manual de bienvenida en conjunto para aclarar cualquier duda que pueda surgir al leerlo.

- Manual de bienvenida

En el manual de Bodas Ixchel contendrá lo siguiente: bienvenida a los nuevos colaboradores, antecedentes de la futura organización, la misión, visión, valores, políticas, la estructura de la organización, los derechos y obligaciones de los colaboradores, capacitación, el calendario, hora de trabajo y condiciones para horas extras, el pago de nómina y los reglamentos para los uniformes, todo el contenido del manual ayudará a los nuevos colaboradores para que conozcan un poco más a cerca de la organización. El contenido del manual se puede visualizar en anexo.

- Socialización


La administradora será el mentor del nuevo colaborador y le brindará apoyo y guía durante sus primeros días en la organización. El mentor será el responsable de responder las preguntas, ofrecer consejos y ayudar al nuevo colaborador a integrarse al equipo. Se organizarán actividades de integración para fomentar el compañerismo y la colaboración entre los colaboradores, como almuerzos en restaurantes y actividades al aire libre como un picnic o caminata por un lugar turístico de Guatemala Moderna y Colonial.

Luego se establecerá un plan de seguimiento y evaluación para monitorear el progreso del candidato durante su periodo de inducción.

9.5 Evaluación de desempeño

El método de evaluación de desempeño que se utilizará es la lista de verificación, ya que es una herramienta sencilla y práctica que permite evaluar el rendimiento de los colaboradores en base a una serie de criterios definidos. El evaluador marcará si el colaborador cumple o no con cada uno de los criterios establecidos en la lista.

A continuación, se deja un ejemplo de cómo se hará la evaluación de desempeño en Bodas Ixchel.

 Bodas Ixchel Ubicación: avenida Hincapié Zona 13 de la ciudad de Guatemala.					
Evaluación de desempeño					
Nombre del evaluado:	Adriana Lima Toruño			Fecha:	23/05/2024
Puesto del evaluado:	Wedding Planner				
Escala de evaluación:	1 - 100				
Período de evaluación:	01/01/2023- 31/12/2024				
Evaluador:	Angélica Argueta				
Puesto del evaluador:	Administradora				
Detalles de la evaluación:	Ponderación	Deseado		Obtenido	
Resultados cuantitativos del período	80%	Mínimo	Máximo		
Incremento en ventas de bodas y lunas de miel.	70%	80	100		
Incremento en servicio al cliente	15%	80	100		
Conocimiento del segmento de bodas de destino y lunas de miel.	15%	80	100		
Competencias	13%	Mínimo	Máximo		
Resolución de problemas	40%	80	100		
Toma de decisiones	30%	80	100		
Conocimiento en la gestión del tiempo	30%	80	100		
	93%		Total:		
			Desempeño:	93%	
Compromisos para mejora: la colaboradora se compromete a mantener su excelente desempeño y buscar nuevas oportunidades para superar las expectativas en todas las áreas y alcanzar el 100% de su potencial.					
Compromisos de acompañamiento: Bodas Ixchel se compromete a brindarle a la colaboradora el apoyo y la capacitación necesarios para que continúe su desarrollo profesional y alcance su máximo potencial.					
Adriana Lima Toruño (f) Colaborador		Angélica Argueta (f) Jefe inmediato			

Fuente: elaborado por gestora del proyecto.

A continuación, se presentan los criterios de evaluación de cada indicador presentado en la tabla de evaluación de desempeño.

En el incremento en ventas de bodas y lunas de miel: tiene capacidad para atraer nuevos clientes y hacer que ellos hagan recomendaciones del servicio, ha sido fundamental para el éxito de la organización.

En el incremento en servicio al cliente: cuenta con profesionalismo, amabilidad y la atención al detalle por parte del colaborador han sido claves para brindar una experiencia memorable a los clientes.

En el conocimiento del segmento de bodas de destino y lunas de miel: posee un profundo conocimiento del segmento de bodas de destino y lunas de miel, lo que permitirá que se ofrezcan paquetes y servicios personalizados que se ajustan a las necesidades y presupuestos de los clientes.

En la resolución de problemas: demuestra una gran capacidad para resolver problemas de manera creativa y eficiente. Se enfrenta a los desafíos con una actitud positiva y proactiva, buscando siempre las mejores soluciones para los novios y la organización.

En la toma de decisiones: las decisiones que toma son acertadas y oportunas basándose en el análisis de la información y su experiencia. Cuenta con capacidad de evaluar varias opciones y elegir la mejor alternativa para el logro de los objetivos.

En el conocimiento en la gestión de tiempo: gestiona su tiempo de manera efectiva, cumpliendo con sus responsabilidades y compromisos en los plazos establecidos. Prioriza las tareas importantes y organiza su trabajo de manera eficiente.

Como se ve en la evaluación de desempeño, la colaboradora ha demostrado un desempeño sobresaliente durante el período de evaluación, obteniendo una puntuación total del 93%. Se destaca por su compromiso con el trabajo, su capacidad para alcanzar objetivos y su excelente relación con los clientes.

9.6 Remuneración, prestaciones y calidad de vida



Bodas Ixchel

Ubicación: avenida Hincapié Zona 13 de la ciudad de Guatemala.

Puesto	Remuneración básica (fija)	Incentivos salariales	Prestaciones
Administrador	Se le otorgara el sueldo mínimo de Q.3,667.11.	Flexibilidad en el horario los miércoles y jueves. Descansos en los principales días de feriado en la ciudad de Guatemala. Viáticos.	Prestaciones de ley: incentivo de bonificación, bono catorce, aguinaldo, indemnización y vacaciones por ley. Prestaciones sociales: capacitaciones, participación en ferias y eventos realizados en la industria de bodas de destino y lunas de miel.
Wedding planner	Se le otorgara el sueldo mínimo de Q.3,667.11.	Descansos los lunes y martes. Descansos en los principales días de feriado en la ciudad de Guatemala. Pagos de las horas extras. Viáticos.	Prestaciones de ley: incentivo de bonificación, bono catorce, aguinaldo, indemnización y vacaciones por ley. Prestaciones sociales: capacitaciones, participación en ferias y eventos realizados en la industria de bodas de destino y lunas de miel.

Diseñadora de bodas	Se le otorgara el sueldo mínimo de Q.3,667.11.	Descansos los lunes y martes. Descansos en los principales días de feriado en la ciudad de Guatemala. Pagos de las horas extras. Viáticos.	Prestaciones de ley: incentivo de bonificación, bono catorce, aguinaldo, indemnización y vacaciones por ley.
			Prestaciones sociales: capacitaciones, participación en ferias y eventos realizados en la industria de bodas de destino y lunas de miel.
Community Manager	Se le pagará a la empresa que proporcionará el servicio de outsourcing el monto de Q2.500.00.	Estos incentivos estarán a cargo de la empresa que le pagará el sueldo al colaborador.	Estos incentivos estarán a cargo de la empresa que le pagará el sueldo al colaborador.

Fuente: elaborado por gestora del proyecto.

A continuación, se presenta el resumen mensual de los sueldos de los colaboradores directos e indirectos de Bodas Ixchel.

Sueldos	Sueldos	Bonificación Incentivo	Total
Administrador	Q3,667.11	Q250.00	Q3,917.11
Diseñador de bodas (directo)	Q3,667.11	Q250.00	Q3,917.11
Wedding planner (directo)	Q3,667.11	Q250.00	Q3,917.11
Community manager (indirecto)			Q2,500.00
		Total	Q14,251.34

Fuente: elaborado por gestora del proyecto.

El community manager brindará sus servicios durante los primeros seis meses desde el lanzamiento de los servicios de Bodas Ixchel. Posteriormente, la administradora se

encargará de realizar las tareas necesarias para continuar promocionando los servicios de la organización.

9.7 Capacitación y desarrollo

Para que los nuevos colaboradores desarrollen sus habilidades y conocimientos se les proporcionarán las siguientes capacitaciones.

- Administración y planificación de tiempo: este curso en línea, impartido por INTECAP, tiene una duración de un mes con sesiones de 8:00 a 12:30 horas y un costo de Q.100.00. El objetivo del curso es que los colaboradores adquieran la capacidad de utilizar su tiempo de manera racional y eficiente mediante la planificación, organización y control, con el fin de aumentar su productividad personal y profesional.
- Habilidades de vendedor exitoso: este es un curso en línea, impartido por INTECAP, se lleva a cabo de lunes a viernes de 9:30 a 11:00 horas durante un mes y tiene un costo de Q. 100.00. El objetivo de este curso es que los colaboradores puedan reconocer las principales características de un vendedor exitoso y desarrollar los planes de acción necesarios para fortalecer estas habilidades.
- Imagen para profesionales en la organización de eventos: este es un curso presencial, impartido por ITECAP, se lleva a cabo los miércoles de 13 a 16:00 horas durante dos meses y tiene un costo de Q. 100.00. El objetivo de este curso es que los colaboradores fortalezcan su conocimiento sobre las normas y reglas de etiqueta y protocolo, así como su uso adecuado, para proyectar una imagen personal y profesional acorde a los estándares de Bodas Ixchel.

9.8 Organizaciones de apoyo

- Bancos

Banco industrial: esta institución puede proveer servicios financieros y opciones de crédito para el financiamiento del capital de trabajo. Sus datos de contacto son; PBX

1717, WhatsApp Bi 24116000, dirección vía 5 5-35 zona 4, Ciudad de Guatemala y su sitio web <https://www.bi.com.gt/>.

Banco Banrural: puede proveer servicios financieros y opciones de crédito para el financiamiento del capital de trabajo. Sus datos de contacto son; PBX 1720, dirección avenida La Reforma 9-30 zona 9 y su sitio web es <https://www.banrural.com.gt/>.

BAC Credomatic: puede ofrecer facilidades de pago para los clientes y servicio de financiamiento a la organización. Sus datos de contacto son; WhatsApp 55110222, dirección Avenida la Reforma 9-76, zona 9 y sitio web www.baccredomatic.com.

- Compañías de seguro

Seguros G&T: podría brindar seguros para eventos y daños materiales. Datos de contacto: ubicación física 2-39 zona 4 de ciudad de Guatemala, PBX 1778, WhatsApp 22442244 y sitio web <https://segurosgyt.com.gt/>.

Aseguradora General: podrían brindar seguros de viajes a los clientes y bienes protegidos a la organización. Los datos de contacto son; PBX 1757, WhatsApp 22107373, dirección 10 calle 3-17 zona 10, Guatemala y su sitio web <https://www.aseguradorageneral.com/>.

- Asesores legales

Bufete Mayora y Mayora: podría ofrecer asesoría legal en contratos con los clientes, proveedores, los empleados, derechos de autor y manejo de conflictos legales. Los datos de contacto son; correo electrónico info@mayora-mayora.com, WhatsApp 22236868, número de teléfono 23662540 y la ubicación física es 15 calle 1-04, zona 10, céntrica plaza torre 1 oficina 301.

Catillo y Asociados: Bodas Ixchel puede recomendar los servicios de Castillo y Asociados a las parejas para que los asesore en la elaboración de contratos

prenupciales y otros asuntos legales relacionados con la boda. Los datos de contactos son: correo electrónico info@castilloyasociadosgt.com, número de teléfono 52454191, su sitio web <https://castilloyasociadosgt.com/>.

- Asesores tributarios

Deloitte Guatemala: podría asesorar a la organización a cumplir las obligaciones fiscales y optimización de impuestos. Los datos de contacto son; PBX 23846500, la ubicación es en Europlaza World Business Center y sitio web www2.deloitte.com.

Vesco Consultores: podría proveer servicios de planificación tributaria y cumplimiento regulatorio. Los datos de contactos son; ubicación física Av. Reforma 12-01 zona 10 edificio Reforma Montufar Torre A oficina 407, Guatemala, teléfono 22157575, correo electrónico info@vesco.com.gt y el sitio web <https://www.vesco.com.gt/>.

- Alianzas y convenios

Instituto Guatemalteco de Turismo: esta institución podría colaborar en la promoción de destinos turísticos y apoyo a la promoción del segmento de bodas de destino y lunas de miel. Los datos de contactos son; teléfono 22902800, dirección física 7ª. Avenida 1-17 zona 4, Centro Cívico, Guatemala y su sitio web <https://inguat.gob.gt/>.

Cámara de Comercio de Guatemala: esta institución podría facilitar las redes de negocios y oportunidades de networking. Los datos de contactos son; PBX 24172700, WhatsApp 35652700, correo electrónico info@ccg.gt, la dirección física es 10ª calle 3-80 zona 1 Guatemala y su sitio web <https://ccg.com.gt/quienes-somos/>.

- Cámaras y Gremiales

Cámara de turismo de Guatemala: esta institución podría ofrecer apoyo en la industria turística y oportunidades de capacitación. Los datos de contactos son; teléfono 54328454, dirección física Edificio Reforma 9-55, ciudad de Guatemala y su sitio web <https://camtur.org/>.

Estas organizaciones serán fundamentales para asegurar el éxito y sostenibilidad de Bodas Ixchel, proporcionando apoyo financiero, legal, y de seguros, así como oportunidades de crecimiento y desarrollo en el mercado de bodas de destino y lunas de miel.

10 ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD LEGAL, SOCIAL Y AMBIENTAL

10.1 Tipo de sociedad

El nuevo emprendimiento será una empresa individual ya que no contará con socios y tendrá un único dueño.

10.2 Estructura jurídica

La estructura jurídica de Bodas Ixchel será la de una empresa individual, estará ubicada en avenida Hincapié Zona 13 de la ciudad de Guatemala en Plaza Comercial. Esta estructura implica que la organización será propiedad de una sola persona, quién tendrá una responsabilidad ilimitada de las obligaciones legales y financieras de Bodas Ixchel, al ser una empresa individual no tendrá socios ni un mínimo de capital.

La administradora será la dueña de la organización y se encargará de gestionar, actualizar y cumplir con los aspectos legales y fiscales de Bodas Ixchel. Así mismo será responsable de todas las tareas administrativas y operativas, aunque podrá contratar empleados o subcontratar servicios según sea necesario para llevar a brindar los servicios de planificación y organización de bodas de destino y lunas de miel.

10.3 Implicaciones tributarias, comerciales y laborales asociadas al tipo de sociedad

Bodas Ixchel tendrá que pagar el impuesto sobre la renta y el impuesto al valor agregado mensualmente, cumplir con las normas de higiene y seguridad, las licencias deben estar actualizadas, los permisos de operación tienen que estar en orden y mantener un registro actual de sus empleados.

Asimismo, se asegurará de pagar los salarios mínimos que se establece en Guatemala, brindar los incentivos salariales, las prestaciones de ley, prestaciones sociales, las 8 horas laborales establecidas en el Código de Trabajo y el pago de las horas extras.

A continuación, se presenta el calendario laboral y condiciones de pago para las horas extras.

El personal tendrá distribuidos las 8 horas laborales de la siguiente manera.

Días de la semana	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Puesto	Horas						
Administrador	7	7	5	5	8	8	8
Wedding planner	0	0	8	8	8	8	8
Diseñadora de bodas	0	0	8	8	8	8	8

Fuente: elaborado por la gestora del proyecto.

Como se observa en el cuadro, la wedding planner y la diseñadora de bodas tendrán descansos los lunes y martes, ya que normalmente las bodas se celebran los fines de semana y su presencia será esencial en esos días. Su calendario laboral será de miércoles a domingos con horarios flexibles, más el día de la boda. Pero normalmente es de 8:00 horas a 16 horas.

La administradora, siendo la propietaria, no tendrá días de descanso completos, ya que debe mantener la oficina abierta para atender a los clientes durante los días en que las otras dos colaboradoras no estén presentes. Sin embargo, los miércoles y jueves podrá salir temprano o entrar tarde, permitiéndose un descanso, dado que en esos días las otras dos integrantes del equipo ya habrán retomado sus horarios laborales habituales.

Para las horas extras hay dos métodos de pagos, las cuales son:

- Ser renumerada con un 50% más del salario estipulado en el contrato.

- Tiempo de descanso dentro de los cuatro meses siguientes a la realización de las horas extras. El tiempo de descanso que se le dará al colaborador serán las mismas horas extras que trabajó.

Para las referencias laborales se estará cumpliendo con lo siguiente: Código de Trabajo, Ministerio de Trabajo y Prevención Social, Ley de Salarios Mínimos y el reglamento de trabajo.

10.4 Normas y procedimientos sobre la comercialización de sus servicios

- Mecanismos de higiene

Durante las celebraciones de las bodas de destino y lunas de miel los colaboradores y los clientes deberán mantener las manos limpias utilizando jabón antimaterial para no enfermarse durante o después de las celebraciones.

Bodas Ixchel deberá mantener informado y capacitado al personal en cuanto al plan de manejo de crisis, los procedimientos de desinfección y demás protocolos de bioseguridad de la organización. Los proveedores de servicios y productos deben seguir sistemas seguros de trabajo desde sus propias empresas para prevenir que los clientes y sus invitados se enfermen.

Para que las celebraciones de las bodas y las lunas de miel sean seguras se deberán definir el alcance del evento, viaje y el perfil del de los novios y sus invitados, medir el impacto que pretende generar las fiestas, la propuesta visual y el tipo de relación del anfitrión con los clientes. Seleccionar los lugares y los diferentes proveedores que participaran en la realización de las bodas de acuerdo con el número de invitados. Se debe revisar y definir con el cliente y Bodas Ixchel la gestión de bioseguridad a seguir tomando en cuenta las variables de las celebraciones.

