



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA UNIVERSIDAD VALLE DEL
MOMBOY FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y
GERENCIALES CARVAJAL – ESTADO TRUJILLO



CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE WORKSHOP

Autores:

Adriana Nazareth Linares Adriani

C.I. 23.593.352

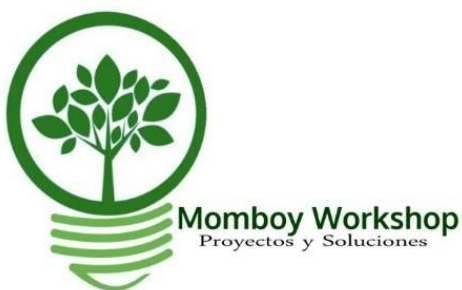
Tutor:

Prof. Cristina Vieras

Estovacuy, junio de 2018



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA UNIVERSIDAD VALLE DEL
MOMBOY FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
GERENCIALES CARVAJAL – ESTADO TRUJILLO



CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE WORKSHOP

**Trabajo Especial de Grado presentado como requisito de mérito para optar al
Título de Licenciado (a) en Contaduría Pública**

Autores:

Adriana Nazareth Linares Adriani

C.I. 23.593.352

Tutor:

Prof. Cristina Vieras

Estovacuy, junio de 2018

UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
www.uvm.edu.ve

Av. Caracas con calle Buenos Aires Quinta Las Palmas, Valera Edo. Trujillo - Venezuela.
Telf. (0271) 2253648 - 2251621 - 2212233



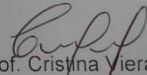
VICERRECTORADO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES

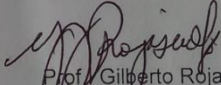
VEREDICTO

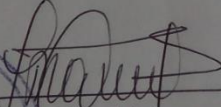
Nosotros, Prof. María Teresa Bravo, Prof. Gilberto Rojas y Prof. Cristina Vieras, designados como miembros del Jurado Examinador del Trabajo Especial de Grado titulado: **UNIDAD DE PRODUCCIÓN SOCIAL CREACIÓN DE LA EMPRESA WORKSHOP DEL CAMPUS TEMPE DE LA UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY**, que presenta la Bachiller: **ADRIANA NAZARETH LINARES ADRIANI**, titular de la Cédula de Identidad N° **V- 23.593.352**, nos hemos reunido para revisar dicho trabajo y después de la presentación, defensa e interrogatorio correspondiente lo hemos calificado con **DIECINUEVE (19) PUNTOS**, de acuerdo con las normas vigentes dictadas por el Consejo Universitario de la Universidad "Valle del Momboy", referente a la evaluación de los Trabajos Especiales de Grado para optar al título de **LICENCIADA EN CONTADURÍA PÚBLICA**.

En fe de lo cual firmamos en Valera a los siete (07) días del mes de Junio del año dos mil dieciocho (2018).


Prof. María Teresa Bravo
C.I. 9.016.405
JURADO


Prof. Cristina Vieras
C.I. 10.910.669
TUTORA


Prof. Gilberto Rojas
C.I. 19.285.228
PRESIDENTE DEL JURADO


Prof. Lisbett Cabrera
C.I. 13.461.549
DECANO


Prof. José Luis Briceño
C.I. 4.308.914
VICERRECTOR



DEDICATORIA

Nuestro deseo como sencillo agradecimiento, es dedicarle nuestro trabajo especial de grado, a nuestro Dios primeramente que nos dio fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándonos a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

A nuestros padres, quienes han sido el cimiento fundamental para la construcción de nuestra vida profesional, formando las bases de la responsabilidad y deseos de superación, por sus consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y por ayudarnos con los recursos necesarios para culminar los estudios académicos con éxito.

AGRADECIMIENTOS

Queremos agradecer primeramente a Dios Todopoderoso, a nuestros padres y familiares formadores de cada uno de los valores por los cuales estamos culminando este gran proyecto de emprendimiento. A cada uno de los que han contribuido en la formación profesional y humana a lo largo de la carrera, de las enseñanzas y atenciones, tanto en el aula de clases como afuera; los desvelos, la paciencia, el amor y el apoyo frente a las adversidades para continuar frente a este proyecto, sabiendo que cada caída implica la oportunidad de soportarle y superarla en equipo, con el consecuente de aprender de los errores, así como, la amistad entre cada uno de los integrantes del equipo del trabajo de grado.

A nuestros formadores profesionales cuerpo docente de la Universidad Valle del Momboy, quienes son personas de gran sabiduría que se dedicaron en la capacitación y orientación, de cada uno de nosotros, ya sea en la toma de decisiones como aprendices del conocimiento. Quienes deseamos continuar con éxito nuestro emprendimiento y obtener una afable titulación profesional.

INDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO	5
RESUMEN	10
INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO I	12
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	13
DESARROLLO DE LA IDEA	13
JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	14
OBJETIVO DE LA EMPRESA	15
LOGO DE LA EMPRESA	16
ANÁLISIS DEL ENTORNO	17
CAPITULO II	19
SEGMENTO DEL MERCADO	19
OBJETIVO DEL MERCADO	20
INVESTIGACIÓN DEL MERCADO	20
TAMAÑO DEL MERCADO	21
SEGMENTO DEL MERCADO	21
TIPOS DE SEGMENTACIÓN DE MERCADO	21
ESTUDIO DEL MERCADO	24
OBJETIVOS DEL ESTUDIO	24
ANALISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS	25
CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO	29
LA DEMANDA DEL SERVICIO	29
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	30
DISTRIBUCIÓN Y UBICACIÓN	31
PROMOCIÓN DEL PRODUCTO/SERVICIO	32
CAPÍTULO III	33
RESULTADOS POR COMISIÓN	34
COMITÉ PROGRAMACIÓN	35

COMITÉ DE MARKETING Y PUBLICIDAD	36
COMISIÓN DE PATROCINIO	37
COMITÉ DE FINANZAS	37
COMISIÓN DE PROTOCOLO	38
COMITÉ DE LOGÍSTICA	38
METODOLOGÍA	39
TALLER EXCEL BÁSICO	40
TALLER EXCEL AVANZADO	41
RESULTADOS	42
CAPÍTULO IV	45
CONCLUSIONES	46
RECOMENDACIONES	47
ANEXOS	48
ANEXO 1	49
ANEXO 2	49
ANEXO 3	50
ANEXO 4	50

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro Nro. 1. MATRIZ FODA	18
Cuadro Nro. 2. PROYECCIÓN DE DEMANDA	31

ÍNDICE DE GRÁFICAS

EL TIPO DE LETRA EN TODO EL TOMO ES ARIAL 12

Gráfica 1.	25
Gráfica 2.	26
Gráfica 3.	26
Gráfica 4.	27
Gráfica 5.	28
Gráfica 6.	28
Gráfica 7.	31



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA UNIVERSIDAD VALLE DEL
MOMBOY FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
GERENCIALES CARRERA CONTADURÍA PÚBLICA

CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE WORKSHOP

Autor:
Adriana Nazareth Linares Adriani
Tutor:
Prof. Cristina Vieras

RESUMEN

El presente trabajo de investigación está basado en la creación de una empresa de Workshop en el Estado Trujillo, que tiene como finalidad generar ingresos que serán destinados al financiamiento de los proyectos de embellecimiento, mantenimiento y desarrollo de nuevas áreas de infraestructura en el Campus Tempe de la Universidad Valle del Momboy. El cuerpo del proyecto comprende la Descripción del Proyecto, siendo este donde se expone el desarrollo de la idea, los objetivos de la Empresa, el Análisis del entorno; así como también la estructura del presupuesto necesario para la operatividad y puesta en marcha de la empresa.

Se describe detalladamente la metodología necesaria para la Planificación y Ejecución del Proyecto de la Empresa Momboy Workshop Proyectos y Soluciones, explicando de manera detallada la naturaleza de la misma, sustentada teóricamente; así como también tecnológicamente, a través de plataformas informáticas adecuadas para tal fin, y con el trabajo en equipo de un recurso humano altamente calificado.

Palabras Clave: Workshop, innovación, desarrollo, talleres, integración, capacitación, enseñanza, aprendizaje.

INTRODUCCIÓN

El propósito de la realización de este proyecto, es la creación de una empresa dedicada a la implementación del Workshop dentro del Estado Trujillo, ubicada en las instalaciones del Campus Tempe de la Universidad Valle del Momboy, sector San Isidro en el Municipio Valera, Estado Trujillo, determinando la factibilidad del desarrollo de la misma, midiendo y evaluando las ventajas y desventajas posibles, así como el conocimiento y manejo adecuado de los factores de éxito implícitos en el proyecto.

En la localidad, actualmente no se cuenta con una empresa que ofrezca o cubra las necesidades de capacitación a través de la realización de Workshop, existiendo una gran necesidad y demanda de talleres en los cuales se pueda adquirir conocimientos y/o habilidades, dictados por profesionales en la materia altamente capacitados, en instalaciones de primera y a precios accesibles para la comunidad.

El proyecto contempla la elaboración de un plan de negocios que se logró a través de un estudio de mercado para conocer las características, necesidades, estilos de vida y la determinación del mercado potencial de la población que reside en este municipio.

A continuación, se presenta la estructura de esta investigación, la cual se ha conformado de la siguiente manera:

Capítulo I: que contempla la naturaleza del proyecto y donde se explica en qué consiste la idea de negocio, se hace la descripción del proyecto, como surge la idea, su justificación, objetivos, logo y análisis del entorno a través de la matriz FODA.

