



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN TURISMO**

TÍTULO DEL DISEÑO DEL PROYECTO DE GRADO

**“Estudio de Factibilidad para la Creación de una Organizadora de
Eventos para el Desarrollo Local del Cantón Naranjito”**

Autora:

QUITIU LUNA HELEN TERESA

MILAGRO, ABRIL 2015

ECUADOR

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad del Tutor del proyecto de investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de tesis de grado con el título **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA ORGANIZADORA DE EVENTOS PARA EL DESARROLLO LOCAL DEL CANTÓN NARANJITO**, presentado por la egresada **HELEN TERESA QUITIU LUNA**, como requisito previo a la aprobación de la investigación para optar por el Título de Licenciada en Turismo.

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

Milagro, 20 de Abril del 2015

MSc.Magyuri Zambrano Burgos

C.I 0908057151

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

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

Milagro, 20 de Abril del 2015

Quitiu Luna Helen Teresa

C.I 094032478-3

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

El **TRIBUNAL CALIFICADOR** previo a la obtención del título de **LICENCIADA EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**, otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTIFICA	[]
DEFENSA ORAL	[]
TOTAL	[]
EQUIVALENTE	[]

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a mi madre y hermanos y sobre todo a Dios que ha dado las fuerzas de seguir adelante y dejarme abatir pese a todas las contrariedades.

A la gente que trabaja arduamente por el desarrollo turístico, a los estudiantes y colegas que viven y respiran por el turismo.

Y en general, a todas las personas que creen en el increíble potencial que posee nuestro país en el Turismo.

Helen Quitiu Luna

AGRADECIMIENTO

Principalmente a Dios que vive en todos nosotros y por esta hermosa vida llena de grandes oportunidades.

Especialmente a quienes me han brindado su apoyo incondicional y siempre me han expresado sus consejos de forma desinteresada; y alentándome alegrías y tristezas.

A mi familia y amigas, con quienes he compartido momentos maravillosos e inolvidables y forman parte mi vida para siempre

A todos los Docentes, en especial a mi tutor la Licda. Magyuri Zambrano porque han sido parte fundamental para mi formación y todos los conocimientos adquiridos y alimentación constante de una gratificante experiencia.

Helen Quitiu Luna

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Master.

Fabricio Guevara Viejó

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema es “Estudio de Factibilidad para la Creación de una Organizadora de Eventos para el Desarrollo Local” que corresponde a la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, 20 de Abril del 2015

Quitiu Luna Helen Teresa

C.I 094032478-3

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	I
ACEPTACIÓN DEL TUTOR	II
DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN	III
CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	VII
ÍNDICE GENERAL	VIII
ÍNDICE DE CUADROS	XI
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XIV
RESUMEN	XVI
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	2
EL PROBLEMA	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1.1 PROBLEMATIZACIÓN	2
1.1.2 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	4
1.1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	4
1.1.4 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	4
1.1.5 DETERMINACIÓN DEL TEMA.....	5
1.2 OBJETIVOS	5
1.2.1 OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN	5
1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE INVESTIGACIÓN.....	5
1.3 JUSTIFICACIÓN	6
CAPÍTULO II	8
MARCO REFERENCIAL	8
2.1. MARCO TEÓRICO	8
2.1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS.....	8
2.1.2 ANTECEDENTES REFERENCIALES.....	34
2.1.3 FUNDAMENTACIÓN.....	40
2.2 MARCO LEGAL	61
2.3 MARCO CONCEPTUAL	67
2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES	71

2.4.1 HIPÓTESIS GENERAL.....	71
2.4.2 HIPÓTESIS PARTICULARES	72
2.4.3 DECLARACIÓN DE VARIABLES	72
2.4.4 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	73
CAPÍTULO III	74
MARCO METODOLOGICO	74
3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACION Y SU PERSPECTIVA GENERAL	74
3.2 LA POBLACION Y LA MUESTRA	75
3.2.1 CARACTERÍSTICAS DE LA POBLACIÓN.....	75
3.2.2 DELIMITACIÓN DE LA POBLACIÓN	76
3.2.3 TIPO DE MUESTRA.....	76
3.2.4 TAMAÑO DE LA MUESTRA	77
3.2.5 PROCESO DE SELECCIÓN	78
3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS	78
3.3.1 MÉTODOS TEÓRICOS.....	78
3.3.2 MÉTODOS EMPÍRICOS.....	79
3.3.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	79
3.4 PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN	80
CAPÍTULO IV	81
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	81
4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	81
4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS	82
4.3 RESULTADOS	92
4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS	94
CAPÍTULO V	95
PROPUESTA	95
5.1 TEMA	95
5.2 FUNDAMENTACIÓN	95
5.3 JUSTIFICACIÓN	96
5.4 OBJETIVOS	97
5.4.1 OBJETIVO GENERAL	97

5.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	98
5.5 UBICACIÓN	98
5.6 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	103
5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	116
5.7.1 ACTIVIDADES.....	129
5.7.2 RECURSOS, ANÁLISIS FINANCIERO	132
5.7.3 IMPACTO.....	150
5.7.4 CRONOGRAMA	152
5.7.5 LINEAMIENTOS PARA EVALUAR LA PROPUESTA	153
CONCLUSIONES	154
RECOMENDACIONES	155
BIBLIOGRAFÍA	156
LINKOGRAFÍA	158
ANEXO	160

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Clasificación de los Eventos.....	51
Cuadro 2. Planta Turística del Ecuador	61
Cuadro 3. Declaración de las variables	72
Cuadro 4. Operacionalización de las Variables.....	73
Cuadro 5. Pregunta N° 1 ¿Considera usted que el Cantón Naranjito ha tenido un desarrollo en cuanto organizadora de eventos?.....	82
Cuadro 6. Pregunta N° 2: Piensa usted que el desarrollo de organizadoras de eventos que ha tenido el Cantón Naranjito es:	83
Cuadro 7. Pregunta N° 3: ¿Usted cree que el desarrollo de plazas de trabajo en el área de eventos influirá en la economía del Cantón Naranjito?	84
Cuadro 8. Pregunta N° 4: ¿Considera usted que la asesoría profesional mejore el servicio de los eventos sociales?	85
Cuadro 9. Pregunta N° 5 ¿Considera usted que las organizaciones de eventos permiten el realce de la imagen y calidad con los servicio que ofrecen?	86
Cuadro 10. Pregunta N° 6: Considera usted que la asesoría profesional en eventos se ve afectada por:	87
Cuadro 11. Pregunta N° 7 Cree usted que el motivo para contratar una organizadora de eventos se debe:.....	88
Cuadro 12. Pregunta N° 8 ¿Usted ha empleado el servicio de organizadoras de eventos para realizar sus eventos sociales?.....	89
Cuadro 13. Pregunta N° 9 ¿Cree usted que debería existir dentro del Cantón Naranjito un establecimiento que se dedique al servicio de asesoría y organización de eventos?.....	90
Cuadro 14. Pregunta N° 10 ¿Cuál cree usted que es el mejor lugar para la ubicación de la organizadora de eventos?.....	91
Cuadro 15. Verificación de Hipótesis	94
Cuadro 16. Perfil del Gerente General.....	105
Cuadro 17. Perfil del Contador	105
Cuadro 18. Recepcionista	106
Cuadro 19. Perfil del Coordinador de Eventos.....	106

Cuadro 20. Perfil del Personal de Apoyo	107
Cuadro 21. Perfil del Conserje	107
Cuadro 22. Implementos de técnicos	114
Cuadro 23. Foda	119
Cuadro 24. Matriz Foda	120
Cuadro 25. Modelo de Proforma para Eventos	130
Cuadro 26. Estructura de Financiamiento	133
Cuadro 27. Maquinaria y Equipo	133
Cuadro 28. Muebles de Oficina	134
Cuadro 29. Equipo de Oficina	135
Cuadro 30. Equipo de Computación	135
Cuadro 31. Patente y Marca	135
Cuadro 32. Gastos de Constitución	135
Cuadro 33. Rol de Pago	136
Cuadro 34. Salarios Proyectado	137
Cuadro 35. Arriendo de Local Proyectado	137
Cuadro 36. Servicios Básicos Proyectado	137
Cuadro 37. Suministros de Oficina Proyectado	138
Cuadro 38. Porcentaje de Depreciaciones	138
Cuadro 39. Global de Depreciaciones	139
Cuadro 40. Amortización de Gastos de Constitución	139
Cuadro 41. Gasto de Publicidad Proyectado	140
Cuadro 42. Tabla de Amortización de Préstamo Bancario	140
Cuadro 43. Gastos Varios Proyectado	141
Cuadro 44. Total de Egresos Proyectado	141
Cuadro 45. Ingreso Mensual por Eventos Sociales Paquete # 1	142
Cuadro 46. Ventas del Servicio Proyectado Paquete # 1	142
Cuadro 49. Otros Servicios de Ingreso	143
Cuadro 50. Otros Ingresos Proyectado	143

Cuadro 51. Total de Ingresos	143
Cuadro 52. Balance Inicial	144
Cuadro 53. Estado de Resultado Proyectado.....	145
Cuadro 54. Flujo de Caja.....	146
Cuadro 55. Índices Financieros.....	146
Cuadro 56. Tasa de Descuento.....	148
Cuadro 57. Cálculo VAN.....	148
Cuadro 58. Cálculo TIR	149
Cuadro 59 Cronograma	152

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Tipo de Montaje de Mesas.....	53
Gráfico 2. Pregunta N° 1 ¿Considera usted que el Cantón Naranjito ha tenido un desarrollo en cuanto organizadora de eventos?.....	82
Gráfico 3. Pregunta N° 2: Piensa usted que el desarrollo de organizadoras de eventos que ha tenido el Cantón Naranjito es:	83
Gráfico 4. Pregunta N° 3: ¿Usted cree que el desarrollo de plazas de trabajo en el área de eventos influirá en la economía del Cantón Naranjito?	84
Gráfico 5. Pregunta N° 4: ¿Considera usted que la asesoría profesional mejore el servicio de los eventos sociales?	85
Gráfico 6. Pregunta N° 5 ¿Considera usted que las organizaciones de eventos permiten el realce de la imagen y calidad con los servicio que ofrecen?	86
Gráfico 7. Pregunta N° 6: Considera usted que la asesoría profesional en eventos se ve afectada por:.....	87
Gráfico 8. Pregunta N° 7 Cree usted que el motivo para contratar una organizadora de eventos se debe:.....	88
Gráfico 9. Pregunta N° 8 ¿Usted ha empleado el servicio de organizadoras de eventos para realizar sus eventos sociales?.....	89
Gráfico 10. Pregunta N° 9 ¿Cree usted que debería existir dentro del Cantón Naranjito un establecimiento que se dedique al servicio de asesoría y organización de eventos?.....	90
Gráfico 11. Pregunta N° 10 ¿Cuál cree usted que es el mejor lugar para la ubicación de la organizadora de eventos?.....	91
Gráfico 12 .Ubicación Geográfica del Proyecto.....	99
Gráfico 13. Ubicación dentro del Plano del Cantón	100
Gráfico 14. Croquis del Establecimiento.....	101
Gráfico 15. Distribución del Establecimiento.....	102
Gráfico 16. Organigrama Estructural.....	103
Gráfico 17. Organigrama Funcional.....	104
Gráfico 18. Diagrama de Atención al Cliente	108
Gráfico 19. Logotipo	116

Gráfico 20. 5 Fuerzas de Porter	121
Gráfico 21. Segmentación del Mercado.....	124
Gráfico 22. Marketing Mix.....	125
Gráfico 23. Tarjeta de Presentación.....	127
Gráfico 24. Modelo de Volante	128
Gráfico 27. Tasa Interna de Retorno (TIR)	150

RESUMEN

El proyecto de investigación **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA ORGANIZADORA DE EVENTOS PARA EL DESARROLLO LOCAL DEL CANTÓN NARANJITO”** se lo realizó con el fin de establecer la viabilidad de este negocio que presta los servicios de asesorar y ejecutar eventos sociales, dado que la contratación frecuente de este tipo de servicios es de mayor frecuencia dentro del Cantón.

En vista de esta situación se planteó el objeto de estudio, identificar las oportunidades que guíen el desarrollo integral del servicio, como también porque la escasa presencia en profesionales en esta rama, que razones incentiva la contratación del servicio y que motivos vuelven atractivo el desarrollo del negocio.

En el capítulo I: se detalló los lineamientos, que dan origen a las inferencias sobre la necesidad que existe y sus efectos a consecuencia de la ausencia del servicio.

En el capítulo II: se procedió a investigar información que den base al tema de investigación para determinarlo en la historia, conocer sus fundamentos y establecerlo bajo las leyes, a más de indicar cuáles serían los posibles escenarios al existir la Organizadora de eventos.

En el capítulo III: se especificó el tipo de investigación, que métodos se utilizaría para diseñar la investigación, el tamaño de la población, como forma obtener información, que recursos serán necesario para aquello.

En el capítulo IV: una vez recopilada la información se procedió al análisis de las mismas, que respondieron a las inquietudes que se establecieron en el capítulo I, determinando la propuesta al problema.

En el capítulo V: se desarrolló la propuesta, lo que integra cual será su estructura organizativa, que actividades realizará, con que implementos, que ofrecerá al público, como financiar la constitución del negocio y que es lo desea para el futuro y que encaminan hacia ese objetivo.

ABSTRACT

The research project "FEASIBILITY STUDY FOR THE ESTABLISHMENT OF AN ORGANIZING EVENTS FOR LOCAL DEVELOPMENT OF CANTON NARANJITO" it performed in order to establish the viability of the business that provides services to advise and execute social events, as the frequent employment of such services is most often within the Canton.

In view of this situation the subject matter was raised, identify opportunities to guide the development of the service, as well as the limited presence professionals in this field, which encourages hiring reasons and motives service become attractive development business.

Chapter I: guidelines, which give rise to inferences about the need that exists and its effects as a result of the absence of detailed service.

Chapter II: we proceeded to investigate information that give basis to determine research topic in history, know your basics and set under the law, more than indicate what possible scenarios to be the organizing of events.

Chapter III: The specified type of research which methods would be used to design research, population size, and shape information, which resources will be needed for that.

Chapter IV: After collecting information to analyze them, responding to the concerns that were established in Chapter I proceeded, determining the proposal to the problem.

Chapter V: The proposal was developed , which integrates what their organizational structure, activities performed , that implements that offer the public , such as financing the establishment of the business and what you want for the future and moving towards that goal.

INTRODUCCIÓN

Los eventos en la vida pueden ser programados o no, pero sin duda son acontecimientos que son recordados, celebrados y conmemorados, que están envueltos de sentimientos y emociones que se guardan en la mente de cada persona que lo vive.

Siendo así desde el origen mismo de las civilizaciones que los eventos han conllevado a grandes aportes de la humanidad escenificando acontecimientos importantes para conocimiento de las futuras generaciones, con personajes que trascienden en la historia, ya sea por los hechos sucedidos o por quienes han tenido la tarea de coordinar dichos acontecimientos.

La revolución global ha permitido que el acceso a la información sea cada vez mayor y disponible para cualquier persona, pero hoy en día todo avanza muy rápido; a medida que esto sucede las personas se ven en la necesidad de adquirir más conocimientos para ser competitivo frente un mar de nuevas tecnologías y especialidades, para generar y producir bienes y servicio cómo verdaderos profesionales.

El presente trabajo de investigación busca identificar que es lo más adecuado para establecer una organizadora de eventos y dejar en claro que son un buen oficio para desarrollarlo, a consecuencia de su creciente demanda.

Actualmente son muy rentables, y la falta de este servicio dentro del Cantón Naranjito da como respuesta a que sea conveniente la creación de una organizadora de eventos.

Claro está que para el funcionamiento de la organizadora se contempla aspectos teóricos y una análisis del entorno, el cual permitió definir la estructura del negocio, su ubicación, misión, visión, objetivos, proyección de estados financieros y cuales son servicios que se ofertarán para prestar un servicio que satisfaga a los potenciales clientes. Se vuelve un negocio con cierta notoriedad ya que beneficia con empleos y no conlleva gran números horas.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematicación

La imagen cuenta mucho siendo así una carta de presentación, aprovechado en los eventos, dado que es una herramienta útil de la planificación, empleada para alcanzar objetivos fijados en empresas y en personas por cuestiones propias de celebración.

Si se busca en la historia los eventos tienen presencia desde tiempos remotos, son tan antiguos que existen pasajes bíblicos que hablen de ellos, la realización de estos eventos fueron por motivos muy llanos, simplemente espontáneos de contraponer oferta y demanda a través de ferias y exposiciones que frecuentemente fueron anuales, las cuales resultaban ser una magnífica idea para la comunicación comercial y social. Siendo así una muestra de la necesidad que han tenido los eventos desde la antigüedad.

En Ecuador para el año de 1916 se va introduciendo esta tendencia en el país, utilizado en un principio por los jefes de estado, instituciones públicas y privadas, para el manejo adecuado del protocolo, dejando atrás el palaciego que corresponde a los reyes y monarcas.

Las empresas organizadoras de eventos son una creciente necesidad dentro del cantón Naranjito, por cual razón la ausencia de empresas formales abren un mercado para personas, no especializadas en la decoración y ejecución de eventos, personas sin algún tipo de preparación asumen este negocio muy rentable para ejercerlo elaborando celebraciones basados solo en la observación y experiencias.

La poca diversificación del mercado, al no haber inversión en el desarrollo de nuevas manufacturas es parte del desconocimiento y del poco interés de corresponder a las necesidades que encierra el mercado local.

La forma de satisfacer la falta de empresas organizadoras de eventos dentro del Cantón ha sido a través de la contratación del servicio en cantones vecinos, lo cual no es lo más idóneo ya que el servicio no es realizado por personas del cantón.

Los profesionales en eventos se caracterizan por ofrecen un servicio en base a conocimientos teóricos involucrando el protocolo y etiqueta, siendo cuidadoso de los detalles, encargándose del menaje; servicio de alimentación; y el servicio música y sonido.

En cuanto los pocos servicios de eventos dentro del Cantón Naranjito no cuentan con el personal adecuado, ni la preparación profesional y por lo cual no se demuestra en los eventos sociales el realce que debe brinda el empleo de organizadoras de eventos.

De no satisfacer la necesidad de organizadoras de eventos la población del cantón Naranjito constantemente estará en la búsqueda de servicios de organización y asesoría de eventos de calidad.

Expresados los motivos del objeto de investigación de la situación actual del mercado, dan origen a que la respuesta a este claro problema sea la identificación de las oportunidades para el desarrollo de una empresa organizadora de eventos dedicada a la asesoría y la realización de celebraciones y acontecimientos.

La presencia de estas necesidades son las que dan la apertura para establecer el desarrollo del tema crear una organización y asesoría de eventos sociales, el cual se

hace evidentemente factible en la población del Cantón Naranjito, puesto que se requiere del servicio.

1.1.2 Delimitación del problema

País: Ecuador

Región: Costa

Provincia: Guayas

Cantón: Naranjito

Área: Sociales

Tiempo: Octubre 2014 a Marzo 2015

Universo: Población Naranjiteña (urbano y rural)

Variable dependiente: desarrollo local

Variable independiente: organizadora de eventos

1.1.3 Formulación del problema

¿Cómo incide la presencia de una organizadora de eventos en el desarrollo local dentro del Cantón Naranjito, Provincia del Guayas en el presente año 2014 y 2015?

1.1.4 Sistematización del problema

- ¿Cómo influye la capacitación profesional en la organización de eventos sociales y culturales?
- ¿Qué motiva a las personas buscar profesionales en eventos para realizar sus actividades sociales?
- ¿Cómo influye la inversión en negocios de organizadora de eventos en el mercado para el desarrollo local del cantón?

1.1.5 Determinación del tema

Estudio de factibilidad para la creación de una organizadora de eventos para el desarrollo local del Cantón Naranjito.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General de la Investigación

Identificar como la presencia de una organizadora de eventos incide en el desarrollo local del Cantón Naranjito, mediante la segmentación del mercado para la óptima prestación de servicios de asesoría y ejecución de eventos.

1.2.2 Objetivos Específicos de Investigación

- Determinar la importancia de la asesoría profesional en la imagen y servicios de los eventos.
- Identificar si la inexistencia de organizadoras de eventos en el Cantón Naranjito motiva a que las personas busquen el servicio de asesoría en lugares aledaños.
- Indicar como la inversión en organizadoras de eventos influye en el desarrollo de nuevas plazas de trabajo.

1.3 JUSTIFICACIÓN

En el Cantón Naranjito la solvencia y actividad económica está en crecimiento debido al empleo de manufacturas en industrias cercanas, beneficios de ley y el envío de divisas desde el exterior. De modo que las personas están en la disposición de contratar personal para la planificación y ejecución de sus eventos sociales privados o familiares, y también los eventos de índole público, organizados para el pueblo cada vez son más elaborados con la presencia de artistas internacionales, nacionales, animadores y bailarines; elevando así la calidad de los eventos, que cabe recalcar, no son producidos por personas de la localidad.

Motivo por el cual el mundo de los eventos mueve a muchos, tanto clientes como servidores posibles, este negocio es muy dinámico porque permite al cliente interactuar normalmente con las demás personas en el evento ya que él no se preocupa de nada y lo deja todo en manos del personal dispuesto para llevar a cabo todas las etapas del evento, de tal modo que las personas cada vez más apuestan por la consultoría de un organizador para la realización de celebraciones.

De hecho tan grande es el tema de asesorar y organizar eventos que anualmente hay entidades dedicadas a medir y reconocer cuales son los países y ciudades pioneras en el mercado de ejecución de eventos. Entre los cuales Estados Unidos, Alemania, España, Francia y Reino Unido - París, Madrid, Barcelona, Viena y Berlín específicamente en este orden correspondiente al 2013 por la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones con la captación de más eventos.

La organización de eventos es actualmente un tema muy rentable que engloba planificación, diseño y ejecución de múltiples celebraciones, para quien lo ejerce es un negocio en el cual es prioridad manejar una eficiente comunicación con proveedores y clientes para evitar contratiempos y realizar eventos notables.

Esto hace que los eventos organizados necesiten de la colaboración de personas con estos conocimientos para aportar a la realización de eventos cualquiera que sea el motivo.

En el Cantón Naranjito es evidente el déficit de prestación de servicio profesional en asesoría de organización y ejecución de eventos.

Por el cual es objeto de estudio, es necesario conocer el incremento de este servicio dentro del Cantón Naranjito, que puede convertirse en una fuente de empleo diferente para variar el mercado poco diversificado, contribuyendo así al desarrollo local del Cantón, muy formidable para analizar y enfocar vías idóneas hacia un progreso acertado en aumento de plazas en el mercado.

En vista que significa un aporte considerable para el progreso del Cantón, es primordial abarcar este segmento del mercado del ámbito turístico para aplicar una investigación dirigida a conocer que es lo que requieren las personas para sus eventos y celebraciones.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes históricos

Las tipologías del turismo son diversas y en este caso a la que se hace referencia es a la de eventos, ya que es una de las más importantes por el volumen de divisas que genera, llegando así a favorecer sectores como el hotelero, transportación y gastronómico

Los eventos familiares y públicos tienen su origen en las civilizaciones: griegas, romanas y egipcias con temas cívicos y aniversarios de nobles, gobernantes y dioses. Estas civilizaciones le daban gran importancia al tiempo libre y al ocio empleándolo también en la cultura, arte, deporte y diversiones.

En Tyre una ciudad isleña de Fenicia en el Mediterráneo, que enmarcó el origen de los eventos, descrito en el libro bíblico de Ezequiel. Esta ciudad era una verdadera fortaleza, que alrededor de 1.000 a. c. el gobernador Hiram fortificó las dos pequeñas islas cerca del mediterráneo y construyó puertos en el norte y sur, convirtiéndola en una creciente economía.

A lo largo del tiempo, los eventos han tenido finalidades diferentes como en lo social, cultural, deporte, económico, religioso, político y todo cuyo objetivo sea el de festejar, celebrar y compartir momentos juntos con otros.

El hombre en la tierra en la etapa final del paleolítico y paso al neolítico fue necesario para ellos organizarse para subsistir, debido que se hicieron sedentarios algunos grupos, todo lo que descubrían se lo atribuían a los dioses, seres supremos que los rodeaban, era la magia de los dioses lo que hacía posible todo.

Por lo cual el desconocimiento de las personas de la prehistoria en el origen de los fenómenos naturales, asumieron que debían tener un trato especial frente a estos sucesos para aplacarlos o atraerlos, de modo que se desarrollan las creencias en entidades superiores, comenzando así los primeros movimientos religiosos, llegando así de forma espontánea el desarrollo de ceremonias para congraciarse ante su ente supremo.

Los primeros eventos y celebraciones fueron en ofrendas a dioses por la fertilidad del suelo, realizando ceremonias y los triunfos sobre otros pueblos también eran motivo de celebración.

El término ceremonia hace referencia a un acto solemne ejecutado según normas establecidas, palabra que proviene del latín Caere que significa "condición/nombre de antigua ciudad etrusca" y Monia "estado del ser", que forma el término de caeremonia y en latín bajo ceremonia, que se puede interpretar básicamente como un ritual. Otro término dentro de los eventos son banquetes parte importante dentro de una celebración ya que es proveer alimento a los invitados

Los años transcurren los profetas aparecían y rechazaban estas celebraciones y las atribuían a lo pagano, mientras la creencia de ellos en un solo Dios se fortalecía y basaban su vida en solo obedecer esta ley, en la que también realizan celebraciones.

Las celebraciones en el origen del conocimiento de las primeras civilizaciones han sido la base que sustenta tradiciones y costumbres presente en cada pueblo, acopladas

a la forma de realizar sus fiestas ya sean familiares o públicas, por lo cual las siguientes celebraciones son un ejemplo de lo mencionado.

Los sumerios en el siglo III milenio a. c. es una de las primeras civilizaciones que se originan en Mesopotamia a orilla del Éufrates y Tigris, con el desarrollo de la ganadería y agricultura abre su amplio progreso, lo que se describe a través de la escritura cuneiforme (aparición de la escritura), el progreso tecnológico y social se lo atribuían a los dioses, los vientos y el crecimiento de las plantas; creían que el sol, la luna y estrellas eran dioses.

Celebraciones de acontecimientos militares, construcción de templos y la más importante la del año nuevo conocida como el Festival de Akitu alrededor del año de 3773 a. c., también celebrado en Babilonia, en esta celebración se adoraba al Dios Anu (dios de los cielos) en el templo de Uruk, que pensaba que los dioses resucitaban con el cambio de estación a la primavera, el sacrificio de animales era en forma desorbitada y por ende la consecuencia del exceso de comida y bebidas como el vino y la cerveza eran entendibles. Con este hecho se da origen a la celebración de año nuevo como lo conocemos hoy en día y la medición del tiempo en el calendario.

A la mitad del I milenio a. c. en la Edad de Bronce surgió la Dinastía Xia, precedida por la Shang y luego por la Zhou las cuales fueron las primeras dinastías y de las que datan diversas celebraciones. En la Dinastía Shang del siglo 1.600 a. c. – 1100 a. c. se le atribuye la Fiesta De la Primavera o el año nuevo chino, acontecimiento familiar más importante que celebran los chinos, la que empieza el primer día del mes del año lunar que generalmente es entre los últimos días de enero y dura quince días, en el lapso de estos días las personas se reúnen en familia y realizan banquetes que tienen su significado, como por ejemplo: el primer día se visten muy elegantes y cenan jiaozi o raviolos chinos que significa “despedir al viejo”, la forma de este alimento es la de un lingote de oro para así atraer el dinero y tesoros.

La Fiestas de los Faroles es una festividad que se remonta al 206 a. c. – 220 d. c. en la Dinastía Han época en el que el Budismo se popularizó, esta festividad se celebra el quince del primer mes lunar, en febrero o marzo del calendario gregoriano, el

emperador supo que los monjes mirarían los restos de la incineración del cuerpo del Buda y encenderían faroles, para adornarlo, entonces el emperador en señal de respeto ordeno poner faroles en templos y palacios imperiales, con el tiempo esta ceremonia Budista se convirtió en una gran festival. El banquete que identifica a esta ceremonia se llama Yuanxiao que son bolas de arroz glutinoso con relleno dulce o de carne, que representa la unión familiar.

En la Dinastía Zhou del 1.050 a. c. – 2256 a. c. aparece por primera vez la celebración de la Octava Luna Llena del Año con la frase “Medio Otoño”, esta celebración como su nombre lo dice a mediados del otoño que corresponden a los meses lunares séptimo, octavo y noveno del calendario chino y que ocurre en la noche cuando la luna está en su punto más brillante. En la antigüedad los emperadores solían ofrecer tributos al sol en la primavera para tener buenas cosechas y a la luna en otoño en agradecimiento por las cosechas recibidas. Esta celebración se convierte en fiesta nacional en la Dinastía Tang entre los años de 618 a. c. -907 d. c., para la celebración de esta festividad se tiene por costumbres comen tortas a la luz de la luna con familiares y amigos. (Doodleando, 2014)

La fiesta del Solsticio de Invierno en el periodo de primavera y otoño entre 770 a. c. - 476 a. c. en China se había determinado estos movimientos del sol con el reloj solar, que recae en el 22 o 23 de diciembre del calendario gregoriano, este acontecimiento continúa durante la Dinastía Han (206 a. c. -200 d. c.) se convirtió en celebración y continuo en la Dinastía Tang y Song. La Dinastía Han durante este día funcionarios y personas normales solían descansar y regalarse manjares, consideraba una fiesta de invierno, en cuanto en Dinastía Tang y Song era un día para ofrecer sacrificios al cielo y los antepasados, los emperadores adoraba al cielo y mientras el pueblo hacia ofrendas a familiares muertos, en la celebración de esta fiesta preparaban judías rojas y arroz glutinoso para alejar a los malos espíritus y fantasmas, los ravioles podían usarse como ofrendas a los antepasados y presentes para familiares. (Ministerio de Comercio y Subredes, 2005)

En las celebraciones de las culturas asiáticas, las ceremonias eran llevadas a cabo por un grupo de personas organizadas en un tribunal de ritos para asegurar que las

ceremonias no presenten ningún cambio y seguir guardando las tradiciones. El sentido ceremonial también conducía la vida en comunidad, todo aquel fuera de las reglas era considerado bárbaro y arrogante. (OTERO, Protocolo y Organización de Evento, 2009)

Estas siguientes fiestas son de origen religioso dictadas de Jehová a Moisés para el pueblo de Israel, en la salida del pueblo oprimido hacia la tierra prometida.

Entre los pasajes bíblicos del libro de Éxodo, Levítico y Deuteronomio se encuentran celebraciones de tres Fiestas Anuales, en este libro se especifica estas celebraciones las cuales son tres: la primera es la Fiesta del Pan sin Levadura, en el que se guardara siete días comiendo los panes, porque es el mes de Abid, el mes en que salieron de Egipto, se lo realiza a los quince días del mes y como ofrenda todo primogénito de vaca o de oveja y del asno con un cordero así cumpliendo con esta ofrenda, y si no lo cumple todo primogénito de tus hijos será redimido.

