



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
COMERCIALES**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:  
INGENIERIA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORIA**

**TÍTULO DE PROYECTO:**

**“ESTUDIO DE MERCADO PARA DETERMINAR LA PRE-FACTIBILIDAD DE  
CREACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA ORGANIZADORA  
DE TODO TIPO DE FIESTAS LÚDICAS EN EL CANTÓN MILAGRO”**

**AUTORES: LEONELA CECIBEL CHUMAÑA SOLORZANO.  
RONALD ORLY GUERRERO TAPIA.**

**TUTOR**

**MSc. RAÚL MINCHALA**

**MILAGRO, FEBRERO DEL 2011**

**ECUADOR**

## **CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

### **CERTIFICO:**

Que he analizado el proyecto de Tesis de Grado con el Tema de **“Estudio de Mercado para Determinar la Pre-factibilidad de Creación e Implementación de una Microempresa Organizadora de todo tipo de Fiestas Lúdicas en el Cantón Milagro”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Presentado por los Egresados

Leonela Cecibel Chumaña Solórzano

C.I. 0923176838

Ronald Orly Guerrero Tapia

C.I. 0923488175

**TUTOR**

---

MSc. Raúl Minchala Santander

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Nosotros: Egr. Leonela Chumaña Solórzano y Ronald Guerrero Tapia, por medio de este documento, entregamos el proyecto; **“Estudio de Mercado para Determinar la Pre-factibilidad de Creación e Implementación de una Microempresa Organizadora de todo tipo de Fiestas Lúdicas en el Cantón Milagro”**, del cual nos responsabilizamos por ser los autores del mismo y tener la asesoría personal del MSc. Raúl Minchala Santander.

Milagro, Febrero del 2011.

---

LEONELA CHUMAÑA  
C.I 0923176838

---

RONALD GUERRERO  
C.I 0923488175

## **CERTIFICACION DE LA DEFENSA**

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de INGENIERÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA-C.P.A. otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

<b>MEMORIA CIENTÍFICA</b>	<b>( )</b>
<b>DEFENSA ORAL</b>	<b>( )</b>
<b>TOTAL</b>	<b>( )</b>
<b>EQUIVALENTE</b>	<b>( )</b>

---

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

---

**PROFESOR DELEGADO**

---

**PROFESOR DELEGADO**

# DEDICATORIA

Dedico este proyecto de investigación a DIOS por darme la sabiduría y las fuerzas para seguir adelante en mi objetivo ayudándome a vencer los obstáculos presentando en el transcurso del camino.

A mis queridos padres el Sr. **JOSÉ CHUMAÑA BELTRÁN** y la Sra. **MARITZA SOLORZANO PAREDES** que con su cariño, confianza y amor me apoyaron siempre a seguir adelante en mi lucha constante para poder alcanzar mi objetivo propuesto.

Dedico también este proyecto de manera especial a mi hermano **JOSÉ CHUMAÑA SOLORZANO** que es el pilar fundamental en mi vida, motivándome siempre a culminar mis estudios superiores esto va por ti hermanito.

A mis amigos que de una u otra manera estuvieron conmigo en los momentos más difíciles dándome palabras de aliento para que jamás desmayara.

**LEONELA CHUMAÑA SOLORZANO**

# DEDICATORIA

Dedico este proyecto de investigación primero a DIOS por darme la sabiduría y las fuerzas para seguir adelante, me lo dedico a Mí porque es el resultado de un arduo camino lleno de esfuerzo y lucha constante, haciéndome dar cuenta que hoy doy un paso más y que todo lo transitado valió.

A mis queridos padres el Sr. **ALBINO GUERRERO** y la Sra. **ISABEL TAPIA** que con su cariño, confianza y amor me apoyaron siempre a seguir adelante en mi lucha constante para poder alcanzar mi objetivo propuesto. A ellos que siempre estuvieron allí para decirme que siempre se podrá.

También dedicado a mi Familia mí esposa **EVELYN OLAYA** y mis hijos **VICKMAR Y NATHALY**.

Mis hermanos **JAVIER, DAMIAN Y JAHAIRA** A ellos también quiero dedicarles la dicha de mis logros.

A mis amigos que de una u otra manera estuvieron conmigo en los momentos más difíciles dándome palabras de aliento para que jamás desmayara.

**RONALD GUERRERO TAPIA**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco mi padre Celestial por darme la vida, por estar presente siempre en mi camino dándome salud e inteligencia.

A mis queridos padres El Sr **JOSÉ CHUMAÑA** y **MARITZA SOLORZANO** por brindarme la oportunidad de poder superarme y culminar mis estudios y a mi hermanito **JOSÉ FRANCISCO** que desde la distancia siempre me siempre estuvo conmigo.

Agradezco también al docente de la Universidad Estatal De Milagro que compartieran tiempo y conocimientos forjándonos siempre hacer unos jóvenes de bien.

Mis más sinceros agradecimientos a mi tutor, MSc. **RAÚL MINCHALA SANTANDER** que con su paciencia y sus conocimientos nos ayudo para poder culminar nuestro proyecto.

**LEONELA CHUMAÑA SOLORZANO**

# AGRADECIMIENTO

Doy gracias a mi Dios Jesús por darme sabiduría, salud inteligencia, perseverancia y no dejarme solo ni un solo instante de mi vida. Por darme unos padres maravillosos ALBINO GUERRERO & ISABEL TAPIA que han sabido guiarme por el camino correcto. Y hoy más que nunca me doy cuenta de lo acertado que eran sus consejos, por eso a ellos mis más grandes agradecimientos, LOS AMO.

Mi familia, pilar muy importante, esposa EVELYN OLAYA, mis hijos VICKMAR STYVEN Y NATHALY ISABELA. Gracias. Ellos que han sido esa fuerza para seguir y entender que la vida sigue y que hay que estar preparado para hacerle frente. Agradezco también al docente de la Universidad Estatal De Milagro que compartieran tiempo y conocimientos, puliéndonos en este camino al profesionalismo para hacer de nosotros unos buenos INGENIEROS.

Mis más sinceros agradecimientos a mi tutor, Ms **RAÚL MINCHALA SANTANDER** que con su paciencia y sus conocimientos nos ayudo para poder culminar nuestro proyecto.

**RONALD GUERRERO TAPIA**



## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Doctor.

Rómulo Minchala Murillo

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue la de **“Estudio de Mercado para Determinar la Pre-factibilidad de Creación e Implementación de una Microempresa Organizadora de todo tipo de Fiestas Lúdicas en el Cantón Milagro”**, y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, Febrero del 2011

---

LEONELA CHUMAÑA

C.I 0923176838

---

RONALD GUERRERO

C.I 0923488175

## ÍNDICE GENERAL

Página de carátula o portada.	i
Página de la constancia de aprobación por el tutor.	ii
Página de declaración de autoría de la investigación.	iii
Certificación de la Defensa	iv
Página de dedicatoria.	v
Página de agradecimiento.	vi
Página de Cesión de Derechos de Autor.	vii
Índice general.	viii
Índice de cuadros y gráficos.	ix
Índice de Figuras.	x
Resumen.	xi
Abstract.	

## CAPITULO I

### EL PROBLEMA

	<b>Pág.</b>
Introducción.....	1
1.1 Planteamiento del problema.....	2
1.1.1. Problematización del Problema.....	2
1.1.2 Delimitación del Problema.....	3
1.1.3 Formulación del Proyecto.....	4
1.1.4 Sistematización del problema.....	4
1.1.5 Determinación del problema.....	4

1.2 Objetivos.....	4
1.2.1 General.....	4
1.2.2 Específicos.....	5
1.3 Justificación.....	5

## CAPITULO II

### MARCO REFERENCIAL

	<b>Pág.</b>
2.1 Marco teórico.....	7
2.1.1 Antecedentes históricos.....	7
2.1.2 Antecedentes referenciales.....	14
2.1.3 Fundamentación.....	20
2.2 Marco legal.....	29
2.3 Marco conceptual.....	30
2.4 Hipótesis y variables.....	34
2.4.1 Hipótesis General.....	34
2.4.2 Hipótesis Particulares.....	34
2.4.3 Variable Independientes y Dependiente.....	35
2.4.4 Operacionalización de las variables.....	37

## CAPITULO III

### MARCO METODOLÓGICO

	<b>Pág.</b>
3.1 El tipo y diseño de la investigación y su perspectiva general.....	38
3.2 Población y muestra.....	39
3.2.1 Definición de los sujetos que van hacer medidos.....	39
3.2.2 Delimitar la población.....	39
3.2.3 Tipo de la muestra.....	40
3.2.4 Tamaño de la muestra .....	40
3.2.5 Proceso de selección.....	41
3.3 Métodos y técnicas.....	41
3.3.1 Métodos Teóricos.....	41
3.3.2 Método Empírico.....	42
3.4 El procesamiento estadístico de la información.....	42

## CAPITULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

	<b>Pág.</b>
4.1 Análisis de la situación actual.....	43
4.2 Análisis comparativo, evolución tendencias y perspectiva.....	44
4.3 Resultados.....	53

4.4 Verificación de la hipótesis.....	55
---------------------------------------	----

## **CAPITULO V**

### **PROPUESTA**

	<b>Pág.</b>
5.1 Tema.....	63
5.2 Fundamentación.....	63
5.3 Justificación.....	64
5.4 Objetivos.....	65
5.4.1 Objetivo general de la propuesta.....	65
5.4.2 Objetivos específicos.....	66
5.5 Ubicación.....	66
5.6 Factibilidad.....	67
5.7 Descripción de la propuesta.....	83
5.7.1 Actividades.....	97
5.7.2 Recursos análisis financiero.....	98
5.7.3 Impacto.....	112
5.7.4 Cronograma.....	113
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.....	114
Conclusiones.....	116
Recomendaciones.....	116

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Cuadro 1.</b>	
Operacionalización de las variables.....	37
<b>Cuadro 2.</b>	
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro.....	44
<b>Cuadro 3.</b>	
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro.....	45
<b>Cuadro 4.</b>	
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro.....	46
<b>Cuadro 5.</b>	
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro.....	47
<b>Cuadro 6.</b>	
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro.....	48
<b>Cuadro 7.</b>	
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro.....	49
<b>Cuadro 8.</b>	
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro.....	50
<b>Cuadro 9.</b>	
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro.....	51
<b>Cuadro 10.</b>	
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro.....	52
<b>Cuadro 11.</b>	
Verificación de la hipótesis.....	55
<b>Cuadro 12.</b>	
Barreras de entrada.....	84
<b>Cuadro 13.</b>	
Servicios sustitutos.....	84
<b>Cuadro 14.</b>	
Determinantes de la rivalidad.....	85
<b>Cuadro 15.</b>	
Poder de los compradores.....	85

<b>Cuadro 16.</b>	
Poder con los proveedores.....	86
<b>Cuadro 17.</b>	
Análisis del sector comercial.....	86
<b>Cuadro 18</b>	
Matriz FODA factores externos.....	88
<b>Cuadro 19.</b>	
Matriz FODA factores internos.....	88
<b>Cuadro 20.</b>	
Precios.....	91
<b>Cuadro 21</b>	
Recursos.....	101
<b>Cuadro 22</b>	
Activos fijos.....	102
<b>Cuadro 23.</b>	
Depreciación Activos fijos.....	103
<b>Cuadro 24.</b>	
Salarios.....	103
<b>Cuadro 25.</b>	
Detalles de Gastos.....	105
<b>Cuadro 26.</b>	
Costo de venta.....	106
<b>Cuadro 27</b>	
Presupuesto de venta.....	106
<b>Cuadro 28.</b>	
Inversión del proyecto.....	107
<b>Cuadro 29</b>	
Tabla de amortización mensual.....	108
<b>Cuadro 30</b>	
Tabla de amortización anual.....	108
<b>Cuadro 31</b>	
Estado de resultado.....	109

<b>Cuadro 32</b>	
Flujo de caja.....	109
<b>Cuadro 33</b>	
Balance general.....	110
<b>Cuadro 34</b>	
Índice financieros.....	110
<b>Cuadro 35</b>	
Tasa de rendimientos.....	111
<b>Cuadro 36</b>	
Razones.....	111
<b>Cuadro 32</b>	
Cronograma.....	113



## ÍNDICE DE GRÁFICO

	<b>PAG.</b>
<b>Grafico 1.</b>	
Organigrama estructural.....	68
<b>Grafico 2.</b>	
Organigrama Funcional.....	69
<b>Grafico 2.</b>	
Análisis de las cinco fuerzas de Porter.....	83

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b>	
Fiestas tradicionales.....	9
<b>Figura 2.</b>	
Nacimiento del Catering.....	13
<b>Figura 3.</b>	
Logotipo y slogan de la empresa yo te organizo .....	14
<b>Figura 4.</b>	
Imagen del equipo de trabajo de Keanfaos .....	18
<b>Figura 5.</b>	
Nivel de asistencia a eventos sociales y sus expectativas.....	44
<b>Figura 6.</b>	
Preferencias en la asistencia a eventos sociales.....	45
<b>Figura 7.</b>	
Expectativas del cliente.....	46
<b>Figura 8.</b>	
Servicios de prestación.....	47
<b>Figura 9.</b>	
Conmemoración de eventos.....	48
<b>Figura 10.</b>	
Organización de eventos.....	49
<b>Figura 11.</b>	
Nivel de aceptación.....	50
<b>Figura 12.</b>	
Ubicación geográfica... ..	51
<b>Figura 13.</b>	
Requerimientos del cliente.....	52
<b>Figura 14.</b>	
Mapa de ubicación de la ciudad de Milagro.....	66
<b>Figura 15.</b>	
Logotipo de la empresa.....	90

<b>Figura 16.</b>	
Volante.....	95
<b>Figura 17.</b>	
Tarjeta de presentación.....	95
<b>Figura 18.</b>	
Afiches para quinceañera.....	96
<b>Figura 19.</b>	
Afiches para matrimonios.....	96
<b>Figura 20.</b>	
Trípticos primera parte.....	97
<b>Figura 21</b>	
Trípticos segunda parte.....	98

## **BIBLIOGRAFÍA DE LA INVESTIGACIÓN.**

**BAAMONDE** Richard, Libro: *PRINCIPIOS DEL MARKETING*. Editorial Limerin.

**CHIAVENATO**, Idalberto: *INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN*, Quinta Edición, Editorial MC. Graw- Hill 2004.

**HOLGUÍN CABEZAS** Rubén. *ELEMENTOS DE ECONOMÍA CUARTA EDICIÓN*, Editorial Ediciones Holguín S.A.

**HOLGUÍN CABEZAS** Rubén. *ELEMENTOS DE ECONOMÍA QUINTA EDICIÓN*, Editorial Ediciones Holguín S.A.

**JUMBOL**, Joel: *INVESTIGACIÓN INTEGRAL DE MERCADOS*, Tercera Edición, Bogotá DC, Colombia 2005 p 486.

**KOONTZ** Harold. *ELEMENTOS DE ADMINISTRACIÓN*, Editorial: Mc Graw Hill.

**LEÓN** Félix. *ENCICLOPEDIA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL*, Editorial Copyright

**LEXUS** Editores. *ENCICLOPÉDICO COLOR*, Editorial Lexus.

**LONGENECKER** G. Justin. *ADMINISTRACIÓN DE PEQUEÑAS EMPRESAS*, Editorial Edición 11.

**MONREAL** José Luís. *DICCIONARIO OCÉANO UNO COLOR*, Editorial Océano Grupo Editorial S.A.

**PALACIOS LÓPEZ** Livia. *CONTABILIDAD INTERMEDIA*, Editorial Ministerio de Educación y Cultura.

**PAULI GUNTER**. *MANUAL COMUNICACIONAL*, Editorial Limerin S.A

**STRAUS** George y **SAYLES** Leonard R. *PERSONAL*, Editorial Hebreos Hnos. Sucesores S.A

**SAMUELSON** Carlos. *INICIOS DE LA ORGANIZACIÓN*, Editorial Edibosco.

**VARGAS CUEVAS** Luís. *PRINCIPIO DE ADMINISTRACIÓN*, Editorial: Facultad de Ciencias Económicas.

**VENITZKY**, Guillermo: *PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO Y PRESUPUESTO*, Editorial, Librería S.A.

**VILLALBA** Carlos. *GUÍA DE ELABORACIÓN DE ANTEPROYECTO Y PROYECTOS*, Editorial Sur Editores.

**VOLPENTESTA**, Jorge Roberto: *ORGANIZACIONES Y ESTRUCTURAS*. Osmar D. Buyatti, Buenos Aires.

**ZAMORA** Miguel Ángel. *TEMÁTICA ESTUDIANTIL*. Editorial: Copyright

## **LINCOGRAFÍAS**

<http://www.afip.gov.ar/blanco/>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Cerrajer%C3%ADa>

## RESUMEN

El presente trabajo nació por la necesidad de contar con un lugar para celebrar momentos familiares o sociales, pero con una propuesta diferente, e innovadora, para lo cual se realizó una investigación exhaustiva en el Cantón Milagro, lugar que es poseedor de un alto índice demográfico y por ende un amplio mercado para la creación de cualquier tipo de empresas o microempresas. Dentro de los primeros parámetros de este trabajo se ha empezado con el planteamiento de la problemática planteada, sus objetivos, delimitación, formulación y su correspondiente justificación, también se ha realizado una pequeña reseña histórica sobre esta actividad comercial y el mercado, además se encontrará toda la información necesaria para una mejor comprensión del trabajo investigativo así mismo su respectiva hipótesis la cual responde a la formulación del problema y variables. En el marco metodológico se determinó el universo; es decir una porción de la población para el cálculo de la muestra donde se utilizó un instrumento investigativo conocido como la encuesta dirigida a la ciudadanía Milagreña, una vez obtenidos los datos de esta herramienta se procedió a realizar la interpretación de los resultados, es decir la recolección, tabulación y análisis del instrumento investigativo, donde se pudo conocer que este casco comercial si existe esta clase de prestación de servicios, sin embargo las personas están cansadas de recibir lo mismo, por lo tanto se identificó una necesidad en esta franja comercial, por ello se considero altamente viable la creación de una microempresa dedicada a la organización de todo tipo de fiestas lúdicas. Esta propuesta tendrá definida su filosofía corporativa, desde su misión, visión, organigrama, manuales de funciones, etc., además se realizó el diseño de un logotipo, el cual representara la identidad de esta organización, seguidamente se realizó una proyección de gastos, ingresos e inversión de activos, donde se demostró la rentabilidad de la microempresa a través de los estados financieros y los sus respectivos índices como el VAN y TIR. Para concluir con este trabajo se efectuó las respectivas conclusiones y recomendaciones, las mismas que deben ser tomadas en consideración para optimizar cada día las actividades administrativas y operativas de esta nueva alternativa de negocio.

## **SUMMARY**

This work was born by the need to have a place to celebrate family time or social, but with a different proposal, and innovative, for which extensive research was conducted in the Canton Milagros, a place that is possessed of a high demographic rate and therefore a large market for the creation of any type or micro enterprises. Within the first parameter of this work has begun with the approach of the issues raised, its objectives, definition, formulation and corresponding justification has also been made a little history about this business and the market also will find all information necessary for a better understanding of investigative work likewise their respective hypotheses which responds to the formulation of the problem variables. In the methodological framework determined the universe, is a portion of the population for the calculation of the sample which was used a research tool known as the survey of Milagreña citizenship once obtained the data from this tool proceeded to the interpretation of results, is the collection, tabulation and analysis of the research instrument, where it was known that this commercial center if this kind of services, but people are tired of receiving the same, therefore identified a need in this strip mall, so is considered highly viable micro-enterprise creation dedicated to organizing all kinds of parties playful. This proposal would have defined its corporate philosophy, since its mission, vision, organizational structure, operating manuals, etc. Also was held to design a logo, which represent the identity of this organization, then there was a projection of expenses, income and investment assets, which showed the profitability of microenterprises through the financial statements and their respective indices such as the NPV and IRR. To conclude this work was carried out the relevant findings and recommendations, they must be taken into consideration to optimize daily administrative and operational activities of this new business alternative.

**ANEXOS**



## ANEXO 1

### Encuesta.



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**  
**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA-C.P.A**

Encuesta dirigida a la población del Cantón Milagro con el objetivo de determinar el grado o nivel de aceptación con respecto a la creación e implementación de una microempresa para organizar todo tipo de fiestas lúdicas.

**Solicitamos de la manera más cordial, nos colabore con la constatación de las siguientes preguntas que servirán en gran medida para el cumplimiento de los objetivos de esta investigación.**

Marque con una X la respuesta de su elección

<p>1.- ¿Acostumbra usted y su familia asistir a eventos sociales, donde la innovación forma parte de sus expectativas?</p> <p>SI <input type="checkbox"/></p> <p>NO <input type="checkbox"/></p> <p>DE VEZ EN CUANDO. <input type="checkbox"/></p>	<p>4.- ¿Cuál de los siguientes servicios le agrada encontrar en una empresa organizadora de eventos?</p> <p>DECORACIÓN <input type="checkbox"/></p> <p>HORA LOCA <input type="checkbox"/></p> <p>DISJOCKEY <input type="checkbox"/></p> <p>TODAS LAS ANTERIORES. <input type="checkbox"/></p>	<p>7.- ¿Considera que los servicios de una microempresa que organice eventos sociales debe realizar una debida planificación de marketing de manera eficiente, confortable y que satisfaga sus exigencias?</p> <p>SI <input type="checkbox"/></p> <p>NO <input type="checkbox"/></p> <p>TAL VEZ <input type="checkbox"/></p>
<p>2.- En caso de ser afirmativa la pregunta anterior ¿cuál de los siguientes eventos es de su preferencia?</p> <p>BAUTIZOS <input type="checkbox"/></p> <p>MATRIMONIOS <input type="checkbox"/></p> <p>QUINCEAÑERAS <input type="checkbox"/></p> <p>TODAS LAS ANTERIORES. <input type="checkbox"/></p>	<p>5.- ¿Acostumbra con su familia organizar eventos sociales para conmemorar momentos agradables o tradicionales?</p> <p>SI <input type="checkbox"/></p> <p>NO <input type="checkbox"/></p> <p>DE VEZ EN CUANDO <input type="checkbox"/></p>	<p>8.- Geográficamente ¿Qué lugares escogería usted para que se realice el evento?</p> <p>LOCALES EN EL CENTRO DE LA CIUDAD <input type="checkbox"/></p> <p>LOCALES FUERA DE LA CIUDAD <input type="checkbox"/></p> <p>SU PROPIO DOMICILIO <input type="checkbox"/></p> <p>LOCAL DE LA MICROEMPRESA <input type="checkbox"/></p>
<p>3.- Cuando asiste a un evento social ¿Qué es lo que mas le llama la atención?</p> <p>GASTRONOMIA <input type="checkbox"/></p> <p>AMBIENTE MUSICAL <input type="checkbox"/></p> <p>LA ORGANIZACIÓN DEL EVENTO <input type="checkbox"/></p> <p>ANTERIORES. <input type="checkbox"/></p>	<p>6.- ¿Considera usted importante que los eventos sociales sean organizados por profesionales y a costos razonables?</p> <p>TOTALMENTE DE ACUERDO <input type="checkbox"/></p> <p>DE ACUERDO <input type="checkbox"/></p> <p>EN DESACUERDO <input type="checkbox"/></p>	<p>9.- ¿Cuál de los siguientes requerimientos son prioritarios para usted al momento de contratar una empresa organizadora de eventos?</p> <p>CALIDAD Y PROFESIONALISMO <input type="checkbox"/></p> <p>DIVERSIFICACIÓN DEL SERVICIO <input type="checkbox"/></p> <p>TODAS LAS ANTERIORES <input type="checkbox"/></p>
<b>GRACIAS POR SU COLABORACIÓN</b>		

**ANEXO 2**



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**

**ENTREVISTA DIRIGIDA A PERSONALIDADES QUE HAN CONTRIBUIDO PARA EL DESARROLLO SOCIAL Y ECONÓMICO DEL CANTÓN MILAGRO**

**COOPERACIÓN:**

Agradecemos de antemano por la atención prestada para el desarrollo de esta importante investigación, además le garantizamos guardar absoluta reserva.

**OBJETIVO:**

Obtener información actualizada de parte de la población del Cantón Milagro, con el fin de determinar el grado de aceptación con respecto a la creación e implementación de una empresa organizadora de fiestas lúdicas en esta ciudad.

**INSTRUCCIONES:**

Le agradecemos por la contestación de cada una de las preguntas de manera precisa y sincera.

**DATOS:**

NOMBRE: \_\_\_\_\_

EMPRESA: \_\_\_\_\_

TÍTULO PROFESIONAL: \_\_\_\_\_

CARGO: \_\_\_\_\_

**PREGUNTAS**

**1.- ¿Acostumbra usted y su familia a asistir a eventos sociales?**

SI

NO

¿POR QUE?

-----  
-----  
-----  
-----  
-----

**2.- ¿Acostumbra con su familia organizar eventos sociales para conmemorar momentos agradables o tradicionales?**

SI

NO

¿POR QUE?

-----  
-----  
-----  
-----  
-----

**3.- ¿Cree usted que las actuales empresas organizadoras de eventos sociales de nuestro Cantón cumplen con los parámetros de calidad y eficiencia?**

SI

NO

¿POR QUE?

-----  
-----  
-----  
-----  
-----

**4.- ¿Considera usted importante que los eventos sociales sean organizados por profesionales y a costo razonable?**

SI

NO

¿POR QUE?

-----  
-----  
-----  
-----  
-----

**5.- ¿Contrataría usted los servicios de una microempresa que organice eventos sociales de manera eficiente y confortable?**

SI

NO

¿POR QUE?

-----  
-----  
-----  
-----  
-----

**6.- ¿Cree usted que la implementación de esta propuesta micro-empresarial aportaría con la disminución de desempleo en nuestra ciudad?**

SI

NO

¿POR QUE?

-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## Anexo 3 Solicitud para el registro de la patente



### Solicitud para Registro de Patente Personas Naturales

Especie Valorada \$ 1.00

Nº 019259

★ ★ ★ ★ ★  
GOBIERNO AUTÓNOMO  
DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN  
SAN FRANCISCO DE MILAGRO

ESPACIO PARA USO EXCLUSIVO DE LA MUNICIPALIDAD

SOLICITUD No.
---------------

DÍA	MES	AÑO
-----	-----	-----

PRIMERA VEZ  RENOVIACIÓN

DATOS DEL CONTRIBUYENTE					No. CEDULA DE CIUDADANIA
APELLIDOS		NOMBRES			
PATERNO	MATERNO	1er. NOMBRE	2do. NOMBRE	R.U.C.	

DATOS DEL SOLICITANTE

DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO	TELÉFONO (S)	FAX	CASILLA
ESTA OBLIGADO LEGALMENTE A LLEVAR CONTABILIDAD SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	FECHA DE INICIO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN MILAGRO MES:      DÍA:      AÑO:		CAPITAL PROPIO (ACTUALIZADO) \$:

CLASIFICACIÓN DOMICILIARIA PARA PERSONAS NATURALES QUE EJERCEN ACTIVIDADES COMERCIALES, INDUSTRIALES O FINANCIERAS EN EL CANTÓN MILAGRO

CLASE A. DOMICILIO LEGAL EN EL CANTÓN SIN INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTÓN.	<input type="checkbox"/>
CLASE B. DOMICILIO LEGAL EN EL CANTÓN CON UNA O MÁS INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTÓN.	<input type="checkbox"/>
CLASE C. NO DOMICILIADAS LEGALMENTE EN EL CANTÓN Y CON UNA O MÁS INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTÓN.	<input type="checkbox"/>

ACTIVIDAD

PARA EL CASO DE PERSONA EXONERADA

COMERCIAL <input type="checkbox"/> INDUSTRIAL <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/> FINANCIERA <input type="checkbox"/> ARTESANAL <input type="checkbox"/> ESPECIFIQUE _____ ESPECIFICAR ACTIVIDAD PRINCIPAL _____	No. DE RESOLUCIÓN DE EXONERACIÓN _____  FECHA DE EMISIÓN DE RESOLUCIÓN _____
--	--

INFORMACIÓN ESTADÍSTICA

ESTA AFILIADO A ALGUNA CÁMARA DE PRODUCCIÓN? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> AGRICULTURA <input type="checkbox"/> CONSTRUCCIÓN <input type="checkbox"/> INDUSTRIA <input type="checkbox"/> COMERCIO <input type="checkbox"/> PEQUEÑA INDUSTRIA <input type="checkbox"/> ARTESANÍA <input type="checkbox"/>	CANTIDAD DE TRABAJADORES 1 - 20 <input type="checkbox"/> 201 - 501 <input type="checkbox"/> 21 - 50 <input type="checkbox"/> MAS DE 501 <input type="checkbox"/> 51 - 200 <input type="checkbox"/>
---	---

NO USAR (USO EXCLUSIVO DE LA INSTITUCIÓN)

DECLARAMOS DE MANERA LIBRE, VOLUNTARIA Y BAJO JURAMENTO, QUE LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA SE SUJETA ESTRUCTURALMENTE A LA VERDAD DEJANDO CONSTANCIA QUE NOS SOMETEMOS A LAS SANCIONES PENALES Y TRIBUTARIAS, PARA EL CASO DE INCURRIR EN FALSIDADES.  SOLICITANTE / REPRESENTANTE LEGAL _____	LIQUIDADO POR: _____	RELIQUIDADO POR: _____
---	----------------------	------------------------

OBSERVACIÓN.- ESTE FORMULARIO SE UTILIZARÁ EN LOS SIGUIENTES CASOS:

1. PARA LAS PERSONAS NATURALES NO OBLIGADAS POR LA LEY A LLEVAR CONTABILIDAD.
2. CUANDO EL PAGO DE LA PATENTE MUNICIPAL SE REALICE POR PRIMERA VEZ O RENOVIACIÓN.

LA PATENTE MUNICIPAL NO AUTORIZA EL FUNCIONAMIENTO DE LOCAL ALGUNO, POR LO TANTO, TRAMITE LA TASA DE HABILITACIÓN.

# ANEXO 4 Ordenanzas municipales.

- d) Dirección del domicilio y del establecimiento;
- e) Tipo de actividad económica a la que se dedica;
- f) Monto del capital con el que opera el establecimiento;
- g) Indicación si el local es propio, arrendado o antiofresis;
- h) Año y número del registro y patente anterior;
- i) Fecha de iniciación de la actividad;
- j) Informe si lleva o no contabilidad; y
- k) Firma del sujeto pasivo o de su representante legal.

Una vez obtenida la patente, todas las personas estarán en la obligación de exhibir la patente en un lugar visible del establecimiento o local.