El día de la boda se definirá el acceso al área de montaje para instalar el área de desinfección, se verificará el registro correcto de todos los asistentes de la boda, se definirá los recipientes para la basura orgánica, desechable y reutilizable para que el

lugar se vea limpio y evitando posibles infecciones y al mismo tiempo contribuyendo con el medio ambiente.

- Seguridad industrial: se distribuirá información y se capacitará al personal de Bodas Ixchel con planes de emergencias las cuales se presentan a continuación.

Analizar amenazas y riesgos: todos los días se harán trabajos de observación y estudios de las instalaciones de Bodas Ixchel tanto a nivel interno como externo, para detectar cualquier riesgo que amenace la salud y la integridad física de los colaboradores y los clientes. Además, se identificarán las zonas seguras para resguardarse ante cualquier emergencia y se verificarán que estén a la mano los equipos de protección contra incendios, luces de emergencia y los equipos de primeros auxilios.

Evaluar recursos: se tendrá un sistema de inventario para conocer todos los recursos con los que cuenta la organización y la misma se actualizará diariamente para saber si algún recurso ya se utilizó o se arruinó y sea necesario comprar otro.

Definir acciones y grupos de apoyo: en esta etapa se establecerán las vías de evacuación con su respectiva señalización, se definirá el tipo de señal que activará el plan y cómo será su realización a nivel interno, se determinarán los tiempos de evacuación y cómo será la organización a la hora de salir del establecimiento, se definirán que grupos apoyaran y coordinarán la evacuación, los cuales serán capacitados para que sepan ejecutar el plan de emergencias.

Diseño del plan de emergencias: Se tendrá a la mano el croquis o los planos idénticos del establecimiento, la cual deben tener identificados todos los pasillos, las salidas de emergencias, las vías de evacuación y las zonas seguras para poder utilizarlos durante la emergencia. Así mismo es importante tener a la mano los números telefónicos de emergencia que se pueden utilizar si ocurre un evento.

Normas de seguridad: se mandará por correo electrónico a los colaboradores el documento con las normas y los estándares establecidos por Bodas Ixchel.

Difusión y evaluación: cada vez que se hagan cambios en el plan de emergencia se harán reuniones informándoles a los colaboradores para que sepan que hacer y cómo reaccionar durante un evento. También por lo menos tres veces al año se hará un simulacro para saber si todos conocen a la perfección el plan.

Brigadas de emergencia: se contará con un grupo de colaboradores preparados y organizados para que controlen y minimicen los riesgos en las locaciones de las bodas, los cuales tendrán los siguientes cargos: brigada de control de incendios, búsqueda y rescate, evacuación y brigada de primeros auxilios.

Extintores: tanto en las instalaciones y en las locaciones de las bodas se deberán tener un extintor por cada tipo de fuego y estarán identificadas y colocadas en lugares donde se consideren necesarios.

Botequín: se hará una lista de todo lo que se puede llegar a necesitar cuando un cliente o un colaborador necesite material de curación y accesorios necesarios para poder brindarles primeros auxilios.

Con todo esto se está cumpliendo con el Reglamento de Seguridad industrial y Reglamento de Prevención y Control de Incendios.

10.5 Leyes especiales a su actividad específica

Se deberá cumplir con el Código de Ética para el Turismo Sostenible de Guatemala para contribuir con el desarrollo cultural, económico y ambiental.

Sostenibilidad y responsabilidad social empresarial: la organización se comprometerá utilizando bombillas LED, se ahorrará agua realizando prácticas de bajo consumo, se clasificará y se reciclará los residuos y se utilizarán productos ecológicos en la realización de la limpieza del establecimiento y en las locaciones de las ceremonias y recepción de las bodas.

En el aspecto sociocultural Bodas Ixchel apoyará proyectos locales, contratará personal local, proveedores locales, promoverá la cultura por medio de la decoración de la oficina y si los novios lo permiten en la decoración de las bodas, la

gastronomía, la música y dará a conocer las actividades que se realizan en el país como las tradiciones y costumbres. Además de esto se ofrecerán condiciones de trabajo justas y seguras, se capacitarán a los colaboradores en diferentes temas como el servicio al cliente, diseño de productos turísticos y prácticas de primeros auxilios.

Con respecto a la comunicación y transparencia se publicará información de las prácticas de sostenibilidad en el sitio web y las redes sociales, se mantendrá un dialogo abierto con los clientes y colaboradores para conocer sus sugerencias y opiniones.

En relación con las prácticas económicas, Bodas Ixchel realizará una gestión financiera responsable administrando los recursos de manera eficiente, se reinvertirá en la organización, se pagarán los impuestos puntualmente, se ofrecerá servicios justos teniendo en cuenta el valor del servicio y su impacto ambiental.

Bodas Ixchel tomará en cuenta los siguientes objetivos en su gestión diaria.

- ODS 1, Fin de la pobreza: generará empleo y oportunidades de desarrollo económico para las comunidades que están en la zona donde está ubicado el establecimiento y en donde se realizaran las bodas de destino y lunas de miel.
- ODS 2, Hambre cero: se compran productos locales y sostenibles en sus servicios de alimentación, de limpieza y decoración de las locaciones de las bodas y lunas de miel.
- ODS 3, Salud y bienestar: pueden contribuir a este objetivo proporcionando a los clientes y colaboradores un entorno saludable y seguro.
- ODS 4, Educación de calidad: se contribuye al proporcionar oportunidades de capacitación y desarrollo profesional a sus empleados.
- ODS 5, Igualdad de géneros: se contribuirá promoviendo la igualdad de oportunidades para las mujeres y los hombres en relación con los puestos.
- ODS 6, Agua limpia y saneamiento: se utilizará de manera eficiente el agua y se promoverá la gestión sostenible de los recursos hídricos.

- ODS 8, Trabajo decente y crecimiento económico: se proporcionará a los empleados condiciones de trabajo justas y dignas.
- ODS 10, Reducción de las desigualdades: contribuirá a este objetivo promoviendo la inclusión y la accesibilidad para todos los visitantes.
- ODS 12, Consumo y producción responsables: se tratará de reducir el impacto ambiental al consumir productos de la localidad en donde se celebrarán las bodas y lunas de miel y se promoverá la sostenibilidad en cada una de las actividades que se realizarán.
- ODS 13: Acción por el clima: se adoptará medidas para combatir el cambio climático, como el uso de focos led, reciclaje y ahorro de agua.
- ODS 14, Vida submarina: se puede aportar a este objetivo promoviendo la conservación de los ecosistemas marinos y costeros al realizar trifoliales con información relevante de la vida marina.
- ODS 15, Vida de ecosistemas terrestres: se contribuirá a este objetivo al promover la conservación de los ecosistemas terrestres y la biodiversidad por medio de videos y trifoliales con información importante sobre este tema.
- ODS 16, Paz, justicia e instituciones sólidas: se promoverá el respeto a los derechos humanos, la inclusión y la no discriminación en la organización, en los clientes y en la comunidad local de las bodas y las lunas de miel.
- ODS 17, Alianzas para lograr los objetivos: colaborar con otras organizaciones y actores para promover el desarrollo sostenible del país.

Para velar por el cumplimiento de la ley contra la violencia sexual, explotación y trata de personas se asistirán a programas y actividades de SVET para que los colaboradores sepan cómo reaccionar frente a estos casos. Luego se les hará saber a los clientes que las bodas solo se realizarán entre personas mayores de edad y por voluntad propia. Además, se distribuirán información entre los invitados y los novios que la práctica de estas actividades es ilegal en el país y las personas que cometen estas actividades serán privados de la libertad hasta que un juez dictamine su sentencia.

- Además, Bodas Ixchel debe tener a la mano los siguientes contactos para reportar cualquier incidente y contribuir a reducir estas actividades ilícitas.
- Teléfono de SVET:
- Dirección contra la violencia sexual: 113, 124 y 132.
- Dirección contra la trata de personas: 141, 131, 129 y 120.
- Dirección contra la explotación sexual: 109 y 119.
- Teléfono de la policía nacional civil:
- Emergencia Policía Nacional Civil de Guatemala PNC: 110
- Línea Confidencial: 1518.

10.6 Derechos de propiedad intelectual

El nombre comercial de la empresa será "Bodas Ixchel," el cual deberá ser registrado y protegido conforme a las leyes de propiedad intelectual y comercial de Guatemala. Solo la futura dueña de la organización tendrá derecho de usar el nombre o venderla.

10.7 Derechos y limitaciones sobre la propiedad

El propietario de Bodas Ixchel será personalmente responsable de todas las deudas y obligaciones de la empresa. Esto significa que, en caso de cualquier responsabilidad legal o financiera, los activos personales del propietario podrían estar en riesgo. Asimismo, el propietario será el único dueño de los activos fijos y el total del patrimonio de la organización.

10.8 Trámites y permisos ante las instituciones

Antes de iniciar con las operaciones financieras, Bodas Ixchel se inscribirá ante el Registro Mercantil, la SAT, obtener permisos ante la municipalidad, obtener la licencia ambiental, por último, obtener el libro de quejas de la DIACO para que los clientes registren sus inquietudes de los servicios que se brindarán en la organización.

- Registro de propiedad mercantil

Paso 1: dirigirse a la página www.registromercantil.gob.gt y llenar el formulario de inscripción de Comerciante Individual, este formulario hay que exportarlo a PDF para poder descargarlo e imprimirlo. Este paso no tiene ningún costo.

Paso 2: pagar el arancel autorizado en cualquiera de las agencias de BANRURAL o realizar el pago en línea. Como es una empresa individual el costo es de Q. 100.00.

Paso 3: presentar en las ventanillas del Registro Mercantil un folder tamaño oficio con el formulario, comprobante de pago y fotocopia del Documento Personal de Identificación del propietario de la empresa.

Paso 4: descargar la patente de la página del Registro Mercantil y adherirse Q. 50.00 en timbres fiscales.

- Registro ante la SAT

Los documentos que se autoricen tienen una vigencia de dos años a partir de la fecha de resolución de autorización emitida por la SAT, los pasos para obtener la autorización de las facturas son:

Paso 1. Ingresar a la Agencia Virtual del portal de la SAT.

Paso 2. Ingresar el número de usuario o Número de Identificación Tributaria NIT y contraseña.

Paso 3. Seleccionar la opción “Agencia Virtual” y hacer clic en el menú.

Paso 4. Ir a la opción “Registro fiscal de Imprentas”.

Paso 5. Seleccionar la opción “Autorización de Documentos”. Así se visualiza el “formulario SAT-157 Autorización de Documentos” donde se mostrará el NIT y el nombre del Impresor.

Paso 6: Seleccionar el Tipo de Impresor y luego el Establecimiento del Impresor. También ingresa el NIT del contribuyente que solicita los documentos.

Paso 7. Seleccionar el tipo de documento.

Paso 8. Ingresar la cantidad y serie de documentos.

Paso 9. Hacer clic en Validar y luego en sí presentarla.

Paso 10. Finalmente hacer clic en Imprimir la hoja de autorización.

- Libro de quejas de la DIACO

Esto es un libro en donde los consumidores pueden reclamar por un mal servicio y toda empresa que provee un servicio debe poner a disposición a los clientes el libro de quejas.

El decreto 006-2003 establece:

- a. Comprar el libro de quejas en los centros de distribución autorizados Q 50.00
- b. Llenar el formulario adjunto en la parte inicial del libro
- c. El libro se puede compra en la librería del Registro Mercantil.

Los requerimientos son:

Para empresa individual

- a. Adjuntar el formulario que está en la parte inicial del libro.
- b. Constancia de Inscripción Tributaria
- c. DPI
- d. Patente de comercio

- Licencia ambiental

Esto es para analizar el impacto que el negocio tendrá con el entorno, se renueva anualmente y los requerimientos son:

- a. Formulario licencia ambiental, primera, reposición y renovación
- b. Carta original firmada por representante legal, solicitando exoneración según acuerdo gubernativo.
- c. Carta original firmada por representante legal, solicitando reposición de la licencia ambiental (en cambio de proponente, nombre de proyecto, adjuntar licencia original)
- d. Copia simple de documento personal de identificación (en caso de renovación cuando se realizó cambio de proponente).

- Licencia municipal

Esta licencia es importante cuando se necesiten realizar remodelaciones del establecimiento que se eligió para brindar los servicios. Los pasos son los siguientes.

- Solicitar un dictamen de localización de establecimientos al público.
- Presentar la solicitud al departamento de la construcción urbana.
- El expediente se integrará con el formulario de solicitud de autorización para la localización de establecimientos abiertos al público que dará el departamento de control de la construcción urbana, la cual ira acompañado de la autorización del propietario del edificio o representante legal del establecimiento que se desea renovar.
- El formulario de solicitud de autorización lleva los siguientes datos: nombre del propietario, numero de DPI y dirección, nombre del ejecutor de la obra, su número de DPI y su dirección para las notificaciones, dirección de donde se ubica el establecimiento, factores de impacto con medidas específicas, medidas de mitigación de impactos en áreas que lo requieren.

Al realizar todos estos procedimientos se estará cumpliendo con las siguientes referencias legales: Constitución de la Política de la República de Guatemala, el Código Civil, el Código Penal, el Código de Comercio, Ley de Impuesto Sobre la Renta y Ley del Impuesto al Valor agregado.

11 ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD ECONÓMICO – FINANCIERO (PARTE ECONÓMICA)


Basados en los análisis previos, Bodas Ixchel deberá determinar el monto total de la inversión inicial y su ejecución, identificando las variables que influirán en su comportamiento al comenzar a ofrecer servicios de bodas de destino y lunas de miel en la región Moderna y Colonial de Guatemala.

La mayoría de los proveedores investigados requieren un adelanto del 40% sobre el costo total del servicio. Por lo tanto, Bodas Ixchel adoptará el siguiente esquema de pago: se depositará un adelanto del 50% al contratar los servicios, y el resto se

abonará al finalizar el servicio. Este tipo de pago se realizará a los siguientes proveedores: Hospedaje, transporte, catering, músicos, pastelerías, guía turístico y a los proveedores de mobiliario.

11.1 Inversión inicial

A continuación, se detalla la inversión inicial que necesitará Bodas Ixchel para ofrecer servicios de planificación y organización de bodas de destino y lunas de miel.

 Bodas Ixchel	
Ubicación: avenida Hincapié Zona 13 de la ciudad de Guatemala.	
Inversión inicial	
Capital de trabajo	
Caja y bancos	Q116,294.06
Inventarios (insumos, materia prima o útiles)	Q300.00
Total, de capital de trabajo	Q116,594.06
Inversión en activos fijos	
Mobiliario y equipo	Q7,238.81
Equipo de cómputo	Q13,494.00
Total, de inversión en activos fijos	Q20,732.81
Inversión en otros activos	
Gastos de constitución legal de la empresa	Q200.00
Registros legales, sanitarios o de marca	Q1,790.00
Trámites	Q7,500.00
Papelería inicial y facturas	Q1,125.00
Depósitos en garantía de alquiler o servicios (no amortizable)	Q4,300.00
Gastos preoperativos	Q400.00
Gastos de lanzamiento publicitario inicial	Q8,352.00
Otros activos	Q619.00
Total, de inversión en otros activos	Q24,286.00
Total	Q161,612.87

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Como se puede ver en la tabla de la inversión inicial, Bodas Ixchel necesitará Q.161,612.87 para operar durante los primeros seis meses mientras empieza a generar utilidades. Este monto se distribuirá de la siguiente manera: se mantendrán Q.5,000.00 en la caja para emergencias en la organización o con los proveedores, y

se depositarán Q.111,294.06 en el banco para cubrir pagos fijos y variables como sueldos de colaboradores, alquiler, publicidad, internet, electricidad, útiles de oficina y viáticos.

En la inversión en activos fijos, se destinarán Q.20,732.81 para la compra de equipo de oficina, mobiliario y equipo de cómputo necesarios para las operaciones diarias de Bodas Ixchel.

En inversión en otros activos, se realizarán los siguientes gastos: Q.200.00 para la constitución legal de la organización en el Registro Mercantil, Q.1,790.00 para los registros legales como la marca de la organización, y Q.7,500.00 para la asesoría de Vesco Consultores en los trámites necesarios. Además, se gastarán Q.1,125.00 en la adquisición de 50 facturas, Q.4,300.00 en el pago anticipado de un mes de alquiler y Q.400.00 en gastos preoperativos para la investigación de mercado.