La Fiesta del Pan sin levadura es sencillamente aquello, lo que se entiende en la Biblia es que la levadura representa el pecado y objetivo es eliminar el pecado, esto en recordatorio de la masa de ázimo por lo apresurado que salió el pueblo de Israel de Egipto, también llamado “pan de aflicción”. Para los cristianos es el entierro del Cristo, porque él es “pan de vida”, de hecho el lugar donde nació es Bet-Léjem (Belén) que significa Casa de Pan. (Juan 6.35)

La segunda es la Fiesta de la Siega o Primicias, primeros frutos de las labores del campo, en que seis días se trabajará y el séptimo se descansarás del arado y la siega. Cuando Jehová te haya metido en tierra de Cananeos, como ha jurado a ti y a tus padres y cuando te la hubiere dado, dedicarás a Jehová todo aquel que abriere matriz. (Éxodo 13.11-13)

Pero no solo a partir de lo que mandó Jehová es que comienza esta celebración, se puede acotar que desde los tiempos de Caín y Abel en el que hacían ofrendas a Jehová, las primicias celebra y reconoce la mano de Dios, la bendición sobre su pueblo, la palabra primicias en hebreo significa “una promesa por venir” y que comparte con los judíos la misma raíz, bechor que significa “primogénito”. Esta celebración es la más mencionada en la Biblia después de la Pascua.

Y La tercera es la Fiesta de la Sietes Semanas o Pentecostés, de las primicias de las siegas del trigo y las fiestas de las cosechas a las salidas del año, siete semanas se deberá contar desde que la hoz de las mieses, y harás una fiesta solemne de las siete semanas, con el regocijo de lo bendecido de la mano de Dios, en estas fiestas todos hacen ofrendas a Dios por la abundancia de las cosechas y la carne.

Pentecostés es como el aniversario de la iglesia, en el cristianismo es el Espíritu Santo que desciende sobre aquella comunidad naciente y temerosa, la iglesia sabe que nace en la resurrección de Cristo pero se confirma con la venida del Espíritu Santo. Esta palabra en griego significa “día quincuagésimo”, a los cincuenta días de la Pascua, en un principio fueron agrícolas pero después se convirtió en un recuerdo de la Alianza del desierto de Sinaí.

Pero en estos pasajes bíblicos se habla no solo de tres Fiestas, sino que habla de otras que fueron festividades religiosas para los israelitas a partir de la salida de Egipto, fiestas como de los Tabernáculos, la cual es una fiesta que se hará por siete días, cuando se haya hecho la cosecha bendecidas por Dios, fiesta solemne a Dios en agradecimiento por toda obra. Este celebración recae en día quince del séptimo mes, mes de Etanim celebración en la que el primer día será de reposo, en el que se tomará ramas de árboles frondosos, palmeras, sauce y regocijarse delante de Jehová y habitar en los tabernáculos por siete días. Los tabernáculos fueron una especie de santuario móvil construidos por las israelitas por orden de Jehová a Moisés en el Monte de Sinaí.

También se menciona la Pascua que se celebra en el mes primero (Abid) a los catorce días entre las dos tardes, en el día diez del mes de Abid cada familia tiene que tomar un cordero macho de un año, más si la familia fuese pequeña unirse con el vecino inmediato y cuatro días después se inmolar el cordero con toda la congregación, la sangre del animal por orden de Jehová se la pondría en los dos postes y dintel de las casas y la carne debía ser consumida solamente asada y lo que sobrase debía ser quemado y consumido así apresuradamente, porque Jehová pasaría esa noche por la tierra de Egipto y ejecutaría a todo primogénito de hombre y bestia y la sangre en los

postes y dintel libraría de toda plaga de mortandad a los israelitas cuando azoten las plagas la tierra de Egipto.

La celebración de la Pascua se origina 1.513 a. c. cuando Jehová se lo hizo saber a Moisés y su hermano Aarón y se ha celebrado en recordatorio de la liberación del pueblo de Israel y para el cristianismo es la instruida en la resurrección de Cristo.

Otra es la Fiesta el Son de las Trompetas celebrada en el día primero del séptimo mes, día de reposo y ningún trabajo de servicio se hará, esta celebración es una conmemoración y santa convocación al pueblo de Israel. La primera santa convocación es cuando Jehová hace la revelación en el Monte Sinaí a Moisés, el sonido demasiado fuerte y todos los presentes temblaron. (Éxodo 19.16) Se interpreta como la venida a nosotros de Cristo para restablecer su reino en cada uno y ser miembro de él. (El Regresa por sus Hijos Maranatha)

También la del Día del Perdón es una celebración del séptimo mes a los diez días del mismo, es un día de expiación y en donde afligiréis las almas, para conciliar las almas con Jehová, en esta celebración se ayunará y presentara ofrendas por fuego, será día de reposo y no se hará trabajo alguno.

Estas celebraciones religiosas están muy presentes en el calendario para ser conmemoradas por religiones que tienen este mismo credo.

Las Bodas de Caná en el libro de Juan 2.1-12, describe el escenario de una celebración ocurrido en Galilea en el que estaban invitados la Jesús, su madre y los discípulos, en la que llego a faltar vino y se lo hicieron hacer saber a Jesús y entonces ordenó que los sirvientes hagan todo lo que Jesús mandará, para lo que él hizo llenar seis tinajas de agua hasta el tope y dijo Jesús “sacad ahora y llevadlo al maestresala” y cuando este criado probó el agua hecha vino dijo “todo hombre sirve primero el buen vino y cuando hayan bebido mucho entonces saca el inferior; mas tú has reservado el buen vino hasta ahora” (Sociedades Bíblicas Unidas, 1994)

Las celebraciones en aquel tiempo tenían largas duraciones, sin excepción del motivo, en la cual parientes y amigos daban sus felicitaciones, en los banquetes podían hasta

participar los transeúntes porque preparaba muchos alimentos y el vino era indispensable y debido a que María madre de Jesús ayudó en los preparativos de la celebración y se pudo dar cuenta que el vino faltaría.

Otra celebración que hemos podido leer y ver en películas, es la celebración del Cumpleaños de Herodes Antipas en el cual hubo un gran banquete y muchos invitados y uno de ellos era su hijastra y sobrina Salome hija de Herodías, la cual le bailo a Herodes por su cumpleaños y él le dijo que le pidiera lo que quiere a lo que ella respondió “la cabeza de Juan el Bautista”, quien había sido encarcelado por que le había dicho a el Rey Herodes en su cara que el adulterio era pecado, Herodes al no soportar esta verdad en la cara lo metió preso, pero Herodes le temía al pueblo porque consideraba a Juan un profeta, un varón justo y santo, pese a este temor Herodes cumplió la petición de su hijastra y fue cortada la cabeza de Juan el Bautista y llevada al banquete para ser vista por todos los presentes en esta celebración. (Marcos 6.14-29)

Dejando de lado las celebraciones religiosas, podemos mencionar un evento celebrado en la Edad Antigua, es el más grande evento registrado, que fue realizado por los griegos en el Valle Sagrado de Olimpia en siglo VIII a. c entre 776 a. c. – 393 d. c., en este evento se rendía honor a Zeus, eventos que trata sobre de las competiciones deportivas en la que participan atletas de diferentes partes del mundo, una carrera de 192 m para demostrar las habilidades de los atletas, reto en el cual el atleta Corebos de la ciudad de Elida se coronó triunfador pasando a la historia como el primer ganador olímpico , la celebración de los juegos eran con la intención de crean buenas relaciones entre ciudades, las mismas que eran Esparta, Pisa y Elida, en los cuales establecían un pacto del cese de toda actividad bélica, después se incorporaron otros disciplinas deportivas como: saltos, lanzamientos, luchas y competencias hípcas en las que no podían participar mujeres, los ganadores eran premiados con una corona de olivos, no era tanto el premio sino el reconocimiento, hoy este evento se continua organizando y se lo conoce como “Los Juegos Olímpicos”, que se realiza cada cuatro años hasta hoy en día, este evento movía a miles de personas para presenciarlo. (Discovery Deportes, 2012)

Atenas una ciudad griega en la década de 430 a. c. los días festivos bordeaba los 120 por año. Estos eventos contribuían a enaltecer los sentimientos religiosos como el patriotismo, el orgullo nacional y la fe en los dioses.

Un evento de tipo cultural ocurrido en la antigua Grecia específicamente en la Acrópolis de Atenas en el Monte de Ares o Areópago, fue donde los filósofos dan discursos y enseñanzas, hay la Biblia un pasaje que habla cuando los filósofos estoicos y epicúreos llevaban a Pablo de Tarso para que de sus enseñanzas (Hechos 17.18-34)

En Delfos también ciudad griega se empezó a celebrar las primeras ferias que fueron presumiblemente anuales como respuesta a la necesidad natural de asociarse en un ambiente determinado con fines sociales y económicos.

El origen de los eventos comerciales surgen a partir de los eventos familiares y reunión de personas, la derivación de estos eventos son una forma de conseguir dinero, las características de estos eventos es que son realizados en plazas públicas y recintos, que son en un principio mercados y ferias para exhibir y vender productos.

Los romanos celebraban las Fiesta del Triunfo estas eran asociadas con la llegada de generales romanos triunfantes en batallas, en el año 46 a. c. Julio Cesar ordenó la realización de una celebración por las victorias sobre Egipto, Galias, África y el Ponto que duro diez días, en esta festividad se obsequiaron aceites, cereales, carne y denarios junto con el ofrecimiento de un banquete público a lo largo de 22.000 mesas.

Los Bacanales fueron celebraciones introducidas a Roma por el año 200 a. c. desde Grecia, por medio de Etruria que era unos texto griegos de la antigua región del centro de Italia, en la que rendían tributo al Dios Baco, solo participaban mujeres y posteriormente hombre, esta celebración se la realizaba a cargo de las sacerdotisas el 16 -17 de marzo en la arboleda de Simila cerca del Monte Aventino y luego se la realizaba cinco veces al mes, estas celebraciones eran culto secretos en las que el descontrol era normal en esta celebración, se puede destacar de esta celebración los sendos banquetes que preparaban, las carnes eran cocidas en presencia de los comensales, avestruz hervida con agua dulce, el vino no podía faltar rebajado con agua

y endulzado con miel, los aperitivos que se servían variaban entre medusas, huevos, erizos de mar y ubres de cerda rellenas de erizos de mar. (BARCALA, 2014)

Los Saturnales la cual era otra festividad romana de gran importancia introducida alrededor del 217 a. c. para elevar la moral de los ciudadanos después de la derrota ante los cartagineses, los sacrificios y banquetes públicos eran parte de esta celebración, que duraba siete días, luego a denominarse también la fiesta de los esclavos, ya que en esta celebración se liberaban esclavos y recibían raciones extras. Los banquetes eran usados en ceremonias de bodas, sacrificios y eventos donde se anunciaba una autoridad.

Esta festividad tenía el poder de cambiarlo todo, las divisiones sociales se dejaban de lado estando al mismo nivel esclavos y hombres libres, lo ordinario estaba prohibido y se daban el lujo de gastar en comida en cantidades mayores a las habituales. En 336 d. c. se emplean en la celebración juegos con dados y cubilete que tenía la inscripción de: “Ahora esclavo doméstico, puedes echar una partida con tu señor”.

En los Saturnales se tenía la costumbre de encender velas y hacer regalos, en un comienzo era usual regalar velas y muñecos de barro también fue común agradecer con alguna atención o con dinero a amigos por algún favor. (Brigmann, 1994)

En el antiguo Egipto por el año de 3150 a. c., cuando el alto y bajo Egipto político se unificaron bajo un solo faraón Narmer, el cual se prolongó durante 3.000 años. Al final de la antigua civilización está marcada por Alejandro Magno en el 322 a. c., periodo en el que muchos festivales y celebraciones se desarrollaron, que daba un respiro a la vida dura.

Las fiestas eran conocidas con el nombre de Jubileo, al igual que las civilizaciones ya mencionadas la mayoría de las celebraciones eran en honor a dioses, en las que se hacía una procesión con la estatua del Dios sobre los hombros de los sacerdotes.

Las diferentes celebraciones tanto públicas como privadas que los egipcios realizaban al igual que hoy en día, brindaban con vino, cerveza y degustando platillos singulares

para el evento. Se cree que los faraones fueron los que empezaron a celebrar sus cumpleaños hace 3.000 años a. c.

Unos de los festivales más importantes durante el periodo del Imperio Nuevo en el 1.539 a. c. – 1.069 a. c. fue el Festival de Opet, el cual duraba veinte siete días y tenía la finalidad de alabar al Dios Amón del cual pensaban que influenciaba al Faraón, por lo cual el Faraón participaba en la ceremonia. Para el siglo 12 a. c. se registró la entrega de 385 jarras de cerveza.

Un evento de carácter no festivo, más bien ceremonial y político en Egipto fue registrado en los muros de Karnak y tablillas de arcilla de la ciudad Hitita de Hattusas en 1.279 a. c. cuando se firmó un acuerdo de paz entre Ramsés II y Hattusi III, este evento sucedido es considerado el primer tratado de derecho internacional documentado, siendo así el origen de las relaciones diplomáticas de igualdad entre estados.

- *En esta etapa de las civilizaciones es muy notorio que las celebraciones realizadas, eran magnos eventos en los que no se escatimaba recursos, todo era en abundancia y no había una real división sobre lo religioso y pagano, las celebraciones comenzaban con un tinte religioso y pasar fácilmente a estar llena de excesos, debido a que fueron politeístas y creían en un sin número de dioses. En la descripción de las diversas celebraciones es evidente el esmero y derroche en cuanto a los banquetes y actividades de distracción, lo que demuestra que siempre han tenido un alto grado de importancia.*

Los eventos tienen una relación muy estrecha con la historia de las celebraciones, ya que su carácter religioso y civil dio lugar a la aparición de eventos de tipo social.

Con ceremonias en tradiciones culturales y religiosas que expresan respeto hacia algo, no tarda en evolucionar en eventos sociales, en los que el pueblo se reúne a través de un rito para celebrar una costumbre como las bodas y eventos sociales, que son tanto civiles como religiosos y crean un lazo de reunión familiar y de amigos.

Si hacemos mención de las bodas lo primero en decir es que son celebraciones que encierran muchos detalles, que las personas han convertido en tradiciones desde las

primeras civilizaciones hasta la actualidad. Una primera boda sin duda esta descrita en el pasaje bíblico del Génesis 1.27-28 el que dice “Y Dios creó al hombre a su imagen, a imagen de Dios lo creó; varón y hembra los creó. Dios los bendijo y les dijo fructificad y multiplicaos y llenad la tierra”, de la creación del hombre y de la mujer representa la primera unión como pareja, para formar un hogar bajo la bendición de Dios, esta decisión de unirse en parejas es el compromiso que se hacen mutuamente las personas para vivir en sociedad, que a lo largo de la humanidad.

Los sumerios y los griegos realizaban las bodas bajo un contrato en el que firmaban las dos familias, entre el padre de la novia y el futuro esposo, para unir las familias, en el que la futura esposa no tenía ni voz ni voto y era una forma unilateral, esto debido que la mayoría de las sociedades del Medio Oriente consideraban que las mujeres no eran adultos jurídicamente hablando y pasaban de depender de sus padres a su esposo. Los sumerios celebraban la boda entre la diosa Inanna y Dumuzi con un gran banquete en cada año nuevo, porque en el comienzo del nuevo año todo reflorece y se lo atribúan a estos dioses.

La antesala para un matrimonio romano de clase inferior era de una forma brusca de concebirlo, para conocer jóvenes mujeres se organizaban fiestas a las que se invitaban los vecinos y los hombres secuestraban a las hijas de estos en el sitio de la celebración, a las celebraciones de este acto se les llamaba Rapto Consentido. Otra forma para contraer matrimonio era el Coemptio o compra recíproca, lo que simula una compra mutua con regalos, la mayoría de las mujeres plebeyas se casaban a los 20 años y los hombres a los 30 años.

Para las chicas de la alta sociedad romana era todo lo contrario, el Confrarreatio es una forma más seria y solemne, considerada la primera forma de unión de derecho privado y de carácter religioso, porque era santificado por las autoridades eclesiásticas, lo que hoy conocemos como matrimonio civil y religioso.

Mientras que en el pueblo egipcio se consideraba a los dos miembros de la pareja igual de importante, como lo es actualmente en la mayor parte del mundo.

Otras celebraciones son los aniversarios o cumpleaños fueron considerados costumbres paganas que los cristianos no celebraban. Se creían en la antigüedad que la ceremonia de un cumpleaños tenía la finalidad de proteger al homenajeado de demonios y resguardarlo durante el año entrante.

La tradición de encender velas sobre un pastelillo y ser sopladas son influencias griegas y romanas, se asumía con esta ceremonia que el humo emanado por las velas al ser sopladas ascendía hasta la divinidad y le transmitía el deseo pedido.

La Iglesia sostenía que era una celebración pagana y según la doctrina se llegaba a este mundo bajo el pecado original de Adán y Eva, así que no era motivo de celebración para ellos.

Pero antes de continuar sobre lo que el cristianismo consideraba bueno y malo cabe remontarse a su origen para conocer de forma muy rápida como nace el cristianismo.

Los cristianos en el 173 a. c. comienzan las bases teológicas de la religión con corto periodo del imperio Macabeo que posibilito la creación de los Jasidim en el sacerdocio caldeo, que dio lugar al movimiento Mesánico, Esenio y Fariseo, que conlleva al judaísmo rabínico y el gnosticismo y así el llamado Cristianismo, como se lo sabe.

Posteriormente con el ascenso del cristianismo y el inicio del descenso del Imperio Romano, llevada a cabo por el Emperador Constantino I, tras la imposición oficial del cristianismo el emperador mando a sustituir de poco las celebraciones y fiestas de ese entonces por celebraciones en honor al Dios cristiano, para lo cual se destruyeron todas las imágenes y esculturas en veneración a otras divinidades prohibiendo todo culto o veneración.

Pero cabe hacer un poco de mención a Constantino I quien lideró el Imperio Bizantino heredero del Imperio Romano, en el que empezó el 11 de mayo del 330 d. c. extendiéndose toda la Edad Media, fundo Constantinopla como segunda capital del imperio, hoy actual Estambul en Turquía, en la que el lujo traspasó lo ya conocido de la época, era muy exquisito a lo referente con las celebraciones, impuso una etiqueta rígida para las ceremonias, los banquetes ceremoniales que ofrecía según Eusebio de

Cesarea (275 – 339 d. c. fue Obispo y conocido como el padre de la historia de la iglesia) los describe como “*placeres reservados para elegidos del paraíso*” descrito así por Cesarea en la ceremonia del Concilio de Nicea en 325 d. c. Constantino I sorprendió a los trescientos dieciocho padres conciliares con un banquete apetitoso, además Constantino I hizo construir un sala cerca del hipódromo especialmente para ahí tener sus banquetes y ceremonias, él impuso como parte de la etiqueta que se comiera sentados y no tendidos como en el principio de la época, de modo que esta forma de servirse los alimentos solo lo hacían en Navidad en vajillas de oro con el vino que era infaltable. En el Imperio Bizantino se degustaban alimentos con especias y frutas que refinaban los platillos y la aparición del tenedor hizo aun más que la etiqueta en la mesa se desarrollará y marcará la diferencia.

Y retornando al tema de los cumpleaños y celebraciones, estos fueron cesados por estar fuera del cristianismo, investigaciones revelan que para los cristianos la celebración de los aniversarios eran el paso a la otra vida, el aniversario de un santo era cuando el muriera porque se pensaba que pasaba a mejor vida.

En el siglo IV la Iglesia comenzó a cambiar su postura frente a las celebraciones de cumpleaños, el inicio de los estudios sobre el nacimiento de Cristo y el nacimiento de la Natividad de Jesús de Nazaret el 25 de Diciembre, el objeto era sustituir las celebraciones paganas con estas celebraciones religiosas que hoy en día se conoce universalmente.

De modo que los cristianos comenzaron también festejar sus propios cumpleaños al igual que su Salvador, y así el mundo recobró la celebración de los cumpleaños, que únicamente fueron en un principio para reyes y personas pudientes. La costumbre del pastel y las velas reapareció entre campesinos en Alemania en la Edad Media, en la que ponían las velas según los años cumplidos y una vela más grande que representaba la Luz de Cristo.

En la Edad Media, en esta edad existieron fiestas religiosas y relacionadas con los ciclos agrarios, en el siglo XIII los días festivos el calendario de ese tiempo llegaba a un total del tercio de los días del año.

Escrito por Ladero Quesada:

“La Edad Media fue un periodo denso y creativo en la elaboración de fiestas, sobre todo en sus primeros siglos, cuando la Iglesia perfeccionó su calendario de celebraciones y lo combinó con los ritmos estacionales y con diversos elementos procedentes de las culturas pre cristianas que daban como resultado, fusiones de las que aún hoy somos partícipes” (QUESADA M. , 2004)

Bautizos, bodas y funerales eran los motivos familiares de celebración más habituales. Eran actos que marcaban los tiempos de las persona y servían, al mismo tiempo, para reforzar los lazos familiares se le prestaba muchas importancia a la realización de los banquetes de reyes y nobles porque se extendían por varios días.

Las bodas a finales de la Edad Media, están a cargo de la Iglesia Católica ya que supervisan la ética y la moral, comienza el tiempo del oscurantismo y tabúes dentro de la pareja. El matrimonio es concebido como una unión igual ante Dios, pero no ante las leyes civiles, se impone la monogamia formalmente y declara al matrimonio como indisoluble “Lo que ha unido Dios que no lo separe el hombre” y “Hasta que la muerte los separe”, quedando el divorcio en el olvido. Tal fue así que Enrique VIII de Inglaterra tuvo que escindir de la religión católica y crear un nueva para hacer su voluntad y casarse las veces que quiera (fueron seis veces), al divorciarse de Catalina de Aragón, hija de los Reyes Católicos de España en 1.533.

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

Las autoridades impedían el exceso con leyes suntuarias, en las que se especificaba que no podía arrojar la comida y en caso de exceder ser regalada a los pobres o los sirvientes, la Iglesia tenía gran influencia por cual en sus mandatos limitaban hasta el consumo de alimentos, varios días en el calendario señalaban que no se podía comer carne y otros días se debía ayunar.

En el año de 1342 el 19 de mayo, el banquete ofrecido en honor a la coronación del Papa Clemente VI, celebrado en el palacio papal de Aviñón en Francia, se observó como varios sirvientes sacaron un árbol de plata del que colgaban fruta fresca y junto a este otro árbol de natural del que colgaban frutas confitadas. Los comensales se deslumbraron más al ver como de una fuente salía cinco tipos de vino, para recibir a los invitados se arregló la sala principal con caballetes, tableros que formaban grandes mesas que eran cubiertas con manteles, los invitados a la coronación se sentaban de un lado de la mesa y la comida era servida de frente y en cada servicio ofrecido se sacaban varios tipos de platos que eran ordenados según la importancia del comensal, en estas celebraciones mientras más cerca del anfitrión se estuviera más es la posibilidad de degustar todos los platillos.

Para la preparación de este banquete se necesitó aparte de los muebles y gastos de decoración del palacio papal y de la iglesia de los Dominicos fue: 118 bueyes, 101 terneros, 1.021 carneros, 914 cabritos, 60 cerdos, 69 quintales de manteca, 300 pescados de esturión, 3.031 capones, 3.043 gallinas, 7428 pollos; se usaron para la cocina 116 calderas, 26 cocineros, 41 ayudantes, 14 carniceros con 20 ayudantes y 250 sirvientes, se vaciaron 102 pellejos de vino, se compraron 2.200 ánforas de vidrio y 5.000 vasos, además se gastaron 10 quintales de cera para el alumbrado y en resumen el costo total de la coronación del papa Clemente VI ascendió a “un millón de libras de oro”. (ROSELL, 2009)

Esta época surgieron los hábitos como lavarse las manos con agua perfumada, el uso de toallas y orden al momento de servirse la comida, siendo el orden entradas, entremés, postre y cuerno de la abundancia.

El 28 de enero 1393 el Rey Carlos VI de Francia y cinco cortesanos se disfrazaron de bestias salvajes de los bosques, trajes que fueron elaborados en lino, todos ellos incluido el Rey estaban encadenados unos a otros por los pies para la presentación de un vals en el matrimonio de una dama de compañía de la Reina Isabel de Baviera (esposa), debido al peligro que los trajes representaban se prohibió las antorchas en la sala, sin embargo el hermano del rey Luis de Valois Duque de Orleans se acercó con una antorcha encendida y unos de los cortesanos empezó arder y el pánico se apoderó

de la sala, Juana II de Auverina Duquesa de Berry distinguió el Rey escondiéndolo debajo de su falda salvándole la vida, a este incidente se lo conoce como el “Bal de Ardents” o Bola Ardiente, muy aparte del lamentable hecho sucedido en esta celebración se quiere enfatizar lo descrito en la ceremonia que es el uso de disfraces en celebraciones, que para la época eran un lujo especial solo para la corte. Después el uso de disfraces y mascararas fueron un distintivo de los carnavales en el siglo XV con desfiles, procesiones triunfantes y celebraciones de matrimonios y el siglo XVI el baile de mascararas se popularizó en festividades públicas en Italia.

Las bodas fueron también eventos muy connotativos, la boda del Marques Gian Giacomo Trivulzio de Milán con Beatrice d’ Avalos, celebrado a finales de la Edad Media en 1.488 brindó un banquete en el que sirvieron exquisitos manjares como: pastelillos de piñones y almendras con azúcar, espárragos, salchichas y albóndigas, perdices con salsa, cabezas de ternera dorada y plateada, capones, jamón, jabalí servidos con una variedad de potajes delicados, cordero asado con salsa de cerezas amargas, diversa aves asadas, pollas guisados con azúcar y agua de rosas, crema perfumada con salvia, membrillos cocidos con piñones , confituras y diez tartas diferentes. (BÁGUENA, 2007)

En los comienzos de la Edad Moderna se dio la boda doble en enero de 1.491 entre Ludovico Sforza Duque de Milán y Beatriz de Este y la del hermano de Beatriz, Alfonso de Este y Ana Sforza sobrina de Ludovico Sforza, fue organizada por Leonardo da Vinci, quién en esa instancia era ingeniero de Sforza con el título de “Ingénarius Ducalis” y de “Apeles Florentino” reconocimiento solo para grandes pintores, desde 1.482 trabajó Leonardo da Vinci como jefe de festejos y banquetes, de manera que así fue que Leonardo se encargo de la organización de fiestas y espectáculos en el palacio para Sforza como: organizar torneos, carreras de caballo, inventar recetas de cocina, controlar el personal y preparar vestuarios. Leonardo da Vinci fue un apasionado por la cocina hasta los últimos días de su vida, creando recetas muy adelantadas para su tiempo que no fue de mucho gusto para la época, las recetas de Leonardo hoy en día serían de consideradas platillos de alta cocina a más de ser un ferviente vegetariano e inventor de la servilleta. (les Leonardo , 2014)

Para el día de la celebración de la doble boda, Leonardo da Vinci pretendía presentar una réplica de una tarta que medió 60 m de longitud que la monto en el patio del palacio de Sforza, para la creación de la gigantesca tarta se necesitó masa de pasteles, polenta con nueces, uvas pasas y mazapanes, en la que los invitados debían entrar al pastel por las puertas y comer de él, pero desfavorablemente no se tomó en cuenta que esta extravagancia atraería a las ratas y pájaros y que de hecho sucedió así, las cuales acudieron por miles la noche previa a la celebración, devorando todo y como resultado solo quedo las migajas y a consecuencia de lo sucedido se tuvo que celebrar la boda en otro lugar, pero Ludovico vio el gran potencial de Leonardo como artista y lo envió a la iglesia Santa María de Gracia para que pintase en el refectorio del convento una obra que tenga como tema principal la comida, obra que llevo a Leonardo da Vinci tres años de trabajo, que es muy reconocida a nivel mundial con el nombre de “La Última Cena”.

Poco tiempo antes de la doble boda Leonardo también había organizado la boda del sobrino de Ludovico, Gian Galeazzo Sforza y de Isabel de Aragón, la organización de esta boda fue llena de magia, porque en el patio del palacio se recreo una selva en la que los sirvientes se disfrazaron de bestias salvajes y aves que sobrevolaban cogidos de hilos por las cabezas de los invitados, la decoración de esta boda simulada un país imaginario lleno de encantos, además presentó un espectáculo de opera titulada “El Paraíso” cuyo libreto era de Bernardo Bellincioni y producción escenográfica estaba a cargo de él, en esta boda si resulto todo a la perfección. (KEMP, 2006)

El descubrimiento del Nuevo Continente el 12 de octubre de 1.492, aportó mucho dentro de los banquetes en las celebraciones, combinando nuevas especias que dieron un cambio a la preparación de los alimentos.

En 1.513 el 13 de septiembre, la Ciudad de Roma ofrece un banquete a los Médicis, por motivo del ascenso al cargo de Papa a Juan de Médicis con el nombre de León X, para la celebración se preparó 2.100 platos distribuidos en quince de carnes guisadas y asadas, pasteles de piñones, mazapanes, bizcochos, cremas azucaradas, pajarillos al espetón, corderos, pollos, gallinas y pescados asados, todos estos alimentos dispuestos al aire libre al igual que la ubicación de las mesas, León X utilizó todo el

patrimonio que heredó del papa anterior Julio II, para la celebración del evento papal. (KYÓN, 2012)

Un personaje importante para esta época fue indudablemente Bartolomeo Scappi (1.500 – 1.577) gran cocinero que tomó parte en la historia de los banquetes y eventos por su innato talento, entró como cocinero al Vaticano a finales del papado de Pablo III (1.534 – 1.549) y posteriormente cocinero personal del papa Pío V (1.565 – 1.572) puesto que le permitió la publicación de su libro Opera en 1.570 con la ayuda del Papa, unos de los banquetes más sobresalientes de la Bartolomeo Scappi fue el que organizó en honor a Carlos V Emperador de Roma, con casi ochocientos platos.

El esplendor de las celebraciones y festines cada vez más lujosos llegarían a lo absoluto de su refinamiento en los siglos siguientes dentro de las monarquías absolutas, el protagonista de esta época sería Luis XIV comúnmente llamado “Rey Sol” que era terriblemente exigente y un dolor de cabeza para los encargados de los festines y celebraciones en el que él estaría presente.

La corte de Versalles a cargo de Luis XIV en la parte culminante de la omnipotencia francesa fue el centro de poder y ceremonial de Europa en la época, todo estaba bajo su absoluto control, la etiqueta de la corte francesa tiene su mayor auge en el siglo XVII con la definición de los actos sociales por tiempo, personas, espacio y orden; esta etiqueta diferencia y reconoce la dignidad de las personas e instituciones además en la corte se define el ceremonial de mesa y actos sociales.

El motivo de estos fastuosos banquetes sería básicamente por el bienestar político y moral de ideales sociales frecuentemente entre Francia e Inglaterra.

