

**UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR. UNIB.E**

**ESCUELA DE GASTRONOMÍA**

Trabajo de Titulación para a la obtención del Título de Ingeniería en  
Administración de Empresas Gastronómicas

**“Proyecto de Creación de una Consultora para la Organización de Eventos  
Corporativos que brinden el Asesoramiento y el Servicio de Alimentos y  
Bebidas en la Ciudad de Quito”**

**JUAN PABLO CADENA ORTIZ**

**DIRECTORA: MSC. MARIANA PAVÓN P.**

Quito, Ecuador

Octubre del 2011

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
RESULTADOS A SER ALCANZADOS.....	3
OBJETIVOS.....	4
MARCO METODOLÓGICO .....	5
<b>CAPITULO I</b> .....	7
<b>GENERALIDADES</b> .....	7
1.1.- PROVINCIA DE PICHINCHA.....	7
1.2.- CIUDAD DE QUITO.....	15
1.3.- TURISMO EN QUITO .....	19
<b>CAPITULO II</b> .....	21
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	21
2.1.- EVENTOS.....	21
2.2.- CLASIFICACIÓN DE EVENTOS .....	22
2.3.- TURISMO DE EVENTOS. ....	26
<b>CAPITULO III</b> .....	29
<b>PLAN DE NEGOCIOS</b> .....	29
ANTECEDENTES.....	29
3.1.- CONCEPTO DEL NEGOCIO.....	30
3.2.- VISIÓN Y MISIÓN DE LA EMPRESA.....	45
3.3 ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN DEL MERCADO .....	45
3.4.- ANÁLISIS FODA.....	60
3.5.- IMPACTO ECONÓMICO, SOCIAL Y AMBIENTAL. ....	62
3.6.- PRODUCCIÓN OPERACIÓN Y LEGALIDAD DE LA EMPRESA.....	66
3.7.- PLAN DE MARKETING .....	72

3.8.- ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIÓN.....	88
3.9.- ANÁLISIS FINANCIERO BÁSICO. ....	104
<b>CAPITULO IV</b> .....	123
4.1.- CONCLUSIONES .....	123
4.2.- RECOMENDACIONES .....	125
BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS.....	126

## ÍNDICE DE GRÁFICOS Y CUADROS

Gráfico No. 1 .....	7
Gráfico No. 2 .....	166
CUADRO No. 1 .....	144
CUADRO No. 2 .....	188
CUADRO No. 3 .....	4141
CUADRO No. 4 .....	577
CUADRO No. 5 .....	877

## **CARTA DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

El presente documento cuenta con todos los criterios necesarios para su presentación, el contenido del mismo es fruto del trabajo investigativo de su autor y de las fuentes bibliográficas en las que basó su estudio.

De igual manera ha observado el formato y normas de elaboración de acuerdo al reglamento de Trabajos de titulación que la Universidad exige.

**Msc. Mariana Pavón P.**  
**DIRECTORA**  
**TRABAJO DE TITULACIÓN**

## CARTA DE AUTORÍA

*Los criterios emitidos en el presente Trabajo de Titulación “Proyecto de creación de una Consultora para la Organización de Eventos Corporativos que brinde el asesoramiento y el servicio de alimentos y bebidas en la ciudad de Quito”, así como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta(s) son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor del presente trabajo de investigación.*

*Autorizo a la Universidad Iberoamericana del Ecuador (UNIB.E) para que haga de éste un documento disponible para su lectura o lo publique total o parcialmente, de considerarlo pertinente, según las normas y regulaciones de la Institución, citando la fuente.*

.....

Juan Pablo Cadena Ortiz

Octubre de 2011

## **AGRADECIMIENTO**

*A Dios por concederme la vida, guiarme por el sendero del bien y darme la fortaleza para cumplir mis metas añoradas.*

*A la Universidad Iberoamericana del Ecuador, por su aporte teórico y técnico y coadyuvar en mi profesión.*

*A todos mis profesores, que de forma desinteresada me han brindado todos sus conocimientos.*

*De manera especial a mi maestra y profesora Máster Marianita Pavón, por su apoyo en la investigación de este proyecto y por cada conocimiento brindado.*

*A mis compañeros, parte importante de los momentos inolvidables de mi vida universitaria.*

**JUAN PABLO.**

## DEDICATORIA

*A mis padres Nelly y Javier, que han sido mi ejemplo de perseverancia, aunque hemos pasado momentos difíciles su amor y entrega ha sido incondicional y hoy están junto a mí para cumplir uno de mis mejores anhelos, por ello mi profesión se las debo a ustedes.*

*A mi abuelita Laura, por ser la persona que ha llenado de consejos y afecto mi vida, por ser el impulso de toda mi trayectoria estudiantil, gracias por ser mi inspiración.*

*A mis hermanos Francisco y Andrés, mis ejemplos de vida, de orgullo y superación, gracias porque siempre confiaron en mí y están a mi lado.*

*A Taty, por compartir mis alegrías y triunfos en toda mi vida universitaria, siempre serás especial.*

*Y a todas las personas que saben, que cuando el sendero de la vida es difícil, se aprende a templar más el alma.*

**JUAN PABLO.**



## INTRODUCCIÓN

Las técnicas de servicio y la producción de alimentos, ha desarrollado un mercado muy importante en el mundo gastronómico, llegando a ser una de las actividades turísticas más importantes y lucrativas a nivel mundial, siendo países europeos los número uno en adquirir las nuevas tendencias y estar en constante evolución y desarrollo en el ámbito del turismo y atención al cliente.

Sin embargo países americanos también han mostrado su interés por posesionarse de este mercado tan competitivo como lo es la oferta de alimentos y bebidas, por ello existe una gran cantidad de empresas que se han enfocado al servicio gastronómico, como medio de superación económica y social. Cada una de estas empresas poseen sus propias herramientas para ser competitivas y brindar a sus clientes productos de calidad, innovando tendencias nuevas que van estrechamente relacionadas con el mundo globalizado y porque no decirlo con los avances tecnológicos de punta que se ha logrado desarrollar.

En la ciudad de Quito existen varios establecimientos de Catering y Eventos Corporativos que brindan el servicio de Alimentos y Bebidas, los mismos que no satisfacen de manera correcta los gustos y las necesidades de las empresas corporativas, por lo cual es necesario implementar una nueva imagen con productos y servicios innovadores para lograr la satisfacción del cliente, teniendo como antecedentes principales la evolución del mercado gastronómico a nivel mundial. Con ello se puede garantizar que un evento sea ofertado con calidad.

En tal razón es importante que se creen empresas bajo esquemas de buen servicio, con profesionalismo para que, atiendan a las diferentes necesidades de los clientes y del mercado que cada vez son más crecientes, de igual manera se debe poner en práctica los conocimientos que han sido adquiridos en las aulas universitarias con el propósito de tecnificar y elevar el nivel en cuanto a organización y ejecución de eventos se refiere.

En la primera parte se habla de las generalidades de la provincia y de la ciudad en la que se crearía la empresa, destacando la ubicación, sus atractivos turísticos etc.

En el capítulo dos se realiza la conceptualización de varios términos, tipos de servicio, clasificación de los eventos y definiciones generales, todo este capítulo permitirá desarrollar ideas claras y concisas sobre las características de este trabajo.

El capítulo tres abarcará todo el plan de negocios, donde la investigación y el análisis del mercado a realizar, permitirá dar un enfoque claro sobre la factibilidad financiera y administrativa del proyecto.

La exposición y análisis de la investigación se realizará en este capítulo, donde los resultados serán plasmados en muestras gráficas.

En el capítulo tres también se mostrará el avance del plan de negocio, en el cual se indicará el proceso de cumplimiento de los objetivos trazados a principio de esta investigación.

Las conclusiones serán el capítulo número cuatro, aquí se indicará los aspectos principales a tomar en cuenta para reforzar los resultados del trabajo, de igual forma, se mostrara las fuentes de investigación y anexos que ayudaron a esta investigación.

## **RESULTADOS A SER ALCANZADOS**

Para este trabajo es necesario tener metas concretas y claras, que con el desarrollo de la investigación se las pueda ir alcanzando.

En el desarrollo de este plan de estudio la prioridad principal será que al finalizarlo todos los argumentos expuestos sean plasmados en un negocio real, consolidando una empresa verdaderamente profesional que satisfaga cada una de las expectativas del cliente.

El crear una consultora de eventos corporativos, permitirá ofrecer un servicio innovador a personas, empresas, organizaciones, instituciones etc., que gustan o necesitan realizar sus compromisos de una forma organizada y eficiente, es por ello la necesidad de establecer una empresa con conocimientos sólidos y profundos en la organización de eventos, que garantice y ponga en práctica las políticas de calidad a sus clientes.

Como empresa organizadora y consultora de eventos se buscara fundamentalmente la confiabilidad del cliente hacia los servicios que esta oferta, dándole diversas propuestas de servicio que vayan acorde a su estilo y

presupuesto, consiguiendo de esa manera una de los aspectos más importantes para el desarrollo empresarial que es la fidelidad de los clientes.

## **OBJETIVOS.-**

### **OBJETIVO GENERAL.-**

Crear una consultora para la organización de eventos corporativos que brinden asesoramiento, organización y ejecución de los mismos, con énfasis en el servicio de alimentos y bebidas en la ciudad de Quito.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS.-**

- Determinar las potencialidades que tiene la provincia de Pichincha y en particular la ciudad de Quito, respecto a la creación de una empresa.
- Establecer los conceptos que servirán de base para el manejo del lenguaje técnico en la organización de eventos
- Realizar un estudio técnico - legal previo a la creación de una consultora de eventos, tomando en cuenta los diferentes componentes para un plan de negocios.
- Valorar los impactos que se generan al crear una empresa dirigida a la organización y ejecución de eventos corporativos.

## MARCO METODOLÓGICO

Para el desarrollo de este proyecto se toma como referencia el aplicar una investigación de campo, ya que esta permitirá determinar las necesidades del mercado y la factibilidad del negocio, donde se empleará técnicas de investigación útiles para la recolección y procesamiento de la información obtenida, como es el caso de:

**OBSERVACIÓN.-** Mediante la observación directa en varios eventos, se logrará sacar conclusiones que ayudaran a mejorar e innovar el área corporativa.

**ENTREVISTA.-** Mediante esta técnica se conocerá las necesidades de los potenciales clientes, de igual manera conocer las fortalezas y debilidades de las posibles competencias.

**ENCUESTA.-** La encuesta ayuda a determinar en cifras reales y exactas las necesidades de los futuros clientes, el universo al cual estarán dirigidas las encuestas será a las empresas que manejan medios de comunicación radial de frecuencia modulada (FM) ubicadas en el centro norte de la ciudad de Quito.

Se ha tomado a este segmento como nicho de mercado porque los medios de comunicación radiales son considerados como empresas corporativas y consta en la clasificación de tipos de eventos corporativos.

Este segmento de mercado es potencialmente accesible ya que realizan varios eventos anuales, pero no son atendidos de forma integral en sus necesidades, entonces la Consultora de Eventos Corporativos se dedicará específicamente apoyar cada una de las actividades y requerimientos que estas empresas necesiten en sus eventos y festividades.

Se conformará un equipo de trabajo a fin de que el plan de negocios sea factible de realización integrado por; el estudiante próximo a graduarse, director del trabajo de titulación, docente de la materia de investigación, profesional en área administrativa.

## CAPITULO I

### GENERALIDADES

#### 1.1 .- PROVINCIA DE PICHINCHA

##### 1.1.1.- UBICACIÓN GEOGRÁFICA



Gráfico No. 1  
Fuente: [www.ecuadorextremo.com](http://www.ecuadorextremo.com)

La provincia de Pichincha limita al norte con las provincias de Esmeraldas e Imbabura, al este con las de Sucumbíos y Napo, al sur con las provincias de Cotopaxi y Los Ríos, y al oeste con las provincias de Manabí y Santo Domingo de los Tsáchilas (ex cantón de la provincia).

En la provincia existen dos zonas diferenciadas: el este, un área dominada por los Andes orientales y occidentales; el oeste, un área que pertenece a la región Costa, que se encuentra poblada por ramificaciones subandinas. El Cayambe, con 5.790 m, es la elevación más alta. Los cursos fluviales más importantes son el Guayllabamba, el Blanco, el Pita, el Pisque y el San Pedro, todos de la cuenca del Pacífico. El clima es variable debido a la altura, desde el tropical hasta el templado interandino. Su vegetación es selvática y de estepa en la montaña.<sup>1</sup>

### **1.1.2.- SITIOS DE INTERÉS**

#### **Papallacta**

Este balneario es famoso por las fuentes de aguas termales provenientes de la Provincia de Napo, está situado al nor-oriental de la provincia sobre una llanura rodeada de montaña tiene un clima tropical húmedo, sus aguas son curativas por su contenido de minerales y temperatura que oscilan entre 35° y 64° C. A 2 horas de Quito el turista encontrará en el sector posibilidades de acampar junto a varias lagunas como Ninalviro y Paltacocha.

---

<sup>1</sup> Fuente: <http://es.wikipedia.org/wiki/Pichincha>.



## **Calderón**

Artesanía y masapán está localizada al nor-este de Quito, a sólo 20 minutos se caracteriza por su desarrollo artesanal, sobre todo por tallados en madera y figuras de masapán que tienen sus raíces en la conmemoración de los difuntos. Calderón fue poblado por los mitimaes su nombre primitivo era Carapungo, que significa “entrada de los caras” o “puerta de cuero”, para llegar simplemente debe tomar un bus en el sector de la Marín o en el Terminal del Metro-bus, en el sector de Cotocollao.

## **Pintag**

Está localizada en el sector sur-oriental del Valle de los Chillos, a 35 Km de Quito, se ubica en las faldas del nevado Antisana, en una meseta que comunica a Machachi con el Valle de Tumbaco. Además el turista puede visitar la “Isla del Amor”, una pequeña laguna donde se practica la pesca deportiva.

## **Guayllabamba**

A 25 minutos de la capital, vía a Ibarra, se encuentra la parroquia de Guayllabamba, famosa por su gastronomía, clima y zoológico que exhibe varias especies nativas de la geografía ecuatoriana, se encuentra a 20 minutos de caminata desde el carretero principal, hasta allí acuden turistas nacionales y extranjeros que gustan de visitar este hermoso valle.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/Pichincha>

## **Puembo**

Se encuentra en la parte central del valle de Quito, a unos 25 Kilómetros de la ciudad limita al Norte con Guayllabamba, al Sur con el río Guambi, calle Los Hongos y Chupahuayco; al Este con el río Guambi y al Oeste con el río Chiche. Se caracteriza por ser una zona apacible con una población no muy numerosa, que más bien posee fincas o haciendas de personas adineradas. Es un pueblo semirural por su cercanía a Quito y su clima primaveral se ha convertido en una sede agro-industrial y de fincas vacacionales, el primer centro turístico es la iglesia que data del siglo XVI y que fue reconstruida por el Fonsal (Fondo de Salvamento), en el interior se conserva la pila bautismal e imágenes del apóstol Santiago El Mayor, su patrono; del Corazón de Jesús y de La Virgen del Quinche, a un costado se ubica el parque rehabilitado por el Municipio y mantenido por la Administración Zonal de Puembo, al oriente existe una palmera que alberga un nido especial de cinco variedades de pájaros, cuyo hermoso trinar alegra la vida de los vecinos de esta tranquila y agradable parroquia.

No obstante con la construcción del actual aeropuerto internacional, este sector, se va constituyendo en un atractivo importante, sobre todo para la instalación de ciertos negocios o empresas que tienen vinculación con el turismo.

## **Tumbaco**

Ubicado en el lado oriental de Quito, a una distancia de 14 Kilómetros se caracteriza por su clima cálido y por contar con tierras altamente productivas, respecto a su arquitectura urbana tiene un particular estilo subtropical con unas

cuantas casas de estructura de madera, las cuales paulatinamente han sido sustituidas por edificaciones modernas, un lindo paseo es subir al Ilaló, al cual se puede acceder desde la comuna central desde el parque principal o desde la comuna Leopoldo Chávez.

## **Mindo**

Tiene una superficie de 50km, y está a 1.250 m, de altitud es una de las zonas más antiguas del nor-occidente de Pichincha se encuentra a tan sólo 80 Km, de Quito, y ubicado bajo la boca del volcán Guagua Pichincha, es un valle subtropical de exuberante vegetación conocido también como el Valle de la Eterna Primavera, los turistas nacionales y extranjeros pueden admirar su exótica belleza y disfrutar la amabilidad de su gente, este paraíso ecológico es refugio de una gran cantidad de aves, se estima que de las 1.500 especies de aves que existen en el Ecuador, 450 viven aquí. La Bird Life Internacional declaró a Mindo como la Primera Área de Aves de Sudamérica entre las especies más representativas están: el gallo de la peña, tucán, águilas, papagayos, búhos, patos, mirlos, colibríes, entre otras.

En este sitio es muy común encontrar a turistas nacionales y extranjeros que les gusta realizar actividades de aventura, excursionismo y disfrutar de recorridos hacia las cascadas, mariposario y orquideario, entre otros.

## **Reserva Mindo-Nambillo**

Es un área rica en flora y fauna, fue declarada como zona de bosque y vegetación protegida. Está rodeada por las montañas de Mindo y las Cordilleras de Nambillo una zona de 5 pisos climáticos tiene una altitud de 1.600 msnm, hasta los 4.780 m, en la cumbre del Guagua Pichincha, esta variación de altura favorece la diversidad de especies animales y vegetales, característica del Chocó a la que pertenece esta reserva, en el bosque protector y su zona de influencia existe la mayor variedad de aves y plantas del mundo, entre ellas 50 especies de colibríes, 370 de orquídeas, 300 de mariposas y variedad de mamíferos. El turista puede caminar hacia las cascadas, realizar excursiones a los bosques, visitar el mariposario, el orquideario y practicar los deportes de aventura como el rafting, tubing, salto, rappel y ciclismo de montaña.

## **Reserva Ecológica Pasochoa**

Este complejo natural de 500 ha. Se encuentra en las faldas del volcán Pasochoa y constituye uno de los últimos bosques andinos. Su exuberante flora y las 120 especies de aves le convierten en un sitio de riqueza natural invaluable. Pasochoa está ubicado en el Cantón Mejía, a 45 km al sur-este de Quito, es un área natural constituida por pajonales, desde donde se puede admirar y fotografiar a las elevaciones Cotopaxi, el Rumiñahui, Sincholhua, Corazón, y los Ilinizas. Existe además una zona para acampar y realizar picnic todo ello al

amparo de un magnífico escenario natural, fecundado con la lava del volcán que lo custodia.

### **La Mitad Del Mundo**

Al norte de Quito, a una distancia de 13 1/2 Km, se encuentra el sitio exacto por donde pasa la Línea Equinoccial y existe un monumento que señala ese lugar, así como un Museo Etnográfico y la Ciudad Mitad del Mundo, con restaurantes, tiendas de artesanías y espacios, para realizar actos culturales y artísticos.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> MEZA, R. 2004. *GEOGRAFÍA DEL ECUADOR*. Quito. Primera Edición.

### 1.1.3.- ATRACTIVOS TURÍSTICOS

**CUADRO No. 1**

#### ATRACTIVOS TURÍSTICOS PROVINCIA DE PICHINCHA

NATURALES	CULTURALES	GASTRONÓMICO	DEPORTES
Volcanes, nevados, montes: Pichincha, Pululahua, Antisana, Cayambe, Rumiñahui, Corazón, Illinizas	Casco Histórico de Quito, Patrimonio de la Humanidad	Tortillas con hornado	Tarabita en Mindo
Bosque andino Pasochoa	Basílica de Nuestra Señora del Quinche	Fritada de chanco	Bungee Jumping
Reserva geo-botánica Pululahua	Ciudadela Mitad del Mundo	Tripa mishque	Escalada en roca
Parque Nacional Cayambe Coca	Castillo inca de Rumicucho	Caldo de 31	Rafting río Blanco
Laguna de Mojanda	Pirámides quitus de Cochasquí	Higos con queso	Alas delta desde monte Atacazo
Bosque subtropical de Mindo	Pucará Cayambe de Pambamarca	Locro con papas	
Termas de Papallacta	Termas de Tulipe	Tortillas de maíz	

**Fuente:** [www.recorrecuador.com](http://www.recorrecuador.com)

## 1.2.- CIUDAD DE QUITO

### 1.2.1.- DIVISIÓN POLÍTICA DE LA CIUDAD

El cantón del Distrito Metropolitano de Quito está dividido en administraciones zonales, las cuales se dividen en parroquias. Las mismas que a su vez se subdividen en barrios. Las parroquias pueden ser urbanas (la ciudad de San Francisco de Quito) o rurales y suburbanas (afueras de la ciudad).