Capítulo II: se presenta la segmentación del mercado.

Capítulo III: se presenta la planificación del proyecto de ejecución de Momboy Workshop Proyectos y Soluciones, para llevar a cabo con eficiencia y eficacia el plan de negocios.

Capítulo IV: se presenta las consideraciones finales como lo son las conclusiones y recomendaciones de la planificación del proyecto Momboy Workshop Proyectos y Soluciones.



CAPÍTULO I

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Autor:

Adriana Nazareth Linares Adriani

C.I 23.593.352

CAPÍTULO I

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Desarrollo de la Idea.

Momboy Workshop, Proyectos y Soluciones, es una empresa que nace por iniciativa de un grupo de profesores y estudiantes de la Universidad Valle del Momboy, por la necesidad que se presenta en los actuales momentos de buscar la manera de financiar las obras de infraestructura y mantenimiento que se desarrollan en Campus Tempe. Se pretende que se convierta dentro del Estado Trujillo, en una empresa dedicada a la implementación del Workshop dentro de la comunidad, logrando de esta manera poder redirigir las ganancias obtenidas para financiar los proyectos ya existentes y los que se vayan a desarrollar en un futuro en las instalaciones de la Universidad Valle del Momboy, así como también, la prestación de estos servicios y/o asesoría a otras instituciones o empresas de la comunidad, según sea su requerimiento.

Cabe destacar que la figura del Workshop es totalmente nueva dentro de la localidad, se quiere con esto innovar en la forma de cómo se buscan recursos, aportando eventos y talleres dirigidos tanto a estudiantes como al público en general, de esta manera se cumple con la obtención del financiamiento aportando enseñanza y esparcimiento a la comunidad, dándose de esta manera una relación ganar-ganar.

Las personas que conforman el equipo de trabajo son profesionales en diversas áreas, que aportan sus conocimientos para el desarrollo de talleres y eventos. Las instalaciones de la Universidad Valle del Momboy: Sede Estovacuy, y Campus Tempe, proporcionan la infraestructura y el equipamiento necesario para la operatividad de la empresa, permitiendo el aprovechamiento de sus espacios

para fomentar educación, convivencia y esparcimiento, unido al desarrollo integral de la comunidad.

La idea de esta empresa es atractiva debido a que en la localidad no existe ninguna otra empresa dedicada a la implementación del Workshop. Analizando el mercado, se puede comprobar que se realizan esporádicamente cursos y talleres dentro del Estado Trujillo, pero en la mayoría de los casos son traídos de otras localidades y sus patrocinadores son foráneos. Esta empresa constituye una excelente oportunidad de emprendimiento, ya que la Universidad Valle del Momboy, cuenta con instalaciones cómodas y de primera en donde desarrollar los eventos, sus sedes son de fácil acceso, están bien localizadas, cuentan con áreas verdes y buen clima, además de contar con una innovadora plataforma tecnológica que facilita la prestación de sus servicios.

Justificación del Proyecto.

Este Proyecto nace de la necesidad que presenta la comunidad de la Universidad Valle del Momboy, de poder hacer viable y sustentable, los proyectos de infraestructura y mantenimiento que se han venido implementando en Campus Tempe: caminerías, paisajismo, cerca, ecoposada, mantenimiento y embellecimiento de áreas verdes, entre otros. Debido a esto, nace la idea de desarrollar un proyecto emprendedor, creando una empresa dedicada a la implementación y desarrollo del Workshop para poder financiar los proyectos existentes y los que en un futuro vayan a hacerse, siendo de esta manera viable el mantenimiento de la infraestructura y áreas verdes, lo que sería de beneficio tanto para quienes hacen vida activa dentro de la Universidad, como para la comunidad en general; donde la convivencia y la enseñanza-aprendizaje se complementen con la importancia de resaltar la conservación ambiental, aprovechando para esto la utilización de los hermosos espacios que proporciona el Campus Tempe.

Igualmente, este proyecto se justifica pues se considera que la Universidad Valle del Momboy debe aprovechar sus espacios para el beneficio de la comunidad trujillana, pues es de importancia resaltar que parte de la misión de esta Alma Mater es la de “lograr una comunidad solidaria, emprendedora y sustentable”. Éste, se considera un proyecto sostenible y sustentable pues, como se ha mencionado anteriormente no existe otra empresa dentro del Estado Trujillo que se dedique al Workshop, además, de enmarcarse en un ambiente natural, de bellos paisajes y excelente infraestructura, que cuenta con el talento humano proporcionado por profesionales altamente capacitados para la impartición de los talleres y eventos que se tiene establecido realizar en la fase de inicio del proyecto y con grandes probabilidades en posicionarse fácil y rápidamente en el mercado target.

Cabe señalar, que Workshop, es un término que proviene del idioma inglés, y se entiende como “taller”, por lo que se puede explicar que la empresa se dedicará a impartir talleres interactivos, en donde los participantes podrán adquirir nuevos conocimientos o habilidades, complementándose con el trabajo en equipo.

Con el desarrollo de Momboy Workshop Proyectos y Soluciones, se proyecta a nivel regional posicionar la implementación del Workshop como una actividad destinada a proporcionar capacitación en diversas áreas, brindando desarrollo y excelencia en el ámbito profesional y mejorando las relaciones interpersonales a través del trabajo en equipo, ya que, dentro del Estado, no existe ninguna otra empresa que preste estos servicios. La visión de la empresa es unir esfuerzos entre la comunidad de la UVM, así como también buscar el apoyo de empresas públicas y privadas que quieran sumarse a este emprendimiento, dejando de esta forma una huella indeleble dentro del desarrollo del Estado Trujillo.

El nombre de Momboy Workshop, se estableció contemplando ciertos aspectos: se toma el nombre de Momboy, por la UVM y por estar Campus Tempe

ubicado en el Valle del Momboy, se añade la palabra Workshop, para hacer énfasis y posicionar dentro de la comunidad, esta manera innovadora de impartir conocimientos y se agrega la frase Proyectos y Soluciones, porque es la esencia de la empresa: mantener y sustentar proyectos a través del desarrollo de soluciones que generen beneficios para toda nuestra sociedad.

Se elige Campus Tempe de la Universidad Valle del Momboy, Sector San Isidro, en el Municipio Valera, Estado Trujillo, por ser donde se desarrollan los otros proyectos a los que se va a financiar a través de las actividades de Momboy workshop Proyectos y Soluciones, por tener la infraestructura necesaria para desarrollar eventos, contando con recursos naturales y humanos; así como también se utilizará la Sede Estovacuy en Carvajal para la impartición de talleres que requieran el soporte tecnológico y de equipamiento necesario, según sea el caso.

Los talleres que se tiene estimado impartir y desarrollar en esta fase del proyecto son: Excel Básico y Excel Profesional, que serán dictados en la Sede Estovacuy; y un Congreso en el que se abordará un tema de interés actual, a realizarse en Campus Tempe.

Objetivo de la Empresa.

Momboy Workshop Proyectos y Soluciones, es una empresa que se dedica a la realización de actividades de Workshop, con la finalidad de generar ingresos, los cuales serán redirigidos para mantenimiento y desarrollo de Campus Tempé.

Sus principales objetivos son:

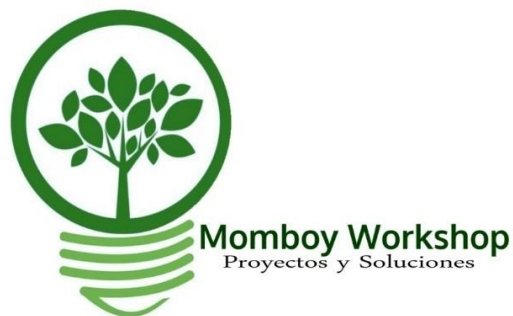
- Desarrollar temáticas y actividades atractivas e interesantes, para implementar y ofertar los talleres.
- Se pretende con los talleres fomentar el desarrollo del rendimiento y producción de los participantes.

- Fomentar el trabajo en equipo.
- Reforzamiento de actitudes positivas, organización, eficacia y profesionalismo en el ámbito laboral.
- Sustentar los proyectos desarrollados en Campus Tempé con los ingresos obtenidos con las actividades de workshop.

Logo de la empresa

El logo de la empresa, minimalista y de líneas simples, está conformado por la imagen de un bombillo dentro del cual se encuentra un árbol, que representa lo siguiente: el bombillo, son las ideas que se generan para impartir conocimientos; dentro de este, la imagen del árbol representa la unión, el trabajo en equipo, un todo que se integra con muchas partes, representando a todas aquellas personas que han dado vida al proyecto; también se hace con la idea de mantener la continuidad con lo que es la imagen de la UVM, siendo su logo de igual manera un árbol.

Junto a la imagen se encuentra el nombre de la empresa. Se escoge el color verde que representa la naturaleza que rodea al Campus Tempé y a la visión ecológica y de conservación ambiental que siempre y en cada momento ha mantenido la UVM.



Análisis del entorno:

Cuadro Nro. 1. Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Excelencia profesional. Infraestructura de primera, equipos y plataforma tecnológica necesaria. Planificación continúa de talleres y eventos en diversas áreas de interés. Calidad de los talleres o eventos a realizar. Certificación avalada por la UVM	Demanda del servicio. Necesidad de la comunidad de capacitación en diversas áreas y adquisición de nuevos conocimientos. Precios competitivos. No se presenta competencia.
DEBILIDADES	AMENAZAS
Falta de mantenimiento o actualización en los equipos que se utilizan para impartir los talleres. Falta de planeación o planificación.	Incremento de los precios del servicio debido a la actual situación país. Posibilidad de competencia.

