



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

**PROYECTO DE GRADO**

**PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE LICENCIATURA EN TURISMO.**

**TITULO DEL PROYECTO**

**ANALISIS DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA ORGANIZADORA DE EVENTOS PERSONALIZADOS PARA CONTRIBUIR EL DESARROLLO TURISTICO Y SUSTENTABLE DEL CANTÓN MILAGRO PROVINCIA DEL GUAYAS.**

**AUTORA:**

**ALVARADO FLORES EVELYN NATALHY**

**MILAGRO, 2014**

**ECUADOR**

## **CERTIFICACION DE ACEPTACION DEL TUTOR**

Yo, MTF. EDWIN VALDERRAMA BARRAGAN, en mi calidad de tutor 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 investigación cuyo tema es: " **ANALISIS DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA ORGANIZADORA DE EVENTOS PERSONALIZADOS PARA CONTRIBUIR EL DESARROLLO TURISTICO Y SUSTENTABLE DEL CANTÓN MILAGRO PROVINCIA DEL GUAYAS.**", presentado por la egresada **EVELYN NATALHY ALVARADO FLORES** como requisito previo a la obtención del Título de **LICENCIATURA EN TURISMO.**

El problema de la investigación se refiere a: ¿De qué manera la ausencia de una empresa una Organizadora de Eventos personalizados afecta el Desarrollo Turístico y Sustentable de la Ciudad de Milagro?, el mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Atentamente;

**MTF. EDWIN VALDERRAMA BARRAGAN**

**TUTOR**

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

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

Milagro, a los \_\_\_ del mes de \_\_\_\_\_ del 2014

---

Alvarado Flores Evelyn Natalhy

C.I 0928730712

## **CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA**

El TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de LICENCIATURA EN TURISMO, otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTIFICA	( )
DEFENSA ORAL	( )
TOTAL	( )
EQUIVALENTE	( )

---

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

---

**PROFESOR DELEGADO**

---

**PROFESOR SECRETARIO**

## **DEDICATORIA**

A Dios por permitir que culmine una de las metas de mi vida, guiándome por el camino correcto y derramándome su bendición cada día.

Mi tesis va dirigida a mis queridos padres Mario Alvarado y Martha Flores quienes siempre me han brindado su apoyo, su cariño y amor incondicionalmente.

A mi querido esposo Stalin Palacios que con su apoyo incondicional ha sido un pilar importante en la culminación de mi carrera.

A mi querida hija Amy Palacios que ha sido mi motivación a seguir adelante sin importar los obstáculos para lograr tener una vida mejor.

## **AGRADECIMIENTO**

Muy agradecida con Dios por permitir que haya cumplido mis metas y seguir con pie de lucha cada día. Agradezco a mis padres, mi abuelo y mi tío quienes con el sudor de su frente me ayudaron a finalizar mi carrera profesional.

Agradezco en especial a la Ing. Dolores Mieles y Msc Maryorie Zambrano por brindarme su cariño, confianza y sus conocimientos en cada semestre y seguir avanzando para culminar mi carrera.

Al MTF. Edwin Valderrama quien creyó en mí, en hacer este sueño realidad sin importar los obstáculos y no volver a decaer en algún momento.

## CESIÓN DE DERECHOS DEL AUTOR

**MASTER:**

Jaime Orozco Hernández

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos a hacer entrega de la Cesión de Derechos del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue "Análisis de factibilidad para la implementación de una Empresa Organizadora de Eventos Personalizados para contribuir el desarrollo turístico sustentable del Cantón Milagro Provincia del Guayas", y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas.

Milagro, \_\_\_\_ del mes de \_\_\_\_ del 2014

---

Alvarado Flores Evelyn Natalhy

C.I 0928730712

## INDICE

CERTIFICACION DE ACEPTACION DEL TUTOR .....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	iii
CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA .....	iv
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vii
CESIÓN DE DERECHOS DEL AUTOR.....	viii
CAPÍTULO I.....	1
EL PROBLEMA .....	1
1.1    PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	1
1.1.1Problematización.....	1
1.1.2 Delimitación del problema .....	3
1.1.3 Formulación del problema .....	3
1.1.4 Sistematización del problema.....	3
1.1.5 Determinación del tema.....	4
1.2 OBJETIVOS .....	4
1.2.1 Objetivo General .....	4
1.2.2 Objetivo Específicos .....	4
1.2    JUSTIFICACIÓN .....	4
CAPITULO II.....	6
MARCO REFERENCIAL .....	6
2.1 MARCO TEÓRICO.....	6
2.1.1 Antecedentes Históricos.....	6
2.1.2 Antecedentes Referenciales.....	8
2.1.3 Fundamentación.....	10
2.2 MARCO LEGAL .....	17
2.3 MARCO CONCEPTUAL.....	17
2.4 HIPOTESIS Y VARIABLES .....	20
2.4.1 Hipótesis General.....	20
2.4.2 Hipótesis Particulares.....	20
2.3.3 Declaración de las variables.....	21
2.3.4 Operacionalización de las variables .....	21
CAPITULO III.....	23
MARCO METODLOGICO.....	23
3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	23
3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	24

3.2.1 Características de la Población .....	24
3.2.2 Delimitación de la población .....	24
3.2.3 Tipo de muestra .....	24
3.2.4 Tamaño de la muestra.....	24
3.2.5 Proceso de selección .....	25
3.3 MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS .....	25
3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN.....	26
CAPÍTULO IV .....	27
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS .....	27
4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	27
4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS.....	36
4.3 RESULTADOS.....	37
4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS .....	38
CAPITULO V .....	39
PROPUESTA.....	39
5.1 TEMA .....	39
5.2 JUSTIFICACIÓN .....	39
5.3 FUNDAMENTACIÓN.....	40
5.4 OBJETIVOS .....	42
5.4.1 Objetivo General de la Propuesta .....	42
5.4.2 Objetivo Específico de la Propuesta.....	43
5.5 UBICACIÓN.....	43
5.6 FACTIBILIDAD .....	44
Cuadro 22: Análisis Interno y Externo.....	45
5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.....	47
Cuadro 26: Lista de precios. ....	61
5.7.1 Actividades.....	65
5.7.2 Recursos, Análisis Financiero .....	75
5.7.3 Impacto .....	85
5.7.4 Cronograma.....	85
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta. ....	86
CONCLUSIONES .....	87
RECOMENDACIONES.....	88
Bibliografía.....	89
Anexos .....	91

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Cuadro 1:</b> Declaración de las variables .....	21
Cuadro 2: Operacionalización de las variables .....	21
Cuadro 4 la celebración de eventos .....	27
<b>Cuadro 5</b> Organización de los festejos.....	28
<b>Cuadro 6</b> Aprobando el cambio y la tecnología .....	29
<b>Cuadro 7</b> Administración empírica.....	30
<b>Cuadro 8</b> Falta de preparación y capacitación .....	31
<b>Cuadro 9</b> El acceso a la preparación académica .....	32
<b>Cuadro 10</b> Altos niveles de informalidad .....	33
<b>Cuadro 11</b> La fidelización de los clientes .....	34
<b>Cuadro 12</b> El desconocimiento para acceder a créditos .....	35
<b>Cuadro 13:</b> Verificación de Hipótesis .....	38
Cuadro 14: Análisis Interno y Externo .....	45
Cuadro 15: Matriz FOFA-DODA.....	46
Cuadro 16: Manual de funciones gerente .....	51
Cuadro 17: Manual de funciones de secretaria .....	52
Cuadro 18: Proveedores .....	56
Cuadro 19: Lista de precios.....	61
Cuadro 20: Variación.....	75
Cuadro 21: Detalle de activos .....	76
Cuadro 22: Inversión del proyecto.....	77
Cuadro 23: Depreciación.....	77
Cuadro 24: Financiamiento .....	77
Cuadro 25: Amortización Anual.....	77
Cuadro 26: Detalles de Gastos .....	78
Cuadro 27 Costo de Venta.....	79
Cuadro 28: Presupuestos de Venta .....	80
Cuadro 29: Estado de Resultados.....	81
Cuadro 30: Flujo de Caja.....	82
Cuadro 31: Balance General.....	83
Cuadro 32: Índices de Sensibilidad .....	84
Cuadro 33: Cronograma.....	85

## ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS

Figura 1 la celebración de eventos.....	27
Figura 2 Organización de los festejos .....	28
Figura 3 Aprobando el cambio y la tecnología .....	29
Figura 5 Administración empírica.....	30
Figura 6 Falta de preparación y capacitación.....	31
Figura 7 El acceso a la preparación académica.....	32
Figura 8 Altos niveles de informalidad.....	33
Figura 9 La fidelización de los clientes.....	34
Figura 10 El desconocimiento para acceder a créditos.....	35
Figura 11: Croquis de la ubicación.....	43
Figura 12: Ubicación Geográfica .....	44
Figura 14: Estructura organizacional.....	49
Figura 15: .....	55
Diagrama de Proceso General del Negocio .....	55
Figura 16:logo de la empresa.....	62
Figura 17: .....	63
Tarjeta de Presentación .....	63
Figura 18: Publicidad Escrita.....	65

## RESUMEN

En la actualidad, en la Canton Milagrose ha observado muchas organizadoras de eventos que ofrecen servicios limitados pues no tienen un stock completo de productos y servicios para brindar, obligando a los clientes a buscar diversos lugares para la realización de sus eventos sociales, haciendo que las personas no se sientan satisfecho, debido que no poseen dominio del tema para el manejo de este tipo de negocio. Claro está que no todos los establecimientos se manejan así, pero de alguna u otra forman no cuentan con eventos personalizados. El objetivo de esta trabajo de investigación es Identificar las causas que originan la ausencia de una empresa una Organizadora de Eventos personalizados afecta el Desarrollo Turístico y Sustentable de la Ciudad de Milagro, este cantón se encuentra en un punto estratégico al nivel comercial, lo que favorece el turismo comercial, sirviendo de punto de encuentro de habitantes de varios cantones. Las ventajas geográficas, demográficas y climáticas de este cantón hacen del sector turístico una de las principales oportunidades de negocio que ofrece el mercado para los inversionistas, ya que es un sector que ha tenido un crecimiento sostenido en los últimos años. Tras señalar que el turismo es un área que permite que los proyectos a mediano y largo plazo lo que permite la oferta de varios tipos de servicios que logran la existencia de empresas de crecimiento que operan en este sector productivo

**Palabras claves:** evento personalizado, desarrollo turístico, sustentable, satisfacción de los clientes.

## **ABSTRACT**

Today in the town of Milagro has observed many event planners that offer limited services as they have a full stock of products and services to provide, forcing customers to find different places to carry out their social events, making that people do not feel satisfied, because they do not have mastery of the subject to manage this type of business. It is clear that not all establishments are handled well, but in some form or another do not have custom events. The objective of this research is to identify the causes of the lack of an undertaking Organizer Custom events affecting the Tourism and Sustainable Development of the City of Milagro, this canton is located in a strategic point to commercial level, which favors commercial tourism, serving as a meeting point for people of various cantons. Geographic, demographic and climatic advantages of this canton make the tourism industry a major business opportunities that the market offers to investors because it is a sector that has grown steadily in recent years. Noting that tourism is an area that allows projects to medium and long term allowing the supply of various types of services that achieved the existence of growth companies operating in the productive sector.

**Keywords:** custom event, tourism development, sustainable, customer satisfaction.

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1.1 Problematicación**

El Cantón Milagro se encuentra a 46 kilómetros de Guayaquil, con una temperatura de 25°C, cuenta con una superficie de 401,1km<sup>2</sup> y tiene aproximadamente 166.483 habitantes, Este cantón está conectado a los varios rincones del país como Milagro, Jujan, Yaguachi, Marcelino Maridueña, Durán y Guayaquil por una red vial estable de buen estado que se ha pavimentado y restaurado por el Honorable Consejo Provincial del Guayas.

La población de Milagro con el paso del tiempo ha ido en aumento, lo que le ha permitido avanzar en innovación de la tecnología, la agricultura, el sistema de educación, la salud y el comercio siendo esto un aporte para el desarrollo socio cultural, económico y científico.

Es un lugar sorprendentemente innovador, por sus mejoras en la agricultura, la industria y el comercio. Ocupa una importante zona agrícola, especialmente adecuado para la producción de la piña y la caña de azúcar, también produce arroz, banano, café, cacao, plátano, y todo tipo de frutas tropicales.

Las ventajas geográficas, demográficas y climáticas de este cantón hacen del sector turístico una de las principales oportunidades de negocio que ofrece el mercado para los inversionistas, ya que es un sector que ha tenido un crecimiento sostenido en los últimos años. Tras señalar que el turismo es un área que permite que los proyectos a mediano y largo plazo lo que permite la oferta de varios tipos de servicios que

lograran la existencia de empresas de crecimiento que operan en este sector productivo.

Según Marcello Cosa (2010):

El turismo, por su naturaleza se presta a ser investigado bajo una perspectiva multidisciplinaria. Estudiar el turismo, por lo tanto, significa tener en cuenta que éste se está progresivamente convirtiendo en una de las actividades humanas más complejas y articuladas. El fenómeno turístico, de hecho, produce múltiples consecuencias de orden social, económico y ambiental sobre la población residente en un determinado destino, el tejido empresarial y los mismos turistas<sup>1</sup>.

En la actualidad, en la Canton Milagrose ha observado muchas organizadoras de eventos que ofrecen servicios limitados pues no tienen un stock completo de productos y servicios para brindar, obligando a los clientes a buscar diversos lugares para la realización de sus eventos sociales, haciendo que las personas no se sientan satisfecho, debido que no poseen dominio del tema para el manejo de este tipo de negocio. Claro está que no todos los establecimientos se manejan así, pero de alguna u otra forman no cuentan con eventos personalizados.

Los eventos sociales más importantes como aniversarios, matrimonios, bautizos, quinceañeras, entre otros en la mayoría de los casos y siguiendo las nuevas tendencia se hacen con temas de moda o se los personaliza según los gustos y preferencias de los clientes, esto genera una nueva necesidad en el cantón y abre una puerta al turismo comercial, ya que los sectores aledaños al cantón Milagro en la mayoría de los casos viajan a ciudades como Guayaquil ya sea para contactar profesionales que se encarguen de estos eventos como para realizarlos por completo generando pérdidas a los inversionista de este cantón.

Obtener un servicio que satisfaga las expectativas de los clientes, la organización de un evento social, cultural o de negocios, es actualmente un problema cuando los clientes no tiene tiempo para realizarlos por ellos mismo, o no obtienen la información requerida para el proceso que la organización necesita; es decir, la consulta y los precios de cotización, es necesario ajustar el presupuesto estimado para el evento. En algunos casos no hay una orientación adecuada ayuda a ahorrar tiempo y dinero cuando se trata de la organización de un evento social.

---

<sup>1</sup> COSA, M (2010). Gestión y estructura organizativa de las destination management organizations: un enfoque económico-empresarial. Pp. 215

Por eso hay que proponer un servicio que llenen las expectativas del cliente, complaciendo sus necesidades. La mayoría de las organizadoras ofrecen un servicio estándar con un escaso enfoque a la satisfacción del cliente y un bajo nivel de diferenciación, la mala calidad en los servicios que se ofrecen de Milagro estableciendo eventos innovadores y personalizados conformes el cliente desee, disfrutando un ambiente totalmente diferente como escenografías temporarias, exclusivas acorde a la temática con un estilo decorativo y mobiliario para conformar ese mundo mágico que ansía vivir en compañía de personas que admira y aspira compartir esa alegría lo cual garantiza un cliente satisfecho con encontrar en un sólo lugar todo lo que necesitaba y convertir su evento en día inolvidable.

Es recomendable designar una persona o equipo de trabajo exclusivo para la organización del evento, o bien la contratación de personas o empresas expertas para tal fin (según la magnitud del mismo). Esto permitirá que nosotros nos dediquemos a otros asuntos, tales como: quienes serán los disertantes? Quienes serán los invitados VIP? Como fidelidad de la mejor manera al cliente? Qué tipo de tela será la del vestido de la novia o quinceañera?<sup>2</sup> (Regina, 2013)

### **1.1.2 Delimitación del problema**

#### **Espacio**

**País:** Ecuador

**Región:** Costa

**Provincia:** Guayas

**Ciudad:** Milagro

**Población:** 166.634 Habitantes

**Región:** 5

### **1.1.3 Formulación del problema**

¿De qué manera la ausencia de una empresa Organizadora de Eventos personalizados afecta el Desarrollo Turístico y Sustentable de la Ciudad de Milagro?

### **1.1.4 Sistematización del problema**

¿Cuáles son las causas que originan la falta de una organizadora de eventos personalizados en el cantón de Milagro?

---

<sup>2</sup> Regina, V. (2013). IMportancia de la organizacion de eventos. *Planea en la web* .

¿En qué medida se afecta la satisfacción de las personas del cantón Milagro en la realización de sus eventos sociales?

¿De qué manera una empresa Organizadora de Eventos personalizados tendrá su influencia sobre la demanda para el desarrollo turístico y sustentable del Cantón Milagro?

¿Cómo afecta al desarrollo de los eventos sociales el no contar con todos los servicios necesarios en un mismo lugar para lograr realizar los eventos personalizados?

### **1.1.5 Determinación del tema**

La creación de una empresa organizadora de eventos personalizados que favorece al desarrollo turístico y sustentable de la ciudad de Milagro.

## **1.2 OBJETIVOS**

### **1.2.1 Objetivo General**

Identificar las causas que originan la ausencia de una empresa Organizadora de Eventos personalizados afecta el Desarrollo Turístico y Sustentable del cantón Milagro

### **1.2.2 Objetivo Específicos**

Identificar las causas que producen la falta de organizadoras de eventos en el cantón Milagro.

Determinar en qué medida la satisfacción de los clientes se ve afectada por la falta de un servicio de organización de eventos sociales de calidad.

Diagnosticar su influencia sobre la demanda que tendrá la organizadora de eventos personalizados para determinar su contribución en el desarrollo turístico sustentable de la Ciudad de Milagro.

Analizar las preferencias del cliente con el fin de ofrecer productos y servicios que llenen las expectativas del mismo.

## **1.2 JUSTIFICACIÓN**

En el mundo de la empresa, la organización de las reuniones es una de las tareas que realiza con mayor frecuencia el asistente de dirección. La celebración de

reuniones responde a una doble exigencia: en unos casos es obligatoria porque está prevista en el marco legal que regula la empresa y en otros responde a la propia cultura empresarial de la organización<sup>3</sup>. (Soto, 2012)

La importancia del estudio se puede ver en términos del propósito satisfacer la necesidad la organización de eventos temáticos, ya que la sociedad se encuentra en constante cambio y cada persona quiere ponerle un toque especial de su personalidad y gusto particular a sus eventos. Además de ser una opción del público, al momento de decidirse por una empresa encargada de realizar eventos sociales, tales como: matrimonios, ceremonias, cumpleaños, entre otro tipo de eventos.

Luego de un estudio de mercado que compruebe las necesidades insatisfechas del público, creció la idea de una empresa innovadora pero a la vez que cumpla los estándares comunes que brinda el resto de empresas dedicadas a entregar este servicio, con calidad, eficiencia y sobretodo higiene con productos diferenciadores; así también este nuevo proyecto generará más fuentes de trabajo que brindará a las personas una oportunidad de mejorar sus ingresos y su calidad de vida.

En el Ecuador una organizadora de eventos personalizados es muy ameno debido que hay una gran demanda de personas que desean vivir el momento de sus sueños, más que decir un evento personalizado con respectiva planificación y organización de la empresa, donde a su vez se crea oportunidad de trabajo a personas que tengan conocimiento de este tipo y serán capacitados en distintas áreas.

La metodología para cumplir los objetivos de estudio de este proyecto los métodos de investigación que serán utilizados es de la realización de encuestas, entrevistas para poder medir la necesidad y inquietud de los posibles clientes para lo cual se ha determinado una metodología de análisis descriptivo, cuantitativo; buscará responder al objetivo del trabajo el cual está definido como: “Identificar las causas que originan la ausencia de una empresa una Organizadora de Eventos personalizados afecta el Desarrollo Turístico y Sustentable de la Ciudad de Milagro”

---

<sup>3</sup> Soto, C. C. (2012). ORGANIZACION DE REUNIONES Y EVENTOS. Paraninfo.

## **CAPITULO II**

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **2.1 MARCO TEÓRICO**

##### **2.1.1 Antecedentes Históricos**

De acuerdo Maure Agüero, G (2007), no se conoce con toda seguridad exactamente cuándo se originó el historial de eventos en el mundo, podemos sólo desde la Grecia clásica donde se puso gran énfasis en el ocio y el tiempo que dedica a la cultura, el entretenimiento, la religión y el deporte. Los aspectos más destacados fueron los viajes realizados con motivo de asistir a los Juegos Olímpicos en la ciudad de Antigua Edad de Olimpia, a los miles de personas que asisten y donde la religión y el deporte mezcla. También hubo peregrinaciones religiosas, cuando se dirigían a los oráculos de Delfos y Dódana. Pero no todos comenzar allí también a finales del siglo XVI, la costumbre de enviar jóvenes aristócratas ingleses que hacen el Grand Tour después de terminar sus estudios con el fin de complementar su formación y adquirir ciertas experiencias<sup>4</sup>.

Adicionalmente cabe señalar el desarrollo tecnológico de nuestro tiempo que hace un mejor uso de los recursos que tenemos a nuestra disposición en el desarrollo de una mejor organización y un mejor resultado.