#### Administraciones Zonales del DMQ

<b>8 Zonas Distritales</b>
1. Administración Zona Equinoccial (La Delicia)
2. Administración Zona Calderón
3. Administración Zona Norte (Eugenio Espejo)
4. Administración Zona Centro (Manuela Sáenz)
5. Administración Zona Sur (Eloy Alfaro)
6. Administración Zona de Tumbaco
7. Administración Zona Valle de Los Chillos
8. Administración Zona Quitumbe

FUENTE: Quito Turismo 2010

## MAPA ADMINISTRACIONES ZONALES DEL DMQ



**Gráfico No. 2**

Fuente: [http://es.wikipedia.org/wiki/Ciudad\\_de\\_Quito](http://es.wikipedia.org/wiki/Ciudad_de_Quito)

### 1.2.3.- QUITO PATRIMONIO CULTURAL DE LA HUMANIDAD

Asentada en la profundidad de un valle estrecho formado de volcanes andinos, a 2800 metros sobre el nivel del mar, la espectacular ciudad antigua de Quito se extiende por más de 320 hectáreas. Es el Centro Histórico más grande de América. Alberga iglesias, capillas, monasterios y conventos coloniales, plazas, museos y encantadores patios internos, edificaciones republicanas e interesante arquitectura de inicios del siglo XX, además de obras contemporáneas notables que hacen de este un lugar de enorme valor histórico, arquitectónico y estético.



La Unesco reconoció universalmente a Quito en noviembre de 1978 al declararla el Primer Patrimonio Cultural de la Humanidad. El reconocimiento señala: “Quito forma un ensamble sui generis armónico, donde las acciones del hombre y la naturaleza se han juntado para crear una obra única y trascendental en su categoría”. Han transcurrido tres décadas desde este reconocimiento, lapso en el cual las autoridades han trabajado en la preservación y rehabilitación de los elegantes espacios públicos, las edificaciones históricas y el legado de su patrimonio cultural intangible.

En años recientes se han inaugurado nuevos museos en la ciudad, centros culturales, restaurantes y cafés. Asimismo, se mejoró la seguridad y el tráfico fue regulado. Por eso, ahora el corazón de la capital ecuatoriana late con renovado vigor y más vida cultural, mientras ciudadanos y visitantes disfrutan atracciones únicas. La joya de la corona del Ecuador<sup>4</sup> brilla hoy mucho más que nunca.

#### **1.2.4.- POBLACIÓN DE LA CIUDAD**

Quito es la segunda ciudad más poblada de Ecuador (después de Guayaquil), con 2.239.191 habitantes en el último censo ecuatoriano, conducido el 31 de agosto del 2010 por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

---

<sup>4</sup> Fuente: [www.quito.com.ec/index](http://www.quito.com.ec/index)

## CUADRO No. 2

Población según los censos decenales del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)			
Censo nacional	Ciudad (sólo parroquias urbanas)		Población del "Distrito Metropolitano"
	Población	Hogares (viviendas)	
1962	354.746		510.286
1974	599.828		782.651
1982	866.472		1.116.035
1990-11-25	1.100.847		1.409.845
2001-11-25	1.399.378		1.839.853
2010-08-31	2.239.191		2.239.191

Fuente: Departamento de Censos INEC

### 1.2.5.- CLIMA.-

La temperatura anual promedio de la ciudad es de 16,2 °C. A pesar de sus 2850 msnm, Quito cuenta con un clima agradable la mayor parte del año, por estar ubicada cerca de la mitad del mundo. De junio a septiembre el clima suele ser más cálido, sobre todo durante el día, mientras que el resto del año el clima tiende a ser más frío. En esta época del año las montañas y cerros que rodean la ciudad se cubren de nieve y son más frecuentes las granizadas las cuales suelen pintar las veredas y calles de blanco; aunque generalmente el clima es agradablemente moderado, lo que contribuye a la vida cultural de la ciudad. La

población de Cumbayá en el Valle de Tumbaco es el lugar más cálido de la ciudad con temperaturas que alcanzan los 30 °C al mediodía.<sup>5</sup>

### **1.3.- TURISMO EN QUITO.-**

#### **1.3.1.- ATRACTIVOS TURÍSTICOS**

En los últimos años el turismo ha crecido enormemente en la ciudad de Quito y ha significado un nuevo rubro en los ingresos de la capital. La mayoría de extranjeros que visitan Quito proceden de los Estados Unidos y pertenecen a una población generalmente joven, cuyo promedio de edad alcanza los 28 años. Algunos europeos, desde Italia, Francia o Alemania también han comenzado a hacer turismo en Quito, aunque la mayoría se queda en la ciudad sólo un par de días, ya que su destino principal es el Archipiélago de Galápagos. Dentro de las principales anotaciones que destacan los turistas están la amabilidad de la gente quiteña, la majestuosidad de un paisaje lleno de volcanes y nevados, y el frío húmedo de montaña, que extraña mucho a los extranjeros pues se acompaña de una sensación térmica muy baja sobre todo por las noches.

Dentro de los atractivos turísticos está la loma de El Panecillo, donde se encuentra la estatua de la Virgen de Quito inaugurada el 28 de marzo de 1976.

Novedoso es el teleférico, que permite acceder 4200 msnm a Cruz Loma, una pendiente al este del Pichincha, poseedor de un ecosistema de páramo andino. Fuera de la ciudad, al norte, en la Parroquia San Antonio del cantón

---

<sup>5</sup> Fuente, QUITO TURISMO 2010

Quito, se encuentra el monumento de la línea ecuatorial en medio de una verdadera zona comercial conocida como la Ciudad Mitad del Mundo y administrada por el Consejo Provincial de Pichincha.

En la zona de Guayllabamba se encuentra el zoológico de Quito, que alberga pumas, jaguares, osos, monos, leones, venados, cóndores, guacamayos, caimanes, canguros, etc. Los valles de Los Chillos y Tumbaco tienen también atractivos, tanto para los habitantes de Quito como para los visitantes. En los mencionados valles se puede encontrar un clima cálido muy bondadoso para la salud. Además de los platos de comida típica como son: hornado, yaguarlocro, fritada, etc.

La ciudad de Quito cuenta con más de 450 establecimientos gastronómicos (entre restaurantes, bares y cafeterías) los cuales ofrecen una gran diversidad de estilos culinarios. Desde los establecimientos reconocidos por su comida típica ecuatoriana hasta los sabores de la alta cocina francesa, italiana o argentina. Para los turistas que llegan a la ciudad existe una gran herramienta que los puede ayudar a encontrar el lugar ideal donde ir a comer, tomar un trago o un café; ahí podrán encontrar establecimientos gastronómicos por tipo de comida, precio promedio, ubicación y/o ambiente.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Fuente, QUITO TURISMO 2010

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1.- EVENTOS**

##### **2.1.1.- CONCEPTUALIZACIÓN**

Epistemológicamente la palabra EVENTO, proviene del latín "eventus", que significa acontecimiento, suceso, eventualidad.

Evento se refiere a cualquier acontecimiento, circunstancia, suceso o caso posible. Existen otras definiciones de eventos, sin embargo, para este estudio se tomará en cuenta aquellas que guardan relación con acontecimientos, programados, de acuerdo a las necesidades de las personas en sus distintas actividades. Así por ejemplo

- Un festival, es un evento musical
- Una ceremonia, es, una boda
- Una competición, por ejemplo, un torneo deportivo
- Una celebración, por ejemplo, una fiesta de cumpleaños
- Una convención, por ejemplo, sesiones o reuniones de carácter político – institucional.

Los eventos, hasta hace algunos años los realizaba alguna persona simpática o simplemente alguien que tenía ganas de hacerlo, pero hoy en día el mercado laboral requiere de profesionales altamente capacitados que oferten de

forma integral la organización y ejecución total de un evento, ya que estos son una oportunidad excelente para aumentar la visibilidad del emprendimiento en la comunidad, recaudar fondos, festejar aciertos y divertirse. Sin embargo, se debe asegurar que el objetivo del evento sea lo suficientemente importante para ameritar el tiempo y los gastos necesarios para organizarlo, publicitarlo y dirigirlo en forma adecuada.<sup>7</sup>

## **2.2.- CLASIFICACIÓN DE EVENTOS**

A la hora de planificar un evento es necesario tener en cuenta el tipo o temática del mismo, para ello será muy importante considerar e identificar la clasificación de los distintos tipos de eventos. Que se los podrá considerar por:

Su tamaño: pequeños, medianos, grandes y mega eventos.

El lugar de desarrollo: al aire libre, lugares cerrados, ciudades o campos.

Su tipo: sociales, masivos y/o populares, religiosos, culturales, deportivos, empresariales o corporativos.<sup>8</sup>

### **2.2.1.- EVENTOS SOCIALES**

Son destinados a la diversión de los invitados y por su simplicidad no se requiere tener equipos profesionales ni conocimientos desarrollados en el área

---

<sup>7</sup> MOLINA, V. 2000. *CONGRESOS Y EVENTOS*, Primera Edición.

<sup>8</sup> FUENTES, C. 2005 *MANUAL PRÁCTICO PARA LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS*, Edición.

para brindar este servicio y por lo barato de estos, se encuentran al alcance de cualquier persona.

- Cumpleaños
- Fiestas de 15 y 18 años
- Bautizos.
- Baby Shower
- Matrimonios y Bodas
- Aniversarios.
- Despedida de Solteros (as).
- Fiesta de Grado.
- Fiestas Privadas.
- Fiestas de despedidas.

### **2.2.2.- EVENTOS ACADÉMICOS**

Son eventos dirigidos a la actualización o al desarrollo de la estructura académica de instituciones ambientales, médicas, educativas, tecnológicas, etc., públicas o privadas.

- Simposios
- Foros.
- Seminarios.
- Congresos.
- Paneles.
- Conferencias.

- Mesas Redondas.
- Ponencias.
- Cursos.
- Talleres.

### **2.2.3.- EVENTOS CULTURALES**

Este tipo de eventos sirven para difundir, promover y fomentar las diversas culturas de una determinada región o país, para de esa forma dar a conocer todos sus orígenes y valores que lo diferencia de los demás.

- Festivales de Danza, Teatro, Pintura, etc.
- Actos Culturales.
- Muestras de Artes.
- Conmemoraciones.
- Espectáculos Artísticos.
- Exposiciones.
- Espectáculos Callejeros.
- Presentación de un Libro.
- Ferias.
- Concursos.
- Festivales.



#### **2.2.4.- EVENTOS DEPORTIVOS.**

Los eventos deportivos son cada vez más numerosos y van siendo dependientes de muchos factores para su organización, debido a su complejidad de las características que lo rodean en este tipo de evento es necesario destacar el grado de importancia que puede tener un encuentro deportivo, si es una final o una inauguración por ejemplo.

- Inauguración de Campeonatos.
- Torneos.
- Competencias.
- Campeonatos Interempresariales.
- Intercolegiales.
- Panamericanos
- Olimpiadas.
- Mundiales

#### **2.2.5.- EVENTOS CORPORATIVOS.**

Tienen como fin lograr beneficios empresariales dando a conocer una imagen institucional a los potenciales clientes y llegar a un posicionamiento en el mercado del consumo de bienes y servicios.

- Ferias.
- Congresos.
- Convenciones.

- Exposiciones.
- Seminarios.
- Conferencias de Prensa.
- Lanzamiento de Productos.
- Inauguraciones.
- Ascensos Empresariales.
- Aniversarios Empresa.
- Fiestas de Logro de Objetivos.
- Fechas Cívicas.
- Celebración de fechas importantes.<sup>9</sup>

### **2.3.- TURISMO DE EVENTOS.**

El Turismo de Eventos es entendido como el desplazamiento de personas a distintas ciudades o países con fines principalmente de desarrollo técnico, científico o cultural.

La actividad turística, en cualquier ciudad, incentiva el progreso económico y social generando rentas, puestos de trabajo e infraestructura que no solo beneficia al turista sino a la población misma. Es así que un turismo programado de eventos busca fomentar el atractivo de cada país o ciudad en distintas épocas

---

<sup>9</sup> CHEDIAK, P. 2010. *ORGANIZACIÓN DE EVENTOS*. Quito. Human Kapital.

del año en las que es preciso atacar las “altas y bajas temporadas” para conseguir equilibrar la demanda.

Es necesario considerar que el turista de eventos es motivado principalmente por intereses netamente profesionales, culturales, etc., y que estando en la ciudad sede, alterna la capacitación con actividades de ocio, lo que hace de este un consumidor potencial de rubro.<sup>10</sup>

### **2.3.1.- CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO DE EVENTOS**

Una importante característica del Turismo de Eventos es que en su gestión intervienen diversos factores, los cuales son:

**Generadores de Eventos:** Organismos e instituciones y empresas tanto de carácter público como privado, que han visto en la organización de estas reuniones la vía más adecuada para el logro de sus objetivos. Asociaciones, fundaciones, colegios profesionales, universidades y entidades públicas de distintos sectores de la industria que se sirven de este mercado para consolidar alianzas relacionales.

**Operadores Profesionales:** Agencias de viajes especializadas con un departamento dedicado en exclusiva a la organización de eventos que puede

---

<sup>10</sup> LUNDBERG, Donald. 2000. *MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE TURISMO*, Quinta Edición.

abarcar tanto la faceta de emisora como receptiva. Ofrecen las mismas garantías empresariales que una agencia de viaje. Dan al cliente un servicio especializado que solamente las agencias de viaje con departamento especial pueden ofrecer. Son organizadores profesionales de congresos las empresas especializadas en la operación de eventos en general.

**Buró de Convenciones:** Son organismos sin fines lucrativos cuyo objetivo principal es la captación de turismo de negocio para la ciudad (o país) creados por instituciones públicas y con la participación de instituciones públicas o privadas, cámara de comercio u otras entidades profesionales del sector turístico tanto público como privado. Es en sí misma, es una oficina que facilita información actualizada y objetiva sobre la infraestructura y servicio que tiene la ciudad (o país) para la organización de congresos, convenciones y viaje de incentivo. <sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Publicación en Internet: <http://www.eumed.net>

## **CAPITULO III**

### **PLAN DE NEGOCIOS**

#### **ANTECEDENTES**

Conocer el mercado y sus necesidades del producto a ofrecer, darán la pauta para definir los servicios a promover y a quienes va dirigido este negocio.

En la actualidad identificar la competitividad es fundamental para desarrollar el sentido de innovación, ya que esto permitirá abrir caminos que den como resultado el éxito de una empresa, siempre que se use técnicas y herramientas que vayan apegadas a un buen estudio de mercado que continuamente permitan identificar las exigencias y expectativas del mismo.

El estudio de mercado es la función que vincula a consumidores, clientes y público en general, que a través de la recolección de información se puede identificar y definir las oportunidades y problemas del mercado actual; con el estudio de mercado pueden lograrse múltiples objetivos que pueden aplicarse a campos muy definidos como el consumidor, el producto y el target, que en el desarrollo de este trabajo se los irá analizando.

### 3.1.- CONCEPTO DEL NEGOCIO

**NOMBRE DE LA CONSULTORA:** *CORONA EVENTOS CORPORATIVOS*

**LOGOTIPO:**



Representa formalidad por sus colores y diseño, atrae atención y demuestra liderazgo por su figura y nombre.

**SLOGAN EMPRESARIAL:** *“NUESTRA EXPERIENCIA, ES SU GARANTÍA”*

**SERVICIO:** Consultora y Organización de Eventos Corporativos.

**UBICACIÓN:** Buenos Aires y México # 993, Sector Miraflores, Quito - Ecuador

**OBJETIVO DE LA EMPRESA:** Identificar los lineamientos generales y estratégicos, para el desarrollo social y económico de la empresa, logrando un óptimo funcionamiento que permita mantenerse en el tiempo, asegurando su presencia dentro del mercado de eventos, brindando servicios de calidad con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes.

**VALOR AGREGADO:** La empresa Corona Eventos Corporativos, ofrece como valor agregado el **seguimiento continuo y personalizado** de los servicios a ofrecer a los potenciales clientes, es decir detectar gustos o preferencias particulares de estos antes, durante y después del servicio que se haya ofrecido, para este seguimiento la Empresa Corona Eventos cumplirá los siguientes parámetros:

- **Antes:** crear una base de datos, conseguir información sobre nombres, teléfonos, direcciones de la empresa, correo electrónico etc., esto ayudara a conocer más a nuestros clientes para así mantener un contacto directo con ellos, con llamadas o visitas personalizadas que permitan saber cuando tienen previsto realizar su próximo evento y de forma inicial asesorarlos dándoles las mejores opciones.
- **Durante:** Controlar cada detalle y exigencias del cliente, sobrepasando sus expectativas para que el evento sea un buen momento para disfrutar y no para causar preocupación a los asistentes.
- **Después:** Este parámetro será el que permita evaluar el grado de satisfacción y afinidad hacia nuestra empresa, por ello como valor agregado se enviará una carta de saludo y agradecimiento por confiar en nuestros servicios, anexando una pequeña encuesta que nos permita evaluar el nivel del servicio que se haya ofrecido. También será importante

seguir en contacto con ellos para de esa forma ganar su fidelidad y confianza, ya que consecuentemente abrirá la oportunidad de que este cliente nos recomiende con otros consumidores.

**CLUSTERS:** Profesionales de reconocimiento y trayectoria en el medio, que garanticen productos de alta calidad, para satisfacer la necesidad del cliente quienes trabajarán directamente con la empresa, según lo requerimientos o características de los eventos para los cuales sea contratada la empresa.

- Proveedores de alimentos y bebidas.
- Servicio de alquiler de menaje.
- Decoración y montaje de salones, auditorios, etc.
- Escenografías y stands.
- Equipo audiovisual e iluminación.
- Servicios musicales, Shows, Artistas, Pasarelas, etc.
- Servicios Terrestres.



### **3.1.1.- CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA**

El artículo 139 de la Constitución Política de la República del Ecuador, resuelve expedir la codificación de la Ley de Compañías, dando a conocer las siguientes disposiciones:

Art. 1.- Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

Art. 2.- Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:

- La compañía en nombre colectivo;
- La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- La compañía de responsabilidad limitada;
- La compañía anónima; y,
- La compañía de economía mixta.<sup>12</sup>

Tomando en cuenta las leyes que rigen en la República del Ecuador, la empresa Corona Eventos Corporativos se constituirá de la siguiente manera:

---

<sup>12</sup> Superintendencia de Compañías del Ecuador 2011

## **SOCIEDAD ANÓNIMA**

### **CONSTITUCIÓN Y TRÁMITE**

1. Presentación a la Superintendencia la minuta de escritura pública, conteniendo el contrato constitutivo, el estatuto social y la integración de capital.
2. Deposito en la cuenta de integración, del capital pagado.
3. Afiliación a la cámara de producción correspondiente.
4. Otorgamiento de la escritura pública de constitución.
5. Solicitud de aprobación a la Superintendencia adjuntando tres copias certificadas de la escritura.
6. Aprobación y resolución expedida por la Superintendencia.
7. Protocolización de la resolución aprobatoria.
8. Publicación en un diario extracto de la escritura pública.
9. Inscripción en el Registro Mercantil, en el registro de sociedades de la Superintendencia y en el RUC.
10. Designación de los administradores por la junta general.
11. Inscripción en el registro mercantil del nombramiento de los administradores con la razón de aceptación del cargo.
12. Autorización de la Superintendencia para que los fondos de la cuenta de integración puedan ser retirados.

**Número de accionistas.-** En todo contrato comparecen dos o más personas naturales o jurídicas, hay una excepción, se permite mínimo un accionista cuando

comparece institución de derecho público o de derecho privado con finalidad social o pública.

En cuanto al máximo de socios no existe ninguna disposición, entendiéndose que puede ser un número ilimitado de accionistas.

El número de accionista de la Empresa Corona Eventos Corporativos será de dos accionistas. El Accionista mayoritario es el Señor Juan Pablo Cadena de nacionalidad ecuatoriana que aporta con \$ 1815.60 dólares americanos, como capital para la constitución de la compañía. El segundo Accionista es el Señor Francisco Cadena de nacionalidad ecuatoriana que aporta con \$ 1815.60 dólares americanos como capital, que en total se tiene un capital de \$ 3631.20 dólares americanos.

**Capacidad.-** Para intervenir en la constitución de la compañía una persona, basta que tenga capacidad civil para contratar.

**La escritura de constitución contendrá lo siguiente:**

1. Lugar y fecha de celebración del contrato.
2. Nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyen la S.A. y su voluntad de fundarla.
3. Objetivo social, denominación y duración.

4. Valor del capital suscrito, de acciones en las que está dividido, valor nominal, nombre de los suscriptores del capital.
5. Indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes, el valor pagado, y parte del capital no pagado.
6. Domicilio de la compañía.
7. Forma de administración y facultades de los administradores.
8. Forma y época de convocar a juntas generales.
9. Designación de los administradores y enunciación de funcionarios que tengan representación legal de la compañía.
10. Norma del reparto de utilidades.
11. Determinación en los casos que la S.A. puede disolverse.
12. Forma de proceder a la designación de liquidadores.

**Nombre.-** El nombre constituye propiedad de la compañía y no puede ser adoptado por ninguna otra, no por interés particular sino también para precautelar derechos de terceros en relación a posibles errores o confusiones.

El nombre no puede confundirse con la de una compañía preexistente, aunque tenga diferente objeto social.

El nombre de la Sociedad Anónima debe ser una denominación objetiva, debe sugerir el objeto social, al nombre debe añadirse la indicación de sociedad anónima o las correspondientes siglas S.A.

En base a este artículo la empresa posee el siguiente nombre legal.

EMPRESA CORONA EVENTOS CORPORATIVOS S.A.

**Duración.-** La Sociedad Anónima puede constituirse para cinco años, diez o cien años, por lo tanto no puede estipularse un plazo indefinido.