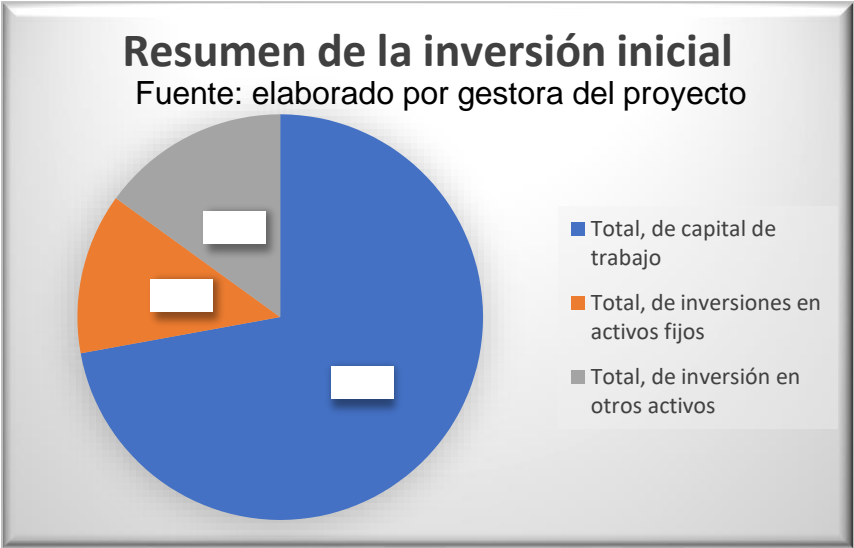
Los gastos de lanzamiento de publicidad, que incluyen página web, publicidad en redes sociales y compensación al personal, suman un total de Q.8,152.00. Finalmente, se invertirá Q.619.00, en otros activos en la compra de un paquete de Microsoft para que los colaboradores puedan realizar sus tareas utilizando las diferentes aplicaciones incluidas en el paquete. En total, la inversión en otros activos asciende a Q.24,286.00.

Resumen de la inversión inicial		
Rubro	Monto	Análisis
Total, de capital de trabajo	Q116,594.06	72%
Total, de inversiones en activos fijos	Q20,732.81	13%
Total, de inversión en otros activos	Q24,286.00	15%
Total, de inversión inicial	Q161,612.87	100.00%

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

En la tabla del resumen de la inversión inicial se puede observar que el 72% del total corresponde al capital de trabajo. Este es el porcentaje más alto, ya que es necesario contar con activos corrientes para el funcionamiento de Bodas Ixchel durante los primeros seis meses. El 15% de la inversión se destina a otros activos,

pues se requerirán trámites legales para la constitución de la organización. Finalmente, el 13% corresponde a la inversión en activos fijos, necesarios para proporcionar un lugar de trabajo cómodo y seguro para los colaboradores y un espacio adecuado para las reuniones presenciales con los clientes.



Fuente: elaborado por gestora del proyecto

La gráfica facilita la comprensión de la distribución de la inversión inicial. Se puede observar que los porcentajes coinciden con los presentados en la tabla del resumen de la inversión inicial de Bodas Ixchel.

11.2 Fuentes de financiamiento

Bodas Ixchel contará con fuentes de financiamiento interno para cubrir la inversión inicial en su totalidad. Sin embargo, también se analizarán fuentes de financiamiento externas para estar preparados en caso de necesitar este tipo de apoyo en el futuro. A continuación, se detallan estas opciones.

Financiamiento interno: para cubrir el monto total de la inversión inicial se utilizarán recursos propios, los cuales se obtendrán de la siguiente manera: del cien por ciento del total de la inversión inicial el 62% que equivale a Q.100,000.00, se obtendrá de

una herencia de mis padres, quienes, hace 20 años compraron 10 lotes de terreno gracias a su arduo trabajo como comerciantes y heredaron 20 lotes adicionales de mis abuelos paternos y maternos. Actualmente, decidieron vender los 30 lotes de terreno y distribuir el monto total entre sus hijos para que lo inviertan de la mejor manera. Así se obtendrá parte de la inversión inicial y el 38% restante que equivale a Q.61,612.87, vendrán de mis ahorros de toda la vida, acumulados a través de salarios, bonos, aguinaldos e indemnizaciones adquiridas en algunos trabajos. No habrá inversionistas ya que será una empresa individual.

Se llevó a cabo una investigación sobre los bancos BANRURAL, Corporación BI, G&T Continental y en Cooperativa MICOOPE para determinar cuál de ellos ofrece el mayor interés para depositar los Q111,294.06 necesarios para cubrir los pagos de los primeros seis meses de operación de la organización.

Dado que Cooperativa MICOOPE ofrece el mayor porcentaje de interés, se abrirá una cuenta de ahorro a nombre de la propietaria de la organización para generar intereses sobre el monto que se depositará. Además, con esta cuenta se puede depositar y retirar dinero cuando sea necesario y se tiene acceso a una tarjeta de débito lo que facilitará el funcionamiento diario de Bodas Ixchel. La tasa pasiva es de 5.50% sobre el monto total del ahorro.

Financiamiento externo: en caso de que Bodas Ixchel no cuente con suficientes recursos propios para cubrir la inversión inicial se utilizarán fondos externos, los cuales se obtendrán de la siguiente manera: del cien por ciento del total de la inversión inicial el 62% que equivale a Q.100,000.00, se obtendrá de un préstamo al Banco de los Trabajadores y el 38% restante que equivale a Q.61,612.87, vendrán de mis ahorros de toda la vida, acumulados a través de salarios, bonos, aguinaldos e indemnizaciones adquiridas en algunos trabajos. El banco ofrece diversos plazos, pero se ha optado por un plazo de 5 años para que la organización pueda cumplir con el pago de las cuotas. La institución financiera aplicará una tasa de interés anual del 17%, con una frecuencia de amortización mensual del 1.45%, lo que equivale a Q.290.00 de intereses mensuales. El método de pago consistirá en cuotas

constantes, manteniendo el mismo interés durante los 5 años del plazo de la deuda. Aunque se hará un préstamo de Q100,00.00 el banco solo proporcionará Q98,333.33 por los tramites que hará.

Comparación entre las dos fuentes de financiamiento

El financiamiento interno proporciona una autonomía total, ya que no depende de terceros y evita el pago de intereses sobre préstamos. La herencia recibida y los ahorros acumulados garantizan un flujo de efectivo inicial sin la necesidad de incurrir en deudas. Además, al abrir una cuenta de ahorro en la Corporación BI, se aprovecharán los intereses y servicios bancarios que facilitarán la gestión diaria de la organización.

En cambio, el financiamiento externo implica obtener un préstamo del Banco de los Trabajadores para cubrir la mayor parte de la inversión inicial, complementado con los ahorros personales. Aunque esta opción permite obtener los fondos necesarios rápidamente, conlleva el compromiso de pagar intereses mensuales y una deuda a largo plazo de cinco años con una tasa de interés anual del 17%. Los pagos constantes de intereses representan un costo adicional que podría afectar la rentabilidad de la organización. Dado que Bodas Ixchel cuenta con recursos propios, se optará por el financiamiento interno, ya que por el momento no ve la necesidad de recurrir a un préstamo.

11.3 Establecimiento de TREMA


Aspecto		Referencia
Inflación	3.76%	El porcentaje de inflación corresponde al mes de abril de 2024, fue consultado en el Banco de Guatemala, siendo este un tipo de inflación total.

Tasa bancaria pasiva	5.50%	La institución financiera donde se depositará parte del capital de trabajo ofrece intereses mensuales a una tasa bancaria pasiva del 5.50%.
Premio al riesgo (costo de oportunidad)	8%	Se eligió un porcentaje del 8% sobre el premio al riesgo, ya que el monto total de la inversión es alto y se espera que el proyecto sea rentable.
Total:	17%	

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

El TREMA total del 17% indica la tasa efectiva de rendimiento esperada del proyecto, que incluye la inflación, la tasa bancaria pasiva y el premio al riesgo. Esto significa que, si el proyecto cumple con las expectativas, debería generar un rendimiento anual del 17% sobre la inversión inicial.

11.4 Cálculo de depreciaciones y amortizaciones

 <p style="text-align: center;">Deprecación de bienes de Bodas Ixchel</p>						
Ubicación: avenida Hincapié Zona 13 de la ciudad de Guatemala.						
Fecha para realizar la depreciación:					1/01/2026	
Fecha de compra	Detalle	Valor de adquisición	Valor Dep. mensual	Meses	Valor acumulado anual	Valor residual
1/01/25	Mobiliario y equipo	Q 7,238.81	Q 120.65	12.00	Q1,447.76	Q5,791.05
1/01/25	Equipo de cómputo	Q 13,494.00	Q 374.80	12.00	Q4,497.55	Q8,996.45

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

La Ley del Impuesto Sobre la Renta de Guatemala establece que la vida útil de los activos comunes, como el mobiliario y el equipo, es de 5 años, lo que equivale a un porcentaje anual de depreciación del 20%. El equipo de cómputo tiene una vida útil de 3 años, equivalente a un 33.33% anual. Como se puede observar en la tabla, el

valor total de la depreciación mensual del mobiliario y equipo es de Q120.65, con un valor acumulado anual de Q1,447.76 y un valor residual de Q5,791.05. En la cuenta de mobiliario y equipo se incluyeron tres escritorios de oficina, tres sillas de oficina, un sofá y un centro de mesa para recibir a los huéspedes y dos cuadros típicos para la decoración de la oficina.

El equipo de cómputo tiene una depreciación mensual de Q374.80, con un valor acumulado anual de Q4,497.55 y un valor residual de Q8,996.45. En esta cuenta se incluyeron tres computadoras con un costo unitario de Q4,498.00.

La amortización de Bodas Ixchel se basará en el monto total de la inversión inicial del financiamiento interno, dado que no se recurrirá a un préstamo bancario.

Bodas Ixchel				
Monto:	Q161,612.87			
Tasa mensual:	0.5% Proporciónada por el banco			
Tiempo años:	5			
Frecuencia:	12			
Periodos:	60			
Cuota nivelada:	Q3,124.43			
Periodos:	Cuota	Interés	Amortización	Saldo
0				Q161,612.87
1	Q3,124.43	Q808.06	Q2,316.37	Q159,296.51
2	Q3,124.43	Q796.48	Q2,327.95	Q156,968.56
3	Q3,124.43	Q784.84	Q2,339.59	Q154,628.97
4	Q3,124.43	Q773.14	Q2,351.28	Q152,277.69
5	Q3,124.43	Q761.39	Q2,363.04	Q149,914.65
6	Q3,124.43	Q749.57	Q2,374.86	Q147,539.79
7	Q3,124.43	Q737.70	Q2,386.73	Q145,153.06
8	Q3,124.43	Q725.77	Q2,398.66	Q142,754.40
9	Q3,124.43	Q713.77	Q2,410.66	Q140,343.74
10	Q3,124.43	Q701.72	Q2,422.71	Q137,921.03
11	Q3,124.43	Q689.61	Q2,434.82	Q135,486.20
12	Q3,124.43	Q677.43	Q2,447.00	Q133,039.21
13	Q3,124.43	Q665.20	Q2,459.23	Q130,579.97
14	Q3,124.43	Q652.90	Q2,471.53	Q128,108.44
15	Q3,124.43	Q640.54	Q2,483.89	Q125,624.55
16	Q3,124.43	Q628.12	Q2,496.31	Q123,128.25

17	Q3,124.43	Q615.64	Q2,508.79	Q120,619.46
18	Q3,124.43	Q603.10	Q2,521.33	Q118,098.13
19	Q3,124.43	Q590.49	Q2,533.94	Q115,564.19
20	Q3,124.43	Q577.82	Q2,546.61	Q113,017.58
21	Q3,124.43	Q565.09	Q2,559.34	Q110,458.24
22	Q3,124.43	Q552.29	Q2,572.14	Q107,886.10
23	Q3,124.43	Q539.43	Q2,585.00	Q105,301.10
24	Q3,124.43	Q526.51	Q2,597.92	Q102,703.18
25	Q3,124.43	Q513.52	Q2,610.91	Q100,092.26
26	Q3,124.43	Q500.46	Q2,623.97	Q97,468.29
27	Q3,124.43	Q487.34	Q2,637.09	Q94,831.21
28	Q3,124.43	Q474.16	Q2,650.27	Q92,180.93
29	Q3,124.43	Q460.90	Q2,663.52	Q89,517.41
30	Q3,124.43	Q447.59	Q2,676.84	Q86,840.56
31	Q3,124.43	Q434.20	Q2,690.23	Q84,150.34
32	Q3,124.43	Q420.75	Q2,703.68	Q81,446.66
33	Q3,124.43	Q407.23	Q2,717.20	Q78,729.46
34	Q3,124.43	Q393.65	Q2,730.78	Q75,998.68
35	Q3,124.43	Q379.99	Q2,744.44	Q73,254.25
36	Q3,124.43	Q366.27	Q2,758.16	Q70,496.09
37	Q3,124.43	Q352.48	Q2,771.95	Q67,724.14
38	Q3,124.43	Q338.62	Q2,785.81	Q64,938.33
39	Q3,124.43	Q324.69	Q2,799.74	Q62,138.59
40	Q3,124.43	Q310.69	Q2,813.74	Q59,324.85
41	Q3,124.43	Q296.62	Q2,827.81	Q56,497.05
42	Q3,124.43	Q282.49	Q2,841.94	Q53,655.10
43	Q3,124.43	Q268.28	Q2,856.15	Q50,798.95
44	Q3,124.43	Q253.99	Q2,870.43	Q47,928.52
45	Q3,124.43	Q239.64	Q2,884.79	Q45,043.73
46	Q3,124.43	Q225.22	Q2,899.21	Q42,144.52
47	Q3,124.43	Q210.72	Q2,913.71	Q39,230.81
48	Q3,124.43	Q196.15	Q2,928.28	Q36,302.54
49	Q3,124.43	Q181.51	Q2,942.92	Q33,359.62
50	Q3,124.43	Q166.80	Q2,957.63	Q30,401.99
51	Q3,124.43	Q152.01	Q2,972.42	Q27,429.57
52	Q3,124.43	Q137.15	Q2,987.28	Q24,442.29
53	Q3,124.43	Q122.21	Q3,002.22	Q21,440.07
54	Q3,124.43	Q107.20	Q3,017.23	Q18,422.84
55	Q3,124.43	Q92.11	Q3,032.32	Q15,390.52
56	Q3,124.43	Q76.95	Q3,047.48	Q12,343.05
57	Q3,124.43	Q61.72	Q3,062.71	Q9,280.33

58	Q3,124.43	Q46.40	Q3,078.03	Q6,202.30
59	Q3,124.43	Q31.01	Q3,093.42	Q3,108.89
60	Q3,124.43	Q15.54	Q3,108.89	Q0.00

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Como se puede ver en la tabla de amortización, el monto total de la inversión es de Q161,612.87. A partir de esto, el banco otorga una tasa de interés pasiva del 0.5% sobre el monto total mensual. Esto significa que el monto total del interés varía mensualmente, como se muestra en la tabla: en el primer mes se pagará un interés de Q808.06, y en el último mes se pagará un total de Q15.54. En consecuencia, Bodas Ixchel tendrá que abonar cuotas mensuales de Q3,124.43, las cuales serán las mismas durante un periodo de cinco años hasta recuperar la inversión total.

11.5 Proyección de ingresos

Proyección táctica de ingresos

Bodas Ixchel						
SERVICIO 1	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun
Planificación y organización de boda y luna de miel (Para 50 invitados)						
Unidades vendidas	1	2	2	3	1	1
Precio de venta sin IVA	Q32,138.50	Q32,138.50	Q32,138.50	Q32,138.50	Q32,138.50	Q32,138.50
Subtotal	Q32,138.50	Q64,277.00	Q64,277.00	Q96,415.50	Q32,138.50	Q32,138.50
SERVICIO 2						
Coordinación y organización solo el día de la boda, (Para 50 invitados)						
Unidades vendidas	2.00	2.00	2.00	3.00	2.00	1.00
Precio de venta sin IVA	Q10,000.00	Q10,000.00	Q10,000.00	Q10,000.00	Q10,000.00	Q10,000.00
Subtotal	Q20,000.00	Q20,000.00	Q20,000.00	Q30,000.00	Q20,000.00	Q10,000.00
SERVICIO 3						
Coordinación y organización solo de la luna de miel.						
Unidades vendidas	3.00	3.00	2.00	3.00	1.00	1.00
Precio de venta sin IVA	Q23,620.60	Q23,620.60	Q23,620.60	Q23,620.60	Q23,620.60	Q23,620.60
Subtotal	Q70,861.80	Q70,861.80	Q47,241.20	Q70,861.80	Q23,620.60	Q23,620.60
Total, por mes de los servicios	Q123,000.30	Q155,138.80	Q131,518.20	Q197,277.30	Q75,759.10	Q65,759.10

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

SERVICIO 1	Jul	Ago.	Sep.	Oct	Nov	Dic
Planificación y organización de boda y luna de miel (Para 50 invitados)						
Unidades vendidas	1.00	1.00	1.00	1.00	2.00	3.00
Precio de venta sin IVA	Q32,138.50	Q32,138.50	Q32,138.50	Q32,138.50	Q32,138.50	Q32,138.50
Subtotal	Q32,138.50	Q32,138.50	Q32,138.50	Q32,138.50	Q64,277.00	Q96,415.50
SERVICIO 2						
Coordinación y organización solo el día de la boda, (Para 50 invitados)						
Unidades vendidas	1.00	1.00	1.00	2.00	3.00	3.00
Precio de venta sin IVA	Q10,000.00	Q10,000.00	Q10,000.00	Q10,000.00	Q10,000.00	Q10,000.00
Subtotal	Q10,000.00	Q10,000.00	Q10,000.00	Q20,000.00	Q30,000.00	Q30,000.00
SERVICIO 3						
Coordinación y organización solo de la luna de miel.						
Unidades vendidas	1.00	1.00	1.00	1.00	2.00	3.00
Precio de venta sin IVA	Q23,620.60	Q23,620.60	Q23,620.60	Q23,620.60	Q23,620.60	Q23,620.60
Subtotal	Q23,620.60	Q23,620.60	Q23,620.60	Q23,620.60	Q47,241.20	Q70,861.80
Total, por mes de los productos	Q65,759.10	Q65,759.10	Q65,759.10	Q75,759.10	Q141,518.20	Q197,277.30

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Las unidades vendidas están estratégicamente calculadas según la temporada, en los meses de enero, noviembre y diciembre es cuando los ingresos se elevan ya que es temporada alta se venden más servicios y en los meses de mayo a octubre los ingresos se disminuyen, ya que es temporada baja y se venden pocos servicios. Basado en estos resultados, se puede observar que los ingresos cubren los costos de venta, dejando un buen margen de contribución. Esto indica que el proyecto será rentable. Cabe resaltar que los precios de los servicios no incluyen ningún tipo de producto físico, por lo tanto, solo se ofrece acompañamiento en la planeación antes, durante y después de las bodas y lunas de miel. En el paquete 1 y 3 se incluyen otros servicios, pero el costo de estos ya está incluido en el precio total del paquete.