Según Turner, L., y Ash J (2009), y desde un punto de vista más social, eventos que surgen de la necesidad humana de interactuar con los demás con el fin de intercambiar conocimientos y experiencias. Además de los eventos anteriores representan una alta rentabilidad contribuyendo así al desarrollo paralelo de otros sectores relacionados<sup>5</sup>.

---

<sup>4</sup> MAURE AGÜERO, G(2007). "Definiciones y tendencias del turismo de eventos" en Contribuciones a la Economía, Nº 82, julio 2007. Texto completo en <http://www.eumed.net/ce/2007b/gma.htm>

<sup>5</sup> TURNER, L., &ASH (2009),J.La horda dorada. *El turismo internacional y la periferia del placer* (pp. 73-86). Madrid: Endymion.

Los eventos vienen como un reclamo de la empresa tiene que cumplir por razones de asociarse en un determinado entorno geográfico, colectivos y grupos. Son un fenómeno económico y cultural que permite un intercambio social científica, técnica, profesional y.

Si nos fijamos en la evolución en el tiempo de la actividad social y cultural, se observa que se manifiesta como un fenómeno complejo con una larga historia.

La historia del los festejos y eventos se hace desde la representación de éste elemento que por lo general sigue siendo la exposición implícita del turismo. Sin embargo, el concepto presentado anteriormente es el más común, siendo susceptible de numerosas opiniones.

Angelo Mariotti (1933). Nos dice que, "un estudio sistemático del turismo no puede prescindir de un análisis histórico." En un intento de proporcionar un esbozo de la historia, el autor trata de volver a la Edad de Piedra, pero se vio obligado a retirarse debido a que no tiene ninguna prueba para saber si los desplazamientos de este tipo fueron realizadas por hombres primitivos.

Sin embargo, miles de años después, en la época de Homero, por tener "La Odisea", cree que es cierto que ya había forasteros en las ciudades griegas, de la que sigue Mariotti (1933) ya se hacen turnos considerado, sin más matices, como turista, a pesar de pruebas de que se hicieron para la diversión. Acabo de pensar que si había extraños, tuvo que ser practicado la hospitalidad, un regalo (siglos más tarde el servicio) que, como más adelante tendremos oportunidad de comprobar, será central en la concepción del turismo en lugar de la razón "por placer", yo difícil de alcanzar para subjetiva.<sup>6</sup>

El potencial del turismo en Ecuador se basa en su alta diversidad en términos de cultura, paisajes, sitios riqueza histórica y natural. De acuerdo con un estudio sobre la competitividad Ecuador. La fuerza del país en el mercado turístico internacional se encuentra en sus valores patrimoniales naturales y culturales sus habitantes. En este sentido, la diversidad natural y cultural del país juega un papel decisivo en el turismo sostenible y los beneficios económicos asociados. Relevancia cualitativa y

---

<sup>6</sup> Mariotti, A., (1933). La extraña Industria del Turismo en Italia. Italia.

turismo cuantitativo en Ecuador apoya la percepción de un gran potencial en el sector puede ser explotado de manera integral.<sup>7</sup>

### **2.1.2 Antecedentes Referenciales**

**Tema:** Creación de dos circuitos turísticos sustentables para El desarrollo, promoción y fortalecimiento de la Actividad turística en la provincia de los ríos.

**Autor:** Margareth Gabriela Nicola Chong  
**Resumen:** La finalidad de éste proyecto es dar a conocer a nivel nacional e internacional el potencial turístico que ofrece la Provincia de Los Ríos y de ésta manera incentivar a los turistas que visiten éste sector del ecuador, ya que ofrece muchos atractivos naturales, culturales y gastronómicos.

La idea principal es fomentar a los habitantes que tengan un nuevo estilo de vida a través de la actividad turística, ya que darán lugar al mejoramiento de su situación económica y social, brindando así una imagen positiva de la provincia como otra plaza turística a visitar.

Permitirá proporcionar una nueva fuente de ingresos de ésta actividad, logrando así la ampliación de más productos turísticos y a la vez el crecimiento de establecimientos que ofrezcan diferentes servicios turísticos de calidad y personalizados, para satisfacer las necesidades y exigencias de los visitantes.

**Tema:** Creación de una empresa de organización de eventos en la ciudad de cuenca en el periodo 2012 – 2016”.

**Autor:** Palacios Guzmán, Mayra Jackelíne; Quito Espinoza, Claudia Mercedes

**Resumen:** El presente tema de tesis tiene por objeto determinar cuan factible es la “CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EN LA CIUDAD DE CUENCA EN EL PERIODO 2012 – 2016”, que se dedique a la planificación, organización, ejecución y supervisión de los acontecimientos a celebrar.

La intención es ofrecer un servicio personalizado y único, que permita captar mercado mediante la diversificación del servicio, satisfaciendo así las necesidades

---

<sup>7</sup> Plan de Acción Gubernamental para mejorar la Competitividad del Conglomerado de Turismo, elaborado por Gustavo J. Segura, diciembre del 2003

latentes en cuanto a la organización de eventos sociales o corporativos. Para lo cual se realizó dos estudios de mercado, el primero dirigido a personas de la clase social alta y media alta, y el segundo a empresas de la ciudad.

Los resultados obtenidos en esta investigación revelaron que, es pertinente dedicarse a la organización de eventos corporativos, puesto que no existe una empresa que oferte exclusivamente este servicio; sino más bien, competidores indirectos como lo son las agencias de publicidad-marketing y organizadoras de eventos sociales (haciendas, quintas, salones de recepción). Con respecto a la realización de eventos de tipo social, los datos de las encuestas reflejaron que este es un sector en el que existe un alto grado de competencia, y desde el punto de vista costo - beneficio es mejor operar como persona natural, más no como una empresa en sí, es por ello que este segmento no será nuestro mercado objetivo. Además, mediante el análisis financiero, con la aplicación de los indicadores de rentabilidad VAN (Valor Actual Neto) y TIR (Tasa Interna de Retorno) se determinó que el proyecto es viable de llevarlo a cabo.

**Tema:** Creación de una empresa de servicio de catering empresarial y de eventos sociales con servicio personalizado caso: "Catering DOLCE VITA S.A" S.A.

**Autor:** Néstor Vicente Jiménez Haro

**Resumen:** A partir de la observación, se puede identificar la no existencia clara y directa de un servicio de catering empresarial personalizado con altos estándares de calidad y a un precio accesible.

Se puede apreciar un enfoque que no contempla un mayor alcance a los servicios ofertados por la competencia. En dicho marco de servicio empresas de renombre como Catering Service, Bokado entre otras que a lo largo de los años han venido ofertando en el mercado ecuatoriano. "Dolce Vita" propone llegar un poco mas allá abarcando las etapas de definición, diseño y planificación que han sido ofertadas en los servicios de catering empresarial a las cuales, se le agregara otra etapa de gestión de la calidad de la cual sería responsable el servicio ofertado por "Dolce Vita".

### 2.1.3 Fundamentación

Reparar los conceptos y definiciones es un evento about turismo Revisar los conceptos y definiciones sobre el turismo de eventos es una tarea compleja, la utilización indiscriminada de diversos términos para caracterizar la actividad del turismo de eventos: hablar de la industria, sector, subsector y de negocios. Esto tiene un impacto más allá de la falta de información científica sobre los teóricos- aspectos que afectan a la medición de las reuniones del mercado, como el impacto sobre la fiabilidad de los resultados y las limitaciones impuestas en el análisis de los datos disponibles; insuficiente nivel de confianza del elemento de datos que se utiliza actualmente para construir estadística mercado de reuniones; falta de registro de un considerable número de reuniones que genera una subestimación de las estadísticas del mercado de reuniones y la falta de incentivos

No obstante lo anterior, se concluye que los términos que normalmente forman el lenguaje técnico de este tipo de turismo se exponen a continuación a partir de su definición por diferentes autores:

- Evento ": Un término genérico para cualquier tipo de corte reunión científica profesional, técnico, cultural, deportivo, educativo, político, social, económico, comercial, religiosa, de promoción o de lo contrario para facilitar el intercambio de ideas, conocimientos y / o experiencias entre los participantes "

"Turismo: incluye congresos, convenciones, ferias, exposiciones, viajes de incentivos, fiestas es una forma de turismo de negocios, esencialmente movilizar líderes de opinión en varias ramas del conocimiento, la ciencia, la tecnología, las finanzas y el comercio."

"El turismo de negocios es uno que genera un conjunto de actividades económicas como resultado de la organización de reuniones para elegir un destino y cuyos motivos giran en torno a temas profesionales

"Turismo de negocios: las actividades económicas asociadas a la organización de congresos, convenciones, viajes de incentivos, y similares a ellos (conferencias, reuniones, conferencias, simposios, foros, seminarios, cursos ...) Las reuniones convocadas por los profesionales y / o razones asociativas"

"El turismo de negocios es un conjunto de flujos turísticos cuyo motivo de viaje está vinculado con el desempeño de sus actividades laborales y profesionales llevadas a cabo en reuniones de negocios, congresos y convenciones con diferentes propósitos y magnitudes.

Esta es la definición más aceptada de "Turismo de Negocios". Este mercado como un grupo de segmentos e incluye numerosas variantes relacionadas con la organización de reuniones de negocios, con diferentes propósitos y productos magnitudes. Individual y en grupo son dos tipos de turismo de negocios. El primero comprende el negocio, que emite inherente a sus actividades, pasando de una ciudad a otra o de un país a otro para llevar a cabo actividades relacionadas con el trabajo. La segunda comprende los acontecimientos que conocemos como Conferencias, Convenciones, Incentivos y Congresos

En la conferencia (Iguazú 2005) de la OMC ha definido como "la industria de reuniones y eventos (también conocido como reuniones, incentivos, conferencias y exposiciones o MICE (reuniones, incentivos, conferencias, exposiciones de la industria) de la industria son los que incluyen actividades con base en la organización, promoción , venta y distribución de las reuniones y eventos, productos y servicios que incluyen reuniones gubernamentales, empresas y asociaciones, empresas de viajes de incentivo, seminarios, conferencias, convenciones y exposiciones "

### **Tipos de Eventos:**

Sociales, Empresariales, Corporativos, Especiales<sup>8</sup>,

### **Eventos Sociales.**

Se entiende por acontecimientos sociales aquellos eventos que celebran un grupo de personas, ya sean familiares, amigos o compañeros de trabajo, y precisamente con esto en mente, se puede decir que los eventos sociales pueden tener lugar en cualquier ambiente, ya sea de trabajo o personal. De todos modos debemos expresar que es generalmente mucho más común que los eventos sociales tienen lugar dentro de un círculo de personas es bastante cerrado y conectado, como entre

---

<sup>8</sup> MUSUMESI, Graciela; BONINA, Augusto: Op. Cit.pág.122

aquellos que podrán ser nombrados son los cumpleaños, bodas, bautizos, aniversarios, etc.

Básicamente lo que se pretende en cada uno de los eventos sociales que las personas se organizan, es reunir a todas las personas que quieran reunirse y pasar un momento divertido y agradable, donde todos pueden relajarse en la confianza o incluso donde podemos algunos pueden conocer gente nueva y introducirla en un círculo afectivo mucho más personal, pero más allá de que los eventos sociales pueden ser informales o formales, siempre requiere una organización para que todo salga bien, sobre todo cuando se trata de eventos sociales tienen un tinte más formal, como el ya mencionado.

Si usted habla un poco sobre la organización que requiere la misma, hay que decir que cada uno de ellos se caracteriza por diferentes factores a considerar al planear, pero al final del día, los sectores que deben ser considerados para la correcta realización del evento son la misma, por lo que a menudo es una persona que se dedica a la organización de eventos sociales como bodas, también puede llegar a organizar un aniversario o el bautismo.

Mientras que las diferencias establecidas entre el productor del evento y una persona que se dedica específicamente a la organización de eventos sociales, se indica en estos casos, puede ser mucho mejor que contratar a una persona independiente, teniendo en cuenta que ya que no es un evento masivo, una sola persona puede hacer el trabajo , eso sí, siempre tienen en cuenta que los anfitriones deben participar e intervenir en todas las ideas, especialmente aquellas en las que no están de acuerdo.

Pero en el caso de que se trate de un evento con una llamada mucho más alto, entonces usted no verá obligado a contratar a una empresa para organizar eventos sociales por el simple hecho de que cuanto mayor sea el caso, más recursos que se necesitan para eso es fundamental que el compromiso de estas empresas se considera. También hay que señalar que antes de contratar un servicio de este tipo, ya sea una persona independiente o una empresa de eventos sociales, en ambos casos lo mejor es descubrir y aprender muy bien acerca de los métodos de trabajo y

de todos los recursos disponibles para encontrar qué servicios están dispuestos a proporcionar, de lo contrario no olvide contratar los servicios en el otro.

### **Eventos Corporativos.**

La mayoría de las empresas realizan diferentes tipos de eventos que se caracterizan para representar diferentes negocios tales como presentaciones publicitarias aspectos, los horarios de mercado e incluso para las fiestas de fin de año, por lo que en muchos casos las mismas empresas que pasan de un departamento en la organización de eventos corporativos.

Sin embargo, es importante señalar que la mayoría de las empresas que participan en la organización de eventos de todo tipo, incluidos los eventos de negocios en la lista, y por qué no dicen que son los más comúnmente realizado en todo el mundo porque una empresa está constantemente activo y un nuevo evento para celebrar, por esta razón hay que señalar que es importante contar con los servicios de empresas que organizan eventos de empresa por lo general siempre viene<sup>9</sup>.

Además de los eventos de negocios que han sido nombrados, hay conferencias, exposiciones y congresos e incluso exposiciones hasta que puede ser muy importante para explicar algún tipo de planificación que se hace con respecto al contenido de la empresa, este caso hay que decir que es mucho más conveniente contratar a una empresa que es independiente organiza la empresa y de esta forma será mucho más fácil acceder a los servicios que se requieren.

Y esto sólo indica que cualquier empresa que cuenta con un departamento dedicado a ello, todos deben considerar la contratación de los servicios por separado, sin embargo, un productor de eventos corporativos, usted puede tener todo lo que necesita como el equipamiento y los recursos necesarios para el evento se incluyen en el organización. Sin embargo, es importante hacer hincapié en lo importante que es informado sobre los precios y servicios de diferentes empresas que ofrecen empresa de eventos, la oferta es muy amplia y para todos los bolsillos.

---

<sup>9</sup>MUSUMESI, Graciela; BONINA, Augusto: Op. Cit.pág. 134

De todos modos y más allá de la organización lleva a cabo en una empresa profesional, a todos los responsables para el evento deben participar en la planificación, porque después de todo, son ellos los que estará al frente de ella.

En general, la mejor manera de presentar una idea a los inversores, o por lo menos la idea más utilizado y mayor margen de éxito es el de eventos corporativos con catering y presentaciones multimedia. Este es un hecho que no podemos obviar que como dijimos antes es uno de los eventos que planean negocio más exitoso, y exactamente el propósito de este evento es el más importante para la empresa para seguir avanzando, sin embargo, y teniendo en cuenta que todas las empresas de la organización eventos corporativos de todo tipo de trabajo profesional, siempre pueden pedir sugerencias y opiniones de sí mismos acerca de nuestras ideas.

### **Eventos de empresa.**

Todas las corporaciones activas en cualquier tipo de mercado por lo general asisten a diferentes eventos que están a menudo directamente relacionados con la actividad en la que participa, y exactamente por qué es que en ciertos periodos y épocas del año a una empresa que se dedica contrata a la organización de eventos corporativos cada de las empresas en cuestión, aunque debemos tener en cuenta que muchos de ellos tienden a tener su propio departamento para la organización de eventos, sobre todo cuando se trata de una empresa que está constantemente trabajando para el progreso y debemos hacer una presentación<sup>10</sup>

Dicho esto, podemos decir que los eventos corporativos se pueden mencionar son precisamente las presentaciones publicitarias, congresos, fiestas de fin de año, entre muchos otros, pero estos tres que acabamos de mencionar son los más importantes.

Cada uno de estos eventos corporativos requiere una organización completamente diferente, y es precisamente por esta razón que la mayoría de las empresas que participan en la organización de estos eventos suelen tener todos los requisitos que se necesitan, sobre todo si se trata de una presentación o conferencia considerando que son los que tienen más relevancia en una sociedad anónima. Sin embargo, como se mencionó anteriormente, debido a la magnitud de las corporaciones, que

---

<sup>10</sup>GONZÁLEZ. Laura L.: *“Guía teórico-práctica para la Organización de Eventos”*. Versión digital. La Habana, Cuba. 2007. Pág. 25

pueden contratar el servicio de una empresa o, tener su departamento de eventos propios, que se encarga de organizarlo.

Las personas que trabajan son especialistas en la organización de eventos de este tipo, teniendo en cuenta lo difícil que puede ser para organizar un evento corporativo considerar a las personas que se presenten, y todo lo que tiene lugar en el evento en cuestión. Otro detalle importante tener en cuenta especialmente si usted tiene una empresa de organización de eventos y nos dedicamos a eventos corporativos, es que siempre se debe hacer en grandes espacios donde muchas personas se adaptan con tanta precisión como es una corporación, no sólo a la que asistieron representantes de la misma, sino también los empleados y otros grupos de interés de las corporaciones o incluso otros profesionales interesados en el tema a tratar, por lo que también es muy importante para organizar a la gente e invitados.

Por otra parte no se puede dejar de mencionar el hecho de que la mayoría de los eventos corporativos son generalmente cóctel, así también el catering es fundamental y esta es una razón por qué las empresas se fijan en tanto detalle.

### **El éxito de eventos corporativos**

Cada evento persigue un objetivo: el éxito, es por eso que es muy importante en la organización de eventos corporativos de todo funciona a la perfección y para tener en cuenta que en muchos casos, en función del evento que estamos hablando es fundamental que se alcance el éxito esperado<sup>11</sup>.

Expresamos esto porque, por ejemplo, en una presentación de una campaña, es esencial que todos los inversores interesados en invertir en la pantalla es el mismo, están convencidos de que hacerlo es una buena idea.

Por otro lado, e ir a un extremo más informal del año de vacaciones son una parte importante de los eventos corporativos, y en este caso el objetivo de la misma es que todos los que trabajaron arduamente para asegurar que el año ha sido productivo, tienen su recompensa y pueden celebrar todos los éxitos, teniendo en cuenta, precisamente, esta cuenta debe ser la importancia de ser capaz de

---

<sup>11</sup>TAMER, Mayela : *Calidad Total Del Proceso Administrativo Para La Realización De Congresos Y Convenciones En El Estado De Veracruz, México 2007*

organizar eventos empresariales exitosas y así conseguirlo sólo tienes que seguir un camino de éxito.

Además, los eventos corporativos son esenciales para cualquier empresa de este tamaño, ya que como hemos dicho antes, hay muchos eventos que se llevan a cabo habitualmente, y son varias razones por las cuales se hacen. Lo más importante, insistimos, es que la organización es adecuada y que la implementación del evento cumple con todos los objetivos de la planificación.

### **Eventos Especiales.**

Cuando se habla de eventos especiales se refiere a los eventos que se organizan por lo general en un ambiente un poco más privada de lo habitual conocido donde las personas se reúnen con el único propósito de celebrar un acontecimiento importante<sup>12</sup>.

Dicho esto, debemos tener en cuenta que por lo general estos eventos son a menudo organizadas allí por las mismas personas que lo celebran, como se ha dicho, es más bien una celebración especial, sin embargo, en algunos casos en los que la organización requiere mucha más atención y más trabajo se siempre es bueno tener un poco de ayuda profesional.

Aquí es donde los organizadores de eventos especiales o privadas mencionadas, pero que trabajan de la misma manera son mucho más en cuenta el hecho de que este es un evento más bien privado y que la gente necesita para proyectar su personalidad evento.

Piense en la cantidad de detalles, tenga en cuenta, ya que dependen del evento se desarrolle sin problemas y teniendo en cuenta la importancia de una boda o un bautizo, quinceañera, no podemos darnos el lujo de arriesgarse a que se produce algún problema. Por otra parte la contratación de un profesional para eventos especiales también puede tener sus contras y esto es principalmente porque es cruz muy común con los organizadores que nos gusta demasiado que los ejércitos que participan en la planificación, cuando la realidad es que las opiniones de las personas de acogida son críticos, por lo tanto, debe tener varias entrevistas con varios organizadores para informarnos sobre su funcionamiento ya que es

---

<sup>12</sup>GONZÁLEZ. Laura L.: Op.cit., pág. 32

fundamental no sólo para el buen desarrollo del evento, sino también porque necesitan sentirse cómodo que organizar este importante evento.

Agencias de Eventos.

Las agencias de eventos son las empresas que se dedican principalmente a la organización de eventos, pero es importante tener en cuenta que la diferencia entre las empresas de planificación y producción de eventos es que las agencias en general son más inclinados a la organización de eventos internacionales como congresos, conferencias, entre otros , y una de las principales características es que todo grupo de trabajo organizadores agencias de eventos se dedica principalmente a los grandes eventos.<sup>13</sup>

Teniendo esto en cuenta que los servicios que las agencias de eventos suelen ofrecerles a sus clientes constan de todos los equipos necesarios para los tipos de festividades mencionadas, como por ejemplo, micrófonos, pantallas, proyectores, equipos de sonido etc. Y a la vez también se encargan de armar toda la sala que vaya a ser utilizada para alguno de estos eventos sin mencionar que los organizadores también se ocupan de ubicar a toda la gente presente en sus respectivos lugares para así evitar cualquier posible tumulto o desorden.

## **2.2 MARCO LEGAL**

### **2.3 MARCO CONCEPTUAL**

Auditoria de Recursos Humanos.-Una auditoría verifica tanto los procesos como los resultados que la organización logra en función a sus objetivos, según los procedimientos autorizados por la misma.