Si necesita prórroga del plazo, la junta general elevará escritura pública y presentará a la Superintendencia, antes del vencimiento, de lo contrario vencido el plazo la Sociedad Anónima se disuelve por derecho.

La compañía se constituye por cincuenta años de actividades.

**Objetivo social.-** No puede ser contrario al orden público, a las leyes y buenas costumbres, está prohibido formar compañías que tienden al monopolio de las subsistencias o de algún ramo de la industria, mediante prácticas comerciales para esa finalidad.

Se dedicara exclusivamente a la prestación de servicios de todo tipo de Eventos Corporativos y Eventos Gastronómicos.

**Domicilio.-** Se expresará en el estatuto el domicilio principal de la compañía, que debe estar situado dentro del territorio nacional.

Las compañías extranjeras deben domiciliarse en el país cuando su trabajo implique la prestación de obras públicas, prestación de servicios públicos o la explotación de recursos naturales.

La empresa Corona Eventos Corporativos está domiciliada en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha.

**Reforma de estatutos.-** Si la compañía aumenta o disminuye el capital, cambia el nombre o domicilio, transformación, fusión, escisión, etc., realizará los procedimientos para la constitución.

Si la junta general reforma los estatutos, elevará escritura pública y enviará a la Superintendencia para su aprobación.

La Superintendencia, comprobará que la Sociedad Anónima haya cumplido con sus obligaciones legales, presentación de estados financieros, informes, pago de contribuciones, realizará una inspección de la Sociedad Anónima y examinará los documentos relativos a su funcionamiento.

Cumplimos estas formalidades que la Superintendencia aprobará y dispondrá su inscripción en el Registro Mercantil. Por este trámite no pagará impuesto por registro y otras adicionales.

**Establecimiento de sucursales.-** Se lo hará mediante escritura pública, que lo aprobará la Superintendencia de Compañías, en cuyo sector se encuentre la oficina principal. Pero la publicación en un diario se lo hará en el lugar de la apertura de la sucursal.

Para el inicio de actividades la Empresa Corona Eventos Corporativos no contará con ninguna sucursal.

**El capital.-** El capital suscrito de la compañía será de ochocientos dólares. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse en al menos un 25% del valor nominal de cada acción.

Dicho capital puede integrarse en numerario o especies (bienes muebles e inmuebles) siempre que éstas, correspondan al género de actividad de la compañía.

La compañía que explote los servicios de transporte aéreo interno o internacional, se requerirá que específicamente se dedique a esa actividad con un capital no inferior a veinte veces del monto señalado por la Ley de Compañías para las Sociedades Anónimas

Capital autorizado, que no es sino el cupo hasta el cual pueden llegar tanto el capital suscrito como el capital pagado. Este cupo no podrá exceder del doble del importe del capital suscrito.

Para el aumento del capital autorizado, o disminución del capital suscrito, tendrá necesariamente que elevar a escritura pública y enviar a la Superintendencia de Compañías para su aprobación.

El capital inicial de la Empresa Corona Eventos es de \$ 3.631,20 dólares americanos.

**Emisión y suscripción de acciones.-** La compañía de emitir acciones por su valor real, sin que puedan ser inferiores al valor nominal o superior al capital aportado. En el contrato de formación de la compañía se determina la emisión y suscripción de acciones.

La acción confiere a su titular la calidad de accionista y le atribuye los derechos fundamentales que de ella se derivan. En las escrituras constitutivas debe constar que el valor nominal de las acciones debe ser de un dólar o múltiplo de dólar.

La emisión y suscripción de acciones de la Empresa Corona Eventos Corporativos estarán detalladas de la siguiente manera:



### CUADRO No. 3

#### CUADRO DE INTEGRACIÓN DE CAPITAL

NOMBRE DEL SOCIO	CAPITAL SUSCRITO	CAPITAL PAGADO EN NUMERARIA	NUMERO DE ACCIONES
JUAN CADENA	\$ 1.815,60	\$ 1.815,60	\$ 1.815,60
FRANCISCO CADENA	\$ 1.815,60	\$ 1.815,60	\$ 1.815,60
<b>TOTAL</b>	\$ 3.631,20	\$ 3.631,20	\$ 3.631,20

Elaborado por: Juan Pablo Cadena

**Clase de acciones.-** Pueden ser normativas o al portador según conste o no en el título el nombre del dueño de las mismas.

**Ordinarias.-** Donde confiere todos los derechos fundamentales que la ley reconoce a los accionistas.

**Preferidas.-** No concede derecho a voto, pero si derechos especiales en cuanto al pago de dividendos en la liquidación de la compañía.

El monto máximo de las acciones preferidas no podrá exceder del 50% del capital suscrito. Será nula toda preferencia que establezca el pago de intereses o dividendos fijos.

**Liberadas.-** Son pagadas en su totalidad, **no liberadas** no son pagadas en su totalidad.

Una vez que las acciones hayan sido pagadas en su totalidad, se procederá a emitir y entregar los títulos definitivos, en sustitución de los certificados provisionales.

**Los títulos contendrán lo siguiente:**

1. Nombre y domicilio principal de la compañía
2. El valor del capital autorizado si lo hubiere, el capital suscrito y el número de acciones en que se divide y su valor nominal.
3. Número de orden de acción.
4. Fecha de la escritura de constitución, notaría donde se otorgo, y fecha de inscripción en el registro mercantil.
5. Nombre del propietario de la acción.
6. Registrar si la acción es ordinaria o preferida.
7. Fecha de expedición del título.
8. Firma de las personas autorizadas.

Por ser la compañía una sociedad de capital, el derecho de negociar las acciones no admite limitaciones. Las acciones se transfieren mediante nota de cesión que deberá hacerse constar en el título correspondiente, firmado por quien lo transfiere.

**Fundadores y promotores.-** Son fundadores en la constitución simultánea, quienes suscriben las acciones y otorgan la escritura pública de constitución, y

son promotores en la constitución sucesiva, los iniciadores de la Compañía que suscriben la escritura de promoción.

Los fundadores y promotores son responsables solidariamente, por las obligaciones que contrajeran para constituir la compañía.

Los fundadores y promotores serán: el Sr. Juan Pablo Cadena en calidad de Gerente General y el señor Francisco Cadena en calidad de Presidente.

### **Los accionistas**

#### **Derechos fundamentales:**

1. Tener calidad de socio de la compañía.
2. Participar en los beneficios sociales.
3. Participar en las juntas generales con voz y voto.
4. Integrar los órganos de administración, o de fiscalización.
5. Suscribir acciones cuando se dé el aumento de capital.
6. Impugnar las resoluciones de la junta general.
7. Negociar libremente sus acciones.

### **Otros derechos:**

- a. Solicitar al administrador que se convoque a junta general.
- b. Denunciar por escrito ante comisarios los hechos que estime irregulares en la administración.
- c. No está obligado aumentar su parte a menos que esté dispuesto en los estatutos.

### **Obligaciones de los accionistas**

- 1. Aportar a la compañía el valor del capital suscrito.
- 2. Responsabilizarse personalmente del pago de las acciones.
- 3. Reclamar por el cumplimiento de las aportaciones no efectuadas.
- 4. Responder ante los acreedores de la compañía en la medida que hubieran percibidos pagos de la misma.

En este tipo de compañías no cabe la exclusión de un socio o separación, solamente cabe se separe voluntariamente.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Superintendencia de Compañías / Ley de Compañías del Ecuador

### **3.2.- VISIÓN Y MISIÓN DE LA EMPRESA**

#### **VISIÓN**

Ser una empresa líder en el asesoramiento y ejecución de eventos a nivel local, a través de la oferta de servicios que superen las expectativas de nuestros clientes, proveedores y empleados mediante una excelente atención.

#### **MISIÓN**

Planificar y ejecutar eventos corporativos con un alto grado de profesionalismo a través de la oferta de un servicio integral con soluciones eficientes, que garanticen la satisfacción de nuestros clientes.

### **3.3 ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN DEL MERCADO**

#### **3.3.1.- DEFINICIÓN DETALLADA DEL MERCADO.**

Las personas, empresas, etc., que requieren organizar algún tipo evento deben incurrir en organizarlo por si solos o con empresas que se dediquen a este tipo de negocio, pero es necesario que esta ejecución o coordinación sea bien asesorada o llevada a cabo con una planificación previa que dé como garantía un evento de calidad.

Por ello es necesario identificar las necesidades de los potenciales clientes:

- Gustos
- Intereses
- Expectativas
- Atención
- Asesoramiento
- Calidad
- Innovaciones
- Servicios
- Asesoramiento

La empresa Consultora para la organización Eventos Corporativos que brinden el asesoramiento y el servicio de alimentos y bebidas, prestará sus servicios a cada grupo de personas y empresas que requieran el asesoramiento y la coordinación de un evento corporativo y si el cliente lo requiere también social, en vista de ello en la ciudad de Quito existe un sinnúmero de potenciales clientes, que se detallan a continuación:

- Empresas Privadas
- Sector Público / Gobierno
- Empresas de Espectáculos
- Colegios / Universidades
- Clubs

- Medios de Comunicación
- Asociaciones
- Fundaciones
- Embajadas
- Grupos Religiosos
- Personas Naturales

### **3.3.2.- PERFIL DEL CLIENTE**

Para reconocer el perfil del cliente, se tomará como referencia la segmentación de mercado utilizando variables tales como, geográficas, demográficas, psicológicas o conductuales y aquellas que hacen mención a los hábitos de consumo.

El segmento o el cliente a elegir para esta investigación serán todos los medios de comunicación radiales con frecuencia modulada (FM), que se encuentran ubicados en el centro norte de la ciudad de Quito.

Se ha tomado como ejemplo este tipo de cliente porque se puede considerar a los medios de comunicación radiales como empresas corporativas, que regularmente organizan, planifican y mantienen distintos tipos de eventos culturales, empresariales, comerciales, etc.

Cabe resaltar que mediante las encuestas a realizar a este tipo de empresas corporativas se podrá conocer con exactitud las necesidades y número de eventos que realizan al año, para de esa manera ofertar el servicio de asesoramiento y ejecución de cualquier tipo de evento que estos medios necesiten, teniendo la posibilidad de abrir un mercado potencialmente factible para la demanda de servicio de la empresa a crear.

### **3.3.3.- GRUPO OBJETIVO**

#### **3.3.3.1.- SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA**

Requiere que el mercado se divida en varias unidades geográficas como naciones, estados, provincias, ciudades o barrios; se puede operar en una, en dos, o en todas las áreas.

País: Ecuador

Ciudad: Quito

Área: Urbana, Centro-Norte

#### **3.3.3.2.- SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA**

En este tipo de segmentación los clientes se dividen en grupos según su clase social, estilo de vida, a lo que se dedican o a su personalidad.

En este proyecto, el segmento de mercado está definido a medios de comunicación radiales; ya que estos también son considerados empresas



corporativas, que se encuentran ubicados en la zona centro-norte de la ciudad de Quito.

Para establecer las necesidades y definir las segmentaciones del mercado de manera concisa, se aplicará un modelo de encuesta previamente realizada que consta de once preguntas, las cuales determinan respuestas claras y con resultados de fácil tabulación, que serán útiles para poder tomar decisiones correctas cuando la empresa sea puesta en marcha.

Estas encuestas estarán dirigidas a los medios de comunicación segmentada en radios de frecuencia modulada (FM.), del centro norte de la ciudad de Quito.

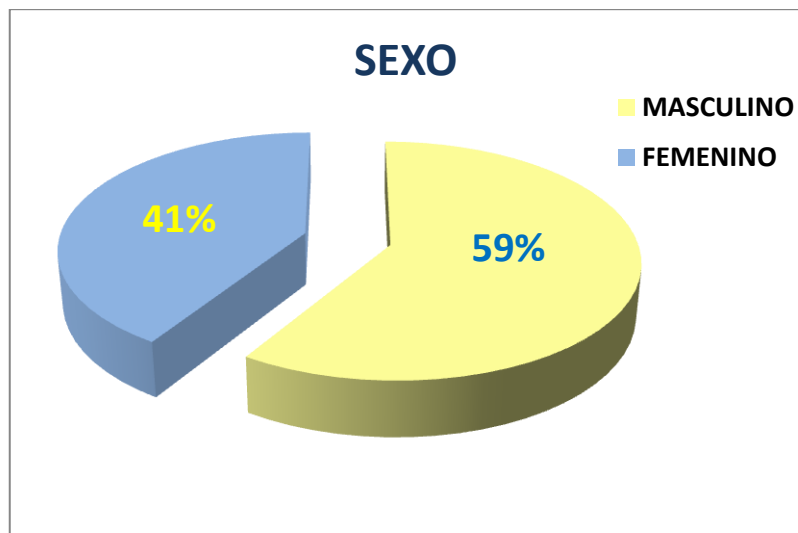
### **3.3.3.3.- TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA ENCUESTA**

La encuesta está destinada a los medios de comunicación radiales con frecuencia modulada que se encuentran ubicadas en el centro norte de la ciudad de Quito (F.M.), en total son 29 empresas radiales ubicadas en este sector, por ello se ha tomado como muestra este grupo objetivo en su totalidad es decir se ha realizado 29 encuestas.

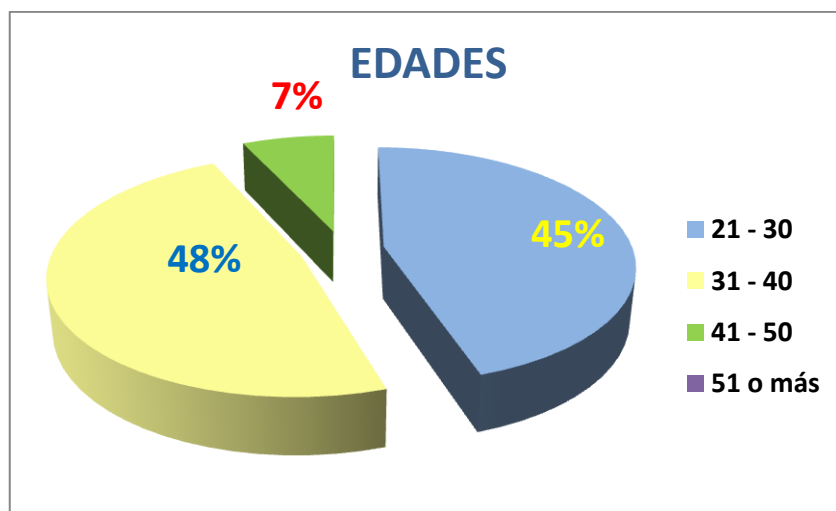
Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

## 1.- Datos Generales

Sexo: Está representado por el 59% de encuestados y muestra la mayoría que son de sexo masculino, mientras que el 41% representa al sexo femenino.

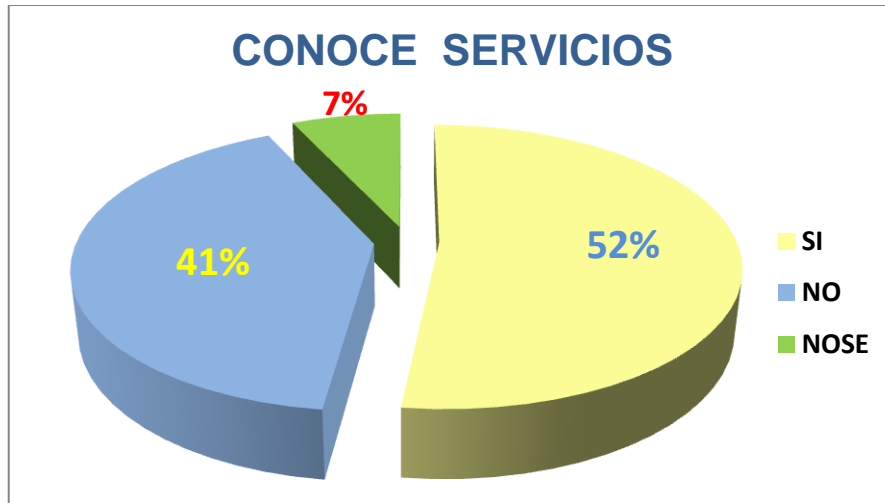


Edad: El 48% representa a la mayoría de encuestados que comprenden las edades de 31 a 40 años, el 45% representa a los rangos de edad de 21 a 30 años y por último el 7% hace referencia a las edades de 41 a 50 años.



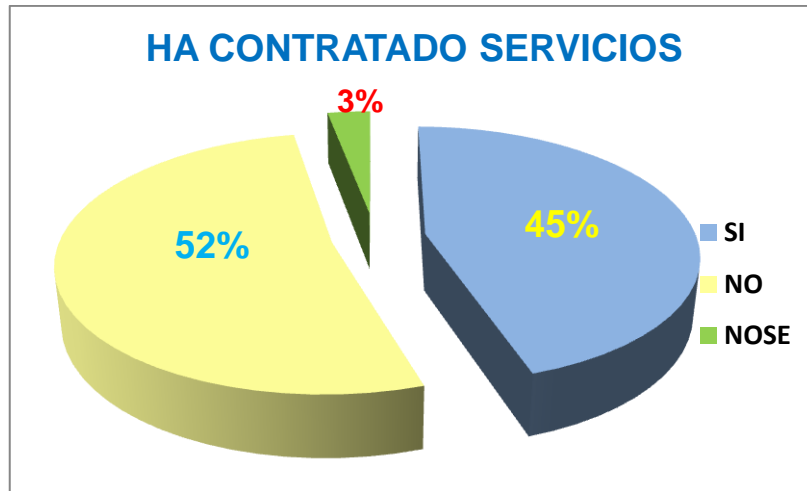
2.- ¿Conoce usted los servicios que ofrecen las Empresas que organizan eventos corporativos?

El 52% de los encuestados conocen de este tipo de servicio, el 41% no los conoce, mientras que el 7% no sabe de lo que se trata.



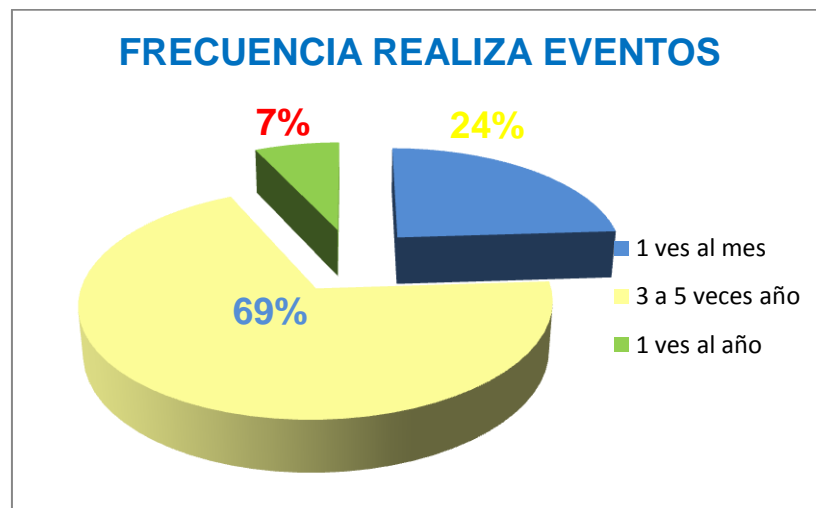
3.- ¿Ha contratado alguna vez el servicio de Empresas para organización de eventos que se hayan realizado en su institución?

El 52% afirma no haber contratado a una empresa para la organización de su evento, el 45% si lo ha hecho y el 3% no sabe si en su empresa se ha dado este tipo de servicio.



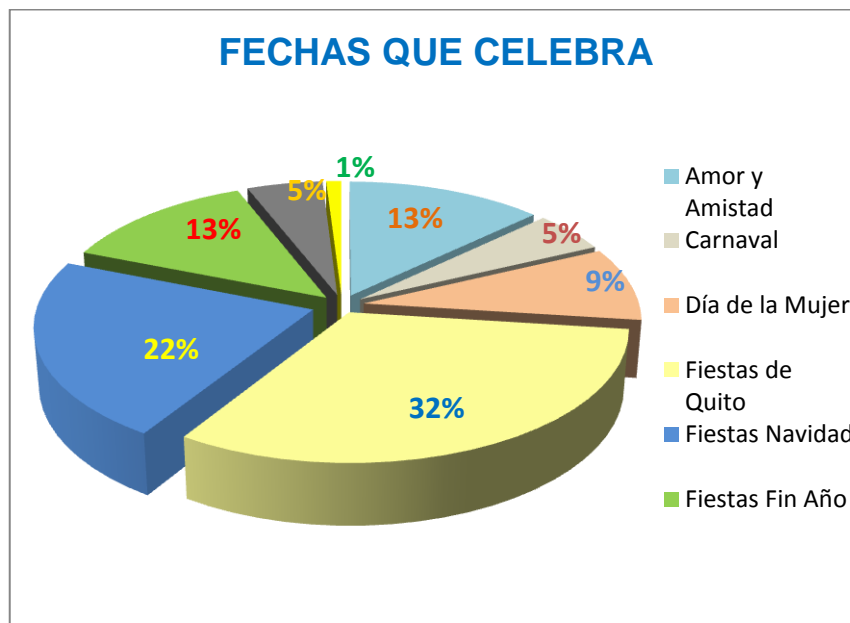
4.- ¿Con qué frecuencia realiza Eventos en su Empresa?