Pronóstico estratégico de ingresos

Servicio 1	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Planificación y organización de boda y luna de miel.		1%	2%	3%	4%
Unidades vendidas	19	19	20	20	21
Precio de venta sin IVA	Q 32,138.50	Q 32,459.89	Q 33,109.08	Q 34,102.36	Q 35,466.45
Subtotal	Q610,631.50	Q616,737.82	Q662,181.65	Q682,047.10	Q744,795.44
Servicio 2	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Coordinación y organización solo el día de la boda.		1%	2%	3%	4%
Unidades vendidas	23	23	24	24	25
Precio de venta sin IVA	Q 10,000.00	Q 10,100.00	Q 10,302.00	Q 10,611.06	Q 11,035.50
Subtotal	Q230,000.00	Q232,300.00	Q247,248.00	Q254,665.44	Q275,887.56
Servicio 3	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Coordinación y organización solo de la luna de miel.		1%	2%	3%	4%
Unidades vendidas	22	22	23	23	24
Precio de venta sin IVA	Q23,620.60	Q23,856.81	Q24,333.94	Q25,063.96	Q26,066.52
Subtotal	Q519,653.20	Q530,098.23	Q551,514.20	Q585,101.41	Q632,845.69
Total, por año de todos los servicios	Q1,360,284.70	Q1,379,136.05	Q1,460,943.85	Q1,521,813.95	Q1,653,528.69

Fuente: elaborado por gestora del proyecto.

Para sacar los porcentajes por año se determinaron tres variables que justifican el incremento de las ventas: inflación, mercado y esfuerzo de mercadeo. El pronóstico estratégico de ingresos dependió en gran medida de la proyección táctica de ingresos, ya que de esta surgió el número total de servicios vendidos anualmente. En la tabla se puede visualizar que los ingresos van aumentando anualmente de forma positiva lo que sugiere que la venta de los servicios de Bodas Ixchel será rentable.

11.6 Proyección de egresos

Para la proyección de egresos, se consideraron los detalles incluidos en cada servicio, así como los costos fijos y variables mensuales que tendrá Bodas Ixchel. Además, se tuvo en cuenta la cantidad de servicios que se brindarán en cada uno de los meses del año.

Servicios vendidos mensuales según la proyección de ingresos.											
Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago.	Sep.	Oct	Nov	Dic
6	7	6	9	4	3	3	3	3	4	7	9

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

En la tabla se observa que durante los meses de temporada alta se venden más servicios, mientras que en los meses de temporada baja se venden menos servicios. Esto significa que los costos aumentarán en las temporadas altas y se reducirán en las temporadas bajas. En base a esto, se calculó el total del costo unitario de la siguiente manera.

Enero y marzo

Cálculo de costo variable unitario y costo fijo unitario	
Costo variable total	Q 2,900.00
Costo variable unitario	Q 483.33
Costo fijo total	Q 19,382.34
Costo fijo unitario	Q 3,230.39
Total, costo unitario	Q 3,713.72

Febrero y noviembre

Cálculo de costo variable unitario y costo fijo unitario	
Costo variable total	Q 2,900.00
Costo variable unitario	Q 414.29
Costo fijo total	Q 19,382.34
Costo fijo unitario	Q 2,768.91
Total, costo unitario	Q 3,183.19

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Abril y diciembre

Cálculo de costo variable unitario y costo fijo unitario	
Costo variable total	Q 2,900.00
Costo variable unitario	Q 322.22
Costo fijo total	Q 19,382.34
Costo fijo unitario	Q 2,153.59
Total, costo unitario	Q 2,475.82

Mayo y octubre

Cálculo de costo variable unitario y costo fijo unitario	
Costo variable total	Q 2,900.00
Costo variable unitario	Q 725.00
Costo fijo total	Q 19,382.34
Costo fijo unitario	Q 4,845.59
Total, costo unitario	Q 5,570.59

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Junio, julio, agosto y septiembre

Cálculo de costo variable unitario y costo fijo unitario	
Costo variable total	Q 2,900.00
Costo variable unitario	Q 966.67
Costo fijo total	Q 19,382.34
Costo fijo unitario	Q 6,460.78
Total, costo unitario	Q 7,427.45

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Como se puede visualizar en las tablas, para calcular el costo fijo y variable unitario se tomó en cuenta la cantidad de servicios vendidos mensualmente según la proyección de ingresos. Para facilitar la operación de los datos, se agruparon los meses que tienen la misma cantidad de ventas. Se puede ver que en enero se tiene la misma cantidad de servicios que en marzo; en febrero, la misma cantidad que en noviembre; en abril, la misma cantidad que en diciembre; y en mayo y octubre tienen el mismo número de ventas. Además, en junio, julio, agosto y septiembre se tiene el mismo número de ventas. La operación de los datos se realizó de la siguiente manera: se dividió el total de gastos variables (Q 2,900.00) entre el total de las unidades vendidas mensuales para obtener el costo variable unitario. Luego, se dividió el total de costos fijos (Q 19,382.34) entre el total de las unidades vendidas mensuales para conocer el monto total del costo fijo unitario. Finalmente, se realizó una suma de los dos costos unitarios.

Proyección táctica de egresos de Bodas Ixchel

SERVICIO 1: Amor Moderno (Modern Love)	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun
Planificación y organización de boda y luna de miel (Para 50 invitados)						
Unidades vendidas	1.00	2.00	2.00	3.00	1.00	1.00
Costo de venta sin IVA	Q19,852.22	Q19,321.69	Q19,852.22	Q18,614.32	Q21,709.09	Q23,565.95
Subtotal	Q19,852.22	Q38,643.38	Q39,704.45	Q55,842.95	Q21,709.09	Q23,565.95
SERVICIO 2: Amor a la Antigua						
Coordinación y organización solo el día de la boda, (Para 50 invitados)						
Unidades vendidas	2.00	2.00	2.00	3.00	2.00	1.00
Costo de venta sin IVA	Q3,713.72	Q3,183.19	Q3,713.72	Q2,475.82	Q5,570.59	Q7,427.45
Subtotal	Q7,427.45	Q6,366.38	Q7,427.45	Q7,427.45	Q11,141.17	Q7,427.45
SERVICIO 3: (Fly Me to the Moon) Llévame a la Luna						
Coordinación y organización solo de la luna de miel.						
Unidades vendidas	3.00	3.00	2.00	3.00	1.00	1.00
Costo de venta sin IVA	Q24,334.32	Q23,803.79	Q24,334.32	Q23,096.42	Q26,191.19	Q28,048.05
Subtotal	Q73,002.97	Q71,411.37	Q48,668.65	Q69,289.25	Q26,191.19	Q28,048.05
Total, por mes de los servicios	Q100,282.64	Q116,421.14	Q95,800.54	Q132,559.64	Q59,041.44	Q59,041.44

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

SERVICIO 1: Amor Moderno (Modern Love)	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Planificación y organización de boda y luna de miel (Para 50 invitados)						
Unidades vendidas	1.00	1.00	1.00	1.00	2.00	3.00
Costo de venta sin IVA	Q21,065.95	Q21,065.95	Q21,065.95	Q19,209.09	Q16,821.69	Q16,114.32
Subtotal	Q21,065.95	Q21,065.95	Q21,065.95	Q19,209.09	Q33,643.38	Q48,342.95
SERVICIO 2: Amor a la Antigua						
Coordinación y organización solo el día de la boda, (Para 50 invitados)						
Unidades vendidas	1.00	1.00	1.00	2.00	3.00	3.00
Costo de venta sin IVA	Q4,927.45	Q4,927.45	Q4,927.45	Q3,070.59	Q683.19	Q475.82
Subtotal	Q4,927.45	Q4,927.45	Q4,927.45	Q6,141.17	Q2,049.57	Q1,427.45
SERVICIO 3: (Fly Me to the Moon) Llévame a la Luna						
Coordinación y organización solo de la luna de miel.						
Unidades vendidas	1.00	1.00	1.00	1.00	2.00	3.00
Costo de venta sin IVA	Q25,548.05	Q25,548.05	Q25,548.05	Q23,691.19	Q21,303.79	Q21,096.42
Subtotal	Q25,548.05	Q25,548.05	Q25,548.05	Q23,691.19	Q42,607.58	Q63,289.25
Total, por mes de los productos	Q51,541.44	Q51,541.44	Q51,541.44	Q49,041.44	Q78,300.54	Q113,059.64

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Como se puede visualizar en la tabla, el costo total por servicio y por mes depende en gran medida de la proyección táctica de ingresos y de las temporadas. Se observa que en los meses de enero, noviembre y diciembre los egresos se elevan, ya que es temporada alta y se venden más servicios. En contraste, de mayo a octubre los egresos disminuyen, ya que es temporada baja y se venden menos servicios. En la tabla se puede visualizar que los egresos son menos que los ingresos por lo que el proyecto es factible, ya que se gasta menos de lo que ingresa.

Proyección estratégica de egresos de Bodas Ixchel.

Servicio 1	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Planificación y organización de boda y luna de miel.		1%	2%	3%	4%
Unidades vendidas	19	19	20	20	21
Costo de venta sin IVA	Q18,306.16	Q18,489.22	Q18,859.01	Q19,424.78	Q20,201.77
Subtotal	Q347,817.06	Q354,808.18	Q369,142.43	Q391,623.21	Q423,579.66
Servicio 2	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Coordinación y organización solo el día de la boda.		1%	2%	3%	4%
Unidades vendidas	23	23	24	24	25
Costo de venta sin IVA	Q3,758.03	Q3,795.62	Q3,871.53	Q3,987.67	Q4,147.18
Subtotal	Q86,434.80	Q88,172.14	Q91,734.29	Q97,320.91	Q105,262.30
Servicio 3	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Coordinación y organización solo de la luna de miel.		1%	2%	3%	4%
Unidades vendidas	22	22	23	23	24
Costo de venta sin IVA	Q24,378.63	Q24,622.42	Q25,114.87	Q25,868.32	Q26,903.05
Subtotal	Q536,329.97	Q547,110.20	Q569,213.45	Q603,878.55	Q653,155.04
Total, por año de todos los servicios	Q970,581.82	Q990,090.52	Q1,030,090.18	Q1,092,822.67	Q1,181,997.00

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Para calcular los costos de cada uno de los servicios, se realizó una ponderación de los costos mensuales que aparecen en la proyección táctica de egresos. Los tres servicios que brindará Bodas Ixchel tienen costos variados y dependen en gran medida del número de servicios prestados. El porcentaje de aumento de los costos anuales se determinó de acuerdo con las mismas tres variables que justifican el incremento de las ventas: inflación, mercado y esfuerzo de mercadeo.

11.7 Costos de venta

Costos de venta		
Rubro	Descripción	Gasto por periodo
Hospedaje para clientes	Luna de miel por 5 días, habitación Deluxe.	Q5,890.50
Servicio de catering	Servicio por 5 horas, montaje y desmontaje	Q10,248.00
Tour	De 8 días y 7 noches	Q20,620.60
Viáticos	De transporte, hospedaje, etc.	Q2,000.00
	TOTAL:	Q38,759.10

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Como se observa en la tabla de costos de venta, Bodas Ixchel deberá invertir un monto variable de Q38,759.10 en la comercialización y prestación de los servicios de bodas de destino y lunas de miel en las regiones de Guatemala Moderna y Colonial. Estos costos son variables, ya que dependen en gran medida de la cantidad de servicios que se brinden cada mes.

11.8 Gastos de operación

Los gastos de operación están relacionados con el desarrollo de las actividades de una empresa y las de Bodas Ixchel se dividen de la siguiente manera: los gastos de administración, que incluyen sueldos administrativos, alquiler, servicios, internet, papelería, suministros de oficina y capacitación de empleados. Los gastos de venta incluyen la investigación de mercado, publicidad, transporte y el salario de la community manager. A continuación, se presenta el monto total de estos gastos.

11.8.1 Gastos de administración

Gastos de administración		
Rubro	Descripción	Gasto por periodo
Sueldos	Wedding planner, administradora y diseñadora	Q11,751.34
Alquiler	Para un mes	Q4,300.00
Luz	Para un mes	Q200.00
Teléfono e Internet	Para un mes	Q400.00
Papelería	Lapiceros, hojas, tintas	Q600.00
Capacitación	tres capacitaciones en INTECAP	Q300.00
Suministros de oficina	Software y hardware	Q600.00
	TOTAL:	Q18,151.34

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Los gastos de administración incluyen gastos fijos como sueldos, alquiler, luz, teléfono e internet, y gastos variables como papelería, capacitación y suministros de oficina, sumando un total mensual de Q 18,151.34.

11.8.2 Gastos de venta (mercadeo)

Gastos de venta (mercadeo)		
Rubro	Descripción	Gasto por periodo
Mercadeo	Investigación de mercadeo	Q400.00
Publicidad	Sitio web y redes sociales	Q231.00
Viáticos	De transporte, hospedaje, etc.	Q2,000.00
Salario	Community manager	Q2,500.00
Promociones	Como vinos y hospedaje.	Q800.00
	TOTAL:	Q5,731.00

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

La mayoría de los gastos de venta son variables, como la investigación de mercado, la publicidad, los viáticos y las promociones. El salario de la community manager es un gasto fijo, pero solo será necesario durante los primeros seis meses del primer año de operación de Bodas Ixchel, ya que se contratará como un servicio de outsourcing para impulsar la marca de la organización y dar a conocer los servicios.

11.9 Gastos financieros

Monto	Q100,000.00
Plazo (meses)	60
Tasa	1.45%

CUOTA	Q1,956.67
--------------	-----------

No. CUOTA	CUOTA	INTERESES	CAPITAL	SEGURO	SALDO
1	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q98,333.33
2	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q96,666.67
3	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q95,000.00
4	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q93,333.33
5	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q91,666.67
6	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q90,000.00
7	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q88,333.33
8	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q86,666.67
9	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q85,000.00
10	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q83,333.33
11	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q81,666.67
12	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q80,000.00
13	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q78,333.33
14	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q76,666.67
15	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q75,000.00
16	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q73,333.33
17	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q71,666.67
18	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q70,000.00
19	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q68,333.33
20	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q66,666.67
21	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q65,000.00
22	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q63,333.33
23	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q61,666.67
24	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q60,000.00
25	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q58,333.33
26	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q56,666.67
27	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q55,000.00
28	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q53,333.33
29	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q51,666.67
30	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q50,000.00

31	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q48,333.33
32	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q46,666.67
33	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q45,000.00
34	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q43,333.33
35	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q41,666.67
36	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q40,000.00
37	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q38,333.33
38	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q36,666.67
39	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q35,000.00
40	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q33,333.33
41	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q31,666.67
42	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q30,000.00
43	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q28,333.33
44	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q26,666.67
45	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q25,000.00
46	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q23,333.33
47	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q21,666.67
48	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q20,000.00
49	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q18,333.33
50	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q16,666.67
51	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q15,000.00
52	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q13,333.33
53	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q11,666.67
54	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q10,000.00
55	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q8,333.33
56	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q6,666.67
57	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q5,000.00
58	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q3,333.33
59	Q1,956.67	Q290.00	Q1,666.67	Q0.00	Q1,666.67
60	Q 1,956.67	Q 290.00	Q 1,666.67	Q0.00	-Q 0.00

Fuente: cotización brindada por BANTRAB

Esta cotización la proporciona BANTRAB. En la tabla se puede observar que la tasa amortizable es fija, ya que se pagan los mismos montos tanto en los intereses como en las cuotas fijas durante un periodo de 60 meses, equivalente a 5 años, hasta liquidar el monto total de la deuda. Por lo tanto, si Bodas Ixchel llegara a necesitar este préstamo, tendría que pagar mensualmente Q 290.00 de intereses más Q 1,666.67 de capital, sumando un total de Q 1,956.67.

