



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE
LICENCIATURA DE TURISMO**

TÍTULO DEL PROYECTO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
ORGANIZADORA DE EVENTOS QUE CONTRIBUYA AL DESARROLLO
ECONÓMICO SOCIAL Y TURÍSTICO DEL CANTÓN EL TRIUNFO.

AUTORES:

MIRANDA MACIAS GISSELA MELISA

ORTIZ CASTILLO JENNY VICTORIA

TUTOR: MSc. MAGYURI MARIELA ZAMBRANO BURGOS

MILAGRO, ABRIL DEL 2015

ECUADOR

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por la Srta. Ortiz Castillo Jenny Victoria y Srta. Miranda Macías Gissela Melisa, para optar al título de Licenciatura en Turismo y que acepto tutoriar a los estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, a los 20 días del mes de abril del 2015

MSc. Magyuri Mariela Zambrano Burgos.

Firma del tutor(a)

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El autor de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, a los 20 días del mes de abril del 2015

Srta. Jenny Victoria Ortiz Castillo

Srta. Gissela Melisa Miranda Macías

Firma del egresado (a)

C.I 092859290-6

Firma del egresado(a)

C.I 120529562-7

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Licenciatura en Turismo otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	()
DEFENSA ORAL	()
TOTAL	()
EQUIVALENTE	()

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Mi proyecto de tesis es dedicado principalmente a mi Dios, porque fue el quien me ha permitido llegar hasta este día y poder cumplir con las metas y objetivos que me planteo hace años atrás. De igual manera a mis padres Lcdo. Francisco Ortiz y Sra. Julia Castillo, quienes de una u otra manera estuvieron conmigo apoyándome y dando ánimos para salir adelante y convertirme en una profesional con ética.

Son mis padres quienes me han inculcado valores para ser una mejor persona de bien y poder ser ejemplo para el resto de mi familia en especial mis primas y mis sobrinos.

Dedico mi tesis principalmente a quien para mi es mi segundo padre a ti mi hermano Jefferson que a pesar de la distancia has sido un pilar fundamental en mi vida y siempre con tus consejos y apoyo he logrado cumplir mi sueño en realidad. Es a ti que dedico mis tesis con todo el amor y cariño que tengo dentro de mi corazón.

Jenny Victoria Ortiz Castillo

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi Dios por regalarme la dicha de vivir y poder compartir con mis seres queridos mis sueños, mis anhelos, mis éxitos. A mis padres por ser ese pilar fundamental en mi vida, que siempre entre palabras dulces y regaños siempre querían lo mejor para mí y que con su ayuda estoy por cumplir uno de las metas que me propuse.

A mis hermanos que siempre estuvieron aconsejándome para que cumpla con mi sueño de ser una profesional en Turismo. En especial a ti hermano Jefferson por siempre estar conmigo en las buenas y en las malas, por tenerme paciencia, tiempo y dedicación. Es a ti a quien agradezco con todo el amor del mundo y le digo a Dios que gracias por enviarme a un hermano tan maravilloso como tú, mil gracias.

A mis licenciados, compañeros y amigos y a ese ser que con su paciencia, comprensión, ternura y amor estuvo conmigo en aquellos momentos complicados de mi vida a ti jpirito.

Jenny Victoria Ortiz Castillo

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a DIOS que con su infinito amor nunca me dejo sola en los momentos que ya no podía seguir, pero el con su apoyo amor y paciencia me impulso para seguir adelante ante cualquier adversidad que me ponga la vida.

Con mucho amor a mis padres al Sr. Fausto Miranda y la Sra. Mercedes Macías que gracias a ellos me dieron la vida y la oportunidad de estudiar y de estar donde estoy ahora sin ellos no estaría aquí. También para una persona especial que estuvo presente desde el inicio de mi carrera con su apoyo y amor, y a diferentes personas que de por uno u otro motivo estuvieron conmigo para bien o para mal, para mi Hermana Lisseth Miranda que me ayudado y apoyado mucho en mi carrera

Gissela Melisa Miranda Macías

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente DIOS porque nunca me dejó sola en este proceso que fue la universidad y que me permitió tener una vida sana y saludable para poder culminar esta fase de mi vida a mis padres que con su amor y apoyo incondicional con sus regaños, alegrías y tristezas y que aun a si hemos estado juntos mi hermana sus apoyo y a esta persona que está conmigo en todo este proceso.

A mis profesores y compañeros de la universidad que compartimos 4 años de buenos y malos momentos.

Gracias a todos por formar parte de mi vida por sus apoyo amor y confianza.

Gissela Melisa Miranda Macías

CESIÓN DE DERECHOS DEL AUTOR

Señor Ingeniero

Jorge Fabricio Guevara Viejo, MSc.

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue “ ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ORGANIZADORA DE EVENTOS QUE CONTRIBUYA EL DESARROLLO ECONÓMICO SOCIAL Y TURÍSTICO DEL CANTÓN EL TRIUNFO”, y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, 20 de abril del 2015

Srta. Jenny Victoria Ortiz Castillo

Srta. Gissela Melisa Miranda Macías

Firma del egresado (a)

C.I 092859290-6

Firma del egresado (a)

C.I 120529562-7

INDICE GENERAL

Caratula	i
Aceptación del tutor	ii
Declaración de autoría de la investigación	iii
Certificación de la defensa	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento	vi
Dedicatoria.....	vii
Agradecimiento	viii
Cesión de derechos del autor	ix
INTRODUCCIÓN.....	1
EL PROBLEMA.....	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1.1 Problematización	2
1.1.2 Delimitación del problema	3
1.1.3 Formulación del problema.....	4
1.1.4 Sistematización del problema.....	4
1.1.5 Determinación del tema	4
1.2 OBJETIVOS	5
1.2.1 Objetivo General	5
1.2.2 Objetivos Específicos.....	5
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	6
MARCO REFERENCIAL.....	7
2.1 MARCO TEÓRICO.....	7
2.1.1 Antecedentes históricos	7
2.1.2 Antecedentes Referenciales.....	22
2.1.3 Fundamentación	30
2.2 MARCO LEGAL.....	33

2.3 MARCO CONCEPTUAL	44
2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES	48
2.4.1 Hipótesis General	48
2.4.2 Hipótesis Particulares	48
2.4.3 Declaración de las Variables	49
2.4.4 Operacionalización de las Variables	50
MARCO METODOLÓGICO	51
3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	51
3.1.1 Según su finalidad:	51
3.1.2 Según su objetivo gnoseológico:	51
3.1.3 Según su contexto:	51
3.1.4 Según el control de variables:	52
3.1.5 Según la orientación temporal:	52
3.2 LA POBLACION Y LA MUESTRA	53
3.2.1 Características de la población	53
3.2.2 Delimitación de la población	53
3.2.3 Tipo de muestra	53
3.2.4 Tamaño de la muestra	53
3.2.5 Proceso de selección	54
3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS	55
3.3.1 Métodos teóricos	55
3.3.1.1 Método inductivo	55
3.3.1.2 Método deductivo	55
3.3.1.3 Método matemático	55
3.3.2 Métodos empíricos	55
3.3.3 Técnicas e instrumentos	55
3.4 TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN	55
CAPÍTULO IV	56
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	56
4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	56

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA, Y PERSPECTIVAS	56
4.2.1 Análisis de las encuestas	56
4.3 RESULTADOS	67
4.4 VERIFICACION DE HIPOTESIS	67
4.4.1 Hipótesis General	67
4.4.2 Hipótesis Particular	67
CAPITULO V	68
PROPUESTA	68
5.1 TEMA	68
5.2 FUNDAMENTACIÓN	68
5.3 JUSTIFICACIÓN	70
5.4 OBJETIVOS	71
5.4.1 Objetivo General de la Propuesta	71
5.4.2 Objetivos Específicos de la Propuesta	71
5.5 UBICACIÓN	71
5.6 FACTIBILIDAD	73
5.6.1 Requisitos legales	73
5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	77
5.7.1.1 Estructura funcional y procedimientos	79
5.7.1.2 Análisis de la situación del negocio, desde el punto de vista de las 5 Fuerzas de Michael Porter y el diagnostico FODA	88
5.7.1.3 Análisis de la situación del negocio, desde el punto de análisis DAFO	89
5.7.1.4 Estrategias mercadológicas, en base al marketing mix	90
5.7.2 Recursos, Análisis Financiero	98
5.7.2.1 Recursos humanos	98
5.7.2.2 Análisis financiero	98
5.7.3 Impacto	106
5.7.4 Cronograma	106
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta	107

CONCLUSIONES.....	108
RECOMENDACIONES.....	109
BIBLIOGRAFÍA	110
LINCOGRAFIA	112
ANEXOS.....	113
ÁRBOL DEL PROBLEMA.....	114
MATRIZ.....	115
ENCUESTAS	116
PERMISOS.....	117

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Declaración de variables	49
Cuadro 2. Operacionalización de las variables	50
Cuadro 3. Empresa organizadora de eventos	557
Cuadro 4. Desarrollo económico, social, turístico	58
Cuadro 5. Empresa organizadora de eventos	59
Cuadro 6. Empresa organizadora de eventos	60
Cuadro 7. Personal capacitado	61
Cuadro 8. Servicio solicitado.....	62
Cuadro 9. Herramientas y recursos técnicos.....	63
Cuadro 10. Empresa organizadora de eventos	64
Cuadro 11. Conocimientos especializados	65
Cuadro 12. Conocimientos especializados	66
Cuadro 13. Manual de funciones del gerente general.....	80
Cuadro 14. Manual de funciones del contador	81
Cuadro 15. Manual de funciones de jefe de decoración de eventos	82
Cuadro 16. Manual de funciones de recepcionista.....	83
Cuadro 17. Manual de funciones maître – capitán	84

Cuadro 18. Manual de funciones de ayudante de decoración.....	85
Cuadro 19. Manual de Stewart o posillero	86
Cuadro 20. Manual de funciones mesero.....	87
Cuadro 21. Análisis Dafo.....	89
Cuadro 22. Lista de precios de los productos y servicios.....	94
Cuadro 23. Activos fijos.....	99
Cuadro 24. Resumen de activos fijos.....	100
Cuadro 25. Financiamiento del Proyecto	100
Cuadro 26. Tasa anual de interés	101
Cuadro 27. Tabla de amortización anual.....	101
Cuadro 28. Gastos generales.....	102
Cuadro 29. Costos de ventas	103
Cuadro 30. Presupuesto de ingresos	103
Cuadro 31. Estado de pérdidas y ganancias.....	104
Cuadro 32. Flujo de caja proyectado.....	104
Cuadro 33. Balance general.....	105
Cuadro 34. Cronograma de actividades para Givic Eventos.....	106

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Empresa organizadora de eventos	57
Gráfico 2. Desarrollo económico, social, turístico.....	58
Gráfico 3. Empresa organizadoras de eventos	59
Gráfico 4. Empresa organizadora de eventos	60
Gráfico 5. Personal capacitado	61
Gráfico 6. Servicio solicitado	62
Gráfico 7. Herramientas y recursos técnicos.....	63
Gráfico 8. Empresas organizadoras de eventos.....	64
Gráfico 9. Conocimientos especializados.....	65
Gráfico 10. Conocimientos especializados.....	66
Grafico 11 Organigrama	79
Grafico 12. Análisis de las 5 fuerzas de Michael Porter.....	88

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapa del Ecuador	72
Figura 2. Mapa de la Provincia del Guayas.....	72
Figura 3. Logotipo de la organizadora de eventos	90
Figura 4. Slogan	90
Figura 5. Mesas Plásticas Redondas y cuadradas.....	91
Figura 6. Sillas plásticas.....	91
Figura 7. Cristalería	91
Figura 8. Vajillas.....	92
Figura 9. Carpas.....	92
Figura 10. Mantelería	92
Figura 11. Decoración con globos.....	93
Figura 12. Decoración con rosas y Flores.....	93
Figura 13. Samobares	93
Figura 14. Estrategias de promoción.....	95
Figura 15. Diseño de hoja volante.....	96
Figura 16. Diseño de tarjeta de presentación.....	97

RESUMEN

Las empresas organizadoras de eventos son aquellas que tienen como propósito satisfacer todas las exigencias de los clientes al momento de efectuar sus reuniones sociales logrando así proyectarnos a brindar una innovación en los estilos durante los acontecimientos.

Este proyecto plantea el mejoramiento económico social y turístico del Cantón el Triunfo, como objetivo principal es identificar la calidad de los servicios que otorgan las organizadoras de eventos. El propósito es brindar un servicio profesional e innovador, para incluirnos en la planta turística y ser reconocidos en el mercado, mediante la oferta de una variedad de productos y servicios, alcanzando así la satisfacción de los clientes en la adecuada organización de sus eventos. A través de un estudio de mercado determinado hacia la población mayores de 19 hasta 65 años de edad, que son las personas económicamente activas del Cantón. El análisis del estudio de mercado dio como resultado que las personas tienen una insatisfacción por la carencia de calidad en los servicios prestados por las empresas que organizan los eventos, por no disponer de un personal idóneo capacitado en la realización de los eventos. Implementando la empresa organizadora de eventos se lograra tener beneficios para el dueño de la empresa lo cual generara ingresos monetarios, y a la vez al Cantón debido a que se dará fuentes de trabajo a los habitantes, lo cual permite llegar a brindar una atención de calidad a los turistas. Disponiendo de herramientas y recursos técnicos se podrá brindar una variedad, creatividad, innovación en la ejecución de los eventos que el cliente y las empresas requieran dando así una solución a sus necesidades.

Palabras claves: desarrollo, calidad, servicio, evento.

ABSTRACT

The event management companies are those that have a purpose are to satisfy all customer requirements at the time of improving the style to effect social gatherings.

This project involves the social and economic improvement of the canton tourist triumph, the main objective is to identify the quality of services that provide the organizers of event. The purpose is to provide professional and innovative service, to include us in the tourism plant and be recognized in the market by offering a variety of products and services, thus achieving customer satisfaction in the proper organization of their events. Through market research specific to the older population of 19-65 year of age who are economically active people of Canton. Analysis of the market study resulted people have a dissatisfaction with the lack of quality in the services provided by companies that organize events, for lack of a trained in conducting events qualified personnel. Implementing the organizer of events was archived have benefits for the owner of the company which generate cash income, while the canton because they give jobs to the people, allowing even provide quality care to tourist. By providing tools and technical resources may be given a variety, creativity, and innovation in implementing customer events and businesses require giving a solution to their needs.

Keywords: Development, quality, service, event.

INTRODUCCIÓN

A nivel mundial el motivo de realizar eventos nace porque las personas no tienen disponibilidad de tiempo y espacio para la ejecución de estos programas, es por ello que requieren de un personal idóneo para el desarrollo adecuado de estas actividades sociales.

En el Ecuador se ha desarrollado significativamente la realización de los eventos porque mediante ellos se puede dar a conocer una diversidad de acontecimientos relevantes para la sociedad.

En el Cantón el Triunfo la idea de implementar una organizadora de eventos es ofrecer el asesoramiento personalizado y que sirva como un apoyo para la planificación, organización, ejecución y desarrollo de los eventos, durante las escalas de tiempo ya sea pre y post al evento, logrando así ser más reconocidos dentro de este mercado.

El objetivo como organizadora de eventos es no realizar las actividades de forma monótona, debido a que conlleva a que se brinde servicios de baja calidad, lo cual no permite cumplir con las expectativas que los clientes han requerido.

Los eventos hoy en día denominados como un servicio necesario para la comunidad porque requiere de asesoramientos en los servicios que ofertamos en las distintas actividades de índole social.

El principal problema que afecta al Cantón el Triunfo es la carencia de medios modernos para efectuar festividades sociales que brinden todos los servicios y atención necesaria para satisfacer los requerimientos de la población en general.

Es por ello que como empresa se pondrá a disposición un servicio de calidad que se enfoque a solucionar las necesidades de los clientes, logrando con eficiencia y eficacia obtener un trabajo de renombre en el ámbito social y turístico.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematicación

De acuerdo al entorno mundial las organizadoras de eventos nacen alrededor de la Edad Media como reclamo de las personas en la sociedad para poder reunirse en grupos, convenciones, pero ya en siglo XIX y XX este turismo de eventos surge como una necesidad para comparar conocimientos técnicos, profesionales, científicos y sociales.

En el Ecuador ya después de la Segunda Guerra Mundial surge el turismo y se propaga a nivel de todos los países y en ello se empieza a conocer sobre los eventos, convenciones y reuniones propios de cada país. Se considera que el turismo de eventos forma parte del 20% de desarrollo sostenible y una rentabilidad a cada sector por ello es que se ve la necesidad de buscar lugares apropiados para llevar a cabo los diferentes eventos.

El Cantón El Triunfo en los últimos años ha crecido significativamente en varios ámbitos, y se quiere lograr un desarrollo turístico y que sea reconocido como un atractivo más en el entorno de este sector.

La problemática principal es la ausencia de organizadoras de eventos, de ello se considera que la carencia de confianza y cultura turística por parte de los empresarios del Cantón antes mencionado, ha originado el que no inviertan en este tipo de establecimientos y no posicionarse en este mercado turístico.

Actualmente en el Cantón se considera que existe un abandono en empresas turísticas, lo que genera el incremento del sector informal, y carece de la capacitación apropiada para mantenerse sus negocios de manera productiva.

Sin embargo, se debe tener en cuenta que la carencia de calidad al momento de brindar un servicio es porque el personal no es idóneo en esta área.

Por lo antes expuesto surge la idea de implementar una empresa organizadora de eventos, con el objetivo de atender de manera eficaz dando un buen trato a los clientes y mejorar el servicio.

Es por esto que se quiere lograr un progreso en el ámbito económico en donde la población del Cantón tendrá beneficios porque se brindara fuentes de trabajo y a su vez un ingreso a los propietarios de la empresa. Con el desarrollo social se quiere mejorar los estatus y estilo de vida en las personas con una adecuada organización de sus eventos.

La empresa de eventos será una excelente alternativa para dar a conocer al Cantón de manera turística debido a que los programas bien planificados y diseñados son una carta de presentación para eventos internacionales y formar parte de la planta turística.

1.1.2 Delimitación del problema

Área: Turística

Aspecto: Social

Campo: Social

Universo: 44.778

País: Ecuador

Región: Litoral o Costa

Provincia: Guayas

Cantón: El Triunfo

Tiempo: 2014 – 2015

1.1.3 Formulación del problema

¿Cómo incide la creación de una empresa organizadora de eventos que contribuya al desarrollo económico social y turístico del Cantón el Triunfo Provincia del Guayas en el año 2014?

Variable independiente: empresa organizadora de eventos.

Variable dependiente: desarrollo económico social turístico.

1.1.4 Sistematización del problema

1.- ¿En qué medida afecta la capacitación del personal, en la calidad del servicio que oferta la empresa organizadora de eventos?

2.- ¿De qué manera las herramientas y recursos técnicos influye en la calidad de los eventos?

3.- ¿En qué medida afectan los conocimientos, referentes al sistema organizacional de los eventos?

1.1.5 Determinación del tema

Creación de una empresa organizadora de eventos que contribuya el desarrollo económico social y turístico del Cantón El Triunfo.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Identificar la calidad de la organización que otorgan las empresas de eventos, para mejorar su contribución en el desarrollo económico social y turístico en el Cantón el Triunfo.

1.2.2 Objetivos Específicos

- 1.- Determinar cómo afecta la capacitación del personal al brindar un servicio de calidad.
- 2.- Definir como inciden las herramientas y los recursos técnicos en la calidad de los eventos.
- 3.- Identificar como afectan los conocimientos sobre el sistema organizacional en la calidad de los eventos.

1.3 JUSTIFICACIÓN

Una organizadora de eventos permite diseñar, planificar, producir y llevar a cabo la realización de diversos eventos sociales, culturales y empresariales con el fin de cumplir con los objetivos y metas que se plantean.

La importancia de crear una empresa organizadora de eventos es cumplir con las expectativas que tengan los clientes, disponiendo de profesionales capacitados en esta área para brindar un servicio de calidad logrando de esta manera disminuir los problemas de los clientes, tanto en la contratación del personal, como en la ejecución de los eventos.

En la actualidad, las organizadoras de eventos, permite tener una oportunidad para lograr una experiencia única en la mente de las personas que adquieren este servicio y a la vez lograr la satisfacción de los mismos.

Es importante plantear las necesidades de los clientes, porque dependerá el éxito de poder implementar diversos e innovadores servicios manteniendo siempre un alto nivel en la calidad, esto ayuda que los eventos impacten a la población durante la realización de los eventos que se lleve a cabo.

Con este diseño de creación de una organizadora de eventos se alcanzarán grandes beneficios tanto para el propietario de la empresa en cuanto a los ingresos económicos que esta representa, como a los clientes. Se pretende alcanzar varios objetivos y metas planteadas que permite fomentar el desarrollo económico social turístico del Cantón el Triunfo.

A la vez los clientes quedan satisfechos obteniendo una aceptación favorable del servicio adquirido y el Cantón antes mencionado tendrá la oportunidad de brindar más fuentes de trabajo a profesionales que se desempeñan laboralmente en el área turística. Estos eventos permitirán que el país se desarrolle en un ambiente reconocido porque tendrá la posibilidad de acoger a turistas internos y externos.

Se debe tener en cuenta que un evento realizado con éxito es la mejor carta de presentación dentro del Cantón antes nombrado, logrando así abrir muchas puertas a un desarrollo económico social turístico.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes históricos

Según Eduardo Yarto dice: “La organización data de la última década del siglo XX y los primeros esfuerzos de conceptualización se han visto apenas a principios de este milenio”.

De esta manera los eventos ha tenido un crecimiento que se puede observar por el valor que genera la realización de los eventos que son de primera necesidad como el transporte, el establecimiento, materiales y recursos para su ejecución como vajillas, cristalería, y las ofertas gastronómicas que se va a ofrecer.

Uno de los desafíos que hay en los eventos es el desinterés de las personas y empresas al momento de realizar festividades sociales ya que toman a los eventos como segunda opción porque al momento de realizarlos no tiene tiempo ni recursos para los mismo.

La realización de los eventos ha tenido un crecimiento y se ha comprobado de manera particular que las personas están organizando y ejecutando más eventos sociales de reuniones, empresariales dentro de cada uno de estos tiene como objetivo la celebración de una meta propuesta.

Para la realización y comercialización de eventos se tiene que organizar cada uno de los detalles y realizarlos de manera profesional y con la mayor responsabilidad para que los clientes vean y valoren el profesionalismo dentro de los diferentes eventos.

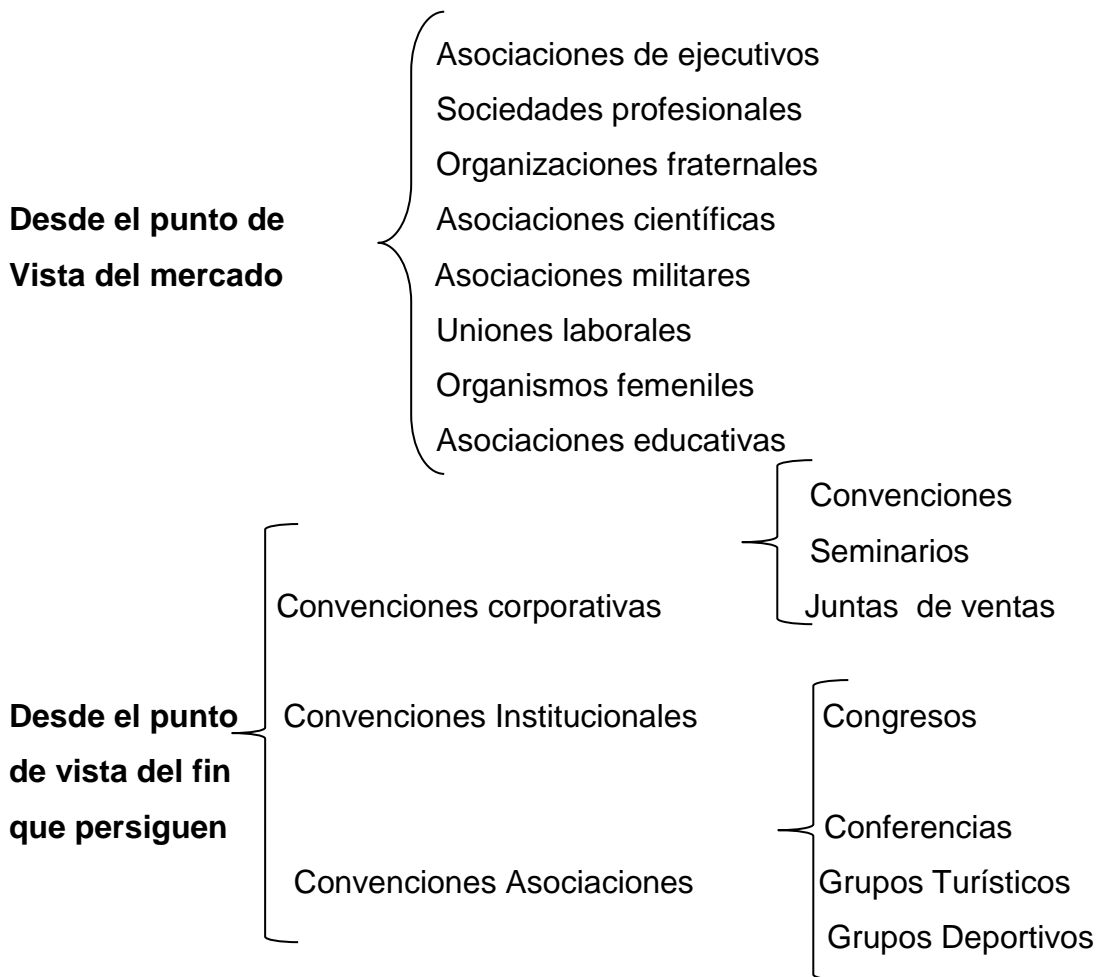
Clasificación de los eventos sociales

A los seres humanos se los pueden definir con diferentes objetivos, pero teniendo en cuenta el grado de intimidad que existe entre sus miembros. Luis Recasens dice “que debemos registrar a los grupos sociales formados mediante relaciones propiamente colectivas.

Los grupos sociales se pueden catalogar de acuerdo con diversas variables:

Desde los grupos primarios que se reúnen sin tener fines comunes, hasta los grupos secundarios, formados por individuos que persiguen un fin en común y que se desarrollan según la área geográfica, por idioma, idiosincrasia, clase social, profesión, tipo de diversión predilecta, etc.

Clasificación de los grupos, congresos y convenciones



Desde el punto de vista del mercado

De acuerdo con el potencial del mercado, los grupos se clasifican en:

Asociaciones de Ejecutivos. Son ejecutivos que viajan con todo los gastos pagados es decir que los servicios alimentación y hospedajes son solventados por sus respectivas empresas.

Sociedades Profesionales. Son profesionales que se trasladan aproximadamente dos veces al año, los gastos corren por su cuenta, son deducibles de sus ingresos, que pueden ser pagados por firmas comerciales o por su propia asociación.

Organizaciones fraternales. Se trata de viajeros que se desplazan con un fin social, que es lo económico turístico son convenciones reuniones y los gastos son solventados por ellos, se celebran a nivel nacional e internacional.