Actividades económicas.- Son actividades económicas todos los procesos que tienen lugar para la obtención de productos, bienes y/o servicios destinados a cubrir necesidades y deseos en una sociedad en particular.

Animador.- Persona que presenta y ameniza un espectáculo de variedades o fiestas sociales.

---

<sup>13</sup> TAMER, Mayela: *Calidad Total Del Proceso Administrativo Para La Realización De Congresos Y Convenciones En El Estado De Veracruz*, México 2007

Asesoría.- Información adecuada de algún tema específico.

Banquete.- Comida por lo general gourmet a que concurren muchas personas para celebrar algún acontecimiento.

Buen ambiente.- Cuando más de una persona se une es con un propósito, trabajar en conjunto y lograr una meta.

Calidad.- Buena calidad, superioridad o excelencia. Herramienta básica para una propiedad inherente de cualquier cosa que permite que esta sea comparada con cualquier otra de su misma especie.

Catering.- Es el servicio profesional que se dedica principalmente a la prestación externa del suministro del servicio de comida preparada, pero también puede tomar parte en abastecer de todo lo necesario para la organización de un banquete o una fiesta.

Celebración.- Una celebración, por lo tanto, puede ser una fiesta, un acto u otro tipo de evento festivo. Su objetivo es recordar o conmemorar algún acontecimiento u homenajear a una persona. Una fiesta de cumpleaños, una reunión por el aniversario de la fundación de un club o el acto de inauguración de un nuevo centro cultural son ejemplos de celebraciones

Clase social.- Es una forma de estratificación social en la cual un grupo de individuos comparten una característica común que los vincula socioeconómicamente, sea por su función productiva o "social", poder adquisitivo o "económico" o por la posición dentro de la burocracia en una organización destinada a tales fines.

Compromiso social. -Actividad social determinada, un festival, una fiesta, una ceremonia, una competición, una convención, entre otros y que ya sea por las personas que acudirán a la misma o por el valor y la carga emotiva que uno mismo le ponga a una de estas.

Convención.- Es la reunión de especialistas o fanáticos de un tema determinado que fijan un punto y una fecha de encuentro para intercambiar ideas, análisis, opiniones, materiales sobre el tópico en cuestión.

Coordinador.- Persona que coordina el proceso del diseño, planificación y producción de congresos, festivales, ceremonias, fiestas, convenciones, u otro tipo de reuniones, cada una de las cuales puede tener diferentes finalidades.

Decoración de eventos.- Tiene como fin servir a aquellas empresas líderes del mercado que requieren de encontrar en un solo lugar todos aquellos elementos necesarios para hacer de sus eventos un suceso a la altura de su imagen corporativa.

Eficiencia.- Capacidad de disponer de alguien o de algo para conseguir un efecto determinado. Capacidad o habilidad que puede demostrar una persona, un animal, una máquina, un dispositivo o cualquier elemento para obtener determinado resultado a partir de una acción.

Espectáculos.- Conjunto de actividades profesionales relacionadas con esta diversión. Algunos programas de televisión que ofrecen un importante despliegue visual, técnico y de recursos humanos, casi como el que se puede montar en cualquier gran escenario.

Evento.- Suceso importante y programado, de índole social, académica, artística o deportiva. Desarrollados en un lugar y fechas específicas. Tienden a realizarse en una ocasión especial y que tienen un significado de ritual.

Festejo.- Regocijos públicos que se manifiesta en una reunión de gente para celebrar algún suceso, o simplemente para divertirse.

Organizador.- Que organiza o tiene especial aptitud para organizar.es quien establecer o reformar algo para lograr un fin, coordinando las personas y los medios adecuados.

Proveedor.- Persona o empresa que provee o abastece de todo lo necesario para un fin a grandes grupos, asociaciones, comunidades, etc.

Protocolo.- El término protocolo engloba varias acepciones, en tanto, la más familiar y de corriente uso por el común de la gente se refiere al conjunto de conductas y reglas que una persona deberá observar y respetar cuando se mueva en determinados ámbitos oficiales ya sea por una cuestión de circunstancia especial o bien porque ostenta algún cargo que lo lleva a transitar por estos.

Recordatorio.- Aviso, advertencia, comunicación u otro medio para hacer conocer un evento por lo que general se utilizan los medios escritos (revistas y periódicos) o radiales para este fin.

Recreación

Diversión para alivio del trabajo. Se entiende por recreación a todas aquellas actividades y situaciones en las cuales esté puesta en marcha la diversión, como así también a través de ella la relajación y el entretenimiento.

## **2.4 HIPOTESIS Y VARIABLES**

### **2.4.1 Hipótesis General**

El desarrollo de una empresa una Organizadora de Eventos personalizados mejorara el Impulso Turístico y Sustentable de la Ciudad de Milagro.

### **2.4.2 Hipótesis Particulares**

La existencia de una organizadora de eventos personalizados mejorara el turismo comercial de la ciudad de milagro.

La realización de eventos personalizados elevara los niveles de satisfacción de las personas.

La existencia de una empresa Organizadora de Eventos personalizados tendrá su influencia sobre la demanda para el desarrollo turístico y sustentable de la Ciudad de Milagro.

Contar con todos los servicios necesarios en una sola empresa optimizara el desarrollo de los festejos personalizados.

### 2.3.3 Declaración de las variables

**Cuadro 1:** Declaración de las variables

<b>Variable independiente</b>	<b>Variable dependiente</b>
Instalación de una empresa organizadora	Satisfacción de la demanda
Inversión en negocios que realizan eventos	Movilización de personas a otras ciudades
Una infraestructura adecuada	Desarrollo de celebraciones
Asesoramiento profesional en realización de eventos	El tiempo de los clientes

Elaborado por:.

### 2.3.4 Operacionalización de las variables

**Cuadro 2:** Operacionalización de las variables

<b>VARIABLES</b>	<b>TIPO</b>	<b>DEFINICIÓN</b>	<b>INDICADORES</b>
<b>Instalación de una empresa organizadora</b>	.V. I	Acción o efecto de dirigir programar u organizar un suceso importante y programado, de índole social, académica, artística o deportiva	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de mercado</li> </ul>
<b>Satisfacción de la demanda</b>	.V.D	cumplimiento de sosegar las necesidades de una persona o sociedad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ecueta</li> </ul>
<b>Inversión en un negocio que ofrezca productos y servicios para la realización de eventos sociales</b>	V.I	Emplear, gastar, colocar un caudal poco dinero en algún tipo de negocio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de mercado</li> </ul>
<b>Infraestructura adecuada</b>	V.I	Sitio o espacio apropiado para algo específico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de mercado</li> </ul>

<b>Asesoramiento profesional</b>	V.I	Esperanza o posibilidad de conseguir una cosa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta</li> </ul>
<b>Movilización de las personas a otras ciudades</b>	V.D	Fuga De Divisas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de Mercado</li> </ul>
<b>Desarrollo de celebraciones</b>	V.D	Festejos y ceremonias realizadas por sucesos que se consideran importantes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de Mercado</li> </ul>
<b>El tiempo de los clientes</b>	V.D.	Medida por el cual se calcula de lo que dura algo que es susceptible de cambio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta</li> </ul>

## **CAPITULO III**

### **MARCO METODLOGICO**

#### **3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

##### **Investigación Descriptiva**

El objetivo de la investigación descriptiva radica en adquirir conocimiento de las condiciones, tradiciones y cualidades dominantes de las variables a investigar a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. No se limita a la mera recolección de los datos en la investigación sino más bien a la identificación de las particularidades e inter relación de las variables, para establecer una hipótesis o teoría, exponiendo y resumiendo la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.

##### **Investigación cuantitativa**

La investigación cuantitativa es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables. La cuantitativa estudia la asociación o relación entre variables cuantificadas y la cualitativa lo hace en contextos estructurales y situacionales. La investigación cuantitativa trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede. Tras el estudio de la asociación o correlación pretende, a su vez, hacer inferencia causal que explique por qué las cosas suceden o no de una forma determinada.

## **Investigación no experimental**

La investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, es investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlo.

### **3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA**

#### **3.2.1 Características de la Población**

La característica de la población que se tomara en cuenta para el cálculo de la muestra con la que se realizara el estudio de mercado, será la toda la población económicamente activa del cantón Milagro sean estas personas naturales o jurídicas, que acostumbren realizar celebraciones.

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

Personas que habitan la Canton Milagrosin ningún tipo de discriminación. Por lo expuesto se ha decidido tomar una muestra representativa de ésta población, y considerando que se ha podido determinar la población económicamente activa en un numero de 104,375 de dicho cantón y utilizaremos la formula finita.

Según el último Censo de Población y Vivienda realizado por el INEC, el 28 de noviembre del 2010, el cantón Milagro tiene una población de 166.634 habitantes de los cuales 83,241 son hombres y 83,393 son mujeres.

#### **3.2.3 Tipo de muestra**

La muestra elegida para el presente estudio será la probabilística ya que al seleccionarse todos los sujetos tienen la misma posibilidad de ser elegidos los cuales se ha estratificado en la población económicamente activa que comprenden las edades de 15 a 64 años del cantón Milagro de los cuales se podrá obtener una gran riqueza de información para su recolección y análisis de datos.

#### **3.2.4 Tamaño de la muestra**

Se utilizará la siguiente fórmula ya que la población es finita

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

Donde:

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población

Z: Nivel de confianza; para el 95% Z= 1.96

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

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

E: Error de la estimación, por lo general se considera el 5%; en este caso E=0,05

$$n = \frac{104,375 (0.5)(0.5)}{\frac{(104,375 - 1)(0.05)^2}{1.96^2} + (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{26,093.75}{\frac{(104,374)(0.0025)}{3.8416} + (0.25)}$$

$$n = \frac{26,093.75}{68.173521}$$

$$n = 371$$

El número de encuestas necesarias para realizar la investigación será de 382.

### 3.2.5 Proceso de selección

El proceso a utilizar será el de tómbola, ya que el ciudadano a realizar la encuesta será elegido al azar.

### 3.3 MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

Métodos teóricos

Método Hipotético-Deductivo: Un investigador propone una hipótesis como consecuencia de sus inferencias del conjunto de datos empíricos o de principios y leyes más generales. En el primer caso arriba a la hipótesis mediante procedimientos inductivos y en segundo caso mediante procedimientos deductivos. Es la vía primera de inferencias lógico deductivo para arribar a conclusiones particulares a partir de la hipótesis y que después se puedan comprobar experimentalmente.

Este método será aplicado al momento después de realizada la encuesta, ya que permitirá analizar si las hipótesis hechas con anterioridad son reales.

Método Inductivo deductivo: El proceso de inferencia inductiva consiste en exhibir la manera cómo los hechos particulares (variables) están conectados a un todo (leyes).

La inferencia deductiva nos muestra cómo un principio general (ley), descansa en un grupo de hechos que son los que lo constituyen como un todo. Ambas formas de inferencia alcanzan el mismo propósito aun cuando el punto de partida sea diferente.

### **Métodos empíricos**

Método de la Observación: Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso a investigar, tomar información y registrarla para su posterior análisis.

Este método en si ha podido ser aplicado a lo largo de la elaboración del proyecto de investigación, pero ahora lo será más ya que ayudara a observar el problema en forma más detallada.

### **Técnicas e instrumentos**

La técnica que se empleará será la encuesta, que es un estudio observacional en el cual el investigador no modifica el entorno ni controla el proceso que está en observación.

Los datos se obtienen a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio, formada a menudo por personas, empresas o entes institucionales, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos.

El investigador debe seleccionar las preguntas más convenientes, de acuerdo con la naturaleza de la investigación.

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

El ingreso de la información obtenida se hará utilizando el programa utilitario Microsoft Excel, mediante técnicas que se lo complementó con gráficas tipo columnas apiladas al 100% .

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

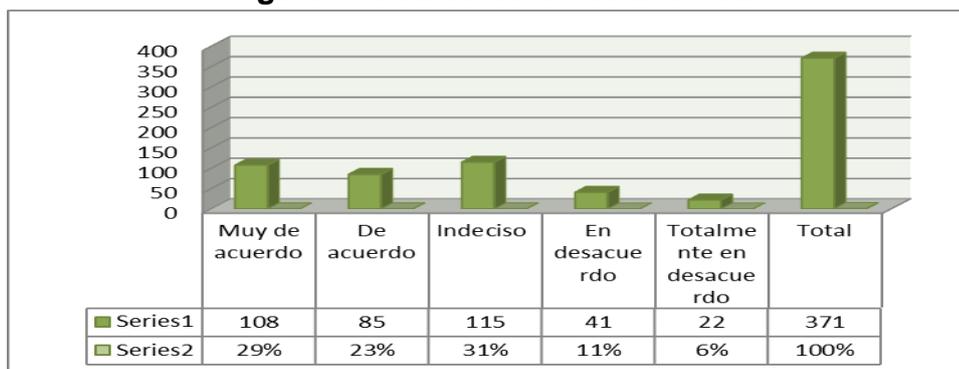
#### 4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

1. ¿Qué tan común lo hacen en su familia la celebración de eventos especiales o fechas importantes?

Cuadro 4 la celebración de eventos

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	108	29%
De acuerdo	85	23%
Indeciso	115	31%
En desacuerdo	41	11%
Totalmente en desacuerdo	22	6%
<b>Total</b>	<b>371</b>	<b>100%</b>

Figura 1 la celebración de eventos



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Evelyn Natalhy Alvarado Flores

#### Análisis

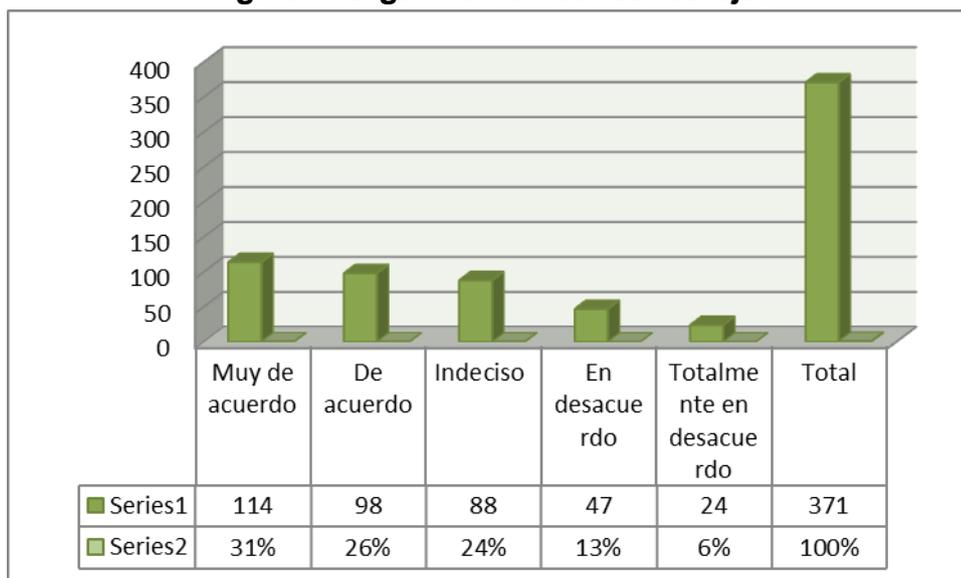
El 31% de las personas se encuentran indecisa en cuanto a la frecuencia en la realización de eventos festivos y fechas especiales, pero muy seguido se encuentra el 29% que está muy de acuerdo lo que nos indica una posibilidad de aceptación el 23% está de acuerdo el 11% se encuentra en desacuerdo y el 6% totalmente en desacuerdo.

2. ¿Ha tenido problemas en la realización de sus festejos al momento de organizarlos?

**Cuadro 5** Organización de los festejos

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	114	31%
De acuerdo	98	26%
Indeciso	88	24%
En desacuerdo	47	13%
Totalmente en desacuerdo	24	6%
<b>Total</b>	<b>371</b>	<b>100%</b>

**Figura 2** Organización de los festejos



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Evelyn Natalhy Alvarado Flores.

**Análisis**

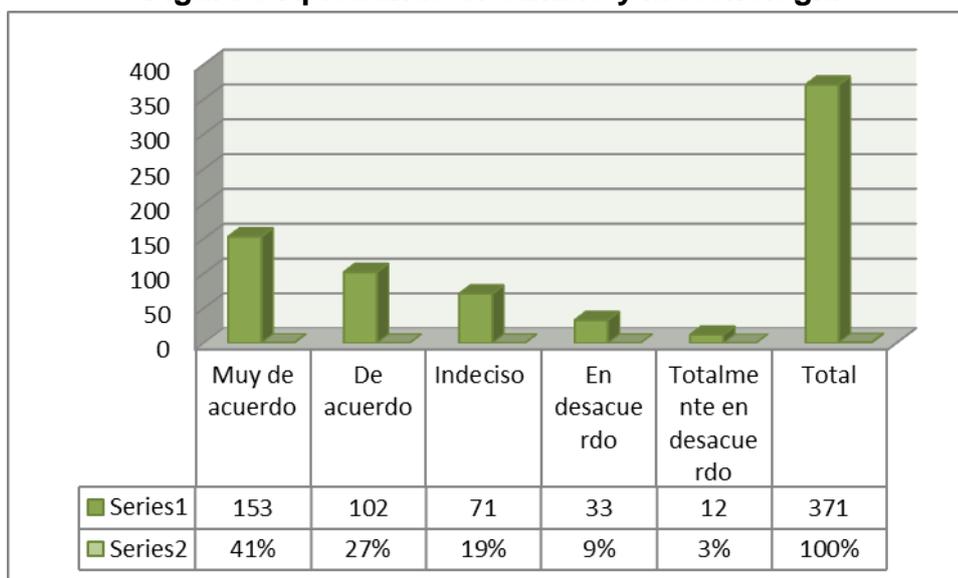
El 31% está muy de acuerdo el 26% está de acuerdo el 24% está indeciso el 13% se encuentra en desacuerdo y el 6% está totalmente en desacuerdo lo que nos indica los resultados es que la mayoría está muy de acuerdo con que el con la presencia de inconvenientes o problemas al momento de realizar un festejo o la celebración de alguna fecha importante en su familia.

3. ¿ En el cantón Milagro no existe un lugar donde Ud. pueda encontrar todo tipo de producto y servicio para poder organizar sus eventos?

**Cuadro 6** Aprobando el cambio y la tecnología

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	153	41%
De acuerdo	102	27%
Indeciso	71	19%
En desacuerdo	33	9%
Totalmente en desacuerdo	12	3%
<b>Total</b>	<b>371</b>	<b>100%</b>

**Figura 3** Aprobando el cambio y la tecnología



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Evelyn Natalhy Alvarado Flores.

### Análisis

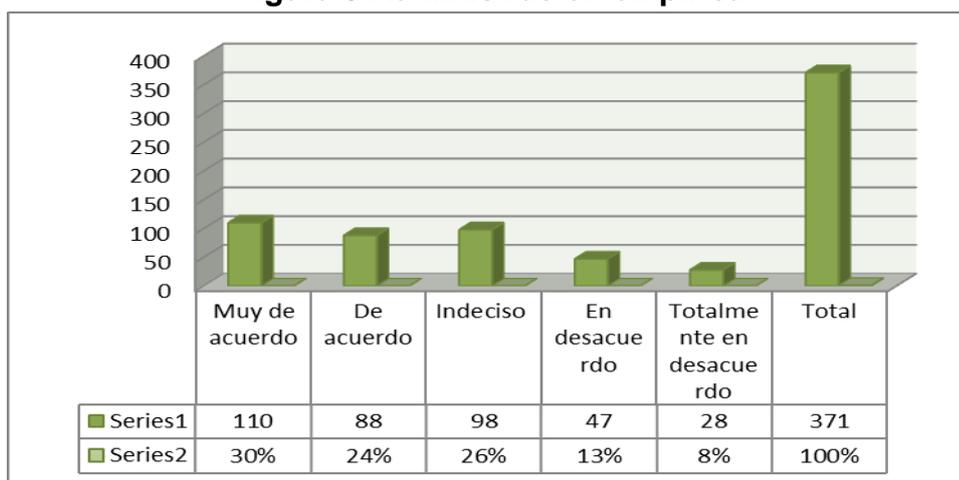
El 41% está muy de acuerdo el 27% está de acuerdo el 19% está indeciso el 9% se encuentra en desacuerdo y el 3% está totalmente en desacuerdo en conclusión podemos observar que la mayoría de las personas encuestadas conocen la necesidad que existe al no poder encontrar toso los servicios y productos para la organización de un evento o festejo familiar.

4. ¿considera Ud. que el servicio que ofrecen las organizadoras de eventos del cantón no son totalmente satisfactorio?

**Cuadro 7** Administración empírica

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	110	30%
De acuerdo	88	24%
Indeciso	98	26%
En desacuerdo	47	13%
Totalmente en desacuerdo	28	8%
<b>Total</b>	<b>371</b>	<b>100%</b>

**Figura 5** Administración empírica



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Evelyn Natalhy Alvarado Flores.