Fuente: Grupo focal Momboy Workshop Proyectos y Soluciones (2018)



CAPÍTULO II

SEGMENTO DE MERCADO

Autor:

Adriana Nazareth Linares Adriani

C.I 23.593.352

CAPITULO II

SEGMENTO DEL MERCADO

Debido a, como ya se señaló anteriormente, la inexistencia de un alto nivel de competitividad entre las empresas que ofertan servicios profesionales de inducción y capacitación profesional, aunado a la gran contracción económica vivida en el país, se hace necesario estar alerta a las exigencias y expectativas del mercado. Por ello, es de vital importancia para cualquier nueva empresa, que desee asegurarse su éxito, el llevar a cabo un estudio o segmentación de mercado, en conjunto con una serie de investigaciones como lo son, competencia, los canales de atención, lugares de venta del producto y precios, entre otros, antes de comenzar sus actividades, siendo esta la acción que se desarrolla con el presente capítulo.

Según Sarabia y Munuera (1994, p. 117) Definen la segmentación de mercado como la estrategia que mediante un proceso de dirección e investigación comercial, analiza la significación de las diferencias encontradas en las variables que definen a los sujetos (individuos o empresas) identificando, evaluando, seleccionando grupos de sujetos y dirigiendo programas de marketing a fin de optimizar la asignación de recursos y la política comercial de la empresa.

El segmento de mercado se define como el grupo de personas con características, atributos y necesidades comunes que nos permite identificar y analizar variables para establecer el mercado de acción de una empresa y así poder dar respuestas a interrogantes como:

- ¿Qué potencial de crecimiento tendré en este sector?
- ¿Cuál es mi cliente ideal?
- ¿Cuál es la mejor ubicación geográfica para instalar mi empresa?
- ¿Hay necesidades que no esté cubriendo la competencia?

Una vez planteadas estas interrogantes se debe identificar el significado de

mercado. De tal forma que se define el mercado como el contexto donde un grupo de personas u empresas tienen lugar al intercambio de productos y servicios. Es decir es aquí donde se llevan las operaciones de oferta, demanda, compra y ventas. En general el mercado es el ambiente que propicia los intercambios ya sea presencialmente o virtualmente entre personas, empresas y organizaciones.

Según Gregory Mankiw (2004, p. 41) el mercado es: "Un grupo de compradores y vendedores de un determinado bien o servicio. Los compradores determinan conjuntamente la demanda del producto, y los vendedores, la oferta".

Para Kotler, Philip, Armstrong, Gary (2007, p. 10) el mercado es: "El conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o deseo determinados que se pueden satisfacer mediante relaciones de intercambio".

Para la presente investigación, se hace necesario medir el grado de aceptación que tendría un servicio workshop (TALLERES DE CAPACITACION), a través de la segmentación cultural emplazado en las instalaciones del Campus TEMPE y en la sede ESTOVACUY, entre los clientes potenciales existentes, y de las otras posibles empresas emprendedoras a desarrollarse, en la zona.

Objetivo del mercado

Es una actividad de mercadotecnia que tiene la finalidad de ayudarlo a tomar decisiones en situaciones de mercado específicas.

Tomando en consideración las expectativas de sostenibilidad de la idea empresarial seleccionada, se derivan los siguientes objetivos, relacionados con las etapas de desarrollo a consolidación de la idea de negocios:

A corto plazo: Establecer una alianza estratégica con los otros grupos emprendedores, consolidados o a consolidarse en el área geográfica del Campus Tempe y en la sede Estovacuy.

A mediano plazo: Garantizar un servicio de asistencia y calidad, altamente confiable, a nuestros clientes.

A largo plazo: Consolidarse como una empresa estable, con el fin de expandir su figura comercial al resto del estado Trujillo.

Investigación del mercado

La investigación de mercado nos permite obtener la información necesaria para establecer políticas, objetivos, planes y estrategias que sean las más idóneas para rentabilizar un proyecto.

Según (Aaker, Kumar, Day, 2004 p.4): La investigación de mercados es la función que enlaza al consumidor, el cliente y el público con el mercadólogo a través, de la información, la cual es utilizada para identificar y definir las oportunidades y problemas de la mercadotecnia; generar, refinar y evaluar sus acciones; monitorear las actividades o desempeño y mejorar el entendimiento de la mercadotecnia como un proceso.

La investigación de mercado especifica la información requerida para atender las etapas en el proceso de investigación de mercados:

Identificar y definir el problema u oportunidad.

Determinar los objetivos de la investigación.

Crear el diseño de la investigación.

Recopilar, procesar y analizar los datos.

Comunicar la información a la persona que toma las decisiones.

Tamaño del mercado

Se define el tamaño de mercado como el número de compradores que pudieren existir para una oferta de mercado en particular.

Tomando en cuenta que, Momboy Workshop Proyectos y Soluciones, será una empresa que se establecerá con el fin de cubrir una necesidad de servicio en el área de inducción y capacitación profesional, se tienen a consideración los siguientes aspectos:

Segmento del mercado

Segmentar el mercado es un proceso donde se divide un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes. Es aquella parte del mercado donde intervienen variables específicas que van a permitir diferenciar otros segmentos. A medida que se considera una mayor cantidad de variables para definir cualquier segmento de mercado, el tamaño del segmento se reduce y las características de este son más homogéneas.

En este sentido, Philip Kotler y Gary Amstrong definen un segmento de mercado como "un grupo de consumidores que responden de forma similar a un conjunto determinado de esfuerzos de marketing"

Tipos de segmentación de mercado

Podemos encontrar diferentes clases de segmentación de mercado, según los parámetros utilizados para crear los segmentos.

Segmentación geográfica: separa los segmentos de mercado por regiones, ciudades, países, o cualquier otro concepto espacial. Esta segmentación se realiza en función de la región, país, ciudad y localidad.

Variables principales:

- Ciudad
- Regiones del país
- País
- Bloque económico de países

Segmentación demográfica: segmenta los públicos dependiendo de las variables demográficas como el sexo, la edad o los ingresos de cada persona. Esta segmentación considera las características sociodemográficas de los consumidores.

Variables principales:

- Sexo
- Edad
- Ingreso
- Ciclo de vida familiar
- Profesión

Segmentación psicográfica: crea segmentos de personas según variables psicológicas que se centran en los gustos y preferencias de las personas. Esta segmentación toma en cuenta los estilos de vida.

Variables principales:

- Actividades
- Intereses
- Opiniones
- Clases sociales

Segmentación conductual: los segmentos se crean según el modelo cultural de la sociedad en la que viven las diferentes personas. Esta segmentación se realiza en base a las características de comportamiento de compra.

Variables principales:

- Compras emotivas
- Compras lógicas
- Compras por internet
- Formas de pago (crédito o contado)

Para el desarrollo de este proyecto el mercado seleccionado son las empresas activas y proyectos emprendedores a establecerse en las instalaciones del Campus TEMPE.

Esto conlleva, al hecho que específicamente se trabajará con personas, cuyas edades se encuentran en el segmento de edad de 20 años en adelante, sin distinción de género, tanto para el segmento masculino como femenino, y en la categorización de nivel educativo, los servicios se enfocan tanto para los profesionales, ejecutivos y familias que buscan un servicio de calidad, altamente confiable, ubicándolos en las clases Media - Alta.

Así, básicamente el segmento de mercado escogido, se caracteriza por ser el de empresas emprendedoras y estudiantes, asentados en la zona adyacentes al Campus TEMPE y habitantes del municipio Valera, que desean realizar sus actividades de capacitación y profesionalización, en un lugar bien cuidado y agradable, totalmente apropiado para el desarrollo de las mismas. En ese sentido se estiman unos 30 estudiantes y 10 emprendimientos de negocios como mercado potencial del sector, lo cual se profundizará luego del estudio de campo.

Luego de establecer el segmento del mercado y sus características básicas, se elaboró un instrumento, el cual permitió recabar la información pertinente, y más fiel

a la realidad del contexto para el mercado potencial, pudiéndose identificar a través del mismo tanto el mercado específico como los clientes potenciales, con el cual se procede a establecer la oferta comercial.

Estudio del mercado

El estudio de mercado es una idea de las variables y su grado de incertidumbre o riesgo del producto o servicios al ser puesto al mercado en este sentido de ideas nos apoyamos en las definiciones de los siguientes autores:

Para Kotler, Bloom y Hayes (2004 p.98), el estudio de mercado "consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización".

Según Naresh Malhotra, (1997 p.90), los estudios de mercado "describen el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor".

Mediante la investigación de mercado, se pretende definir y estimar la cantidad de negocios emprendedores y personas que pudiesen ser clientes potenciales de la empresa, medir el grado de aceptación que la misma tendría con respecto a la prestación de servicio en las instalaciones y el precio que estarían dispuestos a pagar por el mismo.

Este se llevó a cabo, para entender el comportamiento del mercado, identificando los potenciales clientes, cuantificándolos y encuestándolos de manera de estimar el nicho de mercado que se pretenda servir.

Objetivos del estudio

En líneas generales, el estudio está dirigido a satisfacer los siguientes objetivos:

- Identificar los motivos que impulsarían a las empresas a contratar el servicio.
- Medir la adquisición de servicio.
- Determinar las características del servicio que influyen en la preferencia del consumidor.
- Determinar el nivel de ingresos de las empresas para identificar el nivel adquisitivo y medir el nivel de precio que estarían dispuestos a pagar por el servicio.