El 69% de las empresas encuestadas realizan eventos de 3 a 5 veces por año, el 24% dice que lo organiza una vez al mes y el 7% lo hacen una vez al año.



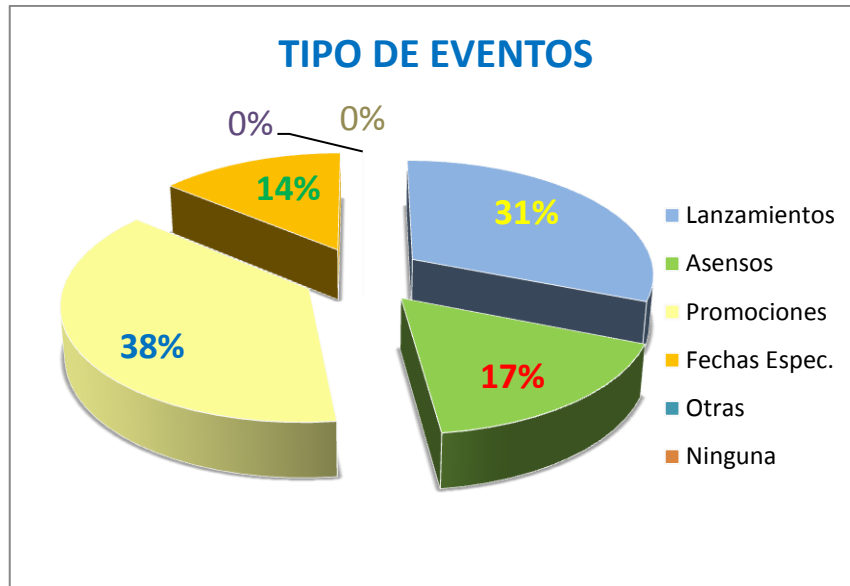
5.- ¿Qué fechas conmemorativas festejan regularmente en su empresa?

En esta pregunta podremos conocer cuales son los eventos más trascendentales dentro de una empresa para de esa manera oferta el servicio en su momento es así que: Las empresas de comunicación radiales realizan eventos por Fiestas de Quito en un 32%, una de las siguientes fechas importantes es las Fiestas Navideñas 22%, en igual porcentaje se festeja San Valentín y Fin de Año, el 9% es para el día de la Mujer, con un 5% festejan Fiestas Patronales y el Carnaval y el 1% dice que tienen otro tipo de celebraciones.



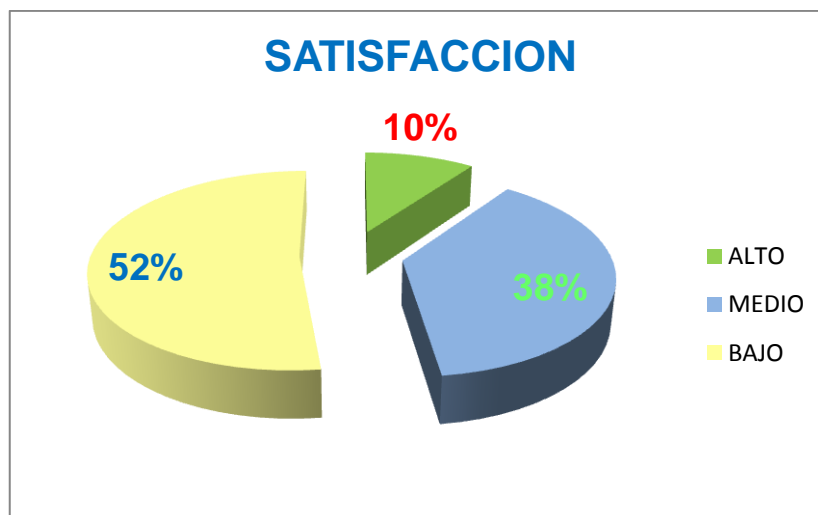
6.- De acuerdo a la función de su Empresa, ¿qué tipo de Evento realiza regularmente?

El 38% realiza Eventos Promocionales, el 31% tiende a realizar lanzamientos, el 17% asensos, mientras que el 14% celebran alguna fecha en especial.



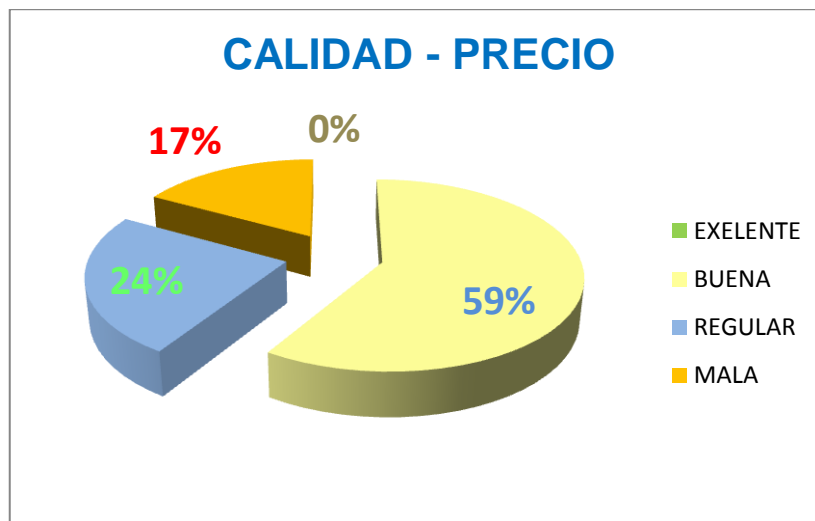
7.- ¿Cuál es el nivel de satisfacción que usted ha tenido en Eventos anteriores con respecto al servicio de organización?

En esta pregunta se podrá captar las falencias que los clientes sienten en este tipo de servicio. El 52% ha tenido un bajo nivel de satisfacción, el 38% tiene un nivel medio y el 10% siente que sus necesidades han sido cubiertas.



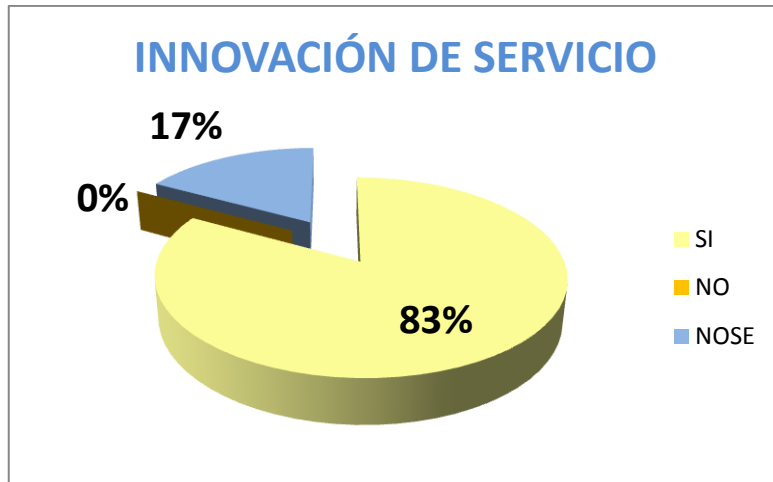
8.- Cómo valora usted la relación calidad-precio en la oferta de eventos:

El precio y calidad son aspectos fundamentales al momento de ofertar un servicio por ello en esta pregunta el 59% de encuestados ha dicho que es buena, el 24% siente que es regular, el 17% mala, pero nadie ha dicho que sea excelente 0%.



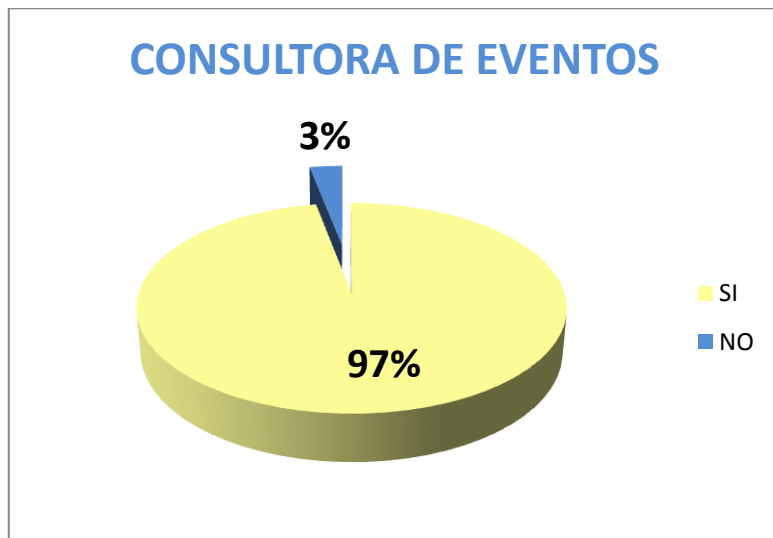
9.- ¿Le gustaría que existiera una innovación en el servicio de Organización de eventos en el área corporativa de su empresa?

Tomando en cuenta que la mayoría de encuestados conoce los servicios que ofertan estas empresas, el 83% está de acuerdo en que exista una innovación y asesoramiento del servicio, el 17% no sabe, pero nadie se opone.



10.- ¿Estaría de acuerdo en contratar los servicios de una consultora de eventos para que planifique y ejecute las actividades que en su empresa se requieran?

El 97% de encuestados afirma que estaría de acuerdo en contratar una empresa que organice y asesore integralmente su evento, mientras que el 3% no estaría de acuerdo.









### 3.3.4.- ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Las posibles competencias para la empresa a crear se han especificado en este cuadro, donde se representa el producto que ofrecen, la ubicación, las promociones y el precio que mantienen, estos datos ayudaran a conocer de manera directa como es el funcionamiento de estas empresas ya constituidas.

Con este análisis la empresa que se va a crear tendrá la ventaja de ofrecer nuevos productos y servicios o promocionar un paquete completo en todo lo que se refiere al asesoramiento, organización y ejecución de eventos integrales.

**CUADRO N° 4**

EMPRESA	PRODUCTO	PLAZA	PROMOCIÓN	PRECIO
 <b>COMEFEX S.A</b>	Organización, producción, diseño y montaje de exposiciones, ferias, congresos y eventos.	Isla Floreana E8 - 161 entre Shyris y París. <a href="http://www.comefex.com">www.comefex.com</a>	Paquete de Stands para Promociones.	Desde 5.000 usd.
 <b>DMC</b>	Organización de eventos, congresos, convenciones, viajes de incentivos, capacitación.	Portugal E11-06 y Av. 6 de Diciembre. <a href="http://www.groupdmc.com">www.groupdmc.com</a>	Servicios colaterales	COMISIÓN
 <b>HMC EVENTOS Y CONVENCIONES</b>	Organización y asesoramiento de eventos, congresos, capacitaciones.	Quito – Ecuador <a href="http://www.hmceventos.com">www.hmceventos.com</a>	Paquetes promocionales en la organización de boda	Desde 4.000 usd.
 <b>PICARDÍAS</b>	Organización de eventos empresariales e institucionales, fiestas temáticas, infantiles.	Av. Amazonas y Mariana de Jesús. <a href="http://www.picardias.com.co">www.picardias.com.co</a>	Varios Planes Recreativos. “Todo Incluido”	Desde 500 usd.

Elaborado por: Juan Pablo Cadena

## **SERVICIOS O PRODUCTOS SUSTITUTOS**

Se puede considerar como competidores indirectos la gran demanda de servicios de alquiler de vajilla y salones de recepciones que pueden ofrecer casi los mismos servicios, pero la diferencia está marcada en que la Empresa Corona Eventos Corporativos, posee los conocimientos necesarios en la organización integral de eventos.

### **3.3.5.- PRODUCTO O SERVICIO**

La Consultora para la Organización de Eventos Corporativos contará con una amplia cartera de proveedores que ofrecerá a sus clientes el mejor servicio. Estos serán cuidadosamente seleccionados tomando en cuenta su trayectoria, su profesionalismo, la calidad de sus servicios y el respeto que tengan con la dinámica y personalidad para una excelente organización.

La empresa Corona Eventos Corporativos trabajará y se deberá a sus clientes por ello cualquier evento a realizar lo hará propio, se ocupará de organizar integralmente cada detalle y así llegar a interpretar una idea clara y hacer realidad los deseos del cliente.

Los servicios a ofrecer por parte de la Consultora de Eventos serán:

- **ASESORAMIENTO DE EVENTOS**

Este será el principal servicio a ofrecer ya que la Empresa Consultora estará en la posibilidad de brindar el servicio de Asesoramiento en el área de Catering, Etiqueta y Protocolo, Organización de Eventos, a todas las empresas o personas que deseen adquirir estos conocimientos para que logren ser el apoyo en la organización de cualquier evento dentro de su lugar de trabajo. Estas capacitaciones serán dadas en la oficina de la Consultora o se podrán llevar a cabo en el lugar donde el cliente lo prefiera.

- **ASESORAMIENTO DE LOCALES O SALONES PARA EVENTOS**

La Empresa Corona Eventos se encargará de asesorar y buscar el lugar ideal para la realización del evento, sea dentro o fuera de la ciudad con salones o locales al aire libre, sitios campestres, fincas, quintas, salones de recepciones, etc., dichos lugares serán adecuados de acuerdo a la ocasión y a la necesidad del cliente, como por ejemplo: Fiestas, Reuniones, Seminarios, Conferencias, Asambleas, Lanzamiento de Productos, Foros, Banquetes, etc.

- **SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS / CATERING**

Se ofrecerá una infinidad de propuestas alimenticias, donde se podrá cubrir desde un catering tradicional hasta un evento alimenticio masivo, manteniendo la calidad y presentación que solo un experto gastronómico puede ofrecer.

En este servicio se puede contar con: Desayunos, Refrigerios, Almuerzos, Cocteles, Coffe Breaks, Cenas, Té, Degustaciones, Vermisagge, Buffet, etc.

- **SHOWS CORPORATIVOS Y ARTÍSTICOS**

Estará enfocada al área del entretenimiento tendrá la capacidad de Organizar, Coordinar y Asesorar todo tipo de eventos masivos como festivales, espectáculos musicales, kermeses, mítines, campañas.

En esta área se podrá ofrecer también la planificación del Show brindando contactos de servicios Artísticos, equipos de amplificación e Iluminación, escenarios y tarimas, Proyectores, material publicitario para el Evento, seguridades, auspiciantes, personal de staff, etc.

### **3.4.- ANÁLISIS FODA.-**

El siguiente análisis FODA se encuentra enmarcado en base a las características empresariales para la creación de la nueva empresa.

#### **FORTALEZAS**

- Estudios superiores en el área de organización de eventos, por parte del personal que laborará en la misma.
- Experiencia en Organización de Eventos.

- Conocimientos actualizados en base a las nuevas tendencias para la organización de eventos.
- Personal especializado y capacitado para los distintos eventos.

### **OPORTUNIDADES**

- Apertura de nuevos mercados.
- Desarrollo de innovadores conceptos para la ejecución y asesoramiento de eventos.
- Ganancias económicas que superen lo presupuestado.
- Aceptación del mercado.

### **DEBILIDADES**

- Falta de capital económico
- No seguir preparándose y capacitándose en nuevas tendencias.
- Deficiente agenda de contactos.
- No poseer un local propio donde funcione la empresa.

### **AMENAZAS**

- La competencia ya existente.
- Crecimiento de profesionales en el área.
- Costos crecientes de materiales.

- Nuevos impuestos o leyes gubernamentales que afecten al sector de eventos.

### **3.5.- IMPACTO ECONÓMICO, SOCIAL Y AMBIENTAL.**

#### **IMPACTO ECONÓMICO.-**

El crear o introducir nuevas empresas en el mercado repercute de forma directa al impacto económico de un país, y el Ecuador no es la excepción aunque todo esto dependería si es un impacto negativo o positivo dependiendo del producto o negocio a crear.

Para la consultora de eventos este impacto será de tipo local, ya que su ubicación estará en el norte de la ciudad de Quito, donde la característica principal es que es una zona altamente financiera, social, comercial, etc.

Este impacto beneficiará de manera directa a todos los involucrados a la consultora como a sus empleados que según sus funciones contarán con un pago mensual por sus servicios, a proveedores porque los gastos de inversión para la creación de la consultora posibilitarán a estos tener ingresos económicos y por último a los clientes. Estos beneficios pueden representarse a largo plazo como una oportunidad a nivel nacional, ya que la idea de formar un negocio es para que con el tiempo crezca y genere más inversión y capital.

## **IMPACTO SOCIAL.-**

El impacto social en la creación de la empresa Consultora para la organización Eventos Corporativos que brinden el asesoramiento y el servicio de alimentos y bebidas, será de asumir una responsabilidad social que asimile con suficiente seriedad los lineamientos legales, morales y éticos de cada una de las personas que presten sus servicios a esta empresa.

El aspecto social en esta empresa estará orientado a que la responsabilidad social no sea un gasto sino más bien una inversión, donde los empleados gocen de una estabilidad laboral con normas y políticas legales en sus contratos, motivación personal y familiar buscando una armonía y un buen ambiente de trabajo, para que la persona se involucre en su trabajo y se identifique con su empresa.

Por ser una empresa enfocada al área de eventos se requiere de personal humano administrativo, logístico, servicio y de proveedores, entonces se puede decir que la consultora de eventos corporativos brindara plazas de trabajo que aporten al país y a la sociedad, teniendo en cuenta que este personal debe tener acceso a todos los aspectos legales de un empleado que rigen en la constitución de la República del Ecuador.

Las personas que tienen un ambiente adecuado de trabajo y una remuneración económica acorde a sus funciones se sienten motivadas por lo que

hacen y por ende la productividad y el buen manejo de los servicios aumentará considerablemente, entonces la consultora de eventos corporativos asumirá con responsabilidad este impacto social para crear una empresa competitiva y segura, donde sus empleados tengan derecho a proporcionar ideas que generen una capacidad creativa individual en sus funciones y su círculo familiar se sienta confiable con los valores empresariales.

No se puede dejar pasar por alto el compromiso que se debe tener ante las necesidades de la comunidad, por ello la Empresa Corona Eventos, anualmente organizará el evento denominado “Un día sin trabajo” que estará dado para los niños que laboran por las calles del sector donde está ubicada la empresa, sector de Miraflores, se les podrá obsequiar un refrigerio y un momento de sano esparcimiento con monitores especializados.

En conclusión el impacto social de la Consultora de Eventos Corporativos producirá el mejoramiento continuo de la imagen de la marca en el mercado, logrará mayor identidad y sentido de pertenencia a sus colaboradores, lo que hará que se convierta en el mejor negocio.



## **IMPACTO AMBIENTAL.-**

El impacto ambiental se entiende a la alteración de un medio natural provocada por la acción directa o indirecta del hombre.

La implementación del proyecto de una Consultora para la Organización de Eventos Corporativos deja claro que no causara ningún tipo de inconveniente ambiental debido a que sus requerimientos y demandas para su creación es el arrendamiento de un espacio para la atención al cliente como una oficina.

Pero sin embargo no se debe descuidar que como cualquier otro sitio de trabajo puede tener sus efectos de contaminación ya sea ambiental, visual, auditiva, etc. Por ello la empresa estará comprometida a controlar y mitigar cada uno de los efectos que puedan producir daños ambientales dando soluciones precisas a este tipo de impacto.

Se tomará en cuenta poseer tachos de basura debidamente identificados donde se pueda reciclar el material que se utiliza en una oficina, como papel, plásticos, tintas, etc.

En la ejecución de eventos se debe propiciar fundas de basura para separar los elementos orgánicos e inorgánicos. Eventualmente estos últimos materiales pueden ser vendidos a una recicladora y así generar recursos adicionales para la empresa.

### **3.6.- PRODUCCIÓN OPERACIÓN Y LEGALIDAD DE LA EMPRESA**

#### **3.6.1.- PRODUCCIÓN Y OPERACIÓN**

La Empresa Consultora para la Organización de Eventos Corporativos que brinden el Asesoramiento y el Servicio de Alimentos y Bebidas, se encontrará ubicada en el centro-norte de la ciudad de Quito, el área física de la empresa será el de una oficina ubicada estratégicamente en la ciudad y que permita a los clientes tener facilidad de ubicarla y brinde confort en sus instalaciones, para el inicio de actividades se contará con un equipo humano de trabajo y recursos básicos de oficina que ofrezca una atención rápida y oportuna. El aspecto fundamental de la empresa será el de contar con personal calificado y profesional en su área que tenga la capacidad de apoyar al máximo en todas las actividades o tareas a realizarse.

Se tendrá una cartera de diferentes proveedores en todas las áreas que nuestra empresa demanda, que garanticen profesionalismo y responsabilidad.

De igual forma se llevara un calendario de actividades que permita controlar las actividades a realizarse como: Seleccionar lugares, proponer fechas accesibles para el cliente, determinar proveedores, contratar personal y equipos técnicos, determinar número de asistentes, ubicar fechas y lugares de asesoramientos, etc.

### **3.6.2.- PROCESO DE RECLUTAMIENTO DEL PERSONAL**

El proceso de contratación logísticamente estará dado mediante una publicación en medios de comunicación escritos de prensa nacional, también se diseñará un perfil de necesidades de personal en páginas webs que tengan bolsa de empleo. Posterior a esto se analizará y calificará a cada uno de los candidatos que mejor se han desempeñado en sus respectivos puestos.