Asociaciones científicas. Es un grupo de personas relacionadas con las ciencias, de manera que sus convenciones son técnicas y profesionales. Estas reuniones no son muy atractivas porque por lo general los científicos no gastan.

Asociaciones militares. Son cuando realizan pequeñas juntas de generales retirados y radican menores ingresos.

Sindicatos. Realizan congresos nacionales, estatales y regionales integrados por obreros especializados estos congresos son solventado por el estado o por los del sindicatos.

Asociaciones educativas. Está integrado por maestros catedráticos y educadores.

Desde el punto de vista del fin que persiguen y la forma en que se desarrollan

Se los dividen en dos grupos:

- _ Convenciones corporativas
- _ Institucionales o de asociaciones.

Convenciones corporativas. Son aquellas que organizan las grandes empresas con el propósito de motivar, entrenar y capacitar a su personal son obligatorios y por eso tiene un mayor número de asistentes y los gastos van por la empresa.

- _ **Convenciones.** Son eventos cuyos objetivos es divulgar y desarrollar ideas o pensamientos con lo que se obtiene una síntesis.
- _ **Seminarios.** Este evento es donde los participantes se dedican a escuchar a los expertos recibiendo capacitaciones de los temas tratados.
- _ **Juntas de ventas.** Este evento se lleva a cabo con el único objetivo de entrenar y capacitar al personal de ventas.

Convenciones institucionales. Estas reuniones se lo realizan con menos frecuencia que los corporativos ya que son independientes y sus gastos resultan considerables y pueden ser pagados por asociaciones o por ellos mismos.

Convenciones de asociaciones. Estas reuniones se celebran a niveles locales, regionales, estatales, nacionales e internacionales y se agrupan miembros de la misma comunidad y comparten el mismo interés colectivo. La asistencia es voluntaria.

Convenciones empresariales. Estos eventos son cuando las empresas celebran a niveles locales, regionales, estatales, nacionales y ocasionales internacional de los cuales se convocan a ejecutivos, distribuidores y agentes de ventas.

- _ **Congresos.** Son reuniones cuyo propósito es impartir e intercambiar información encontrar las soluciones y estar en el boom de los cantos técnicos, económicos y de múltiples áreas.
- _ **Conferencias.** son las exposiciones donde se tratan de diferentes temas donde los expertos presentan ponencias estas reunión se llevan a acabo ciertas discusiones entre los participantes.
- _ **Grupos turísticos.** Es el conjunto de personas con un interés común que es partir de un destino hacia un lugar determinado con el único fin de conocer la cultura, la arqueología, las bellezas naturales y las diversiones del mismo.

- _ **Grupos deportivos.** Este evento de espectáculo donde se muestran su fuerza física y agilidad mental como por ejemplos las olimpiadas

Organizadores de reuniones y eventos

A causa del crecimiento en el sector de las convenciones y reuniones, esta es un área de interés para los estudiantes de la carrera de turismo. Con el incremento en las reuniones corporativas y de asociaciones, se necesitan más organizadores de reuniones, consultores de reuniones y proveedores de bienes y servicios.

Los organizadores de reuniones profesionales se dedican a tareas tales como negociar contratos con los hoteles y aerolíneas, redactar contratos, planificar convenciones y seminarios educativos, preparar reuniones de incentivos. Los organizadores de reuniones se encuentran en corporaciones, asociaciones de interés especial, instituciones educativas, ferias comerciales y el gobierno.

Reuniones y convenciones

El negocio de convenciones y reuniones ha incrementado mucho con el crecimiento económico, la convención y reuniones constituyen a una industria de miles de millones de dólares por año.

Muchas ciudades de Estados Unidos están fundando nuevos centros de convenciones o extendiendo los ya existentes.

Las empresas organizadoras de eventos han tenido un crecimiento en el sector. Lo cual hace que esta área sea de interés para los estudiantes de las carreras de licenciaturas en turismo.

Porque se ha incrementado las reuniones corporativas y de asociaciones, ya que con este incremento se necesita más organizadores de eventos, reuniones, consultores de reuniones y proveedores de bienes y servicios.

Las empresas organizadoras tiene las tareas de negociar contratar con aerolíneas, hoteles contratar y planificar convenciones y reuniones, seminarios etc.

Las reuniones y convenciones han incrementado con el crecimiento o desarrollo económico lo que se estima que las organizadoras de eventos y reuniones constituyen a una industria de miles de millones de dólares en el año.

La empresa de eventos y reuniones en muchos países y ciudades de todo el mundo, pero en especial en Estados Unidos ha construido nuevos centro de convenciones o

ampliando ya los existentes, con esto permitirán que las personas se sientan satisfechas y cómodas en el momento de la realización de los eventos.

Operaciones previas para la Organización de eventos

Dentro de las organizadoras de eventos se encuentra una organización funcional con la estructura jerárquica.

Para el desempeño de la funciones se realiza los siguientes.

Planificar: Es planear objetivos económicos, técnicos y humanos que se desarrollaran medidas apropiadas para la venta, producción y procedimientos en el servicio. También se deben asegurarse de que los presupuestos del departamento y los otros planes de acción estén acordes con los objetivos establecidos.

Organizar: el departamento debe organizar los recursos necesarios para seguir el plan establecido. Se debe reclutar y formar a los miembros del personal.

Dirigir: la supervisión de los empleados es parte del trabajo de la persona encargada del departamento. Los procedimientos deben estar de acuerdo con las políticas de la empresa.

Controlar: se debe tener un control financiero de efectivos que aseguren la pérdida y ganancia para que concuerde con los presupuestos. Unos controles efectivos de calidad y servicios aseguran esa producción.

Para que exista una buena organización en los eventos se debe tener básicamente estas funciones una planificación que permita que cada recurso técnico y humano y económico ya sepa que va a realizar dentro del evento, la organización de cada miembro del evento y su ubicación es indispensable en la organización, dirigir es saber que todo tenga muy en claro cuál es la dirección que se quiere llegar, controlar al personal para ver el desempeño de cada uno de los trabajadores.

Los tipos de eventos

En el presente tiempo existe un abanico muy amplio de eventos de todo tipo y la terminología habitualmente utilizados, desde reuniones y convenciones o eventos se entremezclan y confunden. Hay quien utiliza el concepto MICE para englobarlo en su sigla en inglés, que significa: Meetings (reuniones), Incentives (incentivos), Congress (Congreso), Exhibitions (Exposiciones).

Independientemente cual sea la clasificación de los eventos establecidos en el área de comida y bebidas, se ofrecerá un panorama que esclarezca lo más posibles

conceptos que componen el mercado de eventos y que son susceptibles a ser realizados en hoteles.

- **Clinic.** Es utilizada en actividades de formación y de entretenimiento de todo tipo de equipos y dan instrucciones en temas específicos que se utilizan con pequeños grupos que interactúan uno con otros, y provocan un intercambio de ideas y experiencias de estudios previamente elegidos por los organizadores.
- **Conferencia** se lo utiliza para eventos con temas técnicos o científicos para referirse a temas fuera de lo habitual.
- **Congreso.** Es conocido y usado a nivel internacional en cuanto a eventos. Lo utilizamos para definir un evento de naturaleza similar a una conferencia, pero sin el uso de salas complementarias, ya que todos los participantes se concentran en una sola dependencia o salón general.
- **Convención.** Este tipo de evento reúne a los asistentes por diferentes motivos y llevan a cabo una sesión general que habitualmente va acompañado de pequeñas reuniones suplementarias antes y después del evento principal. En las reuniones se dedican a resolver problemas en pequeños grupos y usan un reducido número de salas más pequeñas.
- **Exposiciones.** Indican un evento sostenido dentro de otro tipo de reunión este tipo se usa para mostrar mercancía o servicios.
- **Fórum.** Reunión que ofrece la posibilidad de discusiones que vayan hacia delante y hacia atrás, dentro de la propia marcha organizativa del evento, llevada por una mesa o un jurado y se espera que con esto se haya un alto índice de participación de la audiencia.
- **Instituto.** se celebran conferencias, seminarios y talleres, dependiendo de la naturaleza de la empresa y de los objetivos alcanzados se organizan por una empresa u organización profesional que ofrece complementos de formación y oportunidades de aprendizaje.
- **Panel.** Es donde se convoca a dos o más ponentes llamados en este caso panelistas que dan su punto de vista de las áreas que uno entiende y son expertos. Está dirigido por un moderador que es el que asigna quien debe realizar las preguntas.
- **Reuniones.** Son todos los conceptos sobre un grupo de persona que se reúnen para hablar de un tema en específico eso es reunión.

- **Seminarios.** Estos se organizan bajo la coordinación de un personal capacitado y especializado, que haya participación de los participantes ya que esto se necesita mucha motivación, por que con esto se comparten experiencias y conocimientos por parte de los asistentes.

Eventos en establecimientos de alojamientos

Son aquellos números de salas, salones y espacios que un establecimiento pueda disponer para atender eventos, y teniendo en cuenta de la capacidad de cada uno de ellos, se requeriría un tipo de organización diferente, los podemos dividir en:

- Grandes establecimientos
- Pequeños y medianos establecimientos
- Otro tipo de establecimientos hoteleros
- Eventos fuera del entorno hotelero.

Grandes establecimientos

Los establecimientos hoteleros ofrecen habitaciones pero un hotel que se quiere especializar en el mundo de los eventos tiene que tener un número suficientes de salones preparados y diseñados con esa finalidad junto con un personal, para atender las necesidades que generan en esos eventos.

La gestión de salas y salones

Tipos de salas.

Es importante dignificar para dar utilidad a espacios a los que se saca provecho y tener en cuenta que cualquier espacio es susceptible de ser utilizado si encaja con las necesidades del cliente. Lo habitual es diferenciar un establecimiento de otro y convertirlo en único

Planos de salones

Disponer de diferente material de nuestros salones, para poner a disposición de los clientes y de los planificadores de eventos, de los cuales se tiene que poner los planos de reuniones, el manual de eventos del hotel, y los planificadores deben saber cuál es la capacidad de cada uno de los salones dependiendo de los diferentes montajes.

Tamaño y localización de los salones dentro del establecimiento

Cuando se habla sobre el tamaño de la sala de reuniones en primer plano hay que tener en cuenta el número de clientes que se espera que asistan desde ahí se comienza a planificar la configuración de la sala y el equipamiento que se va a utilizar sin olvidar que hay que dejar un breve espacio para el guardarropa, mesas para atender y el espacio en el propio salón a la entrada para el caso de que se vaya a servir algún tipo de refrigerio en el mismo caso y que no haya inconvenientes para los clientes para que se saluden.

Requisitos para los eventos.

Los factores que intervienen para que los eventos sean inmemorables en la organización es el tamaño, alcance y propósito.

Calidad en los servicios de comida.

Los servicios que realizan alimentos y bebidas son los que favorecen en una gran medida al éxito o fracaso del evento, y después ya cumplir con los demás detalles. Las empresas organizadoras tienen que calificar la calidad del servicio prestado.

Ubicación atractiva

Para la organizadora de eventos se requieren tener una ubicación deseable porque a través de esto las personas se les podrán facilitar la ubicación del lugar donde realizar evento.

Los diferentes tipos de eventos

Dentro del mundo existen millones de eventos que se celebran en el transcurso de los tiempos y con los diferentes aspectos de cada uno de ellos sean de corta y larga duración.

Tenemos a continuación los diferentes tipos de eventos:

Eventos de formación

Es una actividad importante en cualquier tipo de organización esta depende de su propia naturaleza, alrededor de la mitad de los directores de formación organizan y llevan a cabo programas de formación fuera de las instalaciones de la propia

empresa. Y de las cuales se las planifican anualmente y es con una regularidad y una duración de tres días.

Estos eventos son fáciles de atender porque son grupos pequeños que con un espacio de trabajo bien iluminado la habitación y que tengan una mesa de trabajo grande y salas de fácil acceso, ventilación que el servicio de alimentación sea rápida en este caso se podría utilizar lo que son los breaks.

Eventos de incentivos

Este tipo de eventos se genera básicamente en las empresas cuando las personas tienen que generar una gran aportación de ventas para la empresa y de los cuales se los recompensan con un viaje.

Los participantes pueden ser proveedores, distribuidores, clientes, vendedores comerciales, directivos de la empresa u otro empleado.

Eventos de profesionales y técnicos

Estos eventos son generalmente de seminarios y talleres. Consultores independientes educadores e incluso vendedores son invitados a hacer demostraciones a intervenir en mesa redondas o dar conferencias.

Reuniones de directivos

Estas reuniones pueden ser de eventos regulares, como reuniones de junta pueden responder a una respuesta de situación especial.

Eventos públicos o de accionistas

Las empresas y otros tipos de organizaciones consideran en ocasiones celebrar eventos para quienes no forman parte de su propio personal se los clasifican por categorías de eventos públicos y de accionistas es una reunión donde solo asisten unas pocas personas a un evento de una lata participación, almuerzo y *coffee-breaks*. Estos eventos variaran dependiendo del clima económico del momento

Exposiciones y ferias

Este caso conlleva una exposición en paralelo o una feria independiente de si lleva en instalaciones propias o en hoteles.

Los datos que deberemos tener preparados para atender a estos clientes son:

- _ Recinto , ubicación, accesos y horarios
- _ Programas (fecha de montaje, inauguración, cierre, fecha de desmontaje)
- _ Presupuesto
- _ Diseño de recorrido
- _ Diseño de stands
- _ Distribución de los stands
- _ Catering
- _ Listas de correo
- _ Marketing de la exposición (colores ,logo)
- _ Plantas y arreglos florales
- _ Precio por metro cuadrado
- _ Promociones para visitantes
- _ Relación de proveedores recomendados para servicios adicionales
- _ Seguridad, consumo de electricidad
- _ Seguros
- _ Sistemas de acreditaciones.

Los tipos de servicios

El tipo de servicios son utilizados en los eventos con el tipo de comida elegido en un banquete e influye en el precio.

Los diferentes tipos de servicios son:

- _ **Emplatado.** Es la forma más común de servicio, donde se coloca la comida en los platos en la cocina y los camareros los reparten por las mesas. La comida fría puede ser colocada en el plato antes de tiempo y almacenada en cámaras frigoríficas la comida caliente se coloca en el plato justo antes de repartirla y puede servirse desde diferentes puntos de la cocina.
El servicio en platos requiere un mínimo de habilidad por parte del personal del servicio, y dependiendo del tipo de clientes y de su costumbre se deberá usar un tipo de servicio u otro, que se definirá previamente.
- _ **Servicio de fuente a plato.** Se sirve desde fuentes con capacidad para varias raciones y son los camareros quienes sirven y colocan la comida, con la ayuda de pinzas, en los platos de los comensales.

- _ **Servicio a la francesa.** este servicio se hace con la ayuda de un carrito de apoyo o mesa auxiliar, llamado gueridon, que requiere de un espacio suficiente entre las mesas para que los camareros puedan poner estos gueridones sin obstaculizar el propio servicio.
- _ **Servicio rápido o pre-servicio.** Suelen emplearse para almuerzos donde se requiere un servicio rápido. El primer plato, bien sean aperitivos, sopa, ensalada o entrante, se ha servido en la mesa, justo antes de la llegada de los clientes; ocasionalmente el postre también puede estar colocado en la mesa. El único plato que se sirve, en este caso, es el plato base del servicio, que se lleva emplatado o se sirve de fuente a plato
- _ **Servicio en bandeja.** Se realiza depositando bandejas de diferentes tamaños en el centro de la mesa para que los clientes se sirvan directamente. Los camareros se encargan de ir pasando y distribuyendo las bandejas y de retirar los platos y cubiertos sucios a la vez que se siguen trayendo las bandejas que corresponden a cada plato y a los postre.
- _ **Servicio buffet.** Con lleva una presentación de varios productos, de los que el cliente elige los que quiera comer y se lo sirve directamente.

La organización de una fiesta.- A la hora de organizar una fiesta deben tenerse en cuenta muchos detalles que van desde la música de fondo , la iluminación , la decoración de la casa , así como una adecuada aromatización, para crear una atmosfera agradable y relajante para los invitados.

Dependiendo del tamaño de la casa, al organizar una fiesta, sobre todo si se trata de una cena, no se debe invitar a más de 6 u 8 personas si se quiere controlar bien todos los detalles de la misma.

Debe determinarse el menú que se desea servir y hacer una lista de alimentos y otros artículos necesarios para adquirirlos con anticipación; nada hay más estresantes que la falta de un ingrediente al momento de la preparación.

La mise en place

La expresión mise en place es un término de origen francés que significa “todo en su puesto. ”

En cocina, este término designa el conjunto de operaciones preparatorias de las recetas e incluye desde tener a mano todos y cada uno de los utensilios:

- Cazuelas
- Ollas
- Sartenes
- Cuchillos
- Espátulas
- Cucharones etc.

Así como los ingredientes lavados, cortados y listos para preparar.

También indica el orden secuencial de preparación y elaboración que facilite la preparación final. En el salón, la mise en place incluye el montaje de las mesas.

Según el tipo de cena, y el número de invitados debe seleccionarse el tipo de la mesa, ya sea redonda o rectangular.

Para revestir la mesa debe iniciarse por el muletón de fieltro, el cual no solo protege la mesa, sino atenúa algún golpe eventual. Al colocar el mantel debería tener caída de 45 cm medido con respecto al diámetro o cuadrado de la mesa.

Hoy día están de moda las mesas redondas con el mantel hasta el suelo y un cubremantel; estas sin duda tienen efecto estético elegante, pero poco funcional al momento de sentarse.

Colocar las sillas a 2 cm del borde del mantel y a 0.80 cm desde el centro de la Silla hasta el centro de la siguiente silla.

Colocar el plato base, el cual no debe retirarse, aun durante el postre y el café.

Este plato puede ser de plata, vidrio, cerámica, etc. y en general tiene un diámetro de 28 como más y marca el lugar para sentarse. Según el tipo de servicio y el menú pueden o no colocarse los demás platos en la mesa, que son los siguientes:

- Plato grande (26 cm), utilizado para el primer platillo
- Plato mediano (24 cm), utilizado para el segundo tiempo.
- Plato hondo (24 cm), utilizado para sopas.
- Taza para consomé, utilizada para consomé.
- Plato pequeño (21 cm) utilizado para postre

Colocar los cubiertos son los siguientes:

- Cuchillos grande
- Tenedor grande
- Cuchara grande
- Cuchillo pequeño
- Tenedor pequeño
- Cuchara pequeña
- Tenedor para pescado
- Cucharita de té y de café
- Paleta para mantequilla

En general las paletas y los cuchillos para pescado se colocan a la derecha del plato, y los tenedores a la izquierda, según el orden de su uso de cada uno de ellos. Delante del plato, el tenedor se coloca con la punta a la derecha y el cuchillo con la punta a la izquierda.

Los vasos y copas se alinean por su alto a la derecha de plato, de izquierda a derecha, con la siguiente secuencia: agua, vino tinto, vino blanco, champagne.

El plato para el pan con o sin paleta de mantequilla se coloca a la izquierda arriba de los tenedores.

Las servilletas

Existen muchas formas para doblar las servilletas: abanicos, flor de lis flor barquillo, vela, etcétera.

Se recomienda un doblar sencillo, es decir, con la menor manipulación posible, por razones obvias de higiene.

Si la servilleta tiene alguna impresión, esta debe ubicarse frente al huésped.

Las servilletas pueden colocarse encima del plato o a la izquierda.

El centro de mesa y su decoración

La decoración de la mesa es el complemento ideal para el toque final a la preparación de la mesa, y debe ser reflejo de la ocasión especial. Los centros de mesa, son los elementos muy utilizados en la decoración.

Si se opta por un centro de mesa con flores, estas no deben ser muy altas, para evitar obstruir la visión entre las personas sentadas alrededor de la mesa. Las flores no deben tener olores fuertes que interfieran con los olores de la comida. Otros centros de mesa pueden incluir elementos decorativos, como motivos que evoquen a la ocasión, como estatuillas de un pesebre para la Navidad.

La decoración de la mesa debe de ir en sintonía con la mantelería, vajilla, cristalería y cubertería.

Nota: en una mesa elegante se debe recurrir a los saleros, pimenteros y ceniceros.

Estilos de servir a la mesa

Servicio simple o la americana. Los platos son antes servidos en la cocina y van colocados delante de los huéspedes desde la derecha.

Servicio a la francesa. Las comidas son colocadas en fuentes, acompañadas de una cuchara o tenedor, y se presentan a la izquierda de cada invitado y el mismo se sirve

.

Servicio a la inglesa. La bandeja o fuente se presenta a la izquierda del invitado, como en el servicio a la francesa, sólo que es el mesero o la persona encargada quien sirve.

Servicio ruso. Es un servicio de gran lujo en el que se puede practicar el trinchado y el lampeado. El plato se prepara sobre el *gueridon* (mesita auxiliar).

Este nombre de servicio cambia de un país a otro. Si el servicio es americano es (simple) o la rusa, el montaje de la mesa se hace solo con el plato base, mientras si es la francesa o la inglesa, pueden colocarse en el montaje de la mesa todos los platos, según el menú.

La contratación de un mesero es imprescindible para este tipo de servicio debido a las destrezas que se requieren desde el *gueridon* para el trinchado. En la organización de ventas tenemos lo que llamamos los tipos de servicios porque a través de eso nos permite saber qué servicios desean los comensales.

Según José Ramón Alacreugines dice: sobre la planificación y dirección de servicios y eventos en restauración.

2.1.2 Antecedentes Referenciales

Tesis Doctoral

Tema: La organización de eventos como herramienta de comunicación de marketing. Modelo integrado experiencial.

Nombre del autor: María Asunción Galmés Cerezo

Institución: Universidad de Málaga

Fecha de publicación: 2010

RESUMEN

La organización de eventos como herramienta de comunicación de marketing ha experimentado un importante desarrollo en los últimos años. La saturación de algunos medios, y la pérdida de eficacia de las formas tradicionales de publicidad, han llevado a las empresas a buscar nuevas formas para relacionarse con sus públicos. En este contexto, los eventos han demostrado ser una herramienta estratégica de comunicación de marketing que consigue impactos directos e interactivos con su público objetivo. Esto ha hecho que las organizaciones estén traspasando presupuestos tradicionalmente publicitarios a la organización de eventos. Y que las agencias de comunicación están destinando recursos a esta herramienta dentro de las campañas que planifican para sus clientes. Las comunicaciones de marketing integradas (IMC) tienen en la organización de eventos una herramienta para desarrollar eficaces estrategias para comunicarse con sus públicos. Es una herramienta de comunicación de marketing capaz de aportar valor a las marcas a partir de la relación experiencial con ellas. Los públicos de las organizaciones buscan vivir experiencias, y están dispuestos a emocionarse, relacionarse, sentir, pensar y actuar con las marcas, las empresas o sus productos. Los eventos son una herramienta muy adecuada para generar estas experiencias de marca. Los organizadores de Eventos de Comunicación de Marketing (ECM) tienen que planificar y diseñar experiencias que les permitan alcanzar unos objetivos concretos dentro de la estrategia de Comunicaciones de Marketing Integradas (IMC). La incorporación de nuevos recursos tecnológicos para mejorar las experiencias de los asistentes a los eventos, hoy por hoy, es una realidad. Conocer todas las posibilidades para generar experiencias con las marcas a partir de los eventos, y la forma de evaluar la consecución de los objetivos, es avanzar en el desarrollo futuro de esta herramienta.

Se ha tomado como referencia esta tesis debido a que es interesante conocer que los eventos hoy en día son de gran aportación, porque mediante un evento se puede realizar un lanzamiento de producto o servicio y dicho evento sirve como una herramienta en el marketing.

Además los eventos sirven como estrategia de comunicación entre una empresa y sus clientes. Y por ende dar a conocer una marca, cuya empresa quedara conforme debido a que sus clientes podrán tener una mejor vista de sus productos o servicios.

Tomando en cuenta los objetivos que la empresa quiere alcanzar mediante la utilización de recursos tecnológicos en la realización del evento. Proyectándose así a una mejor experiencia.

Tesis

Tema: Proyecto de inversión para la creación de una empresa de organización de eventos sociales en la ciudad de Cayambe año 2010.

Nombre del autor: Viky Graciela Sandoval Pérez.

Institución: Universidad Estatal de Bolívar

Fecha de publicación: 2010

RESUMEN

El objetivo de realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de organización de eventos sociales en la ciudad de Cayambe permitirá incrementar los ingresos de las personas involucradas en este proyecto, además, se contribuirá al desarrollo económico y social de la zona, para lo cual se ha realizado varios estudios representados en cuatro capítulos. En el capítulo I, se estudió el origen del problema el mismo que se analizó más a fondo mediante la utilización de métodos, tipos y técnicas de investigación procediendo así con la aplicación de encuestas a los habitantes del Cantón Cayambe. En el capítulo II, se procede a la interpretación de resultados los mismos que fueron obtenidos de las encuestas aplicadas a los habitantes del Cantón Cayambe, esta información se la ha representado mediante una tabla de frecuencias y graficas de pastel con su respectivo análisis consiguiendo como resultado una investigación de suma importancia para determinar si es factible o no la ejecución del proyecto. En el capítulo III se procede a realizar es estudio de mercado dando a conocer los diferentes servicios de eventos sociales con su respectivo proceso productivo, además se pudo determinar la oferta, demanda y análisis de precios de la competencia, se ha realizado también el estudio técnico que

permitirá saber la ubicación adecuada del proyecto, la distribución de la planta y requerimiento de maquinaria los mismos que serán manipulados por un personal altamente capacitado en su respectiva área de trabajo evitando al máximo errores en el proceso productivo de cada evento social que ofrecerá la empresa, además se ha realizado el estudio financiero del proyecto dando a conocer los ingresos y gastos en general de la empresa y finalmente se realizó estudio del capítulo IV, en la evaluación financiera en el cual se analiza que el proyecto es rentable por su pronta recuperación de la inversión total y por no generar un impacto ambiental alarmante, además genera un factor socioeconómico y educativo cultural positivo tanto el Cantón Cayambe como para la empresa.

Con lo antes expuesto se ha determinado que una empresa organizadora de eventos permitirá el desarrollo económico y social de una ciudad. Pero antes de determinar si abra o no un desarrollo se deberá realizar un estudio en el cual se utilizaran varios métodos y técnicas que permitirán obtener valiosa información que ayudara a verificar si el proyecto es viable.

Es interesante conocer que la empresa organizadora d eventos debe contar con un personal capacitado para sí evitar errores en la ejecución del evento. Por ende lograr la satisfacción de los clientes.

Este trabajo antes mencionado permite tener como referencia que debemos tener en cuenta la oferta, la demanda y un análisis de los precios de la competencia, y desarrollándonos de una manera más clara y precisa.

Tesis

Tema: Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de organización de eventos corporativos en la ciudad de Quito.