**Análisis**

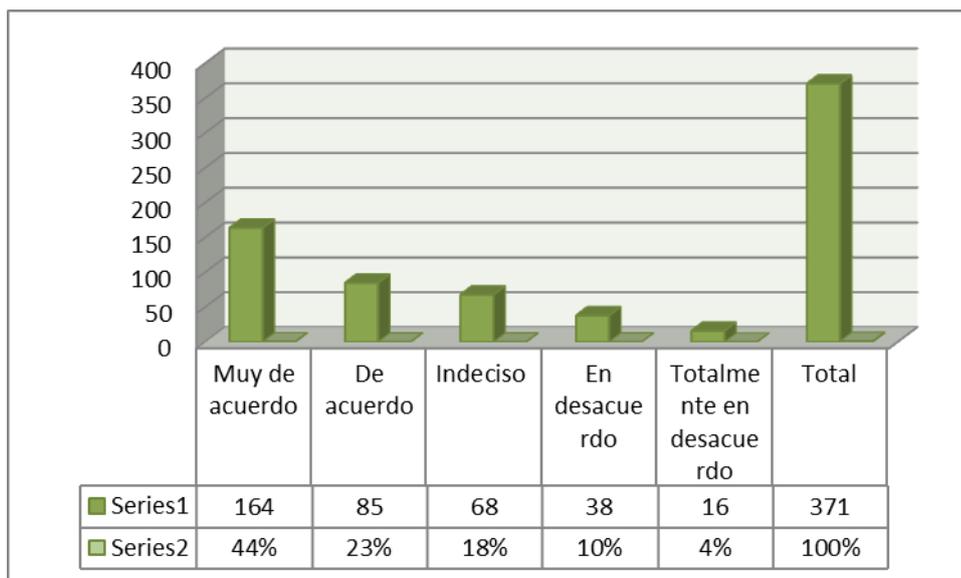
El 30% está muy de acuerdo el 24% está de acuerdo el 26% está indeciso el 13% se encuentra en desacuerdo y el 8% está totalmente en desacuerdo los resultados obtenidos demuestran que se no se encuentra totalmente satisfecho con el servicio que ofrecen las organizadoras de eventos del cantón.

5. ¿Considera que la falta de una organizadora de eventos personalizados afecta el desarrollo socio económico y sustentable del canto?

**Cuadro 8** Falta de preparación y capacitación

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	164	44%
De acuerdo	85	23%
Indeciso	68	18%
En desacuerdo	38	10%
Totalmente en desacuerdo	16	4%
<b>Total</b>	<b>371</b>	<b>100%</b>

**Figura 6** Falta de preparación y capacitación



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Evelyn Natalhy Alvarado Flores.

**Análisis**

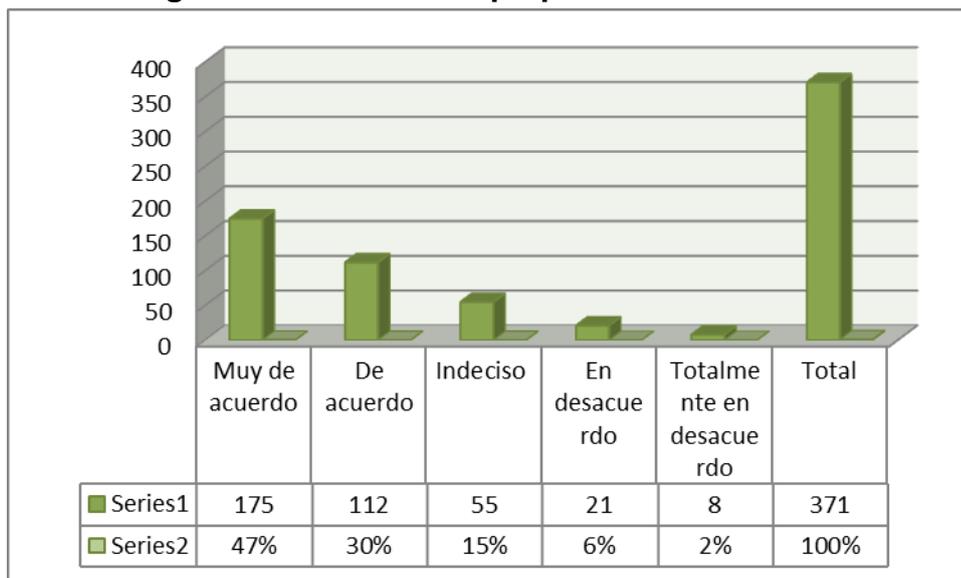
El 44% está muy de acuerdo el 23% está de acuerdo el 18% está indeciso el 10% se encuentra en desacuerdo y el 4% está totalmente lo que muestra que los encuestados Considera que la falta de de una organizadora de eventos personalizados afecta el desarrollos socio económico y sustentable del canto.

6. ¿Cree Ud. que la existencia de una empresa organizadora de eventos personalizados influirá en el desarrollo turístico del cantón?

**Cuadro 9** El acceso a la preparación académica

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	175	47%
De acuerdo	112	30%
Indeciso	55	15%
En desacuerdo	21	6%
Totalmente en desacuerdo	8	2%
<b>Total</b>	<b>371</b>	<b>100%</b>

**Figura 7** El acceso a la preparación académica



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Evelyn Natalhy Alvarado Flores.

**Análisis**

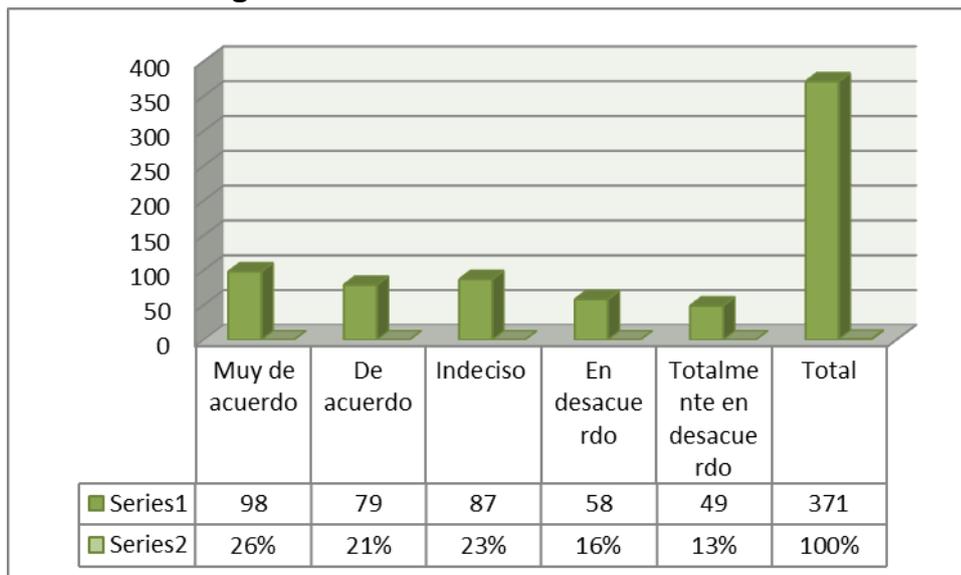
El 47% está muy de acuerdo el 30% está de acuerdo el 15% está indeciso el 6% se encuentra en desacuerdo y el 2% está totalmente en desacuerdo podemos evidenciar que la mayoría está de acuerdo en que la existencia de una empresa organizadora de eventos personalizados influirá en el desarrollo turístico del cantón.

**7. ¿Considera Ud. que los servicios informales de organización de eventos afectan la satisfacción de la organización de eventos?**

**Cuadro 10** Altos niveles de informalidad

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	98	26%
De acuerdo	79	21%
Indeciso	87	23%
En desacuerdo	58	16%
Totalmente en desacuerdo	49	13%
<b>Total</b>	<b>371</b>	<b>100%</b>

**Figura 8** Altos niveles de informalidad



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Evelyn Natalhy Alvarado Flores.

**Análisis**

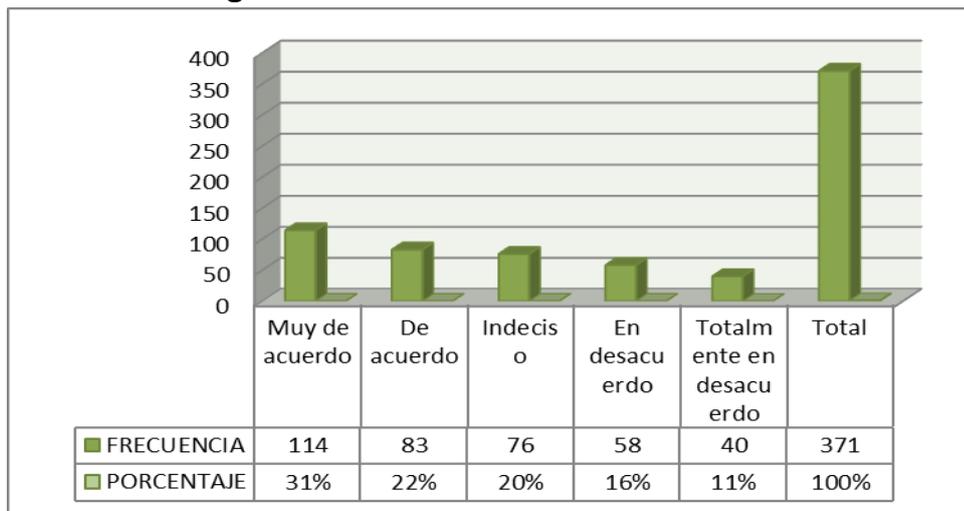
El 26% está muy de acuerdo el 21% está de acuerdo el 23% está indeciso el 16% se encuentra en desacuerdo y el 13% está totalmente en desacuerdo los resultados demuestran que en opinión de los encuestados están de acuerdo en que los servicios informales de organización de eventos afectan la satisfacción de la organización de eventos

8. ¿considera ud que contar con una empresa que ofrezca un servicio de eventos personalizados mejorara el desarrollo de los festejos?

**Cuadro 11** La fidelización de los clientes

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	114	31%
De acuerdo	83	22%
Indeciso	76	20%
En desacuerdo	58	16%
Totalmente en desacuerdo	40	11%
<b>Total</b>	<b>371</b>	<b>100%</b>

**Figura 9** La fidelización de los clientes



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Evelyn Natalhy Alvarado Flores.

**Análisis**

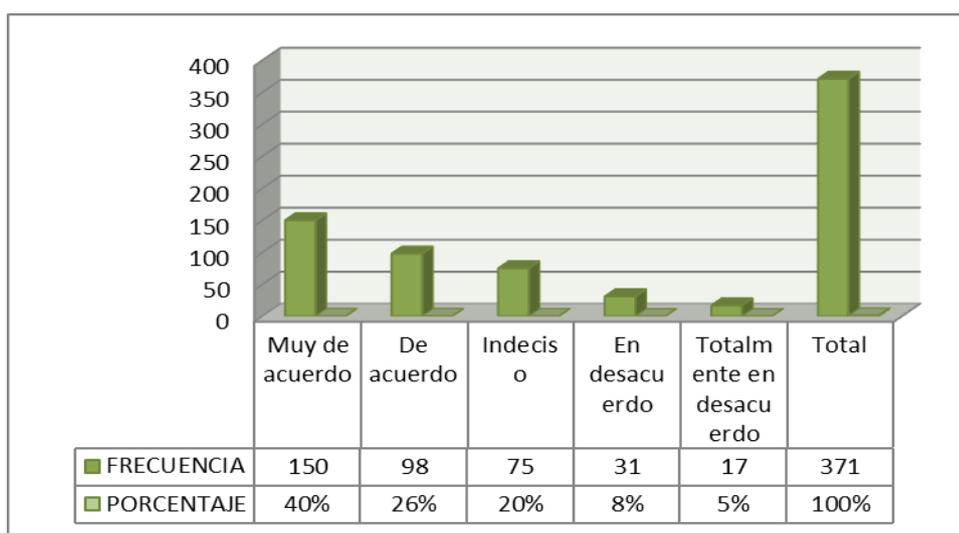
El 31% está muy de acuerdo el 22% está de acuerdo el 20% está indeciso el 16% se encuentra en desacuerdo y el 11% está totalmente en desacuerdo la mayoría de los encuestados opinan que contar con una empresa que ofrezca un servicio de eventos personalizados mejorara el desarrollo de los festejos.

9. ¿Considera Ud. necesario la existencia de una empresa organizadora de eventos personalizados en el cantón Milagro?

**Cuadro 12** El desconocimiento para acceder a créditos

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	150	40%
De acuerdo	98	26%
Indeciso	75	20%
En desacuerdo	31	8%
Totalmente en desacuerdo	17	5%
<b>Total</b>	<b>371</b>	<b>100%</b>

**Figura 10** El desconocimiento para acceder a créditos



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Evelyn Natalhy Alvarado Flores.

**Análisis**

El 40% está muy de acuerdo el 26% está de acuerdo el 20% está indeciso el 8% se encuentra en desacuerdo y el 5% está totalmente en desacuerdo lo que nos demuestra los resultados que es sumamente necesario la existencia de una empresa organizadora de eventos personalizados en el cantón Milagro.

## **4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS**

En este trabajo un estudio sobre los datos que son relevantes en la investigación, se llevó a cabo la misma, ya que se dirige a las personas que viven en el cantón Milagro un número 371, donde se obtuvieron resultados diferentes y podemos concluir que estos resultados son favorables.

Podemos ver que los porcentajes son altos en el gusto de celebrar fechas o eventos en diferentes hogares y, de hecho, importantes esto es beneficioso para lo que quieres hacer realidad o subir en la propuesta, y también podríamos mejorar el servicio ofrecido hasta ahora en el cantón por lo tanto la reducción de los inconvenientes o dificultades que puedan surgir en la organización. Los resultados muestran que las personas quieren estar siempre al tanto de los productos y servicios ofrecidos, porque lo que se necesita para que su evento sea inolvidable y esto depende en parte de los responsables, que demuestren su compromiso y esfuerzo logrando proyectar una buena imagen al público por el hecho de contar con verdaderos profesionales.

Por otro lado, vemos la necesidad de que la gente tenga un excelente servicio y así evitar tener que ir a otros cantones que causan molestias y pérdida de tiempo, por lo que tratamos de mejorar esta situación mediante la colocación de productos y servicios que satisfagan las expectativas de todos los posibles clientes. Además, un factor muy importante es la infraestructura local o adecuada para la atención de los clientes, utilizando, por supuesto, un trato cordial y amable. Los datos revelan que una gran mayoría de los encuestados estaría dispuesta a contratar los servicios de una empresa de organización de eventos para servir mejor a sus clientes, lo que estimula la inversión y ejecución de la empresa.

### **4.3 RESULTADOS**

Con la encuesta realizada a la población del cantón Milagro pudimos observar que aunque no es una actividad exenta de inconvenientes, la rápida evolución del sector y la creciente demanda de este tipo de servicios han hecho que la organización de eventos se convierta en una excelente oportunidad de negocio para aquellos emprendedores que hayan tenido alguna relación con el mismo.

Descubriendo la idea de abrir un centro de eventos sociales, ya que la población siente la necesidad de contar con un lugar que les ofrezca un servicio de excelencia y calidad al momento de organizarlo. También se cree que una de las principales desventajas de la organización de eventos es el exceso de competencia: “El problema es más grave si sólo te dedicas a actos para empresas, porque éste es un mercado más consolidado, con muchas empresas especializadas, y en el que las antiguas agencias de imagen, comunicación y publicidad están diversificando para ofrecer un servicio integral a sus clientes. Por el contrario, las personas físicas ofrecen todavía muchas posibilidades pues representan un mercado poco desarrollado.

La organización de eventos se basa en la confianza y en los contactos. Es fundamental “ganarse la confianza de los clientes y transmitirles que, gracias a tu experiencia, cualquier cosa que te encarguen saldrá bien”. Quien contrata debe percibir que dejar todo en tus manos es mucho mejor que encargarse de hacerlo él mismo y así sólo debe preocuparse de atender a sus invitados.

Las empresas locales existentes que están dentro de esta actividad no brindan el servicio adecuado en cuanto a materiales y asesoría para organizar un evento social, obligando a la ciudadanía a trasladarse hacia otras zonas ocasionando gastos adicionales como de tiempo y dinero; lo que nos motiva a la ejecución de éste proyecto de inversión que les permitirá acceder a diferentes paquetes promocionales de acuerdo a su necesidad.

#### 4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

**Cuadro 13:** Verificación de Hipótesis

HIPÓTESIS	VERIFICACION
<p>El desarrollo de una empresa una Organizadora de Eventos personalizados mejorara el Impulso Turístico y Sustentable de la Ciudad de Milagro</p>	<p>Este hipótesis queda verificada puesto que las preguntas 5 y 6 demuestran que los encuestados opinan que la existencia de una empresa organizadora de eventos personalizados en el cantón Milagro aportara en el desarrollo turístico y sustentable impulsando de esta manera el turismo comercial ya que en esta empresa los clientes encontraran todos los servicios y productos que necesitan para el desarrollo de sus festejos.</p>
<p>La existencia de de una organizadora de eventos personalizados mejorara el turismo comercial de la ciudad de milagro.</p> <p>La realización de eventos personalizados elevara los niveles de satisfacción de las personas.</p> <p>La existencia de una empresa Organizadora de Eventos personalizados tendrá su influencia sobre la demanda para el desarrollo turístico y sustentable de la Ciudad de Milagro.</p> <p>Contar con todos los servicios necesarios en una sola empresa optimizara el desarrollo de los festejos personalizados.</p>	<p>Las preguntas 8 y 9 demuestran que la existencia de una empresa organizadora de los eventos personalizados mejorar el turismo comercial del cantón.</p> <p>Las preguntas 4 y 7 responden ampliamente a esta hipótesis las cuales demuestran que no se encuentran total satisfacción de los servicios y productos que reciben de las empresas organizadoras de eventos.</p> <p>La pregunta 3 y 6 verifican esta hipótesis ya que los encuestados están de acuerdo en que la existencia de una empresa organizadora de eventos ayudaría en el desarrollo turístico del cantón.</p> <p>Las preguntas 1, 2, 8 y 9 verifican esta hipótesis debido a que queda demostrado que existe la necesidad de un empresa organizadora de eventos que permita personalizar los festejos encontrando los productos y servicios necesarios en ese lugar optimizando de esa manera el desarrollo de cualquier acto social.</p>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Evelyn Natalhy Alvarado Flores.

## **CAPITULO V**

### **PROPUESTA**

#### **5.1 TEMA**

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la organización de eventos personalizados en el Cantón Milagro.

#### **5.2 JUSTIFICACIÓN**

Hoy en día más personas y empresas que buscan asesoramiento o la organización de las empresas contratan para realizar cualquier tipo de eventos, con el fin de optimizar su tiempo y satisfacer a sus invitados con un evento que refleja sus emociones antes de cualquier gran evento; que está invertido en mucho tiempo porque tienen que contratar algunos servicios con diferentes proveedores, lo que maximiza la dificultad de organizar cualquier compromiso que las personas están dispuestas a hacer.

Como puede verse a partir de los resultados de las personas de la encuesta de Cantón Milagro no está completamente satisfecho con los servicios que reciben en el campo porque hay que mirar en diferentes lugares las personas que prestan servicios firmes, mesas y manteles alquiler, camareros, música, etc . Exigir a los costos a largo ya veces adicionales, y no siempre son capaces de satisfacer plenamente las necesidades de los clientes.

Este proyecto creará un plan de negocios, así como determinar si es factible o no la creación de una empresa profesional dedicada a la planificación, diseño y organización de eventos de negocios en el cantón Milagro.

Una empresa para ser un líder en el mercado debe proporcionar al cliente un valor añadido a sus servicios, por lo que se pensó para crear una empresa capaz de proporcionar una gama de servicios que otras compañías ofrecen por separado, juntos, para la ciudad Milagro es una empresa que trabaja como intermediario entre los clientes y los proveedores de servicios (vendedores).

Así que la propuesta está plenamente justificada, ya que es un mercado al que se busca cumplir con sus expectativas y necesidades a través de la implementación de una empresa organizadora de eventos para que los servicios y proporcionar todos los productos necesarios para la realización de sus compromisos sociales, comerciales y de negocios , lo que hace necesaria la implementación de estrategias de marketing, análisis de mercado, análisis financiero.

### **5.3 FUNDAMENTACIÓN**

Muchos autores han definido el evento como si debe quedar claro que se trata de un evento, hay una necesidad de explicar con mayor precisión lo que es un hecho, por lo que es necesario analizar la literatura existente sobre el tema.

La mayoría de los textos sobre la organización de eventos plantean de manera muy similar, con variaciones regionales y lingüísticas. Son manuales con formato describir y desarrollar desde el principio hasta el final de la organización de un evento de asumir esta será una exist. Esto es lógico si se hace desde un punto de vista profesional, y un fuerte peso académico. Pero sabemos que es un hecho que el ser de otro modo el éxito es muy poco probable.

La mayoría de los autores tratan los eventos como los procesos que se deben cumplir. La planificación, organización, gestión de eventos, y el control. En términos generales, se hace referencia: los recursos tecnológicos económicos, humanos, y.

Según Getz (2007)<sup>14</sup> “Un evento especial es un evento que se lleva a cabo sólo una vez o con poca frecuencia fuera de los programas o actividades de las personas u organizaciones normales. Para los consumidores o clientes, un evento especial es una oportunidad para el ocio, la experiencia social o cultural fuera del contexto de las opciones normales de la experiencia cotidiana. “pag.9

## **Organización De Eventos**

En las organizaciones contemporáneas, la realización de diferentes tipos de eventos se ha convertido en una forma de compartir los valores y las cuestiones acerca de la cultura y la identidad de los lugares donde se realizan. El éxito de este tipo de eventos especiales depende de una adecuada planificación y coordinación entre todas las partes implicadas de la organización para lograr sus objetivos.

Cuando se habla de eventos en general, debe incluir aquí también a todos los eventos o acontecimientos especiales que tienen lugar a lo largo de nuestra vida social (bodas, cumpleaños, Hospitalidad religiosa, etc.). Que un Evento Corporativo Nos dijo más arriba difiere de todos.

**Un Evento Corporativo** o Evento interno es ese evento o actividad especial que una organización lleva a cabo para cumplir con diferentes objetivos propuestos en ambas comunicaciones externas y personal de comunicaciones.