El proceso de contratación de empleados estará basado en estándares de desempeño que serán calificados después de una entrevista y prueba de inducción personal tomando en cuenta los siguientes valores:

- Presentación.
- Educación.
- Experiencia.
- Relaciones Humanas.
- Actitud.

Complementario a estos parámetros se tomara en cuenta las habilidades operativas y habilidades administrativas.

- Habilidades Operativas.

Específicamente quiere decir el desempeño en las tareas asignadas, conocimiento teórico-práctico de su área de trabajo, responsabilidad, aptitud, actitud y tiempo de respuestas, estas habilidades deberán ser primordiales puesto

que estas personas son las que más tiempo estarán en contacto directo con los clientes.

- Habilidades Administrativas

Permitirán conocer procedimientos básicos para la optimización de recursos como, talento humano, creatividad, tecnología, tiempos, etc.

#### **3.6.4.- MARCO LEGAL**

A continuación, se detallará los trámites legales y exigidos por las leyes de la República del Ecuador, para iniciar la actividad comercial de la Consultora para la Organización Eventos Corporativos.

- APERTURA DEL RUC.
- PATENTE MUNICIPAL.
- LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS EN QUITO (LUAE).
- APERTURA DE CUENTA BANCARIA.

## REQUISITOS PARA CADA UNO DE LOS PERMISOS

### APERTURA DEL RUC:

Para personas jurídicas es necesario cumplir con la siguiente documentación y deberán declarar sus impuestos mensualmente:

- Formulario 01A con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías.
- Formulario 01B con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías
- Original y copia de los nombramientos Gerente y Presidente inscritos en el Registro Mercantil.
- Original y copia de la Escritura de constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil.
- Original y copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del Representante Legal.
- Una copia de la planilla de luz, agua, teléfono,
- Si no es posible la entrega de estos documentos, una carta por el propietario del lugar donde ejercerá su actividad la Compañía, indicando que les cede el uso gratuito.
- Original y copia de las 4 hojas de datos que entrega la Superintendencia de Compañías.

- Si el trámite lo realiza un tercero deberá adjuntar una carta firmada por el Representante Legal autorizando.
- Comprobante de pago de agua, luz o teléfono, pago del impuesto predial del lugar donde estará domiciliada la Compañía a nombre de la misma o contrato de arrendamiento. Cualquiera de estos documentos a nombre de la Compañía o del Representante Legal.<sup>14</sup>

### **REQUISITOS OBTENCIÓN PATENTE MUNICIPAL:**

La Patente Municipal es el permiso de funcionamiento otorgado por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.

- Formulario de inscripción de Patente.
- Original y copia de la escritura constitución.
- Original y copia de la resolución de la Superintendencia de Compañías.
- Copia del RUC.

### **REQUISITOS LUAE:**

La Corporación Metropolitana de Turismo (CMT) ha desarrollado un nuevo proceso de ordenanza y regulación llamado LUAE, que es la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas en Quito, que va dirigida a todos los establecimientos que ofertan el servicio de alimentos y

---

<sup>14</sup> Fuente, SRI. 2010

bebidas, de entretenimiento, bares y discotecas, empresas de eventos y recepciones.

Este permiso entra en funcionamiento en el 2010 y los requisitos son los siguientes:

- Registro y pago de la Patente.
- Formulario Único de Solicitud LUAE, debidamente lleno y suscrito.
- Copia de RUC.
- Copia de cédula de ciudadanía
- Copia Papeleta de Votación.
- Informe favorable de compatibilidad de uso de suelo.<sup>15</sup>

#### **REQUISITOS APERTURA CUENTA BANCARIA (AHORROS)**

- 2 Copias cedula de ciudadanía.
- Copia Papeleta de Votación.
- Recibo de agua, luz o teléfono del domicilio.
- 1 referencia personal.
- Depósito inicial de: \$ 200.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Fuente, QUITO TURISMO, 2011

<sup>16</sup> Fuente, BANCO PICHINCHA.

### **3.7.- PLAN DE MARKETING**

El estudio de Marketing en su concepto busca integrar y relacionar aquellos aspectos que contribuyen a consolidar un producto en el mercado y para esto se tomará en cuenta las 4P del Marketing que son: Producto, Plaza, Promoción, Precio.

#### **CANAL DE DISTRIBUCIÓN.-**

Los servicios que oferta la Empresa Corona Eventos se ofertarán directamente a los clientes, permitiendo obtener un total control de las actividades y eventos que la empresa realice, además porque el servicio personalizado se lo pondrá de manifiesto desde el primer contacto que se tenga con el cliente. No obstante se hará contactos también a través de redes sociales.

La ubicación de la Consultora de Eventos estará en el norte de la ciudad de Quito, donde la característica principal es de ser una zona altamente financiera, social, comercial, etc., estaremos en movimiento y contacto directo con nuestros clientes en especial con los medios de comunicación radiales que son el nicho de mercado al cual la Empresa Corona Eventos está enfocada.

Por ello desde un principio se realizará un plan de necesidades de recursos técnicos y necesidades materiales, que permitan tener un enfoque claro de lo que se va a vender y las posibilidades de captar clientes dentro de este lugar geográfico donde funcionara la Consultora, puesto que la ubicación de esta



empresa será el puntual principal para darnos a conocer en el mercado al cual queremos llegar. Es así que se tomará en cuenta para la distribución de los servicios lo siguiente:

- Determinar un establecimiento que permita a los clientes tener confort para dar a conocer los productos a ofrecer.
- Poseer la mayor cantidad de equipo audiovisual y tecnológico con el fin de mostrar todos los servicios de asesoramiento y ejecución de eventos.
- Poseer una oficina que geográficamente se encuentre muy bien ubicada y sectorizada para facilidad de los clientes.
- Realizar visitas personalizadas a los clientes, enviar correos electrónicos y redes sociales haciendo conocer nuestros productos.
- Participar en ferias y exposiciones que permitan dar a conocer nuestros servicios.
- Realizar convenios y auspicios con los medios de comunicación radiales, ya que ellos son los potenciales beneficiarios de nuestros servicios.

### **3.7.1.- CARACTERÍSTICA DEL PRODUCTO**

El producto a ofertar está dividido en cuatro servicios que ofrece la Empresa Corona Eventos Corporativos:

- 1.) Asesoramiento de Eventos.
- 2.) Asesoramiento de Locales o Salones para eventos.
- 3.) Servicio de Alimentos y Bebidas / Catering.
- 4.) Shows Corporativos y Artísticos.

A continuación se detalla las características y beneficios que cada uno de dichos productos o servicios:

- **ASESORAMIENTO DE EVENTOS**

La empresa Consultora pondrá a disposición de los clientes el servicio de Asesoramiento en el área de Catering, Etiqueta y Protocolo, Organización de Eventos, a todas las empresas o personas que deseen adquirir estos conocimientos para que logren ser el apoyo en la organización de cualquier evento dentro de su lugar de trabajo.

La idea principal en este producto o servicio es que se pondrá a disposición del cliente un consultor personal o coordinador de eventos que actuará como asesor según el requerimiento del cliente.

La función de este Consultor será:

- Establecer las necesidades del cliente de forma personalizada.
- Elaboración del proyecto para la organización del evento o consultoría, compartiendo objetivos que el cliente requiera.

- Planificar, coordinar y supervisar el asesoramiento de todo el evento o la capacitación que el cliente reciba, tomando en cuenta todas las necesidades de logística que este conlleve.

El asesoramiento y/o coordinación se podrá dar en los siguientes tipos de eventos corporativos, tomando en cuenta las encuestas realizadas a empresas de medios de comunicación radiales, que de acuerdo a su función las consideran como los más importantes y con los que con más frecuencia los realizan.

#### Lanzamiento de Productos:

La empresa Consultora asesorará y ejecutara condiciones efectivas para este tipo de eventos que deberán cumplirse de acuerdo a las necesidades y gustos del cliente.

1.- Que el evento perdure en la memoria de los asistentes, con un recuerdo del producto y la marca, ya que es fundamental que el público asistente pase un momento agradable pero que a la vez se grabe el concepto del producto y marca presentada.

2.- Que el mensaje transmitido sea el adecuado, esto se logrará con una comunicación efectiva entre el cliente y la empresa Consultora, donde se detalle y deje claro lo que se va a presentar y comunicar.

### Promociones Estratégicas:

Apoyar las acciones de la empresa contratante con el personal necesario para la decoración y escenografía del espacio a desarrollarse el evento, equipos técnicos, impulsadoras y modelos.

### Celebración de Fechas Especiales:

Se podrá asesorar y ayudar a la empresa a realizar cualquier tipo de fiesta o celebración, tomando en cuenta las necesidades de los encuestados en donde este tipo de celebraciones son las que con más frecuencia se realizan en las empresas de comunicación radial.

Fiestas de Quito, fiestas de aniversario, fiestas y cenas navideñas, celebraciones de fin de año, asensos empresariales y muchos más.

- **ASESORAMIENTO DE LOCALES O SALONES PARA EVENTOS**

Para lograr la satisfacción total de nuestros clientes la Consultora de Eventos pondrá a consideración de ellos las facilidades de recomendación y búsqueda de locales y/o salones dentro o fuera de la ciudad para que realicen su programa o evento dependiendo del número de invitados, el tipo de lugar y tipo de evento etc.

Para esto la Consultora mantendrá una amplia agenda de contactos con varios sitios o lugares de la ciudad y fuera de esta, al cliente se le dará cada uno de los detalles con los que estos locales o salones cuentan, brindándole la mejor alternativa de acuerdo a su necesidad.

Para facilidad de los clientes la Consultora ofertará el servicio integral, es decir, que estos salones estén completamente equipados, ambientados al tipo de evento, con montaje y decoración para la comodidad de los asistentes. Y que mejor manera que vender este producto teniendo un portafolio de estos lugares con sus respectivas fotos, servicios existentes, direcciones de ubicación, productos adicionales etc.

- **SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS / CATERING.**

Teniendo en cuenta que el segmento de mercado al cual está dirigida la Consultora de Eventos es a empresas corporativas en especial enfocada a los medios de comunicación radiales, la Consultora ofrecerá una amplia oferta gastronómica en Coffe break, almuerzos, cenas, cocteles, etc., dependiendo del tipo de reunión o evento que estas empresas tengan previstas realizar, pero en su mayoría y por el estudio hecho en las encuestas se sabe que el servicio de catering será necesario otorgar cuando se realicen eventos como: Lanzamiento de Productos, Promociones Estratégicas y Celebración de Fechas Especiales.

- **SHOWS CORPORATIVOS Y ARTÍSTICOS**

Este producto ayuda a las empresas corporativas a dar un realce y valor agregado a sus eventos, puesto que en sus fiestas, reuniones, lanzamiento de productos, promociones estratégicas, etc., se podrá dar un espacio para la realización de un mini show artístico, instrumental, teatral, en vivo que permite tener un momento de esparcimiento entre los lapsos de recesos, este producto se lo promocionará como un servicio complementario de los asesoramientos, del servicio de catering y poner a disposición en los locales o lugares donde se lleve a cabo un evento.

También la Consultora de Eventos Corporativos está en la posibilidad y capacidad de brindar un show de gran magnitud, ofreciendo un servicio completo como:

- Paquete Artístico de Artistas Nacionales y Extranjeros.
- Alquiler de los sitios donde se desarrolle el evento estadios, coliseos, lugares públicos, etc.,
- Tarimas, Pasarelas
- Sistema de Sonido y Amplificación
- Iluminación Digital, Pirotecnia.
- Publicidad del evento: Pautas en medio de comunicación, flyers, afiches, gigantografías.
- Personal de Logística y Seguridad.
- Animadores, Impulsadoras y Modelos.

### **3.7.2.- PLAZA**

La principal plaza en la que se comercializará estos servicios es en el centro norte de la ciudad de Quito, debido a que estos sectores se caracterizan por ser una zona altamente financiera, social y comercial, por ende las posibilidades de captar clientes o cubrir las demandas de la mayoría de los medios de comunicación radiales son muy altas.

A continuación se detalla cómo se va a comercializar, ofrecer y distribuir los servicios que la empresa Corona Eventos Corporativos posee.

Los canales de distribución varían de acuerdo al tipo de servicio, ya que algunos se puede vender directamente y otros indirectamente. Los servicios que se van a comercializar son:

- **ASESORAMIENTO DE EVENTOS**

#### **COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO:**

La manera más moderna y adecuada de vender este servicio será mediante:

- Páginas webs.
- Redes sociales.
- Canjes de servicio con empresas acorde a nuestro nivel de negocio.
- Visitas y exposiciones del servicio de forma personalizada.

- **ASESORAMIENTO DE LOCALES O SALONES PARA EVENTOS.**

### **COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO:**

Para que este servicio sea llamativo y cree expectativa en el cliente se deberá escoger los lugares que presten un servicio cómodo, acogedor y que cumplan con la capacidad acorde a las necesidades, pero sobre todo lugares innovadores y fuera de lo común como por ejemplo sedes al aire libre, sitios campestres, quintas, haciendas o locales que cumpla con una infraestructura sobria y elegante. Para ello al cliente se le venderá la idea de la siguiente manera:

- Visitas personalizadas exponiendo los diferentes lugares donde se ubican los salones.
- Muestras de fotos y videos de los salones o el lugar.
- Si se desea se puede hacer visitas personalizadas a las quintas o fincas.
- Muestra de ubicación y como llegar al lugar del evento.

- **SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS / CATERING.**

### **COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO**

La venta de este producto o servicio será de forma directa al cliente es decir, se le hará llegar una cotización donde conste los menús con varias opciones, el



precio, los servicios adicionales como vajilla, calentadores, cristalería, mantelería, mesas, sillas, personal de servicio y servicios adicionales que se requiera.

También y con una previa cita al cliente se le ofrecerá la posibilidad de saborear una degustación que permita elegir el menú de su agrado o se dé una sugerencia adicional.

Los menús estarán dirigidos a los siguientes tipos de necesidades o eventos tomando en cuenta que son empresas corporativas:

Desayunos, Refrigerios, Almuerzos, Cocteles, Coffe Breaks, Cenas, Té, Degustaciones, Vermisagge, Buffets para los eventos de fechas especiales.

- **SHOWS CORPORATIVOS Y ARTÍSTICOS**

## **COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTO**

- Visitas personalizadas a los potenciales clientes ofreciendo este servicio como un evento que de realce a la marca, al nombre o a la empresa.
- Convenios con los medios de comunicación para realizar canjes de servicios y auspicios.
- Portafolio de eventos realizados para constancia de experiencia y responsabilidad.
- Anuncios en Páginas Webs y Redes Sociales (Mailing)

### **3.7.3.- PROMOCIÓN**

Promocionar el servicio o producto a ofrecer será un reto de gestión humana ya que este contingente es el encargado de buscar medios comunicativos escritos, auditivos, gráficos, que directamente lleguen al cliente y den a conocer de forma clara y concisa esta nueva idea de negocio.

Para promocionar la Empresa Consultora de Eventos Corporativos se desarrollará parámetros y canales de comunicación que permitan conocer los servicios a ofrecer, las ventajas de trabajar con una empresa nueva en el mercado pero con conocimientos y experiencias necesarias para satisfacer las necesidades de los clientes.

Por ello para el comienzo de actividades promocionales se define dos tipos de canales directos e indirectos, esto quiere decir que las promociones directas van enfocadas al cliente dando a conocer una diversa oferta y promociones en nuestros servicios, mientras que las canales indirectos van enfocadas a la sociedad en general tomando en cuenta el target social al cual va enfocado el negocio, que en este caso son los medios de comunicación radiales de frecuencia modulada, ubicados en el centro-norte de la ciudad de Quito, por ejemplo:

#### CANALES DIRECTOS:

- Entrega de material publicitario y visita directa a los clientes (en este caso a los medios de comunicación radiales), dándoles a conocer paquetes de eventos, de catering y el servicio de asesoramiento en cualquier evento que desee realizar.
- Otorgar al cliente cupones de descuento o consumos con establecimientos aliados a nuestra empresa.
- Ofrecer precios especiales y económicos a clientes frecuentes y anualmente brindar un servicio gratuito de catering con bocaditos y bebidas al cliente que más ha solicitado los servicios de la consultora.
- Enviar información continua de los servicios mediante mails y redes sociales.

#### CANALES INDIRECTOS:

- Crear una Página Web que brinde información de cada servicio y producto que la Consultora ofrece, donde cualquier persona tenga acceso y conozca sobre esta nueva empresa
- Potenciar la marca y empresa mediante la definición clara del logotipo y colores corporativos del negocio.
- Poseer un portafolio corporativo que esté a disposición de cualquier cliente y que contenga todo el material de la imagen empresarial como tarjetas de presentación, hojas membretadas, artículos de obsequio, etc., material

POP, fotografías y certificaciones de eventos realizados, logos de empresas aliadas y auspiciantes, empresas que frecuentemente ocupan nuestros servicios.

- Presencia de la Imagen Empresarial en establecimientos que regularmente visiten nuestros potenciales clientes, presencia en revistas sociales donde se detalle con diseños fotográficos los servicios que se ofertan.
- Participación en ferias, stands, workshops, festivales, etc., donde se muestre la imagen empresarial, sus beneficios y servicios.
- Generar estrategia de expectativa con flayers y Gigantografías que destaquen originalidad y que sean ubicados en lugares estratégicos enfocados al target adecuado.
- En la inauguración de la empresa llamar la atención del público con show de música, zanqueros, impulsadoras, etc.

#### **3.7.4.- PRECIO**

Los precios de la Empresa de Asesoramiento para Eventos Corporativos son fijados en base a la necesidad del cliente, que está enfocada en este caso al segmento de medios de comunicación radiales, que después del estudio de mercado realizado se conoce que estas empresas corporativas realizan varios eventos al año, por ende tienen la necesidad de conocer propuestas y cotizaciones para organizar sus eventos. También se toma en cuenta el precio y la forma de pago que utiliza la competencia.

Por ello la Empresa Corona Eventos pone a disposición de los clientes el siguiente sistema de pagos y precios para cada uno de sus servicios:

**POLÍTICAS DE PAGO:**

- La forma de pago será: cancelar el 50% de anticipo del valor total del servicio solicitado a la firma del contrato y el otro 50% el día del evento, este pago dependerá del tipo de servicio seleccionado.
- Para el alquiler de locales o salones el cliente podrá reservar dicho servicios con el pago del 15% del valor total y cancelar la totalidad el día del evento.
- El cliente podrá realizar sus periodos de pago en cuotas mensuales o semanales del valor del servicio deseado, hasta cuando llegue el día de su evento.
- Los pagos se podrán realizar en efectivo o con tarjetas de crédito.
- Cada servicio será cancelado en su totalidad el día del evento sin excepción.

## **ESTRATEGIAS DE PRECIO:**

- Por inauguración e inicio de actividades se realizará un 10% de descuento en la factura total del servicio elegido.
- El primer asesoramiento para cualquier evento es gratuito.
- En los eventos de catering superiores a 150 personas las bebidas no alcohólicas son gratis.
- El servicio de shows tendrá un 5% de descuento del valor total en la celebración del aniversario de la empresa
- Se tendrá una significativa alza y rebaja de precios, tomando en cuenta las épocas festivas del año.
- Los precios estarán establecidos en función a la competencia.
- Se ofrecerá descuentos especiales a clientes frecuentes.

**CUADRO No. 5**

**CUADRO DE SERVICIOS Y PRECIO**

<b>PRODUCTO</b>	<b>PRECIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>
<b>Asesoramiento de Eventos</b>	El asesoramiento inicial no tendrá ningún costo. El precio promedio de este servicio será de \$ 75. Para el asesoramiento y ejecución de los demás servicios que oferta la Empresa Corona Eventos, la comisión será del 25% del valor total del servicio contratado.	En función al requerimiento del cliente.	Este servicio va enfocado en el Asesoramiento de: Locales / salones, Catering, Shows, Fiestas, Lanzamientos, Promociones, etc.
<b>Local / Salón</b>	Asesoramiento para alquileres de salones desde \$ 525. Con un aumento de \$ 50 cada 4 meses, dependiendo de la época festiva del año.	Según las necesidades.	El precio puede variar si se desea incluir mesas y sillas. Como valor adicional, la adecuación y ambientación.
<b>Catering</b>	Adaptación al presupuesto del cliente. Valores desde \$ 13.00 x pax en Coffe Breaks.	Desde un Menú Básico hasta un Buffet	Se otorga el servicio de “todo incluido”. Personal de

	Valores desde \$ 18.00 x pax en cenas o buffets.		Servicio, Vajilla, Montaje, etc.
<b>Shows</b>	Valores acorde al paquete artístico del cliente. Desde \$ 575. Teniendo un aumento de \$ 50 cada 4 meses, dependiendo de la época festiva del año y la demanda del servicio.	Shows pequeños o shows masivos.	Se cotizara todo el paquete con sus respectivas necesidades.

Elaborado por: Juan Pablo Cadena

### 3.8.- ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIÓN.

Al constituir una nueva empresa en el sector turístico, es necesario implementar valores de ética y de moral ya que estos serán los baluartes de la empresa para el buen servicio y atención a los clientes.