Para la recolección de la información, se utilizó como instrumento un cuestionario, diseñado para identificar las motivaciones y características del servicio que les resultan atractivas a las personas al momento de decidir contratarlo.

El formato del cuestionario está diseñado con preguntas cerradas, las cuales tienen de 2 a 5 alternativas. Dicho instrumento está estructurado, considerando los siguientes aspectos:

Demográfico: Permitirá identificar el tipo de empresa y números de trabajadores.

Diagnóstico: Definir necesidad de servicios.

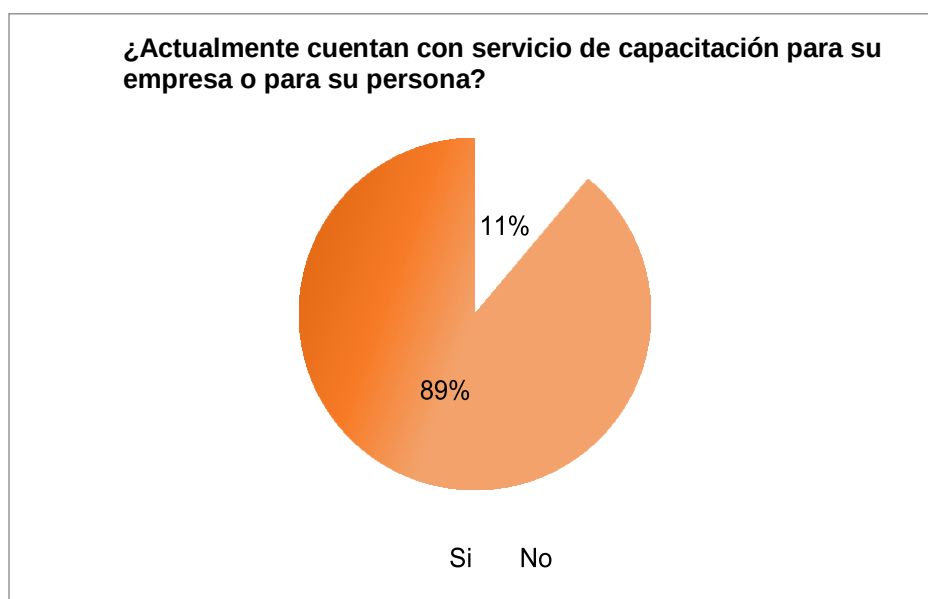
Propuesta: Medir la aceptación de servicio

Análisis de los resultados obtenidos

Las respuestas a cada una de los Items / preguntas del instrumento aplicado fueron codificadas y registradas en tablas elaboradas en Microsoft Excel para su respectivo análisis y medición de resultados. La codificación de las respuestas de los ítems se efectuó antes de realizar el trabajo de campo.

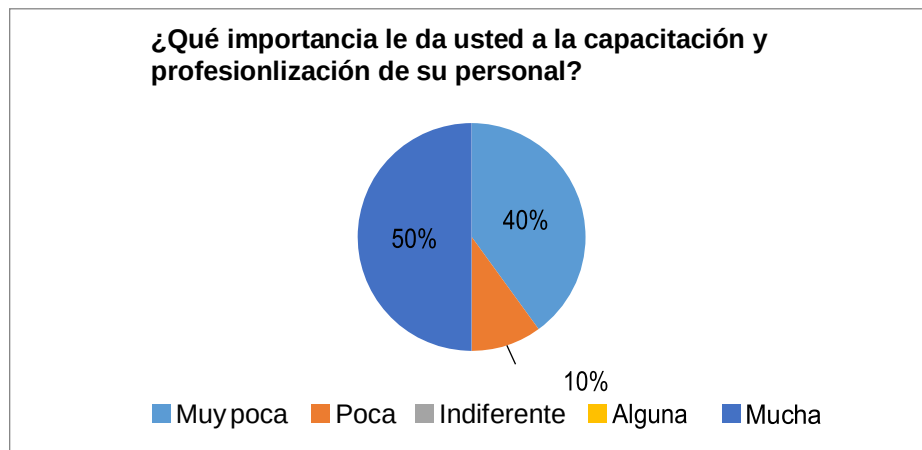
De esa forma, se construyó una tabla para cada ítem, en la cual se almacenaron las respuestas obtenidas, sus frecuencias absolutas y relativas, a partir de las cuales se generaron los siguientes gráficos, más representativos y pertinentes con la propuesta, para su mejor comprensión y análisis:

Gráfica 1.- En relación con la existencia/contratación actual de este tipo de servicios



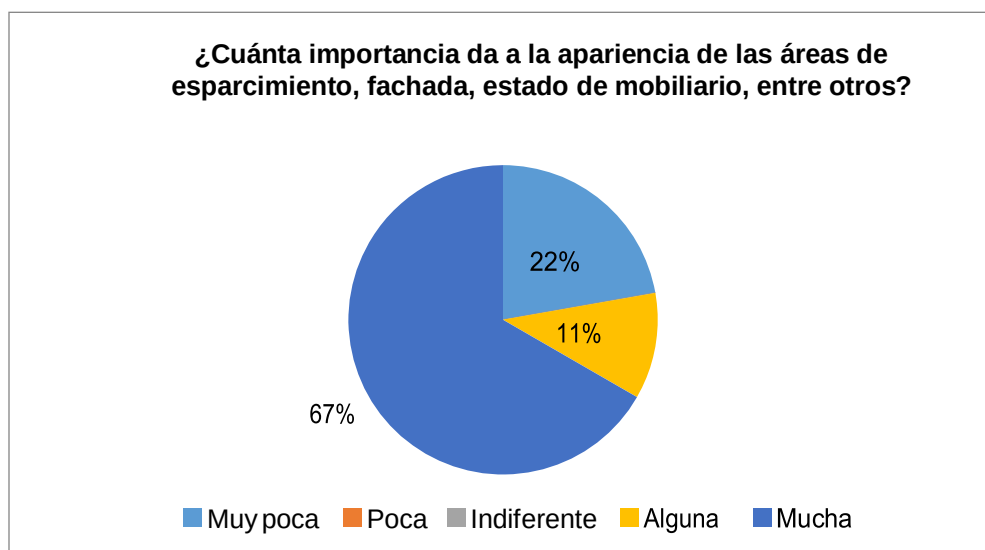
Como puede observarse, relación a este ítem, se tiene que para un 89 % de la población encuestada, en el sector no se cuenta con un servicio de capacitación, como el ofertado, señalando sólo 11% restante, sí contar con un servicio de este tipo. Lo que evidencia una clara necesidad de los servicios ofertados, como una nueva posibilidad empresarial.

Gráfica 2.- Importancia dada al nivel de educación profesional, de su empresa o de su persona



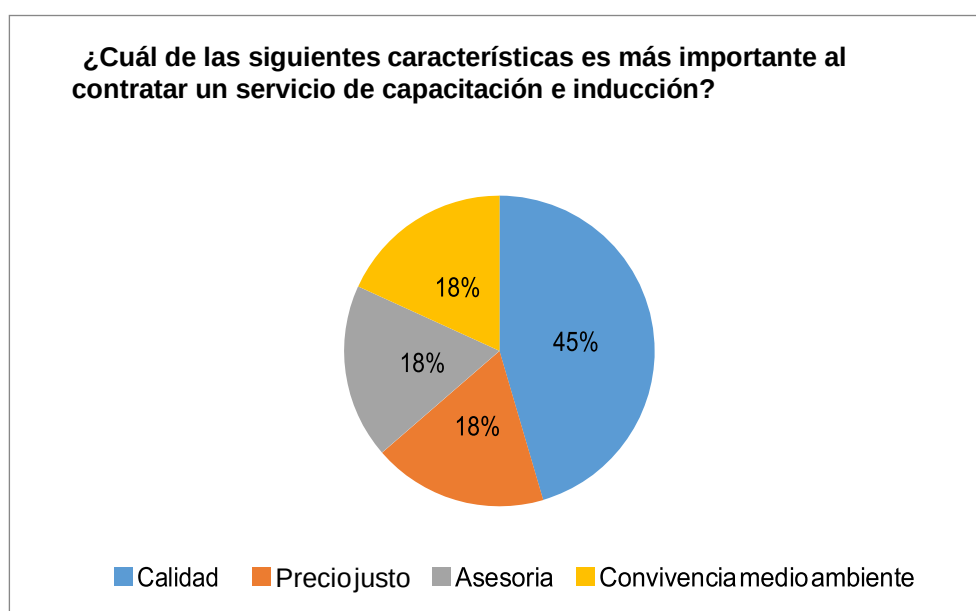
A partir de la gráfica anterior, puede señalarse que para un 50 % de la población encuestada, existe mucha importancia respecto al nivel de educación y conocimiento de los trabajadores de la empresa , así como también al aprendizaje personal, otro 40 % le da muy poca importancia, mientras que sólo un 10 % le da poca importancia a estos aspectos.