Nombre del autor: María Augusta Romero Hurtado

Institución: Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito

Año de publicación: 2012

RESUMEN

El estudio de factibilidad para la creación de una empresa organizadora de eventos corporativos en la ciudad de Quito está orientado a proveer el servicio de organización total de un evento, es decir que el cliente se sienta un invitado más de su propio evento. La organización de un evento es un servicio que en la está en

auge, ya que las empresas prefieren contratar este servicio a tener personal dedicado a esta actividad, ahorrando así recursos económicos y humanos. Para lograr el éxito en la organización de eventos no hay que perder de vista cada detalle, se pretende lograr la satisfacción total del cliente, que el cliente no tenga que preocuparse por nada. Este tipo de negocio es muy interesante, aunque en el Ecuador encontramos competencia se tratara de dar un valor agregado en la organización de eventos, gracias a la difusión que nuestros clientes potenciales nos den podremos surgir y ganar mercado ecuatoriano, ya que en el país existe empresas que se dedican a eventos pero no en todos los aspectos, como trata de enfocarse este negocio, cubrir todas las necesidades de nuestros clientes en todo sentido y en todo tipo de evento. La demanda también es un aliciente para la creación de este negocio, ya que la situación económica del país es buena, por lo tanto el proyecto se desarrolla en un buen ambiente económico, la demanda para el año 2011 es de 738 eventos conforme consta en el Estudio de Mercado, todo debido al crecimiento del PIB. En vista de la realidad actual el proyecto busca organizar 4 eventos por mes conforme consta en el Estudio de Tamaño y Capacidad. Para establecer el proyecto se realizó un estudio de factibilidad completo que permite obtener todos los permisos correspondientes, como es el de propiedad intelectual para el funcionamiento de este tipo de empresa. El estudio de factibilidad abarca varios aspectos importantes, que se encuentran interrelacionados y que involucra además necesidades individuales. Para cumplir con estos objetivos se recurrió a la investigación que utilizo como principales herramientas la investigación de campo y la observación, para que permita la determinación de datos más aproximados a la realidad y de fuentes secundarias como textos, folletos e instituciones que complementaban la investigación. La inversión necesaria para establecer un proyecto de organización d eventos corporativos en la ciudad de Quito debe ser realizada en su totalidad en el año cero y estar financiada por recursos propios. El proyecto se considera rentable puesto que el VAN obtenido es de \$50.119.42, mayor a cero y la TIR es de 31% la cual es superior a la tasa de descuento o TMAR establecida en 16.46%. Toda la información obtenida permitió vislumbrar mejor el escenario al que se enfrentará el proyecto con la convicción de que el mismo podrá introducirse y posicionarse firmemente. La creación de una empresa de organización de eventos corporativos en la Ciudad de Quito se considera que es viable ya que

puede ganar mercado y llegar a posicionarse como una de las más importantes del país.

Se ha tomado como referencia este proyecto de tesis porque tiene relación con nuestros objetivos debido a que es fundamental tener claro que nuestra meta es hacer que los clientes se sientan como un invitado más a la fiesta y que puedan disfrutar al máximo si tener que preocuparse por la organización del evento.

Además actualmente las empresas organizadoras de eventos ya están siendo reconocidas por sus servicios y producto porque mediante ellas se logran cumplir muchas expectativas que los clientes tienen.

Se debe reconocer que las organizadoras de eventos hacen ahorrar tiempo, dinero a los clientes que adquieren el servicio. A pesar que existe competencia es importante es tener siempre un producto agregado que haga que una empresa se diferente a otra.

Tesis

Tema: Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa organizadora de eventos infantiles en la ciudad de Loja.

Nombre del autor: Hugo Jeovanny Vaca Luzuriaga

Institución: Universidad Nacional de Loja

Año de publicación: 2013

RESUMEN

La región sur del Ecuador y específicamente la ciudad de Loja, donde la desertificación, la falta de infraestructura básica, falta de vías de comunicación, deficiente sistema vial, altos porcentajes de migración, etc., han deteriorado la calidad de vida de la comunidad. Si se analiza la problemática de Loja, encontramos que la falta de fuentes de trabajo, la escasa implementación de PYMENS donde se pueda utilizar los recursos naturales, materiales y humanos existentes en el lugar, se ha construido en uno de los aspectos más críticos, convirtiéndose como consecuencia en un álgido problema socio económico que origina un deterioro en la calidad de vida de sus habitantes. Por lo antes expuesto es importante generar ideas que deriven en proyectos de inversión en los diferentes sectores de la economía, siendo uno de los más importantes el sector terciario, específicamente la prestación de servicios, que con la acelerada modernidad y la búsqueda de comodidades y

diversiones, se convierten en cada vez más indispensable, siendo conveniente realizar y ejecutar el presente proyecto de tesis denominado: proyecto de factibilidad para la creación de una empresa organizadora de eventos infantiles en la ciudad de Loja, mismo que contribuya al desarrollo de la provincia de Loja. El presente trabajo investigativo tuvo como objetivo principal establecer la factibilidad de crear una empresa organizadora de eventos en la ciudad de Loja, desde el punto de vista del mercado, técnico, administrativo y financiero, con lo cual se pretende aprovechar una oportunidad clara de inversión rentable, puesto que en la ciudad de Loja no se ha llevado a la práctica esta propuesta, y además se cuenta con una importante población infantil entre 4 a 12 años, que se constituyen un segmento importante y potenciales usuarios del servicio. Para un adecuado desarrollo de la tesis se utilizaron varios métodos y técnicas científicas que permitieron cumplir con la normativa exigida para este tipo de trabajos, entre los principales destacan los métodos: inductivo, deductivo y analítico, y técnicas como la observación y la encuesta.

Es de gran interés tomar como marco referencial esta tesis debido a que está de acuerdo en que una empresa organizadora de eventos podrá brindar fuentes de empleo a gente de la misma zona o Cantón.

Y de esta manera se podrá mejorar la calidad de vida de las personas aportando así al desarrollo socio económico de la ciudad. Mejorando el estilo de vida de muchas personas porque los eventos son un esencial aporte a la sociedad.

Hay que tener en cuenta que a cada instante la tecnología avanza y la innovación es del día a día.

Por ello es que al crear una empresa organizadora de eventos se pretende brindar un servicio moderno al momento de organizar un evento. Siempre hay que tener en cuenta al tipo de mercado al cual nos dirigimos y cuáles serían los usuarios potenciales.

Revista de estudios de ciencias de la información y la comunicación

Tema: Nuevas tendencias en organización de eventos

Nombre de autores: Elisenda Estanyol y Casals

Fecha de publicación: España 2012

RESUMEN

La participación más activa de los asistentes, la vertiente virtual, la integración de los formatos de comunicación, el establecimiento de focos temáticos y el estímulo del componente lúdico son aspectos que cada vez se tendrán más en cuenta en la organización de los eventos a futuro. La evolución de las nuevas tecnologías y el uso de las redes sociales en la comunicación corporativa están influyendo en la forma como se planifican, ejecutan y evalúan los eventos. Existen varias novedades que en los últimos años han ayudado a los profesionales del sector a organizar actos más impactantes de forma más ágil y eficaz. Pero, más allá de la aplicación de las nuevas tecnologías, ¿Cuáles son las tendencias que se apuntan en organización de eventos? Event planners de todo el mundo no dejan de reflexionar sobre ello en ferias como EIBTM, celebrada el pasado mes de noviembre en Barcelona, o foros como MPI (Meeting Professionals International). En estos encuentros, se vislumbra que la organización de los eventos en el futuro pasara por contemplar, entre otros, los siguientes aspectos:

Co-creación.- la decisión sobre el formato del evento, su programa, etc. Ya no recaerá exclusivamente en el organizador, sino que cada vez resultara más importante la participación activa de los asistentes en el proceso de planificación. Gracias a las redes sociales y a otros mecanismos que permiten conocer la opinión del público que asistirá a un evento, se podrán modular formatos que se adaptaran mejor a sus expectativas.

Integración.- los eventos solo tienen sentido cuando no se convierten en una finalidad en sí mismos, sino cuando forman parte del plan de comunicación corporativo. Y en este plan se integran acciones de publicidad, de relaciones públicas y de marketing directo. Un buen uso de la comunicación integrada permitirá que los actos adquieran más notoriedad y perdurabilidad e en el tiempo.

Tematización.- los eventos deben transmitir un mensaje y ser un reflejo de los valores y la personalidad de la entidad que los organiza. En un acto, la apuesta en

escena y su impacto visual adquieren una importancia clave, ya que son los elementos que causan la primera impresión.

Sostenibilidad.- muchos eventos requieren arquitectura efímera. Pensemos en los stands de las ferias o la decoración de escenarios, por ejemplo. Cada vez son más las empresas que apuestan por actuar con responsabilidad y dejar la menor huella medioambiental posible, incorporando en su interiorismo materiales reciclados, reutilizables y no contaminantes. Así, ya no es sorprendente ver stands con mobiliario de cartón o elaborados a partir de plásticos reciclados.

Reducción de la ostentación.- los grandes eventos corporativos con impactantes puestas en escena están dando paso a otro tipo de formato, más ajustado a la actual situación de crisis económica.

Esta referencia tiene como enfoque que es importante conocer de las herramientas tecnológicas que se presentan en la actualidad. Se conoce que los eventos hoy en día se desarrollan con mucha tecnología.

Según lo antes expuesto se debe considerar que como empresa debemos contar con herramientas y recursos actualizados y disponer de un personal capacitado que pueda llenar con las expectativas de los clientes más exigentes.

No se debe dejar de un lado la tecnología siempre y cuando no se afecte a la sostenibilidad del medio ambiente. Como organizadores de eventos es importante ser únicos, innovadores, profesionales con capacidad de llevar a cabo un evento tanto pequeño como de gran magnitud.

Tesis Doctoral

Tema: La industria creativa de la organización de eventos y protocolo. La organización de eventos: como industria creativa emergente.

Nombre del autor: Laura Herrero Ruiz

Institución: Universidad Alicante

Fecha de publicación: España 2012

RESUMEN

La organización de eventos se erige como industria creativa emergente debido a su fuerte componente innovador. Las nuevas demandas sociales requieren de nuevos instrumentos de comunicación, y los eventos se convierten en una plataforma para el futuro profesional al servicio de las estrategias organizacionales. Siguiendo el enfoque propuesto por Rodríguez, R.; Tur, V. Y Olivares, F. (2010), hemos analizado

el concepto de industria creativa, estableciendo la relación existente entre dicho concepto y el concepto de evento, siendo su principal coincidencia el fuerte componente creativo; componente clave y necesario en la gestión de las empresas, las cuales desarrollan estrategias comunicativas para alcanzar sus objetivos. La organización de eventos puede verse como una industria creativa emergente, ya que se trata de una industria que se sirve del elemento creativo e innovador para comunicar las estrategias organizacionales. Tal es así, que la organización de eventos se posiciona como una nueva forma de comunicación, donde los stakeholders pueden interactuar de manera directa con las organizaciones y percibir una imagen positiva o negativa de las mismas a través de la experiencia vivida en el evento (Herrero,2012).

Este trabajo de investigación se relaciona mucho con este proyecto porque el objetivo y meta siempre es la innovación, la creatividad, el profesionalismo, el compromiso con los clientes.

La creatividad es el punto clave para la organización de un evento, debido a que todos los eventos son diferentes y más aún las expectativas que el cliente quiere. Sin embargo el objetivo final de la organizadora es lograr la satisfacción de los clientes. Ofreciendo productos y servicios de calidad.

Los productos y servicios siempre estarán a la vanguardia de las tendencias que estén presentes en el país. Sin antes olvidar que se debe tener claro el concepto de evento para poder brindar una excelencia en el servicio.

2.1.3 Fundamentación

Para el proyecto de tesis se ha determinado las siguientes teorías como parte esencial dentro de la fundamentación:

Francesc González Reverte – Soledad Morales Pérez

Enfrentar el reto de organizar un evento requiere profesionalidad, rigor y estrategia. Hace falta tener en cuenta que la planificación y gestión de un evento se tiene que considerar y ver como un proceso interdisciplinar que requiere de una coordinación eficiente y eficaz entre los diversos agentes. La planificación estratégica aplica a la

gestión de eventos lo que se expone en este apartado, nos ayuda a identificar los objetivos del evento, a diseñarlo de acuerdo con ellos, a producirlo siguiendo lo que se ha planificado y a medir sus resultados para aprender y mejorar continuamente.

Estas etapas forman lo que actualmente se denomina el Meetings architecture, un término que está tomando fuerza y que se refiere a la planificación organización estratégica de eventos (Vanneste, 2008). Según esta teoría el organizador de eventos, igual que un arquitecto ayuda al propietario a construir su casa, contribuye a construir un evento, a hacer de las ideas una realidad. Para hacerlo, se siguen las siguientes etapas.

1. Identificar los objetivos de los eventos, considerando tanto los explícitos como los potenciales.
2. Diseñar el evento en base a estos objetivos utilizando herramientas conceptuales, humanas, artísticas, técnicas y tecnológicas.
3. Producir el evento y producirlo según lo que se ha planificado.
4. Evaluar y medir los resultados y hacer un seguimiento

Luz Angélica Patiño Díaz

Uno de los aspectos que se consideran de mayor importancia para proyectar una correcta imagen empresarial son los eventos empresariales. Y se consideran de mucha importancia ya que esta ocasión permite poner en práctica, o mostrar, la cultura organizacional y la cultura que cada persona o trabajador posee.

Adicionalmente, es una oportunidad para demostrar que su cultura personal está basada en unos buenos cimientos, y que las normas de etiqueta no están por demás olvidadas.

Eulogio Rodríguez Milares

Cada evento es una empresa transitoria y colectiva, dos rasgos que solo pueden ostentar esta modalidad turística, lo que la convierte entre otras razones, en una modalidad compleja y única a la cual ninguna otra se le parece. Pero también cada evento es un producto que comienza a diseñarse desde que se inician los trámites, para captar una sede o para desarrollar y realizar un evento de diseño propio y desaparece unas semanas después de realizado dicho evento. Como producto, se

rige por las mismas leyes del marketing como se rige cualquier otro producto por lo que exige un adecuado diseño, vías, tiempos, soportes y mecanismos correctos para su promoción y poder lograr su comercialización. Es decir, presentarlo bien para venderlo bien.

Otro aspecto importante a señalar es que pese a los altos ingresos que generan los eventos al sector turístico, su mayor importancia no está dada solo por este motivo. La mayor importancia de los eventos es ser la única modalidad turística que está encaminada en primer lugar al desarrollo del conocimiento científico y técnico de la sociedad que propicia los más productivos intercambios de experiencia entre comunidades de las más diversas profesiones científicas, medicas, culturales, deportivas, técnicas, etc. Eso es lo que motiva a cada constitución, desarrollar los eventos, de los que se benefician principalmente desde el punto de vista financiero, las empresas turísticas que son las que reciben los mayores ingresos por los servicios prestados y las empresas terrestres y aéreas de transporte de pasajeros, con las cuales hay que cerrar alianzas en el marco del comité organizador

2.2 MARCO LEGAL

Constitución de la República del Ecuador

Sección novena: Personas usuarias y consumidoras

Art- 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y pro la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Art. 53.- Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación.

Art. 54.- Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore.

LEY DE TURISMO

Capítulo I

Generalidades

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Art. 3.- Son principios de la actividad, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos y básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

Capítulo II

De las actividades turísticas y de quienes las ejercen

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

e. La de intermediación, agencias de servicios turísticos y organizadoras de eventos, congresos y convenciones; y,

Art. 6.- Los actos y contratos que se celebren para las actividades señaladas en esta Ley estarán sujetas a las disposiciones de este cuerpo legal y en los reglamentos y normas técnicas y de calidad respectivas.

Art. 7.- Las personas jurídicas que no persigan fines de lucro no podrán realizar actividades turísticas para beneficio de terceros.

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta ley;

b. Dar publicidad a su categoría;

c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario, instalación o establecimiento.

d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,

e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

Art. 11.- Los empresarios temporales, aunque no accedan a los beneficios de esta Ley están obligados a obtener un permiso de funcionamiento que acredite la idoneidad del servicio que ofrecen y a sujetarse a las normas técnicas y de calidad.

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetaran a lo dispuesto en esta Ley y a los reglamentos respectivos.

Capítulo V

De las categorías

Art. 19.- El Ministerio de Turismo establecerá privativamente las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo. Estas categorías deberán sujetarse a las normas de uso internacional. Para este efecto expedirá las normas técnicas y de calidad generales para cada actividad vinculada con el turismo y las específicas de cada categoría.

REGLAMENTO GENERAL DE APLICACIÓN A LA LEY DE TRURISMO DEL ECUADOR

Capítulo I

De las actividades turísticas y su categorización

Art. 41.- Alcance de las definiciones contenidas en este reglamento.- para efectos de la gestión pública y privada y la aplicación de las normas del régimen jurídico y demás instrumentos normativos, de planificación, operación, control y sanción del sector turístico ecuatoriano, se entenderán como definiciones legales, y por lo tanto son de obligatorio cumplimiento y herramientas de interpretación en caso de duda,

según lo dispuesto en el Art. 18 del Código Civil Ecuatoriano, las que constan en este capítulo.

Art. 42.- Actividades Turísticas.- Según lo establecido por el Art. 5 de la Ley de Turismo se consideran actividades turísticas las siguientes:

- a) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos, congresos y convenciones; y,

Art. 43.- Definición de las actividades de turismo.- para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley de Turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en ley:

- b) Intermediación

La actividad de intermediación es la ejercida por agencias de servicios turísticos, las sociedades comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas y que, debidamente autorizadas, se dediquen profesionalmente al ejercicio de actividades referidas a la prestación de servicios, directamente o como intermediarios entre los viajeros y proveedores de los servicios.

Son organizadoras de eventos, congresos y convenciones, las personas naturales o jurídicas legalmente constituidas que se dediquen a la organización de certámenes como congresos, convenciones, ferias, seminarios y reuniones similares, en sus etapas de gerenciamiento, planeación, promoción y realización, así como a la asesoría y/o producción de estos certámenes en forma total o parcial; y,

Art. 45.- Quien puede ejercer actividades turísticas.- El ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la ley y demás normas aplicables y que no se encuentren, en las prohibiciones expresas señaladas en la ley y este reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo.

Art. 46.- Quien no puede ejercer actividades turísticas.- Por disposición expresa de la Ley de Turismo, según los Arts. 7 y 60 no podrán ejercer actividades turísticas y por lo tanto no accederán a calificación y registro alguno de los previstos en la ley y este reglamento:

- a. Las sociedades civiles sin fines de lucro definidas como tales por el Título XXIX del Código civil Ecuatoriano; y
- b. Las instituciones del Estado definidas como tales por el Título V de la Constitución Política de la República del Ecuador.

Capítulo II

Del Registro Único de Turismo

Art. 47.- Obligación del Registro Único de Turismo.- Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo. El registro de turismo se efectuara por una sola vez; y, cualquier cambio que se produzca en la declaración inicial deberá notificarse al Ministerio en el plazo máximo de 3º días de ocurrido el hecho, tales como transferencia a cualquier título, arrendamiento, cambio de nombre o razón social, asociación, cambio de local, apertura de sucursal, cierre de establecimiento y otros.

De no cumplirse con este requisito se impondrá una multa de cien dólares (US \$ 100,00) al infractor, y, se procederá a la clausura del establecimiento hasta que se obtenga el registro y licencia única anual de funcionamiento. La reincidencia producirá la clausura definitiva, el pago del doble de la multa; y, la inscripción del empresario en la lista de incumplidos y no podrá concedérsele un registro.

El registro le corresponde mantener al Ministerio de Turismo, aun cuando el trámite puede ser desconcentrado, la información será mantenida a nivel nacional. El Ministerio de Turismo podrá tercerizar los servicios para el análisis de la información mantenida en el registro referido, con la iniciativa privada particularmente con centros especializados en tales servicios, con el objeto de planificar, ejecutar o controlar las actividades que son propias del Ministerio.

Art. 48.- Pago por concepto de registro.- El valor por concepto de registro se hará por una sola vez y, de acuerdo con el detalle que conste en el correspondiente acuerdo ministerial. Los valores podrán ser ajustados anualmente.

El valor por concepto de registro será pagado por una sola vez, siempre que se mantenga la actividad. En caso de cambio de actividad, se pagar el valor que corresponda a la nueva.

Art. 49.- Registro y Razón Social.- El Ministerio de Turismo no concederá el registro, a establecimientos o sujetos pasivos cuya denominación o razón social guarde identidad o similitud con un registro. En caso de haberse concedido un registro que contravenga esta disposición, de oficio o a petición de parte interesada, se anulara el último registro.

Requisitos de competencia laboral

Organizador de eventos

Disposiciones generales

4.1 Descripción de la ocupación. El organizador de eventos se ocupa, principalmente, de planificar, organizar, promocionar, comercializar espacios, productos, servicios y administrar los recursos para la realización de eventos.

5. REQUISITOS

5.1 Resultados esperados

5.1.1 El organizador de eventos debe:

5.1.1.1 Identificar el evento:

- a) Analizar datos de investigaciones de mercado para estar acorde a las tendencias;
- b) Identificar la oportunidad y posibilidad de patrocinio y apoyo;
- c) Realizar estudios de factibilidad del evento;
- d) Identificar y analizar las características del evento;
- e) Identificar el perfil del público objetivo y expectativa de número de participantes;
- f) Definir el objetivo y resultados esperados;
- g) Identificar lugar, estructura y servicios necesarios, complementarios y de terceros;
- h) Analizar y definir cronogramas y calendario;
- i) Planear la programación técnica;
- j) Planificar o programar actividades técnicas;
- k) Analizar y planificar ruedas de prensa, exposiciones, muestras y lanzamientos;

- l) Definir productos y servicios adicionales;
- m) Elaborar estrategia de promoción, comunicación y divulgación;
- n) Organizar el evento.

5.1.1.2 Comercializar espacios y servicios de eventos:

- a) Identificar al cliente potencial;
- b) Mantener contacto con el cliente;
- c) Elaborar y analizar la propuesta, elaborar el contrato o acuerdo y determinar los términos de responsabilidades;
- d) Actuar como relacionador público, vendedor y comprador;
- e) Establecer acuerdos y alianzas comerciales de conformidad con las políticas de la empresa;
- f) Evaluar los resultados;
- g) Negociar precios y formas de pago del espacio y servicios del establecimiento acorde a las políticas;
- h) Controlar agenda;
- i) Recibir y encaminar el pago de anticipos;
- j) Identificar productos y servicios adicionales de la competencia en el mercado;
- k) Analizar flujo de ventas;
- l) Captar patrocinios, apoyo y recursos.

5.1.1.3 Coordinar pre-evento:

- a) Definir metas, acciones estratégicas y logística;
- b) Escoger proveedores y prestadores de servicios;
- c) Formar equipos de trabajo;
- d) Obtener autorización por parte del cliente para la entrega de servicios extras no establecidos en el contrato;
- e) Controlar gastos;
- f) Elaborar protocolo y reglamento para el evento;
- g) Gestionar recursos para gastos de transporte y hospedaje;
- h) Cuidar de los procedimientos legales y de seguros;
- i) Coordinar y controlar la lista de participantes, invitados y expositores;
- j) Elaborar la lista de chequeo de la organización del evento;

- k) Coordinar la organización de un archivo informativo y portafolio del evento;
- l) Examinar y dimensionar equipos, instalación, muebles, señalización y materiales diversos;
- m) Analizar los riesgos y definir la cobertura de seguro;
- n) Mantener flujo de información con otras áreas o departamentos.

5.1.1.4 Coordinar la realización del evento:

- a) Determinar el equipo de trabajo que participara en el evento y su programación;
- b) Administrar contratos, acuerdos y alianzas;
- c) Coordinar el transporte y montaje del material de publicidad y equipos necesarios para el evento:
- d) Supervisar el equipo de servicios:
- e) Atender a los medios de comunicación;
- f) Observar higiene, limpieza y presentación de funcionarios y prestadores de servicios:
- g) Acompañar en la realización del evento:
- h) Anticipar correctivos:
- i) Orientar el desmontaje del evento;
- j) Acompañar en la apertura y clausura del evento.

5.1.1.5 Coordinar post – evento:

- a) Elaborar y enviar cartas de agradecimientos de clientes y participantes;
- b) Ordenar la ficha del participante inscrito;
- c) Controlar y coordinar los pagos a proveedores contratados;
- d) Elaborar y presentar informes financieros y solicitudes de requisición;
- e) Presentar la evaluación global del evento;
- f) Generar informes de la comercialización del evento;
- g) Realizar el contrato post-evento con el cliente.

5.1.1.6 Asegurar la rentabilidad:

- a) Impulsar nuevos negocios;
- b) Mantenerse informado sobre todos los aspectos del establecimiento, nuevas tecnologías y negocios;

- c) Establecer y tener la red de contactos;
- d) Trabajar en alianzas con empresas del sector;
- e) Incentivar y desarrollar acciones motivadores, de cooperación, participación y compromiso de equipo;
- f) Analizar resultados frente a los estándares de calidad definidos.

5.1.1.7 Operar equipos:

- a) Operar teléfono, fax, computador, impresor, copiador, calculadora, radio transmisor, equipo audio visual y equipo de incendio.

5.1.1.8 Velar por la seguridad y privacidad del cliente y de los participantes:

- a) Asegurar la privacidad de la información del cliente y de los participantes;
- b) Supervisar el control de acceso al evento;
- c) Hacer cumplir los procesos de seguridad, accionar la seguridad;
- d) Dirigir y aplicar medidas preventivas y de auxilio en caso de accidentes o emergencias.

5.1.1.9 Asegurar la satisfacción del cliente:

- a) Orientar y acompañar en la atención de clientes y participantes, clientes importantes (VIP)
- b) Prevenir y gestionar los problemas;
- c) Controlar y mantener estándares de calidad;
- d) Asegurar el cumplimiento de la oferta de un servicio personalizado;
- e) Efectuar la evaluación final junto al cliente o participante.

5.2 Competencia

5.2.1 El organizador de eventos, para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base a los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes.

5.2.1.1 Conocimientos:

- a) Métodos de investigación de mercado y análisis de resultados;
- b) Técnicas administrativas para planificación de corto y largo plazo, trazado de estrategia y elaboración de reglamentos y procedimiento operacional;
- c) Procedimientos administrativos y operacionales relativos a eventos;

- d) Procedimientos y métodos de levantamiento de necesidades y establecimiento de precios;
- e) Técnicas de ventas y procesos de comercialización;
- f) Técnicas de negociación y administración de contratos, acuerdos y alianzas;
- g) Reglas de protocolo, ceremonial y etiqueta social;
- h) Requisitos de higiene y apariencia personal ;
- i) Principios legales relativos a la contratación de servicios de terceros, legislación laboral, principios de confidencialidad, ley de derechos de autor y propiedades intelectual;
- j) Técnicas de servicio al cliente;
- k) Métodos de elaboración de presupuesto, análisis financiero y elaboración de informes;
- l) Manejo de personal y relaciones interpersonales;
- m) Vocabulario técnico relativo a hotelería y eventos.

5.2.1.2 Habilidades:

- a) Manejar equipos de trabajo;
- b) Trabajar bajo presión;
- c) Raciocinio numérico aplicado a los negocios;
- d) Raciocinio lógico y verbal para entender y comunicarse de manera clara y articulada, en forma oral y escrita;
- e) Interpretar los requerimientos del cliente;
- f) Interpretar el lenguaje corporal;
- g) Capacidad para tomar decisiones en momentos difíciles o de presión de tiempo.