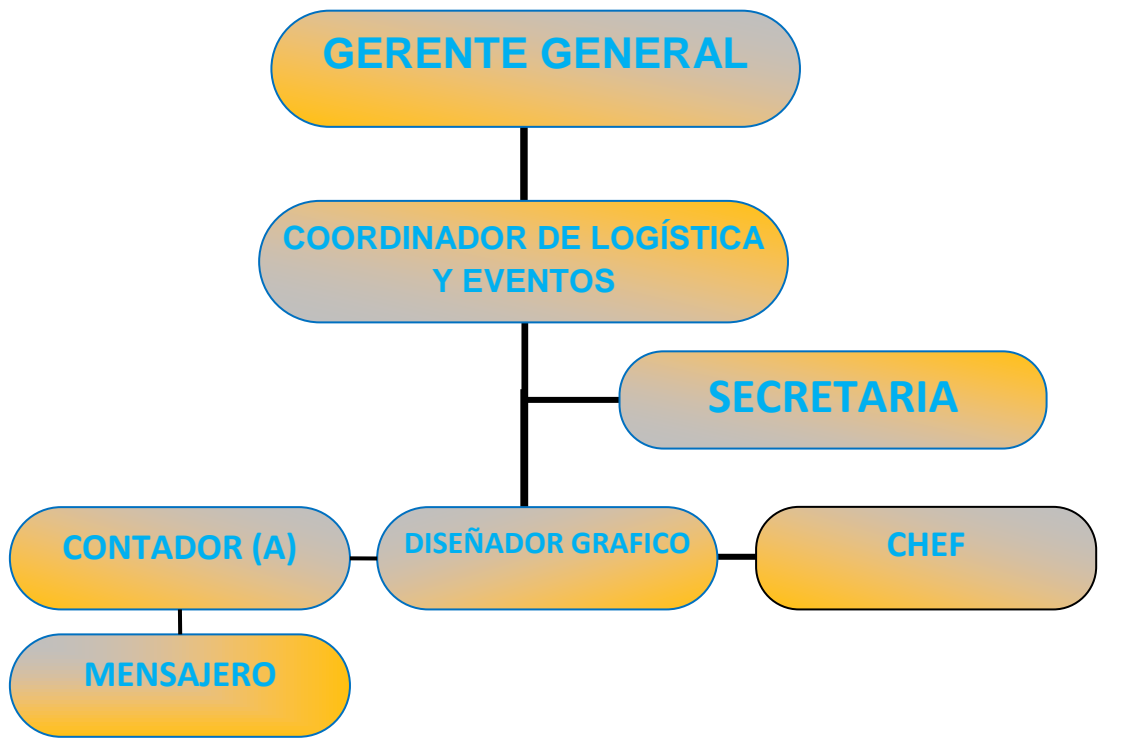
Los valores empresariales bajo los cuales se administrará y funcionará la Empresa para el Asesoramiento de Eventos Corporativos Corona Event. Corp. serán:

- **Trabajo en Equipo:** El desempeño grupal es parte fundamental del progreso y superación empresarial para el bien común de empleados y clientes.



- **Trabajo de Calidad:** Las normas de respeto, honestidad, paciencia, educación, etc., que nuestros empleados lleven garantiza la satisfacción de un trabajo bien hecho que a la par brinde confianza a nuestros clientes.
- **Superación:** Las metas trazadas y objetivos propuestos por la empresa serán causa de motivación personal para perfeccionarse en su área lograr éxitos profesionales, económicos, descubrir un talento humano innovador y capaz de vencer obstáculos hacia el progreso.
- **Pro actividad:** Mostrará el positivismo hacia lo que se hace y sobre todo al trabajo y la vida, un equipo de trabajo con estas características permitirá ser más innovadores y creativos donde el único beneficiado sea el cliente.

### 3.8.1.-ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL INICIAL.



### 3.8.2.- RESPONSABILIDADES Y FUNCIONES DEL ORGANIGRAMA DE ESTRUCTURA INICIAL.

- **GERENTE GENERAL.**

#### **Perfil Profesional:**

- Título de tercer nivel avalado por el CONESUP en Gastronomía, Administración de Empresas, Hotelería o afines.
- Experiencia mínima de 3 años en posiciones en las que haya dirigido personal, áreas administrativas, operativas y de servicio.

- Liderazgo y don de mando.
- Sexo: Indistinto.
- Edad entre 26 a 30 años.

### **Descripción de funciones:**

Será el encargado de dirigir y supervisar todas las funciones empresariales y a los empleados de planta, toma decisiones y destina los recursos, se encarga de delegar las actividades y estar en constante comunicación con su equipo de trabajo, organizará y entregará a cada persona tareas puntuales con fechas límite, revisa y ayuda a que la agenda se cumpla en los tiempos establecidos, coordina y califica la adquisición de alimentos, bebidas, menajes, decoraciones, se encarga de coordinar con los clientes sus pedidos y necesidades, escoge cuidadosamente el personal que contrata, es el responsable del bienestar de los clientes, realizará las negociaciones, ventas, contratos con proveedores, es la imagen principal de la empresa, en definitiva estará al frente de los eventos.

Dentro de sus actividades buscará, seleccionará y contratará a sus posibles artistas, expositores, capacitadores, teniendo en cuenta las necesidades del mercado y el direccionamiento del producto que oferta la empresa.

- **COORDINADOR DE LOGÍSTICA Y EVENTOS.**

**Perfil Profesional:**

- Egresado/a carreras de Relaciones Publicas, Hotelería y Turismo, Gastronomía.
- Experiencia de 2 años en la coordinación de banquetes, restaurantes, servicios de fiestas, eventos masivos.
- Excelente presencia, proactivo/a, habilidad de negociación, creativo/a.
- Sexo: Indistinto.
- Edad entre 25 a 30 años.

**Descripción de funciones:**

El objetivo principal será rodearse de buenos y eficientes proveedores y a su vez mantener excelentes relaciones, estará en la obligación de hacer continuas inspecciones de cada detalle del evento.

Deberá tener conocimientos de las responsabilidades bajo su cargo, será el responsable de que todas las actividades se lleven a cabo en los tiempos planificados, estará en contacto con el Gerente General informando todo el desarrollo de las mismas y el cumplimiento del personal que esta bajo su mando, confirmará todos los elementos necesarios, adquisiciones y pedidos, colaborará en la búsqueda de personal temporal, confirmar la sede o el lugar donde se efectuará el evento, revisará todo antes, en el desarrollo y posterior al evento, en

eventos masivos coordinará la publicidad, realizará los comunicados de prensa, se encargará de vender y promocionar el evento, estará a su cargo la movilización de personas, materiales, equipos, coordinará con proveedores la entrega y recepción de alquileres, preparará la sala o el local acorde con el evento (luces, decoración, música, artistas, fotógrafos, animador, etc.).

Antes, durante y después del evento será el apoyo logístico de la empresa.

- **SECRETARIA.-**

**Perfil Profesional:**

- Egresada carreras de Relaciones Publicas, Hotelería y Turismo, Gastronomía.
- Experiencia de 2 años en la coordinación de banquetes, restaurantes, servicios de fiestas, eventos masivos.
- Excelente presencia, proactiva, habilidad de negociación, creativa.
- Sexo: Femenino.
- Edad entre 25 a 30 años.

**Descripción de funciones:**

Su trabajo es multifuncional ya que será la encargada de dar la atención necesaria al cliente, redacta cartas, documentos, recepta y hace llamadas, reservaciones, atiende al público da información de los servicios, registra pedidos

e inscripciones si fuese el caso, emite facturas, coordina cobros, ayuda con los materiales, brindará el apoyo en todos los eventos, y organiza la agenda de citas, reuniones, etc.

- **CONTADOR(A).-**

**Perfil Profesional:**

- Profesional en el área contable.
- Experiencia mínima de 2 años.
- Excelente presencia, conocimientos en sistemas contables, manejo de estados de cuenta, retenciones y declaraciones.
- Conocimientos de computación.
- Orientación del servicio al cliente.
- Sexo: Indistinto.
- Edad entre 25 a 30 años.

**Descripción de funciones:**

El objetivo principal es llevar el registro contable de la empresa, manejo de caja chica y recursos económicos, reportara cada movimiento financiero al Gerente General en forma clara y oportuna, planifica, organiza y controla toda la información y soportes contables de todas las operaciones y eventos que la empresa realice.

- **MENSAJERO.-**

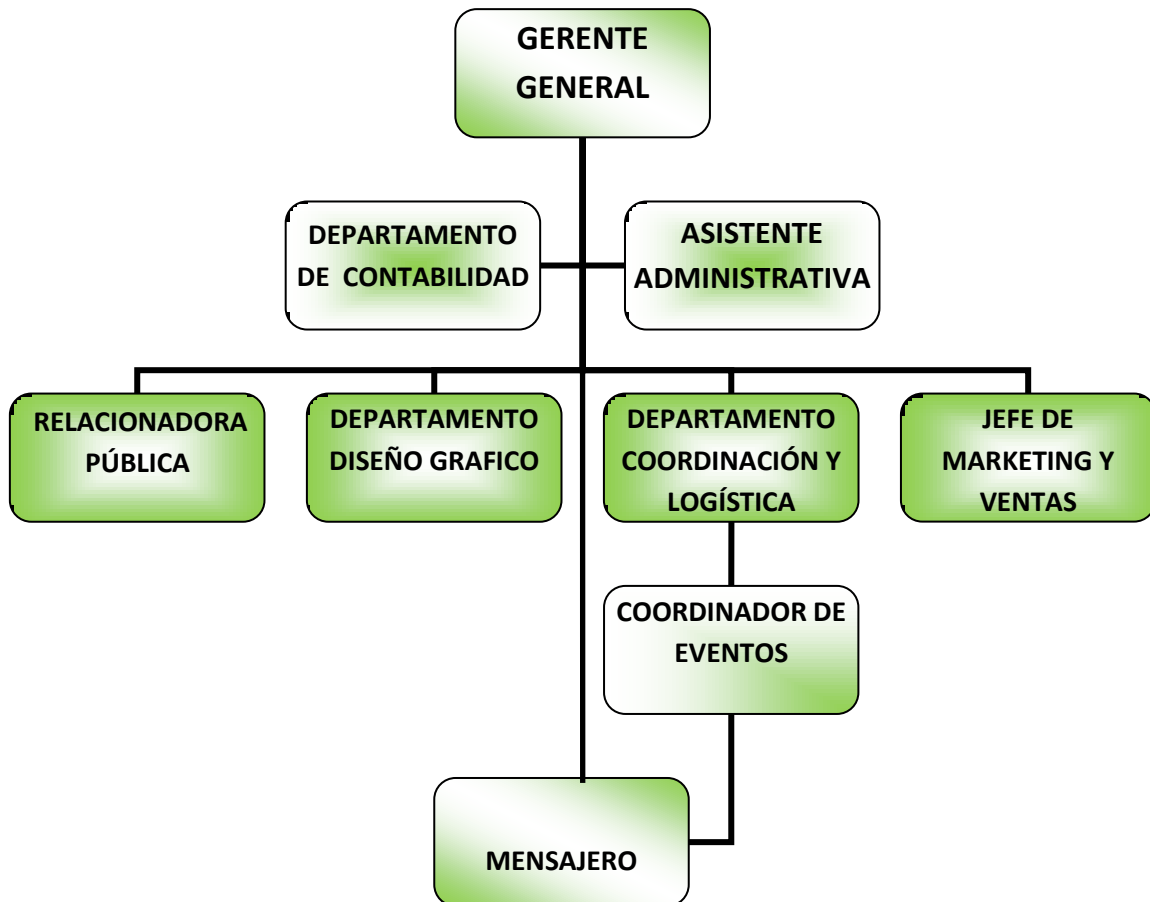
**Perfil Profesional:**

- Mínimo bachiller.
- Experiencia mínima de 1 año en cargos similares.
- Poseer licencia de conducir tipo A y B.
- Indispensable moto propia.
- Disponibilidad de tiempo completo.
- Sexo: Masculino.
- Edad entre 23 a 35 años.

**Descripción de funciones:**

Entrega y recoge correspondencia, depósitos, cobros, cheques, consignaciones etc., ayuda también en la preparación de materiales, embalaje, transporte de equipos, mobiliario, medios publicitarios, colaborará con todas las áreas cumpliendo eficientemente las funciones asignadas.

### 3.8.3.- ORGANIGRAMA DE MÁXIMA EXPANSIÓN.



### 3.8.4.- RESPONSABILIDADES Y FUNCIONES DEL ORGANIGRAMA DE MÁXIMA EXPANSIÓN.

- GERENTE GENERAL.-

#### Perfil Profesional:

- Estudios universitarios completos en Administración de Empresas, Ingeniería Hotelera, Gastronomía o carreras afines.



- Dominio de Manejo de Eventos Corporativos.
- Mínimo 3 años de experiencia en posiciones similares, de preferencia en empresas turísticas, hoteleras, restaurantes.
- Edad entre 26 a 35 años.
- Excelente liderazgo de personas y grupos de trabajo.
- Conocimientos de sistemas operativos y paquetes informáticos como: Windows, Office (Word, Excel, Power Point), herramientas de correo electrónico y navegación.

## **FUNCIONES.-**

Liderar, organizar y dirigir las actividades del personal de la empresa, con el fin de que se cumplan con los objetivos de la organización, mediante entrenamiento continuo, motivación y capacitación.

Poseer capacidad de negociación y excelentes relaciones personales, tomar decisiones administrativas con resultados favorables a la empresa, demostrando organización y planificación.

- **ASISTENTE ADMINISTRATIVA.-**

### **Perfil Profesional:**

- Estudios superiores, egresada o cursando últimos años de Administración de Empresas, Ingeniería Comercial o afines.

- Mínimo 2 años de experiencia en cargos similares en empresas de servicios turísticos, hoteleros o gastronómicos.
- Sexo: Femenino
- Edad entre 23 a 30 años.
- Orientación de servicio al cliente.
- Conocimiento de tipos de Eventos.

### **FUNCIONES.-**

Apoyar a la gerencia en su gestión, contribuir de manera eficaz y eficiente al desarrollo empresarial, coordinar y apoyar a la organización de los demás departamentos. Manejo de cotizaciones y presupuestos a ofrecer a los clientes.

- **CONTADOR(A).-**

### **Perfil Profesional:**

- Profesional CPA, con estudios superiores en Contabilidad y Auditoría.
- Excelente presencia, conocimientos en sistemas contables, manejo de estados de cuenta, retenciones y declaraciones.
- Conocimientos de computación.
- Orientación del servicio al cliente.
- Mínimo 3 años de experiencia en posiciones similares.
- Hombre o mujer de 25 años en adelante.

## **FUNCIONES.-**

Planear, organizar, controlar la información y soportes contables de todas las operaciones de la empresa, elaborando los informes financieros en forma clara y oportuna. Coordina los pagos a tiempo de las obligaciones legales y tributarias de la empresa.

- **JEFE DE RELACIONES PÚBLICAS.-**

### **Perfil Profesional:**

- Sexo femenino
- 23 a 28 años de edad
- Estudios universitarios en carreras de Turismo y Hotelería, Publicidad o Relaciones Públicas.
- Indispensable conocimientos en Idioma Inglés.
- Excelente redacción comercial.
- Manejo de internet, Word y Excel.
- Experiencia de por lo menos 2 años en cargos similares, de preferencia en agencia de publicidad.

## **FUNCIONES.-**

Velar por la excelente relación entre la empresa y los clientes, ayuda a mantener y promover la imagen corporativa. Organiza la agenda del departamento gerencial.

- **DISEÑADOR GRÁFICO.-**

### **Perfil Profesional:**

- Estudios superiores en Diseño Gráfico.
- Mínimo dos años de experiencia.
- De preferencia experiencia en medios de comunicación o empresas publicitarias
- Disponibilidad tiempo completo.
- Conocimiento en Adobe Photoshop, Illustrator, Indesign, Ortografía, Imagen Corporativa Marketing y Publicidad.

## **FUNCIONES.-**

Elabora artes y diseños requeridos por el personal de ventas y mercadeo, desarrollar proyectos. Elaborar las aplicaciones graficas para los diferentes eventos del área de la empresa. Desarrollar creativamente el material publicitario y promocional para la empresa y sus clientes.

- **JEFE COORDINACIÓN Y LOGÍSTICA.-**

**Perfil Profesional:**

- Estudios superiores en Ingeniería Comercial.
- Mínimo dos años de experiencia en cadenas de Abastecimiento, Operaciones, Logística, Planificación de compras y bodega.
- Sexo: Masculino.
- Disponibilidad tiempo completo.
- Conocimiento en Adobe Photoshop, Illustrator, Indesign, Ortografía, Imagen Corporativa Marketing y Publicidad.

**FUNCIONES.-**

Elaborar, organizar, controlar, cada uno de los recursos para la organización del evento tomando en cuenta los tiempos y los recursos necesarios para el mismo. El jefe de logística tiene como objetivo principal rodearse de proveedores eficientes y responsables y a su vez mantener excelentes relaciones comunicativas. Hacer un seguimiento continuo de los procedimientos, realizando inspecciones continuas de las necesidades o de contratiempos que surgiesen en un evento.

- **COORDINADOR DE LOGÍSTICA Y EVENTOS.**

**Perfil Profesional:**

- Egresado/a carreras de Relaciones Publicas, Hotelería y Turismo, Gastronomía.
- Experiencia de 2 años en la coordinación de banquetes, restaurantes, servicios de fiestas, eventos masivos.
- Excelente presencia, proactivo/a, habilidad de negociación, creativo/a.
- Sexo: Indistinto.
- Edad entre 25 a 30 años.

**FUNCIONES.-**

Seleccionar y evaluar proveedores, negociando condiciones y formas de pago. Cuidar y maximizar el margen de beneficio de la empresa. Supervisar al personal contratado y verificar que este cumpla con las funciones encomendadas. Llevar un control del ingreso y salida de activos de bodega de eventos. Elaborar reportes cualitativos y cuantitativos con respaldos fotográficos al término de cada evento.

- **JEFE DE MARKETING Y VENTAS.-**

**Perfil Profesional:**

- Estudios superiores, Ingeniería Comercial Marketing o afines.

- Mínimo 2 años de experiencia en cargos similares en empresas de servicios.
- Sexo: Indistinto
- Edad entre 23 a 30 años.
- Orientación de servicio al cliente.
- Conocimiento de tipos de Eventos.

### **FUNCIONES.-**

Planificar, dirigir y controlar el proceso de Marketing y ventas, analizando posibles nichos de mercado a través de técnicas vanguardistas y agresivas de comercialización que permitan que la compañía se posicione como líder en el mercado.