En la indicación de la organización de eventos corporativos, la combinación de un conjunto de herramientas y técnicas para una organización a estar vinculados a sus diferentes públicos externos e internos, personales y de manera directa con el fin de agregar valor a su imagen corporativa.

**En los eventos generales o “sociales”** el objetivo es, básicamente, para entretener a los amigos para que pretenda proporcionar la mayor comodidad y la diversión y la familia. Eventos corporativos también tienen y deben abordar estos temas - en definitiva son los que será la memoria de la audiencia con un montón de anécdotas compartidas por todos.

---

<sup>14</sup>GUETZ, Donald: *Gestión de Eventos y Turismo de Eventos*; 2da edición, New York U.S.A, 2007

Pero a diferencia de los eventos sociales, eventos corporativos requieren que ese bienestar está vinculado a objetivos más profundos que comparten valores y experiencias. Por lo tanto, además de pasar un rato agradable con colegas, socios y público en general, se ha estado trabajando en la optimización de la imagen y la identidad de nuestra organización.

Algunos de estos tipos son Eventos Corporativos: reuniones de empresa, reuniones, simposios, conferencias, congresos, convenciones, exposiciones, ferias, jornadas, mesas redondas, paneles, seminarios, simposios, talleres, etc

El valor principal de estos eventos no es tanto su difusión a través de los medios de comunicación, y la posibilidad que ofrece a las organizaciones y sus públicos para establecer un contacto directo y sin intermediarios en un marco que promueva la consolidación de los lazos.

En este contexto hay que tener en cuenta que cualquier evento corporativo organizamos requerirá un gran trabajo y compromiso de todo el equipo que trabaja en su organización, así como una planificación cuidadosa en la que los objetivos propuestos con el evento corporativo es hacer explícita la viabilidad y viabilidad de la implementación de este evento y los costos y beneficios ese mismo informe a la organización.

Así, un planificador de eventos debe ser capaz de llevar a cabo la planificación, la gestión y la programación de un evento, y una estrategia adecuada para los negocios y la comunicación social desde la concepción hasta la evaluación a través del diseño, la implementación, la gestión financiera y logística propia respuesta a las directrices ceremoniales y de protocolo de cada uno de los tipos de eventos que hemos mencionado antes.

## **5.4 OBJETIVOS**

### **5.4.1 Objetivo General de la Propuesta**

Implementar una empresa organizadora de eventos personalizados y temáticos en Cantón Milagro mediante un estudio de mercado para satisfacer la demanda del sector.

## 5.4.2 Objetivo Específico de la Propuesta

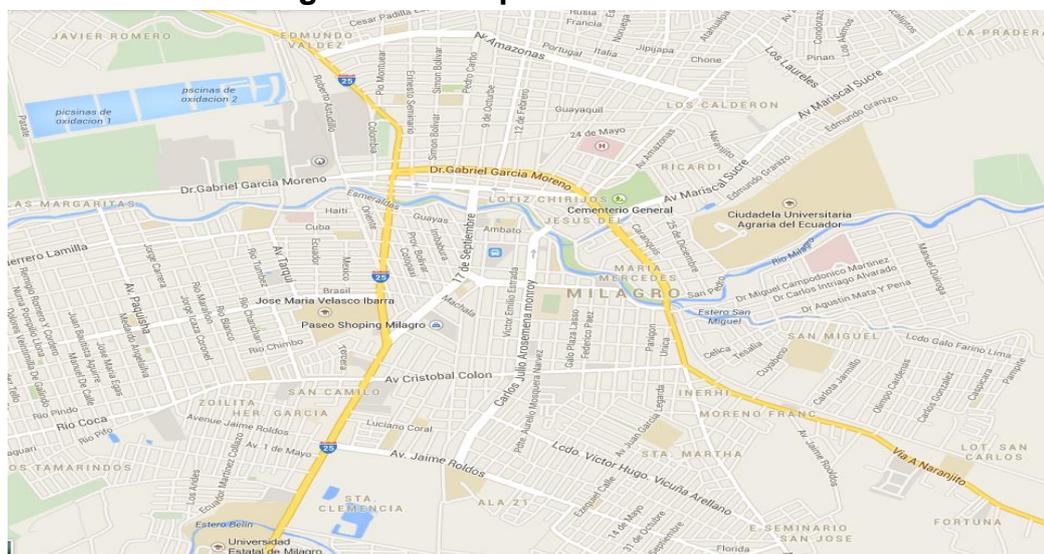
- Desarrollar un estudio de mercado para establecer la demanda insatisfecha proyectada para la organización de servicios de eventos sociales en el cantón Milagro.
- Identificar los hábitos de consumo de la población para proporcionar personalizado y capaz de satisfacer todas las necesidades y expectativas de los clientes potenciales.
- Crear una imagen de marca para el servicio de organización de eventos sociales en Cantón Milagro con el fin de ganar cuota de mercado frente a los competidores.
- Determinar el nivel de ingresos de los clientes potenciales para definir el precio que estarían dispuestos a pagar por el servicio ofrecido.
- Lograr atraer a nuestro mercado objetivo a través de los precios atractivos que se obtendrán a través de estrategias de negociación con diferentes proveedores.

## 5.5 UBICACIÓN

*Las oficinas se localizarán en una de las calles comerciales de Cantón Milagro como las agencias bancarias y reconocida casa de Cantón se encuentra cerca para que los clientes potenciales para contactar con nosotros.*

*La dirección específica es: Av. Colon y Carlos Julio Arosemena.*

**Figura 11: Croquis de la ubicación**





## Factibilidad Económica

El Cantón Milagro basa su economía en actividades agrícolas, cultivos permanentes como la caña de azúcar, café, cacao, plátanos, etc. Hay industrias derivadas de la producción de caña de azúcar, tales como las dedicadas a la fabricación de azúcar morena, miel, jugo de caña y brandy. El comercio es la segunda más alta de movimiento. 38% de su población es económicamente activa.

### Análisis de los factores internos y externos FODA

Cuadro 14: Análisis Interno y Externo

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<p>F1- Primeros en ofrecer los servicios en el Milagro un servicio personalizado y temático.</p> <p>F2- Contar con personal capacitado</p> <p>F3-Ubicación estratégica</p> <p>F4- Dinamismo y buena relación con los proveedores.</p> <p>F5- Conocimientos en la aplicación de técnicas de marketing.</p>	<p>D1-Nuevos en el mercado</p> <p>D2-Desempeño bajo presión</p> <p>D3- Falta de infraestructura</p> <p>D4- Decisiones erradas a causa de imprevistos en el desarrollo de los eventos.</p> <p>D5-Riesgo de no cumplir con lo requerido por el cliente.</p>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<p>O1- Creciente demanda del mercado.</p> <p>O2-Conocimiento del mercado objetivo.</p> <p>O3- Diferenciación en la calidad del servicio con relación a la competencia.</p> <p>O4- Vinculación con empresas del cantón.</p> <p>O5- Ampliación del negocio.</p>	<p>A1- Suspensión de eventos</p> <p>A2- Variaciones climáticas que afecten la realización de los eventos al aire libre.</p> <p>A3- Informalidad de los proveedores.</p> <p>A4- Complejidad de servicios en lugares poco usuales.</p> <p>A5- Presencia de nuevos competidores.</p>

## MATRIZ FODA DODA

Cuadro 15: Matriz FOFA-DODA

<p><b>Internas</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Externas</b></p>	<p><b>Fortalezas</b></p> <p>F1- Primeros en ofrecer los servicios en el cantón Milagro un servicio personalizado y temático.</p> <p>F2- Contar con personal capacitado</p> <p>F3-Ubicación estratégica</p> <p>F4- Dinamismo y buena relación con los proveedores.</p> <p>F5- Conocimientos en la aplicación de técnicas de marketing.</p>	<p><b>Debilidades</b></p> <p>D1-Nuevos en el mercado</p> <p>D2-Desempeño bajo presión</p> <p>D3- Falta de infraestructura</p> <p>D4- Decisiones erradas a causa de imprevistos en el desarrollo de los eventos.</p> <p>– D5-Riesgo de no cumplir con lo requerido por el cliente.</p>
<p><b>Oportunidades</b></p> <p>O1- Creciente demanda del mercado.</p> <p>O2-Conocimiento del mercado objetivo.</p> <p>O3- Diferenciación en la calidad del servicio con relación a la competencia.</p> <p>O4- Vinculación con empresas del cantón.</p> <p>– O5- Ampliación del negocio.</p>	<p>Aplicación de incentivos al personal de para mantenerlos motivados.</p> <p>Dar a conocer al nuestros clientes potenciales de los beneficios de adquirir nuestros servicios.</p> <p>Expandir nuestro mercado con la instalación de nuevas sucursales.</p>	<p>Capacitar constantemente al personal.</p> <p>Mejorar el diseño, y la planificación, acorde a las últimas tendencias.</p> <p>Mantenerse actualizados en gustos musicales y la aparición de nuevas tecnologías en luces, laser, etc.</p>
<p><b>Amenazas</b></p> <p>A1- Suspensión de eventos</p> <p>A2- Variaciones climáticas que afecten la realización de los eventos al aire libre.</p> <p>A3- Informalidad de los proveedores.</p> <p>A4- Complejidad de servicios en lugares poco usuales.</p> <p>– A5- Presencia de nuevos competidores</p>	<p>Implementar un plan estratégico de marketing.</p> <p>Utilización de medios de comunicación masiva, radio, presa, etc.</p> <p>Desarrollar nuevos paquetes promocionales.</p>	<p>Segmentación de mercado y reconocer los gustos y preferencias.</p> <p>Realizar convenios con las diferentes empresas existentes en el sector.</p>

## 5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

La función principal de este proyecto es crear una empresa a través de la organización y el diseño convertido en el evento codiciado por todas las personas y empresas en una realidad y que su evento es deseada por todos. De esta manera usted ahorrará tiempo a los clientes y ampliar las oportunidades de negocio para los proveedores.

Este proyecto ofrece una solución para nuestro mercado objetivo para una mayor comodidad y seguridad al realizar todo tipo de eventos, ya sean: celebraciones, fiestas de quince, bodas bautizos, cumpleaños, aniversarios, conferencias, convenciones, conferencias, simposios, presentaciones de productos, campañas de publicidad, seminarios, etc.

Nacido de la idea del proyecto para proporcionar una alternativa diferente a todas aquellas personas y empresas que deseen hacer sus celebraciones o eventos sociales y corporativos, ofreciendo un servicio personalizado para coordinar cada uno de los detalles involucrados en la organización de un evento, incluyendo que se incluyen los siguientes:

- Coordinación de la decoración de flores, banquetes, música y toda la logística necesaria para el evento.
- Contratación de habitaciones en hoteles, clubes y salas de conciertos para seminarios, lanzamientos de productos, cócteles, etc.
- Alquiler de equipos audiovisuales.
- Coordinación de la iluminación.
- Contratar o promueven modelos de acuerdo con el tipo de evento que se celebrará.
- Y en el caso de un lanzamiento de producto, coordinación de material promocional.
- Servicio de Catering etc.

El mercado actual no cumple integral y de manera profesional la demanda de servicios que se originan en la organización completa de un evento en el que el interesado desea recibir todos los consejos, servicios y productos que usted necesita para llevar a cabo la actividad deseada de acuerdo a sus necesidades, gustos y preferencias.

## **PLANEACION ESTRATEGICA**

Dada la importancia de la planificación en la organización de cualquier evento, a través de la creación de una empresa que cumple con los requisitos orientados a planificar, diseñar, resolver y controlar todos los detalles de los usuarios afectados que llevan a cabo un evento, este proyecto tiene como objetivo reunir a nivel profesional, mejorar y fortalecer la organización de eventos.

### **Visión:**

Al ser una empresa que lidera la organización de eventos locales, siempre proporcionando un excelente servicio a superar las expectativas de nuestros clientes, proveedores y empleados, la difusión de la profesionalidad de quienes la componen.

### **Misión:**

Ayudar en la organización de eventos dirigidos a Cantón Milagro, ofreciendo a los clientes un servicio: la calidad, la eficiencia y el profesionalismo buscando satisfacer a nuestros usuarios.

### **Valores:**

Los valores corporativos son elementos de la cultura empresarial, específicos para cada empresa, teniendo en cuenta sus características competitivas, las condiciones ambientales, la competencia y las expectativas de los clientes y de sus propietarios, por lo que hemos optado por comprometerse y dar a conocer los siguientes valores.

**Calidad:** En todos los productos que presentamos al público.

**Puntualidad:** En la entrega de pedidos a nuestros clientes y nosotros mismos.

**Innovación:** Continuando con nuestras estrategias y nuestros procesos de trabajo.

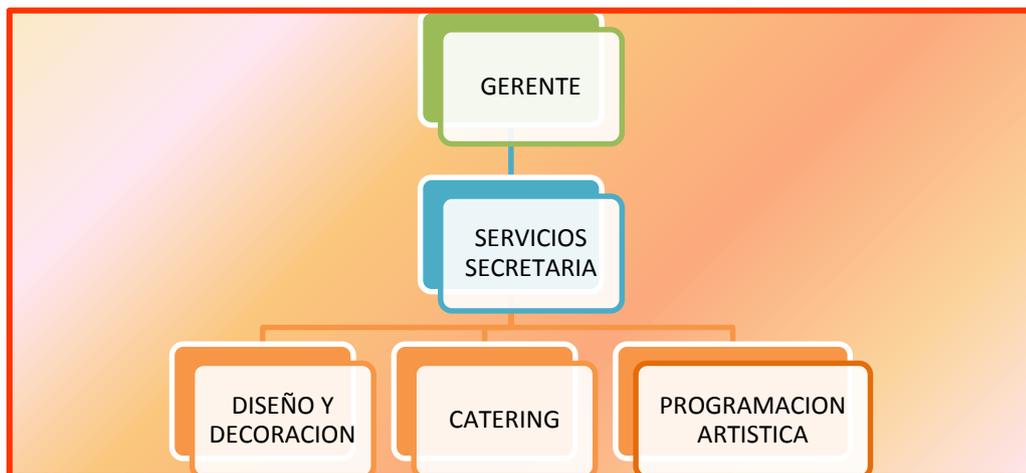
**Responsabilidad Social:** Hacer nuestro trabajo, cumplir el acuerdo con nuestros clientes y proveedores.

**Confianza:** Vamos a hacer nuestro trabajo de la mejor manera, con el fin de satisfacer a cada uno de nuestros clientes.

**Compromiso:** Con nuestros clientes, proporcionando un servicio de calidad, proporcionando una mejora en su dieta, junto con el cuidado del medio ambiente, respetando y cumpliendo todas las normas establecidas para el cuidado de esta.

### Forma de Organización

Figura 14: Estructura organizacional



Elaborado por: Elaborado por: Alvarado Flores Evelyn Natalhy

## **Estructura Organizacional:**

**Gestión:** objetivos de gestión administrativa de esta área es proporcionar el adecuado control y gestión de apoyo logístico, operativo, administrativo para el funcionamiento de la empresa, estando a cargo de un gerente general.

**Servicios:** El objetivo principal de este departamento es proporcionar eficiente y eficaz cada una de las actividades llevadas a cabo en los distintos eventos, para que los que están bajo la coordinación de un gestor de eventos, que es responsable de los contratos de los distintos servicios de la optimización de recursos y materiales utilizado en diferentes áreas, de las cuales las siguientes se derivan.

**Diseño y decoración:** el personal de este departamento se encargará de la logística, el paisaje, la ubicación de las mesas y la distribución del espacio.

**Catering:** El personal de este departamento es responsable de la realización de los menús para eventos, camareros de distribución de bebidas de la organización.

**Artes Programación:** departamento de programación artística responsable de la contratación, orquestas, bandas, coreógrafos, modelos de grabación y edición de vídeo de la música y los recuerdos fotográficos.

**Contabilidad:** El departamento de contabilidad es responsable de llevar a cabo la recepción y verificación de los documentos de ingresos y gastos de la empresa, el pago de proveedores y empleados, etc.

**Secretario:** será responsable de servir directamente a los clientes y proporcionar toda la información requerida por ellos, también deben presentarse y hacer todo lo solicitado por sus superiores.

Cuadro 16: Manual de funciones gerente

<b>Manual De Funciones</b>	
<b>CARGO:</b>	Gerente
<b>AREA:</b>	Administrativa
<b>SE REPORTA A:</b>	Presidente
<b>SUPERVISA A:</b>	Contador, área de servicio
<p><b>FUNCION PRINCIPAL</b></p> <p>Representar a la empresa en todos los contratos con los clientes en relación con el objeto de la sociedad, también convoca y preside las reuniones de la Junta Directiva. El Presidente es el representante Legal de la Coalición Empresarial, para todos los actos judiciales y extrajudiciales. Ascender a los miembros del directorio y designar a sus reemplazantes.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ejercer la representación legal de la empresa.</li> <li>• Brindar la completa satisfacción a los clientes interesados en hacer de su evento un éxito.</li> <li>• Seleccionar y contratar un talento humano capacitado, idóneo y eficaz, dentro de una política de seriedad, responsabilidad, cumplimiento e innovación.</li> </ul>	
<p><b>Requisitos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener educación de tercer o cuarto nivel en administración de empresas o talento humano.</li> <li>• Sexo indistinto</li> <li>• Edad entre 28 y 35 años</li> </ul>	

Elaborado por: Elaborado por: Alvarado Flores Evelyn Natalhy

Cuadro 17: Manual de funciones de secretaria

<b>Manual De Funciones</b>	
<b>CARGO:</b>	Secretaria
<b>AREA:</b>	Administrativa
<b>SE REPORTA A:</b>	Contador
<b>SUPERVISA A:</b>	No aplica
<p><b>FUNCION PRINCIPAL</b></p> <p>Brindar a su jefe un apoyo incondicional con las tereas establecida, además de acompañar en la vigilancia de los procesos a seguir en el área de mercadeo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Formular y emitir convocatoria de reuniones así como elaborar el orden del día</li> <li>• Transcribir los diferentes documentos relacionados con la empresa</li> <li>• Atender las llamadas telefónicas al público o funcionarios que se presenten en la oficina</li> <li>• Brindar apoyo a todos los departamentos.</li> <li>• Conocimientos en el área de logística, Créditos, Cobranzas y Atención al Cliente.</li> </ul>	
<p><b>Requisitos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dominio de Windows, Microsoft Office, Star Office, Linux e Internet.</li> <li>• Sexo femenino</li> <li>• Edad entre 22 y 25 años</li> <li>• Buenas relaciones interpersonales. Capacidad de trabajar en equipo y bajo presión.</li> <li>• Estudios superiores en administración o afines</li> </ul>	

Elaborado por: ~~Elaborado por:~~ Alvarado Flores Evelyn Natalhy

## PROCESOS ADMINISTRATIVOS Y LEGALES

Los procesos de este servicio son variados debido a la cobertura de todo lo necesario para la realización de eventos que implica la coordinación de asesor con los clientes para establecer sus necesidades y contribuir con los proveedores para el logro y cumplimiento de los precios fijados por la empresa de acuerdo a los requisitos y los requisitos del cliente.

Dentro de los procesos de organización de un evento que podemos expresar lo siguiente:

**Contratación de lugares para la realización de los eventos:** Sugerir al cliente adecuado con la cantidad de personas y pone el presupuesto del cliente.

**Banquetes:** ayudar a los clientes a seleccionar la mejor opción para catering, buffet, mesa y menaje en general para el evento.

**Decoración:** encontrar la mejor opción cuando se trata de floristerías, decoración con globos, iluminación local. Coordinar las tablas de distribución, ubicación de banners, etc.

**Modelos y promotoras:** se llevará a cabo casting para seleccionar el tipo de modelos o promotores para contratar, de acuerdo con la clase de eventos que se celebrarán.

**Atención personalizada a los clientes durante el evento:** en cada caso siempre será una persona responsable de ver que los requisitos de cada cliente se cumplan plenamente y resolver cualquier problema que pueda surgir durante la ejecución. El proceso de servicio de macro en general es como sigue:

- Recepción de cliente.
- La información sobre los diferentes paquetes que ofrece la empresa.
- Después de que el cliente ha elegido el paquete ideal para su menú de celebración se selecciona, la forma de amenizar el lugar en el que la fecha tendrá lugar los arreglos, etc
- Diseño de la ubicación de las mesas e invitados.

- Organización del evento
- Finalización del contrato.