**Art. 9.- DETERMINACIÓN DE LA BASE IMPONIBLE.-** La base del impuesto será la siguiente:

- a) Para las personas naturales o jurídicas o sociedades de hecho, que estén obligadas a llevar contabilidad la base del impuesto será el total del activo del año inmediato anterior, menos el pasivo corriente. Para tal efecto deberán entregar una copia del balance general presentado en los organismos de control a más de esto para el caso de personas jurídicas deberán presentar copia del balance de Bancos, según correspondía, o por la Superintendencia de Bancos, según correspondía;
- b) Para las personas naturales o jurídicas que tengan sucursales o agencias en el cantón Milagro, la base imponible se determinará en relación al porcentaje de participación en el cantón;
- c) Para las personas naturales que no estén obligados a llevar contabilidad, la base imponible será el total del activo o en su defecto el total de ingresos menos el total de gastos declarados para el impuesto a la renta, conforme a las Normas Ecuatorianas de Contabilidad (NEC), excluyendo terrenos y edificios; y si el caso lo amerita en forma presuntiva;
- d) Para las actividades nuevas, el capital de operación será el inicial o de apertura de la actividad;
- e) Para las personas naturales o jurídicas que están sujetas al Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE) se debe tomar en cuenta la base imponible declarada en el SRI;
- f) Para el caso que se demuestre que los pasivos corrientes sean mayores que los activos totales, y por consiguiente el resultado de la diferencia entre los activos totales y pasivos corrientes sea un valor en negativo; la base imponible a tomarse será la del año inmediato anterior; y
- g) Los sujetos pasivos que no se inscribieron en el registro de patentes municipales, y los que no hagan la declaración formal dentro del plazo estipulado, se procederá a la determinación del impuesto en forma presuntiva, según el Art. 92 del Código Tributario.

**Art. 10.- CUANTÍA DEL IMPUESTO ANUAL DE PATENTE.-** Conforme a lo señalado en el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), se establece la siguiente tabla para la determinación del impuesto:

TABLA PARA EL CÁLCULO DEL IMPUESTO DE PATENTES

Fracción inferior	Fracción superior	Impuesto sobre Fracción inferior	Impuesto sobre Fracción superior
0,00	999,99	19,00	0,00%
1.000,00	2.999,99	38,00	0,38%
3.000,00	4.999,99	57,00	0,38%
5.000,00	9.999,99	95,00	0,38%
10.000,00	19.999,99	133,00	0,38%
20.000,00	39.999,99	191,00	0,38%
40.000,00	79.999,99	289,00	0,38%
80.000,00	159.999,99	427,00	0,38%
160.000,00	319.999,99	605,00	0,38%
320.000,00	639.999,99	823,00	0,38%
640.000,00	1.279.999,99	1.101,00	0,38%
1.280.000,00	2.559.999,99	1.479,00	0,38%
2.560.000,00	En adelante	19,000,00	0,38%

**Art. 11.- REDUCCIÓN DEL IMPUESTO POR PÉRDIDAS O DESCENSO EN LAS UTILIDADES.-** Estas se aplicarán de acuerdo al contenido del Art. 549 el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD).

**Art. 12.- DEL AUMENTO DE CAPITAL.-** En caso de aumento de capital, cambio de propietario y/o accionistas, cambio de domicilio o de denominación del establecimiento, deberá ser comunicado de manera inmediata al Departamento de Rentas Municipal para su actualización en el respectivo catastro, asumiendo el contribuyente la responsabilidad legal ante el Municipio del Cantón Milagro con su firma en el correspondiente formulario, adquirido en la Tesorería. Un representante de la Jefatura de Rentas podrá efectuar las inspecciones del caso, con el fin de verificar los cambios notificados por el contribuyente.

**Art. 13.- DE LA LIQUIDACIÓN.-** En caso de liquidación de las actividades económicas que causen las obligaciones de los tributos materia de esta ordenanza, deberá comunicarse al Departamento de Rentas Municipales, dentro de treinta (30) días contados a partir de la finalización de las operaciones, cumpliendo el siguiente procedimiento:

- a) Cancelación de valores adeudados y presentación de la copia de este comprobante; y
- b) Solicitud de eliminación del catastro.

Comprobado dicho caso se procederá a la cancelación de la inscripción, y a suprimir el nombre del catastro, de otro modo se entenderá que el negocio continúa hasta la fecha de su aviso.

**Art. 14.- PAGO INDEPENDIENTE DEL EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD.-** El impuesto a la patente se deberá pagar durante el tiempo que se desarrola la actividad o desde de la obtención del Registro Único de Contribuyentes, aunque la actividad no se haya efectuado.

En el caso que el contribuyente no hubiere notificado a la Administración Tributaria Municipal, dentro de los 30 días siguientes a la finalización de la actividad gravada, se considerará como ejercida, por lo cual el sujeto pasivo deberá pagar por patente anual, el valor establecido desde la fecha de finalización de la actividad hasta la fecha de notificación a la Administración. Sin embargo, de existir documentos que justifiquen plenamente que la actividad económica no fue ejercida, el sujeto pasivo pagará por concepto de impuesto de patente anual diez dólares (US\$ 10,00) por cada año, desde la fecha de finalización de la actividad a la fecha de notificación de la Administración.

**Art. 15.- PAGO INDIVIDUAL POR CADA ACTIVIDAD.-** Cuando varias personas naturales o sociedades ejerzan conjunta o individualmente, en un mismo establecimiento, más de una actividad económica, cada una de ellas declarará y pagará el impuesto de patentes, según la actividad que realice.

Si una persona natural tiene más de un local, para el ejercicio de su actividad económica, en el cantón Milagro, para la determinación del impuesto de patentes, deberá considerar los capitales que se distribuyen en cada establecimiento, siempre y cuando correspondan al mismo tipo de actividad.

**Art. 16.- DE LA EMISIÓN DE LOS TÍTULOS DE CRÉDITO.-** En base al catastro de patentes, los títulos de crédito por patente municipal se emitirán el primer día laborable de cada año, sin perjuicio de los resultados que arrojen las verificaciones de las declaraciones y sea necesario reliquidar. En este evento, se emitirán los títulos complementarios que fueran menester.

**Art. 17.- DE LOS RECLAMOS.-** En casos de errores en la determinación del impuesto, el contribuyente tiene derecho a solicitar al Director Financiero, la revisión del proceso de determinación y por ende la rectificación de la cuantía del impuesto a que hubiera lugar, también podrá solicitar la exclusión de su nombre del registro de contribuyentes de este impuesto, en los casos de enajenación, liquidación o cierre definitivo del negocio.

**Art. 18.- CLAUSURA.-** Se procederá a la clausura del establecimiento, cuando los sujetos pasivos de este impuesto incurran en uno o más de los siguientes casos:

- a) Falta de declaración por parte de los sujetos pasivos, en las fechas y plazo establecidos, aún cuando la declaración no origine tributos;
- b) No facilitar la información requerida por la Administración Municipal;
- c) Incumplimiento en el pago de títulos emitidos por patentes y notificaciones realizadas por el Departamento de Rentas, sin perjuicio de la acción coactiva;
- d) Impedir a los funcionarios autorizados por la Administración Tributaria Municipal a efectuar las inspecciones o verificaciones tendientes al control del impuesto de patentes exhibiendo la información y documentos que les fueron solicitados;
- e) Proporcionar falsa información a los Inspectores del Departamento de Rentas;
- f) Incobservancia a las citaciones realizadas por la Jefatura de Rentas.

Previo a la clausura la Administración Tributaria a través de la Comisaría Municipal notificará al sujeto pasivo, concediéndole un término de 15 días para que cumpla con las obligaciones tributarias y documentadamente justifique su incumplimiento. De no hacerlo, la Dirección Financiera ordenará la clausura del establecimiento.

**Art. 19.- DESTRUCCIÓN DE SELLO.-** La destrucción de sellos que impliquen inicio de actividades sin autorización y/o la oposición a la clausura, dará lugar a las acciones legales pertinentes, por Asesoría Jurídica Municipal.

**Art. 20.- EXENCIONES.-** Estarán exentos del pago de patentes municipales, los artesanos calificados como tales por la Junta Nacional de Defensa del Artesano quienes deberán justificar su calidad de tales en la Dirección Financiera Municipal.

**Art. 21.- NORMAS SUPLETORIAS.-** En todo lo que no estuviere prescrito en la presente ordenanza se sujetará a las disposiciones del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD) y el Código Tributario.

**Art. 22.- DEROGATORIA.-** La presente ordenanza deroga la aprobada por el Concejo Cantonal de Milagro en sesiones ordinarias del 14 y 22 de abril del 2005, y todas aquellas que se opongan a la presente.

**ART. 23.- VIGENCIA.-** La presente ordenanza entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial.

Dado y firmado en la sala de sesiones del Ilustre Concejo Municipal de Milagro, a los 21 días del mes de diciembre del año 2010.

Ing. Juan Bastidas Aguirre, VICE-ALCALDE DEL CONCEJO  
Ing. Pilar Rodríguez Quinto, SECRETARÍA DEL CONCEJO

**SECRETARÍA MUNICIPAL.-** La infrascrita Ing. Pilar Rodríguez Quinto, Secretaria del Concejo, CERTIFICA: Que la presente "ORDENANZA SUSTITUTIVA PARA LA DETERMINACIÓN, ADMINISTRACIÓN, CONTROL Y RECAUDACIÓN DE IMPUESTO DE PATENTE ANUAL MUNICIPAL DE TODA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN EL CANTÓN MILAGRO" fue discutida y aprobada por el Ilustre Concejo de Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Francisco de Milagro en Sesiones Ordinarias del 14 y 21 de diciembre de 2010, en primer y segundo debate respectivamente.

Que, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), en sus artículos 548 al 551 establece a favor de los municipios el derecho al cobro del impuesto de patentes municipales y metropolitanos a todos los comerciantes e industriales y todas las personas que ejerzan permanentemente cualquier actividad de orden económico dentro del cantón respectivo;

Que, la norma legal antes mencionada en su Art. 548, dispone que el Concejo mediante Ordenanza establecerá la tarifa del impuesto anual en función del patrimonio de los sujetos pasivos de este impuesto dentro del cantón, siendo la tarifa mínima de diez dólares (US\$ 10.00) y la máxima de veinticinco mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 25,000.00);

Que, el Art. 492 del COOTAD dice que las municipalidades y distritos metropolitanos reglamentarán por medio de ordenanza el cobro de sus tributos;

Que, el Art. 57 del COOTAD, dice que entre las atribuciones del concejo municipal le corresponde regular, mediante ordenanza, la aplicación de tributos previstos en la ley a su favor;

Que, es necesario actualizar y armonizar la Ordenanza antes mencionada con el nuevo Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD).

En virtud de las atribuciones que le confiere las disposiciones legales transcritas:

**EXPIDE:**

**La "ORDENANZA SUSTITUTIVA PARA LA DETERMINACIÓN, ADMINISTRACIÓN, CONTROL Y RECAUDACIÓN DEL IMPUESTO DE PATENTE ANUAL MUNICIPAL DE TODA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN EL CANTÓN MILAGRO".**

**Art. 1.- OBJETO DEL IMPUESTO (MATERIA IMPONIBLE).**- Establécese el impuesto de patente anual municipal que se aplicará sobre las actividades comerciales, industriales, financieras, de servicios y económicas en general, expresada en el valor de la base imponible.

**Art. 2.- SUJETOS PASIVOS.**- Son sujetos pasivos del impuesto de patentes municipales, todas las personas naturales, jurídicas, sociedades de hecho y propietarios de negocios individuales, nacionales, extranjeros, y todos los profesionales, que permanentemente ejerzan actividades comerciales, industriales, financieras y de servicios, que obligatoriamente deberán registrarse en el catastro de patente anual municipal.

Son sujetos pasivos en calidad de contribuyentes las personas naturales; en calidad de responsables:

- Los Directores, Presidentes, Gerentes o representantes de las personas jurídicas y demás entes colectivos con personalidad legalmente reconocida;
- Los representantes legales de menores no emancipados y los tutores o curadores con administración de negocios de los demás incapaces;
- Los que siendo administradores o tengan la disponibilidad de negocios de entes colectivos que carecen de personalidad jurídica;
- Los mandatarios, agentes fiduciarios o gestores voluntarios respecto de los negocios que admitieran o dispongan;
- Los adquirentes de negocios o empresas por los impuestos de patentes municipales que se hubiere otorgando el vendedor, generados en la actividad de dichos negocios o empresas que se transfieran, por el año que se realice la transferencia y por los dos años anteriores, responsabilidad que se limitará al valor de esos bienes;
- Las sociedades que transfieren a otras, haciéndose cargo del activo y el pasivo, en todo o en parte, sea por fusión, transformación, absorción o cualquier otra forma. La responsabilidad comprenderá a los impuestos de patentes municipales adeudados por aquellas hasta la fecha del respectivo acto;
- Los sucesores a título universal, respecto de los impuestos de patentes municipales adeudados por el causante; y,
- Los donatarios y los sucesores a título singular, respecto de los impuestos de patentes municipales adeudados por el donante o causante correspondiente a los negocios legados o donados.

**Art. 3.- OBLIGACIONES DE LOS SUJETOS PASIVOS.**- Los sujetos pasivos del impuesto de patentes están obligados a cumplir con los deberes formales establecidos en el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), el Código Tributario, en todo cuanto se relacione con este impuesto, y específicamente con lo siguiente:

- Inscribirse en el catastro del impuesto de patentes que para la determinación de este impuesto llevará la Oficina de la Jefatura de Rentas;
- Presentar la declaración de su patrimonio de operación de la actividad económica, en los formularios enbogados por la Administración Tributaria Municipal, proporcionando los datos necesarios relativos a su actividad; y, comunicar oportunamente los cambios que se operen;
- Facilitar a los funcionarios autorizados de la Administración Tributaria Municipal, las inspecciones o verificaciones tendientes al control o a la determinación del impuesto de patentes municipales, exhibiendo las declaraciones, informes, libros, registros y demás documentos proporcionados para tales efectos y formular las declaraciones que los fueron solicitadas; y,

- Concurrir a las oficinas de la Administración Tributaria Municipal, cuando su presencia sea requerida por la administración.

**Art. 4.- DEL DOMICILIO TRIBUTARIO.**- Para todos los efectos tributarios relativos al impuesto de patentes municipales, se tendrá como domicilio:

- Para las personas naturales, cualquier lugar ubicado dentro de la jurisdicción del cantón Milagro donde residan habitualmente o permanentemente ejerzan sus actividades económicas;
- Para las personas jurídicas, el lugar señalado en el contrato social o en los respectivos estatutos; y, en su defecto, cualquier lugar de la jurisdicción de este cantón donde permanentemente ejerzan sus actividades económicas;
- Para sociedades de hecho cualquier lugar de la jurisdicción del cantón Milagro donde funcionen permanentemente sus negocios; y,
- Las personas domiciliadas en el exterior, naturales o jurídicas que mantuvieran actividades económicas dentro de la jurisdicción del cantón Milagro y que por tanto, son contribuyentes del impuesto de patentes municipales, están obligados a instituir representantes y fijar domicilio en el cantón Milagro; y, comunicar del particular a la Administración Tributaria Municipal;
- Si ostieren tales deberes, se tendrá como representante a las personas que ejecutaren tales actividades.

**Art. 5.- SUJETO ACTIVO DEL IMPUESTO.**- El sujeto activo del impuesto de patente anual es el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón San Francisco de Milagro, administrada por la Dirección Financiera Municipal a través del Departamento de Rentas.

**Art. 6.- FACULTADES DEL SUJETO ACTIVO.**- A la Dirección Financiera Municipal se le otorga las siguientes facultades:

- Solicitar a la Superintendencia de Compañías, de Bancos y otras entidades, la lista actualizada de las compañías, entidades financieras, cooperativas y asociaciones cuyo domicilio se halle en el cantón Milagro;
- Solicitar a los diversos gremios empresariales del cantón, la última actualización de sus afiliados, con indicación de la actividad económica, dirección, representante legal, domicilio y patrimonio;
- Requerir al Servicio de Rentas Internas copia del registro único de contribuyente, así como de las declaraciones del impuesto a la renta de los contribuyentes que se requiera; y,
- Solicitar a terceros cualquier información relacionada con la realización del hecho generador de este impuesto.

**Art. 7.- PLAZO PARA DECLARAR Y OBTENER LA PATENTE.**- Para ejercer permanentemente una actividad comercial, industrial, financiera, de servicio o de carácter económico en general, dentro de la jurisdicción del cantón Milagro, se requiere la obtención de la patente anual, previa la inscripción en el registro municipal, que para estos efectos, mantendrá la Oficina de la Jefatura de Rentas.

La patente anual se deberá obtener dentro de los treinta días siguientes al día final del mes en el que se inician las actividades gravadas con este impuesto, o durante el mes de enero de cada año para los negocios ya establecidos y para las personas jurídicas u obligados a llevar contabilidad lo harán hasta 30 días después de la fecha límite establecida para la declaración del impuesto a la Renta. El incumplimiento a esta norma se sancionará con una multa que será equivalente al tres por ciento (3%) por cada mes o fracción de mes de retraso en la presentación de la declaración y pago, misma que se calculará sobre el impuesto causado según la respectiva declaración; multa que no excederá del 100% de dicho impuesto a la patente anual. Esta sanción será determinada, liquidada y pagada por el sujeto pasivo, sin necesidad de resolución administrativa previa, caso de no hacerlo, la Municipalidad las cobrará aumentadas en un 20%, sin perjuicio de los intereses de mora que origine el incumplimiento y, en caso de concurrencia de infracciones, se aplicarán las sanciones que procedan según lo previsto en el Libro IV del Código Tributario.

**Art. 8.- DEL REGISTRO Y CATASTRO DEL IMPUESTO DE PATENTE ANUAL.**- El sujeto pasivo del impuesto de patentes municipales, deberá presentar al Departamento de Rentas Municipales, los siguientes documentos:

Las personas naturales:

- Formulario de declaración de patente;
- Copia de cédula de ciudadanía y papeleta de votación; y,
- Copia del registro único de contribuyente o Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE).

Las sociedades:

- Formulario de declaración de patente;
- Copia de la cédula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal;
- Copia del acta o resolución de constitución de la compañía original y copia;
- Original y copia de los balances y declaraciones presentados a la Superintendencia de Compañías, Superintendencia de Bancos y/o Servicio de Rentas Internas.

La Oficina Municipal de Rentas, llevará el catastro de patente anual, donde se registrará la información consignada en el formulario de declaración que tiene el contribuyente, formulario valorado que será adquirido en la Tesorería Municipal y será llenado por el interesado, con los siguientes datos:

- Nombres y apellidos completos del sujeto pasivo o razón social;
- Número de cédula de ciudadanía o pasaporte;
- Nacionalidad;

**ANEXO 5 Pago comprobante cuerpo de bomberos**

**COMPROBANTE DE INGRESO A CAJA**

MES: ABR 27 AÑO: 2011 C.A. No. 14 No. 000283451

CONTRIBUYENTE: ILUSTRE M. MILAGRO MENDOZA SAQUISLI MARIA ROSARIO  
 Direccion: CALLE MIGUEL VALVERDE ENTRE INGLATERRA Y PEDRO VI C.C.A.A. - R.U.C. - CODIGO CATASTRAL: 01-05-25-27-0-0-0-0 CODIGO TRANSACC: URB

**PAGO DE PREDIOS URBANO Y ADICIONALES 2011**  
 TITULO DE CREDITO No. O 62914

Avaluo Prop. Urb. \$ 79.687,18  
**CUERPO DE BOMBEROS 11,95**

	VALOR RECIBIDO
EFFECTIVO	\$.....11,95
CHEQUES	\$.....0,00
N/C y/o TRANSFER	\$.....0,00
<b>TOTAL RECIBIDO</b>	<b>\$.....11,95</b>

0248822

MUNICIPALIDAD DE TESOALCIA  
 27 ABR 2011  
 11:40:20  
 SELLO Y FRENTE DEL MUNICIPIO  
**PAGADO**

DIRECTOR FINANCIERO TESORERO MUNICIPAL JEFE DE CUENTAS

**ANEXO 6 Pago de patente anual Municipal y Adicionales.**

**COMPROBANTE DE INGRESO A CAJA**

MES: NOV 24 AÑO: 2010 C.A. No. 9 No. 00011831

CONTRIBUYENTE: HERNANDEZ FRANCO ZOILA ELIZABETH  
 Direccion: TORRES CAUSANA Y ENRIQUE VALDEZ C.C.A.A. - R.U.C. - CODIGO CATASTRAL: 0908084999001 CODIGO TRANSACC: PAT

**PAGO DE PATENTE ANUAL MUNICIPAL Y ADICIONALES 2010**  
 TITULO DE CREDITO No. B-2321

IMP. PATENTE	37,00
REG. SANITARIO	2,00
FORMULARIOS	6,00
EMISION	1,00
Interes:	2,85%
Multa:	40% Coactiva:
	0,00

	VALOR RECIBIDO
EFFECTIVO	\$.....59,95
CHEQUES	\$.....0,00
N/C y/o TRANSFER	\$.....0,00
<b>TOTAL RECIBIDO</b>	<b>\$.....59,95</b>

0145460

MUNICIPALIDAD DE TESOALCIA  
 24 NOV 2010  
 11:35:52  
 SELLO Y FRENTE DEL MUNICIPIO

DIRECTOR FINANCIERO TESORERO MUNICIPAL JEFE DE CUENTAS



**ANEXO 7 Orden de pago uso del suelo.**



★ ★ ★ ★ ★  
GOBIERNO AUTÓNOMO  
DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN  
**SAN FRANCISCO DE MILAGRO**



**DIRECCION DE URBANISMO, ARQUITECTURA Y CONSTRUCCION  
D.U.A.C**

**ORDEN DE PAGO**

**MEMORANDUM N°: GADCM- DUAC-2011-2629-M  
Fecha 31 de octubre de 2011**

**PARA:** Ec. Fabian Andrade  
**DIRECTOR FINANCIERO**

**ASUNTO :** ordenes de pago

---

Agradeceré ordenar la emisión de un título de crédito por el valor de **\$2,00 (DOS DOLARES)** por concepto de **certificado USO DE SUELO PARA TALLER DE ALUMINIO** ubicado en la calle Olmedo y Enrique Plaza a nombre de **CUELLO GUSTAVO**



Atentamente

Arq. Jorge Bahamonde M.  
**DIRECTOR DE LA D.U.A.C**

**ANEXO 8 Formulario línea de fábrica.**

**Formulario**

**Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón  
SAN FRANCISCO DE MILAGRO**

<b>LINEA DE FABRICA</b>		Nº DE SOLICITUD 312	
MES 11	DIA 14	AÑO 2011	
DATOS DEL PROPIETARIO Y O RESPONSABLE TÉCNICO		CEDULA DE CIUDADANIA	
NOMBRE MAGDALENA CHAFLA TENESACA Y JULIO ZUÑIGA GARATE		060150327-8	
INFORMACION DEL PREDIO			
CUIDAD MILAGRO	FARROCUJA ERNESTO SEMINARIO	CUIDADELA LOS CAÑAVEALES	CODIGO O CLAVE CATASTRAL 03-02-47-08
MANZANA 47	SOLAR 08	CALLE CALLEJON ENTRE CALLE PRIMERA Y GRAL. ANDRADE	ZONA ZR-3
ANCHO DE VIA PRINCIPAL	ANCHO DE ACERA	LINEA DE FABRICA DESDE EL EJE	
_____	_____	_____	
<b>NORMAS DE EDIFICACION</b>			
MEDIDAS DEL SOLAR SEGUN LEVANTAMIENTO TOPOGRAFICO			
NORTE 10.00 m	SUR 10.00 m	ESTE 16.50 m	OESTE 16.50 m
AREA DEL SOLAR 165.00 m <sup>2</sup>		ANCHO DE ACERA m	
CONDICIONES DE EDIFICACION			
FRENTE DEL LOTE 10.00 m	ALTURA MAX. EDIFICACION PB + 1 NIVEL	ALTURA MIN. EDIFICACION _____	DENSIDAD NETA 300 hab/Ha
RETRO FRONTAL 1 2.50 m Sin Soportal	RETRO LATERAL 0.1 x la medida del frente	RETRO LATERAL 0.1 x la medida del frente	RETRO POSTERIOR 0.1 x la medida del fondo
COS 0.65 m <sup>2</sup>	CUS 1.30 m <sup>2</sup>	VOLADO SOBRE LINEA DE LINDERO FRONTAL _____	VOLADO SOBRE LINEA DE CONSTR. FRONTAL 1.00 m
COMPATIBILIDAD DE USO		CONDICIONES DE ORDENAMIENTO	
USO PERMITIDO VIVIENDA BFAMILIAR	USO COMPATIBLE CON EDUCACION, COMERCIO DE VECINDARIO SALUD, OFICINAS, CULTURA, DEPORTE.	OBSERVACIONES (SOportal) ANCHO _____	CARACTERISTICA DE LA EDIFICACION SEGUN LOS RETROS EXIGIBLES ALTURA _____
USO CONDICIONADO: ( EN EL MISMO SOLAR) CONDICIONADOS CON OTROS USOS SE PERMITE INDUSTRIAS PEQUEÑAS ARTESANIAS SI SE CONTROLA EMISIONES DE RUIDOS OLORES O VIBRACIONES.		OTROS _____	
USOS PROHIBIDOS COMBUSTIBLE TOXICOS O EXPLOSIVOS, GRANDES INDUSTRIAS DE CUALQUIER TIPO.		OBSERVACIONES  * NO NOS RESPONSABILIZAMOS POR DIFERENCIAS DE AREAS CON RELACION A ESCRITURA  * NORMAS DADAS DE ACUERDO AL LEVANTAMIENTO PLANIMETRICO PARTICULAR.	
		NOTA: EL PERIODO DE DURACION DE ESTAS NORMAS ES DE UN AÑO	
		 INSPECTOR  DIRECTOR DE LA D.U.A.C.	

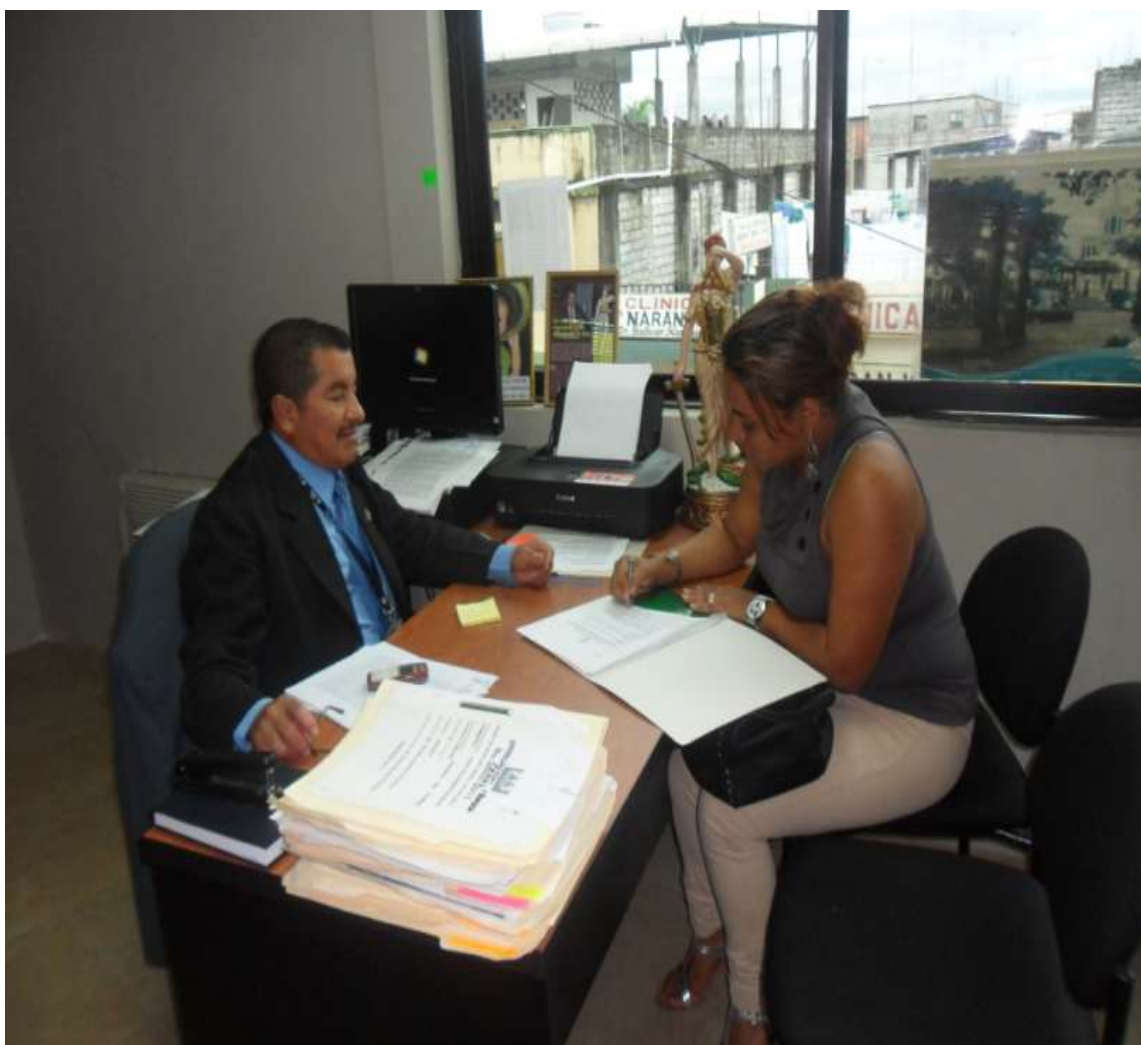
**ANEXO 9 Certificados de usos de suelo línea de fabrica.**

 <p>GOBIERNO AUTÓNOMO DECENTRALIZADO DEL CANTÓN SAN FRANCISCO DE MILAGROS <b>COMPROBANTE DE INGRESO A CAJA</b></p>		MES NOV	DIA 14	AÑO 2011	CAJA N.º 5	No. 000010675										
CONTRIBUYENTE CHAFLA TENESACA MAGDALENA			CEDULA - R.U.C. - CODIGO CATASTRAL		CODIGO TRANSACC. VAR											
<p><b>CERTIFICADOS DE USOS DE SUELO, LINEA DE FABRICA,</b></p> <p>CERTIFICADOS DE LINEA DE FABRICA Y NORMAS DE CONSTRUCCION CLAVE CATASTRAL: 03-02-47-08</p> <p>Dirección : CDLA. LOS CAÑAVERALES</p> 				<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>VALOR RECIBIDO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>EFFECTIVO</td> <td>\$. *****4.00</td> </tr> <tr> <td>CHEQUES</td> <td>\$. *****0.00</td> </tr> <tr> <td>N/C y/o TRANSFER</td> <td>\$. *****0.00</td> </tr> <tr> <td><b>TOTAL RECIBIDO</b></td> <td><b>\$. *****4.00</b></td> </tr> </tbody> </table>				VALOR RECIBIDO	EFFECTIVO	\$. *****4.00	CHEQUES	\$. *****0.00	N/C y/o TRANSFER	\$. *****0.00	<b>TOTAL RECIBIDO</b>	<b>\$. *****4.00</b>
	VALOR RECIBIDO															
EFFECTIVO	\$. *****4.00															
CHEQUES	\$. *****0.00															
N/C y/o TRANSFER	\$. *****0.00															
<b>TOTAL RECIBIDO</b>	<b>\$. *****4.00</b>															
				<p>0314341</p> <p>GOBIERNO AUTÓNOMO DECENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN SAN FRANCISCO DE MILAGROS TESORERIA 14 NOV 2011 10:59:45 EXPLORES Y FIRMA DEL CAJERO</p> <p><b>PAGADO</b></p>												
 DIRECTOR FINANCIERO		 TESORERO MUNICIPAL		 JEFE DE RENTAS												

**ANEXO 10 Fotos de la encuesta.**



**ANEXO 11 Entrevista con el Fiscal Abg. Modesto Freire.**



## **Introducción.**

El presente trabajo fue realizando en la provincia del Guayas, Cantón Milagro, sector que mantiene un alto índice demográfico, haciendo de esta localidad la plaza de mercado más prospera para la creación de una empresa o negocio, por la alta demanda que denuncia este respetable casco comercial.