### 3.9.- ANÁLISIS FINANCIERO BÁSICO.

#### 3.9.1.- PLAN DE INVERSIÓN

<b>MUEBLES Y ENSERES OFICINA</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR U.</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Escritorio	4	\$ 142,24	\$ 568,96
Archivador	1	\$ 212,80	\$ 212,80
Silla Giratoria	4	\$ 65,00	\$ 260,00
Sillas de Espera	3	\$ 35,00	\$ 105,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.169,70</b>

<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANT.</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Bolígrafos	15	\$ 0,20	\$ 3,00
Resma de Papel Bond	2	\$ 4,20	\$ 8,40
Grapadora	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Perforadora	2	\$ 3,56	\$ 7,12
Paquete de Grapas	1	\$ 0,64	\$ 0,64
Carpetas	10	\$ 0,10	\$ 1,00
Block de Comandas	10	\$ 2,00	\$ 20,00
Cinta adhesiva	2	\$ 0,50	\$ 1,00
Caja de Clips	1	\$ 0,20	\$ 0,20
Portalápices	1	\$ 0,85	\$ 0,85
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 52,21</b>

<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR U.</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Computadora	2	\$ 499,00	\$ 998,00
Infocus	1	\$ 550,00	\$ 550,00
Pizarra Tiza Liquida	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Impresora	1	\$ 79,00	\$ 79,00
Teléfono-fax	1	\$ 70,00	\$ 70,00
Extintores 10lb	1	\$ 21,00	\$ 21,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 1.968,00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.968,00</b>



<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>		
Luz	\$ 25,00		
Agua	\$ 16,00		
Teléfono	\$ 32,00		
Servicio Internet	\$ 25,00		
Arriendo	\$ 280,00		
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 378,00</b>		
<b>INSUMOS DE LIMPIEZA</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANT.</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Basurero Acero Inoxidable	2	\$ 18,49	\$ 36,98
Escobas	2	\$ 1,75	\$ 3,50
Cepillo Baño	1	\$ 1,30	\$ 1,30
Detergente	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Dispensador de Jabón	1	\$ 6,00	\$ 6,00
Fundas de basura (20 unid.)	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Toalla de Papel	1	\$ 1,42	\$ 1,42
Papel Higiénico (200m)	5	\$ 2,67	\$ 13,35
Toallas pequeñas de manos	3	\$ 2,00	\$ 6,00
Pala Metálica	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Trapeadores	1	\$ 2,84	\$ 2,84
<b>TOTAL INSUMOS</b>			<b>\$ 83,39</b>
<b>PROMOCIÓN</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>TOTAL</b>		
DISEÑO GRAFICO	\$ 150,00		
PRENSA ESCRITA	\$ 125,00		
WEB SITE	\$ 65,00		
IMAGEN CORPORATIVA	\$ 37,50		
FACTURERO	\$ 11,00		
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 388,50</b>		
<b>GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>TOTAL</b>		
PATENTE MUNICIPAL	\$ 90,00		
PERMISO FUNCIONAMIENTO BOMBEROS	\$ 15,00		
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 105,00</b>		

## Mano de Obra Proyectada

MANO DE OBRA DIRECTA							PROVISIONES						TOTAL	
CARGO	Cant.	Salario Básico	Básico anual 12	13er sueldo	14to sueldo	Aporte Per. 9,35%	Aporte Pat. 12,15%	Vacaciones	Total	Total 1er año	Total	Fondo Reserva	Total 2do Año	MENSUAL
COORDINADOR EVENTOS	1	\$ 270,00	\$ 3.240,00	\$ 22,50	\$ 22,00	\$ 25,25	\$ 32,81	\$ 11,25	\$ 292,95	\$ 3.515,34	\$ 3.515,34	\$ 22,50	\$ 3.537,84	\$ 294,82
SECRETARIA	1	\$ 264,00	\$ 3.168,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 24,68	\$ 32,08	\$ 11,00	\$ 286,92	\$ 3.443,09	\$ 3.443,09	\$ 22,00	\$ 3.465,09	\$ 288,76
CONTADOR(A)	1	\$ 264,00	\$ 3.168,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 24,68	\$ 32,08	\$ 11,00	\$ 286,92	\$ 3.443,09	\$ 3.443,09	\$ 22,00	\$ 3.465,09	\$ 288,76
MENSAJERO	1	\$ 264,00	\$ 3.168,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 24,68	\$ 32,08	\$ 11,00	\$ 286,92	\$ 3.443,09	\$ 3.443,09	\$ 22,00	\$ 3.465,09	\$ 288,76
<b>TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA</b>											<b>\$ 13.844,60</b>		<b>\$ 13.933,10</b>	<b>\$ 1.161,09</b>
<b>TOTAL MANO DE OBRA</b>											<b>\$ 13.844,60</b>		<b>\$ 13.933,10</b>	<b>\$ 1.161,09</b>

ADMINISTRATIVA							PROVISIONES						TOTAL	
CARGO	Cant.	Salario Básico	Básico Anual 12	13er sueldo	14to sueldo	Aporte Per. 9,35%	Aporte Pat. 12,15%	Vacaciones	Total	Total 1er año	Total	Fondo Reserva	Total 2do Año	MENSUAL
GERENTE	1	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 50,00	\$ 22,00	\$ 56,10	\$ 72,90	\$ 25,00	\$ 624,10	\$ 7.489,20	\$ 7.489,20	\$ 50,00	\$ 7.539,20	\$ 628,27
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVO</b>													<b>\$ 7.539,20</b>	<b>\$ 628,27</b>

## ROL DE PAGO MENSUAL

ROL DE PAGO MENSUAL MANO DE OBRA							
SALARIO	TERCERO	CUARTO	RESERVA	IESS	VACACIONES	COSTO	BASE SALARIAL
\$ 270,00	\$ 22,50	\$ 22,00	\$ 22,50	\$ 32,81	\$ 11,25	\$ 381,06	41,13%
\$ 264,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 32,08	\$ 11,00	\$ 373,08	41,32%
\$ 264,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 32,08	\$ 11,00	\$ 373,08	41,32%
\$ 264,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 32,08	\$ 11,00	\$ 373,08	41,32%
<b>\$ 1.062,00</b>	<b>\$ 88,50</b>	<b>\$ 88,00</b>	<b>\$ 88,50</b>	<b>\$ 129,03</b>	<b>\$ 44,25</b>	<b>\$ 1.500,28</b>	<b>\$ 1,65</b>
<b>\$ 1.062,00</b>	<b>\$ 88,50</b>	<b>\$ 88,00</b>	<b>\$ 88,50</b>	<b>\$ 129,03</b>	<b>\$ 44,25</b>	<b>\$ 1.500,28</b>	<b>\$ 1,65</b>

ROL DE PAGO MENSUAL ADMINISTRATIVO							
SALARIO	TERCERO	CUARTO	RESERVA	IESS	VACACIONES	COSTO	BASE SALARIAL
\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 22,00	\$ 50,00	\$ 72,90	\$ 25,00	\$ 819,90	36,65%
<b>\$ 600,00</b>	<b>\$ 50,00</b>	<b>\$ 22,00</b>	<b>\$ 50,00</b>	<b>\$ 72,90</b>	<b>\$ 25,00</b>	<b>\$ 819,90</b>	<b>36,65%</b>

## INVERSIÓN TOTAL

INVERSIÓN TOTAL		
<b>ACTIVOS FIJOS TANGIBLES</b>		
<u>Muebles y enseres oficina</u>		\$ 1.169,70
<u>Equipos de oficina</u>		\$ 1.968,00
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>		<b>\$ 3.137,70</b>
<b>ACTIVOS FIJOS INTANGIBLE</b>		
<u>Gastos Preoperativos</u>		\$ 493,50
<u>Capital de Trabajo I TRIMESTRE</u>		\$ 6.917,01
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>		<b>\$ 10.548,21</b>

## FUENTE DE FINANCIAMIENTO

FUENTES DE FINANCIAMIENTO		
	Préstamo	Propia
<u>Muebles y enseres oficina</u>		\$ 1.169,70
<u>Equipos de oficina</u>		\$ 1.968,00
<u>Gastos Preoperativos</u>		\$ 493,50
<u>Capital de Trabajo I TRIMESTRE</u>	\$ 6.917,01	
<b>TOTAL INVERSIÓN DEL PROYECTO</b>	<b>\$ 6.917,01</b>	<b>\$ 3.631,20</b>

## FUENTE DE FINANCIAMIENTO

<b>TAZA ACTIVA INTERÉS</b>	11,79%
<b>CRÉDITO</b>	<b>\$ 6.917,01</b>

### PRÉSTAMO

PERIODO		PAGOS PERIÓDICOS	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO
Año	Valor				
0	6.917,01				
1	5.823,65	1.908,87	815,52	1.093,36	5.823,65
2	4.601,39	1.908,87	686,61	1.222,27	4.601,39
3	3.235,02	1.908,87	542,50	1.366,37	3.235,02
4	1.707,55	1.908,87	381,41	1.527,47	1.707,55
5	0,00	1.908,87	201,32	1.707,55	0,00

Fuente: Banco del Pichincha

### 3.9.2.- ESTIMACIÓN DE VENTAS PRIMER AÑO.-

	SERV.LOCAL			COMISIÓN	SERV.CATERING			COMISIÓN	SERV.SHOW			COMISIÓN	TOTAL
	Cantidad	Valor U.	TOTAL	LOCAL	Cantidad	Valor U.	TOTAL	CATERING	Cantidad	Valor U.	TOTAL	SHOW	COMISIÓN POR ASESORÍA
<b>MESES</b>													
ENERO	3	525,00	<b>1.575,00</b>	<b>393,75</b>	6	1.300,00	<b>7.800,00</b>	<b>1.950,00</b>	2	575,00	<b>1.150,00</b>	<b>287,50</b>	<b>2.631,25</b>
FEBRERO	4	525,00	<b>2.100,00</b>	<b>525,00</b>	7	1.300,00	<b>9.100,00</b>	<b>2.275,00</b>	5	575,00	<b>2.875,00</b>	<b>718,75</b>	<b>3.518,75</b>
MARZO	3	525,00	<b>1.575,00</b>	<b>393,75</b>	6	1.300,00	<b>7.800,00</b>	<b>1.950,00</b>	4	575,00	<b>2.300,00</b>	<b>575,00</b>	<b>2.918,75</b>
ABRIL	5	525,00	<b>2.625,00</b>	<b>656,25</b>	7	1.300,00	<b>9.100,00</b>	<b>2.275,00</b>	4	575,00	<b>2.300,00</b>	<b>575,00</b>	<b>3.506,25</b>
MAYO	7	575,00	<b>4.025,00</b>	<b>1.006,25</b>	8	1.500,00	<b>12.000,00</b>	<b>3.000,00</b>	7	625,00	<b>4.375,00</b>	<b>1.093,75</b>	<b>5.100,00</b>
JUNIO	4	575,00	<b>2.300,00</b>	<b>575,00</b>	6	1.500,00	<b>9.000,00</b>	<b>2.250,00</b>	4	625,00	<b>2.500,00</b>	<b>625,00</b>	<b>3.450,00</b>
JULIO	4	575,00	<b>2.300,00</b>	<b>575,00</b>	8	1.500,00	<b>12.000,00</b>	<b>3.000,00</b>	4	625,00	<b>2.500,00</b>	<b>625,00</b>	<b>4.200,00</b>
AGOSTO	6	575,00	<b>3.450,00</b>	<b>862,50</b>	9	1.500,00	<b>13.500,00</b>	<b>3.375,00</b>	6	625,00	<b>3.750,00</b>	<b>937,50</b>	<b>5.175,00</b>
SEPTIEMBRE	3	625,00	<b>1.875,00</b>	<b>468,75</b>	5	1.750,00	<b>8.750,00</b>	<b>2.187,50</b>	3	700,00	<b>2.100,00</b>	<b>525,00</b>	<b>3.181,25</b>
OCTUBRE	4	625,00	<b>2.500,00</b>	<b>625,00</b>	6	1.750,00	<b>10.500,00</b>	<b>2.625,00</b>	4	700,00	<b>2.800,00</b>	<b>700,00</b>	<b>3.950,00</b>
NOVIEMBRE	5	625,00	<b>3.125,00</b>	<b>781,25</b>	8	1.750,00	<b>14.000,00</b>	<b>3.500,00</b>	6	700,00	<b>4.200,00</b>	<b>1.050,00</b>	<b>5.331,25</b>
DICIEMBRE	7	625,00	<b>4.375,00</b>	<b>1.093,75</b>	10	1.750,00	<b>17.500,00</b>	<b>4.375,00</b>	8	700,00	<b>5.600,00</b>	<b>1.400,00</b>	<b>6.868,75</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>7.956,25</b>				<b>32.762,50</b>				<b>9.112,50</b>	<b>49.831,25</b>

\* Cálculos realizados y valores por servicio son tomando en cuenta un promedio de 100 personas por evento.

\* Los servicios a ofrecer serán enviados al cliente como cotización donde se ofrece paquetes que contienen servicio de local, catering y show (sonido, iluminación, escenario).

\* El 25% será el porcentaje mínimo de utilidad por servicio prestado en el Asesoramiento de Eventos.

\*Los precios de cada servicio tendrán un incremento razonable cada 4 meses, teniendo en cuenta cada época festiva del año, donde aumenta la demanda de estos servicios.

### PRECIOS PROMEDIO DE LOS SERVICIOS

SERVICIO		Valor Prome.	# PAX	INCREMENTO	
<b>SALONES</b>		\$ 525	100	\$ 50 cada 4 meses	
<b>CATERING</b>			100		
Coffe Breaks		\$ 13	Por Pax	Cantidad de pax	
Cenas o Buffets		\$ 18	Por Pax	Cantidad de pax	
<b>SHOWS</b>		\$ 575	100	\$ 50 cada 4 meses	
<b>ASESORAMIENTO</b>		25% de utilidad por cada evento			

\* El Valor Unitario de los servicios de: Locales, Catering y Shows están dados en base a cotizaciones de proveedores. Estimando un precio promedio por estos servicios.

\* La cantidad de eventos a realizar mensualmente se ha estimado de acuerdo a las encuestas realizadas.

\*El número de eventos a realizarse por mes, se ha considerado de acuerdo a las encuestas, tomando en cuenta, Tipo Eventos, Frecuencia de Eventos.

### 3.9.3.- PROYECCIÓN DE COSTOS.-

	CONCEPTO	COSTO TOTAL		COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
		ANUAL	MENSUAL		
	<u>Mano de Obra Directa</u>	\$ 13.933,10	\$ 1.161,09	\$ 13.933,10	
12	Reparación y Mantenimiento	\$ 472,32	\$ 39,36	\$ 472,32	
	<u>Gastos Administrativos</u>	\$ 7.539,20	\$ 628,27	\$ 7.539,20	
12	<u>Gastos de Ventas</u>	\$ 4.662,00	\$ 388,50	\$ 4.662,00	
1	Seguros	\$ 39,36	\$ 39,36	\$ 39,36	
	<u>Amortizaciones</u>	\$ 98,70		\$ 98,70	
	<u>Depreciaciones</u>	\$ 772,97		\$ 772,97	
12	<u>Insumos</u>	\$ 1.659,74	\$ 138,31		\$ 1.659,74
	Préstamo	\$ 815,52		\$ 815,52	
12	Servicios Básicos	\$ 4.536,00	\$ 378,00		\$ 4.536,00
	<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>\$ 34.528,91</b>	<b>\$ 2.772,89</b>	<b>\$ 28.333,17</b>	<b>\$ 6.195,74</b>



### 3.9.4.- BALANCE GENERAL (INGRESOS Y EGRESOS)

AÑOS	0	1	2	3	4	5
<b>ACTIVOS</b>						
Efectivos y Equivalentes	\$ 6.917,01	\$ 21.653,20	\$ 30.438,29	\$ 41.788,95	\$ 53.428,52	\$ 70.002,79
<u>Inversión Muebles y enseres oficina 10</u>	\$ 1.169,70	\$ 1.169,70	\$ 1.169,70	\$ 1.169,70	\$ 1.169,70	\$ 1.169,70
(-) Depreciación Acumulada	\$ 0,00	\$ 116,97	\$ 233,94	\$ 350,91	\$ 467,88	\$ 584,85
<u>Inversión Equipos de oficina 3</u>	\$ 1.968,00	\$ 1.968,00	\$ 1.968,00	\$ 1.968,00	\$ 1.968,00	\$ 1.968,00
(-) Depreciación Acumulada	\$ 0,00	\$ 656,00	\$ 1.312,00	\$ 1.968,00	\$ 0,00	\$ 656,00
<u>Activos Diferidos Preoperativos</u>	\$ 493,50	\$ 493,50	\$ 493,50	\$ 493,50	\$ 493,50	\$ 493,50
(-) Amortización Acumulada	\$ 0,00	\$ 98,70	\$ 197,40	\$ 296,10	\$ 394,80	\$ 493,50
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 10.548,21</b>	<b>\$ 24.412,73</b>	<b>\$ 32.326,15</b>	<b>\$ 42.805,13</b>	<b>\$ 56.197,03</b>	<b>\$ 71.899,64</b>
<b>PASIVOS</b>						
Impuestos Por Pagar	\$ 0,00	\$ 3.362,56	\$ 4.232,08	\$ 5.400,24	\$ 6.572,13	\$ 8.176,92
Utilidades de Trabajadores por Pagar	\$ 0,00	\$ 2.373,57	\$ 2.987,35	\$ 3.811,93	\$ 4.639,15	\$ 5.771,94
Utilidades por pagar a Socios	\$ 0,00	\$ 5.043,84	\$ 6.348,11	\$ 8.100,36	\$ 9.858,19	\$ 12.265,38
Obligaciones Bancarias	\$ 6.917,01	\$ 5.823,65	\$ 4.601,39	\$ 3.235,02	\$ 1.707,55	\$ 0,00
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 6.917,01</b>	<b>\$ 16.603,62</b>	<b>\$ 18.168,92</b>	<b>\$ 20.547,55</b>	<b>\$ 22.777,02</b>	<b>\$ 26.214,25</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital Social Pagado	\$ 3.631,20	\$ 3.631,20	\$ 3.631,20	\$ 3.631,20	\$ 3.631,20	\$ 3.631,20
Utilidades para Futuras Capitalizaciones	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 4.035,07	\$ 9.113,56	\$ 15.593,85	\$ 23.480,40
Utilidades Retenidas del Periodo	\$ 0,00	\$ 4.035,07	\$ 5.078,49	\$ 6.480,29	\$ 7.886,55	\$ 9.812,31
Reservas Acumuladas	\$ 0,00	\$ 1.008,77	\$ 2.278,39	\$ 3.898,46	\$ 5.870,10	\$ 8.323,18

TOTAL PATRIMONIO	\$ 3.631,20	\$ 8.675,03	\$ 15.023,14	\$ 23.123,50	\$ 32.981,69	\$ 45.247,08
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 10.548,21	\$ 24.412,73	\$ 32.326,15	\$ 42.805,13	\$ 56.197,03	\$ 72.338,16
DIFERENCIA ACTIVO - PAS. Y PATRIM.	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00

### 3.9.5.- DEPRECIACIONES.-

	VALOR	VIDA ÚTIL	TIEMPO DPR	ANUAL	
MUEBLES Y ENSERES OFICINA	\$ 1.169,70	10	10	\$ 116,97	
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 1.968,00	5	3	\$ 656,00	
GASTOS PREOPERATIVOS	\$ 493,50		5	\$ 98,70	
<b>TOTAL DEPRECIACIÓN</b>				<b>\$ 871,67</b>	
<b>DEPRECIACIONES</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
MUEBLES Y ENSERES OFICINA	\$ 116,97	\$ 116,97	\$ 116,97	\$ 116,97	\$ 116,97
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 656,00	\$ 656,00	\$ 656,00	\$ 1.304,24	\$ 656,00
<b>TOTAL DEPRECIACIONES</b>	<b>\$ 772,97</b>	<b>\$ 772,97</b>	<b>\$ 772,97</b>	<b>\$ 1.421,21</b>	<b>\$ 772,97</b>
<b>AMORTIZACIONES</b>					
GASTOS PREOPERATIVOS	\$ 98,70	\$ 98,70	\$ 98,70	\$ 98,70	\$ 98,70
<b>TOTAL AMORTIZACIONES</b>	<b>\$ 98,70</b>	<b>\$ 98,70</b>	<b>\$ 98,70</b>	<b>\$ 98,70</b>	<b>\$ 98,70</b>

### 3.9.6.- ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

	AÑOS	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ 49.831,25</b>	<b>\$ 55.312,69</b>	<b>\$ 61.397,08</b>	<b>\$ 68.150,76</b>	<b>\$ 75.647,35</b>	<b>\$ 83.968,55</b>
11,00%	Ventas	\$ 49.831,25	\$ 55.312,69	\$ 61.397,08	\$ 68.150,76	\$ 75.647,35	\$ 83.968,55
	<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>\$ 18.380,60</b>	<b>\$ 18.650,54</b>	<b>\$ 18.978,57</b>	<b>\$ 19.315,54</b>	<b>\$ 19.661,77</b>	<b>\$ 20.017,58</b>
1,00%	Mano de Obra Directa	\$ 13.844,60	\$ 13.933,10	\$ 14.072,44	\$ 14.213,16	\$ 14.355,29	\$ 14.498,84
4,00%	Servicios Básicos	\$ 4.536,00	\$ 4.717,44	\$ 4.906,14	\$ 5.102,38	\$ 5.306,48	\$ 5.518,74
	<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 31.450,65</b>	<b>\$ 36.662,14</b>	<b>\$ 42.418,51</b>	<b>\$ 48.835,22</b>	<b>\$ 55.985,58</b>	<b>\$ 63.950,97</b>
	<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>\$ 14.811,33</b>	<b>\$ 16.059,89</b>	<b>\$ 16.463,11</b>	<b>\$ 17.526,15</b>	<b>\$ 17.304,63</b>	<b>\$ 16.871,94</b>
1,00%	Reparación y mantenimiento	\$ 39,36	\$ 472,32	\$ 477,04	\$ 481,81	\$ 486,63	\$ 491,50
1,00%	Seguros	\$ 39,36	\$ 472,32	\$ 477,04	\$ 481,81	\$ 486,63	\$ 491,50
1,00%	Insumos	\$ 1.659,74	\$ 1.676,34	\$ 1.693,10	\$ 1.710,04	\$ 1.727,14	\$ 1.744,41
3,00%	Gastos Administrativos	\$ 7.539,20	\$ 7.765,38	\$ 7.998,34	\$ 8.238,29	\$ 8.485,44	\$ 8.740,00
3,00%	Gastos de Ventas	\$ 4.662,00	\$ 4.801,86	\$ 4.945,92	\$ 5.094,29	\$ 5.247,12	\$ 5.404,54
	Amortizaciones	\$ 98,70	\$ 98,70	\$ 98,70	\$ 98,70	\$ 98,70	\$ 0,00
	Depreciaciones	\$ 772,97	\$ 772,97	\$ 772,97	\$ 1.421,21	\$ 772,97	\$ 0,00
	<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>\$ 16.639,31</b>	<b>\$ 20.602,26</b>	<b>\$ 25.955,40</b>	<b>\$ 31.309,07</b>	<b>\$ 38.680,95</b>	<b>\$ 47.079,03</b>
	Interés Financiero	\$ 815,52	\$ 686,61	\$ 542,50	\$ 381,41	\$ 201,32	\$ 0,00
	<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 15.823,80</b>	<b>\$ 19.915,65</b>	<b>\$ 25.412,89</b>	<b>\$ 30.927,66</b>	<b>\$ 38.479,63</b>	<b>\$ 47.079,03</b>
15,00%	15 % participación	\$ 2.373,57	\$ 2.987,35	\$ 3.811,93	\$ 4.639,15	\$ 5.771,94	\$ 7.061,86
	<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 13.450,23</b>	<b>\$ 16.928,30</b>	<b>\$ 21.600,96</b>	<b>\$ 26.288,51</b>	<b>\$ 32.707,68</b>	<b>\$ 40.017,18</b>
25,00%	25% Impuestos	\$ 3.362,56	\$ 4.232,08	\$ 5.400,24	\$ 6.572,13	\$ 8.176,92	\$ 10.004,29
	<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 10.087,67</b>	<b>\$ 12.696,23</b>	<b>\$ 16.200,72</b>	<b>\$ 19.716,38</b>	<b>\$ 24.530,76</b>	<b>\$ 30.012,88</b>

10,00%	<b>Reserva Legal</b>	\$ 1.008,77	\$ 1.269,62	\$ 1.620,07	\$ 1.971,64	\$ 2.453,08	\$ 3.001,29
2	<b>Reparto de Utilidades Socios</b>	\$ 5.043,84	\$ 6.348,11	\$ 8.100,36	\$ 9.858,19	\$ 12.265,38	\$ 15.006,44
	<b>Utilidad retenida del Periodo</b>	\$ 4.035,07	\$ 5.078,49	\$ 6.480,29	\$ 7.886,55	\$ 9.812,31	\$ 12.005,15
		\$ 10.087,67	\$ 12.696,23	\$ 16.200,72	\$ 19.716,38	\$ 24.530,76	\$ 30.012,88

El porcentaje de crecimiento de las ventas depende:

\* Objetivos de la empresa en base a la aplicación del plan de marketing que puede ser:

Por alza de precios.