11.10 Impuestos

Según el pronóstico estratégico de ingresos de Bodas Ixchel, se espera un ingreso superior a 150 mil quetzales en un año calendario. Por lo tanto, se deberá pagar el Impuesto al Valor Agregado (IVA) del Régimen General, que es del 12% sobre las ventas de los servicios. Asimismo, se pagará el Impuesto Sobre la Renta (ISR) del Régimen Sobre Utilidades, que será del 25%.

La organización no pagará directamente el Impuesto Único sobre Inmuebles (IUSI), ya que el dueño del local rentado ha incluido el Impuesto Único Sobre Inmuebles en el monto total de la renta.

El impuesto sobre la distribución de bebidas alcohólicas destiladas, cervezas y otras bebidas fermentadas será pagado directamente a la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT) por los proveedores, y la empresa pagará el 12% sobre el total de sus compras a cada proveedor.

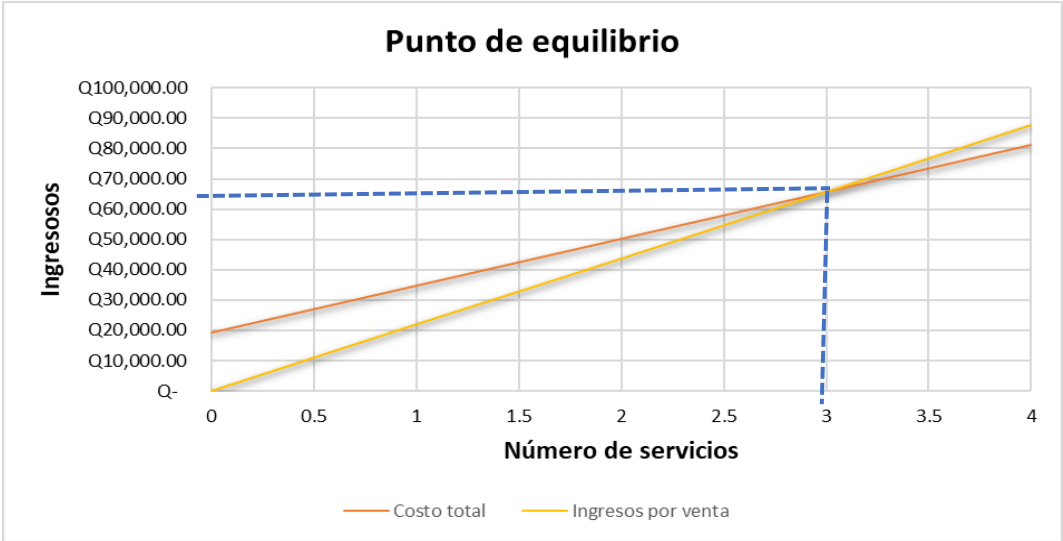
11.11 Punto de equilibrio

Costos fijos		Q19,382.34			Punto de Equilibrio
Estructura de precios				Estado de Resultados, Comprobación del PE	
PV unitario de cada paquete	Q21,919.70	100%	Ingresos por ventas	Q65,984.04	
CV unitario	Q15,480.94	71%	(-) Costo de Ventas	Q46,601.70	
Margen de contribución	Q6,438.76	29.37%	(=) Utilidad bruta en ventas	Q19,382.34	
			(-) Costos Fijos	Q19,382.34	
PE unidades	3	3	Utilidad operativa	Q0.00	
PE quetzales	Q65,984.04				

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Para calcular el punto de equilibrio, se realizó un promedio de los precios y costos unitarios de cada servicio, debido a la gran variabilidad de estos, que dependen de las temporadas altas, medias y bajas del segmento de bodas de destino y lunas de miel en Guatemala.

En la tabla del punto de equilibrio, se puede observar que, para cubrir los costos fijos y variables de Bodas Ixchel, se deberán vender al menos tres servicios mensuales. En este punto, la organización no generará utilidades, pero tampoco incurrirá en pérdidas.



Fuente: elaborado por gestora del proyecto

La gráfica del punto de equilibrio refleja exactamente lo que se encuentra en la tabla del punto de equilibrio, ya que aquí se puede visualizar que la línea de intersección se marca en el número 3 de los servicios y entre Q60,000.00 y Q70,000.00 de los ingresos. Por lo tanto, se muestra una vez más que se deberán vender como mínimo tres servicios para cubrir los costos mensuales.

12 ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD ECONÓMICO – FINANCIERO (PARTE FINANCIERA)

Basado en los análisis previos, Bodas Ixchel deberá determinar la parte financiera utilizando información relevante de las proyecciones de ingresos y egresos tácticos y estratégicos. Esto permitirá la elaboración del flujo de caja táctico y estratégico, el estado de resultados táctico y estratégico, el balance general, la evaluación de los resultados proyectados mediante el Valor Actual Neto y la Tasa Interna de

Rendimiento, los análisis de sensibilidad, el análisis de las razones financieras y de riesgo.

Este estudio de prefactibilidad económico-financiero será una herramienta integral que ayudará a evaluar si el proyecto será financieramente sólido y viable, minimizando los riesgos y maximizando las oportunidades de éxito.

12.1 Flujo de caja (táctico – año 1)

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Total, de ingresos proyectados	Q123,000.30	Q155,138.80	Q131,518.20	Q197,277.30	Q75,759.10	Q65,759.10
(-) Total, de egresos proyectados	Q100,282.64	Q116,421.14	Q95,800.54	Q132,559.64	Q59,041.44	Q59,041.44
(=) Flujo neto de fondos	Q22,717.66	Q38,717.66	Q35,717.66	Q64,717.66	Q16,717.66	Q6,717.66
(+) Saldo inicial	Q0.00	Q22,717.66	Q61,435.32	Q97,152.98	Q161,870.64	Q178,588.30
(=) Saldo final	Q22,717.66	Q61,435.32	Q97,152.98	Q161,870.64	Q178,588.30	Q185,305.96
(-) Saldo mínimo en la caja	Q5,000.00	Q5,000.00	Q5,000.00	Q5,000.00	Q5,000.00	Q5,000.00

Exceso de caja	Q17,717.66	Q56,435.32	Q92,152.98	Q156,870.64	Q173,588.30	Q180,305.96
Déficit de caja						

Fuente: elaborado por gestora del proyecto.

	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Total, de ingresos proyectados	Q65,759.10	Q65,759.10	Q65,759.10	Q75,759.10	Q141,518.20	Q197,277.30
(-) Total, de egresos proyectados	Q51,541.44	Q51,541.44	Q51,541.44	Q49,041.44	Q78,300.54	Q113,059.64
(=) Flujo neto de fondos	Q14,217.66	Q14,217.66	Q14,217.66	Q26,717.66	Q63,217.66	Q84,217.66
(+) Saldo inicial	Q185,305.96	Q199,523.62	Q213,741.28	Q227,958.94	Q254,676.60	Q317,894.26
(=) Saldo final	Q199,523.62	Q213,741.28	Q227,958.94	Q254,676.60	Q317,894.26	Q402,111.92
(-) Saldo mínimo en la caja	Q5,000.00	Q5,000.00	Q5,000.00	Q5,000.00	Q5,000.00	Q5,000.00

Exceso de caja	Q194,523.62	Q208,741.28	Q222,958.94	Q249,676.60	Q312,894.26	Q397,111.92
Déficit de caja						

Fuente: elaborado por gestora del proyecto.

12.2 Flujo de caja (estratégico – año 1 al 5)

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total, de ingresos proyectados	Q1,360,284.70	Q1,387,626.42	Q1,443,686.53	Q1,531,607.04	Q1,656,586.17
(-) Total, de egresos proyectados	Q970,581.82	Q990,090.52	Q1,030,090.18	Q1,092,822.67	Q1,181,997.00
(=) Flujo neto de fondos	Q389,702.88	Q397,535.90	Q413,596.35	Q438,784.37	Q474,589.18
(+) Saldo inicial	Q0.00	Q389,702.88	Q787,238.78	Q1,200,835.13	Q1,639,619.51
(=) Saldo final	Q389,702.88	Q787,238.78	Q1,200,835.13	Q1,639,619.51	Q2,114,208.68
(-) Saldo mínimo en caja	Q5,000.00	Q5,000.00	Q5,000.00	Q5,000.00	Q5,000.00
Exceso de caja	Q384,702.88	Q782,238.78	Q1,195,835.13	Q1,634,619.51	Q2,109,208.68
Déficit de caja					


Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Interpretación y análisis del flujo de caja

- Según las proyecciones tanto tácticas como estratégicas de los ingresos, Bodas Ixchel tendrá suficiente efectivo para cubrir los egresos tanto mensuales como anuales, lo que determina una buena salud financiera para la organización, esto indica que el proyecto de inversión es rentable y es recomendable invertir en este tipo de negocio.
- En los flujos de caja se puede visualizar que los egresos son menores que los ingresos. Esto es positivo para la organización, ya que se tendrá un flujo neto de caja aceptable para hacer frente a posibles riesgos no previstos.
- Como se puede observar en los flujos de caja, el saldo final es positivo, lo que indica que Bodas Ixchel refleja liquidez para cumplir con sus compromisos a corto plazo.

- El exceso de caja refleja que los ingresos superan los egresos de efectivo y que el saldo inicial de caja supera las necesidades de la organización. Este exceso de caja puede ser temporal, ya que en algunos periodos se utilizará para reinvertir en la organización ofreciendo más variedad de servicios, realizando depósitos fijos en bancos o adquiriendo activos fijos, como un vehículo para que el personal se traslade libremente a las locaciones de las bodas.
- Las proyecciones de los flujos de caja, tanto tácticas como estratégicas, demuestran que Bodas Ixchel manejará de manera eficaz y eficiente los egresos, ya que en todos los meses se obtuvo un flujo positivo.

12.3 Estado de resultados (táctico – año 1)


 BODAS IXCHEL Estado de Resultados Presupuestados para el año 2025 Expresado en Quetzales						
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Ingresos por ventas	Q123,000.30	Q155,138.80	Q131,518.20	Q197,277.30	Q75,759.10	Q65,759.10
(-) Costos de ventas	Q38,759.10	Q38,759.10	Q38,759.10	Q38,759.10	Q38,759.10	Q38,759.10
Utilidad bruta	Q84,241.20	Q116,379.70	Q92,759.10	Q158,518.20	Q37,000.00	Q27,000.00
(-) Gastos de operación:						
Gastos de administración	Q18,151.34	Q18,151.34	Q18,151.34	Q18,151.34	Q17,251.34	Q17,251.34
Gastos de ventas	Q5,731.00	Q5,731.00	Q5,731.00	Q5,731.00	Q5,731.00	Q5,731.00
Total, de gastos de operación	Q23,882.34	Q23,882.34	Q23,882.34	Q23,882.34	Q22,982.34	Q22,982.34
Utilidad de operación (antes de intereses e impuestos)	Q60,358.86	Q92,497.36	Q68,876.76	Q134,635.86	Q14,017.66	Q4,017.66
(-) Gastos financieros (intereses)	Q3,124.43	Q3,124.43	Q3,124.43	Q3,124.43	Q3,124.43	Q3,124.43
Utilidad antes de impuestos	Q57,234.43	Q89,372.93	Q65,752.33	Q131,511.43	Q10,893.23	Q893.23
(-) Impuestos	Q14,308.61	Q22,343.23	Q16,438.08	Q32,877.86	Q2,723.31	Q223.31
Utilidad neta	Q42,925.82	Q67,029.69	Q49,314.24	Q98,633.57	Q8,169.92	Q669.92

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingresos por ventas	Q65,759.10	Q65,759.10	Q65,759.10	Q75,759.10	Q141,518.20	Q197,277.30
(-) Costos de ventas	Q38,759.10	Q38,759.10	Q38,759.10	Q38,759.10	Q38,759.10	Q38,759.10
Utilidad bruta	Q27,000.00	Q27,000.00	Q27,000.00	Q37,000.00	Q102,759.10	Q158,518.20
(-) Gastos de operación:						
Gastos de administración	Q13,851.34	Q13,851.34	Q13,851.34	Q14,751.34	Q14,751.34	Q14,751.34
Gastos de ventas	Q5,731.00	Q5,731.00	Q5,731.00	Q5,731.00	Q5,731.00	Q5,731.00
Total de gastos de operación	Q19,582.34	Q19,582.34	Q19,582.34	Q20,482.34	Q20,482.34	Q20,482.34
Utilidad de operación (antes de intereses e impuestos)	Q7,417.66	Q7,417.66	Q7,417.66	Q16,517.66	Q82,276.76	Q138,035.86
(-) Gastos financieros (intereses)	Q3,124.43	Q3,124.43	Q3,124.43	Q3,124.43	Q3,124.43	Q3,124.43
Utilidad antes de impuestos	Q4,293.23	Q4,293.23	Q4,293.23	Q13,393.23	Q79,152.33	Q134,911.43
(-) Impuestos	Q1,073.31	Q1,073.31	Q1,073.31	Q3,348.31	Q19,788.08	Q33,727.86
Utilidad neta	Q3,219.92	Q3,219.92	Q3,219.92	Q10,044.92	Q59,364.24	Q101,183.57

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

12.4 Estado de resultados (estratégico – año 1 al 5)

		BODAS IXCHEL Estado de Resultados Presupuestados para 5 años Expresado en Quetzales				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Ingresos por ventas	Q1,360,284.70	Q1,387,626.42	Q1,443,686.53	Q1,531,607.04	Q1,656,586.17
(-)	Costos de ventas	Q465,109.20	Q465,109.20	Q465,109.20	Q465,109.20	Q465,109.20
	Utilidad bruta	Q895,175.50	Q922,517.22	Q978,577.33	Q1,066,497.84	Q1,191,476.97
(-)	Gastos de operación:					
	Gastos de administración	Q192,916.13	Q192,916.13	Q192,916.13	Q192,916.13	Q192,916.13
	Gastos de ventas	Q68,772.00	Q68,772.00	Q68,772.00	Q68,772.00	Q68,772.00
	Total de gastos de operación	Q261,688.13	Q261,688.13	Q261,688.13	Q261,688.13	Q261,688.13
	Utilidad de operación (antes de intereses e impuestos)	Q633,487.37	Q660,829.10	Q716,889.20	Q804,809.71	Q929,788.85
(-)	Gastos financieros (intereses)	Q37,493.16	Q37,493.16	Q37,493.16	Q37,493.16	Q37,493.16
	Utilidad antes de impuestos	Q595,994.22	Q623,335.94	Q679,396.05	Q767,316.56	Q892,295.69
(-)	Impuestos	Q148,998.55	Q155,833.99	Q169,849.01	Q191,829.14	Q223,073.92
	Utilidad neta	Q446,995.66	Q467,501.96	Q509,547.04	Q575,487.42	Q669,221.77

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Interpretación y análisis de los estados de resultados

- La tabla de los estados de resultados mensuales demuestra que los ingresos cubren los costos de venta, los gastos de operación y los intereses, aunque estos ingresos varían significativamente a lo largo del año. En meses como junio, julio, agosto y septiembre, los ingresos son bajos debido a la temporada de lluvias, lo que reduce las ventas. En cambio, en diciembre, enero, febrero, marzo y abril, los ingresos son altos por la temporada alta y el clima seco, que favorecen la realización de bodas y lunas de miel. Además, se observa que, en la proyección de los estados de resultados estratégicos, los ingresos aumentan anualmente, ya que se espera que la organización se posicione mejor en el mercado de bodas y lunas de miel gracias a los esfuerzos de mercadeo que se realizarán.
- Como se puede ver, los costos de ventas se mantienen constantes todos los meses y años, lo que sugiere que los costos directos asociados a la prestación de servicios no varían mensualmente.
- Los gastos de operación son altos en los primeros meses debido a la capacitación del personal y la compra de más útiles de oficina. A partir de julio, estos gastos comienzan a reducirse porque ya no se necesitarán los servicios de outsourcing de la community manager, por lo que su sueldo ya no será un gasto para la organización.
- En cada uno de los estados de resultados presupuestados, tanto mensuales como anuales, se puede visualizar que los impuestos varían en función de la utilidad antes de impuestos. En las temporadas altas, el monto del impuesto es más alto debido a las mayores ventas de servicios, mientras que, en las temporadas bajas, el monto de los impuestos es menor, ya que se venden pocos servicios.
- La utilidad neta, tanto mensual como anual, varía en función de las temporadas altas y bajas, por lo que será importante gestionar eficazmente

los ingresos durante los meses de baja actividad para mantener la rentabilidad de la organización. Las utilidades se han mantenido positivas, eso quiere decir que el proyecto de inversión que Bodas Ixchel desea implementar es rentable.