5.2.1.3 Actitudes:

- a) Innovador. Con nuevas ideas, con imaginación, plantea sugerencia, aporta soluciones.
- b) Atento. Cordial con el cliente, considerado hacia los otros, ayuda a aquellos que lo necesitan, tolerante, comprometido.
- c) Detallista. Metódico, ordenado, preciso, le gusta tener cada cosa en su sitio.
- d) Previsor. Planificador, programa con antelación, disfruta fijando objetivos, proyecta tendencia y planea proyecto.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Animación Turística.- Es toda actividad considerada en la participación e integración de grupos de personas para su entretenimiento.

Atractivos Turísticos.- Es considerado atractivo turísticos a el lugar que ha tenido una transformación para ser un producto turísticos para las personas puedan visitar.

Área Turística.- Conjunto de espacio geográfico que está constituido por diferentes lugares que tenga atracción.

Banquete.- Es cuando hay una variedad de comida que está ubicada en un lugar cercano de la mesa donde las personas pueden servirse lo que ellos quieren.

Calidad.- Es cuando se satisface la necesidad de las personas a través de un servicio o producto.

Catering.- Tiene la función de brindar un servicio de comida de la cual ya ha sido contratado por los clientes para los diferentes eventos.

Competitividad.- Es la capacidad que tiene las empresas para ofrecer, una gran satisfacción a los consumidores con los precios ya establecidos.

Congresos.- Es cuando se reúne un grupo de personas constantemente para poder tratar temas relacionados políticos científicos sociales.

Convenciones.- Es la reunión donde los miembros de la empresa pueden nombrar delegados o representantes para promocionar nuevos productos.

Consumidor.- Es toda persona que compra y contrata servicios para el consumo propio.

Demanda Turística.- Es toda cantidad de bienes y servicios que están en disposición para los turistas y puede ser en un país, región zona.

Desarrollo Económico.- Es todo ingreso de producto con su crecimiento con la estructura social y económica de un país.

Desarrollo Social.- Es el desarrollo del capital humano y social dentro de una sociedad, lo que da a una evolución positiva entre las relaciones de los individuos para el futuro social.

Desarrollo sostenible.- Es la necesidad de satisfacer los actuales recursos sin comprometer las futuras generaciones.

Desarrollo sustentable.- Es cuando se involucran una serie de medidas encaminadas hacia la administración la responsabilidad de los recursos naturales para su equilibrio y preservación.

Destinos turísticos.- Es un lugar ubicado en una área o zona lejana donde los turistas puedan visitarla.

Eficiencia.- Se trata de utilizar los medios disponibles para llegar a una meta con el menor tiempo posible y con el mínimo uso posible de los recursos.

Etiqueta.- Es el conjunto de reglas y costumbres que se tiene dentro de la sociedad de como desenvolverse dentro de los diferentes ambientes.

Evento.- Es toda actividad social como fiestas, ceremonias, convención entre otros.

Evento cultural.- Involucra temas como arte y los usos y costumbre de una región o país.

Eventos deportivos.- Son eventos espectaculares y programados para diferentes ciudades y países y esto atraen a los turistas para la observación de los juegos.

Eventos empresariales.- Ese todo acto empresarial para presentar un producto o servicio y marca para que los clientes tengan la oportunidad de conocer el producto y tener una fidelización del mismo.

Evento social.- Es todo evento organizado y planificado por personas para personas como cumpleaños.

Gastos turísticos.- Es todo salida de dinero por alojamiento alimentación y bebidas compras.

Infraestructura.- Son los bienes y servicios para poder sostener las estructuras sociales y productivas y asentamiento de los humanos.

Instalaciones.- Es el acto de colocar y arreglar determinados equipos y redes fijas con el objetivo de cumplir funciones para las que han sido diseñadas.

Mantelería.- Es todo elementos textil utilizado para el acto de presentación de las comida.

Menaje.- Son los utensilios utilizados en la cocina y para los servicios de las mesas.

Mercado turístico.- Están compuesta por empresas que brindan servicios y productos como hoteles restaurantes agencias de viajes ya que estas instalaciones son utilizados por los turistas.

Meta.- Son los objetivos y propósitos de una persona u organización para el cumplimiento de un deseo.

Objetivos.- Es plantear una meta o propósito a alcanzar.

Ofertas turísticas.- Conjunto servicios y elementos compuestos por la planta turística.

Organización de eventos.- Es el proceso de planificación y producción de los diferentes eventos como fiestas convenciones ceremonias etc.

Planificación.- Es la acción de planificar alguna actividad o tarea que llevara a cabo una persona.

Planta turística.- Son servicios que se le vende a los turistas por actividades públicas y privadas para la prestación de servicios.

Posillero.- Es la acción limpiar, lavar los cubiertos cristales ollas y utensilios con el objetivo de tener una higiene acorde con la seguridad alimentaria.

Producto turístico.- Es todo bien o servicio de la oferta turística.

Profesionales.- Son los que ejercen una profesión y para convertirse en profesional se debe tener estudios universitarios.

Programa.- Es la acción de realizar las cosas expuestas y planificadas en un itinerario.

Promoción.- Término de mencionar lo que sucede al momento de promover algo.

Promoción turística.- Se refiere a toda acción de tomar las iniciativas para dar a conocer y así poder incrementar las ventas de algún producto o servicios.

Publicidad.- Es una forma que intenta incrementar la producción de diferentes servicios por medio de comunicación tecnológica para tener un buen resultado y atención de los consumidores.

Proyecto.- Es el conjunto de actividades de las que se tuvo que planificar y coordinar en un lapso de tiempo para la presentación y ejecución del mismo.

Recursos Técnicos.- Son aquellas herramientas e instrumentos que se utilizan para la coordinación de otro recurso.

Rentabilidad.- Es la acción de producir, generar beneficios para la inversión realizado.

Servicios.- Es el conjunto de actividades que se brinda y ofrece para las necesidades del cliente.

Sustentable.- Es la acción que se refiere a la acción que tiene el hombre con su entorno.

Sostenible.- Es la acción de conservar los recursos sin comprometerlos a las futuras generaciones.

Turismo.- Es el conjunto de actividades que están entrelazadas con el ocio viajes y alimentación con la finalidad de conocer diferentes lugares del país y del mundo con un lapso de 365 días.

Turista.- Es la acción de trasladarse de un lugar a otros por ocio o por negocios.

Vajillas.- Consiste en todos los utensilios básico y no básico para el servicios de las mesas para el traslado presentación de la comida y vajillas está compuesto por platos, copas vasos etc.

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

Con la implementación de la empresa organizadora de eventos en el Cantón el Triunfo se brindara un servicio de calidad, logrando así la satisfacción de los clientes y un desarrollo económico social y turístico.

2.4.2 Hipótesis Particulares

Si las empresas organizadoras de eventos no disponen de personal capacitado entonces los eventos no se desarrollaran con la calidad del servicio solicitado.

Si no se disponen de las herramientas ni recursos técnicos precisos para la ejecución de los eventos entonces provocará insatisfacción de los clientes.

El desconocimiento referente a la organización apropiada de los eventos inducirá a una mala aceptación por parte de los consumidores.

2.4.3 Declaración de las Variables

Cuadro 1. Declaración de variables

HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLE INDEPENDIENTE	VARIABLE DEPENDIENTE
Con la implementación de la empresa organizadora de eventos en el Cantón el Triunfo se brindará un servicio de calidad, logrando así la satisfacción de los clientes y un desarrollo económico social y turístico.	Organizadora de eventos	Desarrollo económico social y turístico.
HIPÓTESIS PARTICULARES	VARIABLE INDEPENDIENTE	VARIABLE DEPENDIENTE
Si las empresas organizadoras de eventos no disponen de personal capacitado entonces los eventos no se desarrollaran con la calidad del servicio solicitado.	Personal capacitado	Calidad del servicio solicitado.
Si no se disponen de las herramientas ni recursos técnicos precisos para la ejecución de los eventos entonces provocará insatisfacción de los clientes.	Herramientas y recursos técnicos.	Insatisfacción de los clientes.
El desconocimiento referente a la organización apropiada de los eventos incitará a una mala aceptación por parte de los consumidores.	Bajo índice de conocimientos.	Mala aceptación por parte de los consumidores.

2.4.4 Operacionalización de las Variables

Cuadro 2. Operacionalización de las variables

VARIABLES INDEPENDIENTES	CONCEPTOS	INDICADORES	INSTRUMENTO
Organizadora de eventos	Asesoramiento, organización y coordinación de eventos de todo tipo de eventos.	% de organizadoras de eventos.	Encuesta
Personal capacitado	Profesionales con conocimientos en base a la organización de un evento.	% de conocimientos.	Encuesta
Herramientas y recursos técnicos	Sirven de instrumentos para la coordinación de otros recursos.	% de rentabilidad.	Encuesta
Desconocimiento de organización	Ausencia de experiencia y aprendizaje en el área de organizadoras de eventos.	# de capacitaciones.	Encuesta
VARIABLES DEPENDIENTES	CONCEPTOS	INDICADORES	INSTRUMENTO
Desarrollo económico social y turístico.	Actividad que mejora la calidad de vida y genera beneficios económicos y sociales a la localidad.	% de ventas % de satisfacción % de publicidad	Encuesta
Calidad del servicio solicitado.	Características que responden a las necesidades de los clientes logrando la satisfacción de los mismos.	% de ingreso que tiene la organizadora de eventos.	Encuesta
Insatisfacción de los clientes.	Falta de resultados positivos en el momento de la venta de un producto o servicio.	% de evaluación de nuestros servicios.	Encuesta
Mala aceptación por parte de los consumidores.	Pocas expectativas del producto y servicio que se brinda.	% de clientes que requieren nuestros servicios.	Encuesta

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

3.1.1 Según su finalidad:

Aplicada.- la investigación es aplicada debido a que los conocimientos obtenidos se aplican de manera inmediata para resolver una problemática.

3.1.2 Según su objetivo gnoseológico:

Descriptivas.- utilizamos este tipo de investigación porque permite describir los aspectos más relevantes de una circunstancia, característica o situación de una persona, animal o cosa. Además en este tipo de investigación se encuentra establecida la técnica de las encuestas.

Correlacionales.- este tipo de investigación permite tener una mejor percepción de la relación o semejanza de las variables o resultados.

Explicativas.- permite analizar la causa y efecto de la relación de las variables, su objetivo principal es la prueba de la hipótesis y da razones del porqué de los fenómenos.

3.1.3 Según su contexto:

De campo.- es la investigación que permite obtener información desde el mismo lugar donde se ha presentado la problemática.

3.1.4 Según el control de variables:

No experimental.- este tipo de investigación permite estar más cerca de las variables debido a que se formulan hipotéticamente como reales. Es por ello que analiza las variables mediante su contexto natural para que posteriormente sean analizados.

3.1.5 Según la orientación temporal:

Históricas.- este tipo de investigación la emplearemos debido a que recolectaremos datos o sucesos ocurridos en el pasado y poder relacionarlos con el presente y futuro.

Longitudinales.- utilizaremos este tipo de investigación porque nos permite comparar datos obtenidos en diferentes tiempos siempre y cuando sea de una misma población o situación.

Dentro del diseño de la investigación es de tipo cuantitativa y cualitativa debido a que empleamos varias técnicas como estadísticas, matemáticas, etc.

Además permite interpretar cualidades que se presentan durante el tiempo de estudio de la problemática.

3.2 LA POBLACION Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la población

En el Cantón el Triunfo actualmente el promedio de habitantes es de 44.778 según el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) 2010. Es por ello que este proyecto va enfocado a las personas con un promedio de edad entre los 19 años y 65 años de edad.

3.2.2 Delimitación de la población

La población estará delimitada considerando factores geográficos y demográficos, que a continuación describiremos:

Delimitación Geográfica:

País: Ecuador

Región: Costa

Provincia: Guayas

Cantón: El Triunfo

Delimitación demográfica:

Edad: Personas de 19 a 65 años

Género: Masculino y femenino

3.2.3 Tipo de muestra

En el diseño de investigación se ha tomado la muestra probabilístico.

3.2.4 Tamaño de la muestra

La población es finita y está delimitada por el censo, mediante el cual podremos tener una muestra la cual aplicaremos en la siguiente formula:

$$n = \frac{N p q}{Z_2^2 (N-1) E_2 + p q}$$

Dónde:

n: tamaño de la muestra

N: tamaño de la población

p: posibilidad de que ocurra un evento, p= 0,5

q: posibilidad de no ocurrencia de un evento, q= 0,5

E: error, se considera el 5%; E= 0,05

Z: nivel de confianza, que para el 95%, Z= 1,96

$$n = \frac{N p q}{(N-1) E^2 + p q Z^2}$$
$$n = \frac{44778(0,5)(0,5)}{\frac{(44778-1)0,05^2}{1,96^2} + 0,25}$$
$$n = \frac{11194,5}{29,3896}$$
$$n = 380,9007$$
$$n = 381$$

3.2.5 Proceso de selección

En lo antes expuesto se encuentra la delimitación de la población, es por ello que se desarrolla en base al universo sujeto de estudio.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1 Métodos teóricos

Se emplearan los métodos científicos y matemáticos, que a continuación se describen:

3.3.1.1 Método inductivo

Este método utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones cuya aplicación sea de carácter general.

3.3.1.2 Método deductivo

Este método de razonamiento consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, etc., de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares.

3.3.1.3 Método matemático

Este método es de gran importancia porque es útil en el momento en que recopilamos los datos en las encuestas y de esta manera procedemos a tabular los datos obtenidos, lo cual permite tener conocimientos de estos resultados para planear objetivos

3.3.2 Métodos empíricos

En este método empírico se utilizan técnicas, y es por ello que aplicaremos las encuestas.

3.3.3 Técnicas e instrumentos

La técnica que utilizamos es la encuesta, porque es una herramienta que permite obtener una información valiosa, y los encuestados no se sienten influenciados por nada. En la encuesta se encuentra el nombre de la institución, objetivo; la cual cuenta con la suma de 10 preguntas.

3.4 TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

La técnica utilizada es un cuestionario aplicado en la encuesta, lo cual nos permite obtener los resultados que serán procesados a través del programa Excel, para su posterior tabulación, que permite graficar, y se continua efectuando una lectura interpretativa de los datos obtenidos y finalmente se hará un análisis para poder hacer la verificación de las hipótesis.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

De la situación actual del cantón el Triunfo surge la idea de la implementación de una empresa organizadora de eventos, para lo cual se desea cumplir con las expectativas de los clientes, y se realizó una encuesta dirigida hacia la población del Cantón el Triunfo.

Mediante la técnica de las encuestas se obtendrá los datos para proceder a la tabulación y, por tanto realizar el análisis de las preguntas y así responder y comprobar cada una de las hipótesis planteadas en el estudio del diseño del proyecto. Las encuestas son de gran aportación para la investigación de mercado porque de esta manera se conoce los gustos y preferencias de los clientes, y poder conocer si la empresa que se tiene en mente va a desarrollarse y hacia que publico va dirigida.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA, Y PERSPECTIVAS

4.2.1 Análisis de las encuestas

Continuación mediante la representación de gráficos y cuadros nos permitirá conocer la información adecuada para el análisis de implementación de la empresa organizadora de eventos en el Cantón el Triunfo.

Pregunta 1: ¿Considera usted que la implementación de una empresa organizadora de eventos en el Cantón el Triunfo brindara un servicio de calidad?

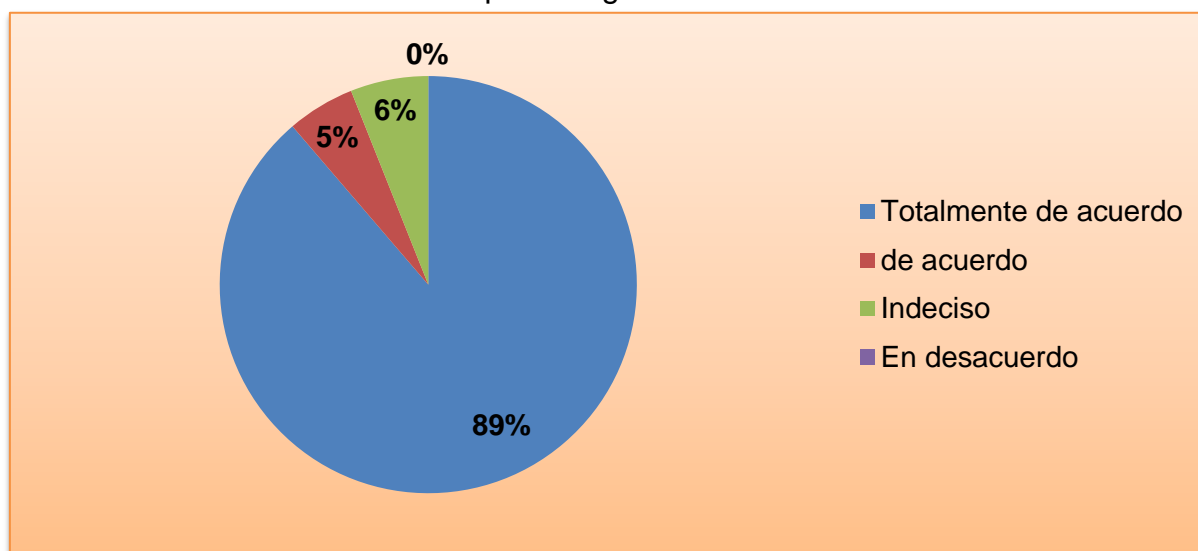
Cuadro 3. Empresa organizadora de eventos

Alternativas	N° De encuestas	%Porcentaje
Totalmente de acuerdo	338	88,71%
de acuerdo	20	5,25%
Indeciso	23	6,04%
En desacuerdo	0	0,00%
Total	381	100,00%

Fuente: La Población del Cantón El Triunfo

Autoras: Jenny Ortiz y Gissela Miranda

Gráfico 1. Empresa organizadora de eventos



Fuente: La Población del Cantón El Triunfo

Autoras: Jenny Ortiz y Gissela Miranda

El resultado de la encuesta para la pregunta # 1 fue el siguiente: el 89% de los encuestados consideran que la implementación de la empresa organizadora de eventos en el Cantón el Triunfo brindara un servicio de calidad, mientras que el 5% de los encuestados están de acuerdo y el 6% están indeciso y el 0% en desacuerdo. El porcentaje anterior demuestra que la hipótesis planteada que dice: “con la implementación de la empresa organizadora de eventos en el Cantón el Triunfo se brindara un servicio de calidad” es correcta.

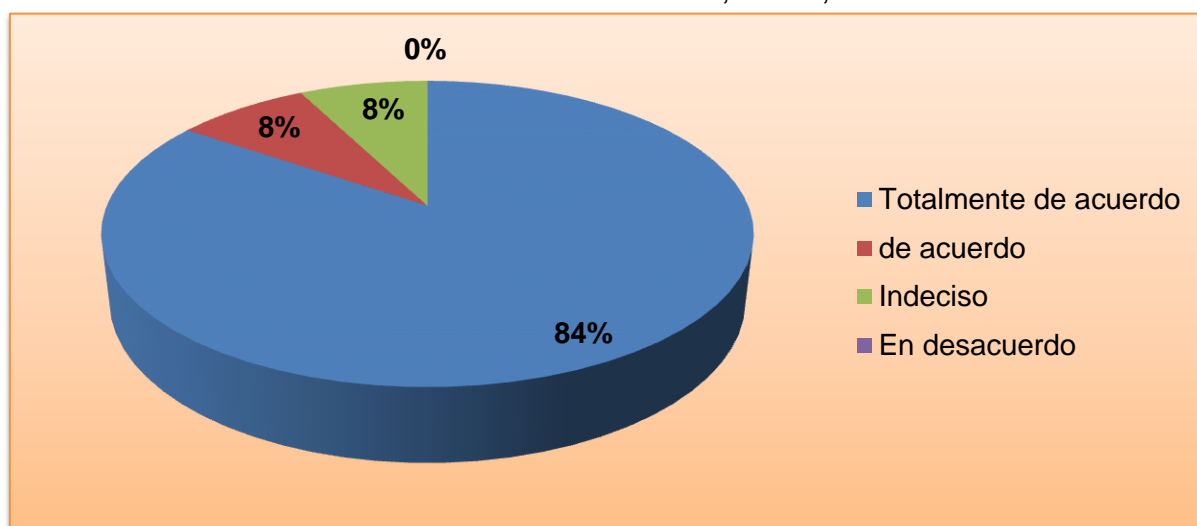
Pregunta 2: ¿Cree usted que las empresas organizadoras de eventos contribuirán a un desarrollo económico, social y turístico en el Cantón el Triunfo?

Cuadro 4. Desarrollo económico, social, turístico

Alternativas	N° De encuestas	%Porcentaje
Totalmente de acuerdo	322	84,51%
de acuerdo	30	7,87%
Indeciso	29	7,61%
En desacuerdo	0	0,00%
Total	381	100,00%

Fuente: La Población del Cantón El Triunfo
Autoras: Jenny Ortiz y Gissela Miranda

Gráfico 2. Desarrollo económico, social, turístico



Fuente: La Población del Cantón El Triunfo
Autoras: Jenny Ortiz y Gissela Miranda

El resultado de la encuesta para la pregunta # 2 fue el siguiente: el 84% de los encuestados creen que las empresas organizadoras de eventos contribuirán a un desarrollo económico, social y turístico en el Cantón el Triunfo, mientras que el 8% de los encuestados están de acuerdo y el 8% están indeciso y el 0% en total desacuerdo. El porcentaje anterior demuestra que la hipótesis planteada que dice “con la implementación de la empresa organizadora de eventos en el Cantón el Triunfo se brindara un servicio de calidad, logrando así la satisfacción de los clientes y el desarrollo económico, social y turístico ” es correcta.

Pregunta 3: ¿Cree usted que brindando un servicio de calidad se logrará la satisfacción de los clientes en la realización de un evento?

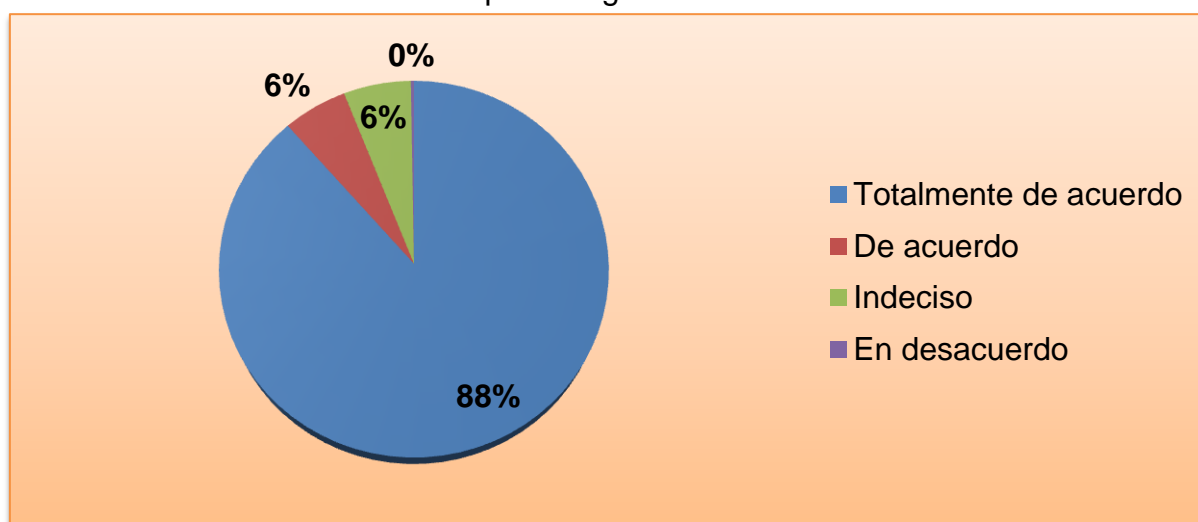
Cuadro 5. Empresa organizadora de eventos

Alternativas	Nº de encuestas	% Porcentaje
Totalmente de acuerdo	337	88,45%
De acuerdo	21	5,51%
Indeciso	22	5,77%
En desacuerdo	1	0,26%
Total	381	100,00%

Fuente: La Población del Cantón El Triunfo

Autoras: Jenny Ortiz y Gissela Miranda

Gráfico 3. Empresa organizadora de eventos



Fuente: La Población del Cantón El Triunfo

Autoras: Jenny Ortiz y Gissela Miranda

El resultado de la encuesta para la pregunta # 3 fue el siguiente: 88% de los encuestados creen que brindando un servicio de calidad se logrará la satisfacción de los clientes en la realización de un evento, mientras que el 6% de los encuestados están de acuerdo, y el 6% están indeciso y el 0% en total desacuerdo. El porcentaje anterior demuestra que la hipótesis planteada que dice: “con la implementación de la empresa organizadora de eventos en el Cantón el Triunfo se brindara un servicio de calidad, logrando así la satisfacción de los clientes y el desarrollo económico, social y turístico ” es correcta.

Pregunta 4: ¿Considera usted que el desarrollo turístico destaca cuando se brinda un servicio de calidad por parte de las empresas organizadoras de eventos?

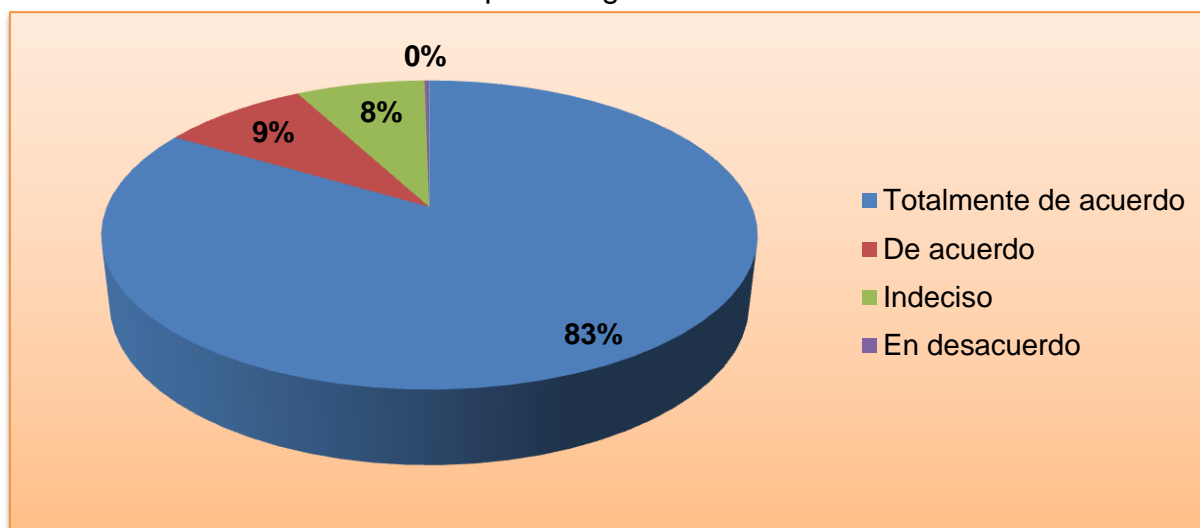
Cuadro 6. Empresa organizadora de eventos

Alternativas	Nº de encuestas	% Porcentaje
Totalmente de acuerdo	318	83,46%
De acuerdo	33	8,66%
Indeciso	29	7,61%
En desacuerdo	1	0,26%
Total	381	100,00%

Fuente: La Población del Cantón El Triunfo

Autoras: Jenny Ortiz y Gissela Miranda

Gráfico 4. Empresa organizadora de eventos



Fuente: La Población del Cantón El Triunfo

Autoras: Jenny Ortiz y Gissela Miranda

El resultado de la encuesta para la pregunta # 4 fue el siguiente: El 83% de los encuestados consideran que el desarrollo turístico destaca cuando se brinda un servicio de calidad por parte de las empresas organizadoras de eventos, mientras el 9% de los encuestados están de acuerdo, 8% de los encuestados están indeciso y el 0% en desacuerdo. El porcentaje anterior demuestra que la hipótesis planteada que dice: “con la implementación de la empresa organizadora de eventos en el Cantón el Triunfo se brindara un servicio de calidad, logrando así la satisfacción de los clientes y el desarrollo económico, social y turístico ” es correcta.