En la actualidad el ámbito en la celebración de acontecimientos como cumpleaños, reuniones familiares, u otros eventos mantienen en alto movimiento a aquellas empresas que se dedican a la organización de todo tipo de fiestas, estas costumbres se vienen llevando desde la antigüedad, donde se organizaban calendarios de festividades para disfrutar las tradiciones propias de ese tiempo. Cualquiera que fuese su origen, todas ellas eran momentos de socialización.

Lo antes mencionado fue la razón por la que se emprendió el estudio de investigación para demostrar la factibilidad en la creación de una microempresa que se dedique a la organización de todo tipo de fiestas lúdicas. Teniendo como primer paso el planteamiento del problema sus causas y consecuencias, lo cual permitió la realización de la formulación y sistematización de la problemática, una vez establecido esto se realizo los objetivos a cumplir para ejecutar con precisión el desarrollo de la información en el Marco teórico, capítulo en el cual se ha desplegado una serie de información que ha permitido fundamentar este trabajo. Así mismo se formulo las respectivas hipótesis, basándonos en la formulación y sistematización del problema.

La metodología del proyecto está orientada a una investigación descriptiva, explicativa, exploratoria y de diagnostico, tomando como grupo objetivo a una porción de la población, a la cual se le aplico una encuesta, donde se conoció que gran parte de ellos se sienten insatisfechos con esta clase de servicios, siendo entonces la puerta correcta para la realización de esta propuesta la misma que consiste en la Creación e implementación de una microempresa Organizadora de todo tipo de Fiestas Lúdicas en el Cantón Milagro.

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1.1 Problematicación del problema**

Milagro cantón que posee un amplio sector comercial, el cual encierra un sin número de negocios y empresas donde la apertura de una de estas dos alternativas resultaría beneficioso según los objetivos que se tracen. Uno de los sectores menos explotados en la actualidad es la organización de eventos, la cual se torna un campo muy competitivo y fructífero en este mercado pues la demanda crece día a día, esto se da debido a la falta innovación en el servicio, lo cual ha generado la centralización de uno o tres lugares para la realización de todo tipo de fiestas lúdicas.

La falta de un lugar estratégico es otro de los problemas que inciden en la creación de esta clase de negocios, debido a que no se han realizado estudios pertinentes sobre las zonas más apropiadas para establecer esta clase de alternativa empresarial, esto produce la acentación en sitios no acorde a las necesidades de las personas; es decir insatisfacción de los clientes.

La inadecuada promoción del servicio es debido a la utilización de cartillas o paquetes previamente establecidos, sin dar a elegir al cliente; es decir, que las personas tienden a pagar por algo que no es de su utilidad y satisfacción; es por ello que este estudio

busca captar a este mercado que desea adquirir un servicio personalizado y diferenciado, de buena calidad y a precios minimizados.

### **Pronóstico.**

El no contar con una alternativa empresarial en la organización de todo tipo de fiestas lúdicas, se originará la contratación de estos servicios fuera de esta plaza de mercado, restándole así ingresos a las arcas económicas de la municipalidad y a la creación de fuentes de trabajo en este sector comercial.

### **Control del pronóstico**

En vista de que la demanda por la adquisición de este servicio va en crecimiento es importante proponer la creación de una alternativa empresarial organizadora de toda clase de eventos para todo tipo de celebración, con el propósito de lograr la máxima satisfacción de las personas, empresas o instituciones.

#### **1.1.2 Delimitación del problema**

##### **Espacio:**

- **País:** Ecuador
- **Región:** Costa
- **Cantón:** Milagro
- **Provincia:** Guayas
- **Sector empresarial:** Servicios

##### **Tiempo.**

La información bibliográfica y lincográfica que utilizaremos en la investigación no superara los cinco años de antigüedad, por lo tanto nos permitirá conocer información actualizada sobre la problemática planteada.



### **1.1.3 Formulación del Problema**

¿Qué impacto se observa en la población milagreña al no contar con una alternativa empresarial en la organización de todo tipo de fiestas lúdicas?

### **1.1.4 Sistematización del problema**

- ¿Cómo incide la falta de innovación en el servicio de organización de todo tipo de fiestas lúdicas en el cantón Milagro?
- ¿En qué influye la falta de un estudio geográfico para la ubicación de esta clase de empresas organizadoras de eventos lúdicos?
- ¿Qué impacto tendrá el estudio sobre una empresa organizadora de todo tipo de fiestas lúdicas en la satisfacción del cliente?
- ¿De qué manera influye los medios publicitarios como cartillas o paquetes promocionales en la máxima satisfacción de los clientes?
- ¿Cómo influirá un plan de marketing donde la población del cantón Milagro se sienta más identificada al momento de elegir esta propuesta?

### **1.1.5 Determinación del tema**

Estudio de mercado para determinar la pre-factibilidad de Creación e Implementación de una Microempresa organizadora de todo tipo de Fiestas Lúdicas en el cantón Milagro

## **1.2. OBJETIVOS**

### **1.2.1 Objetivo General**

Realizar una investigación de mercado a la población milagreña, aplicando estrategias metodológicas e innovadoras, para determinar la pre-factibilidad de Creación e Implementación de una Microempresa organizadora de todo tipo de Fiestas Lúdicas en el cantón Milagro

## 1.2.2 Objetivos Específicos

Los objetivos específicos que nos planteamos son los siguientes:

- Establecer estrategias de innovación en el servicio de organización de todo tipo de fiestas lúdicas en el cantón Milagro.
- Realizar un estudio geográfico para identificar la correcta ubicación de esta clase de empresa.
- Determinar el impacto que tendrá la creación de una empresa organizadora de todo tipo de fiestas lúdicas para la satisfacción del cliente.
- Determinar que incidencia tiene los medios promocionales como cartillas o paquetes promocionales en la máxima satisfacción de los clientes.
- Elaborar un plan de marketing donde la población del cantón Milagro se sienta más identificada al momento de elegir esta clase de empresa.

## 1.3 JUSTIFICACIÓN

### 1.3.1 Justificación de la Investigación

Estamos conscientes que un programa lúdico, por muy pequeño que sea, puede ser una tarea exhaustiva, ya se trate de una fiesta informal, un gran evento o simplemente una pequeña reunión familiar. Por ello nuestra propuesta de **Creación e Implementación de una Microempresa organizadora de todo tipo de Fiestas Lúdicas**, se enfocará en brindar a cada uno de nuestros clientes o consumidores el mejor servicio y asesoramiento ante un evento, reflejado en el profesionalismo y preparación de cada detalle de acuerdo al gusto del cliente, puesto que nuestro objetivo principal es su satisfacción.

Algunas de las tareas que incluye nuestra empresa son: el armado de cronogramas, los servicios gastronómicos, la coordinación logística integral, el desarrollo de una línea temática, la decoración del lugar, mobiliario, equipamiento audio-visual, entre otros; dependiendo del tipo de evento. Además, se incluirá el alquiler de mesas, sillas, buffet,

servicio de dulce y repostería, dj, filmación, fotografía, flores, invitaciones, todo depende del cliente lo que el requiera.

El servicio de la empresa, estará basado netamente en las necesidades de las personas económicamente activas, ya que contaremos con menús “carta abierta” en la que el cliente elegirá que desea para su evento, nuestro servicio será personalizado de acuerdo a su presupuesto. Esto será beneficioso para ambas partes, sea ya por el cliente como para los administradores, porque el cliente elegirá que menú, pagará y no habrá excesos ni sobrantes, tanto en dinero como en el servicio.

Finalmente, debemos informar que, el servicio que preste la empresa será de calidad y a la perfección, además de recibir una atención personalizada, con profesionalismo y en un ambiente agradable y cordial.

## **CAPITULO II**

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **2.1 MARCO TEÓRICO**

##### **2.1.1 Antecedentes históricos**

##### **Celebraciones que se realizaban en la antigüedad<sup>1</sup>**

La Historia actual considera el estudio de las festividades así como de las costumbres y de las actividades realizadas en el tiempo de ocio como elemento esencial para conocer todos los planos de aquellos acontecimientos que ocurrieron en el pasado.

En este artículo nos centraremos en cómo los hombres y mujeres medievales organizaban su calendario de festividades, cómo lo disfrutaban y qué tradiciones imperaban.

Durante la Edad Media existieron fiestas religiosas- la mayoría- pero también muchas relacionadas con los ciclos agrarios - en una sociedad donde el calendario actual no existía y la tierra marcaba la vida de los habitantes rurales y urbanos-, aquellas propias de las cofradías y los gremios, asociaciones o hermandades, las organizadas por los señores y caballeros -destinadas a mostrar su poder y la fidelidad a la Corona- y otras provenientes de antiguas tradiciones locales practicadas desde tiempos inmemoriales.

Se ha calculado que, alrededor del siglo XIII, el número de días festivos, alcanzaba el tercio del total de días del año.

---

<sup>1</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/Cerrajer%C3%ADa>

Cualquiera que fuese su origen, todas ellas eran momentos de socialización y creación de fuertes lazos además de suponer, en las mentes de los medievales, unos hitos que marcaban el sistema de ordenación del tiempo- como por ejemplo aquellas que daban la bienvenida a las estaciones.

El objetivo de las celebraciones son múltiples, estando relacionado con la naturaleza de las mismas: encontramos algunas fiestas que se celebran con el fin de agradecer las cosechas o la unión en matrimonio, otras van orientadas al desarrollo de destrezas y de la fortaleza física, mientras que un tercer grupo persigue un fin moralizador o incluso el control social por parte de los poderosos y los eclesiásticos -pueden incluso llegar a ser un canal de educación religiosa o cívica- o como garante de la transmisión de sistemas culturales.

### **Fiestas religiosas:**

Hagamos un repaso por las principales fechas que en la Edad Media se celebraban fiestas directa o indirectamente relacionadas con lo religioso.

#### **Navidad**

Comenzando por la Navidad, diremos sobre éstas que son fiestas que se celebran desde los albores del cristianismo, coincidiendo con la aceptación de la religión. Así lo muestran las fuentes gracias a las que sabemos que días marcados en rojo como el 6 de enero, el nacimiento de Jesucristo, se celebra desde el siglo VI.

#### **Carnaval**

Dando un salto hasta febrero, nos topamos con el Carnaval, festividad que aún hoy sigue provocando discusiones sobre su procedencia. En lo que sí parecen estar de acuerdo es en el carácter que durante la Edad Media adquirieron, modificadas y mezcladas junto a las celebraciones de todas las fiestas que anteriormente se producían en invierno como aquella dedicada a asegurar la fecundidad de la mujer (15 de febrero) o la que veneraba a las mujeres casadas (1 de marzo).

Si atendemos a su nombre, Carnaval significa también el inicio de la Cuaresma- que comienza el Miércoles de Ceniza-, tiempo en el que se imponen las privaciones por lo que los días de Carnaval sirven para comer aquellos alimentos que luego estarán prohibidos y para practicar las actividades mal vistas antes de, atendiendo al calendario eclesiástico, el calvario de Jesucristo.

### **Semana Santa**

La Cuaresma concluía con la antigua fiesta de la primavera -actualmente llamada Semana Santa- donde se conmemoraba la muerte y resurrección de Cristo por medio de pasos, figuras que se mostraban en las procesiones, manifestaciones que surgieron en las comunidades mediterráneas alrededor del siglo XV.

### **Fiestas familiares:**

Bautizos, bodas y funerales eran los motivos familiares de celebración más habituales. Eran actos que marcaban los tiempos de las persona y servían, al mismo tiempo, para reforzar los lazos familiares.

**Figura 1.** Fiestas tradicionales



La celebración eran más grande cuan más alto subiésemos en la pirámide de población y cuanto más dinero poseyeran los padres de los novios. Desde el siglo XIII- nos cuenta Ladero Quesada- comenzó a haber regulaciones legales para limitar los gastos en banquetes, vestuario y otros aspectos de la fiesta, así se aseguraban que nadie ostentase a una celebración mayor de la que podía permitirse.

Respecto a las costumbres fúnebres, en lógico pensar que las desarrolladas hoy en día son sólo pequeñas variaciones de las realizadas en la Edad Media: el rito comenzaba con un velatorio donde estaban presenten las personas más cercanas al difunto, siendo el entierro, por cuestiones de salud pública y malos augurios, al día siguiente del fallecimiento. Los entierros que más llamaron la atención e incluso congregaban a millares de personas, eran aquellos de personas pertenecientes a la nobleza o la realeza, cuales contaban con una ofrenda y el acompañamiento del cuerpo hasta el lugar del entierro.

### **Fiestas no religiosas:**

El segundo gran tipo de fiestas eran aquellas políticas, momentos de ocio para el pueblo, sin adornos religiosos.

### **Celebraciones políticas**

En este gran grupo podemos encontrar las celebraciones con motivo de la coronación de un nuevo monarca o la entrada de un rey o un noble victorioso en una ciudad, la que se engalanaba e invitaba a sus vecinos a estar presentes en el momento de la llegada, que era además una forma de mostrar la fidelidad del pueblo hacia su poder. Las celebraciones concluían con un glorioso banquete regado por vino en el sur de Europa, cerveza en el norte, bebida más consumida.

### **Torneos y Justas**

Organizado también por la corona encontramos los torneos, verdaderas demostraciones del papel del monarca como señor feudal de sus caballeros y como

modelo de las cualidades caballerescas máximas, las cuales mostraban ante el público para buscar el reconocimiento y la gloria, como si de un famoso se tratase hoy en día. La forma en la que se desarrolla el torneo fue evolucionando con el tiempo: comenzaron en Francia con luchas entre grupos para terminar siendo disputas entre dos caballeros. Entorno a estos acontecimientos se formaba una fiesta donde se repartía comida, humor y todo tipo de actividades.

La importancia que tenían las justas o torneos derivaba del prestigio que en la sociedad feudal tenían los caballeros. Así lo demuestra por ejemplo otras actividades también dirigidas a ellos: la caza, la pesca o las corridas de toros, práctica común en el Medievo con la diferencia de que la lidia se producía desde un caballo, en plazas especialmente acondicionadas para ello, en las que sólo podían participar la clase alta que servía, entre otras cosas, para su entrenamiento.

### **Catering o cáterin**

Como “Catering o Cáterin”, se denomina al servicio de alimentación industrial o alimentación masiva que provee una cantidad determinada de comida y bebida en fiestas, eventos y presentaciones de diversos tipos sociales.

En algunos casos los salones de fiestas u hoteles y empresas del rubro proveen este servicio junto al alquiler de sus instalaciones; en otros casos hay empresas especializadas para elaborar y trasladar los alimentos al sitio que disponga el cliente. En el servicio se puede incluir desde la propia comida, la bebida, la mantelería y los cubiertos, hasta el servicio de cocineros, camareros y personal de limpieza posterior al evento.

Tanto en las reuniones importantes del mundo empresarial como en las presentaciones de espectáculos o en las vernissages de las exposiciones plásticas, se recurre al servicio de catering para agasajar a los invitados.

Aquel 5 de mayo de 1936, el jefe de cocina Xavier Maier, ultimaba los detalles para servir una cena liviana pero delicada, para los 36 comensales que iban llegando al



elegante salón a cuyo cargo estaba Steward Heinrich Kubis y sus siete ayudantes. Entre los concurrentes, se encontraba el coronel de la Luftwaffe, Fritz Herdmann; Herman Doehner, importador de productos farmacéuticos que residía en México; Otto Hernst, importante broker del algodón, banqueros y empresarios.

Originalmente el catering nació en el dirigible alemán, LZ 129, Hindenburg de 270 metros de largo, la aeronave de pasajeros más moderna en su categoría.

El chef Maier tenía bajo su mando a cuatro cocineros que como era habitual, sobre los últimos minutos, corrían nerviosamente por aquella bien equipada cocina, para entregar los platos de entrada compuestos de una ensalada de radicchio, tomate y zanahoria juliana, aderezada con aceite de oliva aromatizada con albahaca. El menú continuó con un lenguado cubierto de una salsa de setas y patatas cocidas a la inglesa. De postre, helado de pistacho bañado en un culí de frutos del bosque y el café, estuvo acompañado de una porción de apfelstrudel con nata. Sin embargo, en diciembre de ese mismo año, se inauguró la primera cocina en tierra para la preparación de platos elaborados, dentro de un hangar en Oakland, California, dándose así el primer paso hacia el futuro desarrollo del catering.

Era habitual que los pasajeros comieran en un restaurante del aeropuerto, antes de embarcarse, pero luego se impuso la modalidad de incluir comida caliente a bordo, elaborada en esos mismos restaurantes y conservada en grandes termos que mantenían una temperatura adecuada durante dos horas. Las azafatas presentaban la comida enlatada y colocada sobre una bandeja con toda la vajilla y cubertería que se utilizaba normalmente en tierra y que el pasajero apoyaba sobre su falda con un cojín entre medio, porque todavía no se habían inventado las mesitas reclinables en la parte trasera del asiento.

En 1945 dos inventores van a revolucionar el servicio de cocina a bordo de las aeronaves; Clarence Birdseyes que ya había desarrollado en 1922 la técnica de congelación rápida y William Maxon, inventor del horno de convección para descongelar las comidas preparadas que él mismo había ideado. Ambas técnicas se

complementaron, permitiendo la preparación de comidas calientes en la misma cocina del avión, denominada Galley en la jerga aeronáutica. Por eso las aerolíneas y empresas de catering, debieron aunar esfuerzos para desarrollar recetas y menús que satisficieran las necesidades de un público cada vez más exigente en materia gastronómica y durante mucho tiempo, la comida servida a bordo de las aeronaves, fue un factor determinante en el momento de elegir una compañía aérea

**Figura 2. Nacimiento del Catering**



Tanto en Alemania como en los Estados Unidos y aquí en el Ecuador llegó esta novedosa modalidad del catering para implementarlo en las aerolíneas existentes. El factor equivalente fue que en varios países incluyendo Ecuador, el catering evolucionó, no solamente como catering aéreo sino que también se desarrolló para empresas que querían encontrar solución a la problemática de sus empleados, del no poder encontrar lugares o empresas que les pudieran brindar un buen servicio de alimentación con atención person to person, tomando en cuenta los factores higiene, calidad y cantidad”.

En nuestro país encontramos compañías especializadas en el servicio de catering, no solamente para empresas, sino también para ocasiones extras, como lo son: eventos familiares, presentaciones de establecimientos, sucursales de factorías, reuniones de negocios, etc.

### 2.1.2 Antecedentes referenciales

#### **YO TE LO ORGANIZO S.L.**

La empresa “**Yo te lo organizo S.L.**” se constituye como sociedad limitada el 28 de julio de 2004. Desde entonces, muchos clientes han confiado en nuestros servicios para la organización de cualquier tipo de evento. Hemos participado, a nivel particular y profesional, en la satisfacción completa de nuestros clientes, ofreciéndoles todas las soluciones disponibles a sus posibles demandas.

**Figura 3.** Logotipo y slogan de la empresa yo te organizo



El objeto de **Yo te lo organizo S.L.** es encargarse de la realización total o parcial de cualquier tipo de evento. Nuestra idea es que el cliente nos cuente sus expectativas, el objetivo que quiere conseguir y nosotros nos encargamos del resto. El ritmo de vida actual no permite disponer de mucho tiempo para organizar actos, tanto a nivel particular como empresarial. Desde Yo te lo organizo S.L. buscamos la despreocupación y tranquilidad de los clientes que nos contratan.

#### **Nuestros clientes, nuestro principal aval**

Desde nuestra creación, muchas personas han establecido contacto con nosotros para organizar de forma profesional sus eventos particulares y profesionales. Usted puede ser el próximo beneficiado.

## ¿Cómo se organiza un evento?<sup>2</sup>

A la hora de organizar un evento hay que definir muy claramente unas cuestiones básicas, tales como qué tipo de acto se quiere realizar, a quién va dirigido, qué objetivo se quiere conseguir o qué fecha sería la idónea.

Una vez claro el tipo de evento comienza la fase de preparación, que son todas las acciones que han de realizarse antes de la ejecución del acto para que éste se desarrolle satisfactoriamente. Es la fase más costosa porque hay que encargarse de cosas muy diferentes.

El listado de puntos a tener en cuenta a la hora de llevar a cabo la organización de un evento depende directamente del tipo de evento que se desea realizar, pero podríamos enumerar algunas de las acciones más habituales:

- Elaboración de la lista de invitados
- Envío de las invitaciones correspondientes
- Seguimiento y confirmación a dichas invitaciones
- Contratación de catering
- Contratación de un ambiente musical
- Decoración del local
- Contratación de transmisiones
- Micrófonos y atril en caso de posibles discursos
- Telefonía fija y móvil
- Proyector
- Compra de posibles obsequios para los asistentes
- Contratación de azafatas y/o intérpretes, entre otros.

---

<sup>2</sup> <http://www.afip.gov.ar/blanco/>

Como podrá comprobar la lista de acciones a llevar a cabo es interminable. Desde Yo te lo Organizo S.L. realizamos el estudio y planificación de su evento, y lo ponemos en marcha hasta su finalización.

## **EMPRESA “LE”**

### **¿QUIÉNES SOMOS?**

Somos una empresa con nuevas ideas y formas de organización en la planeación de eventos sociales y empresariales capaz de organizar y definir hasta el último detalle que los futuros clientes pidan, haciendo que estos se despreocupen por la organización de su evento, teniendo la seguridad que está en manos de profesionales.

## **MISIÓN**

“LE”, colaborara en la organización y logística de eventos sociales, con un trabajo comprometido, innovador y entusiasta en el diseño de los eventos con los que nos comprometamos a trabajar de una manera segura en el cumplimiento con los compromisos con nuestros clientes, haciendo inolvidable la experiencia de su evento.

## **VISIÓN**

Ser una empresa líder e innovadora en la organización de todo tipo de eventos sociales, logrando el reconocimiento de la sociedad guanajuatense gracias al eficaz, rápido y cumplido servicio.

## **VALORES CORPORATIVOS**

**Honestidad.-** “LE”, el valor honestidad significa ser sincero con uno mismo y con el trabajo, reconocer o admitir cuando se equivoca, y poner de nuestra parte para corregir el daño, es ser transparente y vivir congruentemente entre lo que se piensa y se hace.

**Compromiso.-** Orientar nuestro máximo esfuerzo en la realización de nuestras actividades, apostando todas nuestras capacidades para sacar adelante todo aquello que se nos ha encomendado.

**Integración.-** Es la unificación de la agencia, proveedores y compañeros para llegar a cumplir con nuestro trabajo y metas, es adaptarnos a los cambios y crecer junto con estos, integración para “LE” es trabajar en equipo por el mismo camino.

**Respeto.-** Reconocer y aceptar toda aquella distinta forma de pensar de los compañeros, proveedores o clientes ya sean religiosas, morales, legales, en una palabra todo sentimiento, reacción o pensamiento distinto a lo que yo llevo dentro, aceptar las normas y reglas de trabajo, aceptar tener jefes y reconocer sus mandatos.

## **KEANFAOS ORGANIZADORA DE EVENTOS**

### **¿QUIÉNES SOMOS?**

Una empresa de servicios especializada en la organización de programas, asesorando y gestionando cualquier acto social con rapidez, eficacia y profesionalidad.

### **MISIÓN**

Brindar un excelente y completo servicio en organización de eventos, donde la seriedad y cumplimiento son la garantía para lograr una ocasión inolvidable.

### **VISIÓN:**

Hacer de nuestra empresa una organización líder, difundiendo el profesionalismo de quienes la integran, ostentando la calidez humana como virtud principal y consolidarnos en el mercado Latino Americano como una de las mejores empresas organizadora de eventos.

### **POLÍTICAS DE LA EMPRESA**

Keanfaos eventos, como organizadores de eventos es una empresa que se preocupa de manera constante por brindar servicios de alta calidad, conociendo en cada detalle cada una de las necesidades de sus clientes para ofrecerle la oportunidad de realizar un evento inolvidable y que al final cumpla con el objetivo de resaltar la imagen personal o corporativa que el cliente busca al hacer este tipo de inversión, bien sea con

sus invitados, si se trata de una reunión familiar, o si se trata de clientes en el caso de empresas. Somos especialistas y profesionales en el campo de los eventos en todo el Departamento del Vichada.

“Preocúpate por disfrutar este momento, el resto déjalo a Keanfaos *eventos*”

**Figura 4.** Imagen del equipo de trabajo de Keanfaos



Keanfaos evento, organizamos eventos de todo tipo informal y profesional, confía en nuestra empresa asesora de que tu evento salga bien y alcance tu objetivos, keanfaos evento es una empresa seria y responsable que no decepcionara con sus servicio tenemos una gama interesante para ofrecerte.

## **SERVICIOS**

Te ofrece unos beneficios que te sentirás a gusto y tu evento estará a la altura que tú te mereces, los servicios a ofrecer son los siguientes:

- Armonizaciones musicales
- Carpas: espacios libres al aire libre de ensueño
- Catering selecto
- Decoraciones florales especiales
- El vestir y sus complemento
- Estilos de mesa
- Fincas con encantos

- Fotógrafo con arte
- Hoteles: marcos únicos
- Listas de bodas
- Salón de primeras
- Transporte de lujo

## **NUESTRA FILOSOFÍA**

El cliente siempre tiene la razón, para iniciar los eventos al cliente le pedimos datos básicos, como, qué tipo de evento quieres, que quieres alcanzar con el evento, cuales son las expectativas. Está a disposición para cualquier tipo de evento, trataremos de satisfacer sus necesidades con nuestro servicio.

## **PROVEEDORES**

Celebraciones posee en la actualidad más de trescientos proveedores asociados que se distinguen por su calidad y profesionalidad. Estos proveedores abarcan todo un amplio abanico de posibilidades dentro del evento a organizar: amenizaciones musicales, carpas, catering, decoraciones florales, trajes de fiesta y boda, tocados, maquillajes, uniformes, estilos de mesa, fincas, fotógrafos, animaciones infantiles, azafatas, camareros, decoración, invitaciones, regalos, seguridad, hoteles, salones, autobuses, etc. En Celebraciones hemos puesto en marcha la primera base de datos interactiva on-line con el objetivo de adaptarnos a las nuevas necesidades y exigencias del mercado y de esta forma poder actualizar constantemente todas las novedades que surgen en el mercado.

Este ambicioso reto aúna los esfuerzos y objetivos de Celebraciones permitiendo a los usuarios, tanto a clientes como a proveedores, contar gratuitamente con amplios medios y recursos informáticos que nos permiten ofrecer la mejor calidad en nuestros servicios así como lo mejor de nosotros mismos.



## **FRANQUICIAS**

Celebraciones es una empresa dedicada a la organización TODO TIPO DE EVENTOS con más de diez años de experiencia en el sector. Celebraciones ha seleccionado la fórmula de la franquicia como método más eficaz de expansión a nivel nacional, pues a través de sus franquiciados podemos llegar a abarcar todo el ámbito nacional.

### **2.1.3 Fundamentación científica**

#### **Técnicas de administración.<sup>3</sup>**

Teniendo como consecuencia que para lograr la operatividad financiera y administrativa se debe señalar técnicas de administración, las cuales permitirán obtener resultados de máxima eficiencia en la coordinación de las cosas y personas que integran una entidad y que requerirá del constante ejercicio de ciertas responsabilidades a las cuales se las denomina funciones de la administración las cuales están perfectamente definidas y son: Planeación, Organización, Dirección y Control.

En lo que tiene que ver con la planificación se la realizará en el aspecto financiero, fijando principios que lo habrán de prescindir y orientar, a la secuencia de operaciones necesarias para alcanzarlo.

Es imperativo además tomarse un tiempo para planificar administrativamente las futuras estrategias que desarrollará este departamento para su normal operatividad y desenvolvimiento, para que de esta manera su rentabilidad y crecimiento sea duradero.

Debemos también considerar que existen muchas maneras de vigilar el desenvolvimiento de la institución y especialmente del departamento financiero, el cual consiste en establecer metas y poder controlar los problemas que surjan. Podríamos decir que entre los métodos que se tomarían para la detección de problemas serían:

---

<sup>3</sup> Fuente: <http://www.mag.go.cr/oficinas/dir-adm-dpto-financiero.html>

- Celebrar reuniones para actualizar cifras, evaluar resultados y observar atentamente su operatividad.
- Establecer planes de contingencia mediante escenarios optimistas y pesimistas.
- Promover el desarrollo de técnicas financieras y contables.
- Canalizar su FODA en el desarrollo esperado.

Cabe además acotar en nuestra fundamentación que todo departamento financiero debe desempeñar básicamente las siguientes funciones:

- Coordinar, supervisar y evaluar la ejecución de las labores financieras, contables y presupuestarias de los recursos financieros.
- Coordinar y supervisar la formulación de los anteproyectos de los presupuestos ordinarios, extraordinarios, de recursos asignados por presupuesto nacional, de recursos externos de las cuentas especiales y de cualquier otro recurso económico asignado conjuntamente con las direcciones respectivas y someterlos a consideración de las instancias correspondientes.
- Garantizar la eficiencia del sistema de información contable y presupuesto de los recursos financieros internos y externos, mediante la formulación y puesta en práctica de métodos, procedimientos y técnicas de registro de probada eficiencia, modalidades de administración financiera.
- Velar por el cumplimiento de la Ley de Administración Financiera de la República y las normas de ejecución establecidas por los organismos controladores nacionales e internacionales en los aspectos financieros, contables y presupuestarios.
- Verificar que el uso de los fondos sea correcto y oportuno de conformidad con las directrices, normas e instrucciones establecidas por la Contraloría General de la República.

- Asesorar en la ejecución de las labores financiero-contable y presupuestaria de todas las direcciones que cuenten con recursos internos y externos que exija la legislación.
- Velar por el uso oportuno y adecuado de las cajas chicas de recursos financieros internos y externos mediante registros y procedimientos eficaces, de acuerdo con la legislación vigente.
- Mantener los registros financiero-contables actualizados junto con todos los documentos de soporte que se originen de las operaciones financieras.
- Realizar las gestiones de reembolso y desembolso de fondos ante los organismos financieros correspondientes.
- Registrar, controlar y ejecutar las transacciones que se deriven de la aplicación de los recursos de financiamiento externo y de renta de factores productivos financieros.
- Preparar estados financieros por categorías de inversión.
- Velar por la correcta custodia de los valores y dinero de la institución que se encuentren bajo la responsabilidad del departamento.
- Asesorar a los directores de la institución sobre las necesidades de efectuar modificaciones en los programas de la ley de presupuesto nacional de las cuentas especiales y de recursos internos.
- Efectuar la presentación correcta y oportuna de los pagos que se tramitan ante el Ministerio de la Hacienda y Contraloría General de la República.

- Brindar asistencia técnica en materia financiero-presupuestaria a los directores en general de la institución.
- Coordinar las acciones con los entes gubernamentales y otras instituciones en materias financiero-contables.
- Planear, dirigir y ejecutar la actualización de los diferentes sistemas de información necesarios para las actividades del departamento.

Cualquier otra función que las autoridades superiores, leyes y reglamentos lo asignen.

Teniendo como eje principal que dentro de las Funciones de un Departamento Financiero es llevar a cabo y supervisar todas las operaciones financieras de la institución, además este se divide en tres secciones que son: Departamento de Contabilidad, Director del Departamento y el Cajero o Colector que actúa como el centro del todo el movimiento del dinero en efectivo dentro y fuera de la institución, inclusive todas las facturas y procesos de todos los ingresos recaudados comúnmente, paga a los empleados y contratistas e interactúa con los bancos en nombre de la institución.