12.5 Balance general

BODAS IXCHEL	
Balance General Presupuestado para el año 2025	
Expresado en Quetzales	
Activos	
<i>Activos Corrientes</i>	
Caja	Q5,000.00
(+) Bancos	Q384,702.88
(+) Cuentas por cobrar	Q33,938.00
(+) Anticipo a proveedores	Q168,201.45
(+) Inventarios	Q3,600.00
(=) Total, activos corrientes	Q595,442.33
<i>Activos no corrientes</i>	
Mobiliario y equipo	Q7,238.81
(-) Depreciaciones acumuladas mobiliario y equipo	Q1,447.76
(=) Total, mobiliario	Q5,791.05
Equipo de cómputo	Q13,494.00
(-) Depreciaciones acumuladas equipo de cómputo	Q4,497.55
(=) Total, equipo de cómputo	Q8,996.45
(=) Total, activos no corrientes	Q14,787.50
(=) Suma total del activo	Q610,229.83
Pasivos	
<i>Pasivos Corrientes</i>	
(+) Intereses por pagar	
(+) Prestaciones por pagar	
(+) Impuestos por pagar	Q163,234.16
(=) Total, pasivos corrientes	Q163,234.16
<i>Pasivos no corrientes</i>	
Préstamos a largo plazo	Q0.00
(=) Total, pasivos no corrientes	Q0.00
(=) Suma total del pasivo	Q163,234.16
Capital	
Capital	

(+) Utilidad del ejercicio	Q446,995.66
(=) Suma total del capital	Q446,995.66
(=) Suma total del pasivo y capital	Q610,229.83

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Interpretación y análisis del balance general

- Según el libro "Finanzas Operativas: Un Coloquio de Duarte Schlagerter y Fernández Alonzo", se pueden utilizar las siguientes cuentas de ajustes para el balance general: ajustes a través de caja, ajustes de financiamiento externo y ajustes a través de cuentas por cobrar. En esta ocasión, Bodas Ixchel utiliza ajustes a través de caja mediante anticipos a proveedores y cuentas por cobrar, para que el balance general proyectado quede debidamente conciliado sin ninguna variación. Se utilizaron estas dos cuentas porque algunos proveedores necesitan anticipos para poder brindar el servicio el día de la boda y la luna de miel, y Bodas Ixchel cobra a los novios un anticipo del 50% del monto total para poder ofrecer el servicio.
- En el balance general se puede observar que Bodas Ixchel cuenta con suficientes activos corrientes, lo que sugiere una buena liquidez y la capacidad de cubrir sus pasivos a corto plazo sin problemas.
- Se puede visualizar que Bodas Ixchel tiene pocos pasivos, concentrándose principalmente en los impuestos por pagar, lo que implica una baja carga de deuda.
- La utilidad del ejercicio se tomó del estado de resultados estratégico proyectado del primer año de operación de Bodas Ixchel, lo que muestra que la organización será rentable y no dependerá de capital externo ni de préstamos a largo plazo.

12.6 Evaluación de los resultados proyectados

A continuación, se presentan los resultados proyectados del proyecto de Bodas Ixchel. La VAN se calculará con un costo de capital del 17%, y la TIR se basará en los flujos de efectivo proyectados anualmente.

12.6.1 Valor Actual Neto (VAN)

INVERSION INICIAL		Bodas Ixchel
AÑOS		- 161,612.87
	1	Q1,360,284.70
	2	Q1,387,626.42
	3	Q1,443,686.53
	4	Q1,531,607.04
	5	Q1,656,586.17
PERIODO RECUPERACION		1 año

Fórmula para sacar la VAN.

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{Vt}{(1+i)^t} - I_0$$

VALOR PRESENTE			
	Fet	Costo	17%
Año	Flujos de efectivo	/ (1+k)t	
1	Q1,360,284.70	1.17	Q1,160,058.59
2	Q1,387,626.42	1.37	Q1,009,189.63
3	Q1,443,686.53	1.61	Q895,412.67
4	Q1,531,607.04	1.89	Q810,117.09
5	Q1,656,586.17	2.22	Q747,247.69
VALOR PRESENTE(VP-VA)			Q4,622,025.68
		-FE	-Q161,612.87
VALOR ACTUAL NETO			Q4,460,412.80
INDICE RENTABILIDAD			28.599

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Interpretación y análisis del VAN:

- Según la tabla del valor actual neto proyectado, Bodas Ixchel recuperará su inversión inicial en el período de un año. Esto indica que el proyecto es rentable y puede ser aceptado, ya que la VAN es positiva. Y según lo que se encuentra en el libro de Finanzas Administrativas II, "si la VAN es mayor que

zero, la organización ganará un rendimiento mayor que el costo de capital". Por lo que se podrá aumentar el valor de mercado de Bodas Ixchel.

- El índice de rentabilidad del proyecto es mayor a uno, lo que sugiere que, por cada quetzal invertido, el proyecto genera Q. 28.599 en valor presente. Esto es significativo y muestra una alta rentabilidad del proyecto, por lo que es recomendable su aceptación.

12.7 Tasa interna de rendimiento (TIR)

Tasa Interna de Rendimiento		843.94%	
VALOR PRESENTE			
VP A		costo	843.94%
año	Fet	/ (1+k)t	
			- 161,612.87
1	Q1,360,284.70	9.44	144,107.78
2	Q1,387,626.42	89.10	15,573.56
3	Q1,443,686.53	841.06	1,716.51
4	Q1,531,607.04	7,939.07	192.92
5	Q1,656,586.17	74,939.69	22.11
	VALOR PRESENTE		161,612.87
		-FE	- 161,612.87
VALOR PRESENTE NETO			-

INFLACIÓN	3.76%
TASA PASIVA	5.50%
RENDIMIENTO RIESGO	8.00%
TREMA	17%

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

$$VPN = VAN = \sum_1^n \frac{FNE}{(1+tir)^n} - \left[IIN - \frac{VS}{(1+tir)^n} \right] = 0$$

Fórmula de la TIR.

Interpretación y análisis de la TIR:

- Es recomendable aceptar el proyecto ya que la TIR de 843.94% supera a la TREMA de 17%, lo indica que la inversión tendrá una rentabilidad significativa para la organización. La TIR de este proyecto es notablemente más alta que las tasas de rendimiento típicas en proyectos que venden servicios, como

hospedajes, o productos, como en los restaurantes. Esto se debe a que la mayoría de los servicios necesarios para las bodas y lunas de miel serán proporcionados por proveedores externos, reduciendo así los costos internos para Bodas Ixchel.

- La inversión en Bodas Ixchel muestra que la Tasa Interna de Retorno supera las expectativas cuando se compara con la TREMA. Esto indica que el proyecto tiene potencial desde el punto de vista financiero, por lo que es recomendable realizar esta inversión.

12.8 Razones financieras

Para tomar una decisión acertada sobre la inversión en Bodas Ixchel, se analizarán razones financieras como las de liquidez, actividad y apalancamiento. La información utilizada para estos análisis financieros se obtendrá principalmente del estado de resultados y del balance general proyectado para el primer año de operación de la organización.

- Razones de liquidez

Capital de Trabajo Neto					
CTN	AC-PC	CTN	Q595,442.33	Q163,234.16	Q432,208.17
Fórmula de la razón					

CTN Capital de trabajo neto
 AC Activos Corrientes
 PC Pasivos Corrientes

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Razón de liquidez simple o Razón circulante			
Fórmula de la razón			Veces
RLS	$\frac{AC}{PC}$	100%	365%
		RLS	3.65
		595,442.33	
		163,234.16	

RLS Razón de liquidez simple
 AC Activos Corrientes
 PC Pasivos Corrientes

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Prueba del ácido					
Fórmula de la razón					
PA	$\frac{AC-I}{PC}$	PA	591,842.33	3.63	363%
			163,234.16		

PA Prueba del ácido
 Ac Activos corrientes 595,442.33
 Pc Pasivos corrientes 163,234.16
 I Inventarios 3,600.00

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Interpretación y análisis de las razones financieras:

- El capital de trabajo de Bodas Ixchel demuestra que la empresa cuenta con fondos suficientes para operar a corto plazo, lo cual se confirma con las otras dos razones de liquidez.
- Según el libro de Finanzas Administrativas I, el criterio significativo para la razón de liquidez simple debe ser superior a 2 o 200%. En la tabla, se observa que Bodas Ixchel tiene una razón de liquidez de 3.65, lo que significa que, por cada Q1 de deuda con vencimiento a un año, la empresa puede responder con Q3.65. Esto permite cubrir la deuda y aún se dispone de un margen de Q2.65 para otros gastos. Asimismo, el criterio significativo para la prueba del ácido debe ser superior a 1.5 o 150%. La razón de liquidez de Bodas Ixchel es de 3.65, lo que indica que por cada Q1 de deuda se cuenta con Q3.65 para cubrirla, incluso descontando los inventarios. Estas razones demuestran que la organización tiene suficiente liquidez para operar a corto plazo.

- Razones de actividad

Rotación de activos		RA	1,360,284.70	2.23
Fórmula de la razón		$\frac{610,229.83}{2.23}$		
RA	$\frac{VN}{AT}$			

VN Ventas netas 1,360,284.70
 AT Sumatoria de activos totales 610,229.83

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Rotación de activos en días				
Fórmula de la razón				
RAD	$\frac{365}{RA}$	RAD	$\frac{365.00}{2.23}$	163.74 días

RA Rotación de activos

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Rotación de activos no corrientes		RANC	1,360,284.70	91.99	veces
Fórmula de la razón		$\frac{14,787.50}{91.99}$			
RANC	$\frac{VN}{ANC}$				

VN Ventas netas
 AT Activos no corrientes

Rotación de activos no corrientes				
Fórmula de la razón				
RANCD	$\frac{365}{RANC}$	RANCD	$\frac{365.00}{91.99}$	3.97 días

RANC Rotación de activos no corrientes

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Interpretación y análisis de las razones financieras:

- Según el libro Finanzas Administrativas I, un criterio significativo para la rotación de activos es tener una cifra superior a 2. Bodas Ixchel muestra una rotación de activos de 2.24 veces al año. Esto indica que, por cada quetzal invertido en activos totales, se generan Q2.23 en ventas netas. La rotación de activos en días también es favorable, ya que, aunque se posee una gran

cantidad de activos, también se generan muchas ventas. Estos resultados demuestran la viabilidad de la inversión.

- En cuanto a la rotación de activos no corrientes, Bodas Ixchel presenta una razón de 91.99. Esto significa que, por cada quetzal invertido en activos no corrientes, se obtienen Q91.99 en ventas netas. La rotación en días revela que se generan suficientes ventas para justificar la inversión en estos activos. Esto indica que la organización demuestra una alta eficiencia en el uso de sus activos.
- Razones de apalancamiento

RAZON DE DEUDA	
Fórmula de la razón	
RD:	$\frac{PT}{AT}$

$$RD = \frac{163,234.16}{610,229.83} = \mathbf{0.27 \quad 27\%}$$

RD: Razón de deuda
 PT Sumatoria de pasivos totales
 AT Sumatoria de activos totales

Razón de deuda a capital	
Fórmula de la razón	
RDC	$\frac{PT}{CT}$

$$RDC = \frac{163,234.16}{446,995.66} = \mathbf{0.3652 \quad 37\%}$$

RDC Razón de deuda a capital
 PT sumatoria de pasivos totales
 CT sumatoria del capital contable

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Cobertura de Intereses	
Fórmula de la razón	
CI	$\frac{UAII}{GI}$

$$MUB = \frac{633,487.37}{Q37,493.16} = \mathbf{16.90 \quad 1690\%}$$

CI Cobertura de intereses
 UAII Utilidad antes de impuestos e intereses
 GI Gastos por intereses

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Interpretación y análisis de las razones financieras:

- En el libro de Finanzas Administrativas I, se establece que el criterio significativo para la razón de deuda sea alrededor de 50%, con tendencia a baja, y Bodas Ixchel tiene el 0.27, esto significa que por cada quetzal invertido en activos para generar ingresos se adeuda el 27%, esto es ya que está por debajo el criterio establecido y en caso de un embargo por falta de pago no se perdería buena parte de los activos de la organización. Asimismo, se puede visualizar que en la razón de deuda a capital se tiene un 0.3652, esto significa que por cada quetzal de la inversión se requiere de terceros Q 0.36, esto es bueno ya que no se necesita mucho dinero de otras personas.
- El criterio significativo para la cobertura de intereses es que no sea por debajo de uno. Y Bodas Ixchel tiene una razón de 16.90 veces, esto significa que la organización podrá cubrir 16.83 veces cada quetzal de interés adeudado y aun generar utilidad por lo que la inversión en Bodas Ixchel es factible.

13 ANÁLISIS DE RIESGOS

En los análisis de riesgos se identificarán y enumerarán objetivamente, las variables y factores que tienen probabilidad de cambio en cada uno de los análisis de prefactibilidad trabajados con anterioridad como mercadeo, técnico, administrativo, legal-social-ambiental, económico y financiero de Bodas Ixchel.

13.1 Riesgos de mercado

Probabilidad	Muy alta					
	Alta		Variación de precios		Diminución de la demanda	Problemas financieros del cliente
	Moderada		Competencia desleal	Entrada de nuevos competidores	Fallos en las campañas publicitarias	Reputación
	Baja		Conflictos sociales	Desconfianza de la comunidad		
	Muy baja		Conflictos territoriales		Cambio en el perfil del cliente	
		Insignificante	Menor	Crítico	Mayor	Catastrófico
Impacto/Consecuencia						

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Los colores en el análisis de riesgos tienen los siguientes significados: el color verde indica que son problemas fáciles de solucionar, el anaranjado que es un problema medio difícil de resolver, y el rojo que es muy difícil de solucionar, pero no imposible.

Posibles soluciones (estrategias):

- Preventivas: investigar y estar atentos a los cambios del mercado, como la variación en el precio de los servicios, la competencia desleal, la entrada de nuevos competidores, la disminución de la demanda, la reputación de la marca, el fallo en las campañas publicitarias, el cambio en el perfil del cliente y su nivel económico. Esto permitirá estar preparados y tener soluciones para posibles riesgos.
- Paliativas: utilizar las posibles soluciones planteadas con anterioridad para reducir o eliminar los riesgos. Por ejemplo, en caso de disminución de la demanda, se podrían ofrecer descuentos a los clientes o aumentar las

campañas publicitarias, asegurando que transmitan de manera clara y efectiva el mensaje sobre los servicios que brinda Bodas Ixchel.

- De recuperación: evaluar la efectividad de las estrategias implementadas durante los riesgos para determinar si han mejorado su implementación o si es necesario cambiarlas por otras más efectivas que ayuden a minimizar o eliminar los riesgos.

Responsable: Administradora

13.2 Riesgos técnicos

Probabilidad	Muy alta					
	Alta		Difícil acceso	Variación de precios		Problemas financieros de la organización
	Moderada		Competencia desleal	Procesos mal diseñados y confusos	Malos proveedores o irresponsables	Capacidad instalada insuficiente
	Baja		Conflictos sociales			
	Muy baja		Conflictos territoriales	Equipos mal instalados		
		Insignificante	Menor	Crítico	Mayor	Catastrófico
Impacto/Consecuencia						

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Posibles soluciones (estrategias):

- Preventivas: investigar a fondo el entorno del lugar donde se ubicará la oficina de Bodas Ixchel para conocer sus puntos de acceso, y determinar si hay conflictos sociales o territoriales en las áreas donde se realizarán las bodas y lunas de miel. También es importante analizar en profundidad el comportamiento de los proveedores para seleccionar a los mejores y brindar

servicios de calidad a los clientes. Esto permitirá estar preparados y tener soluciones para posibles riesgos técnicos.

- Paliativas: utilizar las soluciones planteadas con anterioridad para reducir o eliminar los riesgos. Por ejemplo, en caso de que un proveedor cancele sus servicios a última hora, Bodas Ixchel deberá tener el contacto de otro proveedor que brinde los mismos servicios, asegurando así una solución rápida y sin estrés para los novios.
- De recuperación: comunicarse con el primer proveedor para conocer los motivos que llevaron a la cancelación del servicio y registrarlo en el sistema. Además, se debe contactar al segundo proveedor para agradecerle por brindar los servicios a última hora. De esta manera, se mantendrán buenas relaciones con los proveedores, asegurando su cumplimiento y que cualquier cancelación sea solo por razones de fuerza mayor.

Responsable: Wedding planner

13.3 Riesgos administrativos

Probabilidad	Muy alta				
	Alta			Manual de bienvenida poco entendible	Remuneración y prestaciones que no van de acuerdo con la ley.
	Moderada		Fallos en la publicación de la vacante	Mala recopilación de candidaturas	Poca orientación al nuevo colaborador
	Baja				Mala estructura administrativa
	Muy baja		Poca capacitación al personal	Manuales de puestos mal detallado	
		Insignificante	Menor	Crítico	Mayor
Impacto/Consecuencia					

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Posibles soluciones (estrategias):

- Preventivas: revisar y actualizar periódicamente las políticas de remuneración y prestaciones en Guatemala para asegurar el cumplimiento de la ley vigente. Para el manual de bienvenida, se deben realizar pruebas de comprensión con otras personas y ajustar el contenido según sus comentarios. Asimismo, se podría implementar un sistema de seguimiento de candidatos que automatice la recopilación y clasificación de aplicaciones para evitar fallos en la recopilación de candidaturas. Esto permitirá estar preparados y tener soluciones para posibles riesgos técnicos.
- Paliativas: corregir inmediatamente cualquier discrepancia identificada en la remuneración y compensar a los colaboradores afectados para evitar problemas legales. Para facilitar la comprensión del manual de bienvenida, se puede crear un grupo de WhatsApp para que los nuevos colaboradores puedan hacer preguntas y recibir respuestas rápidas. En caso de una mala estructura administrativa, se pueden implementar soluciones temporales como la redistribución de tareas hasta que se resuelva la estructura administrativa.
- De recuperación: realizar auditorías internas regulares y mantener un registro detallado de todas las correcciones y compensaciones realizadas para evitar sueldos mal remunerados. Para mejorar la comprensión del manual de bienvenida, se puede recopilar comentarios de los colaboradores que tengan problemas con el manual y usarlos para mejorar futuras versiones. Asimismo, se podría evaluar y reestructurar el organigrama de la organización para mejorar la eficiencia.