El 17 de agosto de 1.661 el Superintendente de Finanzas Nicolás Fouquet de la corona francesa invita a los reyes de Francia, Luis XIV y Ana de Austria reina madre y a toda corte, a la inauguración del Palacio de Vaux le Vicomte, la organización de toda la inauguración estuvo a cargo de Francois Vatel, para lo cual se preparó una cena de ochenta platos, treinta mesas bufet, codornices y perdices, todo servido en una vajilla de oro macizo elaborada expresamente para la familia y la corte, la celebración estuvo amenizada por ochenta y cuatro violinistas que interpretaron obras de Jean Baptiste

Lully, se escenificó “Les Facheux” una comedia ballet fruto de la colaboración entre Moliere y Lully creado sólo para la inauguración y ya entrada la noche se lanzaron fuegos artificiales, pero todo este derroche irritó a Luis XIV, que más tarde Voltaire¹ lo interpretaría así “ A las seis de la tarde Nicolás era el Rey de Francia y para las dos de la mañana no era nadie”

Todo lo preparado para la inauguración fastidió a Luis XIV y mandó a encarcelar a Nicolás Fouquet hasta el día de su muerte en 1.680. Dado a lo sucedido Vatel huye a Inglaterra por miedo de ser arrestado y conoce a Gourville amigo de Nicolás Fouquet, el cual convenció al Príncipe Luis II de Borbón - Conde que lo contratase para el palacio de Chantilly.

Entonces siendo así Vatel encargado a todo lo correspondiente con las compras y abastecimiento del palacio teniendo el cargo de “contrôleur général de la Bouche” en 1.663, tras años de servicio a Luis II de Borbón el 21 de abril de 1.671 caído en el infortunio a causa de la participación en la rebelión nobiliaria de Fronde contra Luis XIV, este ofrece un banquete a Luis XIV y toda su corte de Versalles, todo esto con el ánimo de reconciliar la paz y el perdón de Luis XIV y obtener favores para él debido a la ruina que se avecinaba.

Vatel ya conocía lo exigente que era Luis XIV, crear algo deslumbrante era convicción para ofrecer a tal Rey, de modo que la fiesta no duraría solo un día, serían tres días de celebración para Luis XIV, de ahí que en la historia se le denomina “La Fiesta de los Tres Días”, la organización de esta celebración consistió que cada día tenga una temática o motivo: el primer día sería dedicado a la Gloria del Sol y la abundancia de la Naturaleza y se ofrecería sopa de tortuga y trucha a la crema, el segundo día asombraría con juegos pirotécnicos lanzados sobre el lago y el tercer y último día un banquete de pescados en un mar de hielo. El comienzo de esta celebración estuvo marcado con fanfarrias de trompetas, serpentinas, desfiles de comparsas, una alfombra roja llena y largos programas de actividades, juegos y el inmenso banquete, uno de los detalles del banquete era que incluía candelabros de masa de pan sin levadura, velas

¹ François Marie Arouet, más conocido como Voltaire, fue un escritor, historiador, filósofo y abogado francés (1.694-1.778)

enterradas en calabaza y centros de flores en caramelo soplado como técnica que utilizan los maestros del vidrio.

Cada día de celebración tendría un menú diferente, para cada uno de los cinco servicios diarios, en el último día en honor a Neptuno se lo planificó así: encender los braseros una hora antes y fundir el hielo, se le había complicado un poco lo del pescado porque para esas fechas se avecinaba tiempos de tormenta por lo cual había hecho pedido del pescado en varios puertos.

El Gran Vatel como ya era conocido estaba lleno de apuros porque se le había comunicado solo quince días antes a la fecha para el banquete y todo estaba bajo su supervisión la cual le demandaba de dieciocho a veinte horas diarias y aun más las suplicas que iban subiendo de tono por parte de Luis II de Borbón y las peticiones absurdas de Luis XIV acompañadas de caprichos reales de todo tipo de la Corte de Versalles, a todo esto se enfrentaba Vatel.

Unos días antes de la esperada celebración, llegaba la comitiva real de Versalles para arreglar detalles de último momento, dentro de la comitiva estaba Anne de Montausier, una joven seductora acostumbrada a captar todas las miradas de cuanto noble galán hubiere, la favorita del Rey y pupila de la Reina, le llamó la atención que el hombre encargado de la celebración Vatel no le haya prestado la más mínima atención, situación que ella rápidamente manipuló seduciendo a Vatel y teniéndolo así bajo su encanto.

La frustración de Vatel al si quiera aspirar a una vida junto a su amada y peor rivalizar con Luis XIV lo deprimió mucho y la suma de algunos inconvenientes presentados en la realización del banquete en los días anteriores lo colapso, en el tercer y último día de celebración el pedido de los pescados que habían llegado no abastecía a toda la corte, avergonzado de fallar fastuosamente Vatel sube a sus aposentos y apoyando la espada contra la pared se deja atravesar el corazón, sin saber que estaban llegando los pescados del pedido y horas después de lo sucedido a Luis II se lo oficiaba en la comandancia del Ejército de Francia, después de todo Vatel había cumplido.

En la realización de esta celebración Vatel marcó en esta época un referente para la historia, no solo por lo grandioso del evento sino por su fatídico final, en cual había fallado en detalles como: el primer día se presentaron setenta y cinco invitados más y dos mesas sin faisán asado que nadie percato, el segundo día problemas con los juegos artificiales y la muerte de un joven sirviente por causa de un tumulto de cuerdas, poleas y engranajes. A Vatel se le atribuye la creación de la Crema Chantilly al servicio de Luis II en el Palacio de Chantilly, de allí el nombre de la crema.

Pasando a otro tipo de eventos en el año de 1681 en la ciudad de Roma se llevó a cabo el primer Congreso Internacional de Medicina, hecho que dio origen a las convenciones y congresos, por ser el primer evento bien organizado y estructurado.

Una celebración que tiene sus orígenes en las primeras civilizaciones es el Carnaval difundida en el Nuevo Continente a partir de la colonización en el siglo XV, primero en New Orleans por los franceses con la celebración del Mardi Gras por el año de 1.699 y la primera celebración oficial del Mardi Gras fue en 1.742 cuando el gobernador ordenó realizar un baile para replicar la celebración que sucedía en Europa. En América Latina la celebración del Carnaval comienza a partir del siglo XVI por los conquistadores españoles y portugueses, en los que cada pueblo le impregno características propias.

Ya en la Edad Contemporánea el siglo XIX propiamente dicho, Thomas Jefferson a más de ser el tercer presidente de los Estados Unidos en 1.801 influyó en el desarrollo de banquetes e implantó comida, vinos y debidas con influencias francesas.

Dos hechos importantes en el florecimiento de esta época fueron la aparición de las primeras normativas protocolarias, siendo el primer texto de protocolo moderno por decreto el 13 de julio de 1.804, en este texto había un lista de precedencias de Estado además de la asignación de honores militares, civiles y fúnebres a altas personalidades, Napoleón Bonaparte seguía la política filosófica del Rey Sol Luis XIV, manifestándose así en el hecho de su auto-coronación el 2 de diciembre de 1.804, la continuidad de este texto protocolario seguiría en vigencia hasta 1.907 y el otro hecho importante fue el Congreso de Viena de 1.815 marcó un antes y un después en el ceremonial diplomático, en este congreso se acordaron normas aceptadas por la comunidad

internacional con el fin de lograr un equilibrio político y diplomático, con algunas modificaciones permanecen vigentes. Este protocolo tiene un regla básica determinar la igualdad en todos los estados, igualdad que se aplica a jefes de estado, presidentes y monarcas.

En México en 1.823 - 1.923 el protocolo y etiqueta sobre la mesa fue una imitación de la mesa parisina, el comedor mexicano decoraba con mobiliario europeo. (Banquete Eventos & Catering , 2012)

Lo que verdaderamente impulso los eventos fue la Revolución Industrial, con la aparición de la maquina a vapor se comenzaron muchos desplazamientos para aprovechar el tiempo libre y a raíz de la Revolución Industrial Inglaterra necesito mostrar al mundo su potencial comercial y conquistar nuevos mercados y bajo el liderazgo del Príncipe Alberto nace la idea de organizar una feria a la que se le llamo “EXPO DEL CRISTAL PALACE” y fue así como se originó la primera feria en 1.851, realizado en una sede totalmente transparente, una obra maestra de la arquitectura universal formado con 900.000 piezas de cristal creada por Joseph. Pastón, en la que expusieron 19.937 empresas de las cuales 7.000 eran de Estados Unidos.

Años más tarde se continúan realizando otras expo universales como es el caso de: la “EXPO UNIVERSAL” en 1.853 en la ciudad de New York aunque no tuvo el mismo efecto que la primera, la siguiente se realizo en Paris, la tercera “EXPO UNIVERSAL” en el año de 1.889 se desarrollo en una estructura diseñada por Gustav Eiffel a la cual se le llamó la Torre Eiffel, diseñada solo con el propósito de la realización del evento y posteriormente ser desmontada, debido a convertirse en una atracción en tan poco tiempo decidieron dejarla tal cual es, reconocida en el mundo entero.

En Estados Unidos los banquetes se originan en las tribus nativas americanas específicamente en la costa noroeste, que celebran el Potlach de la palabra Chinnok Patshatl que significa estado validado; poderes y privilegios; y rango o reclamaciones, los Potlach eran ceremonias empleadas para bodas, iniciaciones, funerales o sucesiones de jefaturas, los bienes y objetos de valor se acumulaban para ser donados o destruidos en esta ceremonia, la vajilla utilizada para esta celebración era de barro, y

entre más grande la celebración del banquete mayor era la riqueza del anfitrión, también por medio del Potlach se mantuvo la jerarquía social de la comunidad, rituales culturales y la armonía entre clanes. La realización de un Potlach es tan minuciosa que podría llevar años en su planificación y durar solo unos días, este evento incluye danzas, ayuno, manifestaciones teatrales y distribución de regalos.

El gobierno prohibió el Potlach en 1.884 porque no toleraban ese tipo de celebraciones. Un Potlach y quizás el último de gran importancia fue de Daniel Cranmer un Kwakiutl (tribu americana) de Alert Bay en el año de 1.921 en el que todos los bienes fueron incautados a causa de prohibición, años tarde exactamente en 1.951 la ley de prohibición de derogó, pero como consecuencia la identidad tradicional y organización social del Potlach había sufrido alteraciones. (GARDACZ, 2014)

Jacqueline Kennedy implantó cambios radicales dentro del servicio y tradiciones culinarias en 1.960, su trabajo como primera dama de la nación fue más social que político pero no menos importante, ella recaudó dinero y reclutó expertos para constituir una colección permanente de objetos en la Casa Blanca, cambio el Despacho Oval en un sala de estar, los rituales de los recibimientos oficiales y cenas de Estado con protocolos que aun siguen actualmente. (El Tiempo, 2013)

El significado de la palabra evento hasta 1.973 que la Real Academia de la Lengua Española dictaba el siguiente significado en su diccionario: “Eventualidad, hecho imprevisto, o que puede acaecer”, sin embargo esta definición muy válida, pero no es la única definición de este vocablo, ya que debido al auge de la industria de eventos y el desarrollo de empresas dedicadas a este tipo de actividades se tuvo que ampliar el significado añadiendo otra definición: “Suceso importante y programado, de índole social, académica, artística o deportiva”

Hoy en día la industria de eventos esta imparable aunque presenta amenazas por ejemplo de personas que se aventuran a ofrecer este servicio sin tener la debida preparación profesional o estudios suficientes para el negocio y la crisis mundial, pese a esta situación los eventos se siguen dando como lo son congresos internacionales de distintos temas, ferias, exposiciones y eventos sociales. En esta época la herramienta

tecnológica toma parte en los eventos, a diferencia de las limitaciones del pasado, facilitando un poco el trabajo.

La mayoría de eventos de esta década se realizan de un día para otro y están bajo el bueno, bonito y barato para la clase media y baja, las exigencias para realización de un evento es hacer más con menos por el motivo de la crisis y de allí que profesionalizarse en esta área es parte del trabajo.

Todo lo contrario es para la realeza en la que aun realizan grandes banquetes como el ofrecido por la Reina Isabel II en honor al presidente de Irlanda Michael D. Higgins, a la que asistió la elite política de la aristocracia y las familias de la realeza que tuvo lugar en el Salón San Jorge en el Castillo de Windsor en abril de este año (2014).

El banquete consistió de un menú compuesto por filete de halibut de la isla de Gigha con puerros y salsa de finas hierbas, seguido de asado de ternera con puré de berros y de postre helado de vainilla con grosellas de balmoral. La mesa del banquete fue de 160 pies de largo, adornada con candelabros y bouquet florales para acomodar a los 160 invitados. Este acontecimiento histórico estará en el recuerdo debido que es la primera visita oficial de un presidente irlandés al Reino Unido.

En Ecuador los cambios para el desarrollo de la matriz productiva señalan al turismo como eje central, beneficiando así a todos los sectores turísticos del país, potenciando cada uno de los tipos de turismo para el ofrecimiento de seguridad, calidad, conectividad, destinos y productos; y promoción.

Como referente en organización de eventos actualmente David Tuter es uno de los más famosos en el tema eventos y en especial de bodas en los Estados Unidos, tiene un programa de tv propio "My Fair Wedding", además de la publicación de libros.

Kika Uribe de Altamirano es referente en la organización de eventos en el Ecuador con más de 15 años especializa en organizar bodas, miembro de ABC y galardonada como Empresaria del año 2013-2014 al igual que su empresa Kika By Planners.

Próximamente se llevará a cabo la "EXPO UNIVERSAL 2015" en el complejo Fiera Milano en el distrito de Rho y Pero en Milán que tiene una extensión de 1.1 km².

- Los eventos sociales familiares y públicos son la razón por la cual el hombre busca asociarse, por medio de la realización de eventos se ha logrado exponer hechos culturales, profesionales, científicos y económicos a través del intercambio social, llevado de la innovación.
- La prestación de servicios de valor agregado dentro del país representa la mayor fuente de productividad, siendo dentro del turismo la carta de presentación.

A medida de los avances la organización de eventos se ha diversificado a nivel mundial, hoy en día existen organismos y asociaciones que tienen por objeto el desarrollo de este mercado, entre las que están: ICCA, ELACE, COE, OPC, ISES, MPI, entre otros. En Ecuador están: ABC, FOPE y en gastronomía la ISAC.

2.1.2 Antecedentes referenciales

Investigando temas que evidencien el objeto de este estudio, puedo citar a continuación las siguientes tesis de investigación con relación al estudio que se desarrolla en el presente objeto de estudio:

Tema: *Análisis para determinar la factibilidad de la aceptación de una organizadora de eventos*

Autores: *German Gordillo Carolina y Borbor de la Cruz Nathalie*

Universidad: *Escuela Superior Politécnica del Litoral.*

Año: 2008 – 2009

Resumen: Actualmente Guayaquil tiene 1'985.379 habitantes de los cuales nos dirigiríamos a tres clases sociales; el 6.7% de la clase media, el 23.3% de la clase media alta y alta, realizando para ello un cauteloso estudio de mercado para satisfacer las necesidades de las personas que requieren un servicio de alta calidad, que le ofrezcan un servicio especializado que cuenten con todos los implementos necesarios para obtener una armoniosa decoración, variedad de comida para todos los gustos, y con un equipamiento de sonido de última tecnología. Teniendo en cuenta que en el sector, la demanda de este servicio va en aumento; sin embargo no es atendida al máximo es por esto la creación de una organizadora de evento que estaría ubicada en el sector de Guayaquil al norte de la ciudad, encargándose de todos los detalles que el cliente lo requiera no solo en nuestras instalaciones sino también en el lugar que el cliente lo desee.

Análisis personal: es evidente el interés por abordar el estudio de asesoría de eventos en la ciudad de Guayaquil, debido a que es una ciudad de crecimiento económico, a diferencia de este estudio que está enfocado a diversificar el mercado de Naranjito, con el fin del desarrollo local.

Tema: *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de organización de eventos sociales ciudad de Ibarra*

Autores: *García Montesinos María Gabriela y Estévez Chandi Jaqueline del Rocío*

Universidad: *Universidad Técnica del Norte*

Año: 2013

Resumen: El presente estudio de factibilidad se realizó con la intención de establecer la viabilidad para implantar una empresa de servicios para eventos sociales públicos y privados en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura. Al ser una de las ciudades de mayor crecimiento en el norte ecuatoriano, se desea aprovechar todos los recursos con los que cuenta la ciudad para lograr un desarrollo socio económico en base a la calidad en los servicios de eventos sociales. Como parte inicial se efectuó un análisis para establecer si constan los factores adecuados, además de normas y bases legales que apoyen a la viabilidad del proyecto; en segunda instancia se investiga las bases teóricas necesarias para desarrollar el proyecto; para determinar la factibilidad del proyecto se procede a realizar el respectivo estudio de mercado donde se investiga la oferta y la demanda existentes para determinar la demanda insatisfecha y poder cubrir dicha demanda, además se realizan las debidas proyecciones para conocer de antemano una perspectiva del mercado que se va atender, todo esto se lo realiza mediante investigación de campo con la aplicación de encuestas y entrevistas a los pobladores ibarreños, empresario de hotel de la ciudad de Ibarra y como información secundaria se acude a la información que se encuentra en el INEC, la respuesta positiva que se obtuvo en el estudio de mercado se procede al estudio financiero, así se pronosticará los costos y la rentabilidad del proyecto ya que no existe una gran competencia, en si la finalidad de esta empresa es mejorar la oferta de servicios para eventos sociales, fomentar la cultura para conocimiento de la población nacional e internacional.

Análisis personal: este estudio abarca los eventos públicos y privados con el fin de obtener mayores beneficios para la ciudad de Ibarra, porque así lo amerita la ciudad por todos los recursos que posee, a diferencia del estudio que se pretende desarrollar, que está dirigido a eventos familiares o privados.

Tema: *Proyecto de inversión para la creación de una empresa de organización de evento sociales en la ciudad de Cayambe*

Autora: *Sandoval Pérez Viky Graciela*

Universidad: *Universidad Estatal de Bolívar*

Año: 2010

Resumen: El objetivo de realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de organización de eventos sociales en la ciudad de Cayambe permitirá incrementar los ingresos de las personas involucradas en este proyecto, además, se contribuirá al desarrollo económico y social de la zona, para lo cual se ha realizado varios estudios representados en cuatro capítulos. En el Capítulo I, se estudió el origen del problema el mismo que se analizó más a fondo mediante la utilización de métodos, tipos y técnicas de investigación procediendo así con la aplicación de encuestas a los habitantes del Cantón de Cayambe. En el Capítulos II, se procede a la interpretación de resultados los mismos que fueron obtenidos de las encuestas aplicadas a los habitantes del Cantón Cayambe, esta información se la ha representado mediante una tabla de frecuencias y graficas de pastel con su respectivo análisis consiguiendo como resultado una investigación de suma importancia para determinar si es factible o no la ejecución del proyecto, en el Capítulo III se procede a realizar el estudio de mercado dando a conocer los diferentes servicios de eventos sociales con su respectivo proceso productivo, además se pudo determinar la oferta, demanda y análisis de precios de la competencia, cada evento social que ofrecerá la empresa, además se ha realizado el estudio financiero del proyecto dando a conocer los ingresos y gastos en general de la empresa y finalmente se realizó el estudio del Capítulo IV, en la evaluación financiera en el cual se analiza que el proyecto es rentable por su pronta recuperación de la inversión total y por no generar un impacto ambiental alarmante , además genera un factor socioeconómico y educativo cultural positivo tanto el Cantón Cayambe como para la empresa.

Análisis personal: este estudio es parte del auge que tiene las organizadoras de eventos, por cual he escogido esta referencia para poner en evidencia que este tipo de oficio se ha vuelto una necesidad, en las diferentes partes del país.

Tema: *Proyecto de inversión para la creación de un negocio especializado en despedidas de solteros*

Autores: *Moya Puentes María Fernanda y Ponce Sancán Jessica Janina*

Universidad: *Universidad de Guayaquil*

Año: 2013

Resumen: La presente tesis consiste en crear un Proyecto de inversión para la creación de un negocio especializado en despedidas de solteros. El objetivo central es crear la empresa en la ciudad de Guayaquil que se dedique a esta clase de eventos. La tesis consta de seis capítulos en los que se estudiaron paso a paso en lo que se requiere para crear la empresa. Se analizó el mercado en la ciudad de Guayaquil para identificar el problema que existe en las personas solteras. Se estudió a la competencia directa e indirecta en la que se analizó que las personas desconocen de centros que brinden esta clase de eventos y solo se cuenta con competencia indirecta también se estudió los entornos que afectan a la empresa. La imagen y el nombre de la empresa se crearon con el único propósito de llamar la atención a los clientes. Ya que la empresa ha tomado valores que serán reflejados en las personas que son los organizadores del evento. Se plantearon estrategias con el único propósito de atraer y llamar la atención a los futuros clientes. Se realizó publicidad a través de la radio LA OTRA también repartición de tarjetas, en el lanzamiento y en cada evento que se organice. Se elaboró un análisis Financiero que indica una inversión inicial de \$ 38.435 en el cual los resultados financieros muestra un TIR que es la tasa interna de retorno de 52% que es mayor que la TMAR la tasa mínima atractiva de retorno que es un 7% y el VAN que refleja que el proyecto es viable a través del punto de equilibrio se demuestran el total de venta anual que es de \$ 134186,05 y mensual es de \$ 11182,17 ya que a través de este análisis se demuestra que a partir de estas cantidades de ventas se generan utilidades.

Análisis personal: este referente investigativo manifiesta el interés por los eventos, al igual que esta investigación, pero solo de un subtipo de una clasificación que le podría generar más utilidad, la diferencia con este estudio al que se está realizando es la disposición hacia los eventos sociales privados.

Tema: *Rincón de Colombia café restaurante*

Autora: *García Casa Victoria Eugenia*

Universidad: *Universidad de Guayaquil*

Año: 2010

Resumen: Este Proyecto de Investigación pretende demostrar la necesidad de establecer un negocio de alimentos y bebidas que se especialice en la elaboración de comida típica regional Colombiana y la rentabilidad que éste tendría. Proyecto que se fundamenta en el crecimiento que ha tenido la población colombiana en nuestro país y en nuestra ciudad en los últimos años. Para la investigación he utilizado el método teórico basándome en el análisis de mercado por medio de encuestas personales y entrevistas; he manejado el diseño de investigación cuantitativa, concluyente, descriptiva, con el análisis de mercado que realicé no he podido establecer con exactitud el número de colombianos residentes en la ciudad de Guayaquil, debido al alto porcentaje de residentes irregulares, pero se estima que la tercera parte de este grupo de personas radicadas en el país se encuentra establecida en nuestra ciudad. Al finalizar el trabajo demuestro la factibilidad del mismo y la rentabilidad que proyecta su ejecución. Finalmente, puntualizo con algunas conclusiones y recomendaciones para la creación de un restaurante especializado en comida típica regional colombiana.

Análisis personal: este estudio está orientado a un servicio de alimentos y bebidas típicas de Colombia, que demuestra la realidad migratoria en el país, cabe recalcar este fenómeno no ocurre solo en Guayaquil, sino en la mayor parte del país y el Cantón Naranjito no está excepto, incurrir en servicios temáticos prioriza el compromiso de ofrecer variedad al cliente.

Tema: *Café bar en el Cantón Caluma, Provincia de Bolívar, como atractivo de diversión*

Autores: *Ocejo Zambrano María y Alvarado Castillo Adrian Jennifer*

Universidad: *Universidad de Guayaquil*

Año: 2013

Resumen: Existen diferentes tipos de atractivos turísticos que ofrecen en los cantones, a nivel nacional, que resaltan las bellezas de sus cantones con recursos naturales y locales que ofrecen servicios complementarios, esto representa una gran ventaja para el proyecto CAFÉ-BAR. El hecho de no tener un competidor directo lo hará destacar por su gran originalidad. El proyecto de la instalación de un Café-Bar se realizará para dar un servicio más en el Cantón de Caluma, en este proyecto se debe elaborar estrategias de promociones y publicidad para establecer sus posibles ventajas y sobrellevar las adversidades que se presenten y por ende ingresar al mercado, asegurando una estabilidad para la misma. La instalación del Café-Bar tiene como fin de brindar un servicio de diversión y entretenimiento para pasar un momento agradable con personas a su gusto, elaboradora unas encuestas para saber sobre la aceptación del producto en un determinado lugar, y al mismo tiempo descubrir los gustos y preferencias del turista. El cual se destacara no solamente por su excelencia de calidad si no que cada uno de sus menú de bebidas y piqueos sean de originalidad por su decoración, la cual será el gusto de cada uno de los clientes. Lo que se espera lograr es una constante visita hacia el Café-Bar, y que consideren un lugar preferido y que recomienden a los demás turistas que leguen a visitan el Cantón, a visitar el Café-Bar, ya que los clientes encontrarán una gran variedad de bebidas y con un ambiente agradable de música y artistas invitados, acompañados con el servició de cafetería y piqueos, para la satisfacción de los turistas, y que lleven un recuerdo más.

Análisis personal: esta descripción referencial enfoca que se puede producir atractivos turísticos y que resaltan por medio de recursos naturales y locales, y exactamente los recursos locales el motor que hace posible que las poblaciones alcance su óptimo desarrollo, así que la investigación que se está realizando involucra al desarrollo local directamente como beneficio del perfeccionamiento y ocupación en eventos sociales.

2.1.3 Fundamentación

Variable independiente: organizadora de eventos

Para el desarrollo teórico del tema de investigación sobre la organización de eventos, primero definiciones sobre relaciones públicas y comunicación:

Las relaciones públicas

- Son una actividad comunicativa entre una organización y sus públicos en la búsqueda de la comprensión y el beneficio mutuo.

Concepto según:

- IPRA “Las relaciones públicas son una actividad de dirección de carácter permanente y organizador por la cual una empresa o un organismo privado o público busca tener o mantener la comprensión, la simpatía o el concurso de aquellos con los que tiene o puede tener que ver”. (CASTILLO, 2009)
- Rex Harlow “Las relaciones públicas son una función directiva específica que ayuda a establecer y a mantener las líneas de comunicación, comprensión, aceptación y cooperación mutuas entre una organización y sus públicos; implica la resolución de problemas y cuestiones; define y destaca la responsabilidad de los directivos para servir al interés general; ayuda a la dirección a mantenerse al tanto de los cambios y a utilizarlos eficazmente sirviendo como un sistema de alerta inmediata para ayudar a anticipar tendencias; y utiliza la investigación y las técnicas de comunicación éticas y sensatas como herramientas principales ” (ROJAS, 2012)

Las relaciones públicas es un tema de importancia en referencia a las organizadoras de eventos, cabe recalcar que un relacionista no es lo mismo que un organizador, pero tienen cierta semejanza porque emplea conocimientos en ceremonial y protocolo. Las relaciones públicas son una rama de la comunicación que se encarga de originar y mantener la imagen ante un el público utilizando estrategias en la planificación, ejecución y control en eventos, algo similar a la organización de eventos.

La comunicación

Compartir algo de nosotros mismos, se relaciona a una comunión entre personas, la interacción social que surge en el hombre a partir de la necesidad de ponerse en contacto con otros.

A medida que se dificulta la comunicación se hace indispensable la organización para conseguir mejores resultados en cuanto las relaciones con otros.

Turismo

Según la OMT es:

“Son la actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos”

Motivaciones Turísticas según la OMT son:

- Motivos personales.- vacaciones, recreo y ocio; visitas familiares; educación y formación; salud; religión; compras; tránsito; y otros motivos.
- Negocios

Formas del Turismo (QUESADA R. , 2000)

Esta clasificación toma en cuenta las características generales de los viajes y de quienes los emprenden.

- **Ámbito geográfico**
 - Nacional
 - Internacional
 - Intrarregional
- **Organización**
 - Organizado
 - No organizado
- **Duración**
 - Excursionistas
 - Turistas
- **Edad**
 - Infantil
 - Adolescente
 - Jóvenes

- Adultos
- Ancianos
- Transporte
 - Acuático: marítimo, fluvial y lacustre
 - Aéreo
 - Terrestre: ferrocarril y carretera
- Volumen de ingresos
 - Social
 - Masivo
 - Selectivo
- Escalas
 - Directo
 - Itinerante
- Otras formas
 - Individual
 - Familiar
 - Grupos

Todas las formas de turismo mencionadas, solo se mencionará la de organización por ser más a fin con tema de estudio.

Organizado.- forma que centra el interés de necesitar los servicios de un asesor o agentes de viaje, para realizar las gestiones y selección de los servicios requeridos. El objetivo de viajes y eventos como asistencia a congresos, negocios, actos culturales y deportivos posibilitan el desarrollo con el profesional de este servicio turístico.

Tipos de Turismo

- Cultural
- Deportivo
- De placer
- Salud
- Congresos y convenciones
- Negocios
- Naturalista
- Ecoturismo
- Otros tipos de turismo

Dentro de esta tipología de turismo, solo se enfocará los conceptos de turismo de congresos y convenciones; y negocios, por su relación al tema de estudio.

Turismo de Congresos y Convenciones

Consiste en viajes que se realizan para asistir a reuniones de diversas índoles, este tipo de turismo es muy rentable y de gran proyección, debido a la importancia de estos encuentros, pues facilitan el intercambio de ideas y experiencias con personas de diferentes partes.

Turismo de Negocio

Viajes emprendidos para realizar gestiones laborales propias de una empresa, empleando servicios de transporte, hoteles y restaurantes, se suman también personas que viajan por motivo de comercio e inversión que demanda servicios turísticos.

Otra Tipología del Turismo según *Olmos y García* es:

- Turismo de sol y playa
- Turismo cultural
 - Visitas
 - Grandes rutas
 - Grandes acontecimientos
 - Etnográfico
 - Gastronómico y enológico
 - Religioso
 - Idiomático
 - Literario
- Turismo de Naturaleza, Verde o Ecológico
- Turismo Rural
- Turismo Industrial
- Turismo Deportivo
 - Náutico
 - Blanco
 - Cinegético
 - De Golf
 - Activo
 - Grandes acontecimientos deportivos
- Turismo de Salud
- Turismo de Crucero
- Turismo de Negocios o profesional
 - Empresas y negocios

Congresos, convenciones y ferias
Viajes de incentivo
Viajes de familiarización (fam trips)

- Turismo de Parques Temáticos
- Turismo de compras o shopping
- Turismo Urbano
- Turismo Científico
- Turismo Solidario
- Turismo Vivencial
- Turismo Espacial
- Necroturismo
- Turismo de Juego
- Turismo de Ocio Nocturno.

De esta tipología se definirá el turismo gastronómico, puesto que ya se ha mencionado el turismo de congresos y ferias que también tiene afinidad al tema de investigación.

Turismo Gastronómico

Se basa en el conocimiento de los principales productos y elaboraciones culinarias del destino, a través de restaurantes y ferias. (OLMOS & GARCÍA, 2011)

Los Eventos por María Otero (2009)

Acontecer y hecho o suceso, especialmente cuando revista cierta importancia por la DRAE.

En la vigésima segunda edición la DRAE define a los eventos como “suceso importante y programado de índole social, académico, artística o deportivo”.