Gráfica 3.- Importancia que le da a la apariencia de las áreas y entorno de una empresa que imparta servicios de capacitación profesional y personal



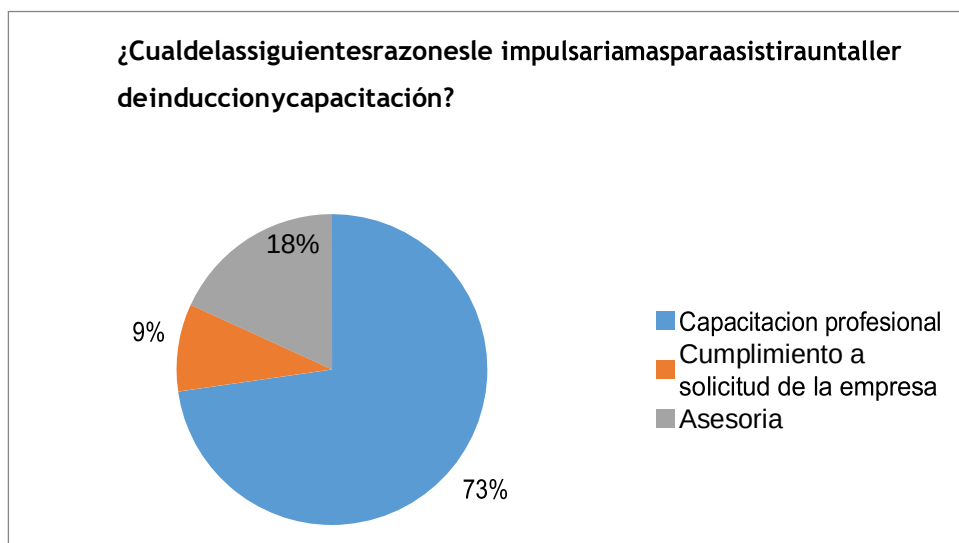
Se evidencia, en relacion a la importancia de la apariencia, tanto de las áreas como el entorno de las locaciones, que para el 67 % de la poblacion encuestada, esto es algo de mucha importancia, contrastando por el contrario con un 22 % de los mismos, quienes le dan muy poca importancia a estos aspectos. Por otra parte, el restante 11 % de las encuestadas señalas les es indiferente.

Gráfica 4.- Características que conllevarían a la contratación de una empresa de WORKSHOP



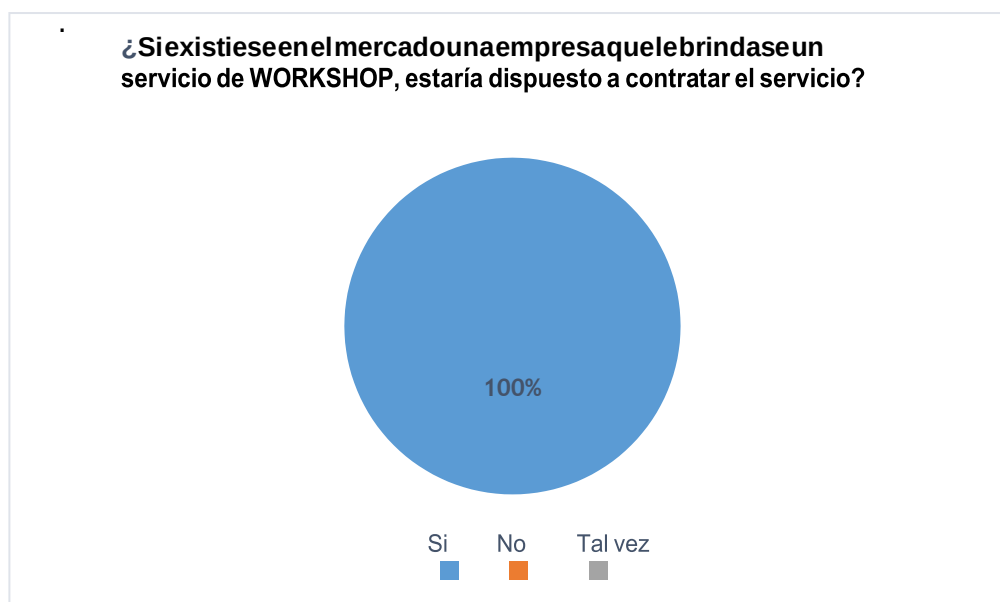
Como un aspecto fundamental para la consolidación de la empresa, se observan los aspectos más importantes que conllevarían a la contratación de los servicios workshop, observándose a partir de la gráfica anterior que, lo más importante es la calidad de los cursos ofertados para un 46 % los encuestados, mientras que en porcentajes idénticos de 18% de dividen en los que buscan precio justo, aquellos que requieren de asesoría y los que plantean la necesidad que se facilite una convivencia con el medio ambiente.

Gráfica 5.- Razones que los impulsarían a la contratación de una empresa de WORKSHOP como la propuesta.



Es evidente respecto a este ítem, que para el 73 % de los encuestados, contratar una empresa para este tipo de servicios tiene como fin obtener la formación profesional de calidad, 9 % señala hacerlo por cumplimiento con el patrono, 18 % por asesoría.

Gráfica 6.- Estarían dispuestos a contratar los servicios ofertados



Por medio del último ítem, aplicado y graficado, puede observarse una alta disposición hacia la contratación de una empresa como la propuesta en el presente estudio, esto partiendo del hecho que un 100 % de los encuestados así lo afirman.

Conclusiones

Una vez concluidos los análisis del estudio realizado, se pueden presentar las siguientes conclusiones conforme a los objetivos planteados para iniciar la misma:

La viabilidad de introducir con éxito una empresa dedicada a la prestación de servicios de WORKSHOP en el Campus TEMPE, sector San Isidro del Municipio Valera, Estado Trujillo, es bastante positiva ya que se evidenciaron condiciones muy favorables para ello, comenzando por la aceptación o disposición para contratar sus servicios por parte del 100% de los encuestados.

La investigación de mercado, permitió alcanzar dos objetivos fundamentales, como lo son evaluar la aceptación del servicio, y determinar las características que más se valoran de este.

Éste estudio del mercado, resultó imprescindible para conocer las características del servicio que se quiere ofertar para empresas que lo contraten, en este caso en particular, se han analizado todas las posibles maneras de comercializarlo, así como también la opinión en cuanto al servicio a ofrecer, indicando la posibilidad de ofertar diversos servicios a través de esta única iniciativa empresarial.

El poder ofrecer, varios servicios a través de un solo nombre, marca o razón social, significa la identificación de la misma, de manera fácil y rápida, logrando su posicionamiento y reconocimiento entre la población de la UVM, y los habitantes del

sector San Isidro. Esto a su vez, conllevaría a un posicionamiento efectivo en el mercado local, y a futuro, regional y hasta nacional.

La Demanda del Servicio

La cantidad demandada de un bien o servicio, depende del precio que se le asigne, del ingreso de los consumidores, del importe de los bienes sustitutos o complementarios y de las preferencias del consumidor.

Para la proyección de la demanda se analizó la información obtenida de las encuestas realizadas a un grupo de emprendedores en la UVM relacionados con el Campus TEMPE y a una selección aleatoria de hogares del Sector San Isidro, conformando una población estimada de 20 estudiantes emprendedores y 10 emprendimientos, tal como se señaló anteriormente, de la cual se asumió una muestra, calculada con el programa SPSS de 30 personas (50% aproximadamente del total) con lo que se logró determinar que el 27% de la población, necesitarían de un servicio profesional como el ofertado en la presente propuesta.

Este resultado se determinó de la siguiente manera:

Tomando en cuenta los datos presentados del trabajo de campo, se observó una gran aceptación para la contratación del servicio, no obstante la cantidad de clientes potenciales que señalaron como causa del deterioro de los espacios físicos, a la falta de empresas dedicadas a este servicio en la zona es del 27%, lo cual es obviamente la demanda insatisfecha. Entonces, habiendo asumido como población meta a 60 clientes potenciales, el 27% de estos arroja la cantidad de aproximadamente 16 clientes.

Es necesario, hacer constar que este tipo de argumentación estadística para el mercado y su demanda insatisfecha, se asume debido a la inexistencia de datos

fiables, respecto a la oferta y demanda, local o regional, dentro del ramo de las empresas prestadoras del servicio de capacitacion como el ofrecido por Momboy Workshop Proyectos y Soluciones.

Proyección de la Demanda

La proyección de la demanda, constituye uno de los aspectos centrales dentro del estudio de cualquier proyecto.

Ahora bien, tomando en cuenta como se ha señalado, para este estudio no existen datos históricos aprovechables, la misma se realizó a través de la proyección de los posibles clientes que desearían adquirir el servicio, utilizando para ello la tasa de crecimiento población del estado Trujillo según los datos del Instituto Nacional de Estadísticas (INE, 2014), la cual se encuentra en el orden del 11,91% relativo al periodo intercensal, de manera lineal, para el municipio Valera, que es donde se encuentra ubicada la Parroquia Mendoza Fría y el Sector San Isidro.

Cuadro 2.- Proyección de demanda

Años	Demanda Futura/Clientes
2018	18
2019	19
2020	20
2021	21

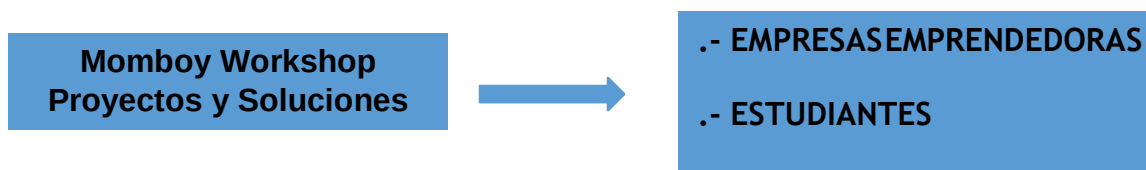
Obviamente, la proyección anterior no contiene la ganancia de clientes potenciales, captados a través de la promoción de la empresa en el tiempo, ni debido a la imagen del servicio de calidad que se pretende ofertar, pudiéndose

duplicar las estimaciones anteriores.