Responsable: Administradora

13.4 Riesgos legales, sociales y ambientales

Probabilidad	Muy alta				
	Alta			Desconfianza de la comunidad	Incumplimiento con el registro legal de la organización.
	Moderada			Fallos en la seguridad industrial	Incumplimiento al pago de impuestos
	Baja		No se implementan los ODS		Reputación
	Muy baja		Mala implementación de mecanismos de higiene		
		Insignificante	Menor	Crítico	Mayor

Impacto/Consecuencia

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Posibles soluciones (estrategias):

- **Preventivas:** para mitigar los riesgos identificados en la tabla, se recomienda contratar servicios legales de un abogado para obtener asesoría en la creación de la organización y garantizar el cumplimiento de las leyes. Para mejorar la confianza de la comunidad, se pueden desarrollar programas de responsabilidad social empresarial y estrategias de comunicación efectiva. En cuanto a posibles fallos en la seguridad industrial, se pueden implementar protocolos de seguridad, realizar simulacros de emergencia y equipar adecuadamente a los colaboradores con herramientas de seguridad.
- **Soluciones Paliativas:** utilizar las soluciones propuestas previamente para reducir o eliminar los riesgos. Por ejemplo, para mejorar la reputación de la organización, se puede desarrollar un plan de comunicación de crisis, mantener un diálogo abierto con las partes interesadas y promover las acciones positivas de la organización.

- Soluciones de recuperación: establecer un plan para el pago de impuestos atrasados sin exceder los plazos permitidos o consultar con asesores fiscales para asegurar pagos puntuales y cumplimiento de la ley. Para prevenir fallos en la seguridad industrial, se investigará la causa de los fallos, se mejorarán las instalaciones y actualizarán las prácticas de seguridad. Así, se podrán evitar o eliminar cada uno de los riesgos identificados en la tabla.

Responsable: Administradora

13.5 Riesgos económicos y financieros

Probabilidad	Muy alta			Mala distribución de los costos		
	Alta			Inflación de los ingresos proyectados	Mal establecimiento del TREMA	Problemas financieros de la organización
	Moderada		No se realizó la amortización financiera	Mala distribución de la inversión inicial	Poca fuente de financiamiento	
	Baja		No se tomó en cuenta depreciación de activos.		Mal establecimiento del flujo de caja	Sin opción de fuente de financiamiento
	Muy baja					Estados de resultados con utilidades negativas
		Insignificante	Menor	Crítico	Mayor	Catastrófico
Impacto/Consecuencia						

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Posibles soluciones (estrategias):

- Preventivas: implementar un sistema de control de costos que permita identificar y gestionar de manera eficiente los gastos asociados a la venta de servicios. Además, considerar un margen de error en la proyección de ingresos para evitar gastar más de lo necesario basado en proyecciones optimistas. Investigar previamente posibles fuentes de financiamiento externo


y conocer las tasas de interés aplicables, de modo que se tenga toda la información de contacto lista en caso de necesitarlo.

- Paliativas: aplicar las soluciones previamente planteadas para reducir o eliminar los riesgos. Por ejemplo, en caso de problemas financieros, buscar financiamiento adicional a través de diversas fuentes como bancos, cooperativas, o familiares con capacidad de prestar dinero. Si no se consigue suficiente financiamiento, se podrían reducir los costos del proyecto para disminuir la necesidad financiera y lograr resultados positivos para la organización.
- De recuperación: evaluar la viabilidad de las estrategias implementadas durante la gestión de riesgos, dando seguimiento continuo a cada acción y realizando ajustes cuando sea necesario.

Responsable: Administradora

14 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

14.1 Escenario optimista


		BODAS IXCHEL Estado de Resultados Presupuestados para 5 años Expresado en Quetzales				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Ingresos por ventas	Q1,444,561.70	Q1,473,597.39	Q1,533,130.72	Q1,626,498.39	Q1,759,220.65
(-)	Costos de ventas	Q501,109.20	Q501,109.20	Q501,109.20	Q501,109.20	Q501,109.20
	Utilidad bruta	Q943,452.50	Q972,488.19	Q1,032,021.52	Q1,125,389.19	Q1,258,111.45
(-)	Gastos de operación:					
	Gastos de administración	Q193,116.13	Q193,116.13	Q193,116.13	Q193,116.13	Q193,116.13
	Gastos de ventas	Q77,172.00	Q77,172.00	Q77,172.00	Q77,172.00	Q77,172.00
	Total, de gastos de operación	Q270,288.13	Q270,288.13	Q270,288.13	Q270,288.13	Q270,288.13
	Utilidad de operación (antes de intereses e impuestos)	Q673,164.37	Q702,200.06	Q761,733.40	Q855,101.06	Q987,823.33
(-)	Gastos financieros (intereses)	Q37,493.16	Q37,493.16	Q37,493.16	Q37,493.16	Q37,493.16
	Utilidad antes de impuestos	Q635,671.22	Q664,706.91	Q724,240.24	Q817,607.90	Q950,330.17
(-)	Impuestos	Q158,917.80	Q166,176.73	Q181,060.06	Q204,401.98	Q237,582.54
	Utilidad neta	Q476,753.41	Q498,530.18	Q543,180.18	Q613,205.93	Q712,747.63

Fuente: elaborado por gestora del proyecto

Interpretación y análisis del escenario optimista

- El escenario optimista se elaboró de acuerdo con la capacidad instalada de Bodas Ixchel y las temporadas altas del segmento de bodas de destino y lunas de miel en la región Guatemala Moderna y Colonial. Por eso, solo se aumentaron dos servicios de Modern Love y dos de Amor a la Antigua en comparación con el escenario real. Este escenario se cumplirá al invertir más en las estrategias de marketing y publicidad. Además, aquí se demuestra que el proyecto es rentable por lo que es recomendable realizar una inversión para este tipo de servicios.
- Como se puede visualizar en los estados de resultados anuales, los ingresos van aumentando anualmente, ya que se espera que con el paso del tiempo la organización tenga más presencia en el mercado. Con el aumento de los ingresos, los costos de ventas y los gastos de operación también se elevan, esto se debe a que los costos y los gastos dependen específicamente de la cantidad de servicios que se venderán durante el año. Esto quiere decir que, si se cumple el escenario optimista, se tendrá un aumento de la utilidad de Q31,558.41 en el año uno en comparación con el mismo año del escenario real.

14.2 Escenario pesimista

 BODAS IXCHEL Estado de Resultados Presupuestados para 5 años Expresado en Quetzales		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
		Ingresos por ventas	Q751,868.00	Q766,980.55	Q797,966.56	Q846,562.72
(-) Costos de ventas	Q465,109.20	Q465,109.20	Q465,109.20	Q465,109.20	Q465,109.20	
	Utilidad bruta	Q286,758.80	Q301,871.35	Q332,857.36	Q381,453.52	Q450,533.04
(-) Gastos de operación:						
	Gastos de administración	Q192,916.13	Q192,916.13	Q192,916.13	Q192,916.13	Q192,916.13
	Gastos de ventas	Q71,172.00	Q71,172.00	Q71,172.00	Q71,172.00	Q71,172.00
	Total, de gastos de operación	Q264,088.13	Q264,088.13	Q264,088.13	Q264,088.13	Q264,088.13
	Utilidad de operación (antes de intereses e impuestos)	Q22,670.67	Q37,783.22	Q68,769.23	Q117,365.40	Q186,444.92
(-) Gastos financieros (intereses)		Q37,493.16	Q37,493.16	Q37,493.16	Q37,493.16	Q37,493.16
	Utilidad antes de impuestos	-Q14,822.48	Q290.07	Q31,276.08	Q79,872.24	Q148,951.76
(-) Impuestos		-Q3,705.62	Q72.52	Q7,819.02	Q19,968.06	Q37,237.94
	Utilidad neta	-Q11,116.86	Q217.55	Q23,457.06	Q59,904.18	Q111,713.82

Fuente: elaborado por gestora del proyecto.

Interpretación y análisis del escenario pesimista

- Al ser una empresa nueva y no reconocida en el mercado de bodas de destino y lunas de miel en Guatemala Moderna y Colonial, se planteó un escenario pesimista en las ventas de los servicios, en caso de que las estrategias de marketing y publicidad fallen y no logren el objetivo de mercado para el año 1. Si este escenario se hace realidad, Bodas Ixchel solo venderá 12 servicios de Modern Love, 13 de Amor a la Antigua y 12 de Fly me to The Moon en todo el primer año de operación de la organización, por lo que se podrían tener pérdidas ya que los costos y gastos fijos se mantendrán.
- En los estados de resultados pesimistas, se puede visualizar que en el año uno se tendrán pérdidas a partir de la utilidad antes de impuestos, y en los siguientes años las utilidades ya serán positivas, aunque seguirán siendo muy bajas para lo que Bodas Ixchel desea generar sobre su inversión. En caso de que se dé este tipo de escenario, Bodas Ixchel podrá realizar un préstamo bancario menor para invertir en un mercadólogo que ayude a la organización a posicionarse de la mejor manera en el mercado y llegar a más clientes. Aunque en el primer año se presentan pérdidas, el proyecto demuestra su rentabilidad a partir de los años siguientes, recuperando las utilidades de manera positiva. Por lo tanto, se sigue recomendando la inversión en este tipo de proyecto.

15 CONCLUSIONES

1. La elaboración de este proyecto ha permitido adquirir un sólido conocimiento sobre diferentes técnicas de investigación aplicadas a proyectos de inversión, constituyendo una base fundamental que puede ser empleada en el ámbito empresarial en el futuro.
2. Realizar un análisis de prefactibilidad de mercado es esencial para conocer la oferta y la demanda de los servicios o productos que se desean implementar en un proyecto de inversión. Este estudio puede beneficiar tanto a emprendedores como a inversionistas, ya que permite determinar si existe un mercado para el servicio deseado.
3. El análisis de prefactibilidad técnica permite identificar los servicios o productos que se venderán, el proceso de producción o prestación, las características de la tecnología, equipos e instalaciones, la materia prima, los proveedores y la capacidad instalada de una empresa. Todo esto es necesario para determinar los requerimientos para ofrecer el servicio.
4. Desarrollar un análisis de prefactibilidad administrativa ha permitido poner en práctica todo lo aprendido durante la carrera. Esto es importante porque se aspira a ser un profesional altamente capacitado en la administración de empresas, y mantener frescos estos conocimientos ayudará en el futuro a administrar de manera eficaz y eficiente el capital humano de una organización.
5. Saber realizar un análisis de prefactibilidad económico-financiero es fundamental en la carrera de un administrador. Al llevar a cabo este tipo de estudio en el proyecto, se mejoran las habilidades de análisis y gestión de recursos económicos. Además, la elaboración de este proyecto no solo ha fortalecido las habilidades académicas, sino que también ha proporcionado una valiosa experiencia sobre la inversión en proyectos turísticos.

16 RECOMENDACIONES

1. Es recomendable la realización de este trabajo ya que ayuda a profundizar en las técnicas de investigación aplicadas a proyectos de inversión a través de diferentes análisis de prefactibilidad. Esto permitirá mantenerse preparado para afrontar los desafíos que se presentan a la hora de querer hacer una inversión.
2. Es importante realizar estudios de mercado detallados y actualizados para identificar oportunidades y minimizar riesgos, asegurando que los productos o servicios que se desean ofrecer tengan una demanda real.
3. Es necesario implementar el análisis de prefactibilidad técnica en los proyectos de inversión y mantener un enfoque en la evaluación continua de la tecnología y los procesos de producción para optimizar recursos y mejorar la calidad de los servicios que se ofrecerán. Además, establecer relaciones sólidas con proveedores confiables puede asegurar la disponibilidad de productos o servicios de calidad.
4. Se requiere poner en práctica todo lo aprendido en los cursos de administración de empresas para mantener las habilidades frescas y actualizadas. Por eso, la realización de este proyecto de inversión ayudará a estar preparados para futuras responsabilidades administrativas.
5. Es fundamental fortalecer las habilidades en análisis económico-financiero mediante la elaboración de proyectos de inversión. Ya que se aplican los conocimientos adquiridos durante la carrera, especialmente en el sector turístico, para identificar oportunidades de crecimiento y asegurar una gestión eficiente de los recursos económicos.


17 ANEXOS

17.1 Anexo 1

- Catering

Cotización del servicio de catering a la empresa Greicy

Información de Catering para Boda. Recibidos x

 **Greicy Catering & Event Planner** <info@banquetesgreicy.com> 11:4
para mí ▾

Buen día, gracias por contactarnos para conocer nuestros servicios.

Con gusto le enviamos su cotización de nuestro paquete básico para su evento.

Cualquier consulta no dude en comunicarse con nosotros, será un gusto atenderle.

Cotización			
(Válida por 30 días)			
Menú para 50 personas			
1 Carne, 1 Guarnición, 1 Ensalada, Pan y Café			
50 Menus	Q 145.00	c/u	Q 7,250.00
50 Servicio de Bar: Gaseosa, Agua, hielo, Bartender y Barra	Q 38.00	c/u Ilimitado x 5 horas	Q 1,900.00
Carne Extra	Q 25.00	c/u	Q -
Guarnicion Extra	Q 20.00	c/u	Q -
Ensalada Extra	Q 18.00	c/u	Q -
Cientos de boquita	Q 350.00	c/ciento	Q -
Bolas de Queso (1 x mesa)	Q 175.00	c/u	Q -
	SUB TOTAL		Q 9,150.00
EXTRAS:			
Baja Plato de Cristal	Q 12.00	c/u	Q -
Silla Avant Garden Blanca	Q 10.00	c/u	Q -
Silla Chiavari Dorada	Q 15.00	c/u	Q -
Silla Española	Q 20.00	c/u	Q -
Mesa Rustica Rectangular o Redonda	Q 250.00	c/u	Q -
Mesa Blanca Laqueada para 10	Q 300.00	c/u	Q -
Mesa Redonda o rectangular de Cristal	Q 400.00	c/u	Q -
Sala Lounge Blanca	Q 600.00	c/u	Q -
Mesero o Bartender Extra	Q 295.00	c/u	Q -
	Sub TOTAL =		Q 9,150.00
	+ 12% de IVA		Q 1,098.00
	TOTAL =		Q 10,248.00

Fuente: información proporcionada por la empresa Greicy.

- Temporalidad de los servicios

Análisis de la estacionalidad del segmento de bodas de destino y lunas de miel.

Destino	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
La Antigua Guatemala												
Ciudad de Guatemala												

Fuente: el Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT)

17.2 Anexo 2

Enlace del manual de uso de la marca Bodas Ixchel.

https://www.canva.com/design/DAGESYWnDMg/DE_GE2fIXy9pLmkoDyAwow/edit?utm_content=DAGESYWnDMg&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

En el manual se podrá visualizar los lineamientos que se deben seguir para usar el logo del futuro negocio en documentos o publicaciones en redes sociales, revistas o en una página web.

17.3 Anexo 3

Enlace del diseño de encuesta.

<https://forms.office.com/r/zsbsXuifAL?origin=lprLink>

17.4 Anexo 4

Fotos del local que se rentará



Imágenes: mancro.com

17.5 Anexo 5

Enlace para poder visualizar el manual.

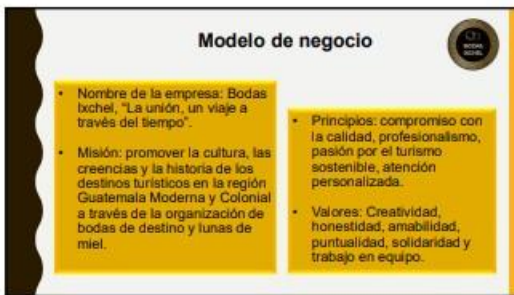
<https://drive.google.com/file/d/1x-oL6oSPFJWVFmxskObs8r0lfgeCT6gS/view?usp=sharing>

17.6 Anexo 6

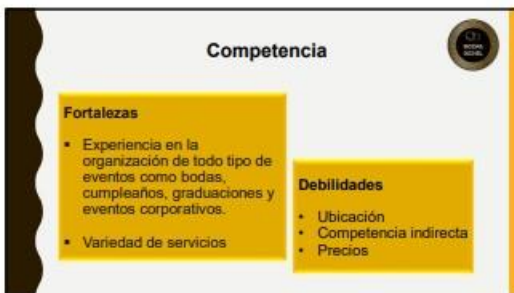
Resumen ejecutivo del proyecto de Bodas Ixchel



1



2



Mercado

Guatemala Moderna y Colonial ofrece lugares como ruinas de iglesias, conventos, hoteles y jardines que son perfectos para las bodas de destino y lunas de miel.

- Se atenderán a parejas nacionales y extranjeras entre 25 a 65 años con poder adquisitivo medio-alto y alto.
- Bodas Ixchel desea alcanzar una tasa de satisfacción del cliente del 95% en el primer año de operación.