Por incremento de clientes.

### 3.9.7.- FLUJO DE CAJA.-

AÑOS	0	1	2	3	4	5	6
<b>EFFECTIVO RECIBIDO DE CLIENTES</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 49.831,25</b>	<b>\$ 55.312,69</b>	<b>\$ 61.397,08</b>	<b>\$ 68.150,76</b>	<b>\$ 75.647,35</b>	<b>\$ 83.968,55</b>
Ventas	\$ 0,00	\$ 49.831,25	\$ 55.312,69	\$ 61.397,08	\$ 68.150,76	\$ 75.647,35	\$ 83.968,55
<b>(-) EFFECTIVO PAGADO</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 34.001,70</b>	<b>\$ 40.261,50</b>	<b>\$ 42.331,94</b>	<b>\$ 44.915,37</b>	<b>\$ 47.507,32</b>	<b>\$ 50.838,39</b>
<b>Costos</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 18.380,60</b>	<b>\$ 18.650,54</b>	<b>\$ 18.978,57</b>	<b>\$ 19.315,54</b>	<b>\$ 19.661,77</b>	<b>\$ 20.017,58</b>
Mano de Obra Directa	\$ 0,00	\$ 13.844,60	\$ 13.933,10	\$ 14.072,44	\$ 14.213,16	\$ 14.355,29	\$ 14.498,84
Servicios Básicos	\$ 0,00	\$ 4.536,00	\$ 4.717,44	\$ 4.906,14	\$ 5.102,38	\$ 5.306,48	\$ 5.518,74
<b>Gastos</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 15.621,10</b>	<b>\$ 21.610,95</b>	<b>\$ 23.353,37</b>	<b>\$ 25.599,83</b>	<b>\$ 27.845,55</b>	<b>\$ 30.820,80</b>
Reparación y mantenimiento	\$ 0,00	\$ 472,32	\$ 472,32	\$ 477,04	\$ 481,81	\$ 486,63	\$ 491,50
Seguros	\$ 0,00	\$ 472,32	\$ 472,32	\$ 477,04	\$ 481,81	\$ 486,63	\$ 491,50
Insumos	\$ 0,00	\$ 1.659,74	\$ 1.676,34	\$ 1.693,10	\$ 1.710,04	\$ 1.727,14	\$ 1.744,41
Gastos Administrativos	\$ 0,00	\$ 7.539,20	\$ 7.765,38	\$ 7.998,34	\$ 8.238,29	\$ 8.485,44	\$ 8.740,00
Gastos de Ventas	\$ 0,00	\$ 4.662,00	\$ 4.801,86	\$ 4.945,92	\$ 5.094,29	\$ 5.247,12	\$ 5.404,54
Intereses Financieros Pagados	\$ 0,00	\$ 815,52	\$ 686,61	\$ 542,50	\$ 381,41	\$ 201,32	\$ 0,00
Impuesto a la Renta Pagado	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 3.362,56	\$ 4.232,08	\$ 5.400,24	\$ 6.572,13	\$ 8.176,92
Reparto de Utilidades a Trabajadores	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 2.373,57	\$ 2.987,35	\$ 3.811,93	\$ 4.639,15	\$ 5.771,94
<b>A (=) EFECT. NETO ACTIV. DE OPERAC.</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 15.829,55</b>	<b>\$ 15.051,19</b>	<b>\$ 19.065,14</b>	<b>\$ 23.235,39</b>	<b>\$ 28.140,02</b>	<b>\$ 33.130,17</b>
<b>Efectivo Venta de Activos Fijos</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>
<b>(-) EFECTIVO PAGADO POR:</b>	<b>\$ 3.631,20</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 1.968,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>
Inversión Muebles y enseres oficina	\$ 1.169,70	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Inversión Equipos de oficina	\$ 1.968,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1.968,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Inversión Gastos Preoperativos	\$ 493,50	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00

<b>B (=) EFECT. NETO ACTIV. DE INVERS.</b>	<b>-\$ 3.631,20</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>-\$ 1.968,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>
<b>EFECTIVO PRODUCTO DE:</b>	<b>\$ 10.548,21</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>
Aporte Capital de Socios	\$ 3.631,20	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Prestamos Netos Recibidos (L.P.)	\$ 6.917,01	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>(-) EFECTIVO PAGADO PARA:</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 1.093,36</b>	<b>\$ 6.266,10</b>	<b>\$ 7.714,48</b>	<b>\$ 9.627,82</b>	<b>\$ 11.565,74</b>	<b>\$ 12.265,38</b>
Pago Cuotas de Amortización Prestamos	\$ 0,00	\$ 1.093,36	\$ 1.222,27	\$ 1.366,37	\$ 1.527,47	\$ 1.707,55	\$ 0,00
Pago Dividendo Accionistas	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 5.043,84	\$ 6.348,11	\$ 8.100,36	\$ 9.858,19	\$ 12.265,38
<b>C (=) EFECT. NETO ACTIV. DE FINANC.</b>	<b>\$ 10.548,21</b>	<b>-\$ 1.093,36</b>	<b>-\$ 6.266,10</b>	<b>-\$ 7.714,48</b>	<b>-\$ 9.627,82</b>	<b>-\$ 11.565,74</b>	<b>-\$ 12.265,38</b>
<b>FLUJO DE EFECTIVO NETO TOTAL</b>	<b>\$ 6.917,01</b>	<b>\$ 14.736,19</b>	<b>\$ 8.785,09</b>	<b>\$ 11.350,66</b>	<b>\$ 11.639,57</b>	<b>\$ 16.574,28</b>	<b>\$ 20.864,79</b>
<b>A+B+C</b>							
<i>EFECTIVO AL INICIO DEL PERIODO</i>	\$ 0,00	\$ 6.917,01	\$ 21.653,20	\$ 30.438,29	\$ 41.788,95	\$ 53.428,52	\$ 70.002,79
<b>EFECTIVO Y EQUIVALENTES FINAL</b>	<b>\$ 6.917,01</b>	<b>\$ 21.653,20</b>	<b>\$ 30.438,29</b>	<b>\$ 41.788,95</b>	<b>\$ 53.428,52</b>	<b>\$ 70.002,79</b>	<b>\$ 90.867,58</b>

### 3.9.7.- FLUJO DE INVERSIÓN.-

AÑO	0	1	2	3	4	5
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>\$ 49.831,25</b>	<b>\$ 55.312,69</b>	<b>\$ 61.397,08</b>	<b>\$ 68.150,76</b>	<b>\$ 75.647,35</b>
Ventas		\$ 49.831,25	\$ 55.312,69	\$ 61.397,08	\$ 68.150,76	\$ 75.647,35
<b>TOTAL COSTOS</b>		<b>\$ 18.380,60</b>	<b>\$ 18.650,54</b>	<b>\$ 18.978,57</b>	<b>\$ 19.315,54</b>	<b>\$ 19.661,77</b>
Mano de Obra Directa		\$ 13.844,60	\$ 13.933,10	\$ 14.072,44	\$ 14.213,16	\$ 14.355,29
Servicios Básicos		\$ 4.536,00	\$ 4.717,44	\$ 4.906,14	\$ 5.102,38	\$ 5.306,48
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		<b>\$ 31.450,65</b>	<b>\$ 36.662,14</b>	<b>\$ 42.418,51</b>	<b>\$ 48.835,22</b>	<b>\$ 55.985,58</b>
<b>TOTAL GASTOS</b>		<b>\$ 14.811,33</b>	<b>\$ 16.059,89</b>	<b>\$ 16.463,11</b>	<b>\$ 17.526,15</b>	<b>\$ 17.304,63</b>
Reparación y mantenimiento		\$ 39,36	\$ 472,32	\$ 477,04	\$ 481,81	\$ 486,63
Seguros		\$ 39,36	\$ 472,32	\$ 477,04	\$ 481,81	\$ 486,63
Insumos		\$ 1.659,74	\$ 1.676,34	\$ 1.693,10	\$ 1.710,04	\$ 1.727,14
Gastos Administrativos		\$ 7.539,20	\$ 7.765,38	\$ 7.998,34	\$ 8.238,29	\$ 8.485,44
Gastos de Ventas		\$ 4.662,00	\$ 4.801,86	\$ 4.945,92	\$ 5.094,29	\$ 5.247,12
Amortizaciones		\$ 98,70	\$ 98,70	\$ 98,70	\$ 98,70	\$ 98,70
Depreciaciones		\$ 772,97	\$ 772,97	\$ 772,97	\$ 1.421,21	\$ 772,97
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>		<b>\$ 16.639,31</b>	<b>\$ 20.602,26</b>	<b>\$ 25.955,40</b>	<b>\$ 31.309,07</b>	<b>\$ 38.680,95</b>
Interés Financiero		\$ 815,52	\$ 686,61	\$ 542,50	\$ 381,41	\$ 201,32
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>		<b>\$ 15.823,80</b>	<b>\$ 19.915,65</b>	<b>\$ 25.412,89</b>	<b>\$ 30.927,66</b>	<b>\$ 38.479,63</b>
15 % participación		\$ 2.373,57	\$ 2.987,35	\$ 3.811,93	\$ 4.639,15	\$ 5.771,94
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>\$ 13.450,23</b>	<b>\$ 16.928,30</b>	<b>\$ 21.600,96</b>	<b>\$ 26.288,51</b>	<b>\$ 32.707,68</b>
25% Impuestos		\$ 3.362,56	\$ 4.232,08	\$ 5.400,24	\$ 6.572,13	\$ 8.176,92

<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>\$ 10.087,67</b>	<b>\$ 12.696,23</b>	<b>\$ 16.200,72</b>	<b>\$ 19.716,38</b>	<b>\$ 24.530,76</b>
Depreciaciones		\$ 772,97	\$ 772,97	\$ 772,97	\$ 1.421,21	\$ 772,97
Amortizaciones		\$ 98,70	\$ 98,70	\$ 98,70	\$ 98,70	\$ 98,70
Inversión Inicial	-\$ 10.548,21	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1.968,00	\$ 0,00
Financiamiento	\$ 6.917,01					
Amortización del Préstamo		\$ 1.093,36	\$ 1.222,27	\$ 1.366,37	\$ 1.527,47	\$ 1.707,55
Capital de Trabajo						
<b>FLUJO CAJA INVERSIONISTA</b>	<b>-\$ 3.631,20</b>	<b>\$ 9.865,98</b>	<b>\$ 12.345,63</b>	<b>\$ 15.706,02</b>	<b>\$ 17.740,83</b>	<b>\$ 23.694,88</b>



### 3.9.6.- VAN - TIR.-

#### VAN - TIR

	AÑO	FLUJO	VALOR PRESENTE	ACUMULADO FLUJO
0	2011	-\$ 3.631,20	-\$ 3.631,20	-\$ 3.631,20
1	2012	\$ 9.865,98	\$ 8.735,46	\$ 5.104,27
2	2013	\$ 12.345,63	\$ 9.678,41	\$ 14.782,68
3	2014	\$ 15.706,02	\$ 10.901,91	\$ 25.684,59
4	2015	\$ 17.740,83	\$ 10.903,25	\$ 36.587,84
5	2016	\$ 23.694,88	\$ 12.893,83	\$ 49.481,67
6				
<b>VAN</b>		<b>\$ 43.811,67</b>		
<b>TIR</b>		<b>296%</b>		

#### VAN – TIR BANCO-INVERSIÓN

TMAR INVERSIONISTA	15,14%			
TMAR BANCARIO	11,79%			
		%APORTACIÓN	TMAR	PONDERACIÓN
	ACCIONISTAS	34,42%	15,14%	5,21%
	BANCO	65,58%	11,79%	7,73%
				12,94%

### 3.9.7.- PUNTO DE EQUILIBRIO.-

#### PUNTO DE EQUILIBRIO

CONCEPTO	COSTO ANUAL		
	FIJO	VARIABLE	
Mano de Obra Directa	\$ 13.933,10		
Reparación y Mantenimiento	\$ 472,32		
Gastos Administrativos	\$ 7.539,20		
Gastos de Ventas	\$ 4.662,00		
Seguros	\$ 39,36		
Amortizaciones	\$ 98,70		
Depreciaciones	\$ 772,97		
Insumos		\$ 1.659,74	
Préstamo	\$ 815,52		
Servicios Básicos		\$ 4.536,00	
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>\$ 28.333,17</b>	<b>\$ 6.195,74</b>	<b>\$ 34.528,91</b>
	56,86%	12,43%	69,29%
<b>VENTAS 1 AÑO</b>	<b>\$ 49.831,25</b>		

## **CAPITULO IV**

### **4.1.- CONCLUSIONES.-**

Al finalizar el presente estudio de Proyecto de creación de una Consultora para la Organización de Eventos Corporativos que brinde el Servicio y Asesoramiento de Alimentos y Bebidas en la Ciudad de Quito, se ha mostrado que es un negocio rentable y viable de desarrollarlo.

De igual forma se ha planteado la necesidad de estar en constante evolución en el mundo de los eventos, ya que estos abarcan un sinnúmero de tendencias que permiten estar en constante relación con muchas personas.

Se ha demostrado que existe una gran variedad de tipo de eventos, que no todos se los desarrolla por falta de conocimientos teóricos o prácticos, es así que la Consultora de Eventos Corporativos se convierte en una herramienta de apoyo para el cliente que gusta de realizar sus eventos de manera organizada, efectiva y puntual, porque en esta investigación se muestra que existe sectores empresariales que no son atendidos adecuadamente y se convierten en potenciales clientes, en este caso los medios de comunicación radiales.

La creación de nuevas empresas en el país permite tener réditos económicos no solo a su dueño sino también a los colaboradores que deseen prestar sus servicios a esta nueva empresa, es así que la Consultora de Eventos Corporativos brinda nuevas plazas de empleo asumiendo de esa forma una responsabilidad social que contribuye al progreso del país y la sociedad.

La implementación del proyecto de una Consultora para la Organización de Eventos Corporativos deja claro que no causara ningún tipo de inconveniente ambiental y desde un principio la empresa estará comprometida a controlar y mitigar cada uno de los efectos que puedan producir daños ambientales dando soluciones precisas a este tipo de impacto.

En lo económico el proyecto es aceptable puesto que la recuperación de la inversión es a un año y mensualmente cubre todo los costos y gastos que esta demande.

#### **4.2.- RECOMENDACIONES.-**

Es de suma importancia apoyar decididamente las actividades empresariales que ayuden al fortalecimiento de fuentes de empleo, aprovechando las técnicas de investigación, las experiencias y estudios que se plasman en un proyecto.

Para concretar y hacer factible este proyecto se recomienda seguir los planteamientos técnicos señalados a lo largo de este estudio

Es necesario estar en constante evolución en el mundo gastronómico y de eventos, teniendo en cuenta las nuevas tendencias que por lo general se las aprecia mejor en países más desarrollados, sin embargo con la tecnología ya no es necesario ir hasta allá para estar a la vanguardia de este negocio.

Se recomienda la implantación de este negocio ya que satisface la necesidad de clientes y técnicamente es posible hacer una inversión.

## **BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS.-**

1. CHEDIAK, Paddy. 2010. *ORGANIZACIÓN DE EVENTOS*, Human Kapital. Quito.
2. ENRÍQUEZ, Yadira. 2008. *TESIS ORGANIZACIÓN PROFESIONAL DE EVENTOS*. Quito. UCT.
3. FUENTES, Carlos. 2005. *MANUAL PRÁCTICO PARA LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS*, Edición.
4. GARCÍA, Gary. 2006. *GUÍA PARA DESARROLLAR SU PROPIA EMPRESA*.
5. LUNDBERG, Donald. 2000. *MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE TURISMO*, Quinta Edición.
6. MAGALLON, Cravioto. 1995. *ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS Y CONVENCIONES*. México. Editorial Trilla.
7. Manual del Emprendedor. MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR.
8. MEZA, Reinaldo. 2004. *GEOGRAFÍA DEL ECUADOR*. Quito. Primera Edición.
9. MOLINA, Violeta. 1999. *CONGRESOS Y EVENTOS*. Quito. Primera Edición.
10. VALLE, Giovanna. 2011 *PLAN DE NEGOCIOS RESTAURANT "FREUD"*. Quito. Universidad Tecnológica Equinoccial.

11. Banco del Pichincha. Quito.
12. Didáctica Multimedia, CONTABILIDAD DE COSTOS.
13. QUITO TURISMO, 2010.
14. SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS.
15. [www.data-eventos.com.ar](http://www.data-eventos.com.ar)
16. [www.ecuadorexremo.com](http://www.ecuadorexremo.com)
17. [www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec) / Censo de Población y Vivienda.
18. [www.recorrecuador.com](http://www.recorrecuador.com)
19. <http://es.wikipedia.org/wiki/Pichincha>
20. <http://www.eumed.net>

## ENCUESTA

La siguiente encuesta tiene como finalidad determinar los requerimientos que las de distintas Empresas dedicadas a los medios masivos y de comunicación, del sector norte de la ciudad de Quito, necesitan para la organización de sus eventos.

**La información obtenida en esta encuesta será de carácter confidencial y se utilizará únicamente con fines de investigación para el proyecto de asesoramiento de eventos.**

1.- DATOS GENERALES:

- Sexo: \_\_\_\_\_
- Grupo de Edad: 21-30 \_\_\_\_\_ 31-40 \_\_\_\_\_ 41-50 \_\_\_\_\_ 51 o más \_\_\_\_\_
- Nombre de la Empresa: \_\_\_\_\_
- Cargo u Ocupación: \_\_\_\_\_

2.- ¿Conoce usted los servicios que ofrecen las Empresas que organizan eventos corporativos?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_ NOSE \_\_\_\_\_

3.- ¿Ha contratado alguna vez el servicio de Empresas para organización de eventos que se hayan realizado en su institución?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_ NOSE \_\_\_\_\_

4.- ¿Con qué frecuencia realiza Eventos en su Empresa?

1 Ves al mes \_\_\_\_\_ 3 a 5 veces al año \_\_\_\_\_ 1 Ves al año \_\_\_\_\_

5.- ¿Qué fechas conmemorativas festejan regularmente en su empresa?

- |                                       |                               |
|---------------------------------------|-------------------------------|
| • Día del Amor y la Amistad _____     | • Fiestas de Fin de Año _____ |
| • Carnaval _____                      | • Fechas Patronales _____     |
| • Día Internacional de la Mujer _____ | • Otras _____                 |
| • Fiestas de Quito _____              | • Ninguna _____               |
| • Fiestas Navideñas _____             |                               |

6.- De acuerdo a la función de su Empresa, ¿qué tipo de Evento realiza regularmente?

- |                                  |  |
|----------------------------------|--|
| • Lanzamiento de Productos _____ | • Celebraciones de Fechas Especiales _____ |
| • Ascensos Empresariales _____   | • Otros _____                              |
| • Promociones _____              | • Ninguno _____                            |

7.- ¿Cuál es el nivel de satisfacción que usted ha tenido en Eventos anteriores con respecto al servicio de organización?

ALTO \_\_\_\_\_ MEDIO \_\_\_\_\_ BAJO \_\_\_\_\_

8.- Cómo valora usted la relación calidad-precio en la oferta de eventos:

EXCELENTE \_\_\_\_\_ BUENA \_\_\_\_\_  
REGULAR \_\_\_\_\_ MALA \_\_\_\_\_

9.- ¿Le gustaría que existiera una innovación en el servicio de Organización de eventos en el área corporativa de su empresa?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_ NOSE \_\_\_\_\_

10.- ¿Estaría de acuerdo en contratar los servicios de una consultora de eventos para que planifique y ejecute las actividades que en su empresa se requieran?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_ ¿Por qué? \_\_\_\_\_