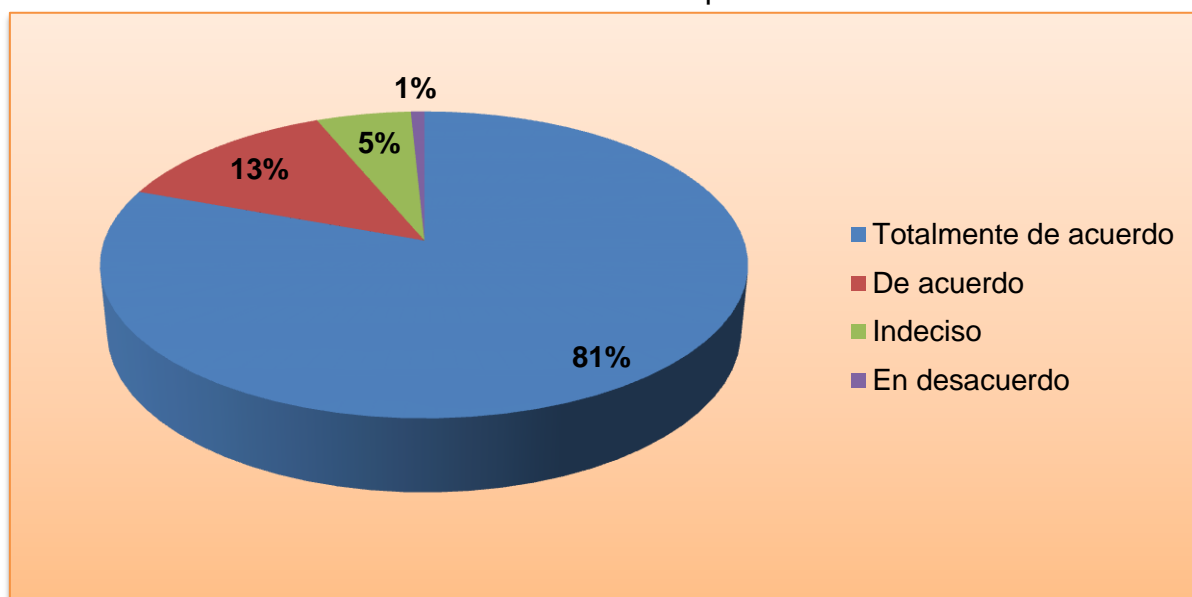
Pregunta 5: ¿Considera usted que es suficiente disponer de un personal capacitado para la realización de los eventos?

Cuadro 7. Personal capacitado

Alternativas	Nº de encuestas	% Porcentaje
Totalmente de acuerdo	307	80,58%
De acuerdo	50	13,12%
Indeciso	21	5,51%
En desacuerdo	3	0,79%
Total	381	100,00%

Fuente: La Población del Cantón El Triunfo
Autoras: Jenny Ortiz y Gissela Miranda

Gráfico 5. Personal capacitado



Fuente: La Población del Cantón El Triunfo
Autoras: Jenny Ortiz y Gissela Miranda

El resultado de la encuesta para la pregunta # 5 fue el siguiente: el 81% de los encuestados consideran que es suficiente disponer de un personal capacitado para la realización de los eventos, mientras que el 13% de los encuestados, están de acuerdo y el 5% indecisos y el 1% en total desacuerdo. El porcentaje anterior demuestra que la hipótesis planteada que dice: “si las empresas organizadoras de eventos no disponen de personal capacitado entonces los eventos no se desarrollaran con la calidad del servicio solicitado”, es correcta.

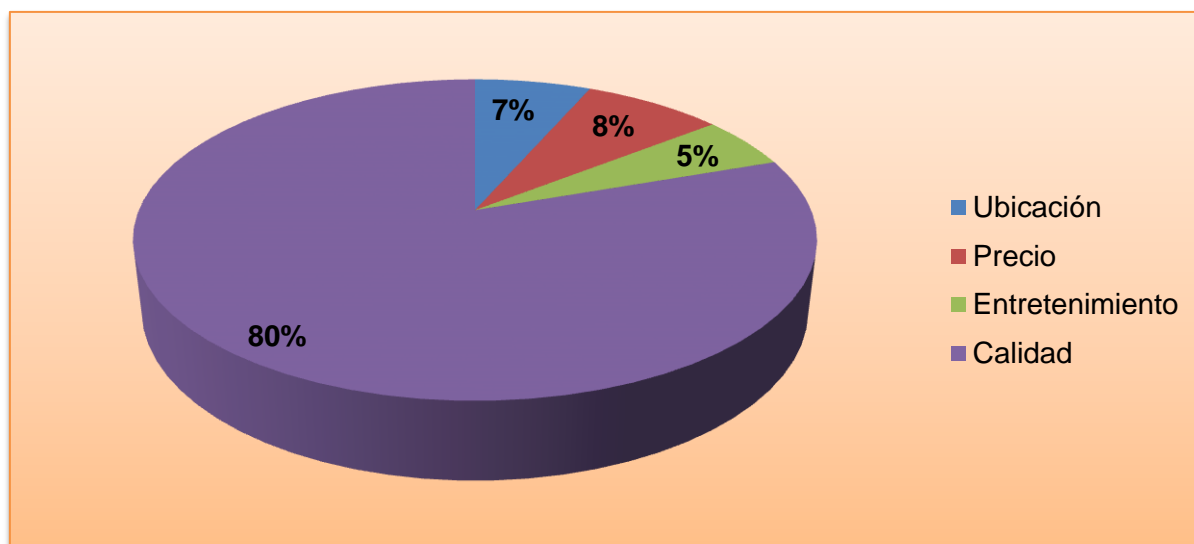
Pregunta 6: A su criterio personal dentro de la realización de un evento que Ud. ha solicitado que considera importante?

Cuadro 8. Servicio solicitado

Alternativas	N° de encuestas	% Porcentaje
Ubicación	25	6,56%
Precio	30	7,87%
Entretenimiento	20	5,25%
Calidad	306	80,31%
Total	381	100,00%

Fuente: La Población del Cantón El Triunfo
Autoras: Jenny Ortiz y Gissela Miranda

Gráfico 6. Servicio solicitado



Fuente: La Población del Cantón El Triunfo
Autoras: Jenny Ortiz y Gissela Miranda

El resultado de la encuesta para la pregunta # 6 fue el siguiente: el 80% de los encuestados a su criterio personal dentro de la realización de un evento que han solicitado consideran importante la calidad, mientras que el 8% de los encuestados por el precio, el 7% por la ubicación y el 5% por el entretenimiento. El porcentaje anterior demuestra que la hipótesis planteada que dice: “si las empresas organizadoras de eventos no disponen de personal capacitado entonces los eventos no se desarrollan con la calidad del servicio solicitado, es correcta.

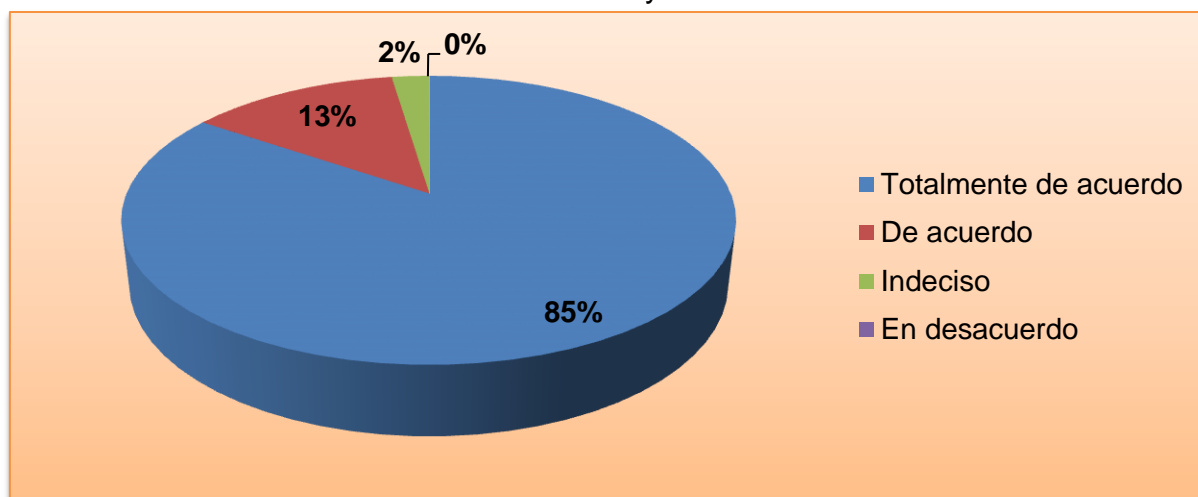
Pregunta 7: ¿Considera usted que es indispensable que una empresa organizadora de eventos cuente con las herramientas y recursos técnicos para la realización de dichos eventos?

Cuadro 9. Herramientas y recursos técnicos

Alternativas	N° de encuestas	% Porcentaje
Totalmente de acuerdo	322	84,51%
De acuerdo	50	13,12%
Indeciso	9	2,36%
En desacuerdo	0	0,00%
Total	381	100,00%

Fuente: La Población del Cantón El Triunfo
Autoras: Jenny Ortiz y Gissela Miranda

Gráfico 7. Herramientas y recursos técnicos



Fuente: La Población del Cantón El Triunfo
Autoras: Jenny Ortiz y Gissela Miranda

El resultado de la encuesta para la pregunta # 7 fue el siguiente: el 85% de los encuestados consideran que es indispensable que una empresa organizadora de eventos cuente con las herramientas y recursos técnicos para la realización de dichos eventos, mientras que el 13% de los encuestados están de acuerdo y el 2% indeciso y el 0% en total desacuerdo. El porcentaje anterior demuestra que la hipótesis planteada que dice: “si no se dispone de las herramientas ni recursos técnicos necesarios para la ejecución de eventos entonces provocara insatisfacción de los clientes”, es correcta.

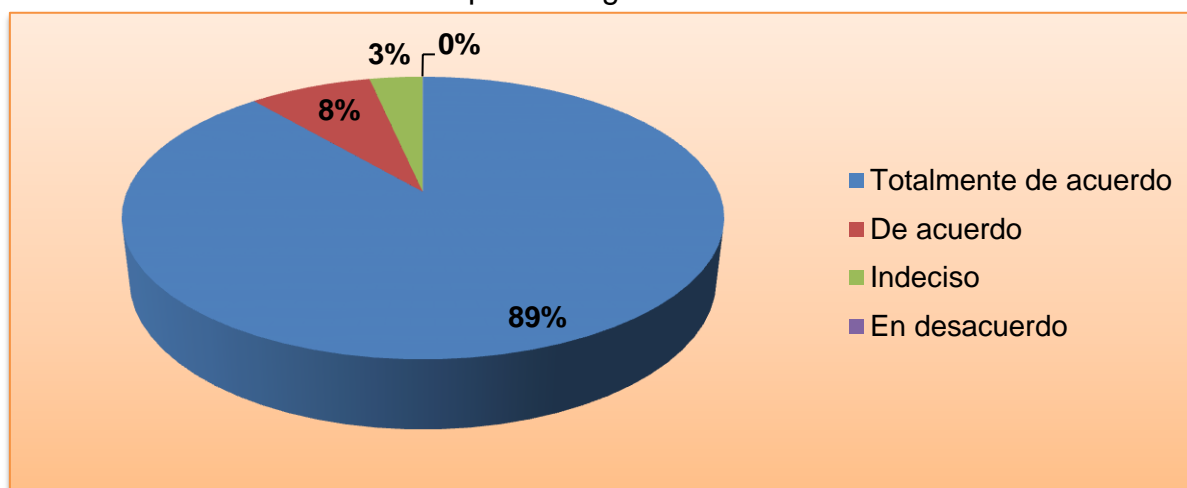
Preguntas 8: ¿Considera usted que al no brindar un servicio de calidad las empresas organizadoras de eventos provocan insatisfacción en los clientes?

Cuadro 10. Empresa organizadora de eventos

Alternativas	N° de encuestas	% Porcentaje
Totalmente de acuerdo	338	88,71%
De acuerdo	30	7,87%
Indeciso	13	3,41%
En desacuerdo	0	0,00%
Total	381	100,00%

Fuente: La Población del Cantón El Triunfo
Autoras: Jenny Ortiz y Gissela Miranda

Gráfico 8. Empresas organizadoras de eventos



Fuente: La Población del Cantón El Triunfo
Autoras: Jenny Ortiz y Gissela Miranda

El resultado de las encuestas para la pregunta # 8 fue el siguiente: el 89% de los encuestados consideran que al no brindar un servicio de calidad las empresas organizadoras de eventos provocan insatisfacción en los clientes, mientras que el 8% están de acuerdo, y el 3% indeciso y 0% en total desacuerdo. El porcentaje anterior demuestra que la hipótesis planteada que dice: “si no se disponen de las herramientas ni recursos técnicos necesarios para la ejecución de eventos entonces provocara insatisfacción de los clientes”, es correcta.

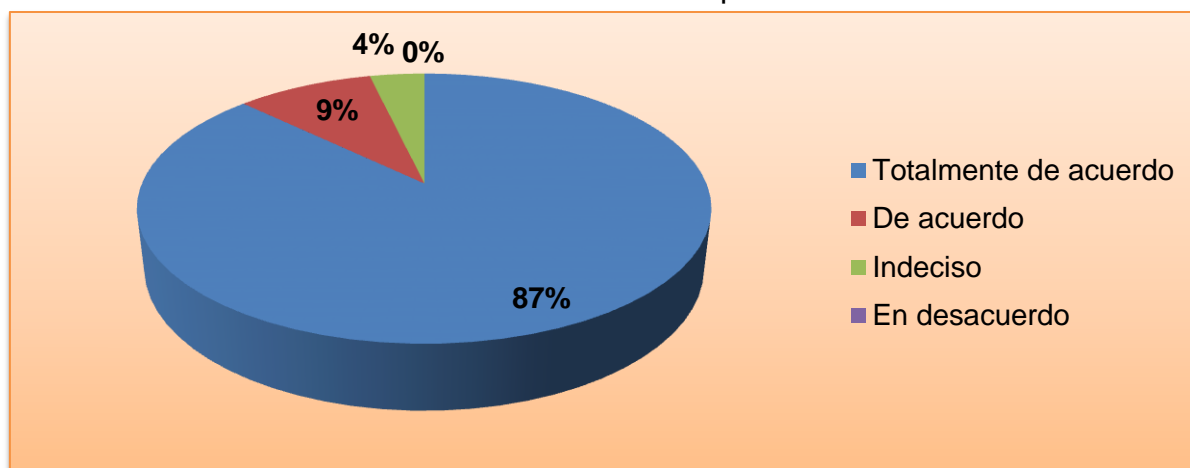
Preguntas 9.- ¿Está de acuerdo en la creación de una empresa organizadora de eventos que brinde servicios completos y tenga conocimientos especializados para una adecuada realización de los eventos en el Cantón el Triunfo?

Cuadro 11. Conocimientos especializados

Alternativas	N° de encuestas	% Porcentaje
Totalmente de acuerdo	332	87,14%
De acuerdo	35	9,19%
Indeciso	14	3,67%
En desacuerdo	0	0,00%
Total	381	100,00%

Fuente: La Población del Cantón El Triunfo
Autoras: Jenny Ortiz y Gissela Miranda

Gráfico 9. Conocimientos especializados



Fuente: La Población del Cantón El Triunfo
Autoras: Jenny Ortiz y Gissela Miranda

El resultado de la encuesta para la pregunta # 9 fue el siguiente: el 87% de los encuestados están totalmente de acuerdo en la creación de una empresa organizadora de eventos que brinde servicios completos y tenga conocimientos especializados para una adecuada realización de los eventos en el Cantón el Triunfo, mientras que el 9% de los encuestados están de acuerdo, y el 4% indeciso y el 0% en total desacuerdo. El porcentaje anterior demuestra que la hipótesis planteada que dice: “el bajo índice de conocimientos referente a la organización adecuada de eventos provocara una mala aceptación por parte de los consumidores”, es correcta.

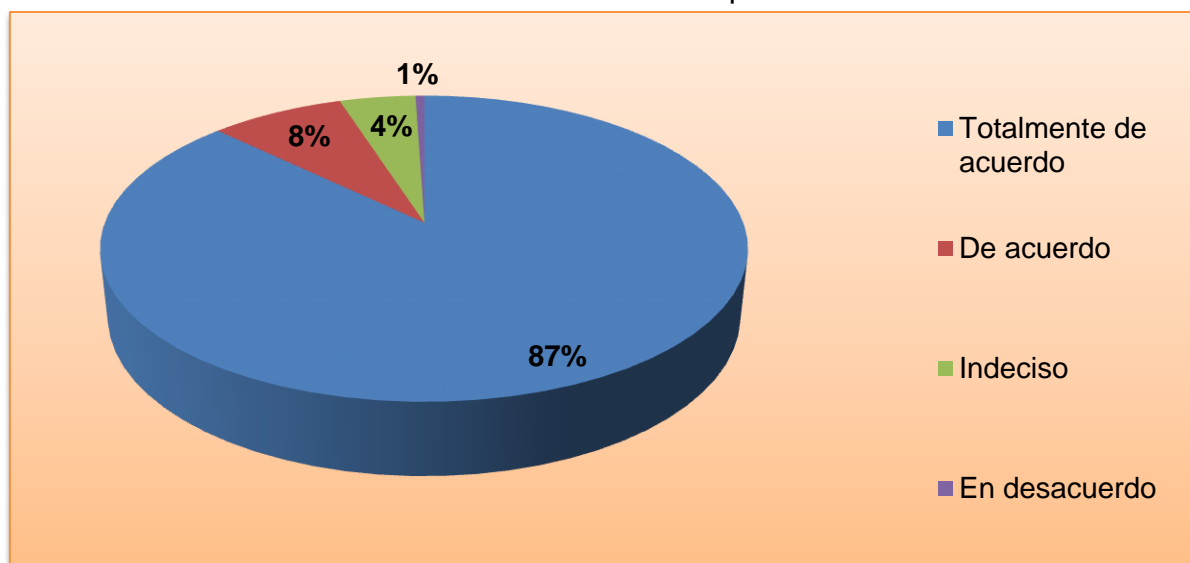
Preguntas 10: ¿Considera usted que el bajo índice de conocimientos por parte del personal de la empresa organizadora de eventos incide en la mala organización de los eventos?

Cuadro 12. Conocimientos especializados

Alternativas	N° de encuestas	% Porcentaje
Totalmente de acuerdo	332	87,14%
De acuerdo	30	7,87%
Indeciso	17	4,46%
En desacuerdo	2	0,52%
Total	381	100,00%

Fuente: La Población del Cantón El Triunfo
Autoras: Jenny Ortiz y Gissela Miranda

Gráfico 10. Conocimientos especializados



Fuente: La Población del Cantón El Triunfo
Autoras: Jenny Ortiz y Gissela Miranda

El resultado de las encuestas para la pregunta # 10 fue el siguiente: el 87 % de los encuestados consideran que el bajo índice de conocimientos por parte del personal de la empresa organizadora de eventos incide en la mala organización de los eventos, mientras que el 8% de los encuestados están de acuerdo, 4% indeciso y el 1% en total desacuerdo. El porcentaje anterior demuestra que la hipótesis planteada que dice: “el bajo índice de conocimientos referente a la organización adecuada de eventos provocara una mala aceptación por parte de los consumidores”, es correcta

4.3 RESULTADOS

El resumen obtenido mediante un proceso de encuestas realizadas a la población del cantón el triunfo en una edad promedio de 19 a 65 años permitió adquirir la información necesaria para darnos cuenta que en dicho cantón no existe una empresa organizadora de eventos que brinden servicios completos y de calidad, y que no disponen de un personal capacitado para la realización adecuada de los eventos lo que ha ocasionado insatisfacción de los clientes. Es por ello que llegamos a la conclusión que el cantón el triunfo requiere de los servicios de una empresa organizadora de eventos que contribuya a un desarrollo económico social y turístico.

4.4 VERIFICACION DE HIPOTESIS

4.4.1 Hipótesis General

La hipótesis general queda aprobada, según los resultados de las preguntas uno, dos, tres y cuatro; lo cual dio un promedio del 86%, indicando entonces que si es necesario “la implementación de la empresa organizadora de eventos, para mejorar el desarrollo económico, social y turístico del Cantón el Triunfo y sectores aledaños”.

4.4.2 Hipótesis Particular

Hipótesis particular 1

La hipótesis particular 1 queda aprobada, según los resultados de las preguntas cinco y seis, la cual dio un promedio del 80%, indicando entonces que si es necesario “ que las empresas organizadoras de eventos cuenten con el personal capacitado, para desarrollar los eventos con la calidad del servicio solicitado”.

Hipótesis particular 2

La hipótesis particular 2 queda aprobada, según los resultados de las preguntas siete y ocho, la cual dio un promedio del 87 %, indicando entonces que si es necesario “que las empresas organizadoras de eventos cuenten con las herramientas y recursos técnicos precisos para la realización de eventos”.

Hipótesis particular 3

La hipótesis particular 3 queda aprobada, según los resultados de las preguntas nueve y diez, la cual dio un promedio de 87 %, indicando entonces que si es necesario “que los dueños de las empresas organizadoras de eventos cuenten con los conocimientos referente a la organización adecuada de los eventos, para lograr la aceptación por parte de los consumidores del Cantón el Triunfo y sectores aledaños.

CAPITULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Creación de una empresa organizadora de eventos orientada a mejorar el desarrollo económico, social y turístico del Cantón el Triunfo, Provincia del Guayas.

5.2 FUNDAMENTACIÓN

Un evento es un programa previamente estructurado que corresponde a una meta específica, en el cual la base fundamental es el ser humano y la relación con el entorno que lo rodea.

Los eventos se manifiestan en contextos grupales y se llevan a cabo en un tiempo y espacio específico.

Tienen objetivos que se fijan con anterioridad, y se desarrollan con la debida conciencia durante todos los periodos de la planificación.

Estos eventos se detallan mediante una clasificación adecuadamente estructurada según las estadísticas presentadas en la investigación de campo, de acuerdo a la naturaleza del evento: sociales, culturales, empresariales, comerciales, deportivos, educativos, políticos, tecnológicos, científicos, creativos; por el grado de exclusividad: públicos y privados; por el alcance y la magnitud del evento: mundial, internacional, nacional, regional y local.

El objetivo y meta de la empresa organizadora de eventos es cumplir con las expectativas que tengan nuestros clientes, brindando un servicio de calidad logrando

de esta manera disminuir los problemas de los clientes en la ejecución de los eventos.

Con la finalidad de que nuestros invitados logren tener un lazo de armonía entre sí, teniendo como ventaja el nacimiento de amistades perdurables y que se fomente el compañerismo dentro del evento como fuera del mismo.

Con el diseño de la creación de una empresa organizadora de eventos en el Cantón el Triunfo se enfoca a brindar un servicio de calidad, y se proyecta a dar a conocer varios lugares o destinos que por uno u otro motivo se encuentran en el abandono o no están en las medidas adecuadas para brindar un servicio.

Otra meta como empresa organizadora de eventos es proporcionar fuentes de trabajo a personas se encuentren capacitadas e interesadas en la planta turística.

Al disponer de un personal capacitado se lograra consigo tener mejores oportunidades de desarrollo a nivel económico, social y turístico; contribuyendo así a las mejoras del Cantón el Triunfo y sus alrededores.

Teniendo en cuenta que estos objetivos antes planteados ayudara a la población del Cantón y a la organizadora de eventos.

5.3 JUSTIFICACIÓN

El objetivo de la propuesta es la implementación de una empresa organizadora de eventos en el Cantón el Triunfo, Provincia del Guayas, mediante la información recopilada de las encuestas realizadas a la población, considerando la edad promedio entre 19 y 65 años otorga como resultado que existe una necesidad visible para la creación de una organizadora de eventos, la misma que generará un desarrollo económico, social y turístico.

Respecto a lo antes mencionado se propone mejorar la economía del Cantón brindando fuentes de trabajo, mejorando la calidad de vida de los habitantes y promoviendo turísticamente al Cantón. Porque una adecuada organización de los eventos será una alternativa para darnos a conocer a nivel nacional e internacional.

Además planteamos como justificación de la propuesta brindar servicios innovadores y de calidad, logrando la satisfacción de los clientes y cubriendo todas sus expectativas.

Teniendo en cuenta que antes de la realización de un evento se debe disponer de un personal adecuado y de los recursos necesarios para llevar a cabo los diferentes tipos de eventos. Porque con ello se pretende disminuir los problemas tanto en la planificación como en el desarrollo del evento.

Y concluimos según la investigación de campo realizada a la población que es indispensable la creación de una empresa organizadora de eventos que se encuentre legalmente establecida.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General de la Propuesta

Implementar una empresa organizadora de eventos alineada a brindar un servicio de calidad, con el fin de satisfacer a los clientes y fomentar un desarrollo económico, social y turístico en el Cantón el Triunfo, Provincia del Guayas.

5.4.2 Objetivos Específicos de la Propuesta

- ❖ Determinar porque no se han implementado este tipo de diseño de proyectos en el Cantón.
- ❖ Identificar los tipos de lineamientos que debe ofrecer la empresa organizadora de eventos.
- ❖ Establecer un plan de estrategias que brinde un servicio de calidad y satisfacción a los diferentes tipos de clientes.

5.5 UBICACIÓN

Las instalaciones de la empresa dedicada a la organización de eventos “Gevic Eventos”, se encuentra ubicada en:

País: Ecuador

Región: Costa

Provincia: Guayas

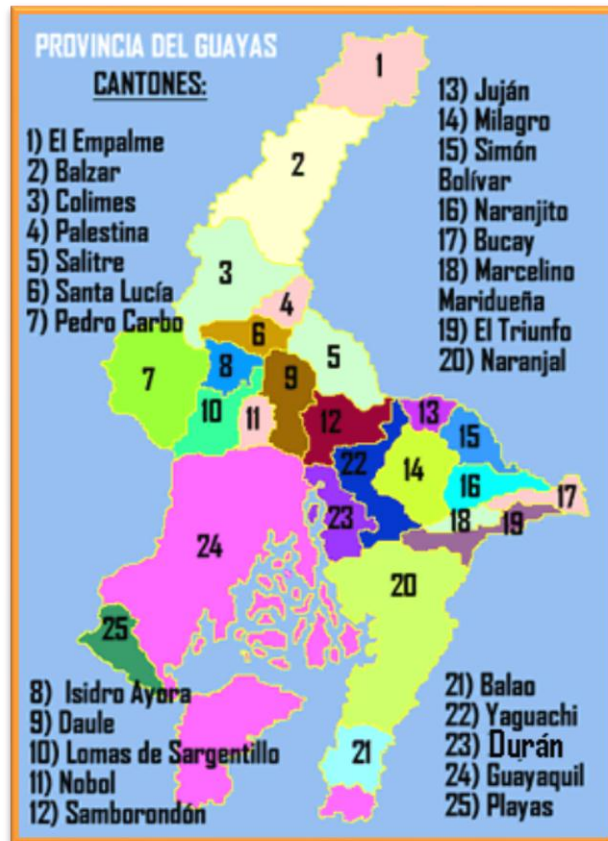
Cantón: El Triunfo

Dirección: 10 de Agosto y Jaime Ròldos Aguilera.