Por otra parte, el Cajero o Colector utiliza un sistema sencillo informatizado de mantenimiento de registro realizado.

La función financiera de los responsables depende en gran parte del tamaño de la empresa. En empresas pequeñas la función financiera la lleva a cabo normalmente el departamento de contabilidad, a medida que la empresa crece la importancia de la función financiera da por resultado normalmente la creación de un departamento financiero separado a una unidad autónoma vinculada directamente al presidente de la compañía a través de un administrador financiero.

La administración financiera actual se contempla como una forma de la economía aplicada que hace énfasis a conceptos teóricos tomando también información de la contabilidad, que es igualmente otra área de la economía aplicada.

### **Economía vs. Finanzas**

La importancia de la economía en el desarrollo del ambiente financiero y la teoría financiera puede describirse mejor a la luz de dos amplios campos de la economía:

#### **La macroeconomía.**

Esta rama se ocupa del ambiente institucional e internacional en que una empresa opera de los intermediarios financieros, de la estructura del sistema bancario, el tesoro de la nación, los conceptos que entrañan las relaciones de suministros y demanda, así como también de las estrategias para maximizar las utilidades y las políticas económicas a disposición del gobierno para hacer frente y controlar el nivel de actividad económica.

#### **La microeconomía.**

Esta se ocupa de determinar las estrategias óptimas de operación de empresas e individuos, define las actividades que permite a la empresa alcanzar el éxito financiero como los resultados de la mezcla de factores productivos, niveles óptimos de venta y las estrategias para fijar los precios.

El conocimiento de la economía es necesario para entender en tanto el ambiente financiero como la teoría de las decisiones que son la razón fundamental de la administración financiera.

La función financiera es necesaria para que la empresa pueda operar con eficiencia y eficacia, para muchos la función financiera y contable de un negocio es virtualmente la misma aunque hay una relación estrecha entre estas funciones, la función contable debe considerarse como un insumo necesario de la función financiera.

Frente al tratamiento del manejo de los fondos, el contador cuya función principal es de producir y suministrar información para medir el funcionamiento de la empresa, prepara los estados financieros partiendo de la premisa de que los ingresos se reconocen como tales en el momento de la venta y gastos cuando se incurren en ellos.

El administrador financiero se preocupa de mantener la solvencia de la empresa, obteniendo los flujos necesarios para satisfacer las obligaciones y adquirir los activos fijos y circulantes necesarios para lograr los objetivos de la institución y reconocer los ingresos y gastos como lo efectúa el contador, reconociéndolo por los ingresos y egresos de efectivo.

### **Función Financiera.**

El administrador financiero juega un papel importante en toda institución, sus funciones y sus objetivos pueden evaluarse con respecto a los estados financieros básicos dentro de sus tres funciones primarias tenemos:

El análisis de los datos financieros.

La determinación de la estructura de activos de las instituciones.

La fijación de la estructura de capital.

La nueva perspectiva empresarial ya no se basa en la maximización de las utilidades, esta ha cambiado por un enfoque de la maximización de las riquezas.

### **Análisis de los Datos Financieros.**

Esta función se refiere a la transformación de los datos financieros a una forma que puedan utilizarse para controlar la posición financiera de la empresa, hacer planes para funcionamientos futuros, evaluar las necesidades para incrementar la capacidad productiva y determinar el financiamiento adicional que se requiera.

### **Determinación de la estructura de activos de las instituciones.**

El administrador financiero debe tener tanto la composición como el tipo de activos que se encuentran en el balance de la institución. El término composición se refiere a la cantidad de dinero que comprenden los activos circulantes y fijos.

Una vez que se determinan la composición, el gerente financiero debe determinar y tratar de mantener ciertos niveles óptimos para cada tipo de activos. La determinación de la estructura óptima de activos de una empresa no es un proceso simple, requiere de perspicacia y estudio de las operaciones pasadas y futuras de la institución, así como también comprensión de los objetivos a largo plazo.

### **Determinación de la estructura de capital.**

Esta función se ocupa del pasivo y capital en el balance, deben tomarse dos decisiones fundamentales acerca de la estructura de capital de la empresa.

Primero se debe determinar la composición más adecuada de financiamiento a corto plazo y largo plazo, esta es una decisión importante por cuanto afecta a la rentabilidad y la liquidez general de la compañía. Otro de los asuntos de igual importancia es determinar cuáles fuentes de financiamiento a corto o largo plazo son mejores para la empresa en un momento determinado.

Muchas de estas decisiones las impone la necesidad, y otras requieren un análisis minucioso de las alternativas disponibles, su costo y sus implicaciones a largo plazo. La evaluación de los balances por parte del administrador financiero refleja la situación financiera general de la empresa y buscar áreas problemáticas y aquellas susceptibles de mejoras.

Al determinar la estructura de los activos de la empresa, se da forma a la parte de los activos y al fijar la estructura de capital se está construyendo las partes del pasivo y capital en el balance.

También debe cumplir funciones específicas como:

- Evaluar y seleccionar clientes.
- Evaluación de la posición financiera de la empresa.
- Adquisición de financiamiento.
- Adquisición de activos fijos.

El objetivo final del administrador o sistema financiero de una institución, es el de alcanzar los objetivos de los dueños de la empresa. Frente a esto la función financiera debe plantear estrategias más viables que los esfuerzos para maximizar utilidades.

Una de las estrategias es hacer hincapié en el aumento del valor de la inversión de los dueños y en la implementación de proyectos que aumenten el valor en el mercado de valores de la empresa.

#### **Los Departamentos Financieros.** <sup>4</sup>

Es el departamento responsable de dirigir todos los procesos financieros contables y presupuestarios de la institución como órgano asesor de la materia de sus competencias, conforme a lineamientos y normas preestablecidas.

El control presupuestario es la encargada de controlar y preparar los informes de ejecución presupuestaria para las dependencias internas y externas que se dan con el fin de atender y asesorar los requerimientos de las autoridades institucionales para utilizar los recursos de una forma eficiente y eficaz, asignándoles de acuerdo a las prioridades, dado que se encuentra en un proceso de desarrollo continuo.

La sección de tesorería nace de la creación de los departamentos financieros siendo muy importante la labor que aquí se delega como los controles de manejo y ejecución de recursos financieros que le permiten a la institución el desarrollo de todos sus

---

<sup>4</sup> Fuente: <http://www.bethlehem-city.org/Spanish-financiero.html>



niveles. Y además el establecer y mantener programas de control y ejecución profesional y técnico que garantice la agilidad y eficiencia en el manejo presupuestario, financiero y contable.

### **Servicios Financieros.**

Entre los servicios financieros que debe desarrollar toda institución educativa para su departamento financiero son las siguientes:

- Cobro de aranceles a estudiantes regulares y de educación no formal.
- Pago a proveedores entre otros.
- Cobro de ventas de servicios por capacitación a empleados de empresas por la Dirección de Educación y Asistencia técnica.
- Cobro de morosidades por entrega tardía o pago de pensiones.
- Atención de consultas de presupuestos.
- Pago de salarios al personal.
- Pago por gastos menores efectuados por el personal de la institución.

### **Organización Empresarial.**

Corresponde al proceso de organización de los recursos (humanos, financieros y materiales) de los que dispone la empresa, para alcanzar los objetivos deseados, son muchos los modelos o estilos de organización que podemos encontrar. Las estructuras más comunes son:

#### **Organización Lineal.**

Con staff de asesoramiento.

Con comités o consejos.

#### **Organización funcional**

Departamental o de Taylor.

Uno de los aspectos de toda organización es el establecimiento de departamentos, que designan un área o división en particular de una organización sobre la cual un administrador posee autoridad respecto al desempeño de actividades específicas, de

acuerdo con su uso más general, los departamentos pueden ser producción, control, investigación y financiero.

El primer paso para establecer un sistema de organización en la empresa es revisar que los objetivos de la empresa y lo de sus áreas funcionales concuerden y se complementen para cada uno de los procesos operativos y funcionales de la institución.

## **2.2 MARCO LEGAL.**

Los requisitos que se necesitan para obtener el permiso de funcionamiento en el caso de la microempresa de organización de eventos son los siguientes:

- Registro Único de Contribuyente (RUC).
- Copia a color de la cédula de ciudadanía.
- Patente Municipal
- Permiso del Cuerpo de Bomberos
- Permiso de funcionamiento otorgado por la Dirección Provincial de la Salud del Guayas
- Solicitud dirigida al intendente de Policía del

Esto quiere decir que cualquier negocio para ponerse en funcionamiento debe primero cumplir con los requisitos que exige la ley, caso contrario pueden ser clausurados, ya que muchos de los negocios que actualmente prestan servicios a la comunidad no cumplen con las normas de higiene y seguridad, y esto pone en grave peligro la salud de los ciudadanos, ya que al ingerir alimentos en lugares posiblemente contaminados por la suciedad y falta de aseo puede causar graves enfermedades y por consiguiente la quiebra de un negocio.

### **Afiliación a la cámara de comercio**

Emitido por la cámara de comercio donde se vaya a realizar las actividades comerciales, en este caso las gestiones de afiliación deberán realizarse en las

instalaciones de la cámara de comercio del cantón Milagro, presentando los requisitos necesarios y el recibo oficial de caja.

### **Permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud Pública**

Documento que se lo obtiene en la Dirección Provincial de salud previamente cumplido los incisos anteriores y presentando la siguiente documentación:

- Permiso de dirección de Higiene Municipal.
- Registro único de contribuyentes (RIC).
- Copia de cedula del representante legal
- Papeleta de votación del representante legal
- Certificado de salud ocupacional por cada uno de los empleados de la empresa.
- Documento de afiliación a la cámara de comercio.

## **2.3 MARCO CONCEPTUAL**

**Evento:** Se refiere a cualquier acontecimiento, circunstancia, suceso o caso posible. Así, se dice eventualmente o ante todo evento en previsión de algo que, conjetural o previsiblemente, pudiera ocurrir en una circunstancia determinada y es generalmente un hecho imprevisto.

**Planeación:** La planificación o planeamiento en el sentido más universal implica tener uno o varios objetivos a realizar junto con las acciones requeridas para concluirse exitosamente. Va de lo más simple a lo complejo, dependiendo el medio a aplicarse. La acción de planear en la gestión se refiere a planes y proyectos en sus diferentes, ámbitos, niveles y actitudes.

Las palabras planeación y planeamiento se utilizan en los países de habla hispana, para referirse a lo mismo, que se aborda en el presente escrito, por lo que se utilizará planeación, con base en las fuentes de consulta indicadas.

**Catering:** Se denomina catering o cáterin, en su grafía castellanizada, al servicio de alimentación institucional o alimentación colectiva que provee una cantidad determinada de comida y bebida en fiestas, eventos y presentaciones de diversa índole.

En algunos casos los salones de fiestas u hoteles y empresas del rubro proveen este servicio junto al alquiler de sus instalaciones; en otros casos hay empresas especializadas para elaborar y trasladar los alimentos al sitio que disponga el cliente. En el servicio se puede incluir desde la propia comida, la bebida, la mantelería y los cubiertos, hasta el servicio de cocineros, camareros y personal de limpieza posterior al evento.

Tanto en las reuniones importantes del mundo empresarial como en las presentaciones de espectáculos o en las vernissages de las exposiciones plásticas, se recurre al servicio de catering para agasajar a los invitados.

**Proyecto:** Un proyecto es reunir varias ideas para llevarlas a cabo, es un emprendimiento que tiene lugar durante un tiempo limitado, y que apunta a lograr un resultado único. Surge como respuesta a una necesidad, acorde con la visión de la organización, aunque ésta puede desviarse en función del interés. El proyecto finaliza cuando se obtiene el resultado deseado, desaparece la necesidad inicial, o se agotan los recursos disponibles.

**Gastos:** En el uso común, un gasto es una salida de dinero que una persona o empresa debe pagar para un artículo o por un servicio. Un gasto es un costo que es "pagado" o "remitido" normalmente a cambio de algo de valor. Lo que pareciera costar mucho se considera "caro", mientras que lo que pareciera costar poco es "barato".

**Implementar:** Toda organización funciona como un sistema de procesos relacionados, estén documentados o no.

**Inversión:** Hablamos de inversión cuando utilizas tu dinero en productos o proyectos que se consideran lucrativos, ya sea la creación de una empresa o la adquisición de

acciones. Toda inversión tiene implícito un riesgo, que debes contemplar antes de tomar una decisión.

**Costos:** La determinación de costos es una parte importante para lograr el éxito en cualquier negocio. Con ella podemos conocer a tiempo si el precio al que vendemos lo que producimos nos permite lograr la obtención de beneficios, luego de cubrir todos los costos de funcionamiento de la empresa.

**Estudio:** Por estudio se entiende el ejercicio de adquisición, asimilación y comprensión para conocer o comprender algo. Es también el resultado de una investigación donde se han aplicado métodos y conocimientos; también supone atención concentrada o acción deliberada para aprender un tema, resolver problemas, progresar en una determinada materia a comprender.

**Análisis:** Un análisis en sentido amplio es la descomposición de un todo en partes para poder estudiar su estructura, sistemas operativos o funciones.

**Mercado:** Es un ambiente social (o virtual) que propicia las condiciones para el intercambio. En otras palabras, debe interpretarse como la institución u organización social a través de la cual los ofertantes (productores y vendedores) y demandantes (consumidores o compradores) de un determinado bien o servicio, entran en estrecha relación comercial a fin de realizar abundantes transacciones comerciales.

**Demográficamente:** Es el estudio interdisciplinario de las poblaciones humanas. La demografía trata de las características sociales de la población y de su desarrollo a través del tiempo. Los datos demográficos se refieren, entre otros, al análisis de la población por edades, situación familiar, grupos étnicos, actividades económicas y estado civil; las modificaciones de la población, nacimientos, matrimonios y fallecimientos; esperanza de vida, estadísticas sobre migraciones, sus efectos sociales y económicos; grado de delincuencia; niveles de educación y otras estadísticas económicas y sociales.

**Cronograma:** Es el detalle minucioso de las actividades que desempeña o que va a desempeñar una empresa al realizar un evento o una serie de eventos

**Logística:** Logística es un término que muchas veces no es tan fácil de definir, esto ocurre debido a que el mismo se encuentra ligado a otros aspectos tales como transporte, comunicación, tecnología, etc.; en cada uno de ellos la logística adquiere un significado muy especial y diverso. Pero para que podamos comprender mejor su esencia decimos que la logística es el grupo de métodos como medios que necesitamos para poder realizar la organización de una compañía o empresa, como también un servicio en particular.

**Empresa:** La empresa se define como una entidad conformada por personas, aspiraciones, realizaciones, bienes materiales, capacidades técnicas y capacidad financiera. Todo ello le permite dedicarse a la producción, transformación y/o prestación de servicios para satisfacer con sus productos y/o servicios, las necesidades o deseos existentes en la sociedad.

**Estrategia:** Una estrategia es el conjunto de acciones que se implementarán en un contexto determinado con el objetivo de lograr el fin propuesto.

**Presupuesto:** Se le llama presupuesto al cálculo anticipado de los ingresos y gastos de una actividad económica (personal, familiar, un negocio, una empresa, una oficina, un gobierno) durante un período, por lo general en forma anual. Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización.

**Marketing:** Es la técnica de administración empresarial que permite anticipar la estructura de la demanda del mercado elegido, para concebir, promocionar y distribuir

los productos y/o servicios que la satisfagan y/o estimulen, maximizando al mismo tiempo las utilidades de la empresa.

**Vernissages:** Un "Vernissage" se refiere específicamente al "cóctel" que se efectúa para inaugurar una muestra de pintura, escultura, "avant-première" de una película u obra de teatro, y en el cual se saborean bocadillos y bebidas varias.

**Calidad.-** Representa más bien una forma de hacer las cosas en las que, fundamentalmente, predominan la preocupación por satisfacer al cliente y por mejorar, día a día, procesos y resultados

**Productividad.-** La productividad es un indicador que refleja que tan bien se están usando los recursos de una economía en la producción de bienes o servicios.

**Imagen.-** Es considerar a una empresa un sistema global que cubre todas las necesidades, expectativas de las personas que la ven desde una perspectiva diferente.

**Sistema.-** Conjunto de reglas o principios sobre una materia racionalmente enlazados entre sí, Conjunto de cosas que relacionadas entre sí ordenadamente contribuyen a determinado objeto.

## **2.3 HIPÓTESIS Y VARIABLES**

### **2.3.1 Hipótesis General**

La creación de una empresa organizadora de todo tipo de fiestas lúdicas, causará un impacto en el sector comercial del cantón Milagro.

### **2.3.2 Hipótesis Particulares**

- La falta de innovación incide en el servicio de organización de todo tipo de fiestas lúdicas en el cantón Milagro.
- La falta de un estudio geográfico influye en la ubicación de esta clase de empresas organizadoras de eventos lúdicos.

- La creación de una empresa organizadora de todo tipo de fiestas lúdicas satisface las exigencias del cliente.
- Los medios promocionales como cartillas o paquetes promocionales influye en la máxima satisfacción de los clientes.
- Una buena planificación en marketing en la población del cantón Milagro y sectores aledaños, incurre al momento de elegir esta propuesta.

### **2.3.3 Declaración de variables**

#### **Variables de la Hipótesis General:**

- **Variable Independiente:** Creación de una empresa
- **Variable Dependiente:** Impacto.

#### **Variables de la Hipótesis Particular 1:**

- **Variable Independiente:** Falta de innovación.
- **Variable Dependiente:** Servicio de organización.

#### **Variables de la Hipótesis Particular 2:**

- **Variable Independiente:** Falta de un estudio geográfico
- **Variable Dependiente:** Ubicación.

#### **Variables de la Hipótesis Particular 3:**

- **Variable Independiente:** Creación
- **Variable Dependiente:** Exigencias del cliente.

#### **Variables de la Hipótesis Particular 4:**

- **Variable Independiente:** Medios promocionales.



- **Variable Dependiente:** Máxima satisfacción de los clientes

**Variables de la Hipótesis Particular 5:**

- **Variable Independiente:** Planificación.
- **Variable Dependiente:** Elegir esta propuesta.

### 2.3.4 Operacionalización de las Variables

**Cuadro 1.**

<b>TIPO</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>CONCEPTUALIZACIÓN</b>	<b>INDICADOR</b>
Independiente	Creación de una empresa	La creación de una empresa debe realizarse a través de un adecuado estudio de mercado, para demostrar el nivel de factibilidad en el mercado.	.Estudio de mercado. .Estrategias. .Apalancamiento. .Herramientas investigativas.
Dependiente	Impacto.	Es el efecto positivo y negativo de una propuesta sea está de creación implementación de un producto o servicio.	. Estrategias. . Calidad. . Innovación.
Independiente	Falta de innovación.	La falta de innovación, es la inexactitud de la creación o modificación de un producto/servicio, y su introducción en un mercado. Un aspecto esencial de la innovación es su aplicación exitosa de forma comercial.	. Herramientas adecuadas. . Servicio personalizado. . Experiencia.
Dependiente	Servicio de organización	Es satisfacer las necesidades de un evento a través de la organización, siempre y cuando vallan acorde a las solicitudes del cliente	. Coordinación entre la empresa-cliente. . Contar con las herramientas necesarias para el evento social. Adecuada publicidad. .Personal calificado
Independiente	Falta de un estudio geográfico	Es el estudio de la zona estratégica donde va estar ubicada esta nueva alternativa empresarial, donde los clientes puedan localizar con mayor rapidez esta empresa.	. Estudio de mercado. . Investigaciones.
Dependiente	Ubicación.	Ubicación es el lugar en que está ubicado algo o la acción y efecto de ubicar (situar, localizar o instalar en determinado lugar o espacio).	. Lugar céntrico. . Poder de negociación en la contratación de un local bien ubicado.

**Elaborado por:** Leonela Chumaña y Ronald Guerrero

## CAPITULO III

### MARCO METODOLOGICO

#### 3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA.

El trabajo de investigación sobre Creación e implementación de una microempresa para Organizar todo tipo de fiestas Lúdicas en el Cantón Milagro, es de campo debido a que se ha obtenido información directa de las personas que conforma nuestro grupo objetivo; también corresponde a una investigación bibliográfica que se ha fundamentado en obtener información ya establecida lo cual ha permitido fundamentar el marco teórico establecido dentro de este proyecto, determinando así los componentes que forman parte de la propuesta.

La creación de este proyecto es factible porque ya que se ha logrado establecer información que ha permitido concluir que realmente existe una necesidad o insatisfacción en el mercado, por tal razón se deberá tomar en cuenta para posicionar el negocio propuesto en esta plaza comercial.

#### **Tipo de investigación**

La fuente principal en la investigación que nos proponemos a realizar es de tipo **no experimental** porque no se verán afectadas las variables dependientes e independientes, en consecuencia tendrá una aplicación **transversal**, empleando técnicas como la encuesta, la misma que vamos a aplicar a un grupo objetivo que

permitirá conocer sus necesidades o exigencias con respecto al servicio que se lanzara al mercado. (local de fiestas lúdicas).

La investigación también es de tipo **descriptiva** y **explicativa** porque se hace un análisis absoluto de cada uno de los factores o variables que se ha investigado y posteriormente se explica a través de un análisis la incidencia de cada uno de ellos, en la factibilidad del proyecto propuesto.

El tipo de investigación al mismo tiempo se caracteriza por ser **exploratoria** y de **diagnostico** obviamente porque al efectuar el trabajo de campo se trabajo en un estudio total del mercado, permitiéndonos diagnosticar la posibilidad de éxito y además verificar las hipótesis planteadas (comprobación de hipótesis).

### **Perspectiva general de la investigación**

El estudio investigativo comienza con el planteamiento de la problemática según este tipo de actividad comercial, análisis del estudio de mercado para obtener información relevante que favorecerá a los objetivos propuestos por la empresa.

El diseño del trabajo es de modalidad cuantitativa.

## **3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA**

### **3.2.1 Características de la población**

El universo al que está direccionado nuestro proyecto es toda la ciudadanía Milagreña y organizadores de fiestas radicados en la ciudad de Milagro.

### **3.2.2 Delimitación de la población**

La cantidad de personas escogidas para la aplicación de la muestra corresponden a 80000 personas de la ciudad de Milagro.

El universo fue escogido de la siguiente manera:

**Población Milagreña:** 166634 habitantes

**Universo:** 100% de la población

### 3.2.3 Tipo de la muestra

La muestra es de tipo no probabilística, esta fue determinada a través de la elección del grupo objetivo entre ellos un grupo de habitantes de la ciudad de Milagro y a microempresarios direccionados a esta actividad comercial, a este conjunto de la población se le realizará una encuesta sobre la problemática planteada para obtener información relevante que beneficiara al crecimiento empresarial dentro de este mercado.

### 3.2.4 Tamaño de la muestra

La muestra, constituye una parte o subconjunto de la población, este grupo de personas se la estableció para saber cuántas encuestas se deberán realizar, siendo su cálculo de la siguiente manera, para lo cual hemos estimado una imagen de error del 5%.

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2}{Z^2} + pq}$$

$$n = \frac{166634 (0,5) (0,5)}{\frac{(166634 - 1) 0,05}{1,96} (0,5) (0,5)}$$

$$n = \frac{166634 (0,25)}{\frac{166633 0,0025}{3,84} 0,25}$$

$$n = \frac{41658,5}{\frac{416,5825}{3,84} + 0,25}$$

$$n = \frac{41658,5}{108,485026 + 0,25}$$

$$n = \frac{41658,5}{108,73503}$$

$$n = \mathbf{383}$$

Las 383 personas que conforman la muestra, de tipo No Probabilística permitieron la aplicación de instrumentos de evaluación o recolección de datos.

### **3.2.5 Proceso de selección**

De acuerdo con el tipo de la muestra, aplicaremos nuestro instrumento el acogotamiento de clase no probabilística.

## **3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS**

Los métodos e instrumentos que aplicaremos en el estudio de la problemática planteada son los siguientes:

### **Métodos teóricos o procedimientos lógicos**

#### **Método Científico:**

Por que partimos de una observación y formulación del problema, tomando en consideración las hipótesis y la investigación, para comprobar los datos que nos permita dar con los resultados necesarios y efectivos.

**Método Inductivo:** Nos permitirá efectuar un estudio minucioso de cada variable o factor que interviene en nuestro proyecto.

**Método Deductivo:** Aquí vamos analizar las causas del porque no existe este tipo de negocio en este sector microempresarial de la ciudad De Milagro.

**Método Lógico:** Establecer la población entre la demanda y la rentabilidad-

**Método Estadístico:** Por medio de este método vamos darle un buen tratamiento a la información que se obtendrá a través de la encuesta.

### **Métodos empíricos complementarios o técnicas de investigación**

El procedimiento de nuestra investigación lo vamos a realizar por medio de una **encuesta** destinada a un grupo de personas de la ciudad de Milagro, así se determinará sus gustos, preferencias, expectativas y necesidades.

### **3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN**

El procesamiento estadístico de la información se la realizara a través de la recolección de datos obtenidos de la encuesta, los mismos que serán tabulados para en lo su posterior graficar porcentualmente las respuestas que dieran los encuestados en el proceso de en cuestación.

## **CAPITULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS**

#### **4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.**

En la actualidad la organización de eventos está tomando un realce muy importante ya que las personas gustan de realizar sus festejos o eventos dentro de un ambiente de glamur y elegancia para sus invitados, dejando sentir que ha existido otro evento igual.

Por ello se realizó el estudio en el mercado sobre los actuales locales de organización de eventos para identificar su forma de operar n este sector comercial del Cantón Milagro.

Por tal motivo se realizo la propuesta de crear una microempresa que organice todo tipo de fiestas lúdicas en Milagro para lo cual se ha tomado en cuenta una herramienta investigativa conocida como la encuesta, la misma dirigida a la población Milagreña con el objetivo de conocer sus exigencias y expectativas sobre este servicio, tomando en cuenta sus sugerencias.



## 4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

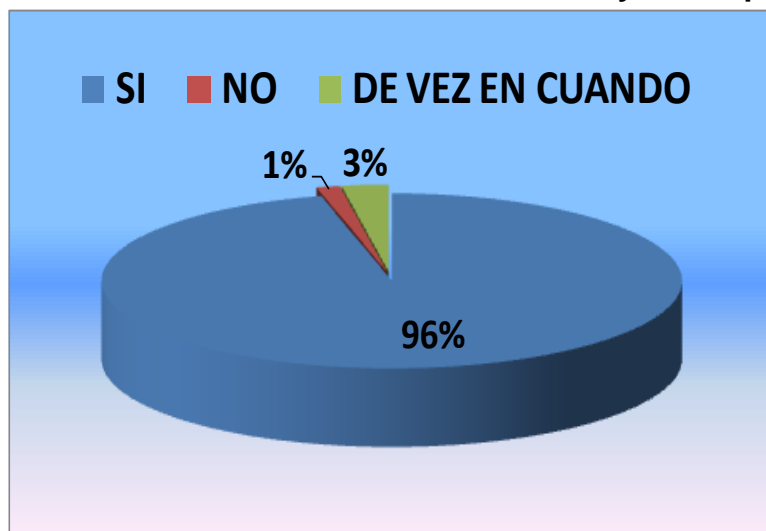
1.- ¿Acostumbra usted y su familia asistir a eventos sociales, donde la innovación forma parte de sus expectativas?

**Cuadro 2. Nivel de asistencia a eventos sociales y sus expectativas**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	368	96%
NO	5	1%
DE VEZ EN CUANDO	10	3%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a la ciudadanía Milagreña.

**Figura 5. Nivel de asistencia a eventos sociales y sus expectativas**



**ANÁLISIS:** Los encuestados manifestaron que efectivamente han asistido a un evento social (96%), existiendo así una gran diferencia contra quienes respondieron que no (3%), esto indica que las personas acostumbran asistir a todo tipo de fiestas.

**INTERPRETACIÓN:** De la información antes obtenida se puede conocer que las personas les agradan asistir a algún evento social, por lo tanto, ellos se podrían convertir en nuestros posibles clientes.

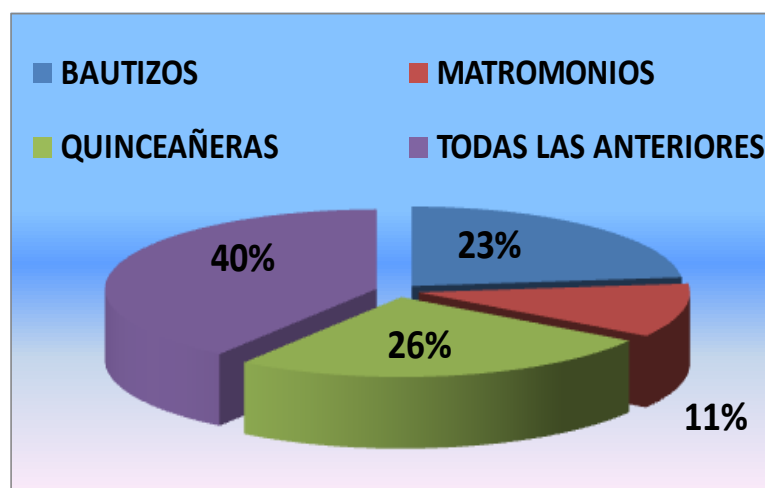
2.- ¿En caso de ser afirmativa la pregunta anterior ¿Cuál de los siguientes eventos es de su preferencia?

**Cuadro 3. Preferencias en la asistencia a eventos sociales**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
BAUTIZOS	89	23%
MATROMONIOS	42	11%
QUINCEAÑERAS	98	26%
TODAS LAS ANTERIORES	154	40%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta dirigida a la ciudadanía Milagreña.

**Figura 6. Preferencias en la asistencia a eventos sociales**



**ANÁLISIS.-** Como se puede apreciar los encuestados acostumbran asistir a toda clase de eventos (40%), seguido de un 26% que son las quinceañeras, 13% los bautizos, y como última opción los matrimonios (11%).

**INTERPRETACIÓN.-**El gráfico demuestra la alta demanda que tendría esta nueva alternativa empresarial, por ello se debe emplear herramientas adecuadas en la implementación de este negocio en el sector comercial del Cantón Milagro.

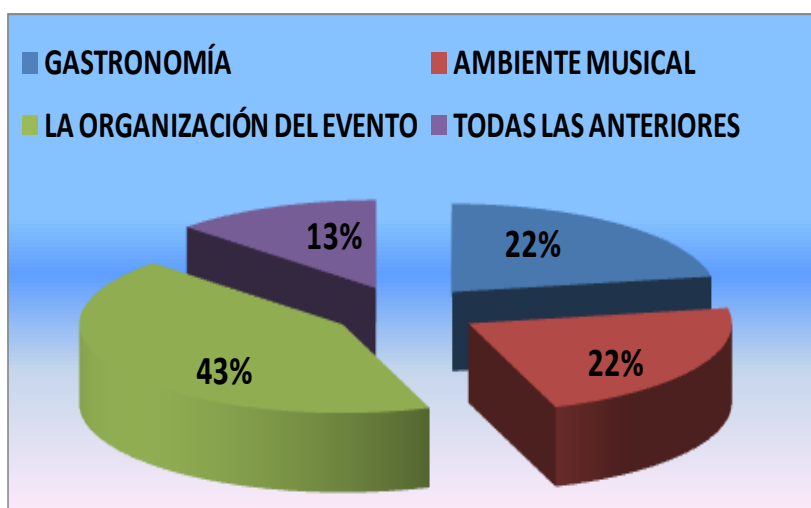
### 3.- ¿Cuándo asiste a un evento social ¿Que es lo que más le llama la atención?