Distribución y Ubicación

La empresa tendrá la siguiente distribución de servicio, como empresa única del sector San Isidro, al encontrarse en las instalaciones del Campus TEMPE, así como sus clientes potenciales:

Gráfica 7.- Canal de distribución de servicios



Esta configuración, permitirá al emprendedor / cliente, solicitar el servicio sin intermediarios, de manera directa, lo cual permite el abaratamiento de los costos.

El domicilio fiscal inicialmente será la sede del campus TEMPE, instalación perteneciente a la planta física de la Universidad Valle del Momboy. Específicamente: Av. principal de Mendoza Fría, Urb. San Isidro (a 300 mts del Club Italven), Campus TEMPÉ.

Competencia

Tal como se ha observado, para la idea propuesta, como empresa no existe competencia alguna en el sector, lográndose así una garantía de clientes cautivos a lo largo del desarrollo de la misma.

Promoción del producto/servicio

La empresa contara con las siguientes estrategias de promoción para hacerse conocer dentro de las empresas y del entorno donde se encontrará la planta física.

Publicidad

- Propaganda por emisoras de radio.
- Publicidad digital vía redes sociales. (Facebook, Instagram, Whatasap, Twitter).
- Publicidad web en portales de empresas y organismo aliados. (UVM, Emprendedores).
- Campañas publicitarias directas con base en folletos y encartes en los diarios locales.

Promoción de servicios

Se establecerá un número de visitas a establecimientos ofertando nuestros servicios, a través de paquetes diarios, mensuales, o por uso. “A mayor necesidad de requerimiento se otorgara un descuento único promocional”.

LOGO



Slogan

“Creces tú... Crecemos nosotros”



CAPÍTULO III

RESULTADOS POR COMISIÓN

Autor:
Adriana Nazareth Linares Adriani
C.I 23.593.352

CAPÍTULO III.

RESULTADOS POR COMISIÓN

El empleo de los comités es una de las técnicas que con más amplia y progresiva extensión se usa en la organización, pese a todas las objeciones que suelen oponérseles. El comité es un conjunto de personas que se reúnen para deliberar, decidir o ejecutar en común y en forma coordinada, algún acto o función.

Los comités suelen emplearse para alguno de los siguientes fines, principalmente:

- Contar con un grupo que ayude a la deliberación que conduce a llegar a una decisión.
- Limitar la autoridad.
- Representar los intereses de los diversos grupos dentro de la organización.
- Coordinar mejor planes y políticas.
- Transmitir información.
- Consolidar la autoridad.
- Motivar a todos a la mayor participación en las tareas asignadas.

Para la presente investigación, al grupo de trabajo se le denominó “Momboy Workshop, Proyectos y Soluciones”, conformado por 35 personas divididos en 7 comisiones distintas con sus funciones definidas:

Programación: Conformada por 4 personas, es la principal encargada de planificar el evento, es decir, definir cómo se llevaría a cabo, las actividades y la duración de cada una de ellas. Asimismo, especificar el contenido programático del mismo.

Marketing y Publicidad: Conformada por 10 individuos, encargada de buscar los medios para poder promocionar los eventos ya sea por medio de redes sociales o por folletos y pancartas.

Patrocinio: Conformada por 5 integrantes, tiene como objetivo buscar potenciales

entidades que puedan contribuir con el presupuesto del evento.

Finanzas: Integrada por 4 personas, con el fin de realizar los presupuestos y las estructuras de costos para poder determinar el precio final de la entrada del evento.

Protocolo: La integran 5 individuos, tiene como función asistir al evento y asegurarse de que el evento se esté llevando a cabo tal y como se tiene programado, es decir, que se cumplan todas las actividades y la duración de estas. Asimismo, prevenir cualquier inconveniente que pueda surgir.

Redacción: Se encuentra formada por 3 personas solamente, las cuales tendrán como función redactar los informes y llevar todo el registro escrito de las actividades realizadas.

Logística: Se conforma por 4 integrantes, la cual se encarga de realizar todas las actividades con relación a la organización del evento, así como también, controlar que las demás comisiones estén llevando a cabo sus funciones correspondientes.

COMITÉ PROGRAMACIÓN

Encargados de definir los eventos, manejar el programa y las labores que se llevaron a cabo al producirse cada planteamiento realizado.

Objetivos:

Organizar, planificar, dirigir, redactar y realizar un cronograma basado en el tiempo que lleve realizar cada evento, dar a conocer todos los datos importantes para dichos eventos así como:

- Quien dictara el evento.
- Las actividades exactas que se realizaran.
- Las horas exactas.
- El receso que deben tomar los participantes para que no se torne pesada cada actividad a realizar.
- El equipo tecnológico a usar para el evento

Funciones:

- Investigar un tema, el contenido y el rendimiento del taller o congreso.
- Examinar las posibles fechas.
- Seleccionar el lugar indicado para dicho taller o Congreso.
- Seleccionar a los Conferencistas.
- Mantener informado al comité organizador a través de reuniones.
- Estructurar el programa social.

El comité de programación es de suma importancia ya que es el que mantiene el orden de lo que se hará en cada taller o Congreso a realizar con una mejor organización y mejor control.

En WorkShop se programó:

Taller de Excel Básico. (Viernes 23/03/2018 de 8:00am a 3:00pm)

Taller de Excel Básico 2. (Miércoles 11/04/2018 8:00am a 3:00pm)

Taller de Excel Avanzado. (Viernes 13/04/2018 8:00am a 3:00pm)

Congreso (Jueves 07/05/2018)

Esto permitió realizar cada uno de los eventos a la altura de lo programado. Al mismo tiempo se reflejó el trabajo en equipo. Mostrando con ello el éxito, con el mejor manejo, mejor control, calidad y con los mejores Conferencistas, en las fechas indicadas y sin retraso alguno.

COMITÉ DE MARKETING Y PUBLICIDAD

Este comité tiene la finalidad de buscar las mejores estrategias de venta y promoción, que permita crear una imagen del servicio de workshop atractivo y aceptado por el mercado potencial, para así alcanzar de manera óptima las ventas y conseguir una rentabilidad máxima para la empresa.

Objetivo:

Ofrecer de manera atractiva el servicio al mercado, obteniendo el máximo nivel de ventas, a través de las mejores estrategias de publicidad pertinente y actualizada para evento de esta categoría empresarial.

Funciones Del Comité:

- Descubrir las necesidades que demandan los clientes potenciales
- Elaborar estrategias que permitan posicionar el servicio en el mercado
- Diseñar y crear la publicidad (anuncios en las redes, prensa escrita, volantes, avisos, noticias).
- Buscar los medios de publicación más efectivos (redes sociales, radio, periódicos).

Responsabilidades realizadas:

Diseño y elaboración de los anuncios del taller de Excel básico y avanzado con la información necesaria, publicándola en las diferentes redes sociales de la universidad (Instagram, página web, twitter, entre otros). Cumpliendo con los estándares correspondientes en el diseño. (Ver anexo 1). Diseño de un formulario de pagos por la web permitió un control eficiente en la inscripción, en relación a la cancelación del costo de cada uno de los participantes y el resto de datos específicos para participar del evento. (Ver anexo 2). Creación de un certificado

para cada participante del taller. (Ver anexo 3) Prestación de ayuda al comité de protocolo para la organización de los talleres. Participación constante en las reuniones de delegados realizadas los días lunes. Elaboración de los avisos y anuncios publicitarios del congreso de contadores publicándolo en las redes sociales y llevando la información a Diario de los Andes y al Colegio de Contadores. (Ver anexo 4). Realizo el capítulo 3 del proyecto.

COMISIÓN DE PATROCINIO

Este comité se encargó de la búsqueda de patrocinio y publicidad para los tres talleres de Excel que fueron realizados en equipo con las distintas comisiones del Proyecto Workshop, el trabajo principal fue buscar el refrigerio para cada taller; apoyados por diferentes empresas de alimentos como lo son: Supermercado Ridolfo (sede Av. Bolívar), Pronto Pizza (ubicado en el Centro Comercial Plaza), Alenca, C.A Alimentos Enrique (ubicado en el sector la arboleda) entre otros particulares. Asimismo, estableció contacto directo con el diario El Tiempo para realizar la publicidad de dichos talleres realizados en la Universidad Valle del Momboy en la Sede Estovacuy. Cumpliendo con cada una de sus tareas en dicho proyecto aportando todo el apoyo necesario.

COMITÉ DE FINANZAS

Comité encargado de elaborar presupuestos para la ejecución de los talleres que se presentaron además de buscar la disponibilidad del dinero para cancelar los gastos que generaron los eventos del curso. Cabe destacar el trabajo de la mano con el comité de Patrocinio y Publicidad, ya que son estos los que emiten los gastos mayores en cuanto a la promoción de los eventos. Igualmente se encargó de elaborar estructuras de costos que respaldan los gastos y aseguren el costo de todas las necesidades que generan los eventos. Se llevó un registro de los Activos, Pasivos y el Capital con el cual se cuenta para el desarrollo de las actividades.