Figura 1. Mapa del Ecuador



Figura 2. Mapa de la Provincia del Guayas



5.6 FACTIBILIDAD

A continuación se describe el estudio de factibilidad:

Administrativamente, para que la empresa sea factible emplearemos diferentes tipos de lineamientos que permitan una adecuada distribución de los recursos y de las tareas que se realicen según lo establecido en las actividades que se lleven a cabo, de esta manera se lograra un eficaz y eficiente uso de los recursos y herramientas técnicas.

Legalmente, la empresa organizadora de eventos es viable porque tiene los conocimientos básicos y necesarios para la obtención de los permisos para el funcionamiento de la empresa, cumpliendo de esta manera las leyes establecidas en la Constitución del Ecuador y la Ley de Turismo.

Presupuestariamente, el negocio es factible porque se dispondrá de un capital propio y un porcentaje será financiando por una institución bancaria. Antes de invertir el capital se realizará un análisis de las herramientas, materiales y equipos que serán necesarios para la realización de dichos eventos, con el fin de hacer una adecuada inversión.

Técnicamente, la empresa organizadora de eventos es realizable porque dispondrá de un personal capacitado en las diferentes áreas en los servicios que se oferten.

Adicionalmente se tendrá las herramientas y recursos técnicos apropiados para la ejecución de los eventos.

5.6.1 Requisitos legales

Requisitos para la creación de la empresa son los siguientes:

1. Permiso de funcionamiento Municipal
2. Permiso del Cuerpo de Bomberos
3. Registro único de contribuyente (RUC)
4. Permiso Sanitario del Ministerio de Salud Pública.

Permiso de funcionamiento en el Cantón el Triunfo

Los documentos para obtener dicho permiso son los siguientes:

- 1.- Copia de cedula del representante legal
- 2.- Una tasa de patente
- 3.- Certificado de no adeudar agua potable
- 4.- Planilla de consumos básico (agua, luz y teléfono)
- 5.- Copia de papeleta de votación del representante legal.
- 6.- RUC de la actividad comercial
- 7.- Ultima declaración del SRI

Permiso del Cuerpo de Bomberos

Para poder obtener este permiso realizaran una inspección adecuada en la empresa organizadora de eventos.

Debe tener:

- 1.- Instalaciones eléctricas en buen estado.
- 2.- Extintores
- 3.- Botiquín de medicinas

Registro Único de Contribuyente

Es necesario obtener para el legal funcionamiento del negocio, debido a que se emitirán facturas, notas de ventas.

Requisitos para tramitar el Ruc

- 1.- Copia de cedula y papeleta de votación del representante legal

- 2.- Nombramiento del representante legal, inscriptos en registro mercantil
- 3.- En el caso d extranjeros: fotocopia y original de cedula de identidad o pasaporte y censo.
- 4.- Documento que certifique la dirección en la que desarrolle la actividad económica; y,
- 5.- Copia del estatuto de la persona jurídica con la certificación de inscripción correspondiente; Ley de la Creación; o Acuerdo Ministerial de Creación.

Permiso Sanitario del Ministerio de Salud Pública

Requisitos:

- 1.- Copia de cedula del representante legal
- 2.- Copia de certificado de votación del representante legal
- 3.- Nombramiento del representante legal
- 4.- Acta de creación de la empresa
- 5.- Solicitud dirigida al Director Provincial de Salud.
- 6.- Copia de certificado de salud del representante legal y de sus empleados.
- 7.- Nombramiento del responsable técnico.
- 8.- Copia del permiso del cuerpo de bomberos
- 9.- Copia del RUC de la empresa

Requisitos y formalidades para la obtención del registro turístico

Persona jurídica:

- 1.- Copia de la cedula de identidad del representante legal.
- 2.- Copia del comprobante de votación
- 3.- Copia del pasaporte para el caso de extranjeros.

- 4.- Copia del registro único de contribuyentes (RUC) de la compañía.
- 5.- Copia del título de propiedad o contrato de arrendamiento del establecimiento a nombre del propietario.
- 6.- Copia certificada de nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en el registro mercantil.
- 7.- Copia certificada de la escritura de constitución de la compañía, debidamente inscrita en el registro mercantil y sus reformas, en caso de existir.
- 8.- Certificado del instituto de propiedad intelectual.
- 9.- Copia del certificado del Cuerpo de Bomberos del Cantón el Triunfo.
- 10.- Lista de precios o carta de servicios de lo que se expende en el establecimiento.
- 11.- Declaración jurada de activos.- el activo fijo del establecimiento (maquinarias, muebles, equipos de oficina, etc.)

Persona natural

- 1.- Copia de la cedula de identidad.
- 2.- Copia del comprobante de votación.
- 3.- Copia de pasaporte para el caso de extranjeros.
- 4.- Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
- 5.- Certificado del Instituto de Propiedad Intelectual.
- 6.- Copia del título de propiedad o contrato de arrendamiento del establecimiento a nombre del propietario.
- 7.- Lista de precios o carta de servicios de los que se expende en el establecimiento.
- 8.- Declaración jurada de activos fijos.- el activo fijo del establecimiento (maquinarias, equipos de oficina, muebles, etc.) se justificara mediante declaración valorizada y firmada por el representante legal o propietario.

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Tipo de empresa: Privada

Razón social: “Givic eventos”

Dirección: 10 de Agosto y Jaime Ròldos aguilera

Misión:

Somos una empresa responsable en brindar un servicio de calidad con personal capacitado, donde el profesionalismo y la innovación es clave para lograr el bienestar de los clientes.

Visión:

Ser una empresa líder en la organización de eventos, reconocida a nivel local y nacional, ofreciendo un excelente servicio para ser la primera elección en la mente de los clientes.

Valores corporativos

Innovación: Poner en práctica los conocimientos y creatividad del personal, en cuanto a la realización de los eventos, ofreciendo nuevos productos y actividades siendo esto una proyección para la empresa.

Trabajo en equipo: trabajar de manera conjunta con el personal, con el objetivo de crear un ambiente acogedor y lograr alcanzar las metas propuestas.

Excelencia: contamos con un personal altamente especializado y capacitado en su área, para tener un buen resultado frente a los clientes.

Responsabilidad: cumplir de manera eficiente en la prestación de los servicios a brindar.

Puntualidad: establecer fechas y horarios para pagos de proveedores y prestadores de servicio.

Honestidad y transparencia: es el pilar fundamental de nuestra empresa, con el fin de tener una buena relación con nuestros proveedores y clientes.

Lealtad: ser fieles a la empresa y comprometernos con nuestros clientes a brindar un servicio de excelencia.

Objetivo general de la empresa

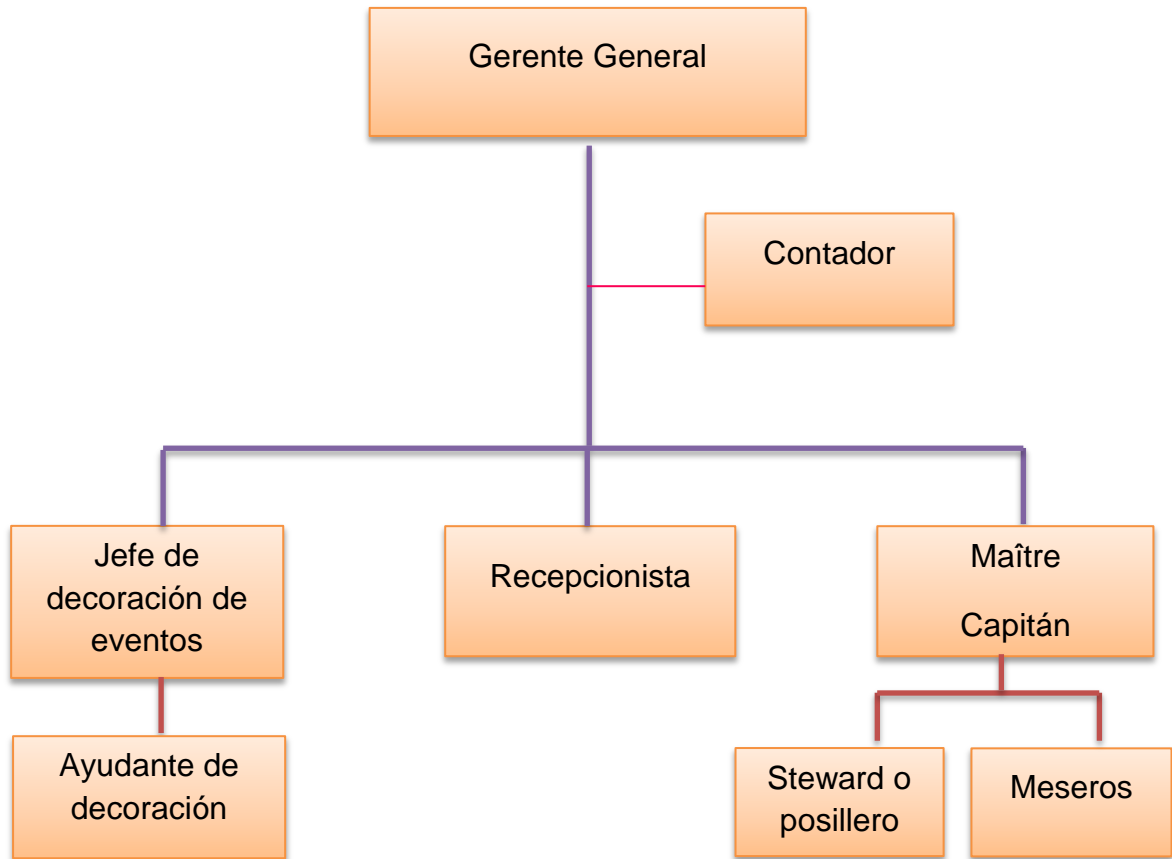
Proponer una innovación en servicios de eventos que ayude a fomentar un grado de satisfacción en los clientes, aprovechando los conocimientos que se tiene en esta área y contribuir al desarrollo económico social y turístico del Cantón el Triunfo.

Objetivos específicos de la empresa

- Ofrecer servicios de calidad que permita ser una empresa reconocida a nivel nacional.
- Orientar a los clientes en todo lo relacionado a la organización de un evento.
- Ser la empresa que pueda cumplir con las expectativas que nuestros clientes requieren.

5.7.1.1 Estructura funcional y procedimientos

Gráfico 11. Organigrama



Elaborado por: Jenny Ortiz y Gissela Miranda

Fuente: Organigrama

Manual de funciones:

Cuadro 13. Manual de funciones del gerente general

Nombre del cargo: Gerente General	Área a la que pertenece: Administrativa
A quien supervisa: Todas las áreas	A quien se reporta: Ninguna
<u>Función principal:</u>	
Es el representante legal de la empresa y el encargado en la toma de medidas correctas para la planeación y control de todas las actividades dentro de la organización	
<u>Funciones específicas:</u>	
Elaborar evaluaciones para los seguimientos de los objetivos ya planteados dentro de la organización. Planificar un plan descriptivo de las diferentes áreas para los trabajadores. Desarrollar un ambiente de trabajo para los individuos Tener una buena relación con los clientes proveedores y empleados para que la empresa siga avanzando	
<u>Requisitos:</u>	
Tener título de Ingeniero comercial o de carreras afines en Administración. Edad entre 28 a 50 años Experiencia mínima de 2 años. Tener las siguientes características Capacidad para resolver problemas	

Cuadro 14. Manual de funciones del contador

Nombre del Cargo: Contadora	Área a la que pertenece: Contabilidad
A quien Supervisa: Ninguno	A quien se reporta: Gerente General
<u>Función principal:</u>	
Es la responsable de llevar la información en el área contable sobre los procesos de contabilidad y dar un informe sobre los estados financieros de la empresa.	
<u>Funciones específicas:</u>	
<p>Llevar un registro sobre las obligaciones legales y tributarias que tiene la empresa para el correcto pago.</p> <p>Encargada de supervisar y controlar las inversiones, gastos, liquidaciones de la empresa.</p> <p>Realiza revisiones de los informes para ver la veracidad de las cuentas de balances y los estados financieros</p> <p>Elabora y determina programas para el racionalización de los costos dentro de la empresa.</p>	
<u>Requisitos:</u>	
<p>Título de contadora publica autorizada y Conocimientos de legislación Tributaria, Finanzas y de Microsoft Office.</p> <p>Tener las siguientes habilidades</p> <p>Liderazgo, trabajar en equipo.</p> <p>Experiencia: de 3 años</p>	

Cuadro 15. Manual de funciones de jefe de decoración de eventos

Nombre del Cargo: Jefe de Decoración de Eventos	<u>Área a la que pertenece:</u> Operativa
A quien Supervisa: Ayudante de Decoración	A quien se reporta: Gerente General
<u>Función principal:</u>	
Es el encargado de la planificación y organización y supervisión de los eventos sean social como matrimonios bodas entre otras y empresariales y es una gran fuente de ingreso para la empresa.	
<u>Funciones específicas:</u>	
<p>Es el encargado de supervisar distribuir controlar al personal que está a su cargo dentro del evento.</p> <p>Elabora programas para la realización del eventos</p> <p>Realiza un informe sobre lo todo lo relacionado para la organización del evento</p> <p>Tener un registro de los invitados comida y demás cosas dentro del eventos</p>	
<u>Requisitos:</u>	
<p>Título superior de Hotelería y Turismo</p> <p>Experiencia de 2 años</p> <p>Saber manejar un grupo de personas, tener conocimientos en eventos.</p>	

Cuadro 16. Manual de funciones de recepcionista

Nombre del Cargo: Recepcionista	Área a la que pertenece: Servicio
A quien Supervisa: Ninguno	A quien se Reporta: Ninguno
<u>Funciones principal:</u>	
<p>Es la responsable de controlar la área de recepción sobre de la atención del público, las llamadas telefónicas, entrevistas personales y ayuda en las actividades administrativas de la institución.</p>	
<u>Funciones específicas:</u>	
<p>Llevar un registro de las llamadas entrantes y salientes de los clientes Da atención a los clientes sobre alguna consulta de los precios en la organización de eventos Tiene un informe con los datos de los clientes y sus requerimientos. Anota los mensajes para las diferentes personas de las diferentes áreas dentro de la empresa.</p>	
<u>Requisitos:</u>	
<p>Tener un título superior Tener una experiencia de 1 año Tener habilidades de: Atención al cliente y trabajar a presión y saber desenvolverse en el área de recepción</p>	

Cuadro 17. Manual de funciones maître – capitán

Nombre del cargo: Maître o Capitán	Área a la que pertenece: Servicio
A quien supervisa: Mesero	A quien se reporta: Ninguno
<u>Función principal:</u>	
Es el responsable de asignar y provee de todo lo necesario para los comensales y es el encargado de ofrecerles el menú y proporcionarles la cuenta a los clientes.	
<u>Funciones específicas:</u>	
<p>Organiza y supervisa al personal que va a estar atendiendo a los clientes</p> <p>Tiene todo organizado antes de que los comensales ingresen al salón</p> <p>Analiza y revisa que todo esté en su sitio y en especial que los meseros estén bien uniformados</p> <p>Supervisa que estén todo los materiales a utilizar en su sitio</p>	
<u>Requisitos:</u>	
<p>Tener experiencia de 1 año</p> <p>Presentación excelente</p> <p>Saber tratar con un grupo de persona.</p>	

Cuadro 18. Manual de funciones de ayudante de decoración

Nombre del cargo: ayudante de decoración.	Área a la que pertenece: Decoración
A quien supervisa: ninguno	A quien se reporta: Jefe de decoración.
<u>Funcion Principal</u>	
<p>Es la colaboración en el montaje y la decoración en la realización del eventos</p>	
<u>Funciones Específicas:</u>	
<p>Seleccionar los materiales que se necesitan para el montaje y decoración para la ambientación del evento.</p> <p>Supervisa que la utilería está completa</p> <p>Coordina trabajos sobre los diseños de los planos para los materiales técnicos para la ejecución y decoración del evento.</p> <p>Seleccionar la ubicación de donde se van poner todo los materiales y herramientas para la decoración.</p>	
<u>Requisitos:</u>	
<p>Tener experiencia</p> <p>Poder trabajar a presión</p> <p>Saber planificar un evento</p>	

Cuadro 19. Manual de Stewart o posillero

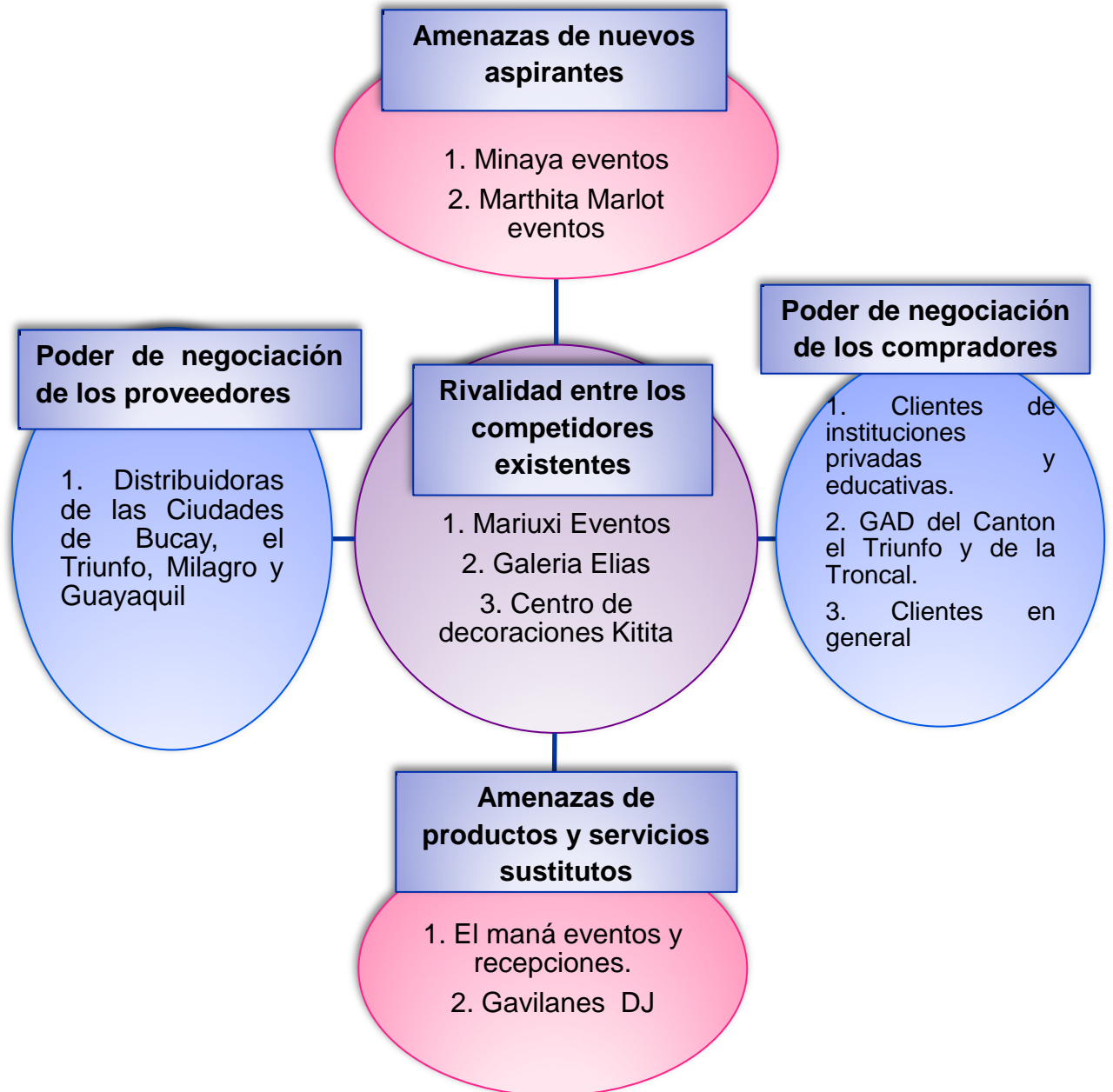
Nombre del cargo: Posillero	Área a la pertenece: Cocina
A quien supervisa: Ninguno	A quien se reporta: Maître o capitán
<u>Función principal:</u>	
Es el encargado de mantener limpio los materiales a utilizar como platos cubiertos y demás materiales útiles para servir los alimentos.	
<u>Funciones específicas:</u>	
Tener limpio y lavado el menaje de la cocina Ubicar los platos en su respectivos lugares Tener desinfectado el área de trabajo del cocinero Mantener limpio los pisos, mesones.	
<u>Requisitos:</u>	
Tener conocimientos en primeros auxilios	

Cuadro 20. Manual de funciones mesero

Nombre del cargo: Mesero	Área a la que pertenece: Servicio
A quien supervisa: Ninguno	A quien se reporta: Maître
<u>Función principal:</u>	
Es el responsable de recibir y llevar a los comensales en sus respectivas mesas y de tomarle el pedido	
<u>Funciones específicas:</u>	
<p>Hace el mise place</p> <p>Realiza el montaje de mesas y vajillas</p> <p>Tiene un inventario sobre las ordenes de comida</p> <p>Realiza la toma del pedido de los comensales que se va a servir.</p>	
<u>Requisitos:</u>	
<p>Tener experiencia</p> <p>Tener cursos en atención al cliente.</p> <p>Tener buenos modales.</p> <p>Estudios superiores.</p>	

5.7.1.2 Análisis de la situación del negocio, desde el punto de vista de las 5 Fuerzas de Michael Porter y el diagnostico FODA.

Gráfico 12. Análisis de las 5 fuerzas de Michael Porter



Elaborado por: Jenny Ortiz y Gissela Miranda
Fuente: Análisis de las 5 fuerzas de Michael Porter

5.7.1.3 Análisis de la situación del negocio, desde el punto de análisis DAFO

Debemos hacer un análisis exhaustivo de la situación de la empresa y evaluar de esta manera las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la organizadora de eventos.

Cuadro 21. Análisis Dafo

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">▪ Variedad de productos y servicios a ofertar.▪ Talento humano altamente capacitado en las diferentes áreas para dar servicios de calidad.▪ Atención personalizada para cumplir con las expectativas de los clientes más exigentes.	<ul style="list-style-type: none">▪ Competencia de las empresas que existen y que cuenten con el apoyo de agencias de publicidad.▪ Necesidad de depender de proveedores al momento de facilitarnos el producto.▪ Incremento en la inflación de los productos y servicios.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">▪ Convenios con los proveedores para que el servicio prestado sea eficaz y eficiente.▪ Desarrollo en el mercado competitivo para difundirnos a nivel del Cantón y la Provincia.▪ Tener convenios con instituciones privadas.	<ul style="list-style-type: none">▪ Aparición de nuevas empresas que ofrezcan nuestros productos y servicios.▪ Crisis económica en el país.▪ Probabilidad que los clientes se contacten con nuestros proveedores.

5.7.1.4 Estrategias mercadológicas, en base al marketing mix.

❖ Estrategias de producto

Es un conjunto de atributos tangibles e intangibles, identificables que ofrece la organizadora de eventos. Y es la agrupación de beneficios que satisfacen las necesidades de los clientes.

Por lo cual hemos determinado realizar un logotipo de la empresa, para ser identificados con mayor facilidad y poder ingresar visualmente a los consumidores.

Figura 3. Logotipo de la organizadora de eventos



Figura 4. Slogan

¡Tus sueños Givic eventos los cumple!

Portafolio de productos y servicios a ofertar:

Figura 5. Mesas Plásticas Redondas y cuadradas



Figura 6. Sillas plásticas



Figura 7. Cristalería



Figura 8. Vajillas



Figura 9. Carpas



Figura 9. Mantelería

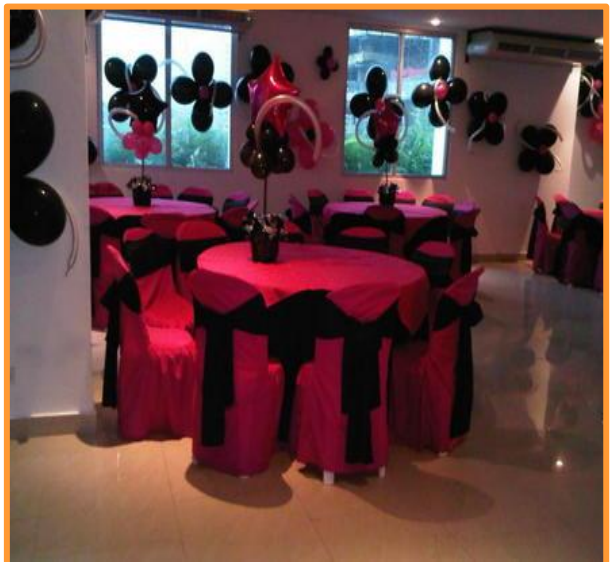


Figura 10. Decoración con globos



Figura 11. Decoración con rosas y Flores



Figura 13. Samobares



❖ Estrategias de precio

Los valores económicos fijados como precio de venta al público de los productos o servicios deben estar dentro del rango de la competencia, porque de lo contrario dañaríamos a la competencia y perjudicaríamos el mercado. Debemos tener de preferencia el mismo precio siempre que los productos nuestros sean de calidad igual o superior al de los competidores.

Cuadro 22. Lista de precios de los productos y servicios

PRODUCTOS	PRECIOS
Alquiler de sillas solas	\$1.00
Sillas con mantelería	\$1.50
Alquiler de mesas solas	\$3.00
Mesas con mantelería	\$4.50
Vajilla por persona (incluye plato base, copas, vaso, cubiertos)	\$2.50
Alquiler de carpas sin arreglos	\$20.00
Carpas con decoración	\$35.00
Alquiler de samobares	\$15.00
Servicio de decoración Tipo 1 (incluye sillas, mesas, vajilla y mantelería)	\$280.00
Servicio de decoración Tipo 2 (incluye sillas, mesas, arreglos florales, mantelería y vajilla)	\$380.00
Servicio de decoración Exclusiva (incluye decoración con globos y florales, mesas, mantelería, sillas, vajillas)	\$500.00
Centros de mesas	\$2.50
Decoración de globos	\$150.00
Decoración floral	\$250.00

❖ Estrategias de plaza

Como empresa “Givic Eventos” dispondrá de un canal de distribución directo, con el objetivo de brindar un servicio personalizado a los clientes, lo cual se realizara mediante mallas publicitarias por radio, prensa escrita, redes sociales, visitas a empresas públicas y privadas.

❖ Estrategias de promoción

Como empresa se empleara varias estrategias de promociones y descuentos por fechas especiales, o por grupos grandes durante la adquisición del producto o servicio.