**Cuadro 4. Expectativas del cliente**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
GASTRONOMÍA	85	22%
AMBIENTE MUSICAL	86	22%
LA ORGANIZACIÓN DEL EVENTO	163	43%
TODAS LAS ANTERIORES	49	13%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a la ciudadanía Milagreña.

**Figura 7. Expectativas del cliente**



**ANÁLISIS.-** La organización de evento (43%) es lo que más les llama la atención a los clientes, además de del ambiente musical y la gastronomía (22%) claro está que todas las opciones son de suma importancia para el cliente ya que de ellas depende que se satisfaga las expectativas de la ciudadanía.

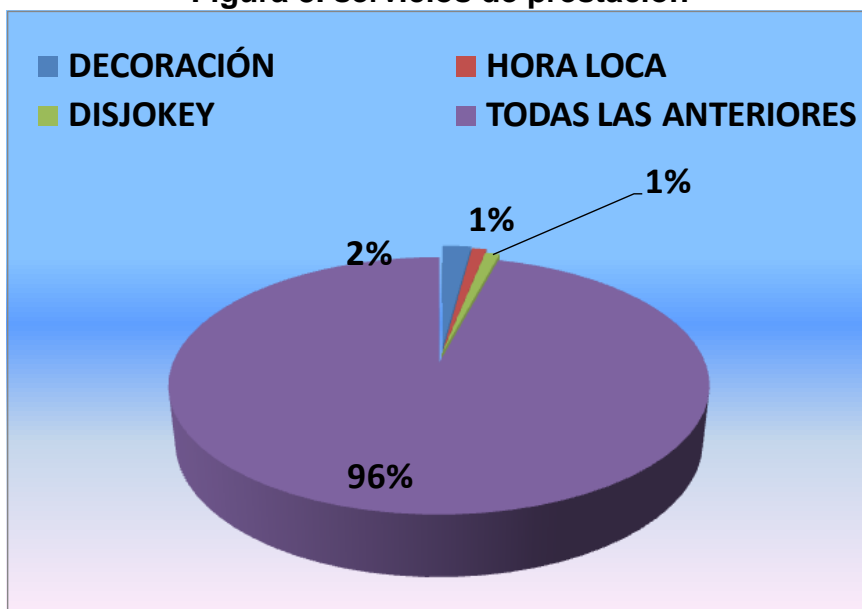
**INTERPRETACION.-**Es importante que todos estos aspectos sean tomado en cuenta para que se pueda satisfacer las necesidades y expectativas de las personas, como medio de posicionar esta nueva alternativa microempresarial.

4.- ¿Cuál de los siguientes servicios le agradecería encontrar en una empresa organizadora de eventos?

**Cuadro 5. servicios de prestación**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
DECORACIÓN	8	2%
HORA LOCA	4	1%
DISJOKEY	4	1%
TODAS LAS ANTERIORES	367	96%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Figura 8. servicios de prestación**



**ANÁLISIS.-** Como se puede apreciar los encuestados en un 96% indican que las opciones dadas son las que esperan en el momento de asistir a un evento.

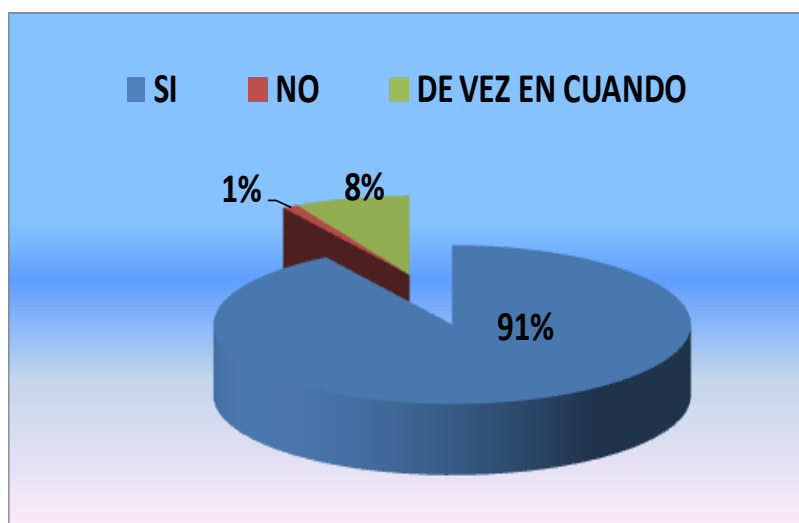
**INTERPRETACION-** por tal razón, esta propuesta debe ofrecer todas estas exigencias de los clientes y así lograr su confianza y lealtad para tener una buena participación en el sector comercial del Cantón Milagro.

5.- ¿Acostumbra con su familia organizar eventos sociales para conmemorar eventos agradables o tradicionales?

**Cuadro 6. Conmemoración de eventos**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	349	91%
NO	4	1%
DE VEZ EN CUANDO	30	8%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Figura 9. Conmemoración de eventos**



**ANALISIS.-** Las personas encuestadas respondieron que si acostumbran a conmemorar eventos sociales (91%), en su gran mayoría, aunque existe 8% que indican que de vez en cuando.

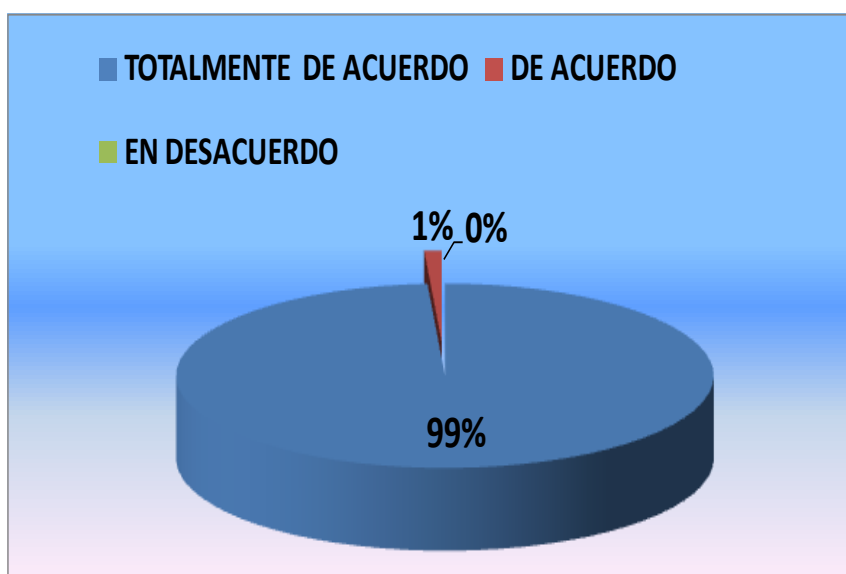
**INTERPRETACIÓN.-**Esta información nos da la pauta para ponernos como la mejor alternativa cuando estas personas deseen realizar algún evento social, por ello, es importante establecer una excelente estructura organizacional con personal altamente capacitado.

6.- ¿Considera usted importante que los eventos sociales sean organizados por profesionales y a costos razonables?

**Cuadro 7. Organización de eventos**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
TOTALMENTE DE ACUERDO	379	99%
DE ACUERDO	4	1%
EN DESACUERDO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Figura 10. Organización de eventos**



**ANÁLISIS.-** El 99% de los encuestados indicaron que están totalmente de acuerdo, mientras que un 1% indican que están de acuerdo, esto demuestra el alto grado de aceptación que tiene la microempresa.

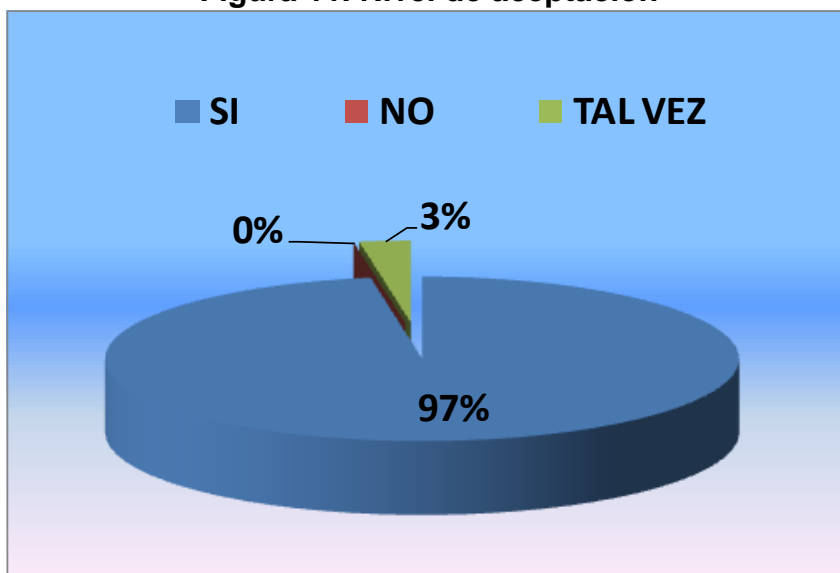
**INTERPRETACIÓN.-**La gráfica circular demuestra una unanimidad de aceptación con esta nueva propuesta por ello se recomienda que la microempresa sea puesta en acción en la brevedad del tiempo y así satisfacer una necesidad en este sector comercial del Cantón Milagro.

7.- ¿Considera que los servicios de una microempresa que organice eventos sociales debe realizar una debida planificación de marketing de manera eficiente, confortable y que satisfaga sus exigencias?

**Cuadro 8. Nivel de aceptación**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	373	94%
NO	0	0%
TAL VEZ	10	3%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>97%</b>

**Figura 11. Nivel de aceptación**



**ANÁLISIS.-** Con la respuesta de si se identificaron 373 personas que representa el 97%, con un 3% se mostraron dudosas diez personas.

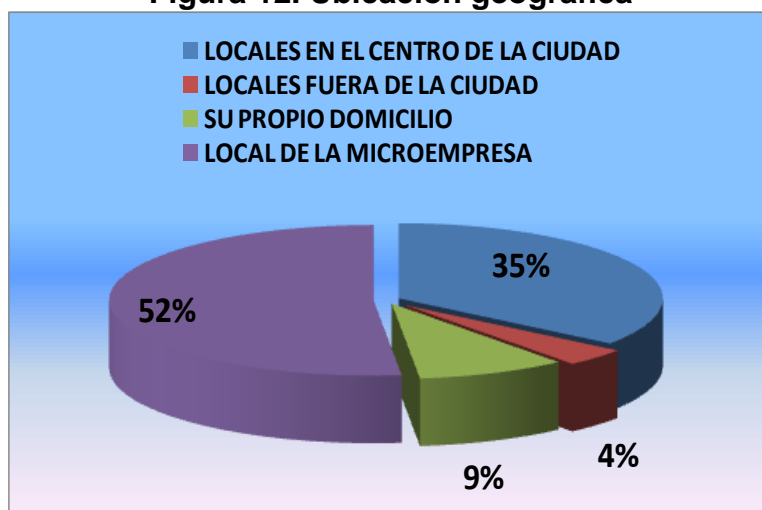
**INTERPRETACIÓN.-** Los encuestados en su mayoría están dispuestos a acceder a solicitar los servicios de organización de eventos siempre y cuando exista eficiencia y confortabilidad, dos elementos vitales para lograr la lealtad de las personas.

## 8.- Geográficamente ¿Qué lugares escogería usted para que se realice el evento?

**Cuadro 9. Ubicación geográfica**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
LOCALES EN EL CENTRO DE LA CIUDAD	135	35%
LOCALES FUERA DE LA CIUDAD	15	4%
SU PROPIO DOMICILIO	35	9%
LOCAL DE LA MICROEMPRESA	198	52%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Figura 12. Ubicación geográfica**



**ANÁLISIS.-** Los encuestados manifiestan en un 52% que prefieren realizar sus fiestas en el local de la microempresa, sin embargo, existe un 35% que prefieren realizar sus eventos en el centro de la ciudad, como mínimo de porcentajes tenemos el 9% que indican que realizan sus eventos en sus domicilios y el 4% fuera de la ciudad.

**INTERPRETACIÓN.-** Esta gráfica demuestra que la propuesta tiene amplia perspectiva de viabilidad, sin embargo no hay que descuidar a la competencia y establecer un valor agregado al servicio.



9.- ¿Cuáles de los siguientes requerimientos son los prioritarios para usted al momento de contratar una empresa organizadora de eventos?

**Cuadro 10. Requerimientos del cliente**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
CALIDAD Y PROFESIONALISMO	108	28%
DIVERSIFICACIÓN DEL SERVICIO	98	26%
TODAS LAS ANTERIORES	177	46%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Figura 13. Requerimientos del cliente**



**ANÁLISIS.-** La calidad y profesionalismo están representados por un 28% y la diversificación con un 26%, sin embargo en la última opción los encuestados prefieren estos dos factores en la contratación del servicio 46%.

**INTERPRETACIÓN.-** Lo que las personas exigen en la organización de esta clase de eventos es el profesionalismo, la calidad y la diversificación e el servicio, todos estos elementos deben formar parte de la identidad de esta microempresa ya que lo que cliente exige hay que cumplirlo, pues de eso dependerá su permanencia en este mercado.

### 4.3 RESULTADOS

Los resultados se conforman de los análisis de cada pregunta del proceso de la encuesta.

1.- Como se pudo apreciar en el cuadro dos de la pregunta uno los encuestados indicaron que efectivamente acostumbran a asistir a eventos sociales (96%), esto demuestra que existe una alta demanda para quienes se dedican a ofrecer los servicios de organización de fiestas y por ende para esta nueva alternativa empresarial.

2.- Según las respuestas de la pregunta dos los encuestados han asistido a todos los eventos citados en el cuadro tres (40%), esta información indica que el contar con esta propuesta en el mercado, tendrá un alto nivel de demanda debido a la poca presencia de lugares que organicen eventos con la más alta calidad, por lo tanto los administradores de esta alternativa debe proyectar un servicio sofisticado el cual cumpla con todos los requerimientos solicitados por los clientes con el objetivo de fidelizarlos y convertirnos en su primera opción.

3.- Esta respuesta nos demuestra que los encuestados se fijan más en la organización de eventos (43%), es decir que cada actividad que se presente en el evento sea de una manera sincronizada y diferente, esta debe ser una de las características que identifiquen la identidad de esta nueva alternativa de negocio.

4.- Es importante que la empresa ofrezca todas las opciones expuestas en el cuadro cinco o más con el objeto de satisfacer las expectativas y exigencias de las personas ya que un buen evento marca la diferencia ante la competencia existente.

5.- Indudablemente el conmemorar momentos agradables o tradicionales son los eventos de mayor demanda para los organizadores de fiestas, ya que no hay nada mejor que pasar un momento agradable e inolvidable con los seres queridos, por ello, es importante que se dé un valor agregado al servicio, donde los invitados no duden en solicitar nuestros servicios.

6.- El talento humano es la clave fundamental para ofertar un servicio de calidad ya que del profesionalismo de ellos depende la satisfacción del cliente, por lo tanto, es necesario que el personal de esta nueva alternativa empresarial realice un buen reclutamiento y selección del recurso humano, para evitar deficiencias que afecte la participación de la empresa en el mercado.

7.- Tomando en cuenta la respuesta positiva de la pregunta siete, sería factible y estratégico emplear un buen plan de marketing, ofreciendo a la ciudadanía los mejores paquetes promocionales a más de dar a conocer el profesionalismo y compromiso del talento humano en la organización de evento.

8.- Según las preferencias de las personas los lugares de mayor concurrencia para festejar un evento social están los locales situados en el centro de la ciudad y lo más relevante de esta respuesta es que estarían de acuerdo solicitar los servicios del local de la microempresa, esta información nos demuestra el grado de aceptación que cuenta esta nueva propuesta.

9.- Esta pregunta ha orientado a conocer lo que esperan los clientes como se había hablado anteriormente en la pregunta siete las personas buscan profesionalismo, calidad y diversificación del servicio, indicadores que deben emplearse para lograr un alto nivel de aceptación que conlleve a la microempresa a un posicionamiento respetable en este sector comercial del cantón Milagro.

#### 4.4 VERIFICACIÓN DE LA HIPOTESIS

Cuadro 11

<b>HIPÓTESIS GENERAL</b>	<b>VERIFICACIÓN</b>
La creación de una empresa organizadora de todo tipo de fiestas lúdicas causará un impacto en el sector comercial del cantón Milagro.	Efectivamente la creación de una empresa organizadora de todo tipo de fiestas lúdicas si causará un impacto en el sector comercial del cantón Milagro, información que se puede comprobar en la pregunta ocho de la empresa.
<b>Hipótesis particular N.- 1</b> La falta de innovación incide en el servicio de organización de todo tipo de fiestas lúdicas en el cantón Milagro.	La falta de innovación si incide en el servicio de organización de todo tipo de fiestas lúdicas en el cantón Milagro.
<b>Hipótesis particular N.- 2</b> La falta de un estudio geográfico influye en la ubicación de esta clase de empresas organizadoras de eventos lúdicos.	Para toda microempresa que inicie sus actividades es importante contar con un buen estudio geográfico ya que la ubicación influye mucho en el nivel de aceptación de las personas.
<b>Hipótesis particular N.- 3</b> La creación de una empresa organizadora de todo tipo de fiestas lúdicas satisficera las exigencias del cliente.	Empleando los elementos expuesto en la pregunta nueve sería factible la creación de una empresa organizadora de todo tipo de fiestas lúdicas, con el objeto de satisfacer las exigencias del cliente.
<b>Hipótesis particular N.- 4</b> Los medios promocionales como cartillas o paquetes promocionales Influyen en la máxima satisfacción de los clientes.	Los medios promocionales como cartillas o paquetes promocionales si Influyen en la máxima satisfacción de los clientes. Por ello es necesario que se emplee este tipo de herramientas.

**Elaborado por:** Leonela Chumaña y Ronald Guerrero

## **ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS**

### **ENTREVISTA DIRIGIDA A PROFESIONALES RELACIONADOS CON LA ACTIVIDAD COMERCIAL Y LEGAL DEL CANTÓN MILAGRO**

Con el objetivo de obtener información veraz se ha realizado con personalidades he procedido a entrevistar a una serie de personas que de una u otra manera guardan relación con esta actividad microempresarial.

A continuación doy a conocer las respuestas e inquietudes que formularon algunas de las personalidades entrevistadas:

**1. Ing. Hugo Almeida** (gerente general de RENSU S.A.)

**1.- ¿Acostumbra usted y su familia a asistir a eventos sociales?**

Sí, porque me agrada compartir momentos especiales con la familia y amigos ya que una vez en cuando no hace daño.

**2.- ¿Acostumbra con su familia organizar eventos sociales para conmemorar momentos agradables o tradicionales?**

Sí, de vez en cuando hay que hacer un esfuerzo y organizar una reunión para celebrar momentos agradables ya sea cumpleaños, graduación, matrimonios en fin un pretexto para pasar un momento feliz.

**3.- ¿Cree usted que las actuales empresas organizadoras de eventos sociales de nuestro Cantón cumplen con los parámetros de calidad y eficiencia?**

No, Tal vez falta innovación interés por cumplir un buen trabajo, siempre tenemos que poner lo mejor para así poder crecer como empresa.

**4.- ¿Considera usted importante que los eventos sociales sean organizados por profesionales y a costo razonable?**

Sí, claro de estas cosas tienen que ser realizadas por personas capacitadas y orientadas para poder brindar un buen servicio a la ciudadanía.

**5.- ¿Contrataría usted los servicios de una microempresa que organice eventos sociales de manera eficiente y comfortable?**

Sí, siempre y cuando estar seguro del trabajo que me van a brindar, si es buena la propuesta encantado de contratarlo.

**6.- ¿Cree usted que la implementación de esta propuesta micro-empresarial aportaría con la disminución de desempleo en nuestra ciudad?**

Sí, porque se abriría fuentes de trabajo y esto serviría para ejemplo de muchos jóvenes que pueden emprender su propio negocio y ser personas de bien.

**2. Sra. Gina Parodi de Piedra** (Propietaria de Supermarket Mellisa.)

**1.- ¿Acostumbra usted y su familia a asistir a eventos sociales?**

Sí, porque nos gusta compartir momentos especiales de nuestras amistades.

**2.- ¿Acostumbra con su familia organizar eventos sociales para conmemorar momentos agradables o tradicionales?**

Sí porque al realizarlo siento regocijo de compartir con mi familia momentos especiales.

**3.- ¿Cree usted que las actuales empresas organizadoras de eventos sociales de nuestro Cantón cumplen con los parámetros de calidad y eficiencia?**

Sí, porque en la actualidad contamos con personas de mentes innovadoras capaces de realizar eventos de calidad y de forma eficiente.

**4.- ¿Considera usted importante que los eventos sociales sean organizados por profesionales y a costo razonable?**

Sí, porque las personas encargadas de realizar estos eventos se están capacitando para brindar un buen servicio.

**5.- ¿Contrataría usted los servicios de una microempresa que organice eventos sociales de manera eficiente y confortable?**

Sí, porque sería una forma segura de organizar y pasar en familia.

**6.- ¿Cree usted que la implementación de esta propuesta micro-empresarial aportaría con la disminución de desempleo en nuestra ciudad?**

Sí, porque esta microempresa fomentaría fuentes de trabajo.

**3. Sr. Abel Villacís** (Propietario Feria del Mueble.)

**1.- ¿Acostumbra usted y su familia a asistir a eventos sociales?**

No, porque mi familia no está unida.

**2.- ¿Acostumbra con su familia organizar eventos sociales para conmemorar momentos agradables o tradicionales?**

No, porque no habido momentos de conmemorar momentos agradables, porque no he pasado con mi familia.

**3.- ¿Cree usted que las actuales empresas organizadoras de eventos sociales de nuestro Cantón cumplen con los parámetros de calidad y eficiencia?**

Sí, porque hay muchas empresas actualizadas que dan buena calidad de eventos.

**4.- ¿Considera usted importante que los eventos sociales sean organizados por profesionales y a costo razonable?**

Sí, porque si son precios razonables nos inclinaríamos más a prestar sus servicios.

**5.- ¿Contrataría usted los servicios de una microempresa que organice eventos sociales de manera eficiente y confortable?**

Sí, porque tendría un buen servicio, para que los familiares vallan contentos por su atención.

**6.- ¿Cree usted que la implementación de esta propuesta micro-empresarial aportaría con la disminución de desempleo en nuestra ciudad?**

Sí, porque este proyecto es muy bueno para el desarrollo y crecimiento de nuestra ciudad y por ende fomentaría empleo.



#### **4. Sr Carlos Soto Rueda (Propietario Hotel CARSO INN)**

##### **1.- ¿Acostumbra usted y su familia a asistir a eventos sociales?**

Sí, porque es un motivo para pasar un momento agradable para pasar con la familia y amigos, aunque el ir depende de las circunstancias.

##### **2.- ¿Acostumbra con su familia organizar eventos sociales para conmemorar momentos agradables o tradicionales?**

No, porque la situación económica que atraviesa la mayoría de las familias ecuatorianas, si organiza algún evento se lo hace si es a nuestro pensar realmente conmemorable tomando en cuenta el factor económico.

##### **3.- ¿Cree usted que las actuales empresas organizadoras de eventos sociales de nuestro Cantón cumplen con los parámetros de calidad y eficiencia?**

Sí cumplen con las expectativas de todos los que requieren sus servicios ya que la economía en nuestra ciudad no es de todo buena.

##### **4.- ¿Considera usted importante que los eventos sociales sean organizados por profesionales y a costo razonable?**

Sí, claro para brindar un servicio de calidad se necesita de personas entendidas en el asunto con costos razonables para que la ciudadanía pueda contratar dichos servicios.

##### **5.- ¿Contrataría usted los servicios de una microempresa que organice eventos sociales de manera eficiente y confortable?**

Sí, pero primero averiguaría que servicios ofrece y si cumple con mis expectativas.

##### **6.- ¿Cree usted que la implementación de esta propuesta micro-empresarial aportaría con la disminución de desempleo en nuestra ciudad?**

Sí, esto incrementaría fuentes de trabajo ya que es una empresa que cumple con todas las expectativas.

**4. Ab. Modesto Freire.** (Fiscal de la ciudad)

**1.- ¿Acostumbra usted y su familia a asistir a eventos sociales?**

Sí, porque me gusta compartir momentos agradables con la familia.

**2.- ¿Acostumbra con su familia organizar eventos sociales para conmemorar momentos agradables o tradicionales?**

No, porque no se ha dado la oportunidad, no es necesario realizar eventos de alta magnitud para recordar momentos agradables.

**3.- ¿Cree usted que las actuales empresas organizadoras de eventos sociales de nuestro Cantón cumplen con los parámetros de calidad y eficiencia?**

Sí, ya que son empresas que realizan este tipos de servicios según el motivo del evento.

**4.- ¿Considera usted importante que los eventos sociales sean organizados por profesionales y a costo razonable?**

Sí, creo que en este tipo de servicios tienen que realizarlo personas capacitadas en este ámbito laboral a costos de acuerdo a la economía del cliente.

**5.- ¿Contrataría usted los servicios de una microempresa que organice eventos sociales de manera eficiente y confortable?**

Sí, siempre y cuando me ofrezcan una buena atención para que los invitados queden satisfechos.

**6.- ¿Cree usted que la implementación de esta propuesta micro-empresarial aportaría con la disminución de desempleo en nuestra ciudad?**

Si, ya que en este sector existe mucho desempleo, por ello, es importante la implementación de esta propuesta.

## CRITERIO PERSONAL

Obtenidos los resultados de la entrevista a personalidades dedicadas al comercio y justicia se ha realizado un análisis de cada presunta.

1.- Los entrevistados indicaron, cuatro de cinco de ellos que si acostumbran a asistir a eventos sociales, lo cual demuestra que existe una alta demanda para aquellos organizadores de eventos y por ende para esta nueva alternativa empresarial.

2.- La mayoría de los entrevistados manifestaron que efectivamente si acostumbran a conmemorar momentos agradables o tradicionales, sin embargo existe un encuestados que indica que no.

3.- Los entrevistados indicaron, cuatro de cinco que las actuales empresas organizadoras si cumplen con sus expectativas, por lo tanto, es necesario que esta nueva alternativa de negocio se proyecte con la más alta calidad en el servicio para darle un valor agregado y ganar posicionamiento en este mercado.

4.- Si duda alguna las personas esperan un servicio dado por profesionales que den una alternativa innovadora a lo que esperan con el objeto de ofrecer un evento inolvidable que marque la diferencia ante la competencia.

5.- Los cinco entrevistados manifestaron que estarían de acuerdo en solicitar una microempresa que ofrezca un servicio eficiente y confortable, factores importantes que deben ser puesto en acción una vez que la microempresa incursione en el mercado.

6.- Con respecto a esta pregunta uno de los entrevistados indicó a pesar de que aparezca esta nueva alternativa empresarial la juventud está acostumbrada a las cosas fáciles así que piensa que no se disminuiría el índice de desempleo, sin embargo el resto de personas manifiestan todo lo contrario.

## **CAPITULO V**

### **LA PROPUESTA**

#### **5.1 TEMA**

Creación e implementación de una microempresa Organizadora de todo tipo de Fiestas Lúdicas en el Cantón Milagro

#### **5.2 FUNDAMENTACIÓN**

La presente propuesta se fundamenta en base al siguiente criterio. Desde siempre las fiestas o celebraciones se las ha venido realizando como una costumbre, sean estas por cumpleaños, bautizos, quinceañeras, graduaciones, matrimonios, etc., en la actualidad estos eventos han tomado una mayor atención por parte de las personas, empresas, o instituciones a pesar de que existen organizaciones que se dedican a ofrecer el servicio de organización de fiestas o eventos, sin embargo la ciudadanía espera una alternativa innovadora, diferente, con un servicio personalizado y calificado, por ello, nació la idea de proponer la creación de una microempresa organizadora de todo tipo de fiestas lúdicas, para lo cual se diseñará una estructura organizacional a través de organigramas que demuestran la jerarquía de cada talento humano que laborará en esta alternativa de negocio.

Por otra parte, para una adecuada administración se realizarán los respectivos manuales de funciones, planteamiento de políticas y adquisición de equipos y herramientas que fortalecerá las labores administrativas y operativas de la empresa. Además, para lograr una mejor proyección en el mercado, se diseñará un logotipo y slogan con el fin de ser diferenciados en este mercado.

Con el propósito de conocer a profundidad el mercado se ha empleado herramientas importantes como el Análisis de las Cinco Fuerzas de Michael Porter, esta nos permite identificar el sector en el que incursionará la microempresa, es decir; la competencia sea esta directa o indirecta, los posibles proveedores y los sustitutos del servicio que se brindará.

El análisis FODA también se lo aplicará en esta propuesta, ya que esta permite la identificación de los factores internos como son; las fortalezas y debilidades de esta opción empresarial, los factores externos es decir; las oportunidades y amenazas, establecidos estos elementos se procederá a realizar la matriz estratégica FO-FA-DO-DA, en la cual se creará estrategias que beneficiará a estas propuesta. Para demostrar financieramente la factibilidad de la microempresa se realizará una proyección financiera a cinco años con la finalidad de conocer los movimientos económicos que tendrá esta organización de fiestas lúdicas, terminado finalmente con las respectivas conclusiones y recomendaciones.

### **5.3 JUSTIFICACIÓN**

La ejecución de la propuesta se la realizó en base a los resultados de la encuesta la misma fue dirigido a la ciudadanía Milagreña, donde puedo conocer que existe una insatisfacción en el mercado, es decir que los habitantes que gustan de conmemorar momentos con la familia o asistir a uno de ellos, prefiere algo nuevo e innovador con diversidad del servicio a cargo de profesionales entendidos en el tema. El estudio de mercado fue una herramienta importante para medir las exigencias y expectativas de las personas sobre este servicio, las cuales desean sobre todo una organización completa, ofreciendo a sus invitados una experiencia diferente. En relación al precio piensan que deben ser cobrados a costos razonables.

Con esta nueva alternativa microempresarial se espera satisfacer las expectativas de la ciudadanía Milagreña, y con esto posicionarnos en este mercado, beneficiando con esta propuesta a los inversionistas y por ende al sector laboral puesto que se ofrecerá fuentes de trabajo a un grupo importante de este sector.

## **5.1 OBJETIVOS**

### **5.4.1 Objetivo General de la propuesta**

Proponer una nueva alternativa de negocio, mediante la creación e implementación de una empresa dedicada a la organización de todo tipo de fiestas lúdicas, empleando herramientas administrativas, financieras y operativas, que permitan posicionarse en el cantón Milagro.