### **Forma de trabajo**

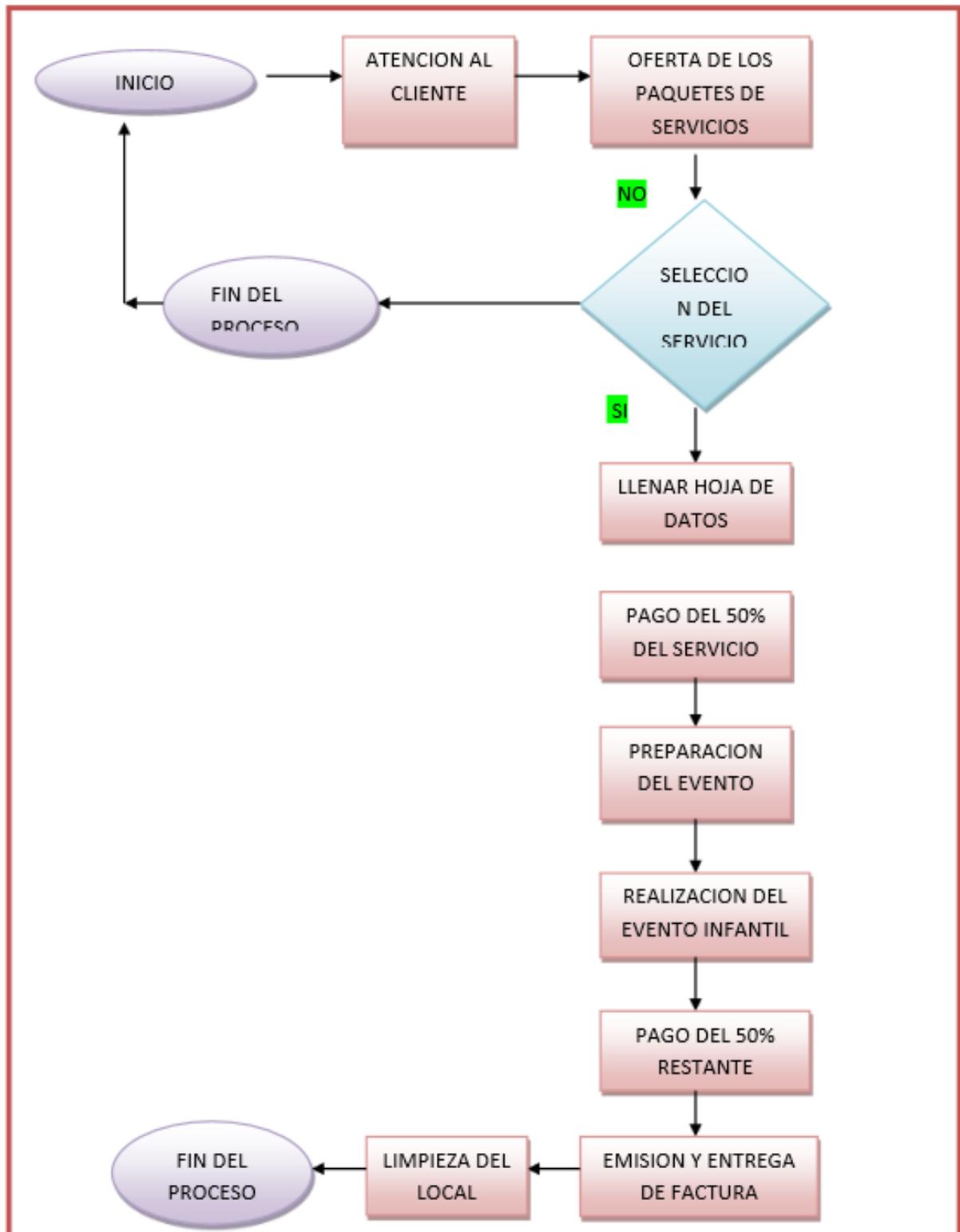
Hemos llevado a cabo una entrevista inicial, sin ningún compromiso, para entender mejor su visión para la ceremonia y celebración; preparar de inmediato una propuesta personalizada a la medida de su presupuesto. Una vez contratados estaremos a su disposición a los clientes 24 horas en toda la preparación del evento.

### **Procesos**

- *Proceso de relación de servicio contractual con el cliente*
  - *Proceso de selección de proveedores*
  - *Proceso de organización de eventos*

Figura 15:

Diagrama de Proceso General del Negocio



Elaborado por: Alvarado Flores Evelyn Natalhy

## Forma de Contratación del servicio de eventos sociales

La forma de prestación de nuestros servicios requieren formales mediante la firma de un contrato que legalmente apoya a las partes a cumplir con todas las condiciones del contrato.

En este tipo de contrato es muy importante tener en cuenta que la cantidad pagada haya sido creado para cumplir con los objetivos, también por haber realizado un trabajo en ciertas horas, para alcanzar los objetivos establecidos para la ejecución de proyectos, con el fin de haber hecho con las tareas de forzar con éxito el pago y establecido proporcional.

Además hay que señalar que se trata de un contrato oneroso y que una de las principales características de este tipo de contrato es que la consideración del pago del precio no se considera como una mercancía, sino como la encarnación es visto como una actividad y se considera como un tipo de contrato.

### Proveedores

La importancia de los proveedores es vital porque tienen un fuerte impacto sobre la oferta de la empresa, siendo capaz de transformar las relaciones que se establecen con ellos una ventaja competitiva depende de un manejo adecuado del precio final del producto, su calidad e incluso su oferta potencial en el mercado.

Cuadro 18: Proveedores

PRODUCTO SERVICIO	NOMBRE	DIRECCIÓN	TELÉFONO
Bocaditos y pasteles	Pastelería Corazón Sr. Jorge Jiménez	Juan Montalvo y 9 de Octubre	0994718889
Bocaditos de sal y dulce y pasteles	Panadería D´ trigo Sr. Martínez Guevara	Juan Montalvo y 9 de Octubre	0985146351
Arreglos de florales	Florería Divino Niño Sra. Irma Guevara	Juan Montalvo y 12 de Febrero	042 971610 098104327
Movilización	Renta Car "Luna" Sr. Galo Luna	Av. 17 de Septiembre	0993097155
Música	Dj. Robinson	Av. Chirijo y El Oro	0980206235

Elaborado por: Alvarado Flores Evelyn Natalhy

Las tácticas de planificación y construcción y las estrategias que llevan a la empresa a cumplir con sus objetivos de posicionamiento y rentabilidad al maximizar las ventas. Dentro de los objetivos de la planificación en el corto, mediano y largo plazo, además de estrategias para cada una de la mezcla de marketing relevante, que permiten desarrollar el producto, determinar el precio, la distribución y la gestión de la promoción surge.

### **Perfil del consumidor**

Análisis de los factores que influyen en los consumidores son social, cultural, demográfica, personal y los factores psicológicos. Este análisis se realiza con el fin de determinar el comportamiento de los clientes y se hace hincapié en los aspectos de la decisión de compra; factores demográficos se analizan dentro de los criterios de selección.

### **Factores Socio-culturales.**

Pertenecen a un entorno familiar, son los padres con la educación terciaria o cuarto nivel, tienen hijos pequeños y se encuentran en un medio de estrato social y medio-alto.

### **Factores Personales**

Incluya las edades 28 hasta 45, tener un trabajo estable es en el sector público o privado, con los recursos para mantener un buen estilo de vida, el tiempo y los recursos dedicados a la diversión y la recreación, de uso especial ciertos artículos tienen hábitos de ahorro y pagos de crédito.

### **Factores Psicológicos**

Los caracteres que motivan el consumo es principalmente productos recreativos cumplen la necesidad de afiliación, tercera etapa de la Pirámide de Maslow <sup>15</sup>, que reconoce que superan las necesidades de seguridad o estabilidad fisiológica y,

---

<sup>15</sup> Abraham Maslow. A Theory of Human Motivation , Jerarquía de las necesidades.

hombre busca satisfacer las necesidades de recreación relacionan familiarmente unirse y fortalecer los lazos emocionales. Otro aspecto psicológico que influye en el consumo es la percepción del cliente del producto o de la necesidad de hacerlo. Después de realizar la investigación.

Entonces usted desea enumerar el turista necesita para adaptarse mejor a los requisitos importantes que tienen un cliente que contrata los servicios de un centro recreativo.

1 En primer lugar está la necesidad básica de seguridad e higiene.

2 En segundo lugar es de fácil acceso.

3 En tercer lugar es la calidad de la experiencia en el establecimiento, ya que el servicio se adquiere.

4 Cuarto clientes consideran este precio acorde con la calidad del servicio prestado.

5 Por último, pero no menos importante, el cliente busca en la empresa tiene una conciencia ambiental y cultural

### **Producto Estratégico:**

La compañía ofrece servicio de diseñar, planificar y organizar de forma exhaustiva todos los eventos sociales y empresariales. Recursos Potencializamos, el costo-beneficio de nuestros clientes para hacer el evento muy atractivo, según las circunstancias y el cumplimiento requerido con los objetivos establecidos para esta realización. Asisten al evento de principio la reordenación, el control y la programación de la elaboración a través de un grupo de profesionales preparados para hacer un evento con eficacia.

Los productos que ofrecemos son:

### **Especialización de eventos sociales como.**

- **EVENTOS EMPRESARIALES:** Decoración completa de la sala; Los camareros, logística interna (Pantalla de proyección, tiza líquida del techo,

marcadores y borrador, rotafolios, podio, micrófonos, puntero láser); Pausa para el café; Almuerzo Ejecutivo; Estación permanente en las bebidas del salón de clases (café, té, agua mineral aromático y chocolate caliente); Bloc de notas y bolígrafos; El fotógrafo y camarógrafo.

- ✓ Acciones Promocionales, Lanzamientos de Productos.
- ✓ Posicionamiento de Marca, Convenciones de Ventas.
- ✓ Seminarios, Cursos Capacitaciones
- ✓ Actividades Recreativas por Navidad y Fin de Año.
- ✓ Cocktails,
- ✓ Desayunos de Trabajo y Aniversarios.

- **MATRIMONIOS:**

- Despedida de soltero / a; Arreglos Flores; Decoración de Iglesia; Los músicos de la ceremonia; Burbujas, mariposas, confeti para la salida de la iglesia; Alquiler de coches y la decoración de la pareja; Arreglos para la sala de fiestas (flores, mesas, sillas, completa la decoración de la habitación); Incluye: Camareros, logística interna, DJ, la recepción; juego de luces, cámara de humo, animador y medianoche espectáculo; El fotógrafo y camarógrafo; Servicio de Buffet; Arreglo de frutas y flores para la mesa de buffet; Una variedad de lujo cubierta de lino; Cubre Silla; Decoración de habitaciones con plantas naturales y tierna.

- **BUATIZOS y PRIMERAS COMUNIONES** : Decoración de la Iglesia; arreglo de sala de fiestas (Flores, mesas, sillas, decoración en general); Los camareros, logística interna, DJ, recepción; Sonido, juego de luces, animador; Fuente de chocolate; Camarógrafo y fotógrafo; Servicio de Buffet; Arreglo de frutas y flores para la mesa de buffet; Una variedad de manteles de lino cubiertas de lujo; Cubre Silla; Decoración sala con plantas naturales

- **QUINCE AÑOS:** Serenata de medianoche; Los arreglos florales en cada mesa de invitados; 2 arreglos florales de pedestal (ingresos de estar); arreglo de sala de fiesta (decoración completa del salón); Los camareros, logística interna, DJ, recepción; Miniteka: sonido, juego de luces, cámara de humo, confeti, animador y la medianoche, mariachis, o grupo vallenato; El fotógrafo y

camarógrafo; Instructor coreografía externalización; Servicio de Buffet; Arreglo de frutas y flores para la mesa de buffet; Una variedad de manteles de lino cubiertas de lujo; Cubre Silla; Decoración sala con plantas naturales.

Creamos eventos especiales que se convierten en una experiencia nueva y única para nuestros clientes. Cada uno de nuestros proyectos es innovador y es por encargo. Nuestros hallazgos son el resultado de horas de trabajo de un equipo profesional participando plenamente en cada evento.

**Los servicios que ofrecemos son:**

**- Catering para celebraciones particulares.**

Contamos con personal altamente capacitado en la elaboración y la preparación higiénica de los alimentos, el personal muy buena presentación y de muy buen sabor, asegurando el cuidado de su salud y el éxito de su evento.

**Precio Estratégicos:** Los precios serán competitivos y consistentes con los niveles y estándares del mercado, y siendo este el único medio que permitirá a la compañía para recaudar ingresos para la organización, fijar los precios dentro de un esquema de costo-beneficio con el fin de obtener rentabilidad y captar la mayor número de clientes potenciales.

Por lo tanto tenemos en cuenta el precio de mercado de los productos y servicios relacionados con los negocios y eventos sociales ofrecidos por otras compañías.

Se establecerán teniendo en cuenta la magnitud del evento y el número de personas que asisten a la misma.

El servicio y los productos son ofrecidos directamente y mediante campañas publicitarias extensas, con el objetivo de posicionarse en la mente del cliente que tendrá que firmar un contrato que especifica los servicios que desean incluir en sus eventos, y dependiendo de la cantidad total, 50 % por adelantado será cancelada, esta fase de la negociación estará en manos del administrador, que llevarán a la cartera de clientes y será responsable de la identificación de las necesidades de los mismos.

Cuadro 19: Lista de precios.

SERVICIOS Y PRODUCTOS	EVENTO PEQUEÑO De 70 a 100	EVENTO MEDIANO De 120 a 200	MAXI EVENTO De 250 a 400
Matrimonios.	1300	2000	3500
Quinceañeras.	1300	2000	3500
Bautizos y comuniones	1300	1500	2500
Acciones Promocionales, Lanzamientos de productos	1500	2200	4000
Posicionamiento de Marca, Convenciones de Ventas.	1000	1500	2000
Seminarios, Cursos Capacitaciones.	800	1600	2200
Cocktails	500	800	1200
Desayunos de Trabajo y Aniversarios	500	800	1200
Catering	15 por persona	12 por persona	----- --

Elaborado por: Alvarado Flores Evelyn Natalhy

### Plaza Estratégica:

Para hacer el servicio a disposición de nuestros clientes objetivo, se utilizarán los canales directos, sin utilizar intermediarios.

La empresa contará con un espacio físico donde se ubicarán las oficinas de los consejeros y diferentes áreas para el desarrollo del servicio. En esto los clientes locales pueden solicitar información y solicitar el servicio.

## Promoción y Publicidad Estratégica.

### Slogan:

“Personal de Ventas. Su toque personal en la celebración de sus eventos”.

### Logotipo:

Figura 16: Logo de la Empresa



Elaborado por: Alvarado Flores Evelyn Natalhy

### Descripción del logo

El logo fue creado con el afán de darle un carácter festivo pero con seriedad, los colores evocan felicidad y diversión, pero también dan la imagen de una empresa honesta y responsable con sus clientes.

### Análisis de los colores

Se ha utilizado en este logo una gama de colores violetas y azules ya que tienen una relación intrínseca con la fantasía, el glamur, y la realeza.

**El morado o violeta:** tiene un carácter especial, casi sagrado en la naturaleza: la lavanda, la orquídea, la lila, la violeta y otras flores son a menudo consideradas delicadas y preciosas. Despiertan la fantasía y la imaginación.

**El azul turquesa:** es un color, que nos anima a empezar de nuevo con fuerzas renovadas e ideas nuevas. Es bueno, para momentos en los que uno se siente solo, nos ayuda a ser más comunicativos, sensibles y creativos.

**El blanco** como fondo, tiene un significado similar a violeta en relación a la nobleza, sino que también cumple el bien, con lo positivo, con la diversión.

**Figura 17:**

**Tarjeta de Presentación**



**Elaborado por: Alvarado Flores Evelyn Natalhy**

**Publicidad radial:** En "PERSONAL EVENTS" adaptarse a las necesidades de nuestros clientes, proporcionando soluciones únicas para sus eventos, proporcionando todo lo necesario para hacer de este un éxito. Planes y organiza de forma exhaustiva todos los eventos sociales y corporativos. Potencializamos recursos a nuestros clientes realizar el evento muy atractivo. Contamos con un selecto grupo multidisciplinario de planificación de eventos,, diseñadores, especialistas en entretenimiento, talentos artísticos creativos que juntos crean las experiencias más extraordinarias para que su estancia aquí sea una experiencia memorable. "

Encuétrenos en Milagro, que se encuentran en la Av Colon y Carlos Julio Arosemena.

Teléfonos: 099-555-5555.

## **Publicidad estática**

Con el fin de promover y convencer a los clientes potenciales a utilizar nuestros servicios y la eficacia de la estrategia publicitaria. La esencia de la práctica colusoria no ha cambiado mucho: una imagen sugerente que atrae la atención del espectador, un lema y el logotipo de la marca locutor. También puede ir acompañada de más o menos texto informativo. Estos carteles han ganado los estadios de fútbol, estadios y carreteras y otros eventos importantes para tomar ventaja de estas dos grandes concentraciones. Ellos fueron llamados como la publicidad estática.

En este caso particular, se han diseñado mallas de rack. A lo largo del Milagro-Miracle y la carretera Milagro Bucay son el mayor número de vehículos.

## **Publicidad escrita**

La publicidad escrita que se publica en los periódicos, revistas, carteles publicitarios, folletos, etc. En un esfuerzo por dar a conocer los servicios de negocio que ofrece, y dirección de contacto. Con este fin, hemos diseñado un esquema donde el respeto se informa todo para realizar actividades de negocios y formas y lugar de contacto. Las publicaciones se realizan principalmente en los periódicos semanales publicados en la comarca: semanario la verdad y el Milagreño.

Figura 18: Publicidad Escrita

**Organización de eventos**

**TEMATICOS Y PERSONALIZADOS**

Personal events

eventos para domicilio, empresas organizadoras de eventos, sociales, empresariales, corporativos, quinceañeras, graduaciones, matrimonios, organizadores de eventos, sociales, salones para eventos sociales, salones, buffet para eventos, Alquiler de mesas

**Tel.: (555) 555 55 55**

DIRECCION: AV COLON Y CARLOS JULIO AROSEMENA

Elaborado por: Alvarado Flores Evelyn Natalhy

### 5.7.1 Actividades

#### PROCEDIMIENTO DE LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

- **Nombre de la empresa:**
- El nombre de nuestra empresa es personal events. Y este se registrará por los principios de apropiación y el carácter distintivo o singularidad, según lo dictado por el art. 16 de la Ley de Sociedades Anónimas.
- **Razón Social:**

La razón social de nuestra empresa es proporcionar a la organización de servicios de eventos sociales y empresariales; citando la emitida en el art. 94 de la Ley de Sociedades, que nos dice que toda la sociedad de responsabilidad limitada puede ser dirigida a los logros de todas las acciones civiles o comerciales.

Esta será Salinas & Mendoza Cía. Ltda

- **Nacionalidad**

La compañía se hallara en territorio Ecuatoriano, en la provincia del Guayas, Cantón Milagro.

- **Objetivo Social**

La compañía se dedica a la prestación de servicio de Organización y diseño de eventos sociales y empresariales. Y catering a domicilio.

- **Dirección**

Dirección: Calle Guayaquil y Pichincha

- **Nombre y domicilio de los socios**

Sr. Mickey Salinas; y Srta. Ariana Mendoza

- **Cuantía**

La cuantía mínima autorizada es de \$ 2000.00 americanos.

Capital autorizado	\$2.000,00
Capital suscrito	\$1.000,00
Capital pagado	\$1.000,00

- **Representación legal**

Sr. Roberto Astudillo, Presidente

- **Representación administrativa**

Srta. Andreina Rosero, Gerente

## **Leyes y Normativas**

La compañía por la Ley de Sociedades Anónimas, el Código de Comercio, Código Civil y otras leyes fiscales de Ecuador se rige.

Usted debe obtener un registro único de contribuyente

Se debe indicar:

- Los anexos de compras y retenciones para otros artículos.
- tasa de dependencia Anexo
- Declaración de las empresas de impuestos
- Declaración de las retenciones salariales
- Declaración de IVA mensual

Usted debe comprar permisos de salud:

- Permite bomberos.
- Permisos Municipales
- El precio de la patente
- Copia de la tarjeta de identificación
- Original y copia de la declaración de la renta
- Copia del RUC
- Copia del certificado de votación
- Solicitud de autorización para la ubicación de un anuncio publicitario.
- Fecha de la Patente Municipal

## **Procedimiento:**

- Lleve a cabo una supervisión adecuada
- Tasa de pago procesadas por la tesorería municipal ventana.
- En una carpeta, adjuntar todos los requisitos y entregar al departamento correspondiente

Después de la debida en los verificadores y de inspección para su aprobación, el usuario debe cerrar en el lapso de 4 días de trabajo para obtener los resultados de su procesado

## **PROTOCOLOS DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS**

El protocolo y la etiqueta principalmente en los eventos sociales son algo muy importante y forman parte de la culturización de la sociedad.

Es por eso que se deben cumplir con ciertas normas estandarizadas en la realización en cada uno de los eventos que se realicen sean estos de índole social, cultural, empresarial, institucional, deportiva, educativo o cívico.

### **Protocolo**

El término protocolo, del Latin "protocollum" que se define como la regla ceremonial, diplomática u oficial que debe seguir una serie de pautas para desarrollar adecuadamente un determinado acto o evento.

Si algo ha desarrollado al hombre ha sido la educación y el protocolo. Desde los tiempos más antiguos conocidos de la existencia de normas sociales y normas de comportamiento, debemos cumplir con ciertos eventos.

### **Protocolo para Invitaciones Formales**

Tarjetas de invitación formales deben cumplir con los siguientes requisitos:

- Las invitaciones pueden estar escritas a mano o impresas, el papel debe ser fino y el tamaño debe ser conforme a las especificaciones de la ocasión.
- Identificar claramente que invita a la razón, la fecha y la hora en que para llevar a cabo el evento.
- traje apuntando a realizar, por ejemplo, la etiqueta, cóctel, blanco y negro, etc
- Si es necesario que la persona de RSVP invitado debe indicarse en la invitación que la indicación.
- Las invitaciones deben ser enviadas dos o tres semanas antes del evento o ceremonia, dando tiempo para confirmar su asistencia.

- Incluir el nombre completo de la persona que actúa como anfitrión y la institución u organización, si corresponde.
- Deben ser personalizados y no toman abreviaturas.

### **Protocolo de invitaciones no formales.**

No es necesario extender una invitación escrita.

Una invitación informal puede realizarse de las siguientes formas:

- Personalmente
- Por teléfono
- Con una nota sencilla escrita a mano.
- Tarjeta impresa.

### **Anfitrionas de Protocolo**

Para la comodidad de nuestros clientes, nuestra empresa cuenta con un Protocolo comité distinguido, que realizan la tarea de ser el anfitrión del evento.