Por otro lado, recibió asistencia de los comités de Logística, Patrocinio y Publicidad en cuanto a la actualización de los costos de los gastos presentados en los eventos. De todos los gastos ocurridos se presentaron las facturas que justifiquen las salidas de capital. Se realizaron reuniones con los tutores para las correcciones de las estructuras, la adición de algún gasto y para la identificación de los participantes de los eventos, el formato aplicado no presento mayores errores. Toda la información que respalda el trabajo fue anexada a la investigación.

COMISIÓN DE PROTOCOLO

Responsabilidades:

Decoración ambientes, manejo de auxiliares sala y auxiliar de adecuación, organización de sillas y soporte audio visual

Recepción de invitados y coordinador de lugares para invitados, manejo de personal de recepción de invitados

Encargados de la acomodación del personal asistente a conferencia, manejo de tiempo, toma de asistencia, orden de la sala

Encargados de distribución de la merienda en tiempo del break, atención a asistentes de congreso.

Los eventos se han llevaron a cabo con mucha diligencia, responsabilidad y armonía. Han sido un éxito y accesibles para los usuarios; se presentaron algunos inconvenientes de último momento, pero como comité se solucionaron de forma pertinente. La logística jugó un papel fundamental en la organización de los eventos ya que de ello dependió el éxito.

COMITÉ DE LOGÍSTICA

Posee la responsabilidad de llevar acabo la ejecución del evento en sí,

preparar el equipo material y humano necesario, para el logro de un correcto desarrollo del mismo, se trabajó de la mano con el comité de protocolo, siguiendo las directrices del comité y así compartir las distintas actividades planificadas, buscando respetar los tiempos estipulados en cada rutina, inicio, coffee breaks, cierre, cubrir y solucionar las distintas dificultades que se presentaron.

Objetivo: Lograr un correcto desarrollo del evento y llenar las expectativas de los usuarios.

Funciones en WorkShop:

La ambientación del Laboratorio de computación de Ingeniería de la UVM sede Estovacuy, donde se llevaron a cabo todos los talleres de Excel.

Llevar un control del área de inscripción mediante un listado manual y acreditación de los asistentes por la web.

Impresión de los certificados de participación de los eventos llevados a cabo.

Redacción de correo para la UVM adjunto con el listado de participantes, para que otorgaran el número de libro y de folio para los certificados.

Revisar los nombres y cedulas, para cada uno de los certificados de los participantes.

Sello de cada uno de los certificados y firma por parte de la Decana de la facultad.

Realización de lista y una numeración para cada computadora, y cada laptop, estos números se le asignan a cada uno de los participantes y con ello tienen la responsabilidad de entregar el computador en perfecto estado.

Dejar evidencia del evento realizado, mediante la toma de fotografías de los participantes y facilitador con sus respectivos certificados.

Dirigirse a las autoridades competentes de la universidad (Rectora y Administradora), para que faciliten el dinero para la impresión de los certificados.

Presentación al comité de finanzas del presupuesto y la respectiva factura fiscal del pago realizado de los certificados.

Verificar que el comité de patrocinio llegue a la hora establecida, para dar el refrigerio a los participantes.

Verificar que el facilitador del evento llegue a la hora establecida y realice las actividades que le competen.

Se procede a desmontar todo el equipo, retirando los materiales y los elementos utilizados durante el evento.

Permitir la salida de forma ordenada para evitar daños o accidentes.

Realizar revisión final previa a la entrega y devolución del equipo y de las instalaciones en las mismas condiciones en las que fueron recibidas.

La dinámica del trabajo se incrementó a medida que se acercó las fechas de los eventos. A través de él, se sincronizó el trabajo de cada integrante del grupo organizador, dirigiendo la gestión.

El comité de Logística presentó en la organización de los siguientes eventos de WorkShop:

Taller de Excel Básico II (Miércoles 11/04/2018 8:00am a 3:00pm)

Taller de Excel Avanzado (Viernes 13/04/2018 8:00am a 3:00pm)

Congreso

METODOLOGÍA

Para la primera etapa del proyecto, se decidió realizar dos eventos de

capacitación “Taller Excel Básico” el cual se planificó efectuarse en fecha Viernes, 23 de marzo de 2018 y “Taller Excel Avanzado” el cual se decidió darse a cabo el Viernes, 13 de abril de 2018.

TALLER EXCEL BÁSICO

Se comenzó a planificar el Jueves, 8 de marzo de 2018 en reunión realizada por todos las comisiones en el Campus Tempe de la Universidad Valle del Momboy, Urbanización San Isidro, Vía La Puerta. En ésta, se planificaron las actividades que realizaría cada grupo para llevar a cabo el evento las cuales se distribuyeron de la siguiente manera:

Programación: Formuló el contenido programático junto con el facilitador del taller en donde especificó cada punto que se daría en éste:

- Creación de Tablas.
- Aplicación de formatos.
- Fórmulas básicas.
- Diseño de gráficos.
- Copias de hojas.
- Elaboración de tabla de nómina.

Asimismo realizó la distribución de las actividades:

Marketing y Publicidad: realizó los respectivos folletos publicitarios del taller, asimismo, fue la principal encargada de distribuir éstos al público por medio de las redes sociales.

Patrocinio: buscó las potenciales entidades que pudieran donar el presupuesto del refrigerio para los participantes de taller.

Finanzas: formuló la estructura de costos del taller en un documento Word, en donde se determinó que el precio de la entrada al taller sería Bs. 150.000,00

Protocolo: asistió al evento y se encargó de verificar la entrada de los participantes, asimismo, tomar las previsiones en caso de cualquier inconveniente que pueda surgir durante el evento.

Redacción: realizó los respectivos informes en donde se puede apreciar los resultados, las conclusiones y recomendaciones del evento.

Logística: se encargó de realizar el formulario de inscripción, emitir los certificados de los participantes y controlar las actividades de las demás comisiones.

TALLER EXCEL AVANZADO

Dicho taller se planificó el Sábado, 24 de marzo de 2018 por medio de la red social “WhatsApp” en un grupo donde se registraron 33 integrantes del Workshop. A partir de allí, se dividieron las actividades que cada comisión debía seguir:

Programación: Formuló el contenido programático junto con el facilitador del taller en donde especificó cada punto que se daría en éste:

- Aplicación de Filtros.
- Búsqueda en base de datos.
- Formato Condicional.
- Ejemplos.
- Conciliación Bancaria.
- Otras Fórmulas.

Asimismo realizó la distribución de las actividades:

Marketing y Publicidad: realizó los respectivos folletos publicitarios del taller, asimismo, fue la principal encargada de distribuir éstos al público por medio de las redes sociales.

Patrocinio: buscó las potenciales entidades que pudieran donar el presupuesto del

refrigerio para los participantes de taller.

Finanzas: formuló la estructura de costos del taller en un documento Word, en donde se determinó que el precio de la entrada al taller sería Bs. 170.000,00

Protocolo: asistió al evento y se encargó de verificar la entrada de los participantes, asimismo, tomar las previsiones en caso de cualquier inconveniente que pueda surgir durante el evento.

Redacción: realizó los respectivos informes en donde se puede apreciar los resultados, las conclusiones y recomendaciones del evento.

Logística: se encargó de realizar el formulario de inscripción, emitir los certificados de los participantes y controlar las actividades de las demás comisiones.

RESULTADOS

Los talleres planificados fueron realizados exitosamente en las fechas estimadas. Se tomaron las evidencias fotográficas pertinentes a la actividad para que estas pudieran ser mostradas en las redes sociales con el fin de promocionar los posteriores talleres.

TALLER EXCEL BÁSICO

Del grupo organizador, asistieron 13 personas distribuidas entre las distintas comisiones las cuales apoyaron al facilitador del taller en cualquier inconveniente que pudiera haber. Asimismo, para las fallas eléctricas ocasionadas dicho día, se tenían preparadas 10 laptops con el fin de que el evento pudiera continuar.

LISTA DE LOS PARTICIPANTES

Nombre y Apellido C.I.

1.	Fernando Barroeta	29.718.332
2.	Mariangela Briceño	27.306.280
3.	Brandon Moncada	19.899.341
4.	Karolay Valero	26.311.155
5.	Luisa Valecillos	27.896.837
6.	Ronny Maldonado	26.324.486
7.	Geraldine Mejia	27.628.331
8.	Rosmary Vásquez	21.367.481
9.	Zara Causado	25.171.490
10.	Maikel Sarache	27.152.837
11.	Fernando Azuaje	27.022.212
12.	Nataly Vilorio	26.877.565
13.	Viviana Balza	26.412.673
14.	Esmeralda Zambrano	16.739.889
15.	Maria Pinto	14.928.579
16.	Luis González	26.962.526
17.	Carlos Montilla	26.412.886

TALLER EXCEL AVANZADO

Del grupo organizador, asistieron 15 personas distribuidas entre las distintas comisiones las cuales apoyaron al facilitador del taller en cualquier inconveniente que ocurriera. Asimismo, debido a fallas que presentaban algunos de los equipos, se habilitaron 4 laptops para poder sustituir éstos.