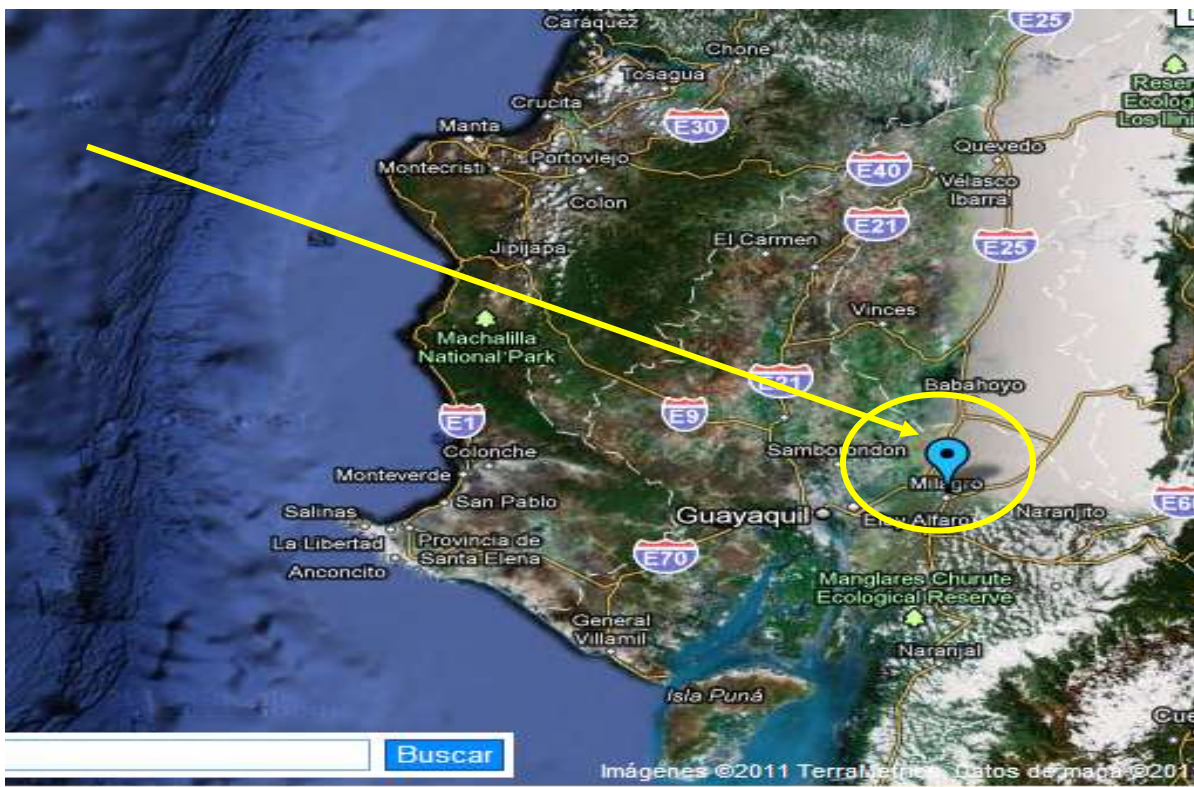
### **5.4.2 Objetivos Específicos**

- Presentar una amplia infraestructura, con una imagen innovadora y diferenciada.
- Especificar el funcionamiento del Marketing Mix, para la utilización de herramientas publicitarias adecuadas.
- Determinar los requerimientos, en lo referente a la compra de mercadería, recurso humano, sistemas y herramientas publicitarias, que necesitará el negocio para iniciar sus actividades comerciales en este casco comercial.
- Diagnosticar la situación financiera.
- Realizar un estudio de mercado para identificar el segmento al que se incursionará, para así obtener ventajas competitivas sobre la rivalidad y proyectarnos como la mejor alternativa en la organización de eventos.

## 5.5 UBICACIÓN

La microempresa organizadora de todo tipo de fiestas lúdicas estará ubicada en la Provincia del Guayas, Cantón Milagro de la República de Ecuador, la Av. Km, ciudadela los cañaverales.

**Figura 14** Mapa de ubicación de la ciudad de Milagro



## 5.6 FACTIBILIDAD

### Factibilidad administrativa

#### Filosofía Corporativa

**MISIÓN** Brindar un excelente y completo servicio en organización de eventos, empleando talento humano altamente capacitado, enfocando nuestro trabajo en la seriedad y cumplimiento como garantía para lograr momentos inolvidables.

**VISIÓN:** Ser una organización líder, en la organización de eventos, con un equipo humano y calidez humana como virtud principal que nos permita consolidarnos en el mercado como una de las mejores alternativas en diversión.

#### Objetivo general

Efectuar la realización total o parcial de cualquier tipo de evento. Nuestra idea es que el cliente nos cuente sus expectativas, el objetivo que quiere conseguir y nosotros nos encargamos del resto. Buscamos la despreocupación y tranquilidad de los clientes que nos contratan.

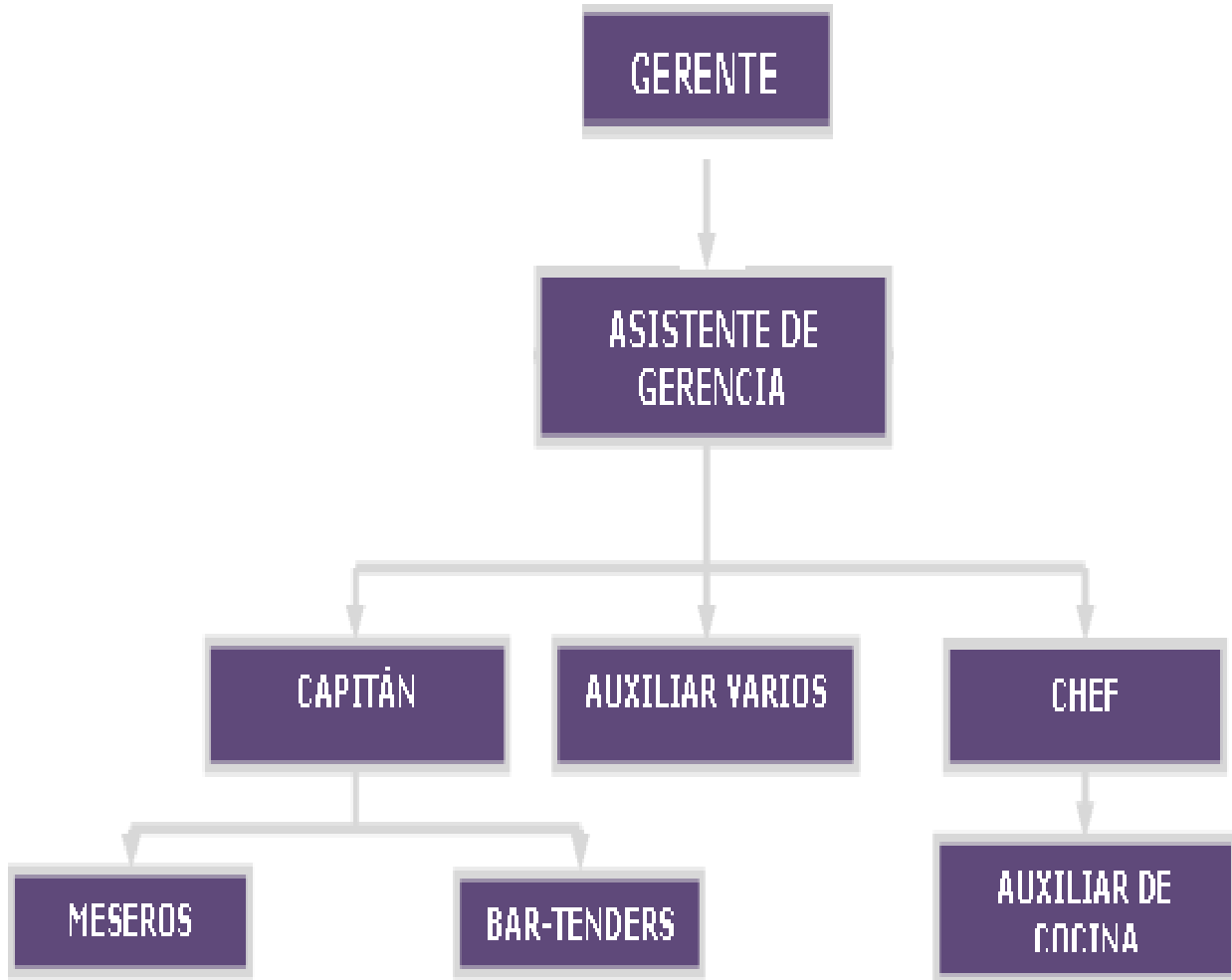
#### Objetivos Específicos

- Ser los pioneros en la organización y realización de eventos ofreciéndole al cliente externo un servicio integral de calidad que satisfaga sus gustos y necesidades en un solo lugar.
- Contar con el personal idóneo que permita la ejecución eficiente de cada una de las actividades que estén inmersas en la organización.
- Desarrollo de habilidades de expresión, comunicación y relaciones públicas
- Ofrecer la mejor comida nacional e internacional.
- Crear relaciones a largo plazo con clientes externos como internos.
- Ofrecer servicios de calidad en cada una de las empresas.

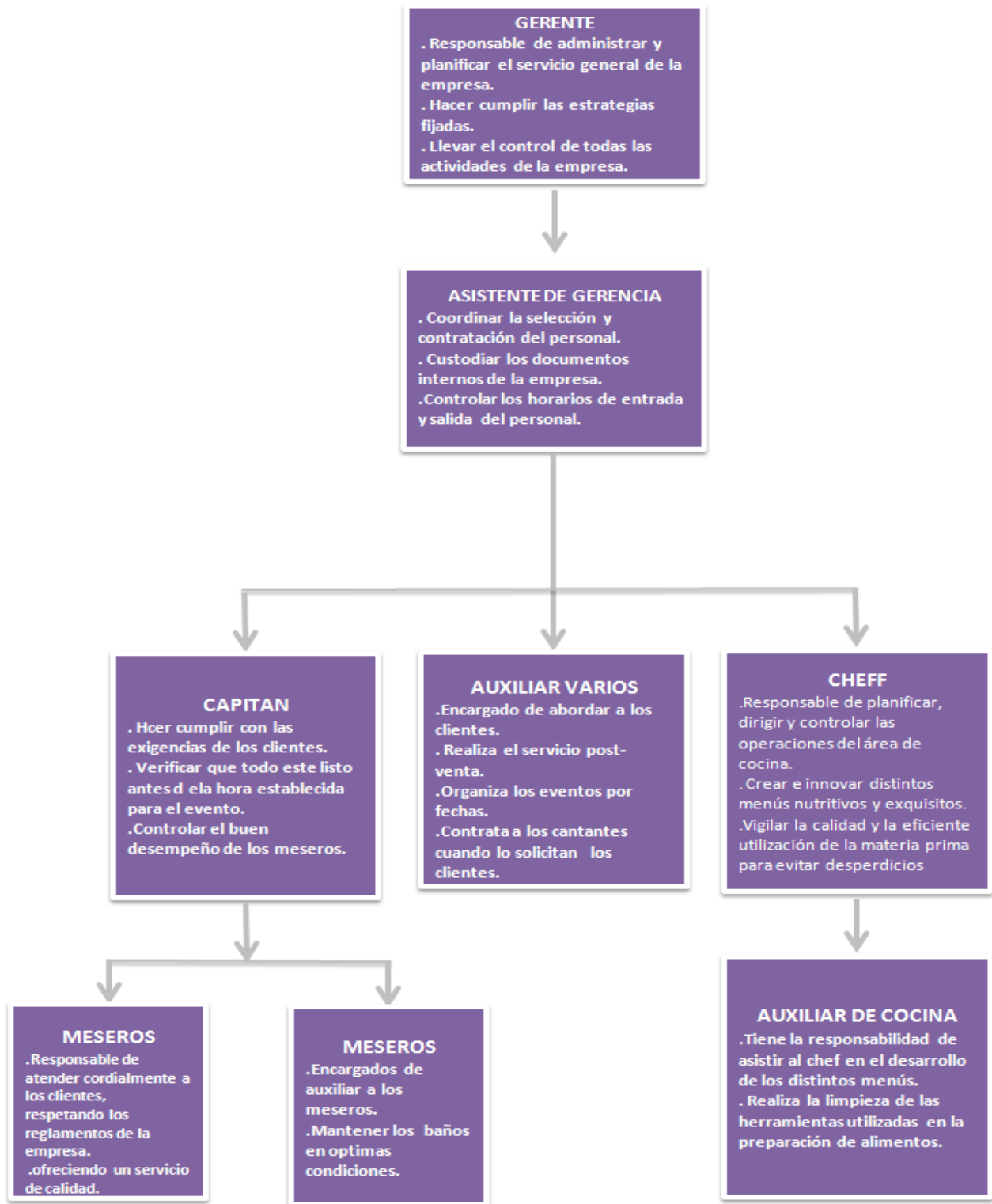


## Organigrama Estructural

Gráfico 1.



**Gráfico 2.**



## DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO DE TRABAJO

### **Gerente**

Debe ser calificado para lograr los puntos de éxito de la empresa y generar emotividad y calidad en los procesos laborales de sus subordinados; la filosofía y políticas de la empresa deben ser conocidas a cabalidad por esta parte modular del negocio.

El objetivo de las ventas es proporcionar el mayor número de clientes y eventos lo cual representara ingresos para la empresa. Se logrará la negociación más favorable para la empresa con los proveedores de todos los materiales e insumos requeridos para la decoración y cada evento particular.

La selección del personal idóneo estará bajo su responsabilidad y mantendrá un flujo de comunicación armoniosa y eficaz para lograr los objetivos.

Dentro de sus obligaciones se encuentran:

- Conocer y ejecutar de la mejor manera un Sistema de Ventas Estandarizado.
- Tener nociones de Costos.
- Saber el equipo con que cuenta el establecimiento: adornos, mantelería, sillas, mesas, cristalería etcétera. Su conocimiento permitirá la sugerencia personal para que los clientes mantengan una plena satisfacción al realizar un contrato laboral de servicios con la empresa.
- Generar un portafolio de clientes.
- Programar reuniones periódicas con sus subalternos para tratar asuntos laborales.
- Establecer e incorporar proyectos y servicios relacionados al negocio

- Solicitar personal extra para eventos extraordinarios con tiempo.
- Revisión de uniformes de personal.
- Supervisar la limpieza e idoneidad del local antes de cada evento social.
- Verificar y aprobar los detalles de comida y montaje junto al Chef de Banquetes antes de cada recepción.
- Verificar y aprobar los detalles de aptitud del local (tomas de energía, sistemas de audio y visión) y Artistas contratados junto al personal de Auxiliar Varios.
- Pagos periódicos y ocasionales a personal.
- Contratación ocasional de personal extra.

Encargado de contratar los servicios de un profesional en materia tributaria y contable que realice la contabilidad de la empresa: los Registros de Ingresos/Egresos de efectivo, Balances, Flujos de Caja y quien supervise las acciones pertinentes con el Servicio de Rentas Internas y demás Organismos Reguladores afines.

**Requisitos mínimos:**

- Ser graduado en ingeniería comercial, administración de empresas o carreras afines.
- Poseer dos años experiencia laboral en cargos similares.
- Tener conocimientos con respecto a la actividad comercial.
- Ser una persona proactiva, responsable, creativa y con alto sentido de liderazgo.
- Hábil en la planificación e implementación de estrategias competitivas.

### **Características de personalidad**

Trabajo a presión, don de mando, estabilidad emocional, analítica, criterio formado, honesto, capacidad para planear y delegar ordenes, capacidad para trabajar bajo presión.

### **Relaciones interpersonales internas**

Con todo el personal para la resolución de problemas y requerimientos de necesidades.

### **Asistente de Gerencia**

Será la persona encargada de suministrar la colaboración y resguardo a los procesos globales, quien llevará a efecto toda la asistencia de las actividades de los anteriores.

Su carisma y presencia otorgarán una característica diferencial en el servicio. El coopera con el Gerente en las funciones de planificación y la coordinación general de los eventos con el cliente y el personal de servicio.

Además es el encargado de mantener una comunicación y organización directa con los personajes contratados en relación con eventos y shows artísticos en vivo donde se pretende abordar con la empresa. El manejar una agenda de tiempos y garantizar la calidad de las presentaciones deben ser su máxima prioridad y será encargado de establecer todos los parámetros logísticos que se detallen en los contratos a formularse con dichos artistas.

### **Requisitos mínimos:**

- Estar cursando e tercer año de ingeniería comercial, administración de empresas o carreras afines.
- Mínimo 20 años.
- Sexo masculino o femenino.
- Estado civil indistinto
- Cursos en administración.
- Experiencia mínima de un año en cargos similares.

**Características de personalidad**

Cooperador, eficiente, comunicativo, creativo, estabilidad emocional, innovador, organizado.

**Relaciones interpersonales internas**

Con todo el equipo de trabajo.

**Auxiliar Varios**

Mantiene una comunicación y organización directa con los personajes contratados en relación con eventos y shows artísticos en vivo, donde se pretende abordar con la empresa.

Tiene la responsabilidad de manejar una agenda de tiempos y garantizar la calidad de las presentaciones, deben ser su máxima prioridad, ya que de eso dependerá el prestigio de la microempresa.

Encargado de establecer todos los parámetros logísticos que se detallen en los contratos a formularse con dichos artistas.

**Requisitos mínimos:**

- Estar cursando e tercer año de Licenciatura en comunicación social, o carreras afines.
- Mínimo 24 años.
- Sexo masculino o femenino.
- Estado civil indistinto
- Cursos prácticos en diseños.
- Experiencia mínima de un año en cargos similares.

**Características de personalidad**

Comunicativo, eficiente, estabilidad emocional, anticipado, organizado.

**Relaciones interpersonales internas**

Con todo el equipo de trabajo.

### **Capitán de Servicio**

Es el jefe del equipo de meseros, bar-tenders. Bajo su jurisdicción se encuentra la de procurar que se cumpla de la mejor el protocolo de recepción de invitados en cada evento y de acomodar organizadamente a cada invitado del anfitrión. Todo el confort y la plenitud que conlleva el consumo de nuestros servicios tangibles e intangibles estarán bajo su tutela; debe mantener una excelente comunicación con su equipo y siempre una actitud servicial.

- Comenta con el cliente los detalles de calidad en alimentos, servicio y bebidas; en caso de quejas las soluciona de inmediato y las reporta en la bitácora de operación.
- Revisa que los trabajadores rotatorios se lleven a cabo, asimismo indica las correcciones pertinentes.
- Revisa las dotaciones en salsas y suministros generales.
- Capacita al personal según los programas de alimentos y bebidas, y recursos humanos.
- Auxilia a los meseros cuando se requiere.
- Controla las reservaciones si no hay recepcionista.
- Para capitanes de restaurantes únicamente:
- Ocasionalmente prepara ensaladas y platillos especiales frente al cliente.
- Es responsable de la toma de órdenes en comandas.
- Es responsable del control en cambio de blancos.
- El capitán de cafetería, ocasionalmente toma la orden en notas de consumo

### **Requisitos mínimos:**

Debe prepararse para recibir la Titulación en Turismo y Certificación

- Mínimo 25 años.
- Sexo masculino o femenino.

- Estado civil indistinto
- Experiencia mínima de un año en cargos similares.

### **Características de personalidad**

Comunicativo, eficiente, estabilidad emocional, anticipado, organizado.

### **Relaciones interpersonales internas**

Con todo el equipo de trabajo.

### **Meseros / Bar-Tenders**

Están en pleno contacto personal con los invitados de cada anfitrión (cliente) y se regirán en sus acciones apegados a la filosofía de la empresa.

Adicionalmente deben realizar la completa higiene de las instalaciones previamente y posterior a un evento social, su labor estará asignada a velar durante un acto que todo marche bien. En caso de alguna circunstancia fuera del orden del programa establecido serán quienes auxilien a los meseros con la limpieza del salón y quienes mantengan limpios los baños permanentemente.

- Debe conocer el uso del material y equipo de bar.
- Se encarga de la limpieza de mesas, estaciones de servicio, ceniceros, charolas, lámparas de mesa.
- Es responsable del montaje de las mesas.
- Es responsable de tener surtidas las estaciones de servicio.
- Conoce el manejo correcto de la cristalería.
- Conoce los ingredientes y la preparación de bebidas y botanas.
- Sugiere al cliente aperitivos, cócteles, y demás bebidas.
- Presenta al cliente la lista de vinos y lo asiste en la elección.
- Toma órdenes de vinos, bebidas, etc.
- Conoce las formas de abrir y servir los vinos.
- Sirve las bebidas a la mesa.
- Debe portar encendedor para auxiliar al cliente.



**Requisitos mínimos:**

Bachiller, estar realizando estudios para la Titulación en Turismo y Certificación

- Mínimo 20 años.
- Sexo masculino
- Estado civil indistinto
- Experiencia mínima de un año en cargos similares.

**Características de personalidad**

Comunicativo, eficiente, estabilidad emocional, anticipado, organizado.

**Relaciones interpersonales internas**

Con todo el equipo de trabajo.

**Chef de Banquetes, Eventos y Recepciones**

El prestigio que desea generar la compañía determina que se debe contar con un cocinero calificado y que sepa claramente de sus labores profesionales, eso ayudará en términos financieros a generar un máximo rendimiento al momento de realizar compras y de obtener la mayor calidad y variedad gastronómica. La selección de éste elemento debe hacerse minuciosamente, quien debe dominar las reglas de higiene y protocolo del trabajo encomendado.

Su labor es la que marcará la mejor arma de la empresa puesto que de su capacitación y resultados en la elaboración y preparación de los productos, la sazón y el gusto, el detalle diferencial y demás argumentos gastronómicos, dependerán el éxito y la prosperidad del negocio.

Una vez realizado un contrato de servicios para banquetes, festejos y/o recepciones, éste funcionario es el que desempeña el papel de crear el paquete de servicios que

desea el cliente y de cumplir con todos los requerimientos temáticos u ocasionales para que se realice un verdadero servicio completo.

El Chef debe tener previamente armados un sinnúmero de opciones en cuanto a platos, montajes y decoraciones temáticas y debe contar con un portafolio ilustrativo que plasme y logre un excelente acuerdo con el cliente o institución.

#### **Requisitos mínimos:**

- Título Universitario o de Formación Profesional en Cocina; o en su defecto, capacitación profesional relacionada con el curso.
- Mínimo 25 años.
- Sexo masculino/femenino
- Estado civil indistinto
- Experiencia mínima de un año en cargos similares.

#### **Características de personalidad**

Creativo, carisma, seriedad en el trabajo, constancia, todo aquel que realiza su labor con cariño, limpieza, Orden, Creatividad y Sazón (fundamental e indispensable, disciplina, Higiene.

#### **Relaciones interpersonales internas**

Con los asistentes de cocina.

#### **Auxiliares de Cocina**

Quienes laboren en esta área funcional deberán tener plenos conocimientos y vasta experiencia en labores culinarias, su labor implica mantener un alto grado de eficiencia para minimizar los costos en la cocina, no sin dejar de mencionar que se utilizarán insumos y materiales de primer orden para la elaboración de los más variados platos.

Su labor estará dirigida directamente por el Chef de Recepciones y dentro de sus premisas laborales debe imperar la higiene, la presencia, la honradez y la cultura.

- Utilización de la ropa y accesorios adecuados para el trabajo.
- Revisar que todos los instrumentos de cocina estén limpios.
- Ayudar en la preparación de los diferentes platos.
- Limpiar el área trabajo.
- Ir a bodega con la orden de pedido del pastelero o del chef.

### **Requisitos mínimos:**

- Deberá tener un mínimo de tres años de experiencia profesional como cocinero de establecimientos de alta categoría.
- Mínimo 20 años.
- Sexo masculino/femenino
- Estado civil indistinto
- Experiencia mínima de un año en cargos similares.

### **Características de personalidad**

Seriedad en el trabajo, limpieza, Orden, creatividad y Sazón disciplina, Higiene.

### **Relaciones interpersonales internas**

Con el jefe inmediato "Chef".

### **Factibilidad legal**

Es importante estar amparados en las diferentes leyes de establecimientos tributarios, también es necesario cumplir con los régimen municipales que están preestablecidos como el caso de permiso de funcionamiento municipal, permiso de exposición publicitaria en la vía pública, prevención de incendios en el cuerpo de bomberos, registro único de contribuyente y las especificaciones que debe cumplir los dueños como socios y acreedores de las mismas.

### **Registro único de contribuyente (RUC)**

El Registro único de contribuyentes (RUC) permite que el negocio funcione normalmente y cumpla con las normas que establece el código tributario en materia de impuestos. La emisión del RUC requiere los siguientes requisitos:

- Copia de la Cédula de Identidad del representante legal
- Copia certificada de la escritura de constitución.
- Proporcionar datos informativos como la dirección, teléfono.
- Tipo de negocio o actividad a la que se dedica.
- Firma y retira el RUC

### **Permiso de Funcionamientos Municipales**

Este permiso o documento en el Municipio en este caso en la ciudad de Milagro, cumpliendo los siguientes requisitos:

- Copia del RUC
- Copia Nombramiento Representante Legal
- Cédula y Papeleta de Votación Representante legal
- Planilla de luz
- Formulario de declaración para obtener las patente

### **Permiso de la Dirección de Higiene Municipal.**

Para acceder a este permiso los empleados de la empresa, sin excepción alguna, deben someterse a exámenes médicos para comprobar su estado de salud, sobre todo al tratarse de una empresa que provee a sus clientes productos químicos, los requisitos para obtenerlo son:

- Copia del RUC
- Copia Nombramiento de Representante Legal.
- Planilla de Luz

- El carné de salud ocupacional por cada uno de los empleados que manipulan los insumos de producción.

### **Carné de Salud**

Este documento permitirá certificar que la persona que lo porta está apta para manipular los productos que ofrece a los consumidores los requisitos para obtenerlo son:

- Foto Carné (1).
- Vacuna Antitetánica vigente.
- Fotocopia Cédula de Identidad.
- Muestra de orina.
- Ayuno de 12 h.

### **En mujeres:**

- Informe de Papanicolaou (entre 21 y 65 años con tiempo no superior a 2 años de realizado).
- Informe de mamografía (entre 40 y 59 años con tiempo no superior a 1 año y medio).

### **Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos**

Es un documento que otorga la mencionada entidad del estado una vez que el personal del Cuerpo de Bomberos haya inspeccionado el local, en la cual básicamente se revisa la instalación y se asegura que tengan medios para prevenir y contrarrestar cualquier tipo de incendio que se presente (adjuntamos copia del documento en anexos)

- Copia del RUC.
- Copia Nombramiento Representante Legal.
- Cédula y Papeleta de Votación Representante Legal.
- Planilla de luz.
- Pago de tasa o permiso, de acuerdo a la actividad económica.

## **Permiso de Funcionamientos Ministerio de Salud Pública**

Este documento se lo obtiene en la Dirección Provincial de Salud del Guayas.

Permiso de la Dirección de Higiene Municipal

- Copia del RUC.
- Copia Nomenclatura Representante Legal.
- Cédula y Papeleta de Votación Representante Legal.
- Planilla de luz.
- El carnet de salud ocupacional por cada uno de los empleados. Con lo que después se puede obtener el respectivo registro sanitario.

**Escritura pública de la constitución.-** Esta escritura debe contener:

- Lugar y fecha donde se celebre el contrato.
- Nombre, nacionalidad, domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla
- Objeto social.
- Denominación y duración.
- Domicilio de la compañía.
- Forma de administración y facultades de los administradores
- Forma de designación de los administradores, y qué funcionario tendrá la representación legal de la compañía.
- Norma de reparto de utilidades.
- Determinación de los casos para disolverse anticipadamente

**Solicitud de aprobación de la superintendencia de compañías :** Se anexa con la solicitud que debe tener firma de abogado, cuatro copias certificadas de la escritura de constitución, con una copia del certificado de votación del abogado patrocinador, en la que se solicita se apruebe la constitución de la compañía (Art.136 de la Ley de Compañías).

- Aprobación mediante resolución expedida por la Superintendencia de Compañías.
- Protocolización de la resolución aprobatoria.

- Publicación de un diario de la localidad del extracto de la escritura.
- Inscripción en el registro mercantil.
- Designación de los administradores de la compañía por la junta General que se reunirá inmediatamente.
- Inscripción en el Registro Mercantil de los nombramientos de los administradores. Esta inscripción deberá dentro de 30 días posteriormente a su designación y la fecha de inscripción será la del inicio de sus funciones.
- Obtención de Registro de Sociedades de la compañía en la Superintendencia de Compañía, anexando la copia de la escritura de constitución inscrita en el Registro Mercantil, original del nombramiento.
- Del representante legal, original de la publicación del extracto y formulario 01 conteniendo todos los datos de la compañía.
- Obtención del RUC en el Servicio de rentas, anexando original del registro de sociedades, copia de cualquier planilla en la que aparezca la dirección donde funcionará la compañía, copia certificada de la escritura de constitución y nombramiento del representante legal; copia de la cédula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal y carta de autorización de la persona que va a realizar el trámite.

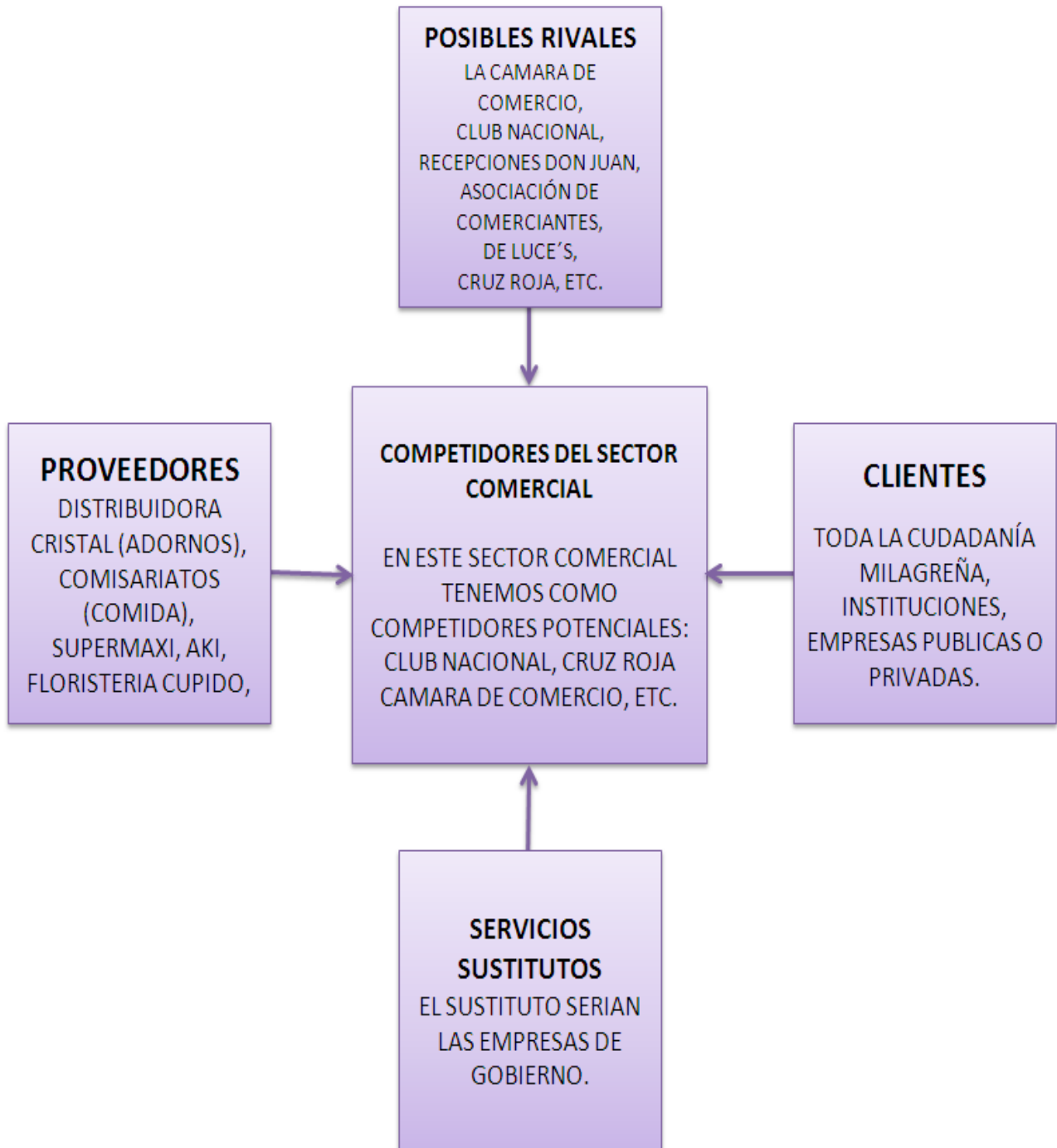
**Pago de tasa matricula de comercio.**

- Certificación de documentos
- Inscripción en el Registro Mercantil
- Certificado de seguridad emitido por el cuerpo de bomberos
- Obtención de la Patente del comerciante.
- Permiso de funcionamiento o tasa de habilitación (una vez realizada la inspección).