Para cualquier reunión o evento requiere una correcta organización y, sobre todo, ofrecer un trato familiar y agradable para todos los huéspedes. Es por esta razón por la que viene la creación de este importante grupo, integrado por elegantes jóvenes profesionales que se dedican a proporcionar Host adecuado bienvenida a sus invitados, a partir de reglas simples de cortesía que hacen de alojamiento y la ubicación estratégica de sus clientes una única y especial momento.

La compañía se encarga de cuidar de la creación de las estructuras necesarias para el buen funcionamiento del evento para celebrar, por lo que se desarrollan según lo previsto y correcta como sea posible.

El mejor asesoramiento personalizado se ofrecerá de acuerdo al evento, así que un calendario donde se deben asignar los puestos de trabajo, indica cómo hacer la lista de invitados, diseño de tablas mucho o marcadores, coordinar la entrada de la sala, llamó el Vals, el apoyo en sesión de fotos, etc. Sin lugar a dudas que apoyará el momento para tratar de satisfacer las necesidades en el momento de cualquier evento deseado. En resumen, le prometemos el mejor asesoramiento y la excelente calidad de nuestro servicio.

## **EN LOS MATRIMONIOS**

Para empezar tenemos que decidir a nivel mundial que quiere causar sensaciones, recuerdos que deben ser invitados: glamour, la elegancia, la improvisación, la espontaneidad, el dinamismo, la apertura, el humor, la alegría, la solemnidad, miel, etc. Definimos una idea que hace que una boda en general.

### **Recibimiento de los invitados**

Para dar la bienvenida a los huéspedes a caminar desde la puerta de pie en la fila madre de la novia, padre de la novia, madre del padre del novio del novio, la novia y el novio. Es muy importante tener a alguien poniendo a las personas. La mayoría de los salones ofrecen el servicio.

### **Ubicación en la mesa**

La mesa principal se debe colocar en un lugar especial, si es posible con una buena visibilidad en todo el lugar y cerca de la pista.

La pareja debe sentarse en la mesa de honor, que puede ser redonda, rectangular o en forma de herradura; el número de asientos y el tamaño de la misma dependerá de la cantidad de gente que quiere sentarse en ella.

Por lo general, se invita a los padres a compartir la mesa principal con la novia y el novio, pero deciden que quieren sentarse en él o si prefieren estar solos.

La mesa principal está precedida por los recién casados, que se sientan en el centro.

Al lado de la mamá del novio de la novia se sienta. El padre de la novia y uno de los padrinos, al lado del novio, de la novia madre, padre, novio y otro padrino

### **La Champaña**

El champaña es la bebida tradicional para celebrar una boda. Se sirve al comenzar la fiesta o después de la comida para acompañar la torta nupcial. Por lo general se ofrecen una o dos copas por invitado.

A la novia es a la primera persona a la que le sirven.

### **El Brindis**

El brindis está a cargo del padre o el padrino de la novia, que levanta la copa, saludos y, en definitiva, dice que la razón para el brindis.

Durante un brindis puede significar muchas cosas, ya que es un momento en que honramos a la pareja y les deseamos lo mejor en un par de esa época.

Los temas abordados pueden variar de la persona para decir el brindis, como pueden ser la novia y el novio, el padre de la novia o un amigo cercano o familiar.

### **El Baile de Bodas**

El baile después del banquete abre a la pareja y luego el novio baila con la madre de la novia y el novio con el padre del novio.

Por lo general ambos son solo a lo largo de la canción, ya que son los primeros momentos como marido y mujer comparten.

- Cuando termine la primera canción, venir a pasar una segunda donde ambos padres a bailar con los recién casados, el intercambio de parejas entre sí.
- La pareja debe decidir quién quieren pasar a bailar en este momento: sólo sus padres, hermanos, abuelos, padrinos, madrinas, etc Usted puede pedir a la banda o DJ para aclarar esto en el micrófono.
- Al final de la danza, el grupo de música "vía abierta", es decir, se invitará a todos los presentes a pasar y lo que el partido de baile comienza.

### **Saludo de Agradecimiento**

La pareja puede utilizar para ir a través de cada una de las mesas y la bienvenida a la presencia de sus invitados.

El sacerdote que ofició la boda y, si es aceptada, se coloca al lado del padre de la novia siempre está invitando.

La novia es la que cortó el pastel de bodas.

La novia y el novio en el camino de recepción de mesa en mesa es una tradición que se realiza habitualmente en todas las bodas. Está claro que si un brindis donde los huéspedes están de pie no se realiza.

Para los invitados gustaría ser proporcionado con un poco de atención y puede hacer los comentarios que no se podía decir que antes. Es posible que tenga la gente que viene de muy lejos a esta hermosa ocasión y ser cortés con dedicar un momento. Deles las gracias por haber hecho el viaje. También puede ser el momento de que quienes no sabían ocurren amigos, colegas o familiares.

Es un buen momento para sacar las fotos con todos los invitados y la pareja. Debemos advertir a los fotógrafos si será así estar preparados y decirles lo que es el mejor momento para hacerlo. Es un buen momento para que nadie se quede sin salir en las fotos. Pero si uno de la pareja es muy alto, es mejor que algunas imágenes se doblan un poco, así que no hay mucha diferencia con los invitados estén sentados. No hacerles saber en el momento de la fotografía para ser eliminado no deja a uno con la boca llena o beber.

La fiesta del ramo y la liga

- Fiesta de poco avanzada, sola pista puede pasar a coger el ramo de la novia de purga.
- A continuación, los huéspedes solteros le quitará la liga de la novia
- Después de la expiración de la boda, la novia y el novio salen bien su luna de miel o el hotel donde pasarán la noche de bodas. No hay necesidad de decir adiós a los invitados y para anunciar su retiro. Todo el mundo entiende que para usted, es hora de ir!

## **QUINCEAÑERA**

**Celebrar la fiesta de los quince años.**

El gran día de la quinceañera no sólo incluye un gran vestido, el peinado con estilo y algunos otros suplementos más. Es un día de fiesta para pasar con su familia y amigos.

Cada país tiene su propia celebración especial, pero le dará la más general y común a este tipo de patrones de eventos.

En algunos países, este día de fiesta comienza con una misa o un acto religioso similar. Es una ceremonia de acción de gracias. La fiesta de quince años, es un evento religioso y social, en cada país o región puede ser más importante que la otra cosa. Actualmente, pierde importancia la parte religiosa de la fiesta.

### **La celebración.**

El gran día de la quinceañera no sólo incluye un gran vestido, el peinado con estilo y algunos otros suplementos más. Es un día de fiesta para la familia y pasar con su mayoría suelen contratar los servicios de un catering local, como un salón de un hotel, un local acondicionado para fiestas o golosinas e incluso se puede hacer en el jardín de la casa en sí, su granja o rancho . Cualquiera que sea el lugar elegido debe estar bien decorada para la fiesta.

"La quinceañera tiene el honor de iniciar la torta"

El organizador debe tener una lista de invitados o saber el número aproximado de ellos, con el fin de tener suficiente comida y bebida para la buena medida, de que hay suficiente para todos. El buffet es el tipo más común de servicio, sino que cada familia puede elegir el que les parezca más adecuado en función de sus propios gustos y presupuesto que usted tiene.

La quinceañera, generalmente proveniente del brazo de su padre, o en su defecto su padrino, y hacer su entrada como una verdadera princesa.

El festival lo general comienza con un vals o un tema melódico similares, bailando con su padre. Si se trata en las manos de su pareja, bailando con su pareja y luego se da este honor al padre de la adolescente. Como decimos en cada país o región puede tener un diferente. Poco a poco se van incorporando otros invitados a bailar y que empiece la fiesta.

Es costumbre en algunos lugares, hacer un brindis, y, en algunos casos, dar un pequeño pequeño discurso o decir al menos una palabra de agradecimiento a los invitados que asistieron a la celebración.

Otra costumbre, que es en algunos países o regiones, la distribución de la torta velas quinceañera. Tome las velas de la torta y los distribuye entre las personas más importantes en su vida, por lo general ofrece sus padres, hermanos, abuelos, familiares y algunos amigos cercanos.

Torta de quince años.

Cuando la celebración es en el medio, es por lo general un buen momento para cortar el pastel -pastel- grande. El adolescente va a hacer los honores de la corte.

El pastel generalmente ser bastante grande, por lo que todos los huéspedes pueden disfrutar de una buena pieza. La decoración suele ser muy elegante y llamativo. Es uno de los principales elementos de la celebración de la fiesta de los quince años, un gran pastel.

La fiesta suele durar hasta tarde, y el más joven, el placer del baile, con música muy variada. Los temas pueden ser una selección de los favoritos de la quinceañera.

Invitaciones estarán presentes con al menos dos semanas de antelación. Si hay invitados de fuera de la ciudad, es mejor hacer las invitaciones aún más tiempo, un mes, mejor. Esto da tiempo para que tus invitados adquieren otro compromiso previo y puede organizar su viaje más largo.

Traje de los huéspedes.

Si la celebración es formal, es posible que la parte que la organización de que sus invitados prefieren la etiqueta, por lo que es posible que los huéspedes necesitan un -esmoquin- esmoquin, si el partido es en la noche. El fumar no es una vestimenta adecuada para el mediodía.

Las muchachas van a largo traje, pero sin "sombra" del adolescente. Vestidos de fiesta con algunos accesorios. A más jóvenes, menos maquillaje. Joven con poco maquillaje.

Si el partido es al mediodía o por la tarde muy temprano, vestidos cortos, por debajo de la rodilla, también están bien soportados.

Regalos.

Los huéspedes también estarán presentes con un regalo para el adolescente. Cualquier regalo como un muchacho de quince años será bien recibido.

Dependiendo de las costumbres locales, la quinceañera puede dar algún detalle a sus invitados como recuerdo del gran día en su vida.

amigos.

Cada país tiene su propia celebración especial, pero le dará a la mayoría global y común a este tipo de patrones de eventos.

En algunos países el país, este día de fiesta comienza con una misa o un acto religioso de manera similar. Es una ceremonia de acción de gracias. La fiesta de quince años, es un evento religioso y social, en cada país o región puede ser más importante que la otra cosa. Actualmente, pierde importancia la parte religiosa de la fiesta.

### 5.7.2 Recursos, Análisis Financiero

El análisis financiero es el estudio más importante de todo proyecto ya que este determina si este es rentable o no.

Dentro de este se establece cuáles serán los cativos necesarios para la aplicación del mismo, los gastos, los costó de producción, los ingresos, los flujos de caja, el balance esperado, el estado de resultados, VAN, y TIR.

Cuadro 20: Variación

<b>VARIACIONES</b>	
VARIACIONES DE INGRESO	5%
VARIACIONES DE EGRESO	5%

Elaborado por: Alvarado Flores Evelyn Natalhy

Cuadro 21: Detalle de activos

<b>DETALLE DE ACTIVOS</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>C. UNITARIO</b>	<b>C. TOTAL</b>
	<b><u>MUEBLES Y ENSERES</u></b>		
2	Escritorios	450	900,00
1	Mesa	250	250,00
1	sofá	220	220,00
2	silla ejecutiva	135	270,00
6	sillas personales	35	210,00
	<b><u>TOTAL DE MUEBLES Y ENSERES</u></b>		<b>1.850,00</b>
	<b><u>EQUIPOS DE OFICINA</u></b>		
1	aire acondicionado split 24000 btu	850	850,00
2	telefono	65	130,00
	<b><u>TOTAL DE EQUIPOS DE OFICINA</u></b>		<b>980,00</b>
	<b><u>EQUIPOS DE COMPUTO</u></b>		
2	computadora	670	1.340,00
1	impresora multifunción	150	150,00
	<b><u>TOTAL DE EQUIPOS DE COMPUTO</u></b>		<b>1.490,00</b>
	<b><u>MAQUINAS Y EQUIPOS</u></b>		
2	Juego de luces	1800	3.600,00
2	Camara de humo	1250	2.500,00
2	Camara de lacer	950	1.900,00
1	Amplificador	450	450,00
6	parlantes Profesionales	125	750,00
2	Camara de espuma	650	1.300,00
100	Manteleria	35	3.500,00
500	Sillas	6,8	3.400,00
100	Mesas 4 personas	15	1.500,00
80	Mesas 6 personas	18	1.440,00
500	Platos grades	1,25	625,00
500	Platos pequeños	0,85	425,00
500	Cubiertos	0,55	275,00
500	Vasos	0,85	425,00
500	Copas	1,25	625,00
50	Charoles	12	600,00
100	Candelabros para arreglos	15	1.500,00
50	Cortinaje de Velo	12	600,00
	<b><u>TOTAL DE MAQUINAS Y EQUIPOS</u></b>		<b>25.415,00</b>
	<b><u>TOTAL DE ACTIVOS</u></b>		<b>29.735,00</b>

Elaborado por: Alvarado Flores Evelyn Natalhy

El análisis económico nos permite determinar las necesidades de inversión de un proyecto para lo cual es necesario determinar la forma de financiamiento del proyecto.

Cuadro 22: Inversión del proyecto

<b>INVERSION DEL PROYECTO</b>	
<b>EQUIPOS DE COMPUTO</b>	1.490,00
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	1.850,00
<b>MAQUINARIAS Y EQUIPOS</b>	25.415,00
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>	980,00
<b>CAJA BANCO</b>	5.000,00
<b>TOTAL DE LA INVERSION</b>	34.735,00

Elaborado por: Alvarado Flores Evelyn Natalhy

Cuadro 23: Depreciación

<b>DEPRECIACION</b>				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	PORCENTAJE DE DEPRECIACION	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>1.850,00</b>	10%	15,42	185,00
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>	<b>980,00</b>	10%	8,17	98,00
<b>EQUIPOS DE COMPUTO</b>	<b>1.490,00</b>	33,33%	41,38	496,62
<b>MAQUINAS Y EQUIPOS</b>	<b>25.415,00</b>	10%	211,79	2541,50
<b>TOTAL DE DEPRECIACION</b>			<b>276,76</b>	<b>3321,12</b>

Elaborado por: Alvarado Flores Evelyn Natalhy

Cuadro 24: Financiamiento

<b>FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO</b>		
<b>INVERSION TOTAL</b>	100%	34.735,00
<b>FINANCIADO</b>	72%	25.000,00
<b>APORTES PROPIOS</b>	28%	9.735,00

Elaborado por: Alvarado Flores Evelyn Natalhy

Cuadro 25: Amortización Anual

<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN</b>				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
0				25.000,00
1	5.000,00	2.270,83	7.270,83	20.000,00
2	5.000,00	1.770,83	6.770,83	15.000,00
3	5.000,00	1.270,83	6.270,83	10.000,00
4	5.000,00	770,83	5770,83	5.000,00
5	5.000,00	270,83	5270,83	<b>0,00</b>

Elaborado por: Alvarado Flores Evelyn Natalhy

Los egresos están compuestos por los gastos administrativos, los cuales son. Sueldos, alquiler oficina, servicios básicos, suministros de oficina, gastos de ventas, los cuales detallamos a continuación.

Cuadro 26: Detalles de Gastos

<b>DETALLES DE GASTOS</b>					
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
1 GERENTE	8.400,00	8.820,00	9.261,00	9.724,05	10.210,25
1 CONTADOR	1.500,00	1.575,00	1.653,75	1.736,44	1.823,26
1 SECRETARIA	4.200,00	4.410,00	4.630,50	4.862,03	5.105,13
1 COODINADOR D SERVICIO	7.200,00	7.560,00	7.938,00	8.334,90	8.751,65
1 DISEÑADOR	7.200,00	7.560,00	7.938,00	8.334,90	8.751,65
1 CHEF	7.200,00	7.560,00	7.938,00	8.334,90	8.751,65
1 PROGRAMADOR ARTISTICO	7.200,00	7.560,00	7.938,00	8.334,90	8.751,65
APORTE PATRONAL	4.783,35	5.022,52	5.273,64	5.537,33	5.814,19
DECIMO CUARTO	2.336,00	2.452,80	2.575,44	2.704,21	2.839,42
DECIMO TERCERO	3.450,00	3.622,50	3.803,63	3.993,81	4.193,50
<b>TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>53.469,35</b>	<b>56.142,82</b>	<b>58.949,96</b>	<b>61.897,46</b>	<b>64.992,33</b>
		56.142,82	58.949,96	61.897,46	64.992,33
<b>GASTOS GENERALES</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
AGUA	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
ENERGIA ELECTRICA	1.440,00	1.512,00	1.587,60	1.666,98	1.750,33
TELEFONO	1.440,00	1.512,00	1.587,60	1.666,98	1.750,33
UTILES DE OFICINA	600,00	630,00	661,50	694,58	729,30
MATERIALES DE LIMPIEZA	300,00	315,00	330,75	347,29	364,65
RENTA DE ESPACIO FISICO	4.800,00	5.040,00	5.292,00	5.556,60	5.834,43
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	185,00	185,00	185,00	185,00	185,00
DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTACION	496,62	496,62	496,62	-	-
DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA	98,00	98,00	98,00	98,00	98,00
DEPRECIACION DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS	2.541,50	2.541,50	2.541,50	2.541,50	2.541,50
<b>TOTAL DE GASTOS GENERALES</b>	<b>13.101,12</b>	<b>13.590,12</b>	<b>14.103,57</b>	<b>14.146,07</b>	<b>14.712,15</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
TRANSPORTE	1.800,00	1.890,00	1.984,50	2.083,73	2.187,91
PUBLICIDAD	4.200,00	4.410,00	4.630,50	4.862,03	5.105,13
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>6.000,00</b>	<b>6.300,00</b>	<b>6.615,00</b>	<b>6.945,75</b>	<b>7.293,04</b>

Elaborado por: Alvarado Flores Evelyn Natalhy

Cuadro 27 Costo de Venta

DETALLE DE COSTO DE VENTA										
DESCRIPCIÓN		CANT.	UNID. MED.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
EVENTOS PEQUEÑOS	8									
catering		100	PERSONAS	7,00	700,00	67.200,00	70.560,00	74.088,00	77.792,40	81.682,02
Contratacion de meseros		10	PERSONAS	25,00	250,00	24.000,00	25.200,00	26.460,00	27.783,00	29.172,15
Alquiler del local		1	LOCAL	200,00	150,00	14.400,00	15.120,00	15.876,00	16.669,80	17.503,29
EVENTOS MEDIANOS	3				1.100,00					
catering		200	PERSONAS	5,00	1.000,00	36.000,00	37.800,00	39.690,00	41.674,50	43.758,23
Contratacion de meseros		20	PERSONAS	20,00	400,00	14.400,00	15.120,00	15.876,00	16.669,80	17.503,29
Alquiler del local		1	LOCAL	500,00	350,00	12.600,00	13.230,00	13.891,50	14.586,08	15.315,38
MAXIEVENTOS	2				1.750,00					
catering		500	PERSONAS	5,00	2.500,00	60.000,00	63.000,00	66.150,00	69.457,50	72.930,38
Contratacion de meseros		50	PERSONAS	25,00	1.250,00	30.000,00	31.500,00	33.075,00	34.728,75	36.465,19
Alquiler del local		1	LOCAL	650,00	500,00	12.000,00	12.600,00	13.230,00	13.891,50	14.586,08
EVENTOS EMPRESARIALES										
PEQUEÑOS	5									
Promotoras		3	PERSONAS	25,00	75,00	1.125,00	1.181,25	1.240,31	1.302,33	1.367,44
Catering		100	PERSONAS	7,00	700,00	10.500,00	11.025,00	11.576,25	12.155,06	12.762,82
Contratacion de meseros		10	PERSONAS	25,00	250,00	3.750,00	3.937,50	4.134,38	4.341,09	4.558,15
MEDIANOS	3				1.025,00					
Promotoras		6	PERSONAS	35,00	210,00	1.890,00	1.984,50	2.083,73	2.187,91	2.297,31
Catering		200	PERSONAS	5,00	1.000,00	9.000,00	9.450,00	9.922,50	10.418,63	10.939,56
Contratacion de meseros		20	PERSONAS	25,00	500,00	4.500,00	4.725,00	4.961,25	5.209,31	5.469,78
MAXIEVENTOS	1				1.710,00					
Promotoras		9	PERSONAS	35,00	315,00	945,00	992,25	1.041,86	1.093,96	1.148,65
Catering		500	PERSONAS	5,00	2.500,00	7.500,00	7.875,00	8.268,75	8.682,19	9.116,30
Contratacion de meseros		50	PERSONAS	25,00	1.250,00	3.750,00	3.937,50	4.134,38	4.341,09	4.558,15
					4.250,00	<b>313.560,00</b>	<b>329.238,00</b>	<b>345.699,90</b>	<b>362.984,90</b>	<b>381.134,14</b>

Elaborado por: Alvarado Flores Evelyn Natalhy

Los ingresos están compuestos por lo valores que ingresan a la empresa por concepto de las ventas del servicio.