Figura 12. Estrategias de promoción

ORGANIZADORA DE EVENTOS

“Givic”



¡Tus sueños Givic Eventos los cumple!

PROMOCIÓN POR EL DIA DE LA MADRE

Recibe el 10 % de descuento presentando esta volante, en cualquiera de nuestras cotizaciones.

Dirección: 10 de Agosto y Jaime Ròldos Aguilera

Teléfono: 2- 010- 719 email: giviceventos@hotmail.com

Publicidad:

Figura 13. Diseño de hoja volante

ORGANIZADORA DE EVENTOS

“Givic”



¡Tus sueños Givic Eventos los cumple!

Alquiler de sillas, mesas, carpas, cristalería, vajilla, mantelería.

Además somos especializados en la decoración de todo tipo de eventos.

Dirección: 10 de Agosto y Jaime Ròldos Aguilera.

Teléfono: 2-010-719 Celular: 0993036733

email: gviceventos@hotmail.com

Figura 14. Diseño de tarjeta de presentación



5.7.2 Recursos, Análisis Financiero

5.7.2.1 Recursos humanos

La empresa organizadora de eventos Givic requiere del siguiente personal administrativo y operativo:

- ❖ 1 gerente general
- ❖ 1 contador
- ❖ 1 jefe de decoración de eventos
- ❖ 1 recepcionista
- ❖ 1 maître – capitán
- ❖ 1 ayudante de decoración
- ❖ 1 posillero
- ❖ 1 mesero

5.7.2.2 Análisis financiero

Para llevar a cabo el análisis de este proyecto se seleccionará y clasificará información necesaria de ámbito contable, para poder determinar y evaluar la rentabilidad del proyecto dentro de un tiempo programado de 5 años.

Como parte inicial se tendrá que demostrar bajo un cuadro contable el valor de la inversión inicial, la cual se divide en maquinarias, equipos de oficina, vehículo, publicidad y mobiliario.

Cuadro 23. Activos fijos

Empresa Organizadora Givic Eventos			
Activos Fijos			
Cantidad	Descripcion	C.Unitario	C.Total.
	MUEBLES Y ENSERES		
1	Escritorio Ejecutivo	\$ 210,00	\$ 210,00
1	Silla Ejecutiva	\$ 40,00	\$ 40,00
	TOTAL DE MUEBLES Y ENSERES		\$ 250,00
	EQUIPO DE COMPUTACION		
1	Computadora portatil	\$ 580,00	\$ 580,00
1	Impresora Multifuncional	\$ 150,00	\$ 150,00
	TOTAL DE EQUIPOS DE COMPUTACION		\$ 730,00
	EQUIPOS Y SUMINISTROS DE OFICINA		
1	Aire Acondicionado	\$ 200,00	\$ 200,00
1	Calculadora	\$ 50,00	\$ 50,00
1	Grapadora	\$ 4,00	\$ 4,00
2	Caja de grapadora	\$ 1,50	\$ 3,00
1	Saca grapa	\$ 2,00	\$ 2,00
1	Perforadora	\$ 3,50	\$ 3,50
4	Remax de papel	\$ 4,00	\$ 16,00
1	Caja de click	\$ 1,50	\$ 1,50
2	Folder	\$ 4,00	\$ 8,00
2	Separadores	\$ 0,50	\$ 1,00
2	Resaltador	\$ 1,00	\$ 2,00
1	Caja de boligrafos	\$ 3,00	\$ 3,00
	TOTAL DE EQUIPO DE OFICINA		\$ 294,00
	MAQUINARIAS Y EQUIPOS		
	PARA DECORACION Y MANTENIMIENTO		
2	Planchas	\$ 15,00	\$ 30,00
1	Lavadora y secadora	\$ 600,00	\$ 600,00
2	Planchadores	\$ 25,00	\$ 50,00
	SERVICIOS DE MESAS Y MANTELERIA		
200	Sillas Perugia	\$ 8,00	\$ 1.600,00
1000	Lazos para Sillas	\$ 0,50	\$ 500,00
200	Fors para sillas	\$ 1,25	\$ 250,00
1000	Servilletas	\$ 0,55	\$ 550,00
50	Mesas	\$ 30,00	\$ 1.500,00
250	Manteles de Diferente Colores	\$ 4,50	\$ 1.125,00
250	Sobre manteles de Diferentes Colores	\$ 4,50	\$ 1.125,00
	SERVICIO DE CUBERTERIA		
200	Platos Llanos	\$ 1,50	\$ 300,00
200	Platos para Postre	\$ 1,25	\$ 250,00
2	Samobares	\$ 150,00	\$ 300,00
200	Tenedores	\$ 1,10	\$ 220,00
200	Cucharas	\$ 1,15	\$ 230,00
200	Cucharas para Postre	\$ 0,90	\$ 180,00
200	Cuchillos	\$ 1,15	\$ 230,00
200	Vasos	\$ 1,00	\$ 200,00
200	Copas Flautas	\$ 1,30	\$ 260,00
200	Copas para Vino Tinto y Blanco	\$ 1,15	\$ 230,00
	SERVICIO DE DECORACION		
3	Mesas Grandes	\$ 34,00	\$ 102,00
15	Manteles de Diferente Colores	\$ 10,00	\$ 150,00
15	Sobre manteles de Diferentes Colores	\$ 10,00	\$ 150,00
3	Floreros	\$ 15,00	\$ 45,00
3	Carpas	\$ 50,00	\$ 150,00
50	Telas Decorativas	\$ 8,00	\$ 400,00
	TOTAL DE MAQUINARIA Y EQUIPOS		\$ 10.727,00
	VEHICULO		
1	camioneta	\$ 16.000,00	\$ 16.000,00
	TOTAL DE VEHICULO		\$ 16.000,00
1	Instalacion	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
	TOTAL DE INVERSION EN ACTIVOS FIJOS		\$ 38.001,00

Elaborado por: Jenny Ortiz y Gissela Miranda

Fuente: Activos fijos

Cuadro 24. Resumen de activos fijos

INVERSION DEL PROYECTO	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 250,00
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$ 730,00
EQUIPO DE OFICINA	\$ 294,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 10.727,00
INSTALACION	\$ 10.000,00
VEHICULO	\$ 16.000,00
TOTAL	\$ 38.001,00

Elaborado por: Jenny Ortiz y Gissela Miranda

Fuente: Resumen de activos fijos

Cuadro 25. Financiamiento del Proyecto

ORGANIZADORA DE EVENTOS GIVIC EVENTOS			
FINANCIACION DEL PROYECTO			
INVERSION TOTAL	Porcentaje	\$	43.001,00
Financiado	70%	\$	30.100,70
Aporte Propio	30%	\$	12.900,30
		\$	43.001,00

Elaborado por: Jenny Ortiz y Gissela Miranda

Fuente: Financiamiento del proyecto

Cuadro 26. Tasa anual de interés

ORGANIZADORA DE EVENTO GIVIC EVENTOS		
TASA		
TASA ANUAL INTERES PRESTAMO	11%	0,11
		0,11

Elaborado por: Jenny Ortiz y Gissela Miranda

Fuente: Tasa anual de interés

Cuadro 27. Tabla de amortización anual

ORGANIZADORA DE EVENTOS GIVIC EVENTOS				
FINANCIAMIENTO				
TABLA DE AMORTIZACION (ANUAL)				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
				\$ 30.100,70
1	\$ 6.020,14	\$ 3.311,08	\$ 9.331,22	\$ 24.080,56
2	\$ 6.020,14	\$ 2.648,86	\$ 8.669,00	\$ 18.060,42
3	\$ 6.020,14	\$ 1.986,65	\$ 8.006,79	\$ 12.040,28
4	\$ 6.020,14	\$ 1.324,43	\$ 7.344,57	\$ 6.020,14
5	\$ 6.020,14	\$ 662,22	\$ 6.682,36	\$ -
	\$ 30.100,70	\$ 9.933,23	\$ 40.033,93	

Elaborado por: Jenny Ortiz y Gissela Miranda

Fuente: Tabla de amortización anual

Cuadro 28. Gastos generales

ORGANIZADORA DE EVENTOS GIVIC EVENTOS																	
GASTOS GENERALES																	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GERENTE GENERAL	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 4.992,00	\$ 5.191,68	\$ 5.399,35	\$ 5.615,32
CONTADORA	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 4.992,00	\$ 5.191,68	\$ 5.399,35	\$ 5.615,32
JEFE DE DECORACION	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 4.248,00	\$ 4.417,92	\$ 4.594,64	\$ 4.778,42	\$ 4.969,56
AYUDANTE DE DECORACION	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 4.248,00	\$ 4.417,92	\$ 4.594,64	\$ 4.778,42	\$ 4.969,56
RECEPCIONISTA	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 4.248,00	\$ 4.417,92	\$ 4.594,64	\$ 4.778,42	\$ 4.969,56
MAITRE	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 4.248,00	\$ 4.417,92	\$ 4.594,64	\$ 4.778,42	\$ 4.969,56
MESERO	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 4.248,00	\$ 4.417,92	\$ 4.594,64	\$ 4.778,42	\$ 4.969,56
POSILLERO	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 4.248,00	\$ 4.417,92	\$ 4.594,64	\$ 4.778,42	\$ 4.969,56
APORTE PATRONAL	\$ 390,26	\$ 390,26	\$ 390,26	\$ 390,26	\$ 390,26	\$ 390,26	\$ 390,26	\$ 390,26	\$ 390,26	\$ 390,26	\$ 390,26	\$ 390,26	\$ 4.683,12	\$ 4.870,44	\$ 5.065,26	\$ 5.267,87	\$ 5.478,59
DECIMO CUARTO				\$ 2.832,00									\$ 2.832,00	\$ 2.945,28	\$ 3.063,09	\$ 3.185,61	\$ 3.313,04
DECIMO TERCERO													\$ 2.924,00	\$ 3.040,96	\$ 3.162,60	\$ 3.289,10	\$ 3.420,67
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 3.314,26	\$ 3.314,26	\$ 3.314,26	\$ 6.146,26	\$ 3.314,26	\$ 3.314,26	\$ 3.314,26	\$ 3.314,26	\$ 3.314,26	\$ 3.314,26	\$ 3.314,26	\$ 6.238,26	\$ 45.527,12	\$ 47.348,20	\$ 49.242,13	\$ 51.028,03	\$ 53.069,15
GASTOS GENERAL																	
TELEFONO CELULAR	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 180,00	\$ 187,20	\$ 194,69	\$ 202,48	\$ 210,57
ENERGIA ELECTRICA	\$ 13,00	\$ 13,00	\$ 13,00	\$ 13,00	\$ 13,00	\$ 13,00	\$ 13,00	\$ 13,00	\$ 13,00	\$ 13,00	\$ 13,00	\$ 13,00	\$ 156,00	\$ 162,24	\$ 168,73	\$ 175,48	\$ 182,50
SERVICIO DE INTERNET	\$ 21,80	\$ 21,80	\$ 21,80	\$ 21,80	\$ 21,80	\$ 21,80	\$ 21,80	\$ 21,80	\$ 21,80	\$ 21,80	\$ 21,80	\$ 21,80	\$ 261,60	\$ 272,06	\$ 282,95	\$ 294,26	\$ 306,03
SUMINISTRO DE LIMPIEZA	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 180,00	\$ 187,20	\$ 194,69	\$ 202,48	\$ 210,57
UTILES DE OFICINA	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 180,00	\$ 187,20	\$ 194,69	\$ 202,48	\$ 210,57
ALQUILER		\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 2.200,00	\$ 2.288,00	\$ 2.379,52	\$ 2.474,70	\$ 2.573,69
COMBUSTIBLE	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 480,00	\$ 499,20	\$ 519,17	\$ 539,93	\$ 561,53
DEPRECIACION DE MUEBLES Y ENSERES	\$ 2,08	\$ 2,08	\$ 2,08	\$ 2,08	\$ 2,08	\$ 2,08	\$ 2,08	\$ 2,08	\$ 2,08	\$ 2,08	\$ 2,08	\$ 2,08	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00
DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTACION	\$ 20,08	\$ 20,08	\$ 20,08	\$ 20,08	\$ 20,08	\$ 20,08	\$ 20,08	\$ 20,08	\$ 20,08	\$ 20,08	\$ 20,08	\$ 20,08	\$ 240,90	\$ 240,90	\$ 240,90	\$ 240,90	\$ 240,90
DEPRECIACION DE EQUIPOS DE OFICINA	\$ 2,44	\$ 2,44	\$ 2,44	\$ 2,44	\$ 2,44	\$ 2,44	\$ 2,44	\$ 2,44	\$ 2,44	\$ 2,44	\$ 2,44	\$ 2,44	\$ 29,30	\$ 29,30	\$ 29,30	\$ 29,30	\$ 29,30
DEPRECIACION DE MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 89,39	\$ 89,39	\$ 89,39	\$ 89,39	\$ 89,39	\$ 89,39	\$ 89,39	\$ 89,39	\$ 89,39	\$ 89,39	\$ 89,39	\$ 89,39	\$ 1.072,70	\$ 1.072,70	\$ 1.072,70	\$ 1.072,70	\$ 1.072,70
DEPRECIACION DE VEHICULOS	\$ 266,67	\$ 266,67	\$ 266,67	\$ 266,67	\$ 266,67	\$ 266,67	\$ 266,67	\$ 266,67	\$ 266,67	\$ 266,67	\$ 266,67	\$ 266,67	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00
GASTOS DE CONSTITUCION													\$ 200,00	\$ 208,00	\$ 216,32	\$ 224,97	\$ 233,97
TOTAL DE GASTOS GENERALES	\$ 500,46	\$ 700,46	\$ 700,46	\$ 700,46	\$ 700,46	\$ 700,46	\$ 700,46	\$ 700,46	\$ 700,46	\$ 700,46	\$ 700,46	\$ 700,46	\$ 8.405,50	\$ 8.559,00	\$ 8.718,65	\$ 8.884,68	\$ 9.057,35
GASTOS DE VENTAS																	
PUBLICIDAD	\$ 150,00	\$ 100,00	\$ 150,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 50,00	\$ 1.250,00	\$ 1.300,00	\$ 1.352,00	\$ 1.406,08	\$ 1.462,32
TOTAL DE GASTOS DE VENTAS	\$ 150,00	\$ 100,00	\$ 150,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 50,00	\$ 1.250,00	\$ 1.300,00	\$ 1.352,00	\$ 1.406,08	\$ 1.462,32
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	\$ 3.964,72	\$ 4.114,72	\$ 4.164,72	\$ 6.946,72	\$ 4.114,72	\$ 4.114,72	\$ 4.114,72	\$ 4.114,72	\$ 4.114,72	\$ 4.114,72	\$ 4.114,72	\$ 4.114,72	\$ 55.182,62	\$ 57.207,21	\$ 59.312,78	\$ 61.318,79	\$ 63.588,83
GASTOS PARA EL FLUJO DE CAJA	\$ 3.584,06	\$ 3.734,06	\$ 3.784,06	\$ 6.566,06	\$ 3.734,06	\$ 3.734,06	\$ 3.734,06	\$ 3.734,06	\$ 3.734,06	\$ 3.734,06	\$ 3.734,06	\$ 6.608,06	\$ 50.614,72	\$ 52.639,31	\$ 54.744,88	\$ 56.750,89	\$ 59.020,93
GASTOS GENERALES	\$ 119,80	\$ 319,80	\$ 319,80	\$ 319,80	\$ 319,80	\$ 319,80	\$ 319,80	\$ 319,80	\$ 319,80	\$ 319,80	\$ 319,80	\$ 319,80	\$ 3.837,60	\$ 3.991,10	\$ 4.150,75	\$ 4.316,78	\$ 4.489,45
DEPRECIACION	\$ 380,66	\$ 380,66	\$ 380,66	\$ 380,66	\$ 380,66	\$ 380,66	\$ 380,66	\$ 380,66	\$ 380,66	\$ 380,66	\$ 380,66	\$ 380,66	\$ 4.567,90	\$ 4.567,90	\$ 4.567,90	\$ 4.567,90	\$ 4.567,90
DEPRECIACION ACUMULADA													\$ 4.567,90	\$ 9.135,80	\$ 13.703,70	\$ 18.271,60	\$ 22.839,50

Elaborado por: Jenny Ortiz y Gissela Miranda

Fuente: Tabla de Gastos generales

Cuadro 29. Costos de ventas

Organizadora Givic Eventos																			
costos de ventas																			
CANTIDAD	DETALLE	PRECIO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	<u>Para decoracion</u>																		
50	Flores y Rosa	\$ 0,60	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 120,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 50,00	\$ 770,00	\$ 800,80	\$ 832,83	\$ 866,15	\$ 900,79
50	Base ceramicos para centros de mesa	\$ 1,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 100,00	\$ 62,50	\$ 62,50	\$ 62,50	\$ 62,50	\$ 62,50	\$ 62,50	\$ 62,50	\$ 62,50	\$ 62,50	\$ 762,50	\$ 793,00	\$ 824,72	\$ 857,71	\$ 892,02
400	Globos de varios tamaño y diseño	\$ 0,15	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 120,00	\$ 60,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 55,00	\$ 1.930,00	\$ 2.007,20	\$ 2.087,49	\$ 2.170,99	\$ 2.257,83
TOTAL			\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 340,00	\$ 182,50	\$ 347,50	\$ 347,50	\$ 347,50	\$ 347,50	\$ 347,50	\$ 347,50	\$ 347,50	\$ 167,50	\$ 3.462,50	\$ 3.601,00	\$ 3.745,04	\$ 3.894,84	\$ 4.050,64

Elaborado por: Jenny Ortiz y Gissela Miranda

Fuente: Costos de ventas

Cuadro 30. Presupuesto de ingresos

ORGANIZADORAS DE EVENTOS GIVIC EVENTOS																			
PRESUPUESTO DE INGRESOS																			
INGRESOS POR VENTA	UNIDADES	P.U.	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Alquiler de Sillas Solas	600	\$ 1,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 1.200,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 7.800,00	\$ 8.112,00	\$ 8.436,48	\$ 8.773,94	\$ 9.124,90
Sillas con manteleria	400	\$ 1,50	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 1.200,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 7.800,00	\$ 8.112,00	\$ 8.436,48	\$ 8.773,94	\$ 9.124,90
Alquiler de mesas solas	40	\$ 3,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 1.440,00	\$ 1.497,60	\$ 1.557,50	\$ 1.619,80	\$ 1.684,60
Mesas con manteleria	100	\$ 4,50	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 900,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 5.850,00	\$ 6.084,00	\$ 6.327,36	\$ 6.580,45	\$ 6.843,67
Vajillas por personal(Incluye Platos Base,Copas Flauta y vino Tinto o Blanco,Vasos,Cubiertos)	400	\$ 2,50	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 2.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 13.000,00	\$ 13.520,00	\$ 14.060,80	\$ 14.623,23	\$ 15.208,16
Alquiler de carpas sin Arreglos	20	\$ 20,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 4.992,00	\$ 5.191,68	\$ 5.399,35	\$ 5.615,32
Carpas con Decoracion	8	\$ 35,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 3.360,00	\$ 3.494,40	\$ 3.634,18	\$ 3.779,54	\$ 3.930,72
Alquiler de Samobares	2	\$ 15,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 60,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 390,00	\$ 405,60	\$ 421,82	\$ 438,70	\$ 456,24
Servicios de Decoracion Tipo 1(Incluye Sillas,Mesas,Vajillas y Manteleria)	4	\$ 280,00	\$ 1.120,00	\$ 1.120,00	\$ 1.400,00	\$ 1.120,00	\$ 1.120,00	\$ 1.120,00	\$ 1.120,00	\$ 1.120,00	\$ 1.120,00	\$ 1.120,00	\$ 1.120,00	\$ 1.120,00	\$ 13.720,00	\$ 14.268,80	\$ 14.839,55	\$ 15.433,13	\$ 16.050,46
Servicios de Decoracion Tipo 2(Incluye Sillas,Mesas,Arreglos Florales, O decoracion de globos Manteleria y Vajilla)	2	\$ 380,00	\$ 760,00	\$ 760,00	\$ 1.520,00	\$ 760,00	\$ 760,00	\$ 760,00	\$ 760,00	\$ 760,00	\$ 760,00	\$ 760,00	\$ 760,00	\$ 760,00	\$ 9.880,00	\$ 10.275,20	\$ 10.686,21	\$ 11.113,66	\$ 11.558,20
Servicio de Decoracion Exclusiva (Incluye Decoracion con Globos y Florales, Mesas ,Manteleria ,Sillas, Vajillas)	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 1.000,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.500,00	\$ 6.760,00	\$ 7.030,40	\$ 7.311,62	\$ 7.604,08
TOTAL DE INGRESOS			\$ 5.860,00	\$ 5.860,00	\$ 10.080,00	\$ 5.860,00	\$ 5.860,00	\$ 5.860,00	\$ 5.860,00	\$ 5.860,00	\$ 5.860,00	\$ 5.860,00	\$ 5.860,00	\$ 5.860,00	\$ 74.540,00	\$ 77.521,60	\$ 80.622,46	\$ 83.847,36	\$ 87.201,26

Elaborado por: Jenny Ortiz y Gissela Miranda

Fuente: Presupuesto de ingresos

Cuadro 31. Estado de pérdidas y ganancias

ORGANIZADORA DE EVENTOS							
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO							
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL	
VENTAS	\$ 74.540,00	\$ 77.521,60	\$ 80.622,46	\$ 83.847,36	\$ 87.201,26	\$ 403.732,68	
(-) COSTO DE VENTAS	\$ 3.462,50	\$ 3.601,00	\$ 3.745,04	\$ 3.894,84	\$ 4.050,64	\$ 18.754,02	
UTILIDADES BRUTA	\$ 71.077,50	\$ 73.920,60	\$ 76.877,42	\$ 79.952,52	\$ 83.150,62	\$ 384.978,67	
COSTO INDIRECTOS	\$ 52.982,62	\$ 54.919,21	\$ 56.933,26	\$ 58.844,09	\$ 61.015,14	\$ 284.694,32	
(-) DEPRECIACION							
(-) AMORTIZACION							
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 18.094,88	\$ 19.001,39	\$ 19.944,16	\$ 21.108,43	\$ 22.135,48	\$ 100.284,35	
(-) GASTOS FINANCIEROS	\$ 3.311,08	\$ 2.648,86	\$ 1.986,65	\$ 1.324,43	\$ 662,22	\$ 9.933,23	
UTILIDAD ANTES PART.EMP	\$ 14.783,80	\$ 16.352,53	\$ 17.957,52	\$ 19.784,00	\$ 21.473,27	\$ 90.351,12	
PARTICIPACION EMPLEADOS	\$ 3.252,44	\$ 3.597,56	\$ 3.950,65	\$ 4.352,48	\$ 4.724,12	\$ 19.877,25	
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO	\$ 11.531,37	\$ 12.754,97	\$ 14.006,86	\$ 15.431,52	\$ 16.749,15	\$ 70.473,87	
IMPUESTO A LA RENTA	\$ 2.652,21	\$ 2.933,64	\$ 3.221,58	\$ 3.549,25	\$ 3.852,30	\$ 16.208,99	
UTILIDAD NETO	\$ 8.879,15	\$ 9.821,33	\$ 10.785,28	\$ 11.882,27	\$ 12.896,85	\$ 54.264,88	

Elaborado por: Jenny Ortiz y Gissela Miranda
Fuente: Estado de pérdidas y ganancias

Cuadro 32. Flujo de caja proyectado

ORGANIZADORA GIVIC EVENTOS							
FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS							
VENTAS		\$ 74.540,00	\$ 77.521,60	\$ 80.622,46	\$ 83.847,36	\$ 87.201,26	\$ 403.732,68
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		\$ 74.540,00	\$ 77.521,60	\$ 80.622,46	\$ 83.847,36	\$ 87.201,26	\$ 403.732,68
EGRESOS OPERATIVOS							
INVERSION INICIAL	\$ 43.001,00						
GASTO ADMINISTRATIVOS		\$ 45.527,12	\$ 47.348,20	\$ 49.242,13	\$ 51.028,03	\$ 53.069,15	\$ 246.214,64
GASTO DE VENTAS		\$ 1.250,00	\$ 1.300,00	\$ 1.352,00	\$ 1.406,08	\$ 1.462,32	\$ 6.770,40
GASTOS GENERALES		\$ 1.637,60	\$ 1.703,10	\$ 1.771,23	\$ 1.842,08	\$ 1.915,76	\$ 8.869,77
COSTO DE VENTAS		\$ 3.462,50	\$ 3.601,00	\$ 3.745,04	\$ 3.894,84	\$ 4.050,64	\$ 18.754,02
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS		\$ 3.252,44	\$ 3.252,44	\$ 3.597,56	\$ 3.950,65	\$ 4.352,48	\$ 19.877,25
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA		\$ 715,54	\$ 791,46	\$ 869,14	\$ 957,55	\$ 1.039,31	\$ 4.372,99
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	\$ 43.001,00	\$ 55.845,19	\$ 57.996,21	\$ 60.577,10	\$ 63.079,23	\$ 65.889,66	\$ 289.705,95
FLUJO OPERATIVO	\$ 43.001,00	\$ 18.694,81	\$ 19.525,39	\$ 20.045,36	\$ 20.768,13	\$ 21.311,60	\$ 114.026,74
INGRESOS NO OPERATIVOS							
PRESTAMO BANCARIO	\$ 30.100,70						
TOTAL INGRESOS NO OPERATIVOS	\$ 30.100,70						
EGRESOS NO OPERATIVOS							
INVERSIONES							
PAGO DE CAPITAL		\$ 6.020,14	\$ 6.020,14	\$ 6.020,14	\$ 6.020,14	\$ 6.020,14	\$ 30.100,70
PAGO DE INTERESES		\$ 3.311,08	\$ 2.648,86	\$ 1.986,65	\$ 1.324,43	\$ 662,22	\$ 9.933,23
TOTAL DE EGRESOS NO OPERATIVOS		\$ 9.331,22	\$ 8.669,00	\$ 8.006,79	\$ 7.344,57	\$ 6.682,36	\$ 40.033,93
FLUJO NETO NO OPERATIVO -	\$ 30.100,70	\$ 9.331,22	\$ 8.669,00	\$ 8.006,79	\$ 7.344,57	\$ 6.682,36	\$ 40.033,93
FLUJO NETO	\$ 12.900,30	\$ 9.363,59	\$ 10.856,39	\$ 12.038,58	\$ 13.423,56	\$ 14.629,24	\$ 60.311,36
SALDO INICIAL		\$ 5.000,00	\$ 14.363,59	\$ 25.219,98	\$ 37.258,56	\$ 50.682,12	
FLUJO ACUMULADO		\$ 14.363,59	\$ 25.219,98	\$ 37.258,56	\$ 50.682,12	\$ 65.311,36	