## 5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.

### Análisis de las cinco Fuerzas de Michael Porter.

Gráfico 3.





**Elaborado por:** Leonela Chumaña y Ronald Guerrero

**Cuadro 12.**

<b>F1 BARRERAS DE ENTRADA</b>	<b>BAJO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>ALTO</b>
1.- ALTOS COSTOS DE MEDIOS INFORMÁTICOS		X	
2.- TECNOLOGÍA APLICADA A LA ADMINISTRACION Y FINANZAS	X		
3.- CREDIBILIDAD	X		
4.- INDIFERENCIA AL CAMBIO	X	0	
	3	1	0
<b>AMENAZA DE NUEVOS PARTICIPANTES</b>	<b>75%</b>	<b>25%</b>	<b>0%</b>

El cuadro demuestra que las barreras de entradas para incursionar en el mercado es de nivel bajo (75%), las mismas que facilitan el ingreso de nuevos participantes en este sector comercial, por ello, la microempresa debe cumplir con todos los parámetros establecidos en este proyecto, para así posicionarse en esta plaza comercial.

**Cuadro 13.**

<b>F2 SERVICIOS SUSTITUTOS</b>	<b>BAJO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>ALTO</b>
1.- PRECIOS ACCESIBLES		X	
2. -PROPENCION A CAMBIAR	X		
3.-RECURSO HUMANO PAGADO POR EL GOBIERNO		X	
4.- ASOCIACIONES ESPECIALIZADAS		X	
	1	3	0
<b>AMENAZA DE SUSTITUCION</b>	<b>25%</b>	<b>75%</b>	<b>0%</b>

Como se puede observar la amenaza de sustitución del servicio (75%) es de nivel medio, lo que indica que la presencia de nuevos participantes en el mercado para brindar esta clase de servicios, sin embargo, no representa mayor preocupación ya que

se contará con las herramientas adecuadas de trabajo, para lograr un sitio en esta plaza comercial.

**Cuadro 14.**

<b>F3 DETERMINANTES DE LA RIVALIDAD</b>	<b>BAJO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>ALTO</b>
1. COMPETIDORES DE UN TAMAÑO EQUIVALENTE		X	
2. ESTRATEGIAS COMERCIALES	X		
3. CRECIMIENTO DEL MERCADO			X
4. CALIDAD/PRECIO		X	
	1	2	1
<b>ANALISIS DE RIVALIDAD</b>	<b>25%</b>	<b>50%</b>	<b>25%</b>

En lo concerniente al servicio que brindará la microempresa el cuadro presenta un nivel medio (75%) por la presencia de la rivalidad, debido a que este es un servicio que debe estar en constante innovación, por ello, es importante que la microempresa emplee estrategias comerciales que nos diferencie de la competencia.

**Cuadro 15.**

<b>F4 PODER DE LOS COMPRADORES</b>	<b>BAJO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>ALTO</b>
1.- SERVICIOS IGUALES		X	
2.- IMAGEN CORPORATIVA		X	
3.- EFICASIA EN EL SERVICIO			X
4.- MERCADO AMPLIO			X
	1	2	2
<b>PODER DEL CONSUMIDOR</b>	<b>25%</b>	<b>50%</b>	<b>50%</b>

Como es obvio el poder de compra lo tienen los compradores, por ello, del servicio que se brinde en la apertura de las negociaciones, dependerá mucho las ventas. Para el efecto el propietario de esta clase de negocios deberán seguir trabajando e

investigando para añadirle un valor agregado servicio, con el objeto de mantenerse en este casco comercial.

**Cuadro 16.**

<b>F5 NEGOCIACION CON LOS PROVEEDORES</b>	<b>BAJO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>ALTO</b>
1.- PRESENCIA DE NUEVOS PRODUCTOS.		X	
2.- IMPORTANCIA DEL VOLUMEN PARA EL PROVEEDOR		X	
3. IMPACTO ECONOMICO	X		
4. COMPROMISOS CON GRANDES EMPRESAS		X	
	1	3	0
<b>PODER DE LOS PROVEEDORES</b>	<b>25%</b>	<b>75%</b>	<b>0%</b>

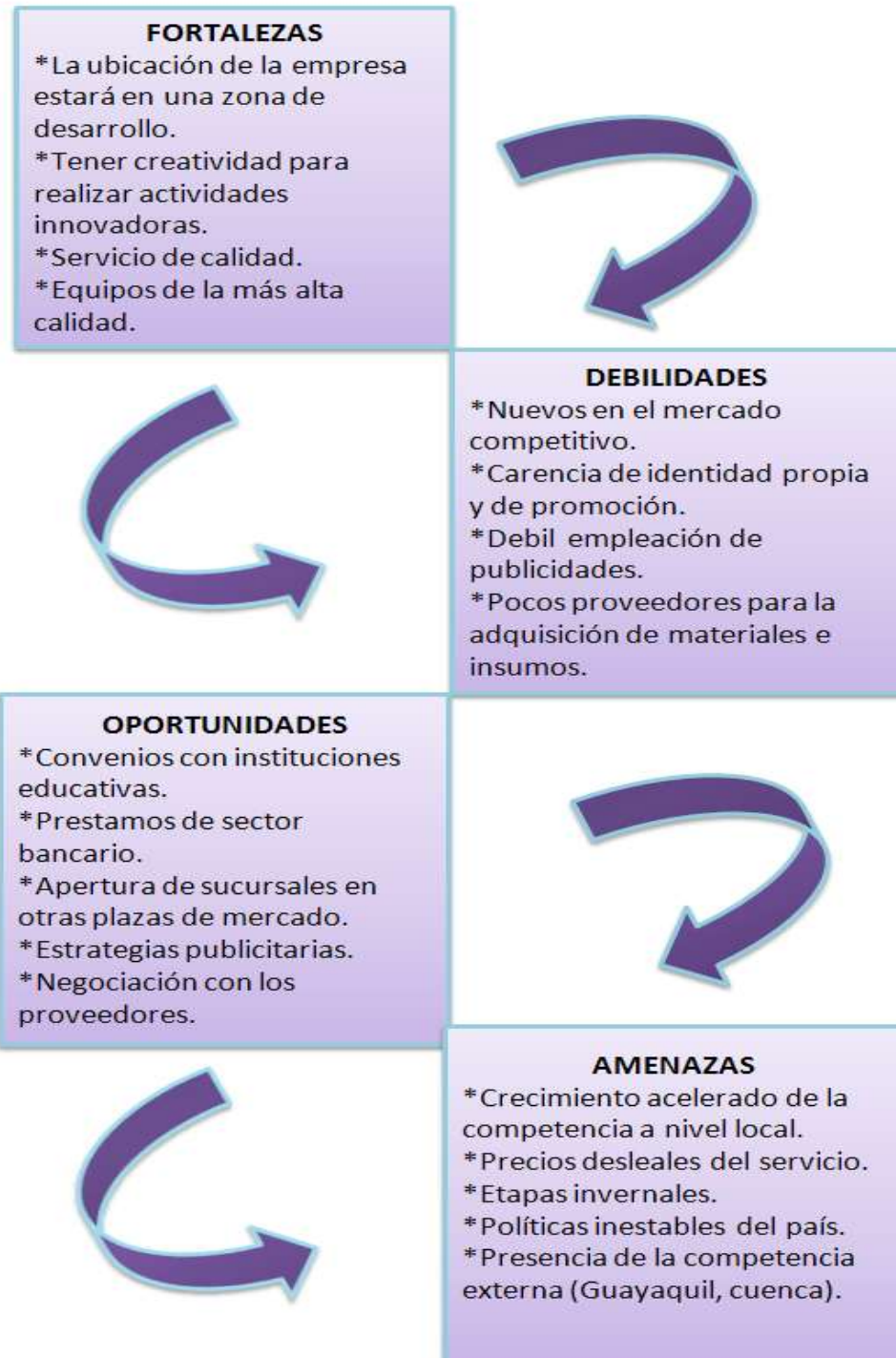
La adquisición de los elementos que conformaran parte del servicio como floreros, manteles etc. se los deben adquirir a través de dos o tres proveedores fijos, donde puedan acceder a estos productos en el momento y tiempo que la microempresa lo necesite.

**Cuadro 17.**

<b>MAGNITUD DE LA EMPRESA</b>	<b>RESUMEN DEL ANALISIS DEL SECTOR COMERCIAL, NIVEL DE ATRACTIVIDAD</b>					
	<b>ACTUAL</b>			<b>FUTURO</b>		
	<b>BAJO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>ALTO</b>	<b>BAJO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>ALTO</b>
BARRERAS DE ENTRADA	3	1	0	0	2	2
PRODUCTOS SUSTITUTOS	1	3	0	1	2	2
DETERMINANTES DE LA RIVALIDAD	1	2	1	2	1	1
PODER DE LOS COMPRADORES	1	0	3	1	2	1
NEGOCIACION CON LOS PROVEEDORES	1	2	2	1	3	0
<b>EVALUACION GENERAL</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>10</b>	<b>6</b>

Hoy en día la existencia de esta clase de negocio tiene un alto índice de crecimiento, por ello la empresa debe optimizar su servicio y marcar la diferencia ante la competencia y así lograr un posicionamiento respetable en este mercado.

## ANÁLISIS FODA



## MATRIZ FO-FA-DO-DA

Cuadro 18.

"Creación e implementación de una microempresa Organizadora de todo tipo de Fiestas Lúdicas en el Cantón Milagro"	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	La ubicación de la empresa estará en una zona de desarrollo.	Nuevos en el mercado competitivo.
	Tener creatividad para realizar actividades	Carencia de identidad propia y de promoción.
	Servicio de calidad.	Debil empleación de publicidades.
	Equipos de la más alta calidad.	Pocos proveedores para la adquisición de materiales e insumos.
OPORTUNIDADES	FO	DO
Convenios con instituciones educativas.	Proyectar una infraestructura innovadora acorde a las tendencias del mercado, generando de esta manera confianza y credibilidad en la sociedad Milagreña.	A pesar de ser nuevos en el mercado, se debe contratar personal altamente capacitado, para lograr un adecuado manejo de las actividades de la microempresa, sobre todo en la parte operativa puesto que de esta depende en gran parte de nuestro posicionamiento.
Prestamos de sector bancario.	Buscar una fuente de financiamiento, para poder inyectar efectivo a esta nueva alternativa de negocio, con el fin de lograr una aceptable participación en el mercado.	Emplear el logotipo que esta diseñado en este proyecto en las publicidades que se realizará como las volantes tarjetas de presentación, afiches, así mismo crear un plan estratégico de promociones con descuentos, captando de esta manera la atención de los clientes.
Apertura de sucursales en otras plazas de mercado.	Para lograr una óptima gestión administrativa es necesario que se contacte un proveedor informático para adquirir sistemas de alta tecnología, pudiendo de esta manera controlar las actividades de la microempresa.	Poner en práctica el Marketing Mix establecido en esta propuesta, donde se detalla las publicidades que se deberá emplear para dar a conocer esta nueva alternativa microempresarial.
Negociación con los proveedores.	Es importante contar con dos o tres proveedores estables que ofrezcan precios accesibles en la adquisición de las herramientas de trabajo como de los insumos, para satisfacer las necesidades de la población.	Establecer convenios con los proveedores potenciales, para poder acceder en cualquier tiempo requerimientos que la microempesa necesite y de esta manera no quedar desavastecido al momento de brindar el servicio.

**Cuadro 19.**

<p><b>“Creación e implementación de una microempresa para Organización todo tipo de Fiestas Lúdicas en el Cantón Milagro”</b></p>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	La ubicación de la empresa estará en una zona de desarrollo.	Ambiente y música aburridos
	Tener creatividad para realizar actividades	Clientela muy homogenia
	Servicio de calidad	Poca variedad de alimentos
	Personal calificado	Carencia de identidad propia y de promoción
	Equipos de la más alta tecnología	Precios elevados.
<b>AMENAZAS</b>	<b>FA</b>	<b>DA</b>
Crecimiento acelerado de la competencia a nivel local	La ubicación, es un aspecto importante para lograr un pronto posicionamiento en este mercado, por ello, es recomendable establecer la micromepresa en un lugar estratégico.	Contar con una amplia y variada base de datos en músicas o asu emplear talento humano que tenga experiencia en ambiente musical.
Precios desleales del servicio.	Ofrecer servicios innovadores, diferenciados a precios razonables, dando como valor agregado una asesoría gratuita, para llamar la atención del cliente, y volvernos su única opción.	Emplear herramientas publicitarias que contengan un espacio especial de ofertas y descuentos, que capten la atención del cliente, independientemente del evento que deseen proyectar.
Etapas invernales	Cuando se presenten etapas invernales, es necesario que se establezca promociones especiales, puesto que son tiempos donde tienden a caer las ventas.	Independientemetne de los factores climáticos, la micromepresa en todo tiempo debe ofrecer variedad de comidas, con el propósito de complacer a cie por ciento a las personas.
Presencia de la competencia externa (de otras ciudades como Guayaquil).	La tecnología es una herramienta indispensable en el desarrollo de toda empresa, por ello, es necesario que la microempresa emplee equipos y sistemas sofisticados que denuncien una óptima operatividad.	El precio debe emplearse de una forma estratégica, es decir, mantener el mismo que el de la competencia, pero con un servicio innovador.

## Producto

Se brindará un Servicio de calidad, ajustándonos a los requerimientos de nuestros clientes, el mismo que debe darse según los acuerdos entre las partes involucradas, nos manejaremos a través del contacto personalizado, además se ofrecerá una asesoría sobre este servicio.

Se ha realizado un Logotipo para que nuestros clientes puedan identificarnos en este sector comercial.

Figura 15 Logotipo de la empresa.



## Precio

El precio del servicio se lo ha fijado acorde a las tendencias del mercado, ajustándolos a los requerimientos de nuestros clientes, por ello, se ha realizado el detalle de los precios según los eventos que se presenten.

A continuación se ha realizado el listado de precios.

**Cuadro 20.**

<b>PRECIOS</b>			
<b>INGRESOS POR VENTA</b>	<b>PRECIO</b>	<b>ENR</b>	<b>AÑO 1</b>
Eventos adultos servicio completo	700,00	3.500,00	22.400,00
Eventos adultos servicio medio	400,00	1.200,00	4.000,00
Eventos adultos servicio básico	280,00	1.120,00	6.440,00
Quinceañera servicio completo	800,00	2.400,00	8.800,00
Quinceañera servicio medio	550,00	2.200,00	6.050,00
Quinceañera servicio básico	280,00	1.120,00	3.920,00
Fiestas infantiles servicio completo	710,00	2.840,00	7.810,00
Fiestas infantiles servicio medio	500,00	1.500,00	4.500,00
Fiestas infantiles servicio básico	280,00	840,00	4.760,00
Bautizos y baby shower servicio completo	600	1.800,00	12.000,00
Bautizos y baby shower servicio medio	420	1.260,00	3.360,00
Bautizos y baby shower servicio básico	350	1.050,00	7.350,00
Asesoría		30,00	334,00
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>5.870,00</b>	<b>20.860,00</b>	<b>91.724,00</b>



## **Plaza**

La microempresa Eventos LEO`S, ofrecerá su servicio en Cantón Milagro, Vía Km 26 en las calles ciudadela los cañaverales.

## **Publicidad**

La microempresa de fiestas lúdicas se dará a conocer por medio de volantes dado que será un nuevo establecimiento dentro de la ciudad, estas serán entregadas en las avenidas y calles principales, la distribución de estos se hará con la ayuda de las personas que laboran en el establecimiento y se realizarán tarjeta de presentación, anuncios publicitarios en radio, volantes, prensa escrita, etc.

## **Plan de Estrategías.**

Dentro de las promociones se ha establecido las siguientes estrategias:

- Durante los dos primeros meses de apertura de la microempresa Organizadora de todo tipo de fiestas lúdicas se ha establecido el 5% de descuento en cualquier evento.
- Se ofrecerá cada tres meses el alquiler del local más el ambiente musical, este último sin costo.
- En las recepciones de quinceañeras cuando soliciten la Organización total; es decir decoración del local, ambiente musical, comida, asesoría con un descuento del 3%, incluido el servicio gratuito de meseros.
- Para la organización de baby shower se ofrecerá el descuento del 5% cuando soliciten el servicio completo, pero si solo desean el alquiler del local se brindará gratuitamente los materiales que se emplean en los juegos de este tipo de fiestas, es decir; un muñeco para que realicen el juego "Vistiendo al bebe", las teteras para realizar el concursos de "Tomándose la teta como un bebe", Los pañales y las compotas para realizar el juego "Adivina el sabor de las compotas".
- Para la organización de bodas, si solicitan el servicio completo se ofrecerá gratuitamente un animador, que anime hasta que se termine el evento. Cuando soliciten el alquiler del local se ofrecerá la decoración de las mesas y sillas.

**Los siguientes paquetes que la microempresa Organizadora de eventos son los siguientes:**

**Eventos adultos servicio completo**

El servicio completo está conformado por el alquiler del local, comida (con variedad de platillos a su elección), decoración, copas, disjockey, meseros, u otras actividades que el cliente sugiera; como por ejemplo la contratación de un evento artístico.

**Eventos adultos servicio medio**

Este servicio se compone del alquiler del local, disjockey y decoración según las preferencias del cliente.

**Eventos adultos servicio básico**

En lo relacionado al servicio básico se encuentra el alquiler del local, disjockey y la decoración.

**Quinceañera servicio completo**

Para este evento se ofrecerá el alquiler del local, la gastronomía, disjockey, decoración total, meseros, mantelería, cantantes durante los alimentos, ensayo del vals, coordinación del evento durante los alimentos centros de mesas u otras sugerencias que el cliente desee.

**Quinceañera servicio medio**

Dentro de este servicio se ofrecerá alquiler del local, gastronomía, disjockey, mantelería vidriería, el ensayo del vals.

**Quinceañera servicio básico**

El servicio básico consiste en el ensayo del vals, local, disjockey y la vidriería.

### **Fiestas infantiles servicio completo**

El servicio completo con respecto a las fiestas infantiles estará compuesto del alquiler del local, gastronomía, chocolateras, juegos, decoración, arcos decorativos, animador, payaso, chupeteras, algodонера, organización del evento y mantelería.

### **Fiestas infantiles servicio medio**

El servicio medio está compuesto alquiler del local, disjockey, decoración total, payaso y chocolatera, animador, y la organización del evento.

### **Fiestas infantiles servicio básico**

Dentro de este servicio se encontrara el alquiler del local, disjockey y el payaso.

### **Bautizos y baby shower servicio completo**

Se ofrecerá el alquiler del local, disjockey, decoración, mantelería, vidriería, juegos para este tipo de eventos, piqueos, animador, sección de fotos.

### **Bautizos y baby shower servicio medio**

El servicio medio consiste en alquiler del local, música al ambiente, la decoración y mantelería y juegos para este tipo de eventos.

### **Bautizos y baby shower servicio básico**

Con respecto a este servicio se ofrecerá el alquiler del salón de eventos, la música al ambiente, y la decoración.

VOLANTES.

Figura 16 Volantes.

**EVENTOS LEO'S**

TE OFRECEMOS UN SERVICIO DE CALIDAD, PARA QUE DISFRUTES UN MOMENTO ESPECIAL

**MEJOR SONIDO, IMAGEN INNOVADORA, PERSONAL CALIFICADO A TU SERVICIO**

PUEDES ENCONTRARNOS VÍA  
KM 26 CIUDADELA LOS CAÑAVERALES

**ATENCIÓN PERSONALIZADA**

FONO: 2-456895 / 081851543

*Eventos LEO'S*  
Excelencia en Servicio

Figura 17 Tarjetas de presentaciones.

**Ing. Leonela Chumaña Solorzano**  
**Administradora**

TE OFRECEMOS LA REALIZACIÓN DE TODO TIPO DE EVENTOS SOCIALES, MATRIMONIOS, BAUTIZOS, QUINCEAÑERA, FIESTAS INFANTILES, ETC.

DIRECCIÓN: AV. KM 26 CIUDADELA LOS CAÑAVERALES.  
FONO: 2-456895 / 081851543

*Eventos LEO'S*  
Excelencia en Servicio

**Figura 18** Afiches quinceañera.



ALQUILER DEL SALÓN  
MENU FORMAL  
(CON VARIEDAD DE PLATILLOS A SU ELECCIÓN)  
TODO EL PERSONAL NECESARIO  
CENTROS DE MESAS  
COORDINACIÓN DE SU EVENTO +  
CANTANTES DURANTE LOS AIIMENTOS  
+  
ENSAYO DE VALS  
+  
DISJOCKEY



**Figura 19** Afiche matrimonio.



PAQUETE DE BODAS  
SERVICIO Y ALQUILER DEL SALÓN  
CENA FORMAL (PUEDE INCLUIR EL PASTEL  
REFRESCO CN HIELO SIN LÍMITE  
MANTELERÍA, VAJILLA, CRISTALERÍA COMPLETA  
CENTROS DE MESA  
TODO EL PERSONAL NECESARIO  
MUSICA AL GUSTO DEL CLIENTE



Figura 20 Trípticos.

 <p><b>PAQUETE DE BODAS</b></p> <p>SERVICIO Y ALQUILER DEL SALÓN</p> <p>CENA FORMAL (PUEDE INCLUIR EL PASTEL)</p> <p>REFRESCO CN HIELO SIN LIMITE</p> <p>MANTELERÍA, VAJILLA, CRISTALERÍA COMPLETA</p> <p>CENTROS DE MESA</p> <p>TODO EL PERSONAL NECESARIO</p> <p>MUSICA AL GUSTO DEL CLIENTE</p> 	<p><b>¡¡TE ESPERAMOS!!</b></p> <p>Se brindará un Servicio de calidad, ajustándonos a los requerimientos de nuestros clientes, el mismo que debe darse según los acuerdos entre las partes involucradas, nos manejaremos a través del contacto personalizado, además se ofrecerá una asesoría sobre este servicio.</p>	 <p><b>Eventos LEO'S</b></p> <p><i>Excelencia en Servicio</i></p>
<p>ALQUILER DEL SALÓN</p> <p>MENU FORMAL (CON VARIEDAD DE PLATILLOS A SU ELECCIÓN)</p> <p>TODO EL PERSONAL NECESARIO</p> <p>CENTROS DE MESA</p> <p>COORDINACIÓN DE SU EVENTO + CANTANTES DURANTE LOS AJUMENTOS</p> <p>+ ENSAYO DE VALS</p> <p>+ DISJOCKEY</p>   	<p>TE OFRECEMOS UN SERVICIO DE CALIDAD</p>	<p><b>VISÍTENOS</b></p> <p><b>Av. Km 26 Ciudadela los Cañaverales</b></p> <p><b>Fono: 2-456895/081851543</b></p>

Figura 21 Tríptico segunda parte.

### Misión

Brindar un excelente y completo servicio en organización de eventos, empleando talento humano altamente capacitado, enfocando nuestro trabajo en la seriedad y cumplimiento como garantía para lograr momentos inolvidables...



**Milagro**

### FORTALEZAS

- \*La ubicación de la empresa estará en una zona de desarrollo.
- \*Tener creatividad para realizar actividades innovadoras.
- \*Servicio de calidad.
- \*Equipos de la más alta calidad.

### Visión

Ser una organización líder, en la organización de eventos, con un equipo humano y calidez humana como virtud principal que nos permita consolidarnos en el mercado como una de las mejores alternativas en diversión.

## Te invitamos a pasar un momento diferente

### DEBILIDADES

- \*Nuevos en el mercado competitivo.
- \*Carencia de identidad propia y de promoción.
- \*Débil empleación de publicidades.
- \*Pocos proveedores para la adquisición de materiales e insumos.

### OPORTUNIDADES

- \*Convenios con instituciones educativas.
- \*Prestamos de sector bancario.
- \*Apertura de sucursales en otras plazas de mercado.
- \*Estrategias publicitarias.
- \*Negociación con los proveedores.

### AMENAZAS

- \*Crecimiento acelerado de la competencia a nivel local.
- \*Precios desleales del servicio.
- \*Etapas invernales.
- \*Políticas inestables del país.
- \*Presencia de la competencia externa (Guayaquil, Cuenca).

### **5.7.1 Actividades**

- 1.- Identificar la ubicación de la microempresa.
- 2.- Realizar las adecuaciones del local. (Instalaciones eléctricas, pintado etc).
- 3.- Se realiza un análisis sobre los medios publicitarios que se emplearán para dar a conocer la microempresa.  
Se realiza las publicidades.
- 4.- Se procede a realizar el proceso de reclutamiento y selección del personal.
- 5.- De realiza una reunión con el talento humano seleccionado, para explicarles como funcionara la empresa acorde a sus cargos.
- 6.- Se le realiza los contactos con los clientes y proveedores
- 7.- Se compra la materia prima
- 8.- Se procesa el producto.
- 9.- Se inaugura la microempresa
- 10.- Se procede a la venta
- 11.- Se contabiliza los movimientos económicos
- 12.- Se presenta los resultados obtenidos



### 5.7.2 Recursos, análisis financiero

Los recursos y medios de trabajo utilizados en este trabajo son los siguientes:

Cuadro 21.

DESCRIPCION	CANT.	VALOR INDIVIDUAL	VALOR TOTAL
<b>RECURSOS OPERACIONALES</b>			
Papelería	1	10,00	10,00
Suministros de oficina	1	10,00	10,00
Resmas	1	4,50	4,50
Ciber	1	25,00	25,00
Movilización	1	20,00	20,00
Telecomunicaciones	1	40,00	40,00
Copias	400	0,05	20,00
Pen driver	1	17,00	17,00
Transporte	1	20,00	20,00
Perforadora	1	4,50	4,50
Refrigerios	1	25,00	25,00
Impresiones	1	10,00	10,00
Carpetas	4	0,25	1,00
Anillado	1	3	3,00
<b>TOTAL DE RECURSOS OPERACIONALES</b>			
<b>TOTAL</b>			<b>210,00</b>

Análisis financiero.

Cuadro 22.

<b>INVERSION EN ACTIVOS FIJOS</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANT</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>EDIFICIO</b>			
LOCAL	1	32000,00	32.000,00
<b>TOTAL DE EDIFICIO</b>			<b>32.000,00</b>
<b>EQUIPO DE OFICINA</b>			
AIRE ACONDICIONADO	3	905,13	2.715,39
RETROPROYECTOR	1	300,00	300,00
<b>TOTAL DE EQUIPO DE OFICINA</b>			<b>3.015,39</b>
<b>EQUIPOS DE COMPUTACION</b>			
COMPUTADORA	3	900,00	2.700,00
IMPRESORA-SCANNER-FAX	1	89,00	89,00
<b>TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACION</b>			<b>2.789,00</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
ESCRITORIO	3	60,00	180,00
SILLAS DE OFICINA	3	25,00	75,00
SILLAS DE ESPERA PARA LA OFICINA	9	15,00	135,00
ARCHIVADORE	2	85,00	170,00
EXTINTORES	2	90,02	180,04
<b>TOTAL DE MUEBLES Y ENSERES</b>			<b>740,04</b>
<b>EQUIPO Y MAQUINARIA</b>			
DISJOCKEY	1	9.000,00	9.000,00
<b>TOTAL DE EQUIPO Y MAQUINARIA</b>			<b>9.000,00</b>
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>			<b>47544,43</b>

Cuadro 23.

<b>DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS</b>				
<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR DE ACTIVO</b>	<b>% DE DEP</b>	<b>% MENSUAL</b>	<b>DEPRECIACION ANUAL</b>
DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES	740,04	10%	6,17	74,00
DEPRECIACIÓN EQUIPO DE COMPUTACIÓN	2.789,00	33%	76,70	920,37
DEPRECIACIÓN EQUIPO DE OFICINA	3.015,39	10%	25,13	301,54
DEPRECIACIÓN EDIFICIO	32.000,00	5%	133,33	1600,00
DEPRECIACION EQUIPO Y MAQUINARIA	9.000,00	10%	75,00	900,00
<b>TOTAL</b>	<b>47.544,43</b>		<b>316,33</b>	<b>3.795,91</b>

Cuadro 24.