Cuadro 28: Presupuestos de Venta

<b>PRESUPUESTO DE VENTAS</b>							
<b>INGRESO DE VENTAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PVP</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>EVENTOS PEQUEÑOS</b>	8	1.100,00	105.600,00	110.880,00	116.424,00	122.245,20	128.357,46
<b>EVENTOS MEDIANOS</b>	5	2.500,00	150.000,00	157.500,00	165.375,00	173.643,75	182.325,94
<b>EVENTOS GRANDES</b>	3	3.000,00	108.000,00	113.400,00	119.070,00	125.023,50	131.274,68
<b>EVENTOS EMPRESARIALES</b>							
<b>PEQUEÑOS</b>	5	1.000,00	15.000,00	15.750,00	16.537,50	17.364,38	18.232,59
<b>MEDIANOS</b>	3	1.500,00	13.500,00	14.175,00	14.883,75	15.627,94	16.409,33
<b>GRANDES</b>	2	2.000,00	12.000,00	12.600,00	13.230,00	13.891,50	14.586,08
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>			404.100,00	424.305,00	445.520,25	467.796,26	491.186,08

Elaborado por: Alvarado Flores Evelyn Natalhy

Cuadro 29: Estado de Resultados

<b>ESTADO DE RESULTADO</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>VENTAS</b>	\$ 404.100,00	\$ 424.305,00	\$ 445.520,25	\$ 467.796,26	\$ 491.186,08
(-)COSTO DE PRODUCCION	\$ 313.560,00	\$ 329.238,00	\$ 345.699,90	\$ 362.984,90	\$ 381.134,14
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 90.540,00</b>	<b>\$ 95.067,00</b>	<b>\$ 99.820,35</b>	<b>\$ 104.811,37</b>	<b>\$ 110.051,94</b>
(-)GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 53.469,35	\$ 56.142,82	\$ 58.949,96	\$ 61.897,46	\$ 64.992,33
(-)GASTOS GENERALES	\$ 13.101,12	\$ 13.590,12	\$ 14.103,57	\$ 14.146,07	\$ 14.712,15
(-)GASTOS DE VENTAS	\$ 6.000,00	\$ 6.300,00	\$ 6.615,00	\$ 6.945,75	\$ 7.293,04
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ 17.969,53</b>	<b>\$ 19.034,07</b>	<b>\$ 20.151,82</b>	<b>\$ 21.822,09</b>	<b>\$ 23.054,42</b>
(-)GASTOS FINANCIEROS	\$ 2.270,83	\$ 1.770,83	\$ 1.270,83	\$ 770,83	\$ 270,83
<b>UTILIDAD ANTES DE PART. DE TRAB.</b>	<b>\$ 15.698,70</b>	<b>\$ 17.263,23</b>	<b>\$ 18.880,99</b>	<b>\$ 21.051,26</b>	<b>\$ 22.783,58</b>
PARTICIPACION DE EMPLEADOS	\$ 2.354,80	\$ 2.589,48	\$ 2.832,15	\$ 3.157,69	\$ 3.417,54
<b>UTILIDAD ANTES DE IMP.</b>	<b>\$ 13.343,89</b>	<b>\$ 14.673,75</b>	<b>\$ 16.048,84</b>	<b>\$ 17.893,57</b>	<b>\$ 19.366,05</b>
IMPUESTO					
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 13.343,89</b>	<b>\$ 14.673,75</b>	<b>\$ 16.048,84</b>	<b>\$ 17.893,57</b>	<b>\$ 19.366,05</b>

Elaborado por: Alvarado Flores Evelyn Natalhy

Cuadro 30: Flujo de Caja

<b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO</b>						
	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>INGRESOS OPERATIVOS</b>						
VENTAS		404.100,00	424.305,00	445.520,25	467.796,26	491.186,08
<b>TOTAL INGRESOS OPERATIVOS</b>		<b>404.100,00</b>	<b>424.305,00</b>	<b>445.520,25</b>	<b>467.796,26</b>	<b>491.186,08</b>
<b>EGRESOS OPERATIVOS</b>						
INVERSION INICIAL	<b>34.735,00</b>					
GASTO DE ADMINISTRATIVOS		58.971,10	61.919,66	65.015,64	68.266,42	71.679,74
GASTO DE VENTAS		6.000,00	6.300,00	6.615,00	6.945,75	7.293,04
GASTOS GENERALES		8.820,00	9.261,00	9.724,05	10.210,25	10.720,77
COSTOS DE VENTAS		313.560,00	329.238,00	345.699,90	362.984,90	381.134,14
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS		1.673,54	1.874,16	2.081,06	2.369,04	2.589,46
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA		2.086,35	2.336,45	2.594,38	2.953,41	3.228,19
<b>TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS</b>	<b>34.735,00</b>	<b>391.110,99</b>	<b>410.929,27</b>	<b>431.730,03</b>	<b>453.729,76</b>	<b>476.645,33</b>
<b>FLUJO OPERATIVO</b>	<b>-34.735,00</b>	<b>12.989,01</b>	<b>13.375,73</b>	<b>13.790,22</b>	<b>14.066,50</b>	<b>14.540,74</b>
<b>INGRESOS NO OPERATIVOS</b>						
PRESTAMO BANCARIO	25.000,00					
<b>TOTAL ING. NO OPERATIVOS</b>	<b>25.000,00</b>					
<b>EGRESOS NO OPERATIVOS</b>						
<b>INVERSIONES</b>						
PAGO DE CAPITAL		5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
PAGO DE INTERESES		2.270,83	1.770,83	1.270,83	770,83	270,83
<b>TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS</b>	<b>-</b>	<b>7.270,83</b>	<b>6.770,83</b>	<b>6.270,83</b>	<b>5.770,83</b>	<b>5.270,83</b>
<b>FLUJO NETO NO OPERATIVO</b>	<b>25.000,00</b>	<b>-7.270,83</b>	<b>-6.770,83</b>	<b>-6.270,83</b>	<b>-5.770,83</b>	<b>-5.270,83</b>
<b>FLUJO NETO</b>	<b>-9.735,00</b>	<b>5.718,17</b>	<b>6.604,90</b>	<b>7.519,39</b>	<b>8.295,66</b>	<b>9.269,91</b>
<b>SALDO INICIAL</b>	<b>5.000,00</b>	<b>5.000,00</b>	<b>10.718,17</b>	<b>17.323,08</b>	<b>24.842,46</b>	<b>33.138,13</b>
<b>FLUJO ACUMULADO</b>	<b>5.000,00</b>	<b>10.718,17</b>	<b>17.323,08</b>	<b>24.842,46</b>	<b>33.138,13</b>	<b>42.408,04</b>

Elaborado por: Alvarado Flores Evelyn Natalhy

Cuadro 31: Balance General

<b>DETALLE BALANCE GENERAL</b>						
<b>BALANCE GENERAL</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>CUENTAS</b>						
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>						
CAJA -BANCOS	5.000,00	16.665,01	29.659,88	44.029,84	59.747,90	76.938,45
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	5.000,00	16.665,01	29.659,88	44.029,84	59.747,90	76.938,45
ACTIVOS FIJOS	29.735,00	29.735,00	29.735,00	29.735,00	29.735,00	29.735,00
DEPRECIAC. ACUMULADA		3.321,12	6.642,23	9.963,35	12.787,85	15.612,35
<b>TOTAL DE ACTIVO FIJO</b>	29.735,00	26.413,88	23.092,77	19.771,65	16.947,15	14.122,65
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<u>34.735,00</u>	<u>43.078,89</u>	<u>52.752,64</u>	<u>63.801,48</u>	<u>76.695,05</u>	<u>91.061,10</u>
<b>PASIVO</b>						
<b>PASIVO CORRIENTE</b>						
PRESTAMO	25.000,00	20.000,00	15.000,00	10.000,00	5.000,00	0,00
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR						
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR						
<b>TOTAL PASIVO</b>	25.000,00	20.000,00	15.000,00	10.000,00	5.000,00	0,00
<b>PATRIMONIO</b>						
APORTE CAPITAL	9.735,00	9.735,00	9.735,00	9.735,00	9.735,00	9.735,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO		13.343,89	14.673,75	16.048,84	17.893,57	19.366,05
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES			13.343,89	28.017,64	44.066,48	61.960,05
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	9.735,00	23.078,89	37.752,64	53.801,48	71.695,05	91.061,10
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<u>34.735,00</u>	<u>43.078,89</u>	<u>52.752,64</u>	<u>63.801,48</u>	<u>76.695,05</u>	<u>91.061,10</u>

Elaborado por: Alvarado Flores Evelyn Natalhy

Cuadro 32: Índices de Sensibilidad

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos netos	-34.735,00	18.935,85	19.765,70	20.640,79	21.488,90	22.461,38

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	20,00%

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		60.840,77
VAN	<b>POSITIVO</b>	<b>26.105,77</b>
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	2,33
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	133,05
<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b>		<b>49,99%</b>

Elaborado por: Alvarado Flores Evelyn Natalhy

El VAN es el valor presente neto, de los flujos de efectivo esperados menos la inversión inicial, para este cálculo se consideró la inversión inicial en \$34.735,00.

Este nos da como resultado un VAN de \$26.105,77 lo que nos indica que el negocio será rentable.

El cálculo del TIR es un proceso que requiere del método de prueba y error. Su objetivo es encontrar el porcentaje del rendimiento que igualara el valor actual el cual resulto en un 49.99% para este proyecto,

### 5.7.3 Impacto

Al realizar una inversión financiera en la implementación de una empresa organizadora de eventos sociales y empresariales el impacto sería positivo en la sociedad del Cantón Milagro ya que crearía fuentes de trabajo de forma directa e indirecta.

De forma directa con los empleados que laboraran y formaran parte de la empresa y de forma indirecta con todas las personas que prestaran sus servicios los cuales contratara la empresa, como las modelos, meseros, músicos y demás.

Ocasionará un impacto en la sociedad muy favorable ya que las encuestas nos han podido demostrar que de existir un mercado que estarían dispuestas a adquirir el servicio que se está ofreciendo con la implementación de este proyecto.

### 5.7.4 Cronograma

Cuadro 33: Cronograma

ACTIVIDADES PRELIMINARES	2014				
	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE
Presentación del Protocolo del problema objeto de investigación	→				
Recolección de información documental durante el proceso investigativo	→				
Elaboración del proyecto: Delimitación del problema. Justificación. Marco teórico. Objetivos. Hipótesis. Variables. Operacionalización de variables. Metodología Bibliografía. Cronograma. Anexos	→				
<b>2º etapa:</b> recolección de la información · Análisis y discriminación de la información recolectada	→				
· Preparación de instrumentos de recolección de información: documental y de campo		→			
· Prueba piloto de los instrumentos de recolección de información de campo · Complementación del marco teórico, si fuera preciso			→		
· Recolección de la información de campo			→		
· Procesamiento de la información de campo · Plan tabular: presentación de resultados				→	
<b>3º etapa:</b> análisis e interpretación de resultados. Conclusiones y recomendaciones Preparación de la propuesta				→	
<b>4º</b> Preparación del informe final				→	
Tutorías	→	→	→	→	→

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

Los lineamientos que se tomaran en cuenta para evaluar esta propuesta serán:

- Realizar evaluaciones constantes a los consumidores para medir la satisfacción de servicio recibido.
- Mantener constante comunicación con las empresas para conocer sus necesidades y requerimientos.
- Cumplir con todo lo pactado con los clientes.
- Realizar constantes campañas publicitarias para dar a conocer de nuestros servicios a los clientes potenciales.

## CONCLUSIONES

- La ausencia de una empresa organizadora de eventos personalizados afecta el Desarrollo Turístico y Sustentable de la Ciudad de Milagro, este cantón se encuentra en un punto estratégico al nivel comercial, lo que favorece el turismo comercial, sirviendo de punto de encuentro de habitantes de varios cantones, afectando el desarrollo Turístico y sustentable del Cantón.
- Los eventos sociales más importantes como aniversarios, matrimonios, bautizos, quinceañeras, entre otros en la mayoría de los casos y siguiendo las nuevas tendencias se hacen con temas de moda o se los personaliza según los gustos y preferencias de los clientes. Por otro lado vemos la necesidad de la población de contar con un excelente servicio y de este modo no verse obligado a acudir a otros cantones causando incomodidad ya que los clientes no pueden realizar sus festejos de acuerdo a sus gustos y preferencia colocando ese toque personalizado que requieren.
- Los resultados de la encuesta muestran que las personas desean estar siempre al tanto de los productos y servicios que se ofrezcan porque lo que requieren es hacer de sus eventos algo realmente inolvidable y todo esto depende en parte de quienes estén a cargo lo que afecta directamente en la satisfacción de los clientes.
- Los datos revelan que una gran mayoría de los encuestados estarían dispuestos a contratar los servicios de una empresa organizadora de eventos para atender de mejor manera a sus invitados y personalizar sus eventos o realizarlos con los temas de moda aportaría mucho en el desarrollo turísticos debido a que los posibles clientes de otros cantones buscarían este servicio que tampoco existe en cantones aledaños.
- Existe un mercado al cual se busca cumplir con sus expectativas y requerimientos, mediante la implementación de una empresa organizadora de eventos personalizados y de temas de moda.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda la aplicación del proyecto ya que se ha demostrado que el mismo es factible económicamente.
- Establecer eventos innovadores y personalizados conformes el cliente desee, disfrutando un ambiente totalmente diferente como escenografías temporarias, exclusivas acorde a la temática con un estilo decorativo y mobiliario para conformar ese mundo mágico que ansía vivir en compañía de personas que admira y aspira compartir esa alegría lo cual garantiza un cliente satisfecho
- Mantener alianzas estratégicas con los proveedores para poder ofrecer a los clientes más alternativas y atractivos precios.
- Investigar frecuentemente los cambios tecnológicos en cuanto a sonido, iluminación, diseño de arreglos, para adaptarse a las nuevas tendencias.
- Realizar pequeñas encuestas para medir continuamente la satisfacción de los clientes en el medio, para tomar a tiempo las debidas medidas correctivas.

## Bibliografía

COSA, M (2010). Gestión y estructura organizativa de las destination management organizations: un enfoque económico-empresarial. Pp. 215

Regina, V. (2013). IMportancia de la organizacion de eventos. Planea en la web .

Soto, C. C. (2012). ORGANIZACION DE REUNIONES Y EVENTOS. Paraninfo.

MAURE AGÜERO, G(2007). "Definiciones y tendencias del turismo de eventos" en Contribuciones a la Economía, Nº 82, julio 2007. Texto completo en <http://www.eumed.net/ce/2007b/gma.htm>.

TURNER, L., &ASH (2009),J.La horda dorada. El turismo internacional y la periferia del placer (pp. 73-86). Madrid: Endymion.

MARIOTTI, A., (1933). La extraña Industria del Turismo en Italia. Italia.

Plan de Acción Gubernamental para mejorar la Competitividad del Conglomerado de Turismo, elaborado por Gustavo J. Segura, diciembre del 2003.

GONZÁLEZ. Laura L.: "Guía teórico-práctica para la Organización de Eventos". Versión digital. La Habana, Cuba. 2007. Pág. 25

TAMER, Mayela : Calidad Total Del Proceso Administrativo Para La Realización De Congresos Y Convenciones En El Estado De Veracruz, México 2007.

GUETZ, Donald: Gestión de Eventos y Turismo de Eventos; 2da edición, New York U.S.A, 2007.

ANSOREMA, Álvaro: Quince pasos para la Selección de Personal con éxito , 5ta edición, Paidós Ibérica S.A, Barcelona, Buenos Aires, México, 1996.

BACA URBINA, Gabriel: Evaluación de Proyectos, Cuarta Edición, McGraw Hill, México, 2001.

DOMÍNGUEZ, Gustavo: Investigación Educativa, Universidad Estatal de Milagro, Milagro, 2005.

DOMÍNGUEZ, Gustavo: Proyectos Educativos, Universidad Estatal de Milagro, Milagro, 2006.

GUEVARA, Carlos: Metodología de la Investigación, 2da edición, Imprenta Rocafuerte, Cuenca, 2001.

Catering. Significado e Importancia en el Diccionario Panhispánico de Dudas <http://buscon.rae.es/dpdl/SrvltConsulta?lema=c%C3%A1terin>

GUERRA, Karina: Centro de Ideas de Negocios para Mujeres, <http://www.karinaguerra.org/trabajo-trabajos-trabajo/poner-un-negocio/como-poner-tunegocio-de-catering-organización>, extraído el 28 de Agosto del 2014.

GARCIA, Francisco: Técnicas de Servicio y Atención al Cliente, <http://www.bloghispanodenegocios.com/cmo-comenzar-negocio-de-catering-banquetes/>, extraído el 30 de enero del 2012.

Historia de la Cocina Gourmet. Nacimiento del Catering, <http://www.historiacocina.com/gourmets/index.htm>, extraído el 30 de enero del 2012.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS: censo por grupo de edad y sexo de la población 2010, Milagro, 2010

# ANEXOS

## ANEXO 1: ENCUESTAS



**ENCUESTA CON FINES DE INVESTIGACION ESTUDIANTIL EN EL PROYECTO “ANALISIS DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA ORGANIZADORA DE EVENTOS PERSONALIZADOS PARA CONTRIBUIR EL DESARROLLO TURISTICO Y SUSTENTABLE DEL CANTÓN MILAGRO PROVINCIA DEL GUAYAS**

**1. ¿Qué tan común lo hacen en su familia la celebración de eventos especiales o fechas importantes?**

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>
Indeciso	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

**2. ¿ Ha tenido problemas en la realización de sus festejos al momento de organizarlos?**

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>
Indeciso	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

**3. ¿En el cantón Milagro no existe un lugar donde Ud. pueda encontrar todo tipo de producto y servicio para poder organizar sus eventos?**

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>
Indeciso	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

**4. ¿considera Ud. que el servicio que ofrecen las organizadoras de eventos del cantón no son totalmente satisfactorio?**

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>
Indeciso	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

**5. ¿Considera que la falta de una organizadora de eventos personalizados afecta el desarrollo socio económico y sustentable del canto?**

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>
Indeciso	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

**6. ¿Cree Ud. que la existencia de una empresa organizadora de eventos personalizados influirá en el desarrollo turístico del cantón?**

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>
Indeciso	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

**7. ¿Considera Ud. que los servicios informales de organización de eventos afectan la satisfacción de la organización de eventos?**

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>
Indeciso	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

**8. ¿considera Ud. que contar con una empresa que ofrezca un servicio de eventos personalizados mejorara el desarrollo de los festejos?**

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>
Indeciso	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

**9. ¿Considera Ud. necesario la existencia de una empresa organizadora de eventos personalizados en el cantón Milagro?**

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>
Indeciso	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

**ANEXO 2: BODA TEMATICA O PERSONALIZADA “COCO CHANEL”**



**ANEXO 3: FIESTA DE CUMPLEAÑOS TEMATICA O PERSONALIZADA  
"CAMUFLAJE"**



**ANEXO 4: BODA TEMATICA O PERSONALIZADA “PRIMAVERA”**



## ANEXO 5: ANALISIS URKUND



List of sources

**Document** [TESIS UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO 2 \(Autoguardado\).docx](#) (D11716452)

**Submitted** 2014-10-06 11:20 (-05:00)

**Submitted by** natty1991@live.com

**Receiver** evalderramab.unemi@analysis.orkund.com

**Message** TESIS DE EVELYN ALVARADO [Show full message](#)

2% of this approx. 38 pages long document consists of text present in 2 sources.

	<a href="#">Tesis SEUENLarismo.docx</a>
	<a href="#">CHIC EVENTOS EMILIA RAMOS KATHIUSCA ZUNIGA.pdf</a>
	<a href="http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/1771/1/PROYECTO%20CPA..">http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/1771/1/PROYECTO%20CPA..</a>
	<a href="#">Tesis Burgos.docx</a>
	<a href="http://www.eumed.net/ce/2007b/gma.htm">http://www.eumed.net/ce/2007b/gma.htm</a>
	<a href="http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/3186">http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/3186</a>
	<a href="http://dspace.ucenca.edu.ec/bitstream/123456789/448/1/TESIS.pdf">http://dspace.ucenca.edu.ec/bitstream/123456789/448/1/TESIS.pdf</a>

0 Warnings

Reset

Export

Share

99%

Active

Resumen: El presente tema de tesis tiene por objeto determinar cuan factible es la "CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EN LA CIUDAD DE CUENCA EN EL PERIODO 2012 – 2016",

que se dedique a la planificación, organización, ejecución y supervisión de los acontecimientos a celebrar. La intención

es ofrecer un servicio personalizado y único, que permita captar mercado mediante la diversificación del servicio, satisfaciendo así las necesidades latentes en cuanto a la organización de eventos

sociales o corporativos. Para lo cual se realizó dos estudios de mercado, el primero dirigido a personas de la clase social alta y media alta, y el segundo a empresas de la

ciudad. Los resultados obtenidos en esta investigación revelaron que, es pertinente dedicarse a la organización de eventos corporativos, puesto que no existe una

empresa que oferte exclusivamente este servicio; sino más bien, competidores indirectos como lo son las agencias de publicidad-marketing y organizadoras de eventos sociales (haciendas, quintas, salones de recepción). Con respecto a la realización de eventos de tipo social, los datos de las

Claudia

RESUMEN El presente tema de tesis tiene por objeto determinar cuan factible es la "CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EN LA CIUDAD DE CUENCA EN EL PERIODO 2012 – 2016",

que se dedique a la planificación, organización, ejecución y supervisión de los acontecimientos a celebrar. La intención

es ofrecer un servicio personalizado y único, que permita captar mercado mediante la diversificación del servicio, satisfaciendo así las necesidades latentes en cuanto a la organización de eventos

sociales o corporativos. Para lo cual se realizó dos estudios de mercado, el primero dirigido a personas de la clase social alta y media alta, y el segundo a empresas de la

ciudad. Los resultados obtenidos en esta investigación revelaron que, es pertinente dedicarse a la organización de eventos corporativos, puesto que no existe una

empresa que oferte exclusivamente este servicio; sino más bien, competidores indirectos como lo son las agencias de publicidad-marketing y organizadoras de eventos sociales (haciendas, quintas, salones de recepción). Con respecto a la realización de eventos de tipo social, los datos de las

**MTF. EDWIN VALDERRAMA BARRAGAN**

**TUTOR**

**EVELYN NATALHY ALVARADO FLORES**

**CI: 0928730712**

97