LISTA DE LOS PARTICIPANTES

Nombre y Apellido Cédula

1.	Maria Fernanda Fernandez Martinez	24135296
2.	Karolay Valero Pereira	26311155
3.	Mariangela Briceño Beato	27306280
4.	Laura Elena Venegas Marcano	26036555
5.	Rodolfo José Zerpa Briceño	18036949
6.	Fernando Antonio Azuaje Mejia	27022212
7.	Marianna Paola Urbina Subero	25604642
8.	Fernando Jose Barroeta Segovia	29718332
9.	Ronny Ramon Maldonado Zambrano	26324486
10.	Ivan Enrique Guerrero Jordan	24882092
11.	Samandhy Paola Matos Vasquez	26235645
12.	Luisa Fernanda Valecillos Duarte	27676239
13.	Laura Isabel Azuaje	26641138
14.	Oriana Carolina Hernandez Matos	26690008
15.	Zara Nathaly Causado Ghazala	25171490
16.	Elvimar Andrea Espinoza Utila	26002000
17.	Aldo Cesidio Valleria Vargas	25882619
18.	Valeria Andreina Valero Pinzon	26591903
19.	Crismar Andrea Rodriguez Farias	25374155
20.	Arnaldo De Jesus Nava Teran	21366077
21.	Zorianny Coromoto Villegas Román	26412437
22.	Roberto Enrique Alvarez Acosta	24786135
23.	Brandon José Rodulfo Moncada Abreu	19899341

24.	Engelberg Jesús Rojas Moreno	25913607
25.	Yosleida Guillen	26123978
26.	Antonio Al Maaz	26324515
27.	Leonela Briceño	27618271
28.	Junior Alfonso Carrillo Franco	21063951



CAPÍTULO IV

CONSIDERACIONES FINALES

Autor:
Adriana Nazareth Linares Adriani
C.I 23.593.352

CONCLUSIONES

La creación de una empresa dedicada a la implementación del Workshop dentro del Estado Trujillo, como propósito principal de la investigación realizada surgió como necesidad ya que en la entidad no se cuenta con una empresa que ofrezca o cubra las necesidades de capacitación a través de la realización de Workshop, en los cuales se pueda adquirir conocimientos y/o habilidades, dictados por profesionales en la materia altamente capacitados.

El proyecto contempló la elaboración de un plan de negocios que se logró a través de un estudio de mercado para conocer las características, necesidades, estilos de vida y la determinación.

Fundamental fue la excelente coordinación de los comités para alcanzar los objetivos, destacando la comunicación la cual fue fundamental. Para este fin se programaron en fechas predeterminadas las reuniones generales a las cuales debieron asistir los responsables de cada comité para llevar a cabo una orden del día elaborando minutas e informes de progreso.

Cada 15 días se realizaron en Tempe con los tutores y todas las comisiones de WorkShop, se evaluaron los resultados, estableciendo el grado de cumplimiento de los objetivos planteados y que tan rentable resultó el evento.

Un factor primordial para el éxito de cada evento y su coordinación dependió del desarrollo de cada reunión. Todos los detalles se planificaron con anticipación y cada comité se enfocó en llevar a cabo su objetivo y coordinarse con los otros comités a fin de lograr que la reunión se llevara a cabo sin problemas, detalles o contratiempos.

. Luego de la ejecución de cada uno de los talleres se pudo hacer las siguientes conclusiones:

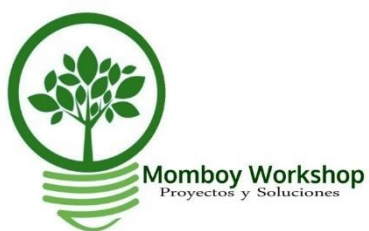
Microsoft Excel es una de las herramientas más importantes del contador público y que aun y a pesar del auge tecnológico, muchas personas no saben utilizar. Asimismo, en el Estado Trujillo hay gran interés por este tipo de talleres y cursos por lo tanto, realizarlos con más frecuencia generaría grandes ingresos para la organización.

En base a las respuestas de la encuesta, se determinó que las personas están interesadas en actividades recreativas y, en Trujillo, son escasas las organizaciones que se dediquen a la realización de éstas, ofreciendo distintas actividades recreativas se generaran ingresos extras. Esto sería dirigido a la población joven, es decir, entre 15 y 30 años de edad.

La Universidad Valle del Momboy ha sido siempre un gran ejemplo de trabajo, emprendimiento e innovación para los estudiantes ya que a pesar de todas las dificultades que presenta el país, siempre incentiva a dar lo mejor y demostrar las ganas de emprender y salir adelante con ideas innovadoras como lo ha sido el Proyecto WorkShop y los distintos Proyectos de Emprendimiento y Recreación que se están realizando

RECOMENDACIONES

Por medio de una encuesta realizada a través del formulario de Inscripción acerca de otras actividades y talleres que se pudieran realizar, se pudo comprobar que existen otros temas de gran importancia que a la población trujillana les interesaría aprender como Microsoft PowerPoint, Microsoft Word, PhotoShop, Adobe Illustrator, AutoCad, etc; Es por ello importante la implementación y ampliación de otros talleres de formación que son necesarios para el fortalecimiento educativo, además la organización tendría mayor reconocimiento como alternativa educativa y una buena proporción de ingresos.



ANEXOS

Anexo 1

Grupo de Tesistas WorkShop



Anexo 2

Participantes del Taller de Excel Básico



Anexo 3

Participantes del Taller de Excel Avanzado



Anexo 4

Anuncio en el Periódico

la numeración de las paginas son centradas y en números romanos hasta la

miércoles 21 de Marzo de 2018

EL TIEMPO Regional - 07

Llamado/ Auspician estudiantes de Contaduría Pública

Taller de Excel Básico dicta la UVM

El curso que se dicta este viernes 23 de Marzo, es el primero de un ciclo de jornadas de capacitación, promovidas por las estudiantes de la carrera de Contaduría Pública de esa importante casa de estudios superiores de la región. El mismo se realizará en la sede de la UVM-Estovacu de Carvajal

Las estudiantes de Contaduría Pública Diana Arbeláez y Silvia Moreno invitan al Taller de Excel Básico este viernes en la UVM -Carvajal

diurnos de la carrera de Contaduría Pública, con respaldo de las autoridades de la Universidad Valle del Momboy

Esta iniciativa ha sido tomada por los participantes de la premonstrada carrera, como trabajo especial de grado para optar al título como

nuevas licenciadas en Contaduría Pública.

Importante jornadas de preparación

Como inicio del ciclo de actividades académicas, se dictará este viernes 23 de Marzo en la sede del Laboratorio de la Facultad de Ingeniería en la sede de la UVM-Estovacu de Carvajal el Curso de Excel Básico, dictado por el experto en materia de computación, licenciado Gilberto Rojas, el cual se inicia desde las 8:00am hasta las 3:00pm. Se incluye en el contenido y la temática a ser abordada la Creación de Tablas, Aplicación de Formulas, Fórmulas Básicas, Diseño Gráfico, Copias de Hojas, y Elaboración de Tabla y Formato Numeral.

Las organizadoras Diana Arbeláez y Silvia Moreno, agregan que los participantes tienen derecho a un certificado debidamente sellado, además del refrigerio respectivo y el costo de la inscripción es muy accesible y popular. Los interesados pueden comunicarse para mayor información por los teléfonos 0414-7300083 y 0414-7304547.

Otros cursos y talleres

Agregan las informantes, que se dictarán también talleres de Megahistoria y el curso Avanzado de Excel, el cual complementará la capacitación de quienes hayan participado en el primero que se dicta este viernes en la sede de UVM-Estovacu.

El grupo de estudiantes de Contaduría Pública lo integran además de Silvia Moreno y Diana Arbeláez, sus compañeras Andrea Di Gabelle, Fabiana Peña y Angélica Bantón, quienes convocan a los interesados a participar de esta importante actividad.

Distribuidora reconocida en el mercado

introducción y se continua en números naturales apartir de la introducción.

BIBLIOGRAFIA

Sánchez, Andrea. Cómo organizar un workshop exitoso. Shopify, 22 de Septiembre de 2015. <https://es.shopify.com/blog/53867077-como-organizar-un-workshop-exitoso>

Maeso, Alfred. Consejos y claves para realizar Workshops eficientes. Netmind, 22 de Febrero de 2017. <https://www.netmind.es/knowledge-center/claves-para-realizar-workshops-eficientes/>

Significados. Significado de Workshop. <https://www.significados.com/workshop/>

Marín, Juan. Como organizar un buen Workshop. Cerem, International Business School, 27 de Enero de 2017. <https://www.cerem.es/blog/como-organizar-un-buen-workshop>

Gestion.org. ¿Qué es un Workshop? <https://www.gestion.org/que-es-un-workshop/>

Definición.de. Definición de Workshop. <https://definicion.de/workshop/>

Eventbrite. Modelos de certificados para cursos y talleres. <https://www.eventbrite.com.ar/blog/cursos-y-clases/modelos-de-certificados-para-cursos-y-talleres/>

Eventbrite. Como organizar un Workshop. 6 de Abril de 2015. <https://www.eventbrite.com.ar/blog/antes-del-evento/como-organizar-un-workshop/>

Unne. Comunicación, Ingenio y Marketing. Como organizar un Workshop para que sea un éxito. 31 de Julio de 2015.

<https://www.unnecomunicacion.com/blog-unne/como-organizar-un-workshop-para-que-sea-un-exito/>

Consejo Internacional de Archivos. Sección de Asociaciones Profesionales de Gestores Documentales y Archiveros. Organización de Talleres de Capacitación: guía/Lineamientos para Asociaciones Profesionales. 2010. https://www.ica.org/sites/default/files/SPA_2010_Guidelines_Organising-training-seminars-workshops_SP.pdf

Blanco, Isaías Elías. Cómo organizar workshops para mejorar el SEO de StartUps. 29 abril de 2016. <https://martechforum.com/articulo/organizar-workshops/>