<b>NÓMINA AÑO 1</b>								
<b>PERSONAL</b>	<b>BASICO</b>	<b>13RO</b>	<b>14TO</b>	<b>VAC.</b>	<b>Aportes IESS - SOLCA</b>	<b>FDO.RES EV.</b>	<b>REM.</b>	<b>R-ANUAL</b>
GERENTE GENERAL	400,00	33,33	22,00	16,67	49,40		422,60	5.071,20
ASISTENTE DE GERENCIA	264,00	22,00	22,00	11,00	32,60		286,40	3.436,75
CAPITAN	280,00	23,33	22,00	11,67	34,58		302,42	3.629,04
AUXILIAR	300,00	25,00	22,00	12,50	37,05		322,45	3.869,40
MESEROS	528,00	44,00	22,00	22,00	65,21		550,79	6.609,50
BAR-TENDERS	528,00	44,00	22,00	22,00	65,21		550,79	6.609,50
CHEF	300,00	25,00	22,00	12,50	37,05		322,45	3.869,40
AUXILIARES DE COCINA	528,00	44,00	22,00	22,00	65,21		550,79	6.609,50
<b>TOTAL</b>	<b>3.128,00</b>						<b>3.308,69</b>	<b>39.704,30</b>

<b>NÓMINA AÑO 2</b>								
<b>PERSONAL</b>	<b>BASICO</b>	<b>13RO</b>	<b>14TO</b>	<b>VAC</b>	<b>aportes IESS - SOLCA</b>	<b>FDO.RES EV.</b>	<b>REM</b>	<b>R-ANUAL</b>
GERENTE GENERAL	420,00	35,00	22,00	17,50	51,87	34,99	529,49	6.353,83
ASISTENTE DE GERENCIA	277,20	23,10	22,00	11,55	34,23	23,09	356,94	4.283,29
CAPITAN	294,00	24,50	22,00	12,25	36,31	24,49	377,24	4.526,88
AUXILIAR	315,00	26,25	22,00	13,13	38,90	26,24	402,61	4.831,37
MESEROS	554,40	46,20	22,00	23,10	68,47	46,18	691,88	8.302,58
BAR-TENDERS	554,40	46,20	22,00	23,10	68,47	46,18	691,88	8.302,58
CHEF	315,00	26,25	22,00	13,13	38,90	26,24	402,61	4.831,37
AUXILIARES DE COCINA	554,40	46,20	22,00	23,10	68,47	46,18	691,88	8.302,58
<b>TOTAL</b>	<b>2730,00</b>						<b>4.144,54</b>	<b>49.734,49</b>

**NÓMINA AÑO 3**

PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RES EV.	REM	R-ANUAL
GERENTE GENERAL	441,00	36,75	22,00	18,38	54,46	36,74	609,32	7.311,89
ASISTENTE DE GERENCIA	291,06	24,26	22,00	12,13	35,95	24,25	409,63	4.915,60
CAPITAN	308,70	25,73	22,00	12,86	38,12	25,71	433,13	5.197,52
AUXILIAR	330,75	27,56	22,00	13,78	40,85	27,55	462,49	5.549,91
MESEROS	582,12	48,51	22,00	24,26	71,89	48,49	797,27	9.567,21
BAR-TENDERS	582,12	48,51	22,00	24,26	71,89	48,49	797,27	9.567,21
CHEF	330,75	27,56	22,00	13,78	40,85	27,55	462,49	5.549,91
AUXILIARES DE COCINA	582,12	48,51	22,00	24,26	71,89	48,49	797,27	9.567,21
<b>TOTAL</b>	<b>2866,50</b>						<b>4.768,87</b>	<b>57.226,47</b>

**NÓMINA AÑO 4**

PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RES EV.	REM	R-ANUAL
GERENTE GENERAL	463,05	38,59	22,00	19,29	57,19	38,57	524,32	6.291,80
ASISTENTE DE GERENCIA	305,61	25,47	22,00	12,73	37,74	25,46	353,53	4.242,35
CAPITAN	324,14	27,01	22,00	13,51	40,03	27,00	373,62	4.483,46
AUXILIAR	347,29	28,94	22,00	14,47	42,89	28,93	398,74	4.784,85
MESEROS	611,23	50,94	22,00	25,47	75,49	50,92	685,06	8.220,70
BAR-TENDERS	611,23	50,94	22,00	25,47	75,49	50,92	685,06	8.220,70
CHEF	347,29	28,94	22,00	14,47	42,89	28,93	398,74	4.784,85
AUXILIARES DE COCINA	611,23	50,94	22,00	25,47	75,49	50,92	685,06	8.220,70
<b>TOTAL</b>	<b>3009,83</b>						<b>4.104,12</b>	<b>49.249,39</b>

**NÓMINA AÑO 5**

PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RES EV.	REM	R-ANUAL
GERENTE GENERAL	486,20	40,52	22,00	20,26	60,05	40,50	549,43	6.593,19
ASISTENTE DE GERENCIA	320,89	26,74	22,00	13,37	39,63	26,73	370,11	4.441,27
CAPITAN	340,34	28,36	22,00	14,18	42,03	28,35	391,20	4.694,43
AUXILIAR	364,65	30,39	22,00	15,19	45,03	30,38	417,57	5.010,89
MESEROS	641,79	53,48	22,00	26,74	79,26	53,46	718,21	8.618,53
BAR-TENDERS	641,79	53,48	22,00	26,74	79,26	53,46	718,21	8.618,53
CHEF	364,65	30,39	22,00	15,19	45,03	30,38	417,57	5.010,89
AUXILIARES DE COCINA	641,79	53,48	22,00	26,74	79,26	53,46	718,21	8.618,53
<b>TOTAL</b>	<b>3160,32</b>						<b>4.300,52</b>	<b>51.606,26</b>

Cuadro 25.

<b>DETALLE DE GASTOS</b>							
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		<b>ENERO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
1	GERENTE GENERAL	422,60	5.071,20	6.353,83	7.311,89	6.291,80	6.593,19
1	ASISTENTE DE GERENCIA	286,40	3.436,75	4.283,29	4.915,60	4.242,35	4.441,27
1	CAPITAN	302,42	3.629,04	4.526,88	5.197,52	4.483,46	4.694,43
1	AUXILIAR	322,45	3.869,40	4.831,37	5.549,91	4.784,85	5.010,89
2	MESEROS	550,79	6.609,50	8.302,58	9.567,21	8.220,70	8.618,53
2	BAR-TENDERS	550,79	6.609,50	8.302,58	9.567,21	8.220,70	8.618,53
1	CHEF	322,45	3.869,40	4.831,37	5.549,91	4.784,85	5.010,89
2	AUXILIARES DE COCINA	550,79	6.609,50	8.302,58	9.567,21	8.220,70	8.618,53
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN</b>		<b>2.757,90</b>	<b>39.704,30</b>	<b>49.734,49</b>	<b>57.226,47</b>	<b>49.249,39</b>	<b>51.606,26</b>
<b>GASTOS DE GENERALES</b>		<b>ENERO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>SUMINISTROS</b>							
	PAPELERAS	15,00	30,00	31,50	33,08	34,73	36,47
	GRAPADORAS	10,00	10,00	10,50	11,03	11,58	12,16
	PERFORADORAS	10,00	10,00	10,50	11,03	11,58	12,16
	PLUMAS	3,00	3,00	3,15	3,31	3,47	3,65
	LAPICES	2,50	12,50	13,13	13,78	14,47	15,19
	CARPETAS	3,75	18,75	19,69	20,67	21,71	22,79
	SACAGRAPAS	4,00	4,00	4,20	4,41	4,63	4,86
	CAJAS DE GRAPAS	3,00	12,00	12,60	13,23	13,89	14,59
	TINTA	200,00	400,00	420,00	441,00	463,05	486,20
	BORRADORES	2,00	6,00	6,30	6,62	6,95	7,29
	MARCADORES	3,60	14,40	15,12	15,88	16,67	17,50
	BORRADORES LIQUIDOS	5,00	10,00	10,50	11,03	11,58	12,16
	REGLAS	1,20	4,80	5,04	5,29	5,56	5,83
	TIJERAS	6,00	12,00	12,60	13,23	13,89	14,59
<b>SERVICIOS BASICOS</b>			-	-	-	-	-
	LUZ	30,00	360,00	378,00	396,90	416,75	437,58
	AGUA	15,00	180,00	189,00	198,45	208,37	218,79
	TELEFONO	50,00	600,00	630,00	661,50	694,58	729,30
<b>OTROS GASTOS</b>			-	-	-	-	-
	PAPEL HIGIENICO	1,75	21,00	22,05	23,15	24,31	25,53
	DESINFECTANTE	3,00	18,00	18,90	19,85	20,84	21,88
	DEJA	1,50	7,50	7,88	8,27	8,68	9,12
	COLORO	3,00	18,00	18,90	19,85	20,84	21,88
	ESCOBAS	5,00	15,00	15,75	16,54	17,36	18,23
	TRAPEADORES	16,00	64,00	67,20	70,56	74,09	77,79
	FUNDAS DE BASURA	2,00	10,00	10,50	11,03	11,58	12,16
	TACHOS DE BASURA	10,00	30,00	31,50	33,08	34,73	36,47
	DEP MUEBLES Y ENSERES	6,17	74,00	74,00	74,00	74,00	74,00
	DEP. EQUIPO DE COMP	76,70	920,37	920,37	920,37		
	DEP. EDIFICIO	133,33	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00
	DEP. EQUIPO DE OFIC	25,13	301,54	301,54	301,54	301,54	301,54
	DEP. EQUIPO Y MAQUINARIA	75,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00
<b>TOTAL GASTOS GENERALES</b>		<b>647,63</b>	<b>5.666,86</b>	<b>5.760,41</b>	<b>5.858,64</b>	<b>5.041,40</b>	<b>5.149,69</b>
<b>GASTO DE VENTAS</b>		<b>ENER</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>PUBLICIDAD</b>							
	VALLA PUBLICITARIA	250,00	750,00	787,50	826,88	868,22	911,63
	RADIO	80,00	320,00	336,00	352,80	370,44	388,96
	DIARIO	180,00	2.160,00	2.268,00	2.381,40	2.500,47	2.625,49
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>		<b>250,00</b>	<b>3.230,00</b>	<b>3.391,50</b>	<b>3.561,08</b>	<b>3.739,13</b>	<b>3.926,09</b>
<b>TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS</b>		<b>3.655,53</b>	<b>48.601,17</b>	<b>58.886,40</b>	<b>66.646,18</b>	<b>58.029,92</b>	<b>60.682,04</b>

Cuadro 26.

COSTO DE VENTAS									
DETALLE	PRECIO	TOTAL	ENE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
CANT									
25	Mesas plásticas	40,00	1000	1000,00	1080,00	1.134,00	1.190,70	1.250,24	1.312,75
30	Manteles	20,00	600	600,00	800,00	840,00	882,00	926,10	972,41
28	Centros de mesa para eventos de adultos	3,00	84,00	84,00	156,00	163,80	171,99	180,59	189,62
28	Centros de mesa para fiestas infantiles	4,00	112,00	112,00	160,00	168,00	176,40	185,22	194,48
28	Adornos varios	5,00	140,00	140,00	244,00	256,20	269,01	282,46	296,58
1	costos varios(Incluye mano de obra)	800,00	800,00	800,00	2.120,00	2.226,00	2.337,30	2.454,17	2.576,87
	<b>TOTAL</b>	<b>812,00</b>		<b>2.736,00</b>	<b>4.560,00</b>	<b>4.788,00</b>	<b>5.027,40</b>	<b>5.278,77</b>	<b>5.542,71</b>

Cuadro 27.

PRESUPUESTOS D EINGRESOS							
INGRESOS POR VENTA	PRECIO	ENR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Eventos adultos servicio completo	700,00	3.500,00	22.400,00	24.192,00	26.127,36	28.217,55	30.474,95
Eventos adultos servicio medio	400,00	1.200,00	4.000,00	4.320,00	4.665,60	5.038,85	5.441,96
Eventos adultos servicio básico	280,00	1.120,00	6.440,00	6.955,20	7.511,62	8.112,55	8.761,55
Quinceañera servicio completo	800,00	800,00	7.200,00	7.776,00	8.398,08	9.069,93	9.795,52
Quinceañera servicio medio	550,00	2.200,00	6.050,00	6.534,00	7.056,72	7.621,26	8.230,96
Quinceañera servicio básico	280,00	1.120,00	3.920,00	4.233,60	4.572,29	4.938,07	5.333,12
Fiestas infantiles servicio completo	710,00	2.840,00	10.650,00	11.502,00	12.422,16	13.415,93	14.489,21
Fiestas infantiles servicio medio	500,00	1.000,00	4.000,00	4.320,00	4.665,60	5.038,85	5.441,96
Fiestas infantiles servicio básico	280,00	840,00	4.760,00	5.140,80	5.552,06	5.996,23	6.475,93
Bautizos y baby shower servicio completo	600	1.800,00	12.000,00	12.960,00	13.996,80	15.116,54	16.325,87

Bautizos y baby shower servicio medio	420	1.260,00	3.360,00	3.628,80	3.919,10	4.232,63	4.571,24
Bautizos y baby shower servicio básico	350	1.050,00	7.350,00	7.938,00	8.573,04	9.258,88	9.999,59
Asesoría		30,00	334,00	360,72	389,58	420,74	454,40
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>5.870,00</b>	<b>18.760,00</b>	<b>92.464,00</b>	<b>99.861,12</b>	<b>107.850,01</b>	<b>116.478,01</b>	<b>125.796,25</b>

**Cuadro 28.**

<b>INVERSION DEL PROYECTO</b>	
MUEBLES Y ENSERES	740,04
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	2.789,00
EQUIPO DE OFICINA	3.015,39
EDIFICIO	32.000,00
EQUIPO Y MAQUINARIA	9.000,00
CAJA BANCOS	2.000,00
<b>TOTAL DE LA INVERSION</b>	<b>49.544,43</b>

<b>FINANCIACIÓN DEL PROYECTO</b>		
<b>INVERSION TOTAL</b>		<b>49.544,43</b>
Financiado	<b>40%</b>	19.817,77
Aporte Propio	<b>60%</b>	29.726,66
		<b>49.544,43</b>

<b>TASA</b>		
Tasa interés préstamo	<b>16,41%</b>	<b>0,16</b>
		<b>0,16</b>

<b>PRESTAMO BANCARIO</b>		
Prestamo Bancario	<b>19.817,77</b>	<b>3.252,10</b>

Cuadro 29.

<b>FINANCIAMIENTO</b>				
<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN</b>				
<b>PERIODO</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERES</b>	<b>PAGO</b>	<b>SALDO</b>
-				<b>19.817,77</b>
1	330,30	271,01	601,30	19.487,48
2	330,30	266,49	596,79	19.157,18
3	330,30	261,97	592,27	18.826,88
4	330,30	257,46	587,75	18.496,59
5	330,30	252,94	583,24	18.166,29
6	330,30	248,42	578,72	17.835,99
7	330,30	243,91	574,20	17.505,70
8	330,30	239,39	569,69	17.175,40
9	330,30	234,87	565,17	16.845,11
10	330,30	230,36	560,65	16.514,81
11	330,30	225,84	556,14	16.184,51
12	330,30	221,32	551,62	15.854,22
	<b>3.963,55</b>	<b>2.953,99</b>	<b>6.917,54</b>	

Cuadro 30.

<b>FINANCIAMIENTO</b>				
<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN</b>				
<b>PERIODO</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERES</b>	<b>PAGO</b>	<b>SALDO</b>
-				<b>19.817,77</b>
1	3.963,55	3.252,10	7.215,65	15.854,22
2	3.963,55	2.601,68	6.565,23	11.890,66
3	3.963,55	1.951,26	5.914,81	7.927,11
4	3.963,55	1.300,84	5.264,39	3.963,55
5	3.963,55	650,42	4.613,97	-
	<b>19.817,77</b>	<b>9.756,29</b>	<b>29.574,06</b>	



Cuadro 31.

<b>ESTADO DE RESULTADO</b>							
	<b>ENE.</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>TOTAL</b>
<b>VENTAS</b>	18.760,00	92.464,00	99.861,12	107.850,01	116.478,01	125.796,25	542.449,39
<b>COSTO DE VENTAS</b>	2.736,00	4.560,00	4.788,00	5.027,40	5.278,77	5.542,71	25.196,88
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	16.024,00	<b>87.904,00</b>	<b>95.073,12</b>	<b>102.822,61</b>	<b>111.199,24</b>	<b>120.253,54</b>	<b>517.252,51</b>
<b>COSTOS</b>	3.655,53	48.601,17	58.886,40	66.646,18	58.029,92	60.682,04	292.845,71
<b>UTILIDAD</b>	12.368,47	<b>39.302,83</b>	<b>36.186,72</b>	<b>36.176,43</b>	<b>53.169,32</b>	<b>59.571,50</b>	<b>224.406,81</b>
<b>GASTOS</b>	271,01	3.252,10	2.601,68	1.951,26	1.300,84	650,42	9.756,29
<b>UTILIDAD ANTES</b>	12.097,47	<b>36.050,74</b>	<b>33.585,05</b>	<b>34.225,18</b>	<b>51.868,48</b>	<b>58.921,08</b>	<b>214.650,52</b>
<b>PARTICIPACION</b>	450,63	5.407,61	5.037,76	5.133,78	7.780,27	8.838,16	32.197,58
<b>UTILIDAD ANTES DE</b>	11.646,83	<b>30.643,13</b>	<b>28.547,29</b>	<b>29.091,40</b>	<b>44.088,21</b>	<b>50.082,92</b>	<b>182.452,94</b>
<b>IMPUESTO RENTA</b>	638,40	7.660,78	7.136,82	7.272,85	11.022,05	12.520,73	77.810,81
<b>UTILIDAD NETA</b>	11.008,43	<b>22.982,34</b>	<b>21.410,47</b>	<b>21.818,55</b>	<b>33.066,15</b>	<b>37.562,19</b>	<b>136.839,70</b>

**Cuadro 32.**

FLUJO DE CAJA PROYECTADO								
	AÑO 0	ENE.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
<b>INGRESOS OPERATIVOS</b>								
VENTAS	-	18.760,00	92.464,00	99.861,12	107.850,01	116.478,01	125.796,25	542.449,39
<b>TOTAL INGRESOS</b>		18.760,00	92.464,00	99.861,12	107.850,01	116.478,01	125.796,25	542.449,39
<b>EGRESOS OPERATIVOS</b>								
INVERSION INICIAL	49.544,43	-	-	-	-	-	-	-
GASTOS ADMINISTRATIVOS	-	2.757,90	39.704,30	49.734,49	57.226,47	49.249,39	51.606,26	247.520,91
GASTO DE VENTAS (PUBLICIDAD)	-	250,00	3.230,00	3.391,50	3.561,08	3.739,13	3.926,09	17.847,79
GASTOS GENERALES	-	406,30	1.870,95	1.964,50	2.062,72	2.165,86	2.274,15	10.338,18
COSTO DE VENTA		2.736,00	4.560,00	4.788,00	5.027,40	5.278,77	5.542,71	25.196,88
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	-	5.407,61	5.037,76	5.133,78	7.780,27	8.838,16
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	-	7.660,78	7.136,82	7.272,85	11.022,05	12.520,73
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>	49.544,43	6.150,20	49.365,25	72.946,88	80.052,24	72.839,78	82.151,53	322.262,65
<b>FLUJO OPERATIVO</b>	-49.544,43	12.609,80	43.098,75	26.914,24	27.797,77	43.638,23	43.644,72	185.093,71
<b>INGRESOS NO</b>	-	-	-	-	-	-	-	-
PRÉSTAMO BANCARIO	19.817,77	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL ING. NO</b>	19.817,77	-	-	-	-	-	-	-
<b>EGRESOS NO</b>								
<b>INVERSIONES</b>								
PAGO DE CAPITAL	-	330,30	3.963,55	3.963,55	3.963,55	3.963,55	3.963,55	19.817,77
PAGO DE INTERESES	-	271,01	3.252,10	2.601,68	1.951,26	1.300,84	650,42	9.756,29
<b>TOTAL EGRESOS NO</b>	-	601,30	7.215,65	6.565,23	5.914,81	5.264,39	4.613,97	29.574,06
<b>FLUJO NETO NO OPERATIVO</b>	19.817,77	-601,30	-7.215,65	-6.565,23	-5.914,81	-5.264,39	-4.613,97	-29.574,06
<b>FLUJO NETO</b>	-29.726,66	12.008,50	35.883,10	20.349,01	21.882,96	38.373,84	39.030,75	155.519,65
<b>SALDO INICIAL</b>			2.000,00					
<b>FLUJO ACUMULADO</b>	-	12.008,50	37.883,10	58.232,11	80.115,06	118.488,90	157.519,65	

Cuadro 33.

<b>BALANCE GENERAL</b>					
<b>CUENTAS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>					
CAJA -BANCOS	37.883,10	58.232,11	80.115,06	118.488,90	157.519,65
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>37.883,10</b>	<b>58.232,11</b>	<b>80.115,06</b>	<b>118.488,90</b>	<b>157.519,65</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	47.544,43	47.544,43	47.544,43	47.544,43	47.544,43
DEPRECIAC. ACUMULADA	3.795,91	7.591,83	11.387,74	14.263,28	17.138,83
<b>TOTAL DE ACTIVO FIJO</b>	<b>43.748,52</b>	<b>39.952,60</b>	<b>36.156,69</b>	<b>33.281,15</b>	<b>30.405,61</b>
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>81.631,61</b>	<b>98.184,71</b>	<b>116.271,75</b>	<b>151.770,05</b>	<b>187.925,25</b>
<b>PASIVO</b>					
<b>CORRIENTE</b>					
PRESTAMO	15.854,22	11.890,66	7.927,11	3.963,55	-
PARTICIPACIÓN EMPL. POR PAGAR	5.407,61	5.037,76	5.133,78	7.780,27	8.838,16
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	7.660,78	7.136,82	7.272,85	11.022,05	12.520,73
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>28.922,61</b>	<b>24.065,24</b>	<b>20.333,74</b>	<b>22.765,88</b>	<b>21.358,89</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
APORTE CAPITAL	29.726,66	29.726,66	29.726,66	29.726,66	29.726,66
UTILIDAD DEL EJERCICIO	22.982,34	21.410,47	21.818,55	33.066,15	37.562,19
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	22.982,34	44.392,81	66.211,36	99.277,52
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>52.709,00</b>	<b>74.119,47</b>	<b>95.938,02</b>	<b>129.004,17</b>	<b>166.566,36</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>81.631,61</b>	<b>98.184,71</b>	<b>116.271,75</b>	<b>151.770,05</b>	<b>187.925,25</b>

Cuadro 34.

<b>ÍNDICES FINANCIEROS</b>						
<b>DESCRIPCION</b>	<b>INV. INICIAL</b>	<b>AÑO1</b>	<b>AÑO2</b>	<b>AÑO3</b>	<b>AÑO4</b>	<b>AÑO5</b>
Flujos operativos	<b>-49.544,43</b>	43.098,75	26.914,24	27.797,77	43.638,23	43.644,72

<b>TASA DE DESCUENTO</b>	
TASA DE DESCUENTO	20%

**Cuadro 35.**

<b>TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO</b>	<b>MAYOR AL 12%</b>
SUMATORIA DE FLUJOS	113.657,71
AÑOS	5
INVERSIÓN INICIAL	49.544,43
TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	46%

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		109.277,25
VAN	<b>POSITIVO</b>	<b>59.732,82</b>
ÍNDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	1,83
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	82,94
<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b>		<b>68%</b>

**Cuadro 36.**

<b>RAZONES</b>	
UTILIDAD OPERATIVA	185.093,71
GASTOS FINANCIEROS	9.756,29
INVERSIÓN INICIAL	49.544,43
UTILIDAD NETA	136.839,70
VALOR DEL CRÉDITO	19.817,77
VENTAS	542.449,39
COSTO DE VENTA	318.042,58
TOTAL DEL ACTIVO	30.405,61

COBERTURA FINANCIERA	MAYOR A 1	18,97
INDICE INVERSIÓN TOTAL	MAYOR A 1	3,74
MONTO DE CRÉDITO	MAYOR A 1	6,90
MONTO DE INVERSIÓN	MAYOR A 1	2,76
MARGEN NETO DE UTILIDAD (UTILIDAD VENTA)	MAYOR A 1%	25%
MARGEN BRUTO DE UTILIDADES	MAYOR A 1	1,71
DUPOT	APROX AL 100%	6,09

### **5.7.3 Impacto.**

La creación de esta nueva alternativa microempresarial que ofreceremos busca acaparar el mercado del Cantón Milagro contribuyendo de forma directa al desarrollo de esta plaza de mercado.

A nivel laboral se crearán fuentes trabajo y capacitación del talento humano, esto permitirá un crecimiento de los índices económicos de los Milagreños.

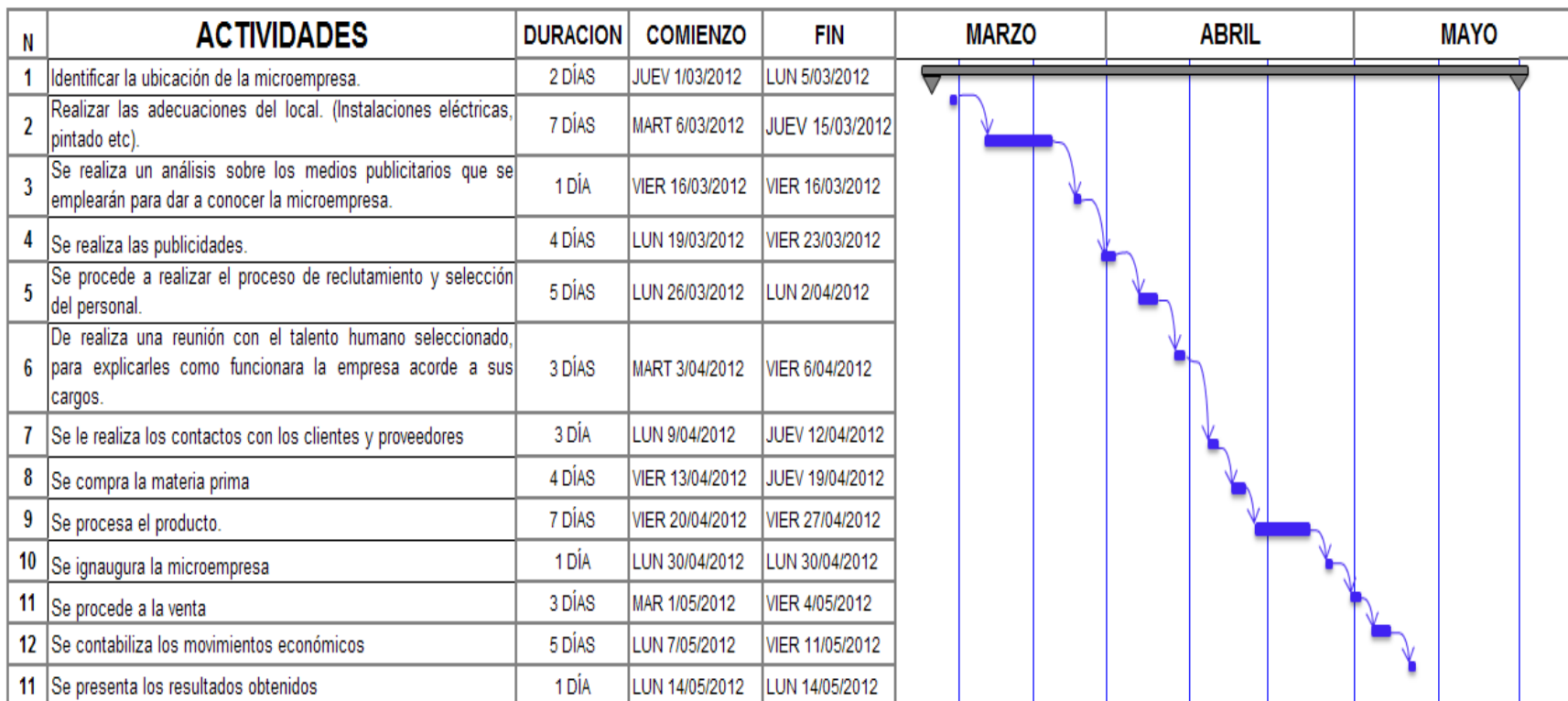
Eventos LEO'S proyectará una imagen innovadora, así mismo se empleará el uso de un logotipo y eslogan para que las personas identifiquen con mayor facilidad el negocio de esta alternativa microempresarial. Logrando así una Filosofía corporativa bien definida, diferenciándose de la competencia.

Luego del análisis desde el punto de vista de los propietarios en la relación costo beneficio se ven positivamente compactados, con esto asegura una inversión bien realizada.

Los niveles de rentabilidad permitirán cubrir con las obligaciones de la microempresa, logrando un alto nivel de sostenibilidad en el mercado.

### 5.7.4 Cronograma

**Cuadro # 32.**



<b>PROYECTO</b> "Implementación de la fábrica MUCIECUADOR produciendo mermelada de mucilago de cacao en el Cantón Naranjal"	<b>TAREA</b> [Barra azul]	<b>HILO</b> [Barra gris con triángulo]	<b>TAREAS EXTERNAS</b> [Barra gris]
	<b>DIVISIÓN</b> [Barra azul con puntos]	<b>RESUMEN</b> [Barra gris con triángulo]	<b>HILO EXTERNO</b> [Barra gris con triángulo]
	<b>PROGRESO</b> [Barra gris]	<b>RESUMEN DEL PROYECTO</b> [Barra gris con triángulo]	<b>FECHA LIMITE</b> [Flecha verde]

### **5.7.5 Lineamientos para evaluar la propuesta.**

- Se realizo un estudio de mercado para identificar las necesidades, exigencias y expectativas sobre este servicio.
- Se elaboro un análisis para valorar en aspectos financieros cuan rentable será la propuesta.
- Incrementará los niveles de rentabilidad de la empresa, a través de un servicio personalizado.
- Emplear medios constantemente como publicitarios para dar a conocer la diversidad de servicios que brindarla Eventos LEO´S.
- Capacitar constantemente al talento humano, el cual realice su trabajo con total precisión.
- Se utilizo herramientas de mercado para conocer el ámbito en el que operara Eventos LEO´S.

## CONCLUSIONES

Para demostrar la viabilidad, factibilidad y rentabilidad de este proyecto. Hemos considerado las siguientes conclusiones:

1. La demanda de este servicio hace que los clientes exijan un precio justo, calidad, e innovación, además de una atención personalizada al momento de solicitar una asesoría.
2. De acuerdo al análisis de herramientas de mercado se ha constatado que la micro empresa tiene un alto nivel de competitividad dentro de esta actividad.
3. En Las negociaciones para la adquisición de insumos, los proveedores no tienen mayor control, esto se debe a la cantidad de proveedores que existe en el mercado.
4. Existen comportamientos diferentes en los clientes al momento de solicitar los servicios de Eventos LEO'S, por lo exigente que resultan en la actualidad las personas.



## RECOMENDACIONES

Una vez analizado las conclusiones, ponemos a vuestra consideración las siguientes recomendaciones:

1. Brindar a los potenciales clientes precios justos, calidad, e innovación todo esto acompañado de un buen servicio, de tal forma que se cree lealtad por parte de los clientes.
2. La administración de la empresa debe buscar constantemente un valor agregado para lograr una ventaja competitiva ante la competencia.
3. Es importante mantener buenas negociaciones con los proveedores, a fin de evitar desabastecimiento, aunque a pesar de que existen varios en el mercado, es preferible trabajar con uno en específico que nos ofrezca buenos precios, calidad y entrega justo a tiempo, evitando así inconvenientes al momento de adquirir los insumos.
4. Estudiar los diferentes comportamientos del consumidor tomando en cuenta teorías de expertos en el tema, para establecer estrategias comerciales que satisfagan las exigencias de los clientes.

## BIBLIOGRAFÍA

- 1) ANSORENA C. Álvaro; QUINCE PASOS PARA LA SELECCIÓN DE PERSONAL CON ÉXITO; 5ta edición; Paidós Ibérica, S.A; Barcelona, Buenos Aires, México, 1996.
- 2) ARIAS G, Fernando; ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS; 5ta edición; Trillas S.A; México 2000.
- 3) BOHLANDER George; ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS; 12ava edición; Thomson Learning; Colombia 2001.
- 4) CHIAVENATO Idalberto; ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS; Editorial McGraw-Hill Interamericana S.A.; Colombia, 2002.
- 5) DE CENZO David, ROBBINS Stephen; ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS; Editorial Limusa S.A; México.
- 6) DE CENZO, David A. ROBBINS, Stephen P.; ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS; Editorial Limusa, S.A; México, 2003, 1era reimpresión.
- 7) EIGLIER Pierre, LANGEARD Eric; SERVUCIÓN EL MARKETING DE SERVICIOS; Editorial McGraw-Hill de manegeard; Madrid.
- 8) GUEVARA, Carlos; METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN; 2da edición; Imprenta Rocafuerte; Cuenca-2001.
- 9) MARISTANY Jaime; ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS; 1era edición; Pearson Education S.A; Buenos Aires 2000.
- 10) ROBBINS Stephen; COULTER Mary; ADMINISTRACIÓN; 5ta edición; Prentice Hall Hispanoamericana, S.A; México.
- 11) RODRÍGUEZ V. Joaquín; ADMINISTRACIÓN MODERNA DE PERSONAL RELACIONES LABORALES; 2da edición Ecafsa S.A; México 2000.
- 12) TAYSON Shaun, YORK Alfred; ADMINISTRACIÓN DE PERSONAL; 3ra edición, Trillas, S.A; México 2000.