4

Servicios
Modern Love (Amor Moderno)

- Coordinación, planificación, diseño, decoración, selección de proveedores, logística, entretenimiento y alquiler de mobiliario para la boda y organización de tours para la luna de miel. Asegurando que los novios tengan una experiencia inolvidable sin estrés.
- Precio Q32,138.50 para 50 invitados, el cual incluye servicio de catering y hospedaje de 5 días para los novios.

5

Servicios
Amor a la Antigua

- Coordinar el día de la Boda la decoración, montaje y desmontaje de mobiliario, los invitados, la calidad del menú, los músicos y solucionar cualquier problema con la logística y los proveedores.
- Precio Q10,000.00 para 50 invitados. Incluye cronograma detallado de la boda y presencia durante el evento hasta que finalice.

Servicios

Fly me to the Moon (Llévame a la luna)

Coordinación de cada detalle de la luna de miel, negociación con proveedores, selección del destino y actividades para garantizar una experiencia única y personalizada que refleje los gustos y presupuestos de los clientes.

- Precio Q23.620.60, el cual incluye un tour de 8 días y 7 noches, guía especializado, boleto aéreo de ciudad de Guatemala a Flores, desayunos y almuerzos.

7

Canales de distribución

Se distribuirá los servicios en el sitio web de Bodas Ixchel, las redes sociales, WhatsApp, en el lugar físico que tendrá la organización, por medio de las asociaciones con hoteles, transporte turístico terrestre, agencias de viajes, restaurantes turísticos, fotógrafos y participación en eventos realizados por INGUAT y CAMTUR.

8

Tecnología/conocimientos necesarios

Recursos claves

- Físicos: un local para recibir a los clientes, equipo y mobiliario.
- Tecnológicos: computadora y routers para el servicio de Internet y teléfono para atender a los clientes.

Humanos: administrador, wedding planner, diseñadora de bodas y community manager, expertos en el segmento turístico de bodas de destino y lunas de miel.

Dirección/Equipo

Administrador: Ingles intermedio, cualidades de liderazgo, conocimiento en la gestión del tiempo, informática y administración.

- Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.
- Mínimo un año de experiencia en el sector turístico.

- Representar la organización ante otras entidades gubernamentales y medios de comunicación.
- Supervisar las operaciones diarias de Bodas Ixchel.

10

Dirección/Equipo

Wedding planner: Ingles avanzado, dotes para la comunicación, capacidad para escuchar y trabajar en equipo, creatividad y entusiasmo. Mínimo dos años de experiencia.

- Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras
- Capacitaciones sobre eventos de etiqueta y protocolo.

- Realizar entrevistas con clientes para conocer la temática de la boda.
- Negociar y contratar proveedores.
- Mantenerse actualizado a las tendencias.

11

Dirección/Equipo

Diseñadora de bodas: Ingles intermedio, habilidades en diseño, capacidad para resolver problemas, capacidad para escuchar, creatividad e iniciativa.

- Licenciatura en Diseño, Bellas Artes o campo relacionado.
- Mínimo dos años de experiencia en diseño de bodas o eventos.

- Realizar entrevistas con clientes para ver el diseño.
- Seleccionar y coordinar proveedores.
- Mantenerse actualizado a las tendencias.



13

Temporalidad de ventas

- Durante febrero, marzo y abril, la demanda aumenta debido al clima favorable en el país, considerado como verano.
- De mayo a octubre, la demanda desciende debido al inicio de las lluvias.
- La temporada alta comienza en noviembre, diciembre y enero, cuando el clima seco permite disfrutar más de los lugares turísticos.

14



Resumen de proyecciones financieras

BOCA BICHEL						
Estado de Resultados Proyectados para 5 años						
Expresado en Quetzales						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Ingresos por ventas	Q1 300.284,70	Q1 367.208,42	Q1 443.099,70	Q1 531.007,04	Q1 634.586,17	
Costos de ventas	Q265.100,20	Q245.109,20	Q265.100,20	Q285.100,20	Q265.100,20	
Utilidad bruta	Q35.184,50	Q22.099,22	Q77.999,50	Q145.906,84	Q169.485,97	
Gastos de operación	Q202.016,11	Q207.898,11	Q210.978,00	Q210.201,11	Q210.816,11	
Gastos de administración	Q21.172,00	Q21.172,00	Q21.172,00	Q21.172,00	Q21.172,00	
Gastos de ventas	Q21.172,00	Q21.172,00	Q21.172,00	Q21.172,00	Q21.172,00	
Total de gastos de operación	Q244.360,11	Q250.242,11	Q253.322,00	Q252.545,11	Q253,160,11	
Utilidad de operación (antes de impuestos)	Q11.824,39	Q28.857,11	Q24.677,50	Q93.761,73	Q16.325,86	
Gastos financieros (intereses)	Q37.493,11	Q37.493,11	Q37.493,11	Q37.493,11	Q37.493,11	
Utilidad antes de impuestos	Q81.331,28	Q95.350,22	Q87.184,39	Q56.268,62	Q81.832,75	
Impuestos	Q14.108,41	Q16.551,04	Q16.551,04	Q16.551,04	Q16.551,04	
Utilidad neta	Q67.222,87	Q78.799,18	Q70.633,35	Q39.717,58	Q65.281,71	

Fuente: elaborado por gestores del proyecto

16

VAN, IR

VALOR PRESENTE			
Año	Fat	Costo	17%
	Flujos de efectivo	11*(K)	
1	Q1.360.284,70	1,17	Q1.160.058,59
2	Q1.367.208,42	1,37	Q1.009.199,63
3	Q1.443.099,70	1,61	Q895.432,87
4	Q1.531.007,04	1,99	Q760.117,09
5	Q1.634.586,17	2,22	Q747.247,69
VALOR PRESENTE(VP-Va)			Q4.622.025,68
I.F.E			-2.101.612,83
VALOR ACTUAL NETO			Q2.520.412,85
INDICE RENTABILIDAD			28.599

Fuente: elaborado por gestores del proyecto

- El Proyecto es rentable y puede ser aceptado ya que la VAN es positiva y mayor a 0.
- El IR, es mayor a uno eso quiere decir que por cada quetzal invertido se genera Q28.59.

17

TREMA Y TIR

Tasa Interna de Rendimiento	843.94%
INFLACIÓN	3.76%
TASA PASIVA	5.50%
RENDIMIENTO RIESGO	8.00%
TREMA	17%


Fuente: elaborado por gestores del proyecto

- La TIR supera a la TREMA, lo indica que la inversión tendrá una rentabilidad significativa para la organización.



Conclusión

- Según los estudios realizados, Bodas Ixchel tiene un alto potencial para triunfar en el segmento de bodas de destino y lunas de miel en la región Guatemala Moderna y Colonial. Por lo tanto, invertir en esta organización es una decisión factible y prometedora.




Inteligenc Guatemala.com 2023

19

Recomendación

- Revisar cada detalle del proyecto de inversión para analizar en profundidad los estudios de factibilidad realizados anteriormente. En estos se encontrarán datos cuantitativos y cualitativos que respaldan la recomendación de invertir en una organización que ofrece servicios de planificación y organización de bodas de destino y lunas de miel como Bodas Ixchel.



20

"Descubre la magia de Guatemala a través de nuestras bodas de destino y lunas de miel, donde cada rincón se convierte en el escenario perfecto para celebrar el amor en paisajes inolvidables".



Fuente: elaborado por gestora del proyecto

18 BIBLIOGRAFÍA

- INGUAT. (2019 - 2025). *Plan Estratégico para el Segmento de Bodas de Destino*. Obtenido de <https://inguat.gob.gt/gestion-turistica/planes-inguat-guatemala/planes-de-segmentos-turisticos?download=144:bodas>
- Lic. Luis Guillermo Monroy, M. M. (2023). *Mercadeo Turístico II*. Guatemala.
- Castillo, C. (Diciembre de 2020). *Evaluonet*. Obtenido de file:///D:/ANGELICA/UNIVERSIDAD%202024/SETH/seth_s6_r_economico_04_2020.pdf
- Castillo, C. (Mayo de 2024). *Evaluonet*. Obtenido de file:///D:/ANGELICA/UNIVERSIDAD%202024/SETH/seth_s3_r_mercado_01_2022.pdf
- Castillo, C. (2024). *Evaluonet*. Obtenido de file:///D:/ANGELICA/UNIVERSIDAD%202024/GATH%202024/Gerencia%20Aplicada%20a%20Hoteleria%20y%20Turismo/gath_s6_r-procesos+en+la+gestion_04_2023.pdf
- Castillo, C. (2024). *Universidad Galileo*. Obtenido de file:///D:/ANGELICA/UNIVERSIDAD%202024/SETH/seth_s2_r_ideas+de+negocio++propuestas+de+inversion_01_2022.pdf
- Cemaco. (s.f.). *Cemaco.com*. Obtenido de <https://www.cemaco.com/escritorio-con-2-gavetas-cafe-1358-x-465-x-745-cm-tecnomobili-1084344/p>
- City, G. L. (2024). *Guatemalalovers.city*. Obtenido de <https://www.guatemalalovers.city/es/mejores/wedding-planner-guatemala>
- Congreso de la República de Guatemala. (20 de Septiembre de 2010). *Ministerio de Finanzas Públicas*. Obtenido de <https://www.minfin.gob.gt/images/archivos/leyes/tesoreria/Decretos/DECRETO%20DEL%20CONGRESO%202-70.pdf>
- Cooperativas MICOOPE. (2024). *SERVIMICOPE*. Obtenido de <https://micoope.com.gt/>
- Corporación Bi. (2024). *Banco Industrial*. Obtenido de <https://www.corporacionbi.com/gt/bancoindustrial/atencion-al-cliente-1137/>
- Decor, U. (2020). *UNIK DECOR RENTAL BOUTIQUE*. Obtenido de <https://www.unikdecorrentalboutique.com/>
- Directorio de Proveedores de Bodas en Guatemala. (s.f.). *Bodas Guatemala*. Obtenido de <https://www.bodas.com.gt/lugares-para-bodas-en-guatemala>

- Express, L. (2024). *Lito Express*. Obtenido de <https://www.lito-express.com/products/volantes?variant=39252058046534>
- Gamarro, U. (21 de Julio de 2023). *Prensa Libre*. Obtenido de <https://www.prensalibre.com/economia/la-inversion-extranjera-directa-sigue-fluyendo-a-guatemala-aunque-sea-en-pequenas-cantidades/>
- Garzaro, A. (15 de Mayo de 2023). *Mancro.com*. Obtenido de <https://mancro.com/local-comercial-en-alquiler-en-guatemala-guatemala-zona-13-ave-hincapie-zona-13/201749>
- GES COMUNICACIÓN. (28 de Septiembre de 2023). *Galileo. edu*. Obtenido de <https://www.galileo.edu/fisicc/noticias/ingenieria-en-telecomunicaciones-conectividad-en-guatemala/>
- Greicy, B. (s.f.). *Servicio de Catering & Planificación de eventos*. Obtenido de <https://www.banquetesgreicy.com/>
- Guate, A. M. (s.f.). Obtenido de <https://artmusicguate.wixsite.com/artmusic/blank>
- Guatemala Adventure. (2005). *Guatemala Adventure* . Obtenido de <https://guatemalanadventure.com/es/guatemala-imperdible/#tab-id-2>
- Guatemala, D. (s.f.). *Detur Guatemala*. Obtenido de <https://deturguatemala.com/destinos/>
- Guiaviajes. (s.f.). *Tripadvisor*. Obtenido de <https://www.guiaviajesa.com/10-atracciones-turisticas-en-singapur/>
- Hoegen, M. V. (8 de Abril de 2002). *SEGEPLAN*. Obtenido de https://www.segeplan.gob.gt/downloads/clearinghouse/politicas_publicas/Transversales/Pol%C3%ADtica%20Desarrollo%20Social%20y%20Poblaci%C3%B3n.pdf
- House, H. P. (s.f.). Obtenido de <https://www.pensativohousehotel.com/es>
- INGUAT. (31 de Enero de 2023). *Instituto Guatemalteco de Turismo*. Obtenido de <https://inguat.gob.gt/prensa/noticias-recientes.html?view=article&id=1639&catid=57>
- INTERSAT, G. (2020). *Grupo Intersat*. Obtenido de <https://grupointersat.com/creacion-de-paginas-web-en-guatemala/#>
- Loarca, H. (27 de Octubre de 2022). *SOY 502*. Obtenido de <https://www.soy502.com/articulo/este-plan-reactivar-turismo-guatemala-101476>
- López, D. (3 de Noviembre de 2023). *Prensa Libre* . Obtenido de <https://www.prensalibre.com/economia/turismo-de-bodas-cuantos-eventos-se->

han-celebrado-en-antigua-guatemala-en-2023-y-cuanto-gastan-los-extranjeros/

Madrid, L. F., & Serrano, R. (s.f.). *Presence*. Obtenido de <https://www.presencesa.com/>

Maria, D. (2024). *Doña Maria Eventos*. Obtenido de <https://donamariaeventos.com/>

Medina, M. (2023). *Wedding Gland* . Obtenido de <https://weddingland.gt/acerca-de-mi/>

Monica. (Enero de 2023). *El diario de una boda* . Obtenido de <https://eldiariodeunaboda.com/cuanto-cuesta-una-boda-en-guatemala/>

Music, O. (s.f.). Obtenido de <https://ocelotemusic.wixsite.com/losenganosos>

ONU Turismo. (s.f.). *ONU Turismo*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/adhesion-al-codigo-internacional-para-la-proteccion-de-los-turistas#:~:text=El%20C%C3%B3digo%20es%20un%20instrumento,Secretario%20General%20de%20ONU%20Turismo.>

Penagos, J. (2024). Obtenido de <https://www.juanferpenagos.com/>

Peréz, D. L. (17 de Octubre de 2018). *Wedding Photography*. Obtenido de <https://daniellopezperez.com/los-mejores-lugares-para-bodas-en-antigua-guatemala/>

Registro Mercantil. (2023). *Registro Mercantil*. Obtenido de <https://www.registromercantil.gob.gt/web/rm/>

Román, J., & López, D. (30 de Enero de 2024). *PRENSA LIBRE* . Obtenido de <https://www.prensalibre.com/guatemala/politica/corrupcion-en-guatemala-el-pais-vuelve-a-bajar-un-punto-en-el-indice-de-percepcion-en-2023-y-sigue-en-minimos-historicos-breaking/>

S.A., D. E. (2024). *Max*. Obtenido de <https://www.max.com.gt/electronicos/computacion/computadoras/computadoras-portatiles?p=5>

Samayoa, C. (2024). *Guatemala.com*. Obtenido de <https://www.guatemala.com/guias/pasatiempos/lugares-historicos-para-hacer-eventos-en-guatemala/>

SAT. (2023). *Superintendencia de Administración Tributaria* . Obtenido de <https://portal.sat.gob.gt/portal/>

Tikal Futura. (s.f.). *Tikal Futura Hotel y Convention Center*. Obtenido de <https://www.tfhotel.com/>

Vesco Consultores. (22 de Enero de 2022). *Vesco*. Obtenido de <https://www.linkedin.com/pulse/cuanto-me-cuesta-abrir-una-empresa-en-guatemala-vescotax/>

Villaplana Catering. (s.f.). *Villaplana Catering*. Obtenido de <https://vilaplana.com/>

Adriana. (s.f.). *Eventos Adriana*. Obtenido de <https://eventosadriana.com/web/>

Arte, C. (s.f.). *Cocin Arte*. Obtenido de <https://cocinarte-catering.com/>

Banco de Guatemala. (2023). *Banco de Guatemala*. Obtenido de <https://banguat.gob.gt/es/page/activa>

BANCO DE GUATEMALA. (2024). *BANCO DE GUATEMALA*. Obtenido de <https://banguat.gob.gt/page/inflacion-total>

BANRURAL. (s.f.). *BANRURAL*. Obtenido de www.banrural.com.gt

BANTRAB. (28 de Mayo de 2024). *BANTRAB*. Obtenido de <https://www.bantrab.com.gt/banca-empresa/>

Bodas, P. d. (2023). *Portal de Bodas y Eventos*. Obtenido de <https://elportaldebodas.com/gracias/>

Bracamonte, P. P. (Febrero de 2019). *Archivo Digital UPM*. Obtenido de https://oa.upm.es/54115/1/TFG_PAULA_PARRA_BRACAMONTE.pdf



Guatemala, 12 de Agosto de 2024

Señores:
Universidad Galileo
IDEA
Presente.

Por este medio de la presente YO Angélica Argueta Ixcoy que me identifico con número de carné 20003050 y con DPI 3099431750805 actualmente asignado (a) en la carrera: Licenciatura en Tecnología y Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

"Autorizo a Instituto de Educación Abierta (IDEA) a la publicación, en el Tesario virtual de la Universidad, de mi proyecto de Graduación titulado:"

Creación de Bodas Ixchel, planificación de bodas de destino y lunas de miel, en Guatemala moderna y colonial.

Como autor (a) del material de la investigación sustentada mediante el protocolo de IDEA.

Expreso que la misma es de mi autoría y con contenido inédito, realizado con el acompañamiento experto del coordinador de área y por tanto he seguido los parámetros éticos y legales respecto de las citas de referencia y todo tipo de fuentes establecidas en el Reglamento de la Universidad Galileo

Sin otro particular, me suscribo.

F. 