- *Un evento es una situación bajo la tutela de un responsable que lo conduzca de principio a fin.*

Organización

Agustín Reyes (2005) cita que:

“La organización es el arreglo de las funciones que se estiman necesarias para lograr un objetivo, y una indicación de la autoridad y la responsabilidad asignada a las personas que tienen a su cargo la ejecución de las funciones respectivas” (REYES, 2005)

- Espacio físico de interacción entre recursos y agentes, orientados al logro de fines. Proceso de involucran individuos en grupos de trabajo para efectuar la ejecución de labores.

Turismo de Eventos

Es una modalidad del turismo de negocios que moviliza a líderes en distintas ramas del saber y comercio.

Características del Turismo de Eventos (EUMED, 2007)

- Encuentros de intercambio de conocimientos de la actividad humana, convirtiéndose en una actividad de alto valor agregado.
- Desarrollo de modernas técnicas de comunicación no presentes.
- Caracterización del mercado, según el gasto turístico y el nivel de ingresos.
- Segmento del turismo que contribuye al quiebre de estacionalidad.
- Contribuye al crecimiento económico de los negocios
- La cadena de valor del turismo es mano de obra intensiva y si le sumamos los eventos da como resultado un generador de empleo.

La Organización de Eventos

Según Antonio Di Génova es:

“La organización de un acontecimiento especial no tiene nada de eventual por lo que debe ser concebido y ejecutado de acuerdo a los más altos estándares de calidad organizativa y estilo. La organización de un acontecimiento especial demanda gran profesionalismo y dedicación esmerada”. (DI GÉNOVA, 2012)

Según Martín Triana es:

“Es la actividad que da solución a las necesidades de empresas y particulares de generar valor comunicando a través de acciones, en un momento y en un lugar, involucrando distintos participantes que interactúan en pos de conseguir determinados objetivos”. (TRIANA, 2010)

Según Tonatiuh Cravioto M. es:

“Son programas de carácter social y de convivencia, varían de acuerdo con el tipo, frecuencia, estructura, y clase de actividades que se celebre en la reunión, así mismo, con la integración de los delegados participantes y, si asisten, con la de sus acompañantes o familiares, según sus propias características sociales económicas y culturales”. (CRAVIOTO, 1995)

- La organización de eventos es la programación con anterioridad de las actividades y servicios previstos para una celebración, la planificación y control son esenciales para que la evaluación de los resultados del evento sean los esperados.

Importancia de la Organización y Planificación a Nivel Profesional

Por su versatilidad, los eventos se conjugan con las relaciones públicas, administración de recursos, ambientación, manejo de grupos y supervisión para formar parte de un plan. Se requiere de un alto nivel de eficiencia, capacitación, información y estar permanentemente actualizado. (JIJENA, Eventos. Cómo organizarlos con éxito, 2003)

Fases de la Organización

- Fase de Preparación

Comprende las actividades de la organización dependiendo el tipo de evento a desarrollar, en esta fase la flexibilidad y adaptabilidad juegan un papel importante, no dejar espacios para las improvisaciones, esta fase consta de:

1.- primer acto.- comunicarse con el anfitrión

2.- entrevista para definir los objetivos.- imagen a transmitir al público objetivo, el alcance que se pretende, el tiempo, lugar y presupuesto.

- Fase de Elaboración del Proyecto

Elaboración de un formato en que se incluye los datos de la fase de preparación para visualizar la propuesta y corregir detalles orientados al objetivo del evento, y consta de:

1.- diseño del evento.- cronograma, listado oficial de invitados, planos o esquema del lugar y protocolo.

2.- realización de presupuesto

3.- guión técnico de la información

4.- diseño y envío de invitaciones

5.- decoración y estado del salón

6.-contratacion del catering y elección de menú y servicio

7.- montaje audiovisual y contratación de personal técnico.- fotógrafo y seguridad

8.- sistema de control de invitados y protocolo

9.- comprobación de los detalles y puesta en escena un día antes del evento (MUÑOZ, 2010)

- Fase de Ejecución

Cumplimiento de las tareas que deben realizar y han sido programadas con antelación, el tiempo es la tarea determinante de esta fase, la eficacia de los objetivos y su resultado son la esencia del evento.

- Post- Evento

Una vez que el evento finaliza para los asistentes, para el organizador y el resto de personal aun no, porque quedan actividades pendientes como el retiro de los equipos

de montaje, que se deben inventariar, en esta etapa se produce la liquidación y pagos de facturas.

El organizador cada evento que realiza se añade a un historial para tener como referencia futuros eventos. (Publicaciones Vértica S.L., 2008)

Tipos de Eventos (CABERO, 2012)

- **Congresos y conferencias**

Congresos.- reuniones a gran escala de carácter nacional o internacional, dirigidas a un sector determinado y con una duración de tres a cinco días.

Objetivo: La divulgación de ideas y su contenido se centra en la exposición de temas, organización de grupos de trabajo, debates, contrastes de opiniones y conclusiones.

Debido a la enorme envergadura y logística que conlleva la organización de un congreso, esta debe hacerse, como mínimo, con un año de antelación. Además, siempre debe contar con expertos que asesoren al comité organizador en la realización de una correcta planificación.

Conferencias.- Reunión donde tratan asuntos de interés general, aunque la mayor parte de las veces consiste en debates sobre temas políticos al más alto nivel, por lo que su organización requiere un alto dominio de normas de protocolarias nacionales y extranjeras, recaerá sobre el gobierno anfitrión. Asimismo en la organización se presta una especial atención a la seguridad, mediante un exhaustivo control sobre los sistemas y los equipos humanos y materiales.

- **Aniversarios**

En caso de una empresa consiste en acto conmemorativo, que suele consistir en un acto institucional con asistencia de autoridades y el descubrimiento, mediante un tirador de una placa conmemorativa.

Desarrollo:

- a) Recepción de los invitados y colocación según precedencias establecidas, en caso de una alta autoridad el anfitrión junto a los miembros de la presidencia, le recibe y le acompaña a ocupar su lugar.
- b) una vez ubicados al lado de la placa conmemorativa, el anfitrión y el resto de componentes de la presidencia se colocarán de izquierda a derecha del anfitrión, se situaran de frente a la prensa grafica, para que estos puedan inmortalizar el momento.
- c) Discurso de los miembros de la presidencia, de menor a mayor rango. Para este fin se utilizará un atril situado al lado de la placa, provisto de un micrófono de pie.
- d) al finalizar los discursos, el presidente del acto descubre la placa conmemorativa.
- e) Vino de honor
- f) Una vez finalizado el vino de honor, todos los miembros de la presidencia despedirán a la alta autoridad y el resto de invitados ubicados de la misma forma que en la bienvenida.

- **Entrega de premios**

Acto solemne en el que se entrega una distinción para premiar la labor d las personas que trabajan en la empresa o que hayan sobresalido en el ejercicio de actividades relacionadas con la misma.

Suelen consistir en una medalla o una insignia de la entidad acuñada en metal precioso, o bien una placa.

Habilitación del local

- a) Colocación del cartel del acto tras la mesa presidencial.
- b) Colocación de banderas y enseñas corporativas
- c) Colocación de tarjetas personales y copias del orden del día en la mesa presidencial
- e) Colocación de las tarjetas del puesto de los premiados en las primeras filas de la sala.

- **Asambleas**

Reuniones periódicas en las que el consejo de administración convoca a sus socias o accionistas con el fin de informar, analizar resultados, repartir dividendos o resolver problemas.

Hay que reseñar que las pautas para la organización de la Asamblea General de cualquier organización son prácticamente iguales.

- **Exhibiciones comerciales o ferias**

Una feria de muestra es una exhibición comercial de gran envergadura, por lo que requiere un sinnúmero de preparativos.

Otro tipo de exhibiciones comerciales, aunque de menor tamaño son las degustaciones de productos, desfiles de moda y salones de automóviles.

Invitados

a) Autoridades.- se les invita a acudir el día de la inauguración, además también se invitará a aquellos directivos de instituciones o empresas que directa o indirectamente, tengan relación con otras que concurren a la feria.

b) Público General.- se los invita para visitar el recinto ferial al mismo tiempo que se le remite el pase de entrada.

- **Seminarios, foros y simposios**

Seminario.- reunión de carácter formativo, además de cumplir con los objetivos de trabajo, se busca que los asistentes estrechen lazos entre si, por lo que se busca programar actividades encaminadas a establecer relaciones de compañerismo y duran entre un día y una semana.

Foro.- reunión de carácter informal en la que un grupo de personas trata un tema de interés específico, su duración es como máximo medio día y los participantes no deben sobrepasar los veinte.

Simposio.- es una reunión en la que dos o más expertos exponen sus puntos de vista sobre un tema determinado, permitiendo la participación activa de los asistentes, su duración es de dos días como máximo y requieren de ningún protocolo especial.

Tipos de Eventos según Marcela Argumedo – Marcelo Di cesar

Eventos Sociales.- *son aquellos que reúnen a un determinado número de personas y cuya trascendencia en la mayoría de los casos no va más allá de los límites de quienes fueron invitados. Generalmente son de carácter festivo.* (ARGUMEDO & DI CESAR, 2012)

Eventos Culturales.- la comunicación se da en forma de transmisión de mensajes que tienden a enriquecer el aspecto cultural de quienes participan.

Eventos Deportivos.- son todos aquellos eventos en donde se desarrollan competencias, tiene que ver con el desarrollo del espíritu deportivo, con el culto del cuerpo y sus aptitudes físicas, para motivar la actividad y su contribución a una mejor calidad de vida.

Eventos Empresariales.- son aquellos que plantean las empresas como herramienta dentro de su estrategia de marketing, ya sea para aumentar sus ventas, dar a conocer un nuevos producto al mercado a para mantener presencia en el mismo.

Eventos Políticos.- se requiere una adecuada preparación, el organizador debe definir por escrito las consignas y directivas, estableciendo estrictamente quién será el responsable partidario de darle las directrices.

Clasificación turística de los Eventos según Guadalupe Maure (EUMED, 2007)

Cuadro 1. Clasificación de los Eventos

CLASIFICACIÓN DE LOS EVENTOS	
Su Carácter	Congresos, conferencias, simposios, seminarios, debate, convención, reunión, informal, panel, mesa redonda, taller, asamblea, exposiciones y ferias, festivales, coloquios, jornadas, eventos multidestinos, itinerantes, virtuales, incentivos.
Naturaleza	Internacionales, nacionales con participación extranjera, nacionales.
Generación	Diseño propio y sede captada
Entidades	Gubernamental, No gubernamental y Corporativos.

Sector Generador	Científico- Técnico, médicos, ciencias sociales y económicos, agricultura y medio ambiente, culturales, deportivos y náuticos, leyes, educación y comerciales
Tamaño o Número	Mini 35-45, pequeño 50-249, mediano 250-499, grande 500-2000 y mega evento más de 2000
Objetivo	Promocionales, informativos, formativos didácticos, refuerzo de relaciones sociales, relaciones internas y externas

Fuente: Eumed

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Esta clasificación tiene aspectos más amplio sobre los eventos no se encuentra una diferenciación solo entre eventos sociales y empresariales, incluye la naturaleza, objetivo, tamaño, sector, entidad y generación de la realización de un evento.

Tipos de Eventos por Rosario Jijena (JIJENA, Eventos. Cómo organizarlos con éxito, 2003)

- Actos culturales
- Becas y concursos
- Conferencias de prensa
- Conferencias
- Cursos, jornadas, seminarios, congresos
- Desayunos de trabajo
- Desfiles de moda y show romos
- Entrega de premios
- Espectáculos
- Ferias y exposiciones
- Homenajes
- Inauguraciones
- Lanzamientos de productos
- Mega eventos
- Vernissages
- Work shop

Eventos de connotación política más característicos

- Abiertos puntuales: puestos callejeros
- Abiertos generales: concentración (plazas)
- Abiertos móviles: manifestación callejera y desfiles proselitistas.
- Cerrados generales: mitin interno

Rosario Jijena (2003) hace una clasificación de los eventos no tan rígida, sino enmarcando un ordenamiento que facilite el tratamiento de las diferentes situaciones

para los eventos, haciendo una distribución de los eventos más práctica, dentro de la cual no hace gran mención de eventos sociales como casamientos por ejemplo, pero si hace una diferenciación entre eventos sociales y empresariales fuera de este listado.

- **Eventos Empresariales**

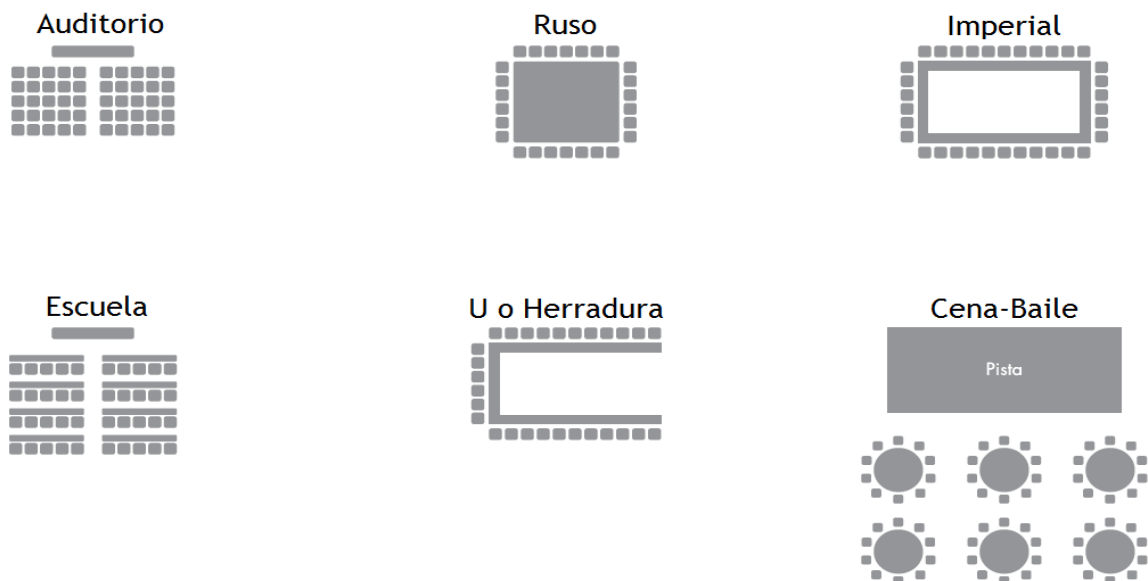
Congresos, ferias, exposiciones, lanzamientos de productos, seminarios, jornadas, desfiles de moda, work shops, reuniones de prensa, recitales, musicales, desayunos, entrega de premios, presentación de libros, mega eventos.

- **Eventos Sociales**

Casamientos, cumpleaños, recepciones formales e informales, inauguraciones de casas, aniversarios, celebraciones de compañerismo, asados, cenas, almuerzos, reuniones infantiles, actos folclóricos y reuniones religiosas.

Tipo de Montaje de Mesas

Gráfico 1. Tipo de Montaje de Mesas



Fuente: Cintermex
Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Auditorio

Este montaje es utilizado en eventos donde los asistentes no tendrán la necesidad de tomar notas. Y es ideal para conferencias magistrales, sesiones, exposiciones, reuniones de carácter informativo.

Escuela

Para talleres o cursos, sesiones, exposiciones. Lo viable es manejar 4 sillas por cada mesa para mayor comodidad de los asistentes. Se debe manejar un espacio de los asistentes entre silla y mesa para mayor comodidad y utilizar paño por ser mesas de trabajo.

Imperial Ruso

Ideal para reuniones ejecutivas con número de personas reducido. En este montaje se puede excluir el equipo de sonido siempre y cuando no se rebase de 24 personas.

Tipo U

Perfecta distribución de las precedencias. Nunca deben ocuparse los puestos enfrente de la presidencia. Se pueden y suelen establecer varios focos de conversación. Ideal para banquetes y otras reuniones de múltiples personas.

Tipo cerradura

En este tipo de mesas, así como en el de la U cuadrada se suelen decorar los espacios interiores en los que no se deben sentar los invitados con algún centro de flores o plantas, o un adorno similar, manteniendo una altura adecuada para evitar "tapar" a los invitados entre sí.

Imperial

Se coloca las mesas de doble ancho, tan largas como para acomodar a las personas esperadas. Puede ser para reuniones pequeñas o para servicios de alimentos en restaurantes y la cantidad ideal es de 20 a 40 personas como máximo.

Otros Montajes

Tipo T

Seguramente estamos ante una de las formas menos utilizada para cualquier tipo de evento, y casi podemos asegurar que está totalmente en desuso. No es fácil de "rellenar" con invitados al tener muchos espacios comunes.

Tipo de peine

Es apenas utilizada en la actualidad, no deben colocarse invitados enfrentados a la presidencia (parte interior de la U). La ventaja posible es el aprovechamiento del espacio en una sala, pero no es recomendable su utilización.

Mesa en forma de espiga

Se utiliza para banquetes con gran número de comensales. Se suele hacer con tableros rectangulares y redondos.

Etiqueta

Consiste a un tipo concreto de ceremonial, en usos sociales y en específico al modo personal de relacionarse con el entorno, cuando es necesario cuidar las formas al no existir confianza entre los asistentes o cuando el anfitrión ha solicitado que la participación en la ceremonia sea bajo códigos de comportamiento.

Características de la Etiqueta

- Elemento concreto de ceremonial.
- Afecta a todos los elementos personales como vestido, peinado, ornamentación y gestualidad.
- Es un modo formalmente ceremonioso de comunicación en la vida pública y momentos solemnes.
- Valor socializador en unificar estéticamente la apariencia y el comportamiento de los asistentes en la ceremonia, modelando la identidad que se desea transmitir.
- Manifestación de respeto hacia el anfitrión.
- Presente en todas las culturas y tiempo bajo formas diferentes.

- No existe un modelo único.
- La etiqueta cambia con las modas.

Elementos de la Etiqueta

- **Vestido**

Es la expresión más reconocible de la etiqueta, desde un taparrabos hasta un pantalón, a todo acto envuelve etiqueta por lo tal se debe vestir de acuerdo a la etiqueta del evento.

- **El Peinado**

Las distintas formas de llevar la cabellera están dentro de la identidad cultural, moda o estéticas determinadas.

- **La Ornamentación**

Adornos a nuestra persona, pueden ser de carácter permanente o eventual

a) Permanente.- adorno incorporados al propio cuerpo como tatuajes, piercing o agujeras en las orejas.

b) Eventuales.- adornos que idealizan la belleza como joyas, plumas, cuentas, maquillaje, sombreros o condecoraciones.

- **Gestualidad**

Son signos de identidad y reconocimiento, relaciones mutuas, que también indican estatus, la expresividad, la impasibilidad dan muestra de lo distintas que pueden ser las normas de etiqueta.

- **Higiene y Salud**

El olor corporal, el cuidado del cabello, la tez blanca o morena son también elementos de la etiqueta social dentro de las diferentes culturas, son tenidos en cuenta para hacer merito o repudio, debido la multiculturalidad y la necesidad de convivencia con otras etnias. (OTERO, Protocolo y Empresa: El Cermonial Corporativo, 2011)

Protocolo

Según Gloria Campos

“Entendida como ceremonial y reglas de ordenación y ciertas pautas de comportamiento o exclusivamente como una técnica al servicio del marketing o de la comunicación”. (CAMPOS & FUENTE, 2011)

Características del Protocolo

- **Carácter formal.**- aparece como normas jurídicas y consuetudinarias que hay que cumplir.
- **Afecta al ámbito ceremonial.**- ordena la participación de autoridades o instituciones públicas en ceremonias públicas.
- **Se manifiesta en dos vertientes**
 - a) relaciones externas.- son de carácter diplomático entre Estados y organismos interestatales y supraestatales.
 - b) relaciones internas.- entre las propias instituciones del Estado, las organizaciones públicas y privadas; y los ciudadanos.
- **Emisor Oficial.**- el Estado y ciertas organizaciones son los que pueden promulgar normativas y leyes, organizaciones particulares no pueden dar normas de protocolo, pero si normas de precedencia y honoríficas.

La Aplicación del Protocolo

Por ámbitos de titularidad

Actos públicos.- pertenecen a personas físicas o jurídicas como artistas y empresas, organizaciones, miembros de familias reales, concierto, etc. Pero no todos los actos públicos son abiertos y organizados con medios públicos y pueden tener poca asistencia al igual que no cuente con medios de comunicación de masas, para lo cual se encuentra divididos en actos oficiales y no oficiales.

- a) *Actos públicos oficiales:* organizados por personas físicas o jurídicas que forman parte de la estructura de Estados, organismos paraestatales y administraciones públicas como ejemplo la toma de posesión de presidentes,

fiestas nacionales incluidos bodas, bautizos y funerales de miembros de familias reales, y deben cumplir una normativa oficial protocolaria.

- b) *Actos públicos no oficiales*: organizados por personas físicas o jurídicas como empresa, organizaciones, de carácter político, sindical o empresarial, asociaciones de índole profesional, vecinal o cultural, religiosa, ONG, etc. Eventos que responden a solo intereses organizacionales y están sujetos al control, si la entidades tiene sus propias normas de ceremonial interno las aplican y en caso de asistir autoridades oficiales, se aplicará normativas oficiales

Actos privados.- familiares o íntimos, organizados por personas físicas independientemente del poder social, económico o político, es el caso de las bodas, cumpleaños, reuniones familiares, cenas de navidad, etc. No pueden ser fiscalizados y regularizarse su convocación, porque se tiene la plena libertad en cuanto los invitados y diseño del evento. (OTERO, Protocolo y Empresa: El Cermonial Corporativo, 2011)

Ceremonia y Ceremonial

María Teresa Otero lo define así:

- Ceremonia “*acto externo que se manifiesta públicamente*”, “actividad sometida a un conjunto de normas coercitivamente explícitas y formales (leyes) y no formales (costumbres)”.

Es el respeto y solemnidad hacia otra persona en un acto público o privado, celebrado bajo ciertos criterios de identidad cultural y formalidad, como por ejemplo un matrimonio, condecoración o coronación de un rey.

- Ceremonial “*serie de ceremonias o elementos que la componen, por ende la primera diferencia es este carácter global frente al individual de ceremonia*” y “*califica a todo aquello que tenga carácter formal, público o solemne en ciertos actos que se conviertan en ceremonias*”.

Se refiere al uso de ceremonias, formalidades para actos públicos y solemnes, es el término colectivo de ceremonia.

Calidad

Se denomina al conjunto de características de productos y/o servicios, que satisfacen las expectativas de expresadas por los clientes. La calidad es el nivel de excelencia al que se desea alcanzar para satisfacer a la clientela y representada también el logro misma calidad.

Clientela Clave

Es aquella que por sus expectativas y necesidades impone a la organización el nivel de servicio que debe de conseguir. Es necesario segmentar el mercado porque cada vez los gustos y preferencias son más variados.

Servicio

Conjunto de prestaciones que el cliente espera a demás del producto o servicio, a consecuencia de un precio, imagen y reputación. Sin clientes no hay empresa y sin servicio no clientes.

La Experiencia Vivida

Puede provocar un impacto fundamental en la experiencia del consumidor y determina así el grado de satisfacción. La sensación experimentada será positiva o negativa según:

- La posibilidad de opción
- La disponibilidad
- El ambiente
- La actitud del personal
- El riesgo percibido al escoger el servicio
- El entorno
- La rapidez y precisión
- La personalización del servicio
- La reacción frente reclamaciones

El primer contacto con el cliente es importante y aun más que fluya con armonía y que exista y empatía entre cliente y prestador. (Equipo Vértice, 2008)

Variable dependiente: desarrollo local

Desarrollo

Modo eminente de bienestar general y con la elevación de los niveles de vida.

Desarrollo Económico

Según Amartya Sen es:

“El desarrollo económico se puede definir como la capacidad de países o regiones para crear riqueza a fin de promover y mantener la prosperidad o bienestar económico y social de sus habitantes. Podría pensarse al desarrollo económico como el resultado de los saltos cualitativos dentro de un sistema económico facilitado por tasas de crecimiento que se han mantenido altas en el tiempo y que han permitido mantener procesos de acumulación del capital”. (SEN, 2000)

Desarrollo Local

El Desarrollo Local es una estrategia de la democracia territorial que permite aprovechar las potencialidades locales, bajo objetivos de corto y largo alcance, en concertación con todos los actores de los sectores locales. Bajo este enfoque, los programas y proyectos se insertan en procesos de desarrollo, dejando de ser esfuerzos puntuales, dispersos y aislados, para pasar a ser eslabones de encadenamientos de producción, empleo, bienestar social, que contribuyen a que los territorios cobren dimensiones competitivas a escala regional, nacional y global.

Otra definición de Desarrollo Local

Proceso de transformación de la economía y de la sociedad local, dirigido a suplir las dificultades existentes, en busca de una mejora de las condiciones de vida en la población mediante el aprovechamiento de los recursos endógenos y fomento de las capacidades empresariales creando entornos innovadores.

Desarrollo Económico Local (BERUMEN, 2006)

Según Sergio Berumen es:

“El desarrollo local se ha situado en torno a la localización de las actividades económicas y ha tenido la tarea de estudiar las conductas y valoraciones de los costos de transportación, la materia prima, el trabajo y la dimensión del mercado local”.

- Pequeur (1986) y Laursen (2003) son la base de esta definición, sus perspectivas se entrelazan de tal modo que se corresponden.

Desarrollo Turístico

Según la OMT es:

“Es la actividad socioeconómica, estratégica y esencial para el desarrollo del país.”

Crecimiento

Connotación economista que plantea un avance medible cuantitativamente de causa y efecto, propios de la modernidad y progreso, que emula un evolucionismo social. (RODRÍGUEZ & CALDERA, 2013)

Crecimiento Económico

Implica un incremento notable de los ingresos y de la forma de vida de todos los individuos de una sociedad, existen ejes de medición del crecimiento como la inversión, la tasa de interés, el nivel de consumo, políticas y el ahorro, que determinan que tan lejos o cerca se encuentra del desarrollo. (REYES, 2005)

2.2 MARCO LEGAL

Los eventos forman parte del turismo y bajo esta actividad genera fuerte impacto económico en los sectores hoteleros, gastronómicos y transportistas pertenecientes a la planta turística del Ecuador, a continuación en la tabla.

Cuadro 2. Planta Turística del Ecuador

PLANTA TURÍSTICA DEL ECUADOR	
ACTIVIDADES	PORCENTAJE
Alimentos y Bebidas	59%
Alojamiento	23%
Agencia de viajes	9%

Recreación y Esparcimiento	5%
Transporte Turístico	3%
Casinos, Salas de juego y Bingos	1%

Fuente: Plandetur 2020
Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Como se observa en el cuadro los sectores antes mencionados están comprendidos dentro del turismo, siendo el servicio de alimentos y bebidas el más demandado en el mercado seguido del alojamiento, la transportación turística

Plan de Marketing Turístico del Ecuador 2010-2014

Propósitos

- Potenciar el producto Ecuador: aumentar el nivel de gasto por turista.
- Aprovechar las condiciones favorables que se puedan detectar para los mercados de oportunidad.
- Mejorar la competitividad turística de Ecuador.

Estrategia de productos.- Objetivos estratégicos

- Diversificar la oferta turística de Ecuador para desestacionalizar la demanda, distribuir los visitantes e integrar la ventaja competitiva de concentración de experiencias turísticas de Ecuador.
- Alcanzar niveles de notoriedad y presencia en canales altos y medios, para los productos claves y de consolidación, y para todos los mundos de Ecuador. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2009)

Norma Técnica INEN N° 2452

Turismo. Organizador de Eventos – Requisito de Competencia Laboral

Objeto.- establecer los requisitos mínimos de competencia laboral y los resultados esperados que debe cumplir el organizador de eventos. (FENACAPTUR, 2007)

Ley de Turismo

Art. 3.- Son principios de la actividad turística

- La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional.

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

- Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística.

Art. 5.- (*Art. 42 del Reglamento General de la Ley de Turismo*) Se considera actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- Servicio de alimentación y bebidas.
- La de intermediación, agencias de servicios turísticos y organizadoras de eventos, congresos y convenciones. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2008)

Reglamento General de la Ley de Turismo

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

e) Intermediación

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

Plan Nacional de Desarrollo – Buen Vivir

Objetivos nacionales para el Buen Vivir están divididos en tres ejes:

3) transformación económica – productiva a partir del cambio de la matriz productiva.

Se converjan la economía de mercado, la economía pública y la economía popular y solidaria. El nuevo sistema económico tiene como centro y fin el ser humano, privilegia el mundo del trabajo por sobre el capital y persigue el cambio de la matriz productiva.

Objetivos:

9) Garantizar el trabajo digno en todas sus formas.

Políticas y Lineamientos Estratégicos

9.2) Promover el trabajo juvenil en condiciones dignas y emancipadoras que potencie sus capacidades y conocimientos.

A. profundizar el conocimiento emancipador, como fuente de innovación y desarrollo de producción alternativa que generen trabajos con valor agregado.

10) Impulsar la transformación de la Matriz Productiva

Políticas y Lineamientos Estratégicos

10.3) Diversificar y generar mayor valor agregado en los sectores prioritarios que proveen servicios.

A. fortalecer el sector servicios, para la creación y fomento de empleo inclusivo.

B. fomentar la generación de capacidades técnicas y de gestión en los servicios, para mejorar su presentación y contribuir a la transformación productiva.

Constitución del Ecuador 2008

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y

retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Art. 284.- La política económica tendrá los siguientes objetivos:

6) impulsar el pleno empleo y valorar todas las formas de trabajo, con respeto a los derechos laborales.

Art. 304.- La política comercial tendrá los siguientes objetivos:

- 1) desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.

Art. 336.- El Estado impulsará y velará por el comercio justo como de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad.

El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia de igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley. (Asamblea Nacional República del Ecuador, 2008).

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

Art. 17.- **Obligaciones del proveedor.**- Es obligación de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los bienes o servicios ofrecidos, de tal modo que éste pueda realizar una elección adecuada y razonable.

Art. 18.- **Entrega del bien o prestación.**- Todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con el consumidor. Ninguna variación en cuanto a precio, tarifa, costo de reposición u otras ajenas a lo expresamente acordado entre las partes, será motivo de diferimiento.

Art. 27.- **Servicios profesionales.**- Es deber del proveedor de servicios profesionales. Atender a sus clientes con calidad y sometimiento estricto a la ética profesional, la ley de su profesión y otras conexas.

En lo relativo al cobro de honorarios, el proveedor deberá informar a su cliente, desde el inicio de su gestión, el monto o parámetros en los que se regirá para fijarlos dentro del marco legal vigente en la materia y guardando la equidad con el servicio prestado.

Art. 33.- **Información al consumidor.**- Las condiciones, obligaciones, modificaciones y derechos de las partes en la contratación del servicio público domiciliario, deberán ser cabalmente conocidas por ellas en virtud de la celebración de un instrumento escrito. Sin perjuicio de dicho instrumento, los proveedores de servicios públicos domiciliarios mantendrán dicha información a disposición permanente de los consumidores en las oficinas de atención al público.

El consumidor tiene el derecho de ser oportuna y verazmente informado sobre la existencia o no de seguros accesorios al contrato de prestación del servicio, cobertura y demás condiciones. En caso de seguros de vida, su monto nunca podrá ser menor al establecido en el Código del Trabajo.

Art. 66.- **Normas técnicas.**- El control de cantidad y calidad se realizará de conformidad con las normas técnicas establecidas por el Instituto Ecuatoriano de Normalización - INEN-, entidad que también se encargará de su control sin perjuicio de la participación de los demás organismos gubernamentales competentes. De comprobarse técnicamente una defectuosa calidad de dichos bienes y servicios, el INEN no permitirá su comercialización; para esta comprobación técnica actuará en coordinación con los diferentes organismos especializados públicos o privados, quienes prestarán obligatoriamente sus servicios y colaboración.

Las normas técnicas no podrán establecer requisitos ni características que excedan las establecidas en los estándares internacionales para los respectivos bienes. (Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca, 2000)

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Rosario Jijena Sánchez (2004) describe estos términos en el ABC de Eventos.

Acreditación: es la inscripción a un congreso, seminario o jornada; momento en que una vez comprobados los datos se le entrega la credencial, el material promocional, los vouchers para la comida y las entradas para las reuniones.

Afiches: para algunos eventos como exposiciones, muestras y ferias pueden utilizarse, en los que figure el nombre del evento, tipo de público al que está dirigido, la sede, los días, el horario, el valor de entrada y los auspiciantes.

Almuerzo: en reuniones de trabajo o de estudio que duran toda una jornada en el que hay que prever la comida, se organizan con anticipación.

Ambientación: hay que preparar la sede de acuerdo al tipo de evento, se ambientará y decorará con los elementos del estilo y colores adecuados, escenográficos e iluminación especial se podrán preparar los ambientes de diferentes formas transformando espacios.

Aniversario: de persona, lugar o situación se realizan reuniones para conmemorar un hecho anual ya sea de nacimiento, fallecimiento, creación o la fundación de algo con sentido social, motivación comercial o cultural.

Anfitrión: viene de Anfitrión rey de Tebas (Grecia), célebre por sus fastuosos banquetes. Se dice de la persona que tiene convidados personas en su casa, al igual que con una empresa.

Apertura: en los congresos y exposiciones se realiza siempre un acto para el inicio del mismo, generalmente consiste en algunas palabras por una autoridad, en caso de coincidir con una fecha patria se entonará el Himno Nacional del país.

Asamblea: se aplicaba a reuniones formales de índole política en las que se decidía la elección o renovación parcial o total de las autoridades, actualmente se emplea para reuniones de clubes, empresas o administradoras de edificios a la que asiste todos los integrantes.

Atril: mesa, escritorio o estante sobre el escenario que el presentador para sostener documentos y otros materiales que utilizará durante su presentación.

Auspicio: es un apoyo moral que da jerarquía a un evento.

Backstage: atrás del escenario, se emplea para indicar lo que ocurre detrás o lo que no se ve.

Banquete: comida de agasajo, el origen se remonta a los primeros siglos del Imperio Romano, es importante el impacto a los invitados al momento de entrar al salón y la decoración.

Banqueting: término que se define como la planificación y desarrollo de acontecimientos con el fin de ofrecer un servicio de almuerzo, cena, coctel o aperitivo.

Bautismo: reunión de acuerdo a la edad el bautizado, algunos lo hacen durante los primeros días de vida en la misma casa del recién nacido, se acostumbra a regalar estampas de recuerdos.

Brief: material informativo que se entrega al público donde debe constar sintetizado la descripción del producto o servicio, la historia, objetivos y la estrategia de marketing.

Brindis: es la forma tradicional de culminar la celebración de algo, el brindis se hace con champagne. Los invitados se ponen de pie y dicen unas breves palabras que reiteran el motivo de celebración.

Brunch: término inglés es una combinación de desayuno y almuerzo, se desarrolla aproximadamente a las 11 de la mañana y tiene una duración de entre una hora y media a dos horas.

Buffet: término francés, aparador o mostrador para servir comida rápida generalmente de pie o en una barra como en estaciones.

Calendario Ferial: listado de ferias y exposiciones que se realizarán durante un determinado plazo.

Camarera: persona que sirve la mesa, debe tener conocimiento del servicio, protocolo y tipo de evento.

Canapés: variedad de aperitivos fríos o calientes que se sirven antes de un banquete o cena de gala, que son pequeños y secos para comer utilizando las manos.

Carrefour: término francés, esquina, encuentro, encrucijada. Es una reunión de tipo informal y multidisciplinaria en la que participan de quince a cincuenta especialistas.

Casamiento: ceremonia religiosa o no, en la que se hace el intercambio de anillos como muestra de unión.

Catering: término inglés, servicio de comida preparada, de acuerdo al ámbito, los comensales y circunstancias en que debe desarrollarse.

Celíaco: es una condición médica en la que debido a la intolerancia o alergia, el comensal requiere que le sirvan comida libre de gluten.

Cena de Gala: cena elegante que usualmente incluye discursos, agradecimientos y/o premiaciones, es propicia realizarla para cerrar un evento de varios días.

Centro de Convenciones: sede en la cual se desarrolla congresos y convenciones, la infraestructura debe con salón para actos de apertura, cierre y sesiones plenarias, salas más pequeñas para talleres y disertaciones paralelas.

Ceremonial: son la normas que rigen para crear un orden, marcar las precedencias y presidencias. (JIJENA, ABC Eventos, 2004)

Comida Halal: comida en que la carne del animal proviene de una muerte bajo las leyes islámicas.

Conferencia Web: se lleva a cabo vía internet, utilizando monitores individuales para cada participante.

DB&B: término inglés, indica la disponibilidad de cena, hospedaje y desayuno en un sitio específico usualmente un hotel dentro o cerca del lugar del evento.

Deposito: fracción del costo total del evento que se paga por adelantado para reservar el evento.

Desayuno continental: consiste en alimentos matutinos que no son pesados para el estómago, incluye pan, cereales, frutas, huevos, jugos y bebidas calientes.

Desayuno inglés completo: típico desayuno del Reino Unido que consiste en té, jugos, pan tostado, huevos fritos, tocino, salchichas, frijoles. Champiñones y tomates.

Empresa A/V: empresa dedicada a la renta de equipo audio visual como proyectores, monitores, equipo de sonido y micrófonos.

Entretenimiento: actividades específicas creadas para divertir a la audiencia, pueden ser show, conciertos y teatros.

Evento: totalidad de actividades con una meta definida por la cual se lleva a cabo la junta, fiesta, celebración, cóctel, gala, etc.

Exhibición o Exposición: evento en el cual uno o varios proveedores tienen la oportunidad de ofrecer y demostrar sus productos y servicios. La mayoría de estos eventos son gratuitos o de bajo costo para el invitado.

Expositor: persona que maneja el stand donde se exhiben productos o servicios.

Feria: proviene del latín *feriae* que significa vacaciones, porque visitar una feria es tan agradable como ir de vacaciones, su finalidad es la manifestación comercial de bienes y servicios.

Folletería: consiste en materiales impresos o electrónicos que brindan información valiosa y útil.

Keynote: discurso inicial de una presentación o serie de conferencias que apuntan al tema general del que se hablará y que es diseñado para motivar a la audiencia.

Lobby: área de entrada a un edificio donde se realizará un evento, esta área se utiliza para fines de recibimiento, lugar de registro, montar exhibiciones o incluso para servir alimentos.

Maestro de Ceremonias: persona que sirve de enlace entre el lugar, cliente y los invitados, ayuda a llevar el orden, las reglas y regulaciones del evento como llamar a los invitados a sentarse, cenar, etc.

Maitre d' Hotel: término francés que significa maestro de, la función es estar a cargo del área de alimentos y bebidas como la satisfacción de huéspedes de un hotel.

Moderador: persona que preside en discusiones y foros, o que conduce paneles y mesas redondas

Networking: indica la interacción cara a cara de personas, empresa u organizaciones, usualmente esta actividad ocurre durante de los breaks de un evento.

Organizador de Evento: empleado de un salón de eventos o de un hotel dedicado a la organización de eventos, esta persona sólo maneja eventos para un salón u hotel.

Pista de Baile: sección del piso del salón usualmente cubierta de madera designada para que los invitados bailen.

Servicio de Banquetes: acto de proveer un servicio de alimentos y bebidas a distancia.

Stand: espacio condicionado para la presentación de productos generalmente en ferias y exposiciones.

Vegano: término que se usa para describir a una persona vegetariana.

Video- conferencia: es un sistema de conferencia remotas vía satélite o internet, en la que un conferencista puede hablar remotamente con una audiencia.

Wifi: servicio de internet inalámbrico. (Eventos Millonarios, 2013)

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis general

La presencia de una organizadora de eventos incidirá en el desarrollo local del Cantón Naranjito.

2.4.2 Hipótesis particulares

- La asesoría profesional influye en la imagen y servicio de los eventos.
- La oferta de organizadoras de eventos en el Cantón Naranjito motiva a que las personas busquen el servicio de asesoría en lugares aledaños.
- La inversión en organizadoras de eventos influye en el desarrollo de nuevas plazas de trabajo.

2.4.3 Declaración de variables

Cuadro 3. Declaración de las variables

HIPÓTESIS	TIPO	VARIABLE
<p>Hipótesis General</p> <p>La presencia de una organizadora de eventos incidirá en el desarrollo local del Cantón Naranjito.</p>	V.D.	Desarrollo local
	V. I.	Organización de eventos
<p>Hipótesis Particular 1</p> <p>La asesoría profesional en eventos influye en la imagen y servicio de los eventos.</p>	V.D.	Imagen y servicio de los eventos
	V. I.	Asesoría profesional
<p>Hipótesis Particular 2</p> <p>La oferta de organizadoras de eventos en el Cantón Naranjito motiva a que las personas busquen el servicio de asesoría en lugares aledaños.</p>	V.D.	Motiva a que las personas busquen el servicio de asesoría en lugares aledaños
	V. I.	Oferta de organizadoras de eventos
<p>Hipótesis Particular 3</p> <p>La inversión en organizadoras de eventos influye en el desarrollo de nuevas plazas de trabajo.</p>	V.D.	Desarrollo de nuevas plazas de trabajo
	V. I.	Inversión

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

2.4.4 Operacionalización de las variables

Cuadro 4. Operacionalización de las Variables

HIPO	VARIABLE		CONCEPTUALIZACION	INDICADOR	TECNICA E INSTRUMENTO
GNRAL	V.D.	Desarrollo local	Aprovechamiento del potencial de un territorio	Economía activa	Encuesta Entrevista
	V.I.	Organización de eventos	Entidad que se encarga de planificar eventos	Eventos sociales privados	Encuesta
PART. 1	V.D.	Imagen y servicio de los eventos	Detalles y ambientación para ejecutar eventos	Normas INEN	Encuesta
	V.I.	Asesoría profesional	Conocimientos al realizar un oficio	Centro de capacitación profesional	Encuesta
PART. 2	V.D.	Motiva a que las personas busquen el servicio de asesoría en lugares aledaños	Poca variedad y desconocimiento sobre la asesoría de eventos	Ubicación geográfica	Encuesta
	V.I.	Oferta de organizadoras de eventos	Disponibilidad de este servicio	Nicho de mercado	Encuesta
PART. 3	V.D.	Desarrollo de nuevas plazas de trabajo	Diversificación del mercado al emplear prestaciones diferentes	Nivel de empleo	Encuesta
	V.I.	Inversión	Financiar nuevas ocupaciones	Censo económico 2010	Encuesta

Fuente: Helen Quitiu Luna
Elaborado por: Helen Quitiu Luna

CAPÍTULO III

MARCO METODOLOGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACION Y SU PERSPECTIVA GENERAL

El diseño de investigación para el tema de estudio según su finalidad es la investigación aplicada, ya que por medio de esta investigación se podrá buscar solución al tema de estudio focalizado en el Cantón Naranjito, el cual es ausencia de organizadoras de eventos y dar solución a interrogante de ¿Cómo incide la presencia de una organizadora de eventos?, debido a que la investigación aplicada se orienta a la investigación de problemas concretos, circunstancias y características, que se dirige a una utilización inmediata y que depende de aportes teóricos y de descubrimientos.

Autores como Mario Tamayo en “El proceso de investigación científica - 2004” y Ernesto Rodríguez en “Metodología de la investigación - 2005”, describen a la investigación aplicada como un estudio de acción inmediata que no desarrolla teorías y que se fundamenta en ellas.

Según su objeto gnoseológico es empleó la investigación descriptiva y exploratoria, porque dichas investigaciones comprenden aspectos que se siguieron fielmente en este estudio, que ayudaron a comprender la realidad y características del fenómeno de manera específica, conceptualizar de forma cronológica acontecimientos del tema de estudio de forma global y recolección de datos que demuestran la calidad y servicio

prestados en eventos en el Cantón Naranjito, a su vez asociando información que permiten la conjetura de conclusiones.

El presente objeto de estudio según su contexto aplica a un estudio de campo, porque requiere de datos específicos para dar a conocer información exacta acerca del objetivo a cumplir frente a los consumidores y complacer así esta necesidad, para aquello se hará uso de encuestas y entrevistas orientadas a la población del Cantón Naranjito, proceso del cual se obtiene un informe más minucioso.

Para el control de las variables la investigación experimental es la más acertada, por el motivo que se puede manipular una o más variables independientes y determinar sus efectos sobre una o más variables dependientes, esto quiere decir que se utiliza con el fin de descubrir de qué modo o por qué se produce una situación.

El diseño de la investigación es de carácter cualitativo por basarse en lo social y adquirir juicios y declaraciones por medio de entrevistas que no tienen lugar a medición a personas directas dentro del objeto de estudio, para luego analizar de forma interpretativa la información, y también en cuantitativa porque se empleará encuesta para la recolección de datos que abre la posibilidad de ser medidos numéricamente y de tal modo obtener información que se pueden expresar en números para su mejor comprensión.

3.2 LA POBLACION Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la población

Naranjito es una comunidad ubicada a 66 km al este de Guayaquil dentro de la Provincia del Guayas, de clima cálido tropical, con excelentes vías de acceso.

El Cantón Naranjito tiene una población de 37.186 habitantes aproximadamente, con el 77% de población urbana y el 23% de población rural, con el 49% de mujeres y el 51% de hombres tanto en la población urbana como rural. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2010)

El Cantón es una población netamente agrícola, que posee gran variedad de producción para consumo interno y externo, siendo así el 56% de la producción cultivos de caña, café, cacao, banano, piñas, etc., la mayor producción presente en el Cantón es la caña de azúcar, que es vendida a los ingenios cercanos Valdez y San Carlos, seguido por el cultivo de banano con 50.000 cajas a la semana a través de las diferentes bananeras.

Es notorio el avance del progreso en el Cantón porque actualmente cuenta con tres entidades bancarias como Banco del Guayaquil, Banco de Pichincha y Banco del Pacifico, el comercio de artículos varios y de electrodomésticos también ha incrementado los cuales son Marcimex, Pyca, La Ganga, Casa Onda, Artefacta (recientemente inaugurado), centro grandes de abasto como Casa Tía y G&G ; y otros de capacidad como Multi-comercio, Don Barato y La Competencia, situación que antes no sucedía, pero que aun no satisface de completo a la población, porque no presenta gran inversión en el desarrollo de del turismo, calidad de servicio y prestación profesional en la atención al cliente, asesoría en planificación de eventos, son temas que complementa a un desarrollo.

3.2.2 Delimitación de la población

La población del Cantón Naranjito será la protagonista en la investigación y recolección de información, específicamente las personas económicamente activas, debido a que el estudio procura saber cómo índice una organizadora de eventos ante el esquivo desarrollo local, y así elevar la calidad de vida.

La población de investigación consta de 19.916 habitantes aproximadamente, del cual el 33% será objeto de la formula, tomando en cuenta solo edades de 18 a 60 años entre hombres y mujeres considerado como la población económicamente activa, cifra que dio como resultado 363 personas participantes.

3.2.3 Tipo de muestra

Se ha considerado la muestra no probabilística para realizar la investigación, ya que es apropiada en cuanto los criterios que integra como el conocimiento, economía,

tiempo y alcance que asociado al objeto de estudio, proporciona información oportuna y necesaria, que sería imposible a llevarlo a cabo sin este tipo de muestreo.

3.2.4 Tamaño de la muestra

Para la obtención de la muestra poblacional se aplicó la fórmula finita:

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

Donde:

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población

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

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

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

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

$$n = \frac{6572(0,5)(0,5)}{\frac{(6572 - 1) 0,05^2}{1,96^2} + (0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{1643}{\frac{16,427}{3,8416} + 0,25}$$

$$n = \frac{1643}{4,277 + 0,25}$$

$$n = 363$$

3.2.5 Proceso de selección

Una vez definido el tipo de muestra, la no probabilística y el número de encuesta, se aplicará las encuestas a la población en promedio de edad de 18-60 años, en capacidad económica de solventar sus gastos y entrevistas personas prestadoras de servicios relacionados a las organizaciones de eventos y autoridades que tengan relación con el tema de estudio.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

Conjunto de postulados para el estudio y la solución de los problemas de investigación.

3.3.1 Métodos teóricos

Método Inductivo.- Se utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones, cuya aplicación sea de carácter general.

Se ejecutará entrevistas a personas prestadoras de servicio de alimentos y bebidas y autoridades relacionadas con el sector económico del Cantón, para elaborar conclusiones sobre la necesidad y repercusión de una organizadora de eventos.

Método Deductivo.- Consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares.

Con las encuestas y entrevistas se recopilará información significativa para el análisis del objeto de estudio y ayudar a determinar las bases para una solución eficiente en cuanto a una organizadora de evento y su incidencia en el desarrollo local en el Cantón Naranjito.

Método Analítico – Sintético.- Estudia los hechos partiendo de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual (análisis), y luego se integran dichas partes para estudiarlas de manera holística e integral (síntesis). (BERNAL, 2006)

Este método posibilita realizar un análisis minucioso del problema y la información recolectada a través de la encuesta y entrevista para hacer afirmaciones a partir de los resultados obtenidos para aportar una solución, recomendaciones y conclusiones que encaminan esta investigación.

Método Estadístico.- es un proceso que consiste en una serie de pasos para llegar al verdadero conocimiento estadístico. (GARCÍA, RAMOS, & RUIZ, 2006)

La obtención, representación, simplificación, análisis, interpretación y proyección de las características, variables o valores numéricos de un estudio de investigación para una mejor comprensión de la realidad y una optimización en toma de decisiones.

Mediante este método se obtendrá información importante de la muestra, que serán la base para comprobar las hipótesis.

3.3.2 Métodos empíricos

Observación.- Consiste en analizar atentamente los hechos y fenómenos que tiene lugar en la naturaleza y que pueden ser observados por los sentidos. (ELIZONDO, 2002)

La investigación a través de la observación proporciona una perspectiva amplia a cerca del problema de estudio, que conlleva a una solución teórica del problema.

3.3.3 Técnicas e instrumentos

Fuentes Primarias

Proveen de información imposible de obtener de otra forma, son resultados directos de experiencias.

Encuesta.- Herramienta básica que se utiliza en la investigación, para estudiar directamente las características de las poblaciones, que consta de preguntas pequeñas acerca de un tema de interés.

La encuesta está enfocada a la población económicamente activa del Cantón Naranjito capas de adquirir servicio de asesoría en eventos.

Para la recolección de la información se empleara instrumentos como:

- Cámara digital Sony de 12 mega pixeles
- Programa estadístico para la presentación de datos

Entrevista.- Es una técnica que satisface los requerimientos de interacción personal que la civilización ha originado, este término proviene del francés que significa verse al otro lado, que consiste en una visita a una persona para hacerle preguntas sobre aspectos y después informarlos.

Técnica utiliza para conocer las opiniones de las autoridades dentro del Cantón como en el Dpto. de Turismo del Municipio de Naranjito, Cámara de comercio de Cantón y personas prestadoras de servicio de afines a las organizaciones de eventos para asentar las bases de la falta de empresas organizadoras de eventos en Naranjito.

Fuentes Secundarias

Son más disponibles pero no son tan ricas en detalle como las primarias, ya que proporcionan información elaborada previamente.

Libros

Estudios anteriores

Internet

3.4 PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

Para el procesamiento de la información se utilizará la estadística descriptiva y se empleará el programa Excel que mediante este programa se facilita el manejo de datos para presentarlos por medio de gráficos de pastel, barras y entre otros; de modo que permite concluir con el análisis.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Mediante el análisis se permitió indagar sobre las opiniones de la población con respecto a cerca de organizadoras de eventos y el aporte en el desarrollo de plazas de trabajo que podría generar, el crecimiento económico de la calidad de vida y desarrollo local del Cantón Naranjito que contempla el servicio de catering y eventos.

La información que proporcionó la población también permitió conocer que profesionales, la oferta y la inversión son posibles de contraponer y obtener resultados positivos al corresponder necesidades de este tipo visibles en el Cantón, que facilitan identificar que es lo más apropiado hacer.

La muestra de la población económicamente activa se la obtuvo a través de la fórmula finita, de la cual se consiguió información confiable y real que facilitará la forma de conocer vías idóneas para el fomento del desarrollo de organizadoras de eventos dentro del Cantón Naranjito.

El tamaño de la muestra que se ha aplicado es 363 encuestas a la población distribuida en empleados públicos, privados e independientes tanto en el área urbana como rural.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

Análisis de los resultados de las encuestas

Pregunta 1: ¿Considera usted que el Cantón Naranjito ha tenido un desarrollo en cuanto organizadora de eventos? (en caso de ser la respuesta desacuerdo pasar la 3ra. pregunta)

Cuadro 5. Pregunta N° 1 ¿Considera usted que el Cantón Naranjito ha tenido un desarrollo en cuanto organizadora de eventos?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de Acuerdo	40	11%
De acuerdo	138	38%
desacuerdo	185	51%
TOTAL	363	100%

Fuente: Encuesta a la Población del Cantón Naranjito

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Gráfico 2. Pregunta N° 1 ¿Considera usted que el Cantón Naranjito ha tenido un desarrollo en cuanto organizadora de eventos?



Fuente: Encuesta a la Población del Cantón Naranjito

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Análisis: Podemos observar que de la población encuestada sus resultados muestran que el 11% está totalmente de acuerdo, el 38% está de acuerdo y mientras que el 51% está en desacuerdo que el Cantón Naranjito ha tenido un desarrollo en cuanto a organizadoras de eventos.

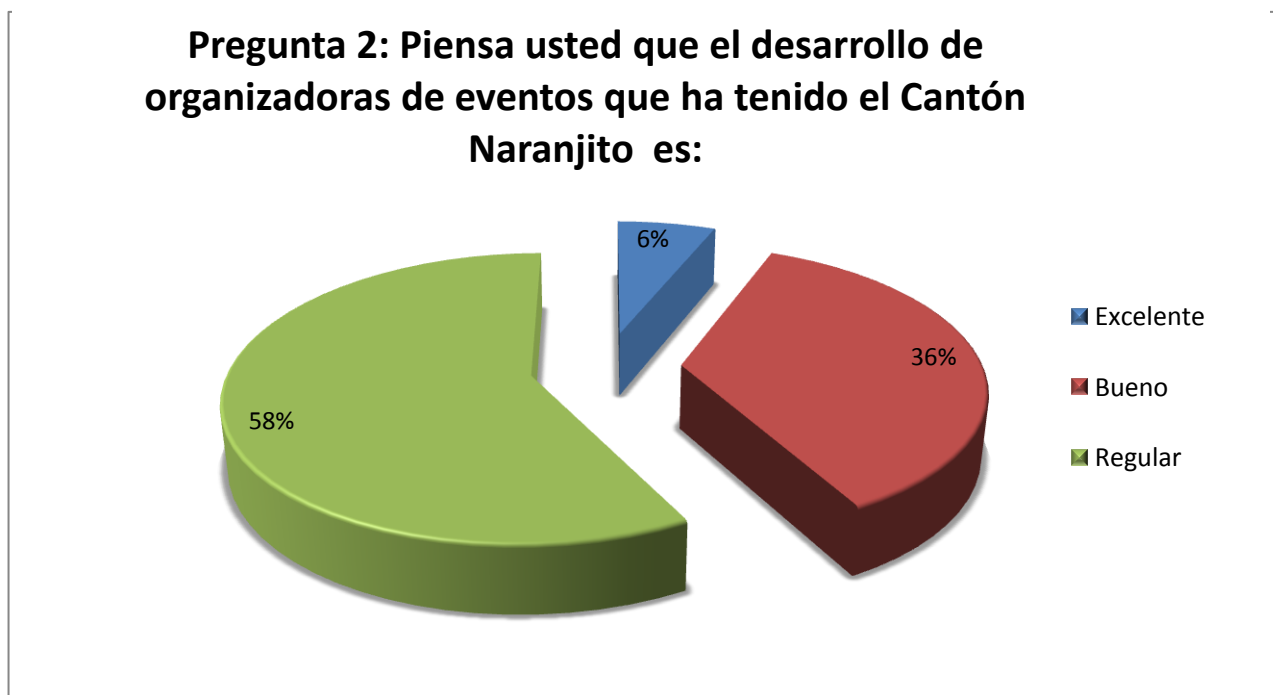
Pregunta 2: Piensa usted que el desarrollo de organizadoras de eventos que ha tenido el Cantón Naranjito es:

Cuadro 6. Pregunta N° 2: Piensa usted que el desarrollo de organizadoras de eventos que ha tenido el Cantón Naranjito es:

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	11	6%
Bueno	64	36%
Regular	103	58%
TOTAL	178	100%

Fuente: Encuesta a la Población del Cantón Naranjito
Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Gráfico 3. Pregunta N° 2: Piensa usted que el desarrollo de organizadoras de eventos que ha tenido el Cantón Naranjito es:



Fuente: Encuesta a la Población del Cantón Naranjito
Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Análisis: Se evidencia que de la población encuestada el 6% considera excelente, el 36% considera que bueno y el 58% considera regular, en respuesta a Piensa usted que el desarrollo de organizadoras de eventos que ha tenido el Cantón Naranjito es.

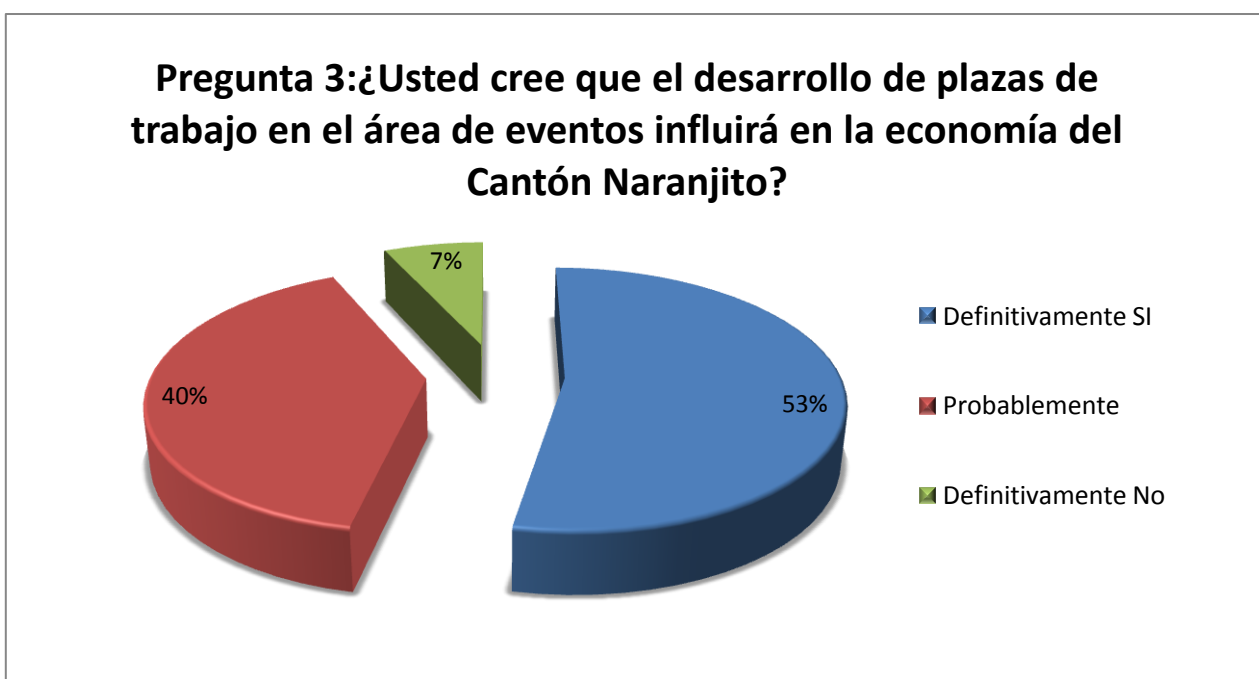
Pregunta 3: ¿Usted cree que el desarrollo de plazas de trabajo en el área de eventos influirá en la economía del Cantón Naranjito?

Cuadro 7. Pregunta N° 3: ¿Usted cree que el desarrollo de plazas de trabajo en el área de eventos influirá en la economía del Cantón Naranjito?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Definitivamente Si	193	53%
Probablemente	145	40%
Definitivamente No	25	7%
TOTAL	363	100%

Fuente: Encuesta a la Población del Cantón Naranjito
Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Gráfico 4. Pregunta N° 3: ¿Usted cree que el desarrollo de plazas de trabajo en el área de eventos influirá en la economía del Cantón Naranjito?



Fuente: Encuesta a la Población del Cantón Naranjito
Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Análisis: Se puede observar que de la población encuestada el 53% afirma que definitivamente Si, un 40% afirma que probablemente y mientras un 7% afirma que definitivamente No, en respuesta a Usted cree que el desarrollo de plazas de trabajo en el área de eventos influirá en la economía del Cantón Naranjito.

Pregunta 4: ¿Considera usted que la asesoría profesional mejore el servicio de los eventos sociales?

Cuadro 8. Pregunta N° 4: ¿Considera usted que la asesoría profesional mejore el servicio de los eventos sociales?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de Acuerdo	178	49%
De acuerdo	174	48%
Desacuerdo	11	3%
TOTAL	363	100%

Fuente: Encuesta a la Población del Cantón Naranjito

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Gráfico 5. Pregunta N° 4: ¿Considera usted que la asesoría profesional mejore el servicio de los eventos sociales?



Fuente: Encuesta a la Población del Cantón Naranjito

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Análisis: Podemos observar que de la población encuestada un 49% está totalmente de acuerdo, un 48% está de acuerdo y un 3% está en desacuerdo, acerca de la pregunta Considera usted que la asesoría profesional mejore el servicio de los eventos sociales.

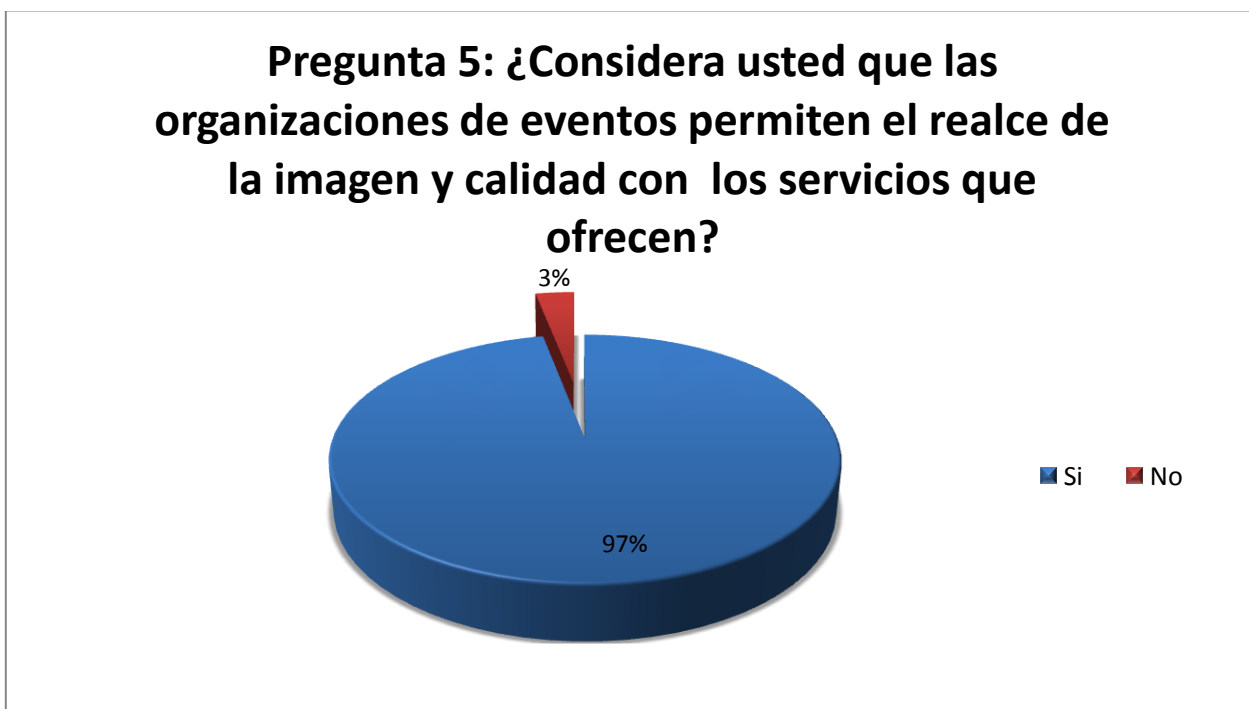
Pregunta5: ¿Considera usted que las organizaciones de eventos permiten el realce de la imagen y calidad con los servicio que ofrecen?

Cuadro 9. Pregunta N° 5 ¿Considera usted que las organizaciones de eventos permiten el realce de la imagen y calidad con los servicio que ofrecen?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	352	97%
No	11	3%
TOTAL	363	100%

Fuente: Encuesta a la Población del Cantón Naranjito
Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Gráfico 6. Pregunta N° 5 ¿Considera usted que las organizaciones de eventos permiten el realce de la imagen y calidad con los servicio que ofrecen?



Fuente: Encuesta a la Población del Cantón Naranjito
Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Análisis: Se evidencia que de la población encuestada un 97% respondió que si y un 3% respondió que no, a que las organizaciones de eventos permiten el realce de la imagen y calidad con los servicios que ofrecen.

Pregunta 6: Considera usted que la asesoría profesional en eventos se ve afectada por:

Cuadro 10. Pregunta N° 6: Considera usted que la asesoría profesional en eventos se ve afectada por:

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Desconocimiento	182	50%
Desinterés	76	21%
Costo	105	29%
TOTAL	363	100%

Fuente: Encuesta a la Población del Cantón Naranjito

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Gráfico 7. Pregunta N° 6: Considera usted que la asesoría profesional en eventos se ve afectada por:



Fuente: Encuesta a la Población del Cantón Naranjito

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Análisis: Podemos observar que la población encuestada sus resultados muestran que un 50% afirmó el desconocimiento, un 21% afirmó el desinterés y un 29% costo, a cerca de la pregunta Considera usted que la asesoría profesional en eventos se va afectada por.

Pregunta 7: Cree usted que el motivo para contratar una organizadora de eventos se debe:

Cuadro 11. Pregunta N° 7 Cree usted que el motivo para contratar una organizadora de eventos se debe:

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tiempo	159	44%
Creatividad	131	36%
Referencias	73	20%
TOTAL	363	100%

Fuente: Encuesta a la Población del Cantón Naranjito

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Gráfico 8. Pregunta N° 7 Cree usted que el motivo para contratar una organizadora de eventos se debe:



Fuente: Encuesta a la Población del Cantón Naranjito

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Análisis: Se evidencia que de la población encuestada un 44% respondió que el tiempo, un 36% respondió la creatividad y mientras un 20% respondió referencias, en respuesta a cerca de la pregunta Cree usted que el motivo para contratar una organizadora de eventos se debe.

Pregunta 8: ¿Usted ha empleado el servicio de organizadoras de eventos para realizar sus eventos sociales?

Cuadro 12. Pregunta N° 8 ¿Usted ha empleado el servicio de organizadoras de eventos para realizar sus eventos sociales?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	52	14%
A veces	145	40%
Nunca	166	46%
TOTAL	363	100%

Fuente: Encuesta a la Población del Cantón Naranjito

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Gráfico 9. Pregunta N° 8 ¿Usted ha empleado el servicio de organizadoras de eventos para realizar sus eventos sociales?



Fuente: Encuesta a la Población del Cantón Naranjito

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Análisis: Se evidencia que de la población encuestada el 14% contestó que siempre, un 40% a veces y un 46% nunca en respuesta a la pregunta Usted ha empleado el servicio de organizadoras de eventos para realizar sus eventos sociales.

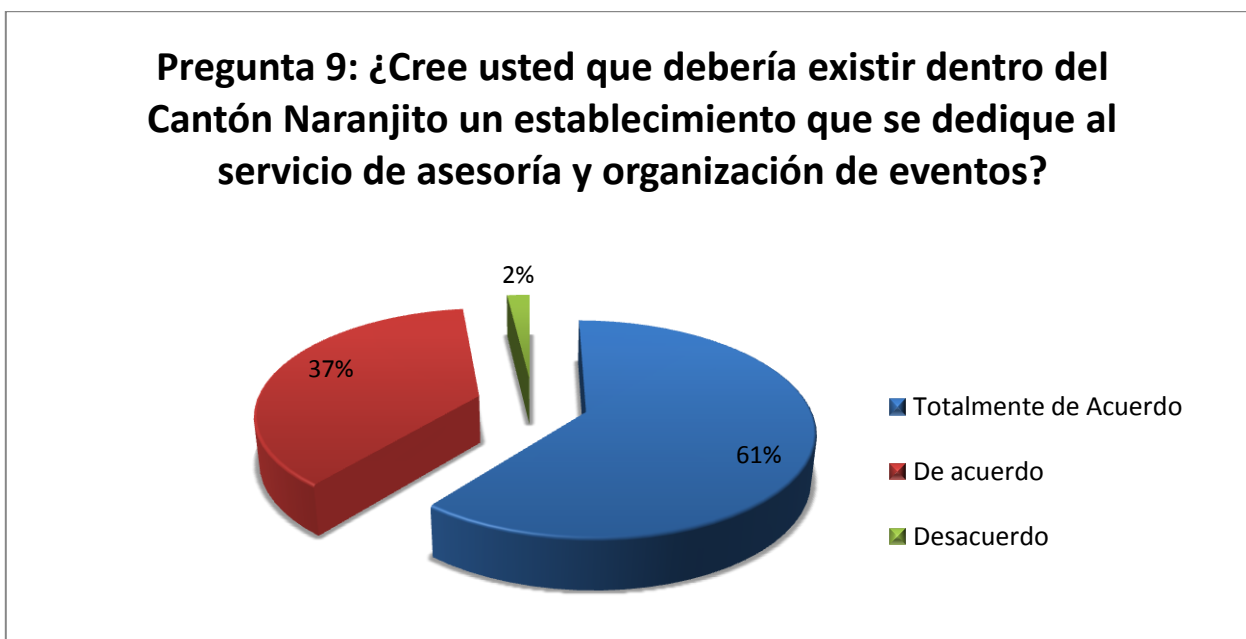
Pregunta 9: ¿Cree usted que debería existir dentro del Cantón Naranjito un establecimiento que se dedique al servicio de asesoría y organización de eventos?

Cuadro 13. Pregunta N° 9 ¿Cree usted que debería existir dentro del Cantón Naranjito un establecimiento que se dedique al servicio de asesoría y organización de eventos?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de Acuerdo	221	61%
De acuerdo	135	37%
Desacuerdo	7	2%
TOTAL	363	100%

Fuente: Encuesta a la Población del Cantón Naranjito
Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Gráfico 10. Pregunta N° 9 ¿Cree usted que debería existir dentro del Cantón Naranjito un establecimiento que se dedique al servicio de asesoría y organización de eventos?



Fuente: Encuesta a la Población del Cantón Naranjito
Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Análisis: Podemos observar que de la población encuestada el 61% afirmó estar totalmente de acuerdo, un 37% afirmó estar de acuerdo y el 2% afirmó estar en desacuerdo en respuesta a la pregunta Cree usted que debería existir dentro del Cantón Naranjito un establecimiento que se dedique al servicio de asesoría y organización de eventos.

Pregunta 10: ¿Cuál cree usted que es el mejor lugar para la ubicación de la organizadora de eventos?

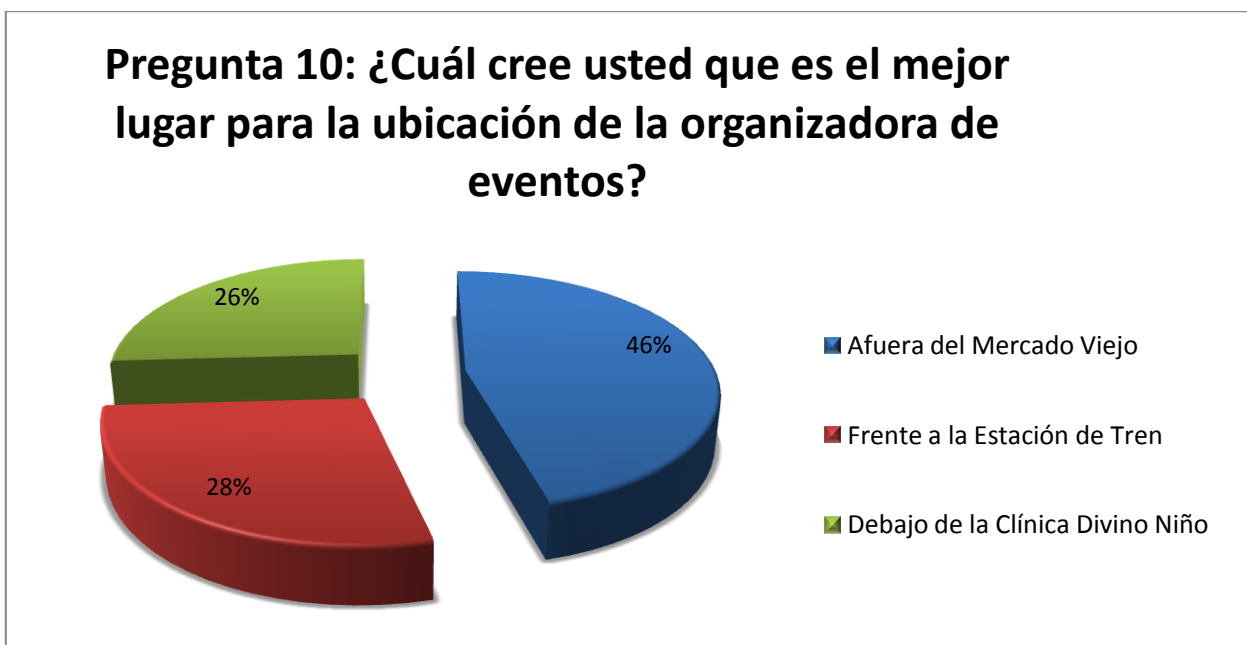
Cuadro 14. Pregunta N° 10 ¿Cuál cree usted que es el mejor lugar para la ubicación de la organizadora de eventos?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Afuera del mercado viejo	167	46%
Frente a la Estación del Tren	102	28%
Debajo de la Clínica Divino Niño	94	26%
TOTAL	363	100%

Fuente: Encuesta a la Población del Cantón Naranjito

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Gráfico 11. Pregunta N° 10 ¿Cuál cree usted que es el mejor lugar para la ubicación de la organizadora de eventos?



Fuente: Encuesta a la Población del Cantón Naranjito

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Análisis: Podemos observar que de la población encuestada sus resultados muestran que el 46% afuera del Mercado Viejo, 28% frente a la estación del Tren y un 26% debajo de la clínica Divino Niño, en respuesta a la pregunta ¿Cuál cree que es el mejor lugar para la ubicación de la organizadora de eventos.

4.3 RESULTADOS

Es importante conocer la opinión de la población para determinar ciertas situaciones.

Los resultados percibidos en la pregunta N° 1 permite inferir que la población considera que dentro del Cantón Naranjito no se han desarrollado el servicio de organizadoras de eventos que podría incidir en el desarrollo local correspondiendo así a la formulación del problema.

En la pregunta N° 2 los resultados apuntan a que las organizadoras de eventos han tenido un desarrollo regular siendo incapaz de satisfacer los requerimientos de este tipo de servicio correspondiendo a la hipótesis general.

Los resultados de la pregunta N° 3 demuestran que la población cree que definitivamente que si, al desarrollará plazas de trabajo en el área de eventos mejorará la economía del Cantón dando apertura en el mercado a profesionales en eventos que responde a la hipótesis particular uno.

En la pregunta N° 4 se puede observar que los resultados permite establecer que a la población indudablemente le inquieta como desarrollar de un buen servicio de sus eventos correspondiendo a la primera sistematización.

La pregunta N° 5 muestra como resultado, que si son de importancia las organizadoras de eventos ya que brindan una imagen diferente en la realización de los eventos sociales y por demás la variedad en decoraciones, correspondiendo al objetivo específico dos.

Los resultados de la pregunta N° 6 permiten concluir que el desconocimiento de establecimiento de la actividad de organización de eventos es la pauta para el fomento de las organizadoras, y con respecto al desinterés es un porcentaje inferior que muestra que la población no cierra la posibilidad de contratar organizadoras de eventos sociales correspondiendo a la hipótesis particular uno.

Los resultados obtenidos de la pregunta N° 7 demuestran que el tiempo es el factor por el cual las personas contratarían a una organizadora de eventos, debido a sus

ocupaciones y el poco tiempo que disponen para realizar los eventos sociales por su cuenta correspondiendo al objetivo específico dos.

La pregunta N° 8 permite inferir que la población que la mayoría de los encuestados nunca ha empleado el servicio de asesoría y organización de eventos motivos como la falta de tiempo y el desconocimiento; en cuanto la opción de a veces responde a básicamente no más de una contratación y siempre a personas con referencias tanto a veces como siempre han contratado el servicio fuera del Cantón correspondiendo a la hipótesis particular tres.

En la pregunta N° 9 la información presente permite constatar que la intención de establecer una organización de eventos para la asesoría de las personas será aceptada, lo cual implica se debe realizar paquetes de servicios acordes a la demanda y personalización de eventos correspondiendo al objetivo tres.

La pregunta N° 10 muestra información que deja entre ver que el posible lugar para establecimiento de la organizadora de eventos, siendo la más escogida la de afuera del mercado viejo, según opiniones de los encuestados este lugar muy conveniente por los locales de arriendo, tiendo menor tránsito vehicular y es concurrido por ser el mercado siendo así una ubicación muy conveniente para contratar el servicio correspondiendo a la hipótesis particular dos.

Los resultados obtenidos de la población encuestada han sido favorables para establecer que las condiciones entorno a los problemas que se presentan a raíz de la ausencia de organizadoras de eventos son varios, como el desconocimientos, la falta de tiempo, falta de profesionales en eventos, poca oferta y contratación de organizadoras de otros lugares; y que su posibles su solución es tan solo invertir en una organizadora de eventos, para beneficiar a la población al facilitarle la realización de actos sociales y a demás abrir plazas de trabajo dentro del servicio de organización, mediante la creación del establecimiento las personas tendrán la posibilidad de acceder y conocer los servicio que brindan las organizadoras como un negocio formal.

El 50% de la población dijo que desconocimiento es la razón que afecta el servicio de asesoría en eventos, por cual al existir un establecimiento la población se anime a

celebrar sus fechas especiales y acontecimientos. La información de las encuestas y entrevistas permite inferir que la muestra cree que es óptimo el establecimiento del servicio de asesoría y organización de eventos.

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Cuadro 15. Verificación de Hipótesis

	Hipótesis	Verificación
Hipótesis General	La presencia de una organizadora de eventos incidirá en el desarrollo local del Cantón Naranjito.	La pregunta uno, dos y nueve de la encuesta realizada a la población económicamente activa corresponde que las organizadoras de eventos aun no han sido desarrolladas y que es un sector totalmente factible.
Hipótesis particular 1	La carencia de asesoría profesional en eventos influye en la imagen y servicio de los eventos.	Con respecto a la pregunta cuatro y seis de la encuesta a la población, se determina que profesionales en eventos favorecen en dar una mejor presentación de los eventos sociales y que la profesión debe tener un mayor fomento.
Hipótesis particular 2	La escasa oferta de organizadoras de eventos podría motivar a que las personas buscar el servicio de asesoría en lugares aledaños.	Según las preguntas cinco y diez de la encuesta a la población, se podría establecer que una organizadora de eventos ubicada en el centro urbano es el medio para que la población deseosa del servicio pueda darle a sus eventos sociales mayor elaboración en los detalles.
Hipótesis particular 3	El poco interés de inversión en organizadoras de eventos influye en el desarrollo de nuevas plazas de trabajo y ejecución del servicio.	Las preguntas tres y ocho de la encuesta a la población, permiten comprobar que al haber organizadoras de eventos será posible que puestos de trabajos formen parte de un crecimiento en la economía, al actualmente no existir el fomento de plazas de trabajo y mucho en el área de eventos.

Fuente: Encuesta a la Población del Cantón Naranjito

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Creación de una Organizadora de Eventos que brinde el servicio de asesoría y ejecución de actos sociales orientada a la población del Cantón Naranjito.

5.2 FUNDAMENTACIÓN

La realización de eventos definitivamente se han expandido y entrado en conocimiento por medio de extranjerismo o costumbres del viejo continente como todo en la historia más la suma de lo innato de cada lugar.

El sector de los eventos tuvo su aparición con el retorno de nuestros migrantes al país y por personas que han tenido la posibilidad de viajar constantemente al extranjero.

Las organizadoras de eventos consisten básicamente en asumir todas las actividades que conllevan una reunión social tanto para agasajos familiares como dentro de una institución y librar a las personas de estas ocupaciones que implica realizar algún acontecimiento social.

Los eventos sociales tras el censo económico realizado en el 2010 dio a conocer que la facturación de este tipo de negocios llega \$4,2 millones tan solo en Guayaquil el cual representa el 30% a nivel nacional, pasando de no más de cinco establecimientos en el 2004 a más de dieciocho en el 2011.

A partir del censo económico se demostró que el negocio de las organizadoras de eventos necesita ser más implementado debido al auge que ganaba en el mercado.

Las organizadoras de eventos sociales dan cabida para la generación de empleo ya que depende totalmente del talento humano, siendo parte del turismo por medio del servicio de catering y arribo de personas y demás servicio que involucran el turismo, conformando totalmente una estructura financiera que encajan como las partes de un reloj.

Es fascinante poder decir que el Ecuador es un país ha experimentado un cambio en torno al desarrollo de su servicios y productos, gracias a lo cual se puede afirmar que es un cambio de la matriz productiva.

En Naranjito aun no han desarrollado establecimientos que presten el servicio de eventos, pero si es una población abierta a este mercado, ya que hoy en día los evento sociales han incrementado en un 60%, ahora es más común contratar personal capacitado para realizar eventos y se podría decir que un 50% son por medio de organizadoras.

5.3 JUSTIFICACIÓN

Mediante el análisis de la información obtenida de las encuestas y entrevista; y demás métodos de investigación utilizados se determina que es preciso que se desarrolle una empresa que preste el servicio de asesoría y organización de eventos, debido a la demanda insatisfecha de este servicio dentro del Cantón Naranjito, servicio que permitirá ser un aporte en la dirección hacia el desarrollo local.

Esta propuesta anhela beneficiar a la población a través de la prestación del servicio de asesoría y organización de eventos y también demostrar que es necesario ampliar los servicios prestados para así progresar en nuevas plazas de trabajo y comenzar a invertir y activar una economía estancar en los mismos oficios por años.

Es completamente pertinente que la propuesta del servicio de asesoría y organización de eventos se realice, por el motivo de involucrar razones como la generación de empleo y el hecho de suplir este servicio carente en el Cantón Naranjito, lo más idóneo

es que el servicio de eventos se desenvuelva en un establecimiento en el cual las personas interesadas se orienten en que es lo más adecuado y conveniente para realizar un evento social; y que tenga la facilidad de acceder a la contratación del servicio, y liberar la tensión y dudas que acarrearán la organización de un evento social.

Actualmente el Cantón Naranjito no cuenta con aportes de inversión en negocios diferentes a los comunes dentro del Cantón, siendo así que establecimientos de asesoría y organización de eventos es una cuestión que no ha sido abordada, por lo tanto en vista de esta situación es primordial establecer dentro del Cantón un negocio de esta naturaleza. El Cantón Naranjito se presenta interesado en la contratación del servicio de asesoría y organización de eventos que en parte abrirá un camino hacia el cambio positivo y económico demostrando que se pueden incursionar en aspectos diferentes.

Hoy en día la evolución del sector de eventos ha crecido y cada vez más personas se inclinan por contratar este tipo de servicio, y el Cantón Naranjito no es la excepción, y al no existir negocios de este tipo, crece una necesidad que con esta propuesta se pretende suplir y brindar momentos inolvidables.

Mientras que la propuesta pretende satisfacer a la población de la necesidad de las asesorías de eventos, también se genera beneficios como la generación de empleo, crecimiento económico e innovación dentro de los servicios.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General

Elaborar el Plan de Negocios de la Organizadora de Eventos en actos sociales, mediante la aplicación teórica de conocimientos, para la proporción de un servicio creativo y personalizado dirigido a la población del Cantón Naranjito.

5.4.2 Objetivos Específicos

- Establecer la misión, visión y objetivos del servicio.
- Diseñar el organigrama funcional y estructural del servicio de asesoría de eventos.
- Realizar un análisis FODA y matriz FODA sobre el servicio de asesoría y organización de eventos.
- Diseñar los servicios de la empresa de la organizadora de eventos.
- Promocionar el servicio de organización de eventos dentro del Cantón Naranjito.

5.5 UBICACIÓN

El Cantón Naranjito tiene un área 250 km² y está ubicado al este de la Provincia del Guayas, el cual limita al norte con el Cantón Yaguachi, al sur con Marcelino Maridueña, al oeste y este con el Cantón Milagro. Este Cantón cuenta con una excelente red vial.

La propuesta está enfocada a la población económicamente activa del Cantón Naranjito de la provincia del Guayas, donde se pretende realizar la prestación del servicio de asesoría y ejecución de eventos sociales por medio de la sociedad Vatel Celebraciones.

El establecimiento se encontrará dentro del centro urbano del Cantón en las calles Dolores Alzua entre 9 de Octubre y Pichincha (fuera del Mercado Viejo), con una infraestructura de 5m de ancho por 8 de largo, para su mayor difusión y accesibilidad al público en capacidad de adquirir estos servicios, esta ubicación resulta muy conveniente para el desarrollo de la organizadora.

Ubicación Geográfica del Cantón Naranjito

Gráfico 12 .Ubicación Geográfica del Proyecto



Fuente: Prefectura del Guayas
Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Ubicación de la Propuesta dentro del Plano del Cantón Naranjito

Gráfico 13. Ubicación dentro del Plano del Cantón



Fuente: Google Maps
Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Infraestructura

Gráfico 14. Croquis del Establecimiento



5 m

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Gráfico 15. Distribución del Establecimiento



Elaborado por: Helen Quitiu Luna

5.6 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

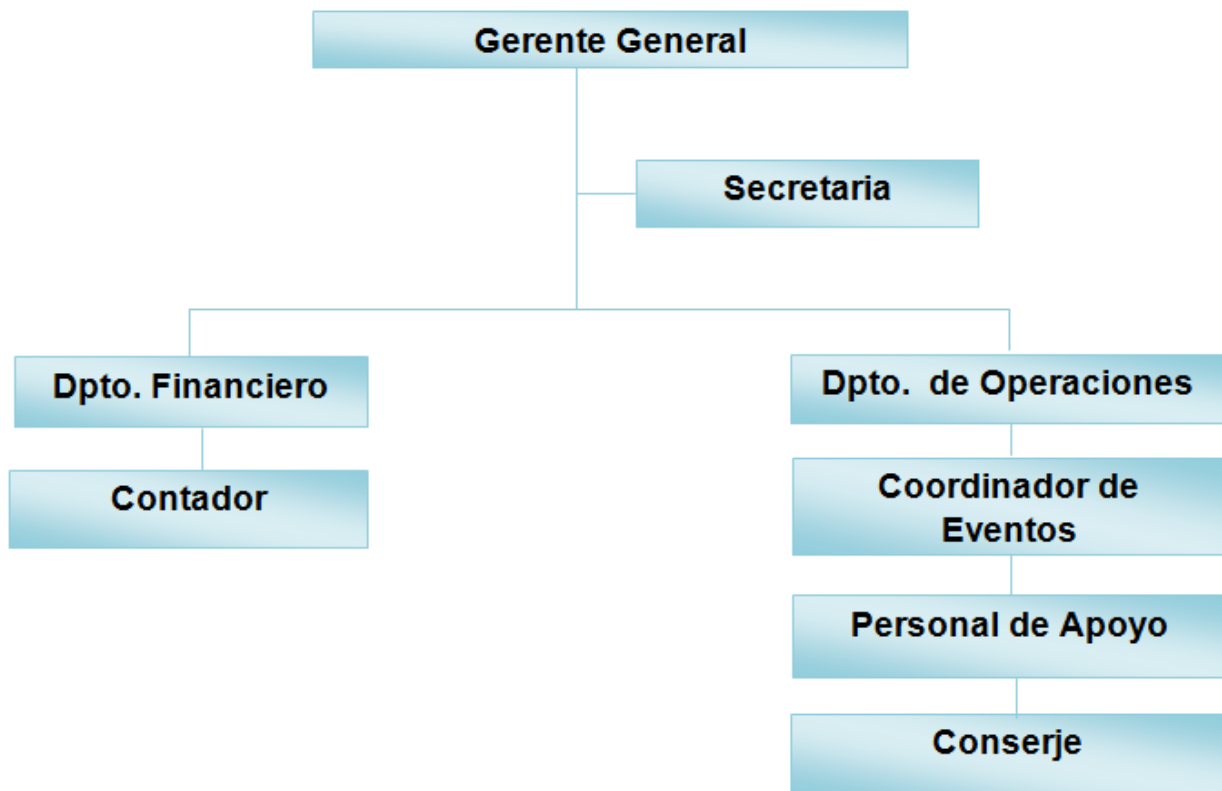
ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Consiste en determinar la organización que la empresa deberá considerar para el establecimiento, a medida que se favorece delimitando y designando cargos y funciones.

ORGANIGRAMA

- Estructural

Gráfico 16. Organigrama Estructural



Elaborado por: Helen Quitiu Luna

- **Funcional**

Gráfico 17. Organigrama Funcional



Elaborado por: Helen Quitiu Luna

PERFIL OCUPACIONAL

- **Gerente General**

Cuadro 16. Perfil del Gerente General

Perfil del Gerente General		Área: Administrativa
		Se reporta: Socios
1	Poseer espíritu emprendedor	
2	Gestión del cambio y desarrollo de la organización	
3	Habilidades cognitivas	
4	Habilidades interpersonales	
5	Liderazgo	
6	Espíritu competitivo	
7	Capacidad crítica y auto correctiva	
8	Integridad moral y ética	
Requisitos		
Edad: 25 años en adelante	Referencias: al menos tres referencias personales actualizadas.	Nivel de Educación: Título de tercer nivel
Estado civil: no existe preferencia hacia el estado civil del personal.	Profesión: Ing. Comercial o profesiones afines	Experiencia: al menos un año de experiencia

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

- **Contador**

Cuadro 17. Perfil del Contador

Perfil del Contador		Área: Financiera
		Se reporta: Gerente General
1	Visionario	
2	Disciplinado	
3	Razonamiento Lógico	
4	Capacidad numérica	
5	Liderazgo	
6	Excelente presentación personal	
7	Trabajo en equipo	
8	Capacidad para el trabajo bajo presión	
Requisitos		
Edad: 25 años en adelante	Referencias: al menos tres referencias personales actualizadas.	Nivel de Educación: Título bachiller o de tercer nivel
Estado civil: no existe preferencia hacia el estado civil del personal.	Profesión: estudiante universitario egresado.	Experiencia: al menos un año de experiencia.

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

- **Recepcionista**

Cuadro 18. Recepcionista

Recepcionista		Área: Administrativa	
		Se reporta: Gerente General	
1	Dinámica y activa		
2	Disciplinado		
3	Buen Manejo de las Relaciones Interpersonales		
4	Responsable y Dedicada		
5	Liderazgo		
6	Excelente presentación personal		
7	Servicial		
8	Integridad moral y ética		
Requisitos			
Edad: 20 años en adelante	Referencias: al menos tres referencias personales actualizadas.	Nivel de Educación: Título bachiller o de tercer nivel	
Estado civil: no existe preferencia hacia el estado civil del personal.	Profesión: estudiante universitario egresado.	Experiencia: al menos un año de experiencia.	

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

- **Coordinador de Eventos**

Cuadro 19. Perfil del Coordinador de Eventos

Perfil del Coordinador de Eventos		Área: Operativa	
		Se reporta: Gerente General	
1	Creatividad		
2	Disciplinado		
3	Preparación de insumos		
4	Iniciativa		
5	Liderazgo		
6	Cooperación		
7	Servicial		
8	Integridad moral y ética		
Requisitos			
Edad: 20 años en adelante	Referencias: al menos tres referencias personales actualizadas.	Nivel de Educación: Título de tercer nivel	
Estado civil: no existe preferencia hacia el estado civil del personal.	Profesión: Lic. en Turismo o Planeador de Eventos.	Experiencia: al menos un año de experiencia	

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

- **Personal de Apoyo**

Cuadro 20.Perfil del Personal de Apoyo

Perfil del personal de Apoyo		Área: Operativa	
		Se reporta: Coordinador de Eventos	
1	Puntual		
2	Disciplinado		
3	Preparación de insumos		
4	Acata ordenes		
5	Trabaja en equipo		
6	Cooperación		
7	Servicial		
8	Integridad moral y ética		
Requisitos			
Edad: 18 años en adelante	Referencias: al menos tres referencias personales actualizadas.	Nivel de Educación: Titulo bachiller o de tercer nivel	
Estado civil: no existe preferencia hacia el estado civil del personal.	Profesión: estudiante bachiller o universitario.	Experiencia: al menos un año de experiencia	

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

- **Conserje**

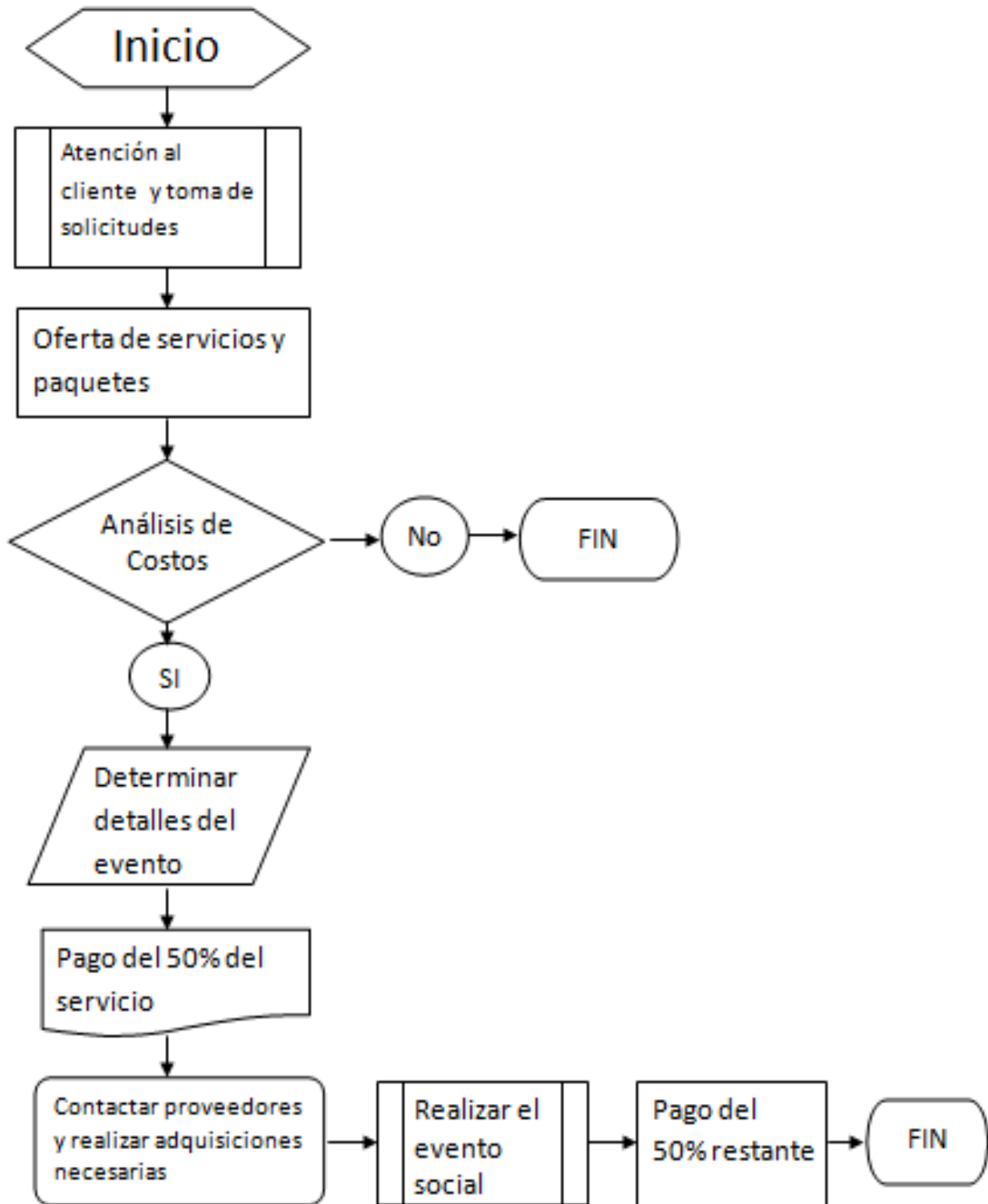
Cuadro 21. Perfil del Conserje

Perfil del personal del Conserje		Área: Administrativa	
		Se reporta: Recepcionista	
1	Puntual		
2	Disciplinado		
3	Preparación de insumos		
4	Acata ordenes		
5	Trabaja en equipo		
6	Cooperación		
7	Servicial		
8	Integridad moral y ética		
Requisitos			
Edad: 18 años en adelante	Referencias: al menos tres referencias personales actualizadas.	Nivel de Educación: Titulo bachiller	
Estado civil: no existe preferencia hacia el estado civil del personal.	Profesión: estudiante bachiller.	Experiencia: al menos un año de experiencia	

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Diagrama de flujo del Proceso del Negocio

Gráfico 18. Diagrama de Atención al Cliente



Elaborado por: Helen Quitiu Luna

ESTUDIO LEGAL

Analiza los aspectos legales importantes para iniciar un proyecto debido a las leyes laborales, tributarias y comerciales para cumplir con la ley.

Cabe mencionar que en el artículo uno de la Ley de Compañías dice que “El contrato de compañía es aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades”. Para las personas que incursionen en el establecimiento de un negocio deben recurrir al ordenamiento jurídico que regula las compañías la Ley de Compañías.

De acuerdo con la Ley de Compañías hay cinco especies de compañías de comercio que pueden desarrollarse en el país:

- Compañía de nombre colectivo
- Compañía en comandita simple y dividida por acciones
- Compañía de responsabilidad limitada
- Compañía anónima
- Compañía de economía mixta

La compañía se va a constituir es una sociedad anónima la cual es en base a dos socios debido al no haber una gran cantidad de socios, especificado en el Art. # 147 de la Ley de Compañía.

CARACTERÍSTICAS DE LA SOCIEDAD ANÓNIMA

A) El capital está representado por acciones.

B) Los accionistas o socios que la forman, frente a las obligaciones contraídas tienen una responsabilidad limitada.

C) Son estrictamente sociedades de capitales; el número de sus accionistas es ilimitado, y esto le permite reunir y utilizar los capitales de muchas personas.

D) Tiene existencia ilimitada, la muerte o la incapacidad de algunos de sus socios no implica la disolución de la sociedad.

E) La razón social debe ser adecuada al objeto para el cual se ha constituido; no se designa con el nombre de los socios. (ROMERO, 1997)

REQUISITOS PROCEDIMIENTOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD ANÓNIMA

Para que la empresa funcione de forma legal hay que cumplir con los siguientes trámites:

1. Reserva un nombre. Este trámite se realiza en el balcón de servicios de la Superintendencia de Compañías y dura aproximadamente 30 minutos. Ahí mismo revisa que no exista ninguna compañía con el mismo nombre que has pensado para la tuya.

2. Elabora los estatutos. Es el contrato social que regirá a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado. El tiempo estimado para la elaboración del documento es 3 horas.

3. Abrir una “cuenta de integración de capital”. Esto se realiza en cualquier banco del país. Los requisitos básicos, que pueden variar dependiendo del banco, son:

Capital mínimo: \$800 para compañía anónima

Carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno

Copias de cédula y papeleta de votación de cada socio

Luego debes pedir el “certificado de cuentas de integración de capital”, cuya entrega demora aproximadamente de 24 horas.

4. Eleva a escritura pública. Se acude donde un notario público con los documentos de la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos para obtener la escritura pública.

5. Aprueba el estatuto. Una vez elevada la escritura pública se debe registrar en la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución. Si no hay observaciones, el trámite dura aproximadamente 4 días.

6. Publica en un diario. Después que la Superintendencia de Compañías haya aprobado el estatuto entregará 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional.

Para el caso de la organizadora de eventos se realizará en un diario de circulación local, los cuales pueden ser: La Última Noticia o Las Buenas Nuevas

7. Obtener los permisos municipales. En el momento que se cuente con todos los documentos se dirigen al Municipio de la ciudad donde se crea la empresa se debe:

- Pagar la patente municipal
- Solicitar el certificado de cumplimiento de obligaciones.
- Copia del RUC
- Copia de papeleta de votación
- Certificado de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

8. Inscribe tu compañía. Con todos los documentos antes descritos se dirige al Registro Mercantil del Cantón donde fue constituida tu empresa, para inscribir la sociedad.

9. Realiza la Junta General de Accionistas. Una vez inscrita la sociedad se realiza la primera reunión la cual servirá para nombrar a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.), según se haya definido en los estatutos.

10. Obtén los documentos habilitantes. Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías se entregarán los documentos para abrir el RUC de la empresa.

11. Inscribe el nombramiento del representante. Nuevamente en el Registro Mercantil, inscribe el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe suceder dentro de los 30 días posteriores a su designación.

12. Obtén el RUC. El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:

- Formulario RUC-01-Ha y RUC-01-B suscrito por el agente de retención.

- Copia del registro oficial donde se encuentre publicada la creación de la entidad o institución pública, o copia del decreto, ordenanza o resolución que apruebe la creación de la institución.
- Entregar una copia del nombramiento del agente de retención de dicha entidad o institución.
- Copia de la cédula de identidad o ciudadanía o del pasaporte del agente de retención.
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del agente de retención.
- Copia del documento que declara a la sociedad como ente contable independiente señalando la fecha de constitución y de inicio de actividades.

De ser el caso, el representante legal a favor de la persona que realizará el trámite deberá realizar los siguientes trámites:

- Carta de autorización simple, firmada por el representante legal o agente de retención o liquidador, en la que se solicite el respectivo trámite relacionado con el RUC; en la que conste los nombres y apellidos completos, así como el número de la cédula de identidad o ciudadanía de la persona que realizará el trámite.
- Entregar una copia de la cédula o pasaporte del representante legal o agente de retención o liquidador designado y de la persona autorizada a realizar dicho trámite;
- Presentar el original de la cédula o pasaporte y el certificado de votación del último proceso electoral (cuando corresponda) de la persona autorizada a realizar dicho trámite.

13. Obtén la carta para el banco. Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías te entregarán una carta dirigida al banco donde abriste la cuenta, para que puedas disponer del valor depositado. (Solidario Conmigo, 2013)

REQUISITOS PARA OBTENER EL PERMISO DEL CUERPO DE BOMBEROS

Para obtener el permiso de funcionamiento por parte del cuerpo de bomberos se deben cumplir con los siguientes requisitos:

1. Copia del RUC
2. Copia de la cédula del representante legal
3. Inspección por este departamento de las instalaciones y de seguridades contra incendios. En base al tamaño del local comercial el inspector determinará el número de

extintores a adquirir, en donde debe ser ubicada la señalización, las luces de emergencia y detectores de humo.

4. El propietario debe cumplir las condiciones dadas por el inspector para poder emitir el permiso de funcionamiento.

REGISTRO DE MARCA

1.-Presentar la solicitud para realizar una búsqueda que no exista en el mercado signos parecidos que impidan el registro.

2.-Pasar el examen de los requisitos, después se publica en la gaceta de propiedad con la finalidad de que terceros tengan conocimiento de las peticiones y de no existir oposición se efectúa el registro para la emisión de la resolución que acepta o rechaza el registro y en caso de concesión concluye con la emisión del título del registro.

- Carta dirigida a la Cámara de Comercio de Guayaquil.
- Solicitud de registro de signos distintivos, suscrita por el peticionario.
- Dos copias de cedula y certificado de votación
- Copia notariada del nombramiento legal
- Declaración de exoneración de responsabilidades, debidamente suscrita por los socios.

REGISTRO MERCANTIL – REQUISITOS

1.-Mínimo tres ejemplares originales o al menos uno de ellos deberá ser original, el resto pueden ser copias debidamente certificadas por un notario.

2.-Fotocopia del Acta del Órgano nominador donde consta la designación de los administradores: Para el fiel cumplimiento del requisito número tres del REGLAMENTO SOBRE LOS REQUISITOS QUE DEBEN CONTENER EL NOMBRAMIENTO DEL REPRESENTANTE LEGAL Y EL PODER DEL FACTOR DE COMERCIO DE LAS COMPAÑÍAS y la verificación de datos.

3.-Fotocopia del Documento de Identificación y del Certificado de Votación de la persona designada y de la persona que otorga el nombramiento. (Registro Mercantil)

ESTUDIO TÉCNICO

Para las operaciones de la Organizadora de eventos se necesitará de implementos de fácil acceso en el mercado, lo que sería conveniente para el inicio formalmente la empresa.

El análisis del entorno de las organizadoras de eventos permite establecer que los siguientes implementos son los necesarios para responder a la demanda y satisfacer este servicio.

Implementos para la Organizadora de Eventos

Cuadro 22. Implementos de técnicos

OFICINA		
Cantidad	Artículo	Valor
3	Computadoras portátiles	\$689 c/u
3	Sillas giratorias	\$28 c/u
1	Sillón	\$270 c/u
3	Sillas Kelly	\$19 c/u
4	Escritorios	\$99 c/u
3	Teléfono	\$26 c/u
1	Gabinete	\$50 c/u
1	impresora	\$66 c/u
	Materiales de oficina	\$25
SERVICIO		
Mesas - Sillas - Carpas		
150	Sillas plásticas sin brazo	\$6 c/u
20	Mesas redondas	\$21 c/u
30	Mesas cuadradas	\$15 c/u
6	Mesas plegables rect.	\$28 c/u
5	Carpas	\$46 c/u
Mantelería		
30	Manteles cuadrados	\$16 c/u
30	Manteles redondos	\$16 c/u
60	Sobre manteles	\$14 c/u
6	Faldones	\$20 c/u
150	Forros de sillas	\$5 c/u
150	Lazos para sillas	\$3 c/u
15	Camineros	\$4 c/u
150	Servilletas	\$1,5 c/u
Menaje de Alimentos y Bebidas		

2	Hielera grandes	\$26 c/u
6	Jarras de cristal	\$5 c/u
6	Palas para hielo	\$3c/u
6	Cubo para hielo	\$10 c/u
10	Charoles	\$6 c/u
150	Platos para cena	\$1,60 c/u
10	Platos medianos	\$1,20 c/u
150	Platos postres	\$0,50 c/u
150	Copas de helado	\$0,80 c/u
150	Vasos de 8oz	\$0,60 c/u
150	Tenedor mesa	\$0,90 c/u
150	cucharas	\$1,10 c/u
150	Cuchillo mesa	\$1,10 c/u
150	Cucharas de postre	\$0,90 c/u
Suministro de Decoración		
5	Infladores para globos	\$1,5 c/u
2	Arco de metal	\$12 c/u
3	Pistolas de silicona	\$3,5 c/u
10	Cintas de embalaje	\$0,75 c/u
5	Cilindro de cristal	\$4 c/u
5	Bombona de cristal	\$4,5 c/u
10	Platos decorativos	\$2,5 c/u
4	candelabros	\$30 c/u
	Flores artificiales	\$50
Medios Audiovisuales		
1	Proyectores	\$300 c/u
1	LCD 40"	\$890 c/u
2	Micrófono Inalámbrico	\$70 c/u
TOTAL : \$ 11808		

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Plan de Negocios

Nombre del Negocio: Vatel Celebraciones S. A. Organización y Asesoría en Eventos. Este nombre es en representación a Francois Vatel un gran Maestro de Ceremonias suizo del siglo XV.

Logotipo:

Gráfico 19. Logotipo



Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Slogan: “Tu Evento Social lo hacemos Personal”. Es una frase que pretende transmitir la idea que nos esforzaremos tanto en cada evento como si se tratase de algo nuestro.

Dirección: Dolores Alzua entre 9 de Octubre y Pichincha

FILOSOFÍA CORPORATIVA

MISIÓN

Vatel Celebraciones organiza y brinda asesoría en eventos sociales para atender este sector del mercado de los eventos dentro del Cantón Naranjito, mediante un equipo

capacitado y tecnología de vanguardia para satisfacer con un servicio profesional en fechas especiales.

VISIÓN

Vatel Celebraciones llegará a posicionarse en el mercado caracterizada por ofrecer servicios de alta calidad en el sector de eventos sociales, teniendo ideas innovadoras con un equipo comprometido a servir para ser la primera opción de los clientes.

OBJETIVOS DE LA EMPRESA

- **General**

Brindar la oportunidad de hacer de los eventos sociales momentos inolvidables, mediante una organización profesional desde los preparativos esta su ejecución para complacer a los clientes en acontecimientos sociales.

- **Específicos**

1.-Ofrecer un servicio profesional orientado estrictamente a los clientes, para que se atienda cualquier detalle o nuevo interés.

2.-Formar un equipo de trabajo con cultura empresarial en donde se promueva el cumplimiento de los valores corporativos.

3.- Establecer una agenda con contactos para alianzas estratégicas reduciendo costos y evitando imprevistos.

VALORES CORPORATIVOS

Los valores corporativos representan las responsabilidades que se adquieren las sociedades para cumplir con su clientela y Vatel Celebraciones S.A. es una empresa que busca fomentar los siguientes valores.

Unidad.- solidaridad y compañerismo en un grupo de trabajo, formar una verdadera sociedad.

Fortaleza.-es nuestra obligación para crecer como institución y lograr un espacio en la población.

Capacidad.- elemento que cada integrante del equipo trabajo debe desarrollar para trabajar eficientemente.

Respeto.- es la forma de proceder tanto con clientes y compañeros, aceptando las opiniones y comprendiendo los distintos pensamientos.

Servicio.- atender a los clientes demostrando empatía y haciendo de cada evento una meta más cumplida.

Lealtad.- tener el compromiso de alcanzar los objetivos de la empresa, representados también en la misión de la empresa.

Innovación.- promover el mejoramiento continuo y la satisfacción de los clientes.

Ética.- trabajar bajo los reglamentos y leyes demostrando ser una empresa responsable.

Transparencia.- es base de la relación entre clientes y equipo de trabajo que persigue la empresa.

ANÁLISIS FODA

Cuadro 23.Foda

F	<ul style="list-style-type: none">• Personal capacitado.• Ser la primera empresa legalmente constituida.• Variedad de implementos para los distintos eventos sociales.• Ubicación favorable
O	<ul style="list-style-type: none">• Aprovechar la deficiencia del mercado.• Interés de la población hacia el servicio de eventos.• Incremento de los eventos sociales.• Disposición de tecnología de vanguardia.
D	<ul style="list-style-type: none">• Poca experiencia al ser un establecimiento nuevo.• Falta de una imagen corporativa y reconocimiento en el mercado.• No tener instalaciones propias.• Buscar financiamiento.
A	<ul style="list-style-type: none">• Competencia informal.• Clientes descontentos.• Irregularidad del mercado.• Falta de conocimientos sobre las organizadoras de eventos.

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

MATRIZ FODA

Cuadro 24. Matriz Foda

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>Externas ↓ Internas →</p>	<p>1.-Personal audaz.</p> <p>2.-Ser la primera empresa legalmente constituida.</p> <p>3.-Variedad de implementos para los distintos eventos sociales.</p> <p>4.-Ubicación favorable.</p>	<p>1.-Poca experiencia al ser un establecimiento nuevo.</p> <p>2.-Falta de una imagen corporativa y reconocimiento en el mercado.</p> <p>3.-No tener instalaciones propias.</p> <p>4.-Buscar financiamiento.</p>
OPORTUNIDADES	FO Estrategias	DO Estrategias
<p>1.- Aprovechar la deficiencia del mercado.</p> <p>2.-Interés de la población hacia el servicio de eventos.</p> <p>3.-Incremento de los eventos sociales.</p> <p>4.- Disposición de tecnología de vanguardia.</p>	<p>1.- Capacitar al equipo de trabajo para corresponder a los intereses modernos y novedades tecnológicas.</p> <p>2.- Investigar qué es lo nuevo que requiere los clientes a cerca del servicio de eventos.</p>	<p>1.- Presentar una empresa solida que demuestre habilidad y capacidad para establecerse en la mente de los clientes.</p> <p>2.- Consolidar nuevos socios para contar con instalaciones propias en cuanto a oficina y salón.</p>
AMENAZAS	FA Estrategias	DA Estrategias
<p>1.-Competencia informal.</p> <p>2.-Clientes descontentos.</p> <p>3.-Irregularidad del mercado.</p> <p>4.-Falta de conocimientos sobre las organizadoras de eventos.</p>	<p>1.-Hacer ofertas para atraer a los potenciales clientes.</p> <p>2.-Mantener la orientación al cliente para ganar más posicionamiento en el mercado.</p>	<p>1.- Analizar los registros de eventos para establecer precios atractivos, acorde a la estacionalidad de la demanda.</p> <p>2.- Aprovechar la situación del mercado para elaborar alternativas en cuanto publicidad.</p>

Fuente: Foda
Elaborado por: Helen Quitiu Luna

ANÁLISIS PORTER

Gráfico 20. 5 Fuerzas de Porter



Elaborado por: Helen Quitiu Luna

La esencia de la formulación de una estrategia competitiva consiste en relacionar a una empresa con su medio ambiente. Aunque el entorno genérico es muy amplio y abarca tanto fuerzas sociales como económicas, el aspecto clave del entorno de la empresa es el sector o sectores productivos en los cuales compite. La estructura de un sector productivo tiene una fuerte influencia al determinar las reglas del juego competitivas así como las posibilidades estratégicas potenciales disponibles para la empresa. Dado que las fuerzas externas por lo general afectan a todas las empresas del sector, la clave se encuentra en las distintas habilidades de las empresas para enfrentarse a ellas. (EDITORIAL VERTICE, 2008)

Poder de Negociación con los Clientes

Las organizadoras de eventos dentro del mercado va depender de la concentración de clientes y cuan informado estén, ya que las personas son libres de adquirir del servicio de la forma que puedan y no necesariamente a base de una organizadora, debido que

hay la oportunidad de contratar los servicios de diferentes proveedores, un servicio pobre y nada innovador influye en reducción de precios que afecta directamente a las ganancias que debe generar la empresa.

Estas circunstancias fomentan que el poder de negociación de los clientes se eleve y sean más exigentes y que la empresa se vea obligada a aceptar estas negociaciones.

La presente propuesta tiene por objeto la orientación hacia el cliente brindando lo que necesita con altos niveles de profesionalismo y técnicas de operación, que no dará cavidad a que las negociaciones con clientes se vuelvan poco rentables para la empresa, sino conseguir clientes leales y asiduos.

Poder de Negociación con los Proveedores

En el mercado el poder de negociación de los proveedores se da a partir de la concentración de clientes, una organización sólida; la escasa presencia de materias primas y ventas de bajos volúmenes, se puede interpretar a que un menor número de proveedores mayor poder de negociación, al no existir tantas ofertas de materias primas esto podría conducir a una elevación de precios.

La suma de todas estas especificaciones posibilita a los proveedores se vuelvan exigentes al vender sus servicios o productos.

La propuesta no necesita de mayor cantidad de proveedores ya que los implementos tienen una vida útil media y que pueden ser adquiridos en ciudades cercanas para abaratar precio y dentro de la localidad adquirirá pequeños insumos al que está abierto establecer buenas relaciones y posibles alianzas estratégicas para ser beneficiadas ambas partes.

Amenazas de Nuevos Competidores (Barrera de Entrada)

Con la aparición de una empresa dentro del mercado, la intensidad de competencia crece, provocando que las barreras de entrada dificulten el ingreso al mercado, que no lo hace nada sencillo, dependiendo que tan accesible sea el segmento al que se desea

entrar para enfrentar las barreras y establecerse en una porción ofreciendo mejor servicio.

La principal barrera de entrada se vinculan expresamente a la falta de experiencia, a mas de falta de materias primas, patentes, saturación de mercados, falta de capital, políticas de regulación y falta de consumidores leales.

La propuesta no presenta amenazas de nuevos competidores, el servicio a ofrecer es completo en cuestión a organizar eventos sociales, el cual no se ha desarrollado en el mercado, presentar y mantener una asistencia que demuestre calidad a los potenciales clientes es la prioridad mediante una evaluación periódica del personal.

Amenazas de Productos y Servicios Sustitutos (Barrera de Salida)

Trata básicamente del ingreso de productos o servicios que satisface con menor costo al consumidor, la razón de estos productos se pueden originar en el mercado a causa de precio bajos, poca publicidad de producto en el mercado, poca lealtad de consumidores.

Para las organizadoras de eventos podría ser trabajo independiente del personal de la empresa, agencias de publicidad y complejo turísticos los productos sustitutos.

Siendo el uso de la publicidad una herramienta importante para mantener en conocimiento a la población de la organizadora de evento y a demás de ofrece toda la información acerca de la organizadora en cuanto a beneficios y ventajas que conlleva la contratación del servicio.

Rivalidad entre Competidores

Es la competencia entre empresas que ofrecen el mismo producto o servicio que generalmente se da cuando una de las dos crece en capacidad, numero y tamaño, también una baja en la demanda, poca innovación, poca diferenciación y clientes poco leales.

Vatel Celebraciones S.A. no tiene competidores directos, al no existir una empresa que preste servicio especializado en organizar eventos.

ESTRATEGIA DE MARKETING

Segmentación del Mercado

El mercado consta de diversos tipos de clientes y necesidades, en los que los consumidores se agrupan, es un proceso de dividir un mercado en distintos grupos de compradores en base a diversos motivos, para que un segmento del mercado funcione debe responder a un conjunto de actividades de marketing. (KOTLER & ARMSTRONG, FUNDAMENTOS DE MARKETING SEXTA EDICIÓN , 2003)

Vatel Celebraciones S. A. segmenta el mercado en dos sectores en el consta la población del Cantón Naranjito e Instituciones Públicas y Privadas.

Gráfico 21. Segmentación del Mercado



Elaborado por: Helen Quitiu Luna

MARKETING MIX

Gráfico 22. Marketing Mix



Elaborado por: Helen Quitiu Luna

El marketing esta compuesto por cuatro variables que le permiten a la compañía direccionar su actividad económica, partiendo de las necesidades de los consumidores. (KOTLER & LANE, DIRECCIÓN DE MARKETING, 2006)

Producto o Servicio

La organizadora de eventos Vatel Celebraciones S. A. ofrece el servicio de organizar y asesorar celebraciones sociales, siendo así capaz de dar una solución al mercado para mayor comodidad de realizar eventos sociales y presenta un servicio nuevo que antes no ha sido presentado en el mercado de la localidad, hoy en día la población se interesa más hacia la contratación de personal para realizar eventos. Por aquello se dispone de:

- Servicio de meseros

- Decoración de local
- Protocolo
- Alquiler de menaje
- Alquiler de equipos audiovisuales

Servicios extras:

- Música y sonido
- Fotografía y filmación
- Hora loca
- Animador

Nota: estos servicios no son desarrollados propiamente por la empresa si por medio de contactos

Precio

Vatel Celebraciones S. A. ofrecerá a su clientela la posibilidad de armar sus eventos acorde a sus necesidades, sin imponer los servicios, todo en orientación al cliente, detallando costos unitarios atractivos para los potenciales clientes.

También se dispondrá paquetes para una clientela que necesita de rapidez por cuestiones de tiempo u otros motivos.

Paquete #1 bodas – bautizo – quinceañeras – cumpleaños

- Mesas vestidas \$3 c/u
- Sillas vestidas \$ 0.8 c/u
- Mesa principal vestida \$5 faldón y \$ 2 mantel c/u = \$9
- Decoración floral en mesas \$ 2
- Platería y cubertería \$0.5
- Torta \$45
- 300 Bocaditos de sal y dulce \$38
- Dj x 3 horas \$100
- Mesero \$35

Para 50 personas \$377 + 2 meseros

Para 75 personas \$ 449.5 + 2 meseros

Para 100 personas \$ 537 +3 meseros

Para 150 personas \$ 717 +3 meseros

Plaza

Vatel Celebraciones S. A. se establecerá en una infraestructura segura y acogedora para los que los potenciales clientes se sientan a gusto, ubicado en el centro urbano de la localidad para un fácil acceso al servicio de organización de eventos.

Es el motivo por el cual se investigó a la población cual podría ser el lugar más adecuado y así obtener los resultados esperados de la propuesta, expresando sus preferencias, de modo que ayudó a la elección del lugar.

Promoción

Para que Vatel Celebraciones S. A. se establezca en el mercado es conveniente realizar un análisis de que servicios relacionado al de la propuesta está presente y cuál es la necesidad de los potenciales clientes, y una vez estructurado los servicios de la propuesta se logrará hacer la promoción en la que se oferta en los que se ofrecerá servicios en torno a las necesidades, a través de la publicidad.

La publicidad nos permitirá ser eficiente al dar a conocer los servicios de la empresa y convencer que cumple con aspectos de calidad, para lo que se empleará el uso de volantes, cuñas comerciales, carteles publicitarios y tarjetas de presentaciones que permitirá que las personas conozcan de la empresa y se posicioné en la mente de los pobladores.

Tarjeta de presentación

Gráfico 23. Tarjeta de Presentación



Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Modelo de Volante

Gráfico 24. Modelo de Volante

VATEL CELEBRACIONES S.A.

Hacemos de tus Eventos Momentos Inolvidables

- Protocolo
- Alquiler de menaje y equipos audiovisuales
- Servicio de alimentos y bebidas
- Decoración y ambientación
- Dj
- Fotografía y filmación
- Hora loca y animación

Para cumpleaños, bautizos, bodas, baby shower

Organización y Asesoría en Eventos
DOLORES ALZUA ENTRE 9 DE OCT. Y PICHINCHA
Teléfonos: 0979868723 - 042721104

Organización y Asesoría en Eventos
Ya desde tu casa o nuestro Personal

The flyer is a colorful, rounded rectangular graphic with a pink border. At the top, a pink ribbon banner contains the company name 'VATEL CELEBRACIONES S.A.' in bold black letters. Below this, on the left, is a circular logo with a purple border containing four icons of event elements (cups, plates, a person, and a gift) and the text 'Vatel Celebraciones' and 'Organización y Asesoría en Eventos'. To the right of the logo is a light blue box with a list of services. Below the services is a light purple box with the text 'Para cumpleaños, bautizos, bodas, baby shower'. In the center, a white box with a blue border contains contact information. At the bottom, there are four small images: a decorated table with a centerpiece, a couple in formal wear, a child's birthday party, and a wedding ceremony.

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

5.7.1 Actividades

Giro del Negocio: La Sociedad Anónima Vatel Celebraciones ofrece el servicio de organización y asesoría en ejecución de eventos sociales y pone a disposición para la población del Cantón Naranjito, servicio como:

- Servicio de meseros
- Decoración de local
- Protocolo
- Alquiler de menaje
- Alquiler de equipos audiovisuales

Servicios extras:

- Música y sonido
- Fotografía y filmación
- Hora loca
- Animador

Música e Iluminación.- el dj dispondrá de todo género musical para complacencia de los anfitriones del evento, animará constantemente la celebración y si el cliente ha requerido luces, laser y cámara de humo.

Servicio de meseros.- consiste en el personal que atenderá a los invitados y anfitriones en el momento de la comida, además de pasar las bebidas.

Decoración del local.- se trata de adecuar el lugar del evento para la celebración lo que involucra mesas, mantelería, sillas, arreglos florales y de globos; y mesa principal.

Protocolo.-son quienes ayudarán a ubicar a los invitados y atender las inquietudes detalles en el evento.


Alquiler de menaje.- se presta el servicio de alquiler sobre los implementos que posee la organizadora ya sea dentro de un paquete o no.

Servicio extras: estos servicio no son desarrollados propiamente por la empresa si por medio de contactos.

- Música y sonido
- Fotografía y filmación
- Hora loca
- Animador

Proforma para Eventos Sociales

Cuadro 25. Modelo de Proforma para Eventos

 PROFORMA PARA ORGANIZAR UN EVENTO VATEL CELEBRACIONES S.A. <i>Organización y Asesoría en Eventos</i> DOLORES ALZUA ENTRE 9 DE OCT. Y PICHINCHA Teléfonos: 0979868723 - 042721104									
Datos Personales									
Anfitrión o Institución:					Teléfono:				
Datos del Evento									
Tipo de evento:					Tema de decoración:				
Lugar :		Hora:			Fecha :			ABONO:	
Área de Evento		# de horas:			# de días:			SALDO:	
Abierta :		Mesas #					# Invitados:		
Cerrada :		Redondas:		Cuadradas:		Vestidas :		Adultos:	
# Carpas:		Mesa principal :					Adolescentes		
Tipo de Platos:		Sillas vestidas:		Si	No	#	Niños:		
Descripción							P/U	Cantidad	Total
Faldones							\$5		
Manteles							\$2		
Sobre manteles							\$1.5		
Forros de sillas							\$0.50		
Lazos de sillas							\$0.25		
Servilletas de tela							\$0.20		
Mesas cuadradas							\$2.50		
Mesas redondas							\$2.50		
Sillas plásticas							\$0.50		
LCD 42"							\$20		
Cubertería : cuchillo , tenedor y, cuchara y cucharada de postre							\$0.50		
Vasos							\$0.50		
Platos :		Cena	\$0.25	mediano	\$0.15	postre	\$0.10	\$	
Carpas							\$10		
Proyector							\$20		
Arreglo foral para centro de mesa							\$3		
Arreglo floral para entradas y esquinas							\$6		
Arco de globos							\$15		
Arreglo con globos							\$1		
Dj (4 horas)							\$150		
Protocolo (4 horas)							\$35		
Meseros (4 horas)							\$35		
Hora loca							\$75		
Fotografía y filmación		Fotos : \$1		Video :\$25			\$		
Animador (4 horas)							\$50		
Bocaditos de dulce *100							\$15		
Bocaditos de sal *100							\$13		
TOTAL									\$

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Tipo de Servicio

Los tipos de servicio que se presta en los eventos, son importantes porque permiten tener una visualización de cómo se organizará el salón y desarrollar el servicio de alimentación, estos son:

Servicio ruso

Servicio americano

Auto Servicio

Servicio francés

Servicio inglés

Dichos tipos de servicios se diferencian en su formalidad, unos más formales que otros. Estas son las formas de servicio que la organizadora de eventos empleará para la ejecución de eventos.

Funcionamiento

Acceder a fuentes de financiamiento y participación social.

Para el financiamiento

Monto: Desde US\$1,000 hasta US\$20,000.

Plazo: De 12 a 36 meses.

Pagos: Mensuales.

Interés: 11.83%

Si sus cuotas de pago son inferiores a la cantidad de US\$200, puede pagar cómodamente sus cuotas en los Bancos del Barrio a nivel Nacional.

Personal

Las actividades de la organizadora de eventos empezarán con 3 personas correspondiendo a:

- Un gerente con un sueldo de \$ 400,00

- Secretario \$ 354,00
- Contador \$ 354,00
- Coordinador de eventos con sueldo de \$380,00

Y el personal itinerante que corresponde al personal de apoyo para los eventos con un sueldo de \$35,00 por evento y el conserje que labora 3 días a la semana con un sueldo de \$ 250,00

Los socios serán los empleados de la parte administrativa.

Espacio Físico

La oficina donde las personas accederán al servicio de la organizadora de eventos consta de 5m² de ancho por 8m² de largo, es un local medio en donde se puede desarrollar las actividades de la organizadora y usar también como una pequeña bodega para empezar.

5.7.2 Recursos, Análisis Financiero

Inversión

Los implementos necesarios para la puesta en marcha de la organizadora de eventos Vatel Celebraciones S. A. ascienden a un total de \$ 18000 dólares especificando implementos y gasto de constitución, se realizara un préstamo a bancario al Banco de Guayaquil por la cantidad de \$ 5000 dólares con una tasa de interés del 11.83% a tres años plazo y una participación social de \$6500 dólares cada uno de los dos socios.

Capital de Trabajo

Destinado a recurso de corto plazo como suministros de oficina, servicios básicos, mano de obra, también está compuesto por dinero en efectivo, cuentas por cobrar e inventarios.

Estructura de Financiamiento

Cuadro 26. Estructura de Financiamiento

CONCEPTO	VALOR	PORCENTAJE
Préstamo bancario	\$5000	30%
Socio 1	\$6500	35%
Socio 2	\$ 6500	35%
TOTAL OPERATIVO	\$18000	100%

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Inversión Fija

Asignación de recursos para la compra de bienes tangibles como equipos de oficina, computación, muebles y enseres, maquinaria y equipo; y bienes intangibles como patentes y gastos constitución

Inversión Fija tangible

Maquinaria y Equipo

Cuadro 27. Maquinaria y Equipo

Cantidad	Artículo	P/u	Total
150	Sillas plásticas sin brazo	\$ 6,00	\$ 900,00
20	Mesas redondas	\$ 21,00	\$ 420,00
30	Mesas cuadradas	\$ 15,00	\$ 450,00
6	Mesas plegables rect.	\$ 28,00	\$ 168,00
5	Carpas	\$ 46,00	\$ 230,00
30	Manteles cuadrados	\$ 16,00	\$ 480,00
30	Manteles redondos	\$ 16,00	\$ 480,00
60	Sobre manteles	\$ 14,00	\$ 840,00
6	Faldones	\$ 20,00	\$ 120,00
150	Forros de sillas	\$ 5,00	\$ 750,00
150	Lazos para sillas	\$ 3,00	\$ 450,00
15	Camneros	\$ 4,00	\$ 60,00
150	Servilletas	\$ 1,50	\$ 225,00
2	Hielera grandes	\$ 26,00	\$ 52,00
6	Jarras de cristal	\$ 5,00	\$ 30,00
6	Palas para hielo	\$ 3,00	\$ 18,00

6	Cubo para hielo	\$ 10,00	\$ 60,00
10	Charoles	\$ 6,00	\$ 60,00
150	Platos para cena	\$ 1,60	\$ 240,00
150	Platos medianos	\$ 1,20	\$ 180,00
150	Platos postres	\$ 0,50	\$ 75,00
150	Copas de helado	\$ 0,80	\$ 120,00
150	Vasos de 8oz	\$ 0,60	\$ 90,00
150	Tenedor mesa	\$ 0,90	\$ 135,00
150	cucharas	\$ 1,10	\$ 165,00
150	Cuchillo mesa	\$ 1,10	\$ 165,00
150	Cucharas de postre	\$ 0,90	\$ 135,00
5	Infladores para globos	\$ 1,50	\$ 7,50
2	Arco de metal	\$ 12,00	\$ 24,00
3	Pistolas de silicona	\$ 3,50	\$ 10,50
10	Cintas de embalaje	\$ 0,75	\$ 7,50
5	Cilindro de cristal	\$ 4,00	\$ 20,00
5	Bombona de cristal	\$ 4,50	\$ 22,50
10	Platos decorativos	\$ 2,50	\$ 25,00
4	candelabros	\$ 30,00	\$ 120,00
	Flores artificiales	\$ 50,00	\$ 50,00
1	Proyectores	\$ 300,00	\$ 300,00
1	LCD 40"	\$ 890,00	\$ 890,00
2	Micrófono Inalámbrico	\$ 70,00	\$ 140,00
TOTAL			\$ 8.715,00

• Elaborado por: Helen Quitiu Luna

• **Muebles de Oficina**

Cuadro 28. Muebles de Oficina

Cantidad	Artículo	P/u	Total
3	Sillas giratorias	\$ 28,00	\$ 84,00
3	Silla kelly	\$ 19,00	\$ 57,00
1	Sillón	\$ 270,00	\$ 270,00
4	Escritorios	\$ 99,00	\$ 396,00
1	Gabinete	\$ 50,00	\$ 50,00
TOTAL			\$ 857,00

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Equipo de Oficina

Cuadro 29. Equipo de Oficina

Cantidad	Artículo	P/u	Total
3	Teléfono	\$ 26,00	\$ 78,00
3	paquetes de hojas	\$ 4,00	\$ 12,00
6	carpetas	\$ 0,50	\$ 3,00
6	marcadores	\$ 0,50	\$ 3,00
6	bolígrafos	\$ 0,20	\$ 1,20
6	resaltadores	\$ 0,30	\$ 1,80
1	grapadora	\$ 4,00	\$ 4,00
TOTAL			\$ 103,00

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Equipo de Computación

Cuadro 30. Equipo de Computación

Cantidad	Artículo	P/u	Total
3	Computadoras portátiles	\$ 689,00	\$ 2.067,00
1	impresora	\$ 66,00	\$ 66,00
TOTAL			\$ 2.133,00

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Inversión Fija Intangible

Patente y Marca

Cuadro 31. Patente y Marca

Descripción	P/u	Total
Patente	\$ 50,00	\$ 50,00
Marca	\$ 116,00	\$ 116,00
TOTAL		\$ 166,00

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Gasto de Constitución

Cuadro 32. Gastos de Constitución

Descripción	Valor
Aprobación de constitución	\$ 530,00
Registro mercantil	\$ 77,00
Ruc	\$ 00,00
Anotación Marginal	\$ 26,00
Permiso de funcionamiento	\$ 76,50
Publicación en periódico local	\$ 24,50
TOTAL	\$ 734,00


Presupuesto de Egresos

Gastos Administrativos

Remuneración

La empresa contará con 7 personas, divididas 3 en los departamentos de la empresa y 4 en el desarrollo neto en los eventos.

Cuadro 33. Rol de Pago

 VATEL CELEBRACIONES S.A. Organización y Asesoría en Eventos DOLORES ALZUA ENTRE 9 DE OCT. Y PICHINCHA ROL DE PAGO																		
Región:	Rol de Pagos													Mes:				
trabajador	Cargo	N° días pagados	Horas Suplementarias	Horas Extraordinarias	INGRESO							EGRESO				UTILIDAD	DEDUCION	FIRMA
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
					Salario Unificado	Horas Suplem.	Horas Extras	Comisión Venta	Ingreso o Aporte IESS 5=1+2+3+4	13 Sueldo 6=5/12	14 Sueldo 7=354/12	Total de ingresos 8=5+6+7	Aporte al IESS 9=5*9,35%	Préstamo a la Empresa	Impuesto a la Renta	Total liquido recibido 12=8-9-10-11	50% de vivienda, educación, salud, alimentación, vestimenta	De todos los trabajadores
Gerente	G	30			400				400	33,33	29,50	462,83	37,40	-	-	425,43		
Recepcionista	S	30			354				354	29,50	29,50	413,00	33,10	-	-	379,90		
Coordinador	C	30			380				380	31,67	29,50	441,17	35,53	-	-	405,64		
Contador	C	30			354				354	29,50	29,50	413,00	33,10			379,90		
Conserje	Co	12			250				250	20,83	29,50	300,33	23,38			276,96		
Personal de Apoyo 1	P1	9			35				315	26,25	29,50	370,75	29,45	-	-	341,30		
Personal de Apoyo 2	P2	8			35				280	23,33	29,50	332,83	26,18	-	-	306,65		
Personal de Apoyo 3	P3	7			35				245	20,42	29,50	294,92	22,91	-	-	272,01		
Total					1843				2578	214,83	236,00	3028,83	241,04	-	-	2787,79		

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Cuadro 34. Salarios Proyectados

Salario mensual * 12 = Salario anual				
2787,79*12= \$33453,48				
PERSONAL	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Gerente	425,43	\$ 5.105,16	\$ 5.360,42	\$ 5.628,44
Recepcionista	379,9	\$ 4.558,80	\$ 4.786,74	\$ 5.026,08
Coordinador de eventos	405,64	\$ 4.867,68	\$ 5.111,06	\$ 5.366,62
Contador	379,9	\$ 4.558,80	\$ 4.786,74	\$ 5.026,08
Conserje	276,96	\$ 3.323,52	\$ 3.489,70	\$ 3.664,18
Apoyo 1	341,3	\$ 4.095,60	\$ 4.300,38	\$ 4.515,40
Apoyo 2	306,65	\$ 3.679,80	\$ 3.863,79	\$ 4.056,98
Apoyo 3	272,01	\$ 3.264,12	\$ 3.427,33	\$ 3.598,69
TOTAL SUELDO	\$ 2.787,79	\$ 33.453,48	\$ 35.126,15	\$ 36.882,46

*aumento del 5% anual con respecto al anterior.

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Arriendo Local

Cuadro 35. Arriendo de Local Proyectado

Arriendo local * 12 = Arriendo anual				
90,00*12= \$1080,00				
Arriendo local	Mensual	Año 1	Año 2 *	Año 3 *
local	\$ 90,00	\$ 1.080,00	\$ 1.134,00	\$ 1.190,70
TOTAL ARRIENDO	\$ 90,00	\$ 1.080,00	\$ 1.134,00	\$ 1.190,70

*aumento del 5% anual con respecto al año anterior

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Servicios Básicos

Comprende los rubros de agua, energía, internet, teléfono que equivalen a \$855.60 en el primer año de constitución.

Cuadro 36. Servicios Básicos Proyectado

Servicios Básicos * 12 = Servicio Básico anual				
71,30*12= \$855,60				
Servicio Básico	Mensual	Año 1	Año 2 *	Año 3 *
Agua Potable	\$ 2,50	\$ 30,00	\$ 31,50	\$ 33,08
Luz eléctrica	\$ 10,80	\$ 129,60	\$ 136,08	\$ 142,88

teléfono	\$ 25,00	\$ 300,00	\$ 315,00	\$ 330,75
internet	\$ 33,00	\$ 396,00	\$ 415,80	\$ 436,59
TOTAL SERVICIOS BÁSICOS	\$ 71,30	\$ 855,60	\$ 898,38	\$ 943,30

*aumento del 5% anual con respecto al año anterior

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Suministros de Oficina

Cuadro 37. Suministros de Oficina Proyectado

Suministros de Oficina * 12 = Suministros de Oficina anual				
12,00*12= \$144,00				
Suministros de Oficina	Mensual	Año 1	Año 2 *	Año 3 *
Suministros de Oficina	\$ 12,00	\$ 144,00	\$ 151,20	\$ 158,76
TOTAL SUMINISTROS	\$ 12,00	\$ 144,00	\$ 151,20	\$ 158,76

*aumento del 5% anual con respecto al año anterior

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Depreciaciones

Disminución del valor contable de los activo fijos tangibles, por el desgaste al ser usados, la depreciación tiene con fin recaudar recursos económicos para cuando sea tiempo de renovar los bienes.

Cuadro 38. Porcentaje de Depreciaciones

TABLA DE DEPRECIACIONES		
Descripción	Tasa	Vida Útil
maquinarias y equipos	10%	10 años
muebles de oficina	10%	10 años
equipo de oficina	10%	10 años
equipo de computación	33%	3 años

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Global de las Depreciaciones de los Activos Fijos

Cuadro 39. Global de Depreciaciones

ACTIVO FIJOS	Maquinaria y equipo	Muebles de oficina	Equipo de oficina	Equipo de computación	Total de Depreciación Anual
VALOR	\$ 8.715,00	\$ 857,00	\$ 103,00	\$ 2.133,00	
Año 1	\$ 871,50	\$ 85,70	\$ 10,30	\$ 711,00	\$ 1.678,50
Año 2	\$ 871,50	\$ 85,70	\$ 10,30	\$ 711,00	\$ 1.678,50
Año 3	\$ 871,50	\$ 85,70	\$ 10,30	\$ 711,00	\$ 1.678,50
Año 4	\$ 871,50	\$ 85,70	\$ 10,30		\$ 967,50
Año 5	\$ 871,50	\$ 85,70	\$ 10,30		\$ 967,50
Año 6	\$ 871,50	\$ 85,70	\$ 10,30		\$ 967,50
Año 7	\$ 871,50	\$ 85,70	\$ 10,30		\$ 967,50
Año 8	\$ 871,50	\$ 85,70	\$ 10,30		\$ 967,50
Año 9	\$ 871,50	\$ 85,70	\$ 10,30		\$ 967,50
Año 10	\$ 871,50	\$ 85,70	\$ 10,30		\$ 967,50

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Amortización

Son reducciones en el valor de los activos o pasivos para reflejar en el sistema de contabilidad cambios en el precio del mercado u otras reducciones de valor.

En este caso se ha amortizado a tres años con un porcentaje de 33.333% anual

Amortización de los Gastos de Constitución

Cuadro 40. Amortización de Gastos de Constitución

#	Dividendo	Saldo capital
0		\$ 734,00
1	\$ 244,67	\$ 489,33
2	\$ 244,67	\$ 244,66
3	\$ 244,67	\$ (0,01)

Nota: 3 años plazo – 33.333% anual

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Gastos de Venta

Gasto de Publicidad

Se considera rubros que ayudará a la promoción del servicio de la organizadora, que se realizará semestralmente.

Cuadro 41. Gasto de Publicidad Proyectado

Publicidad * 2 = Publicidad anual				
268,00*2= \$536,00				
Publicidad	Valor	Semestral	Año 2 *	Año 3 *
volante por ciento	\$ 100,00	\$ 200,00	\$ 210,00	\$ 220,50
radio	\$ 118,00	\$ 236,00	\$ 247,80	\$ 260,19
carteles	\$ 25,00	\$ 50,00	\$ 52,50	\$ 55,13
Tarjeta de pre. x millar	\$ 25,00	\$ 50,00	\$ 52,50	\$ 55,13
TOTAL PUBLICIDAD	\$ 268,00	\$ 536,00	\$ 562,80	\$ 590,94

*aumento del 5% anual con respecto al año anterior

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Gastos Bancarios y Financieros

Préstamo Bancario

Para solventar los rubros de de constitución, activos fijos y corrientes accedió a un préstamo correspondiente a \$ 5.000,00

Tabla de Amortización del Préstamo Bancario

Cuadro 42. Tabla de Amortización de Préstamo Bancario

#	Capital	Interés	Dividendo	Saldo capital
0				\$ 5.000,00
1	\$ 1.484,17	\$ 591,50	\$ 2.075,67	\$ 3.515,83
2	\$ 1.659,75	\$ 415,92	\$ 2.075,67	\$ 1.856,08
3	\$ 1.856,10	\$ 219,57	\$ 2.075,67	\$ (0,01)

Nota: 3 años plazo – 11.83% interés – Anual

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Gastos Varios

Cuadro 43. Gastos Varios Proyectado

Gasto Varios * 12 = Gasto Varios anual				
90,00*12= \$96,00				
Gastos Varios	Mensual	Año 1	Año 2 *	Año 3 *
Suministros de limpieza	\$ 8,00	\$ 96,00	\$ 100,80	\$ 105,84
TOTAL GASTOS	\$ 8,00	\$ 96,00	\$ 100,80	\$ 105,84

*aumento del 5% anual con respecto al año anterior

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Total de Egresos

Cuadro 44. Total de Egresos Proyectado

EGRESOS	Año 1	Año 2 *	Año 3 *
Gastos Administrativos			
Remuneraciones	\$ 33.453,48	\$ 35.126,15	\$ 36.882,46
Arriendo local	\$ 1.080,00	\$ 1.134,00	\$ 1.190,00
Servicios básicos	\$ 855,60	\$ 898,38	\$ 943,30
Suministros de Oficina	\$ 144,00	\$ 151,20	\$ 158,76
Depreciación de activos	\$ 1.678,50	\$ 1.678,50	\$ 1.678,50
Amortización de constitución	\$ 244,67	\$ 244,67	\$ 244,67
Gastos de Venta			
Publicidad	\$ 536,00	\$ 562,80	\$ 590,94
Gastos Bancarios y Financieros			
Préstamo interés	\$ 591,50	\$ 415,92	\$ 219,57
Gastos Varios	\$ 96,00	\$ 100,80	\$ 105,84
TOTAL EGRESOS	\$ 38.679,75	\$ 40.312,42	\$ 42.014,04

*aumento del 5% anual con respecto al año anterior

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Presupuesto de Ingresos

Ingresos Operacionales

Ventas del Servicio

Para el ingreso por ventas se estimó una demanda según el siguiente cuadro tomando en cuenta la capacidad de la Organizadora, con sus respectivos precios por eventos por paquetes detallado en el marketing mix.

Paquete #1 bodas – bautizo – quinceañeras – cumpleaños

Cuadro 45. Ingreso Mensual por Eventos Sociales Paquete # 1

Servicio de Eventos Sociales			
Tamaño de Eventos	Precio	N° Eventos mensual	Total mensual
50 personas	\$ 377,00	3	\$ 1.131,00
75 personas	\$ 449,50	6	\$ 2.697,00
100 personas	\$ 537,00	1	\$ 537,00
150 personas	\$ 717,00	1	\$ 717,00
TOTAL	\$ 2.080,50	11	\$ 5.082,00

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Ventas del servicio por Tamaño de Evento Proyectado

Cuadro 46. Ventas del Servicio Proyectado Paquete # 1

Tamaño de Evento	Total mensual	Año 1	Año 2 *	Año 3 *
50 personas	\$ 1.131,00	\$ 13.572,00	\$ 14.250,60	\$ 14.963,13
75 personas	\$ 2.697,00	\$ 32.364,00	\$ 33.982,20	\$ 35.681,31
100 personas	\$ 537,00	\$ 6.444,00	\$ 6.766,20	\$ 7.104,51
150 personas	\$ 717,00	\$ 8.604,00	\$ 9.034,20	\$ 9.485,91
TOTAL	\$ 5.082,00	\$ 60.984,00	\$ 64.033,20	\$ 67.234,86

*aumento del 5% anual con respecto al año anterior

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Otros Servicios

Alquiler de Menaje

Cuadro 47. Otros Servicios de Ingreso

Artículos	Alquiler de Menaje		
	Precio	Unidades Alq.	Total mensual
Plato decorativo	\$ 2,50	3	\$ 7,50
Arco de metal	\$ 12,00	1	\$ 12,00
Carpas	\$ 10,00	2	\$ 20,00
Proyector	\$ 20,00	1	\$ 20,00
LCD	\$ 20,00	1	\$ 20,00
TOTAL	\$ 64,50	8	\$ 79,50

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Otros servicios de Ingresos Proyectado

Cuadro 48. Otros Ingresos Proyectado

Artículos	Total mensual	Año 1	Año 2	Año 3
plato decorativo	\$ 7,50	\$ 90,00	\$ 94,50	\$ 99,23
arco de metal	\$ 12,00	\$ 144,00	\$ 151,20	\$ 158,76
carpas	\$ 20,00	\$ 240,00	\$ 252,00	\$ 264,60
proyector	\$ 20,00	\$ 240,00	\$ 252,00	\$ 264,60
lcd	\$ 20,00	\$ 240,00	\$ 252,00	\$ 264,60
TOTAL	\$ 79,50	\$ 954,00	\$ 1.001,70	\$ 1.051,79

*aumento del 5% anual con respecto al año anterior

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Total de Ingreso

Cuadro 49. Total de Ingresos

INGRESO	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos Operacionales			
Ventas del servicio paq. # 1	\$ 60.984,00	\$ 64.033,20	\$ 67.234,86
Otros servicios prestados	\$ 954,00	\$ 1.001,70	\$ 1.051,79
TOTAL INGRESO	\$ 60.984,00	\$ 64.033,20	\$ 67.234,86

*aumento del 5% anual con respecto al año anterior

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Estados Financieros

Balance Inicial

Es un balance que se realiza al momento de iniciar una empresa que consta de activo, pasivo y patrimonio.

El total de activo corresponde al total de la inversión del proyecto que es de \$ 18.000

Cuadro 50. Balance Inicial


ACTIVO		PASIVO	
Activo corriente	\$ 5.292	Pasivo corriente	\$ 5.000
Caja	\$ 1.500	Préstamo bancario	\$ 5.000
Banco	\$ 3.792		
Activo fijo tangible e intangible	\$ 11.974		
maquinarias y equipos	\$ 8.715		
muebles de oficina	\$ 857		
equipo de oficina	\$ 103		
equipo de computación	\$ 2.133		
patente	\$ 50		
marca	\$116		
Activo diferido	\$ 734	PATRIMONIO	\$ 13.000
gasto de constitución	\$ 734	Capital social	\$ 13.000
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 18.000	TOTAL PASIVO+PATRIMONIO	\$ 18.000

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Estado de Resultado

Conocido también como estado de pérdidas y ganancias, es un estado financiero conformado por los ingresos, gastos y beneficios o pérdida que ha generado la empresa durante un tiempo determinado.

Cuadro 51. Estado de Resultado Proyectado

 VATEL CELEBRACIONES S.A. Organización y Asesoría en Eventos DOLORES ALZUA ENTRE 9 DE OCT. Y PICHINCHA BALANCE DE RESULTADO		Año 1	Año 2	Año 3
INGRESO				
Ingresos Operacionales				
Ventas de servicio Paquete. #1	\$ 60.984,00			
otros ingresos	\$ 954,00			
TOTAL INGRESO		\$ 60.984,00	\$ 64.033,20	\$ 67.234,86
EGRESOS				
Gastos Administrativos				
Remuneraciones	\$ 33.453,48		\$ 35.126,15	\$ 36.882,46
Arriendo local	\$ 1.080,00		\$ 1.134,00	\$ 1.190,70
Servicios básicos	\$ 855,60		\$ 898,38	\$ 943,30
Suministros de Oficina	\$ 144,00		\$ 151,20	\$ 158,76
Depreciación de activos	\$ 1.678,50		\$ 1.678,50	\$ 1.678,50
Amortización de constitución	\$ 244,67		\$ 244,67	\$ 244,67
Gastos de Venta				
Publicidad	\$ 536,00		\$ 562,80	\$ 590,94
Gastos Bancarios y Financieros				
Interés Pagados	\$ 591,50		\$ 415,92	\$ 219,57
Gastos Varios	\$ 96,00		\$ 100,80	\$ 105,84
TOTAL EGRESOS		\$ 38.679,75	\$ 40.312,42	\$ 42.014,04
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO		\$ 22.304,25	\$ 23.720,78	\$ 25.220,82
- 15% Utilidad Empleados		\$ 3.345,64	\$ 3.558,12	\$ 3.783,12
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		\$ 18.958,61	\$ 20.162,66	\$ 21.437,70
- 25% Impuesto a la Renta		\$ 4.739,65	\$ 5.040,67	\$ 5.359,42
UTILIDAD LÍQUIDA		\$ 14.218,96	\$ 15.122,00	\$ 16.078,27


*aumento del 5% anual con respecto al año anterior

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Flujo de Caja

Estado financiero que proporciona información sobre las entradas y salidas de dinero en efectivo, se lo realiza con el fin de evaluar los fondos disponibles, la determinación del flujo de caja considera tanto ingreso como egresos que generó la propuesta.

Cuadro 52. Flujo de Caja

 VATEL CELEBRACIONES S.A. Organización y Asesoría en Eventos DOLORES ALZUA ENTRE 9 DE OCT. Y PICHINCHA FLUJO DE CAJA				
CUENTAS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos				
Ventas		\$ 60.984,00	\$ 64.033,20	\$ 67.234,86
Egresos				
Inversión	\$(18.000,00)			
Gastos Administrativos		\$ 35.531,08	\$ 37.307,63	\$ 39.173,02
Gasto Venta		\$ 536,00	\$ 562,80	\$ 590,94
Gasto Bancario		\$ 2.075,67	\$ 2.075,67	\$ 2.075,67
Gastos Varios		\$ 96,00	\$ 100,80	\$ 105,84
Impuesto del 25%		\$ 4.739,65	\$ 5.040,67	\$ 5.359,42
15% trabajadores		\$ 3.345,64	\$ 3.558,12	\$ 3.783,12
FLUJO OPERATIVO	\$(18.000,00)	\$ 14.659,96	\$ 15.387,51	\$ 16.146,85
TD	12.63%			
VAN	\$ 18.447,24			
TIR	65%			

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Índices Financieros

Cuadro 53. Índices Financieros

ÍNDICES FINANCIEROS				
Concepto	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Flujo Operativo	\$ (18.000,00)	\$ 14.659,96	\$ 15.387,51	\$ 16.146,85
Flujo Neto	\$ (18.000,00)	\$ 14.659,96	\$ 15.387,51	\$ 16.146,85

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es un indicador de rentabilidad, a mayor Tir mayor rentabilidad, es la máxima tasa de descuento que puede tener un proyecto para que sea rentable.

Se debe comparar la TIR con la Tasa de Descuento para tomar la mejor decisión en cuanto si es no conveniente invertir en la propuesta.

Valor Actual Neto o Valor Presente Neto (VAN o VPN)

Mide el rendimiento de la propuesta en términos monetarios que generará, descontada la inversión inicial, muestra lo que pudiera ganar o perder la propuesta.

Tasa de Descuento (TD)

Representa el costo de los fondos requeridos para la inversión que es comparado con la TIR.

$$\text{TD} = \frac{\text{Gastos Financieros} - \text{Ahorro Fiscal}}{\text{Pasivo Financiero}} * 100$$

$$\text{TD} = \frac{591.5 - 236}{5000} * 100$$

$$\text{TD} = 7.11\%$$

Ahorro Fiscal = Tasa Impositiva * intereses

Cálculos

Ahorro Fiscal = 40% * \$591.5 = \$236,00

De modo el ahorro fiscal es de \$236,00 dólares que dejaría de cancelar para cubrir el pago de interés. Una vez establecido el ahorro fiscal se procede a calcular la Tasa de Descuento.

Para la determinación de la tasa de descuento se realiza un promedio ponderado entre la tasa de rendimiento esperado y el costo efectivo.

Cuadro 54. Tasa de Descuento

DETALLE	%	PROPORCIÓN	PONDERACIÓN
Rendimiento esperado	15%	0,70%	10,5%
Costo efectivo de la deuda	7,11%	0,30%	2,13%
TOTAL DE DESCUENTO			12,63%

Fuente: Helen Quitiu Luna

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Cálculo VAN

$$VAN = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n}$$

Datos

- Número de periodo = 3
- Tipo de periodo = anual
- Tasa de descuento= 12.63%

Cuadro 55. Cálculo VAN

N°	FN	(1+i)	FN/(1+i)
0	\$ (18.000,00)		\$ (18.000,00)
1	14.659,96	1,13	\$ 13.016,03
2	15.387,51	1,27	\$ 12.129,98
3	16.146,85	1,43	\$ 11.301,23
TOTAL			\$ 18.447,24

VNA= \$18.447,24

Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Cálculo TIR

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

Cuadro 56. Cálculo TIR