Elaborado por: Jenny Ortiz y Gissela Miranda
Fuente: Flujo de caja proyectado

Cuadro 33. Balance general

ORGANIZADORA GIVIC EVENTOS						
BALANCE GENERAL						
CUENTAS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS CORRIENTE						
CAJA - B ANCO	\$ 5.000,00	\$ 14.363,59	\$ 25.219,98	\$ 37.258,56	\$ 50.682,12	\$ 65.311,36
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 5.000,00	\$ 14.363,59	\$ 25.219,98	\$ 37.258,56	\$ 50.682,12	\$ 65.311,36
ACTIVOS FIJOS						
DEPRECIACION ACUMULADA			\$ 9.135,80	\$ 13.703,70	\$ 18.271,60	\$ 22.308,58
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 38.001,00	\$ 38.001,00	\$ 28.865,20	\$ 24.297,30	\$ 19.729,40	\$ 15.692,42
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 43.001,00	\$ 48.998,72	\$ 54.085,18	\$ 61.598,58	\$ 70.411,52	\$ 81.003,78
PASIVO						
CORRIENTE						
PRESTAMO	\$ 30.100,70	\$ 24.080,56	\$ 18.060,42	\$ 12.040,28	\$ 6.020,14	
PARTICIPACION DE EMPLEADO POR PAGAR		\$ 3.252,44	\$ 3.597,56	\$ 3.950,65	\$ 4.352,48	\$ 4.724,12
IMPUESTO A LA RENTA		\$ 2.652,21	\$ 2.933,64	\$ 3.221,58	\$ 3.549,25	\$ 3.852,30
TOTAL PASIVO	\$ 30.100,70	\$ 29.985,21	\$ 24.591,62	\$ 19.212,51	\$ 13.921,87	\$ 8.576,42
PATRIMONIO						
APORTE CAPITAL	\$ 12.900,30	\$ 12.900,30	\$ 12.900,30	\$ 12.900,30	\$ 12.900,30	\$ 12.900,30
UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$ 8.879,15	\$ 9.821,33	\$ 10.785,28	\$ 11.882,27	\$ 12.896,85
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES			\$ 8.879,15	\$ 18.700,48	\$ 29.485,77	\$ 41.368,04
TOTAL PATRIMONIO	\$ 12.900,30	\$ 21.779,45	\$ 31.600,78	\$ 42.386,07	\$ 54.268,34	\$ 67.165,18
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 43.001,00	\$ 48.988,72	\$ 54.085,18	\$ 61.598,58	\$ 70.411,52	\$ 81.003,78

Elaborado por: Jenny Ortiz y Gissela Miranda

Fuente: Balance general

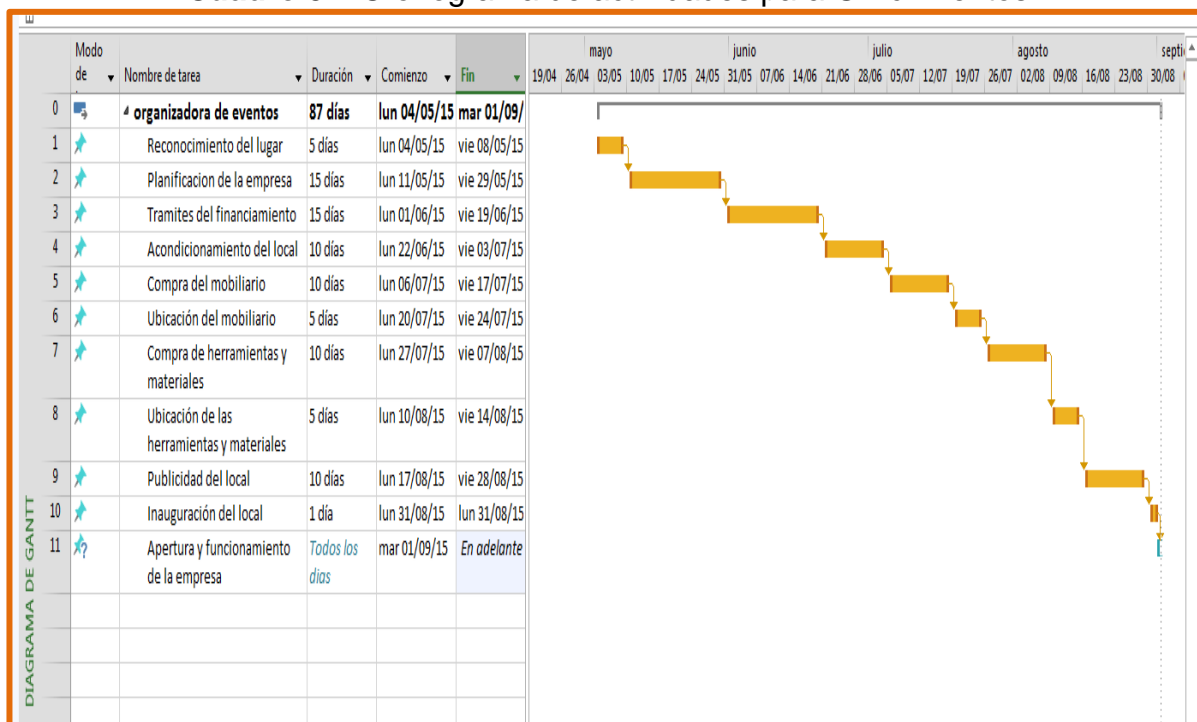
5.7.3 Impacto

A continuación se señalan los beneficios que va a tener la población del Cantón el Triunfo:

- Desarrollo económico, social y turístico del Cantón el Triunfo.
- Eventos con la calidad del servicio solicitado
- Fuentes de empleo para la población del Cantón.
- Profesionalismo en los eventos organizados.
- Asesoramiento en los eventos.

5.7.4 Cronograma

Cuadro 34. Cronograma de actividades para Givic Eventos



Elaborado por: Jenny Ortiz y Gissela Miranda

Fuente: Cronograma de actividades

5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta

A través del lineamiento nos permite evaluar la propuesta del proyecto “creación de una empresa organizadora de eventos que contribuya al desarrollo económico social y turístico del Cantón el Triunfo Provincia del Guayas”, mediante las encuestas realizadas a la población se obtuvo como resultado que si es favorable la implementación de la empresa, y por ello viable.

Además en lo antes expuesto en cuadros se puede determinar los beneficios que la empresa propone realizar.

CONCLUSIONES

Con la información obtenida durante la investigación y el análisis de las encuestas se ha determinado la siguiente conclusión:

- ❖ En el Cantón el Triunfo se halla un déficit de lugares apropiados para desarrollar actividades o eventos turísticos; por medio de las opiniones de la población se llegó a la conclusión que si se crea un empresa dedicada a la organización de eventos podrá aportar al grado de desarrollo económico, social y turístico del Cantón el Triunfo.
- ❖ Si la empresa organizadora de eventos no dispone de un personal capacitado y de herramientas y recursos necesarios para la ejecución de los eventos esto conlleva a que los clientes se encuentren insatisfechos y se produzcan eventos con mala calidad.
- ❖ El índice de desconocimiento referente a la organización apropiada de los eventos incitara a que los consumidores no soliciten los servicios.

RECOMENDACIONES

Mediante un análisis previo de las empresas que funcionan como decoradoras de eventos ha permitido obtener información sobre la calidad de servicios que prestan en el Cantón el Triunfo, se determinaron las siguientes recomendaciones:

- ❖ Con la implementación de la organizadora de eventos permite que el Cantón el Triunfo se desarrolle a nivel económico, social y turístico.
- ❖ Es fundamental disponer de profesionales capacitados en la ejecución de eventos, para desarrollar los eventos con la calidad del servicio solicitado.
- ❖ Desarrollar la implementación de la empresa organizadora de eventos, la cual tenga las herramientas y recursos técnicos para ofrecer un servicio profesional y especializado.

BIBLIOGRAFÍA

ALACREU GINES, José Ramón: *Planificación de servicios y eventos en restaurantes*, Editorial S.A, España, 2012.

BERNAL, César Augusto: *Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales*, Pearson Educación, Colombia, 2010.

CRAVIOTO MAGALLON, Tenatiuh: *Organización de Congresos y Convenciones*, Trillas, México, 2009.

CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR, 2008.

CUERPO DE BOMBEROS DEL CANTON EL TRIUNFO.

DE LUCA, Carmine: *El perfecto anfitrión el arte de recibir, las bebidas, la cocina*, Trillas, México, 2010.

ESCOBAR, Antonio, y, GONZÁLEZ, Yolanda: *Marketing turístico*, Síntesis, España, 2011.

ESTANYOL y CASALS, Elisenda: "Nuevas tendencias en organización de eventos", *Revista de estudios de ciencias de la información y la comunicación*, Nº 8, España, 2012.

GALMÉS CEREZO, María Asunción: *La organización de eventos como herramienta de comunicación de marketing. Modelo integrado y experiencial*, Tesis doctoral para optar al grado de doctor, Departamento de comunicación audiovisual y publicidad, Universidad de Málaga, 2010.

Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón el Triunfo.

GOELDNER, Charles, y, RITCHIE, Brent: *Turismo Planeación Administración y Perspectivas*, Limusawilley, México, 2011.

GONZALEZ, Francesc, y, MORALES, Soledad: *Ciudades efímeras; transformando el turismo urbano a través de la producción de eventos*, Editorial UOC, 2009.

HERNANDIS, Leticia: *Gestión administrativa y comercial en restauración*, Síntesis, España, 2011.

HERNÁNDEZ, Roberto, FERNÁNDEZ, Carlos, y, BAPTISTA, Pilar: *Metodología de la investigación*, McGraw Hill, México, 2010.

INEN “Instituto Ecuatoriano de Normalización”: Organizador de eventos, Requisitos de Competencia Laboral, Ecuador.

KOTLER, Philip, et al: *Marketing turístico*, Pearson educación, Madrid, 2011.

LEY DE TURISMO DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR.

MINISTERIO DE TURISMO: Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo.

PALACIOS, Luis Carlos: *Estrategias de creación empresarial*, Ecoe, Bogotá, 2012.

ROCA PRATS, José Luis: *Comercialización de eventos*, Síntesis, España, 2012.

RODRIGUEZ MILLARES, Eulogio: “Busquemos más allá del turismo, una definición más completa y actualizada sobre el turismo de congresos”, *Revista TURyDES*, Vol.7, Nº16, 2014.

ROMERO HURTADO, María Augusta: *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de organización de eventos corporativos en la ciudad de Quito*, Tesis de grado para optar el título de Ingeniero Comercial, Administración de Empresas, Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito, Quito, 2012.

SANDOVAL PEREZ, Viky Graciela: *Proyecto de inversión para la creación de una empresa de organización de eventos sociales en la ciudad de Cayambe año 2010*, Tesis de grado para optar el título de Ingeniera Comercial, Escuela de Gestión Empresarial, Universidad Estatal de Bolívar, Guaranda, 2010.

VACA LUZURIAGA, Hugo Jeovanny: *Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa organizadora de eventos infantiles en la ciudad de Loja*, Tesis de grado para optar el título de Ingeniero Comercial, Administración de Empresas, Universidad Nacional de Loja, Loja, 2013.

LINKOGRAFIA

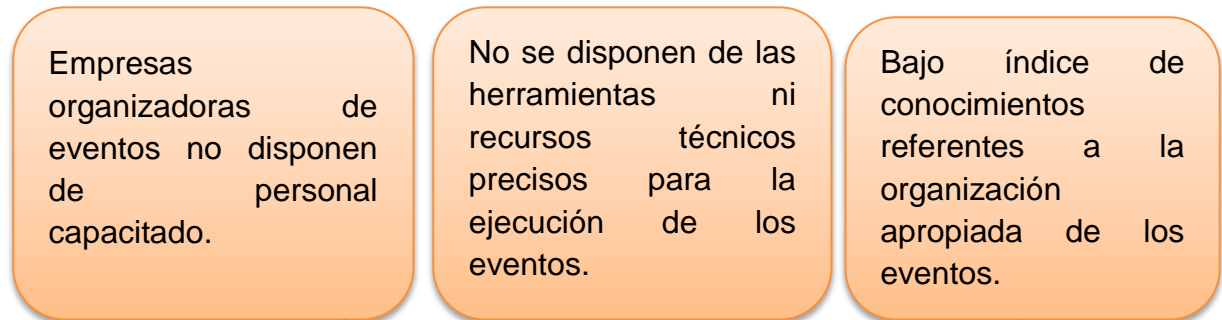
Reglamento general de aplicación a la Ley de Turismo del Ecuador:
<http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Reglamento-General-Ley-de-Turismo.pdf>
<http://www.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>
<https://law.resource.org/pub/ec/ibr/ec.nte.2452.2008.pdf>
http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/34020/1/TFM%20COMINCREA_LauraHerreiro_final.pdf
<http://libros.metabiblioteca.org/bitstream/001/356/5/978-84-9747-609-6.pdf>
<http://www.uoc.edu/divulgacio/comein/es/numero08/articles/Article-Elisenda-Estanyol.html>
<http://www.nitzanonline.com/pdf/JobDescription.pdf> (manual e funciones)
<http://www.electropuno.com.pe/iso9001/?c=archivos&o=file&archid=23>
http://www.ula.ve/personal/cargos_unicos/contador.htm
http://www.rp3.com.ec/ayuda/rp3_negociosretail/rp3_manualfunciones/00600contabilidad/0601contadorgeneral.htm
<http://proyectos-innovacion.com/>
https://books.google.es/books?id=C1gKoErmS_MC&pg=PA31&dq=libros+analisis+de+las+5+fuerzas+de+michael+porter+actual&hl=es&sa=X&ei=mFrvVL3YBoG5ggStu4OwCQ&ved=0CDUQ6AEwAw#v=onepage&q=libros%20analisis%20de%20las%20%20fuerzas%20de%20michael%20porter%20actual&f=false libro de ser competitivo ediciones Deusto 2009 España
<http://administracioncolpachas.blogspot.com/2008/07/recepcin.html>
<https://law.resource.org/pub/ec/ibr/ec.nte.2441.2008.pdf>
<http://www.ecured.cu/index.php/Maitre>

ANEXOS

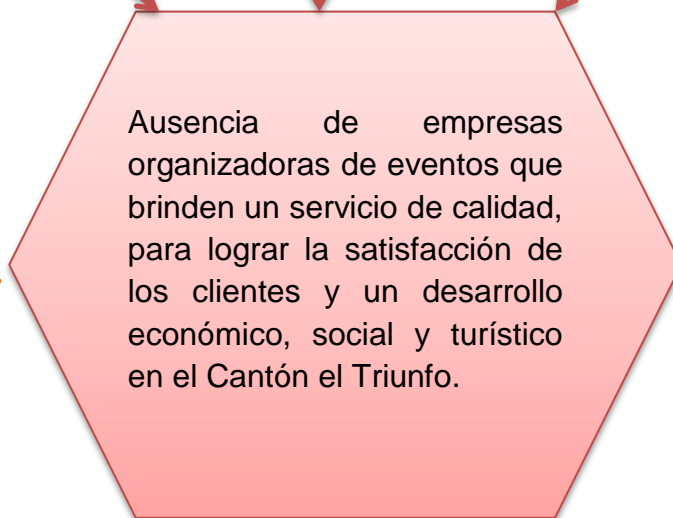
ANEXO 1

ÁRBOL DEL PROBLEMA

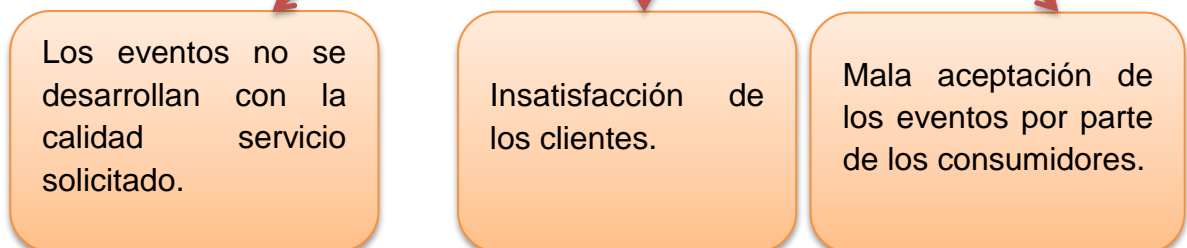
CAUSAS



PROBLEMA PRINCIPAL



EFECTOS



ANEXO 2 MATRIZ

TEMA:		Estudio de factibilidad para la creación de una empresa organizadora de eventos que contribuya el desarrollo económico social y turístico del Cantón el Triunfo.			
PROBLEMA		FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLES
Ausencia de empresas organizadoras de eventos que brinden un servicio de calidad, para lograr la satisfacción de los clientes y un desarrollo económico, social y turístico en el Cantón el Triunfo.		¿Cómo incide la carencia de calidad en los servicios que ofrecen las empresas organizadoras de eventos, al avance en el desarrollo económico social y turístico en el Cantón el Triunfo de la Provincia del Guayas en el año 2014?	Identificar la calidad de los servicios que otorgan las empresas organizadoras de eventos, para mejorar su contribución en el desarrollo económico social y turístico en el Cantón el Triunfo.	Con la implementación de la empresa organizadora de eventos en el Cantón el Triunfo se brindara un servicio de calidad, logrando así la satisfacción de los clientes y un desarrollo económico social y turístico.	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE Organizadora de eventos</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE Desarrollo económico social y turístico.</p>
SUBPROBLEMAS	SISTEMATIZACION DE PROBLEMAS	OBJETIVO ESPECIFICO	HIPOTESIS PARTICULARES		VARIABLES
Las empresas organizadoras de eventos no disponen de personal capacitado entonces los eventos no se desarrollaran con la calidad del servicio solicitado	¿En qué medida afecta la calidad del servicio por la inexistencia de profesionales capacitados en la organizadora de eventos?	Seleccionar el personal capacitado para la organizadora de eventos que influya a brindar un buen servicio.	Si las empresas organizadoras de eventos no disponen de personal capacitado entonces los eventos no se desarrollaran con la calidad del servicio solicitado.		<p>VARIABLE INDEPENDIENTE Personal capacitado</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE Calidad del servicio solicitado.</p>
No se disponen de las herramientas ni recursos técnicos precisos para la ejecución de los eventos entonces provocará insatisfacción de los clientes	¿De qué manera la ausencia de herramientas y recursos técnicos influye en la realización de eventos?	Definir la importancia de las herramientas y de los recursos técnicos que influye en la realización de eventos.	Si no se disponen de las herramientas ni recursos técnicos precisos para la ejecución de los eventos entonces provocará insatisfacción de los clientes.		<p>VARIABLE INDEPENDIENTE Herramientas y recursos técnicos.</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE Insatisfacción de los clientes.</p>
Bajo índice de conocimientos referentes a la organización apropiada de los eventos incitará a una mala aceptación por parte de los consumidores.	¿En qué medida afecta el bajo índice de conocimientos, en el desarrollo de la calidad de eventos?	Identificar las causas que inciden en el desconocimiento referente a la organización adecuada de los eventos.	El bajo índice de conocimientos referente a la organización apropiada de los eventos inducirá a una mala aceptación por parte de los consumidores.		<p>VARIABLE INDEPENDIENTE Bajo índice de conocimientos</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE Mala aceptación por parte de los consumidores</p>



**ANEXO 3
ENCUESTAS
UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**



OBJETIVO: Identificar la importancia de la calidad de los servicios que brindan las organizadoras de eventos, para reconocer los niveles de satisfacción de los clientes del cantón El Triunfo

1.- Considera usted que la implementación de una empresa organizadora de eventos en el Cantón el Triunfo brindara un servicio de calidad?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Indeciso	
En desacuerdo	

2.- Cree usted que las empresas organizadoras de eventos contribuirán a un desarrollo económico, social y turístico en el Cantón el Triunfo?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Indeciso	
En desacuerdo	

3.- Cree usted que brindando un servicio de calidad se logrará la satisfacción de los clientes en la realización de un evento?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Indeciso	
En desacuerdo	

4.- Considera usted que el desarrollo turístico destaca cuando se brinda un servicio de calidad por parte de las empresas organizadoras de eventos?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Indeciso	
En desacuerdo	

5.- Considera usted que es suficiente disponer de un personal capacitado para la realización de los eventos?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Indeciso	
En desacuerdo	

.-

6.- A su criterio personal dentro de la realización de un evento que Ud. ha solicitado que considera importante..

Ubicación	
Precio	
Entretenimiento	
Calidad	

7.-Considera usted que es indispensable que una empresa organizadora de eventos cuente con las herramientas y recursos técnicos para la realización de dichos eventos?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Indeciso	
En desacuerdo	

8.- Considera usted que al no brindar un servicio de calidad las empresas organizadoras de eventos provocan insatisfacción en los clientes?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Indeciso	
En desacuerdo	

9.- Está de acuerdo en la creación de una empresa organizadora de eventos que brinde servicios completos y tenga conocimientos especializados para una adecuada realización de los eventos en el cantón el Triunfo?



Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Indeciso	
En desacuerdo	

10.- Considera usted que el bajo índice de conocimientos por parte del personal de la empresa organizadora de eventos incide en la mala organización de los eventos?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Indeciso	
En desacuerdo	

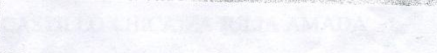
**ANEXO 4
PERMISOS**


PATENTE COMERCIAL


 Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria 

**AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN,
CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA - ARCSA**

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO: ARCSA-2014-14.5.5-0012952

Nombre o Razón Social del establecimiento: 

Nombre del Propietario o Representante Legal: 

Número del RUC del establecimiento: 

Provincia: GUAYAS


Cantón: EL TRIUNFO

Parroquia: EL TRIUNFO, CABECERA CANTONAL

Sector: CENTRO

Dirección: 10 DE AGOSTO S/N PRIMERA

Calle principal: 10 DE AGOSTO

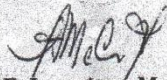
Actividades / Tipo(s) de establecimiento(s): 


Riesgo: Medio

Fecha de Emisión: 27-11-2014

Fecha de Vigencia: 27-11-2015

Valor: \$ 0.0


QF. Jerry Anne Mc Clarnon
Coordinadora General Técnico de Certificaciones - ARCSA

 Ministerio de Salud Pública
En la cual se emitió el Permiso de Funcionamiento, son verificables en cualquier momento por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria.

PERMISO ANUAL DE FUNCIONAMIENTO



MINISTERIO DEL INTERIOR
PERMISO ANUAL DE FUNCIONAMIENTO
 (válido sin enmiendas)
AÑO 2014

Nº. P.A.F.
0063176

VALOR USD \$
15,00

INFORMACION BASICA

COD. CATASTRO 13171

RAZON SOCIAL: [Redacted]
Nº. R.U.C.: [Redacted]

NOMBRE DEL CONTRIBUYENTE
Nº. CEDULA CIUDADANIA [Redacted]

TIPO DE ESTABLECIMIENTO: [Redacted]

PROVINCIA: GUAYAS
CANTON: EL TRIUNFO
CIUDAD/PARROQUIA: EL TRIUNFO
DIRECCION 10 DE AGOSTO Y JAIME ROLDOS

*SEGUN DECRETO 3310-B Y ACUERDO MINISTERIAL Nº. 0176 DEL 07-IX-2005

ADVERTENCIAS

1. AUTORIZACION
 El Intendente de conformidad a las responsabilidades y competencias que le otorgan la Ley y reglamentos autoriza:
 1.1 Permanecer abierto hasta las: Desde: 06:00 Horas
 22:00 Horas
 * Funcionar con sonido exterior hasta las: Horas

2. RETIRO DEL PERMISO

Este PERMISO podrá ser RETIRADO por una persona autorizada por la INTENDENCIA DE POLICIA en los siguientes casos:
 * Si el establecimiento funciona pasada la hora autorizada
 * Si no cumple con el volumen de música permitido
 * Si en el interior se escuchan juergas o espáñoles
 * Si en el interior se encuentran menores de edad, si es el caso
 * Si se infringe cualquier disposición legal sobre la materia

3. SANCION

El retiro del Permiso trae consigo la respectiva SANCION. De todo retiro de Permiso debe INFORMARSE a la Dirección Financiera en la Provincia de Pichincha y al Recaudador Fiscal de la Gobernación, en las Provincias.

DIRECTOR FINANCIERO

[Firma]

Fecha de Emisión 08-ene-14

RECAUDADOR FISCAL

[Firma]

Fecha de Recaudación

INTENDENTE GENERAL DE POLICIA


[Firma]

Abg. Consuelo Castro Cedeña

INTENDENTA GENERAL DE POLICIA DEL GUAYAS

UBICAR ESTE PERMISO EN UN LUGAR VISIBLE
CONTRIBUYENTE

PERMISO DEL CUERPO DE BOMBEROS



CUERPO DE BOMBEROS DEL CANTON EL TRIUNFO
 R.U.C.: 0968518200001
 Dirección: Av. 10 de Agosto / Telmo Tejada Av. 8 de Abril

Permiso: 201400412

CODIGO CATASTRAL: 09-000-00

AVALUO	5,000
Tasa PU 1.5%	13,000
Recargo	0
Costo Título	2,000
Total	15,000

PAGADO

Contribuyente
 [Redacted]

Cedula/Ruc: [Redacted]

NOMBRE DE LOCAL: TIENDA

Ubicación: AV 10 DE AGOSTO Y JAIME ROLDOS


Observación:

Se le concede el Permiso de Funcionamiento por el año 2014 según el Art. No. 35 de la ley de Defensa contra Incendios


Fecha Emisión: LUNES 15 DE MAYO DEL 2014

Emergencia: 2010-116 • Teléfono: 2011-381
 El Triunfo - Ecuador

REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES



REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES



NUMERO RUC: _____

APELLIDOS Y NOMBRES: _____

NOMBRE COMERCIAL: _____

CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS **OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:** NO

CALIFICACIÓN ARTESANAL: _____ **NUMERO:** _____

FEC. NACIMIENTO: _____ **FEC. ACTUALIZACION:** 29/01/2015

FEC. INICIO ACTIVIDADES: _____ **FEC. SUSPENSION DEFINITIVA:** _____

FEC. INSCRIPCION: _____ **FEC. REINICIO ACTIVIDADES:** _____

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL: _____

DOMICILIO TRIBUTARIO:

Provincia: GUAYAS Cantón: EL TRIUNFO Parroquia: EL TRIUNFO Calle: 10 DE AGOSTO Número: S/N Intersección:
 PRIMERA Referencia: FRENTE A LA SASTRERIA CONFECIONES EL JEFE Teléfono: 042010719 Email: julia.amada.castillo56@gmail.com

DOMICILIO ESPECIAL: _____


OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA


Las personas naturales que superen los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Equidad Tributaria, estarán obligadas a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, y no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RISE)

Si supera los montos establecidos en el reglamento estará obligado a llevar contabilidad para el siguiente ejercicio fiscal y la presentación de sus obligaciones será mensual.

# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:	del 001 al 002	ABIERTOS:	1
JURISDICCION:	\\ ZONA 8\\ GUAYAS	CERRADOS:	1



FIRMA DEL CONTRIBUYENTE



SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

Usuario: NRGC180906 **Lugar de emisión:** AZOGUES/AV. ALFONSO **Fecha y hora:** 29/01/2015 14:58:57

Página 1 de 2

PERMISO DEL MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA

**Ministerio de Salud Pública**
DISTRITO 09D16
EL TRIUNFO - GRAL. ANTONIO ELIZALDE - SALUD
CERTIFICADO DE SALUD OCUPACIONAL 000002991

**NOMBRES:** _____
APELLIDOS: _____
CÉDULA N°: _____
H.C.U. N°: _____

LUGAR DE RESIDENCIA: _____


DIRECTOR DEL DISTRITO 09D16


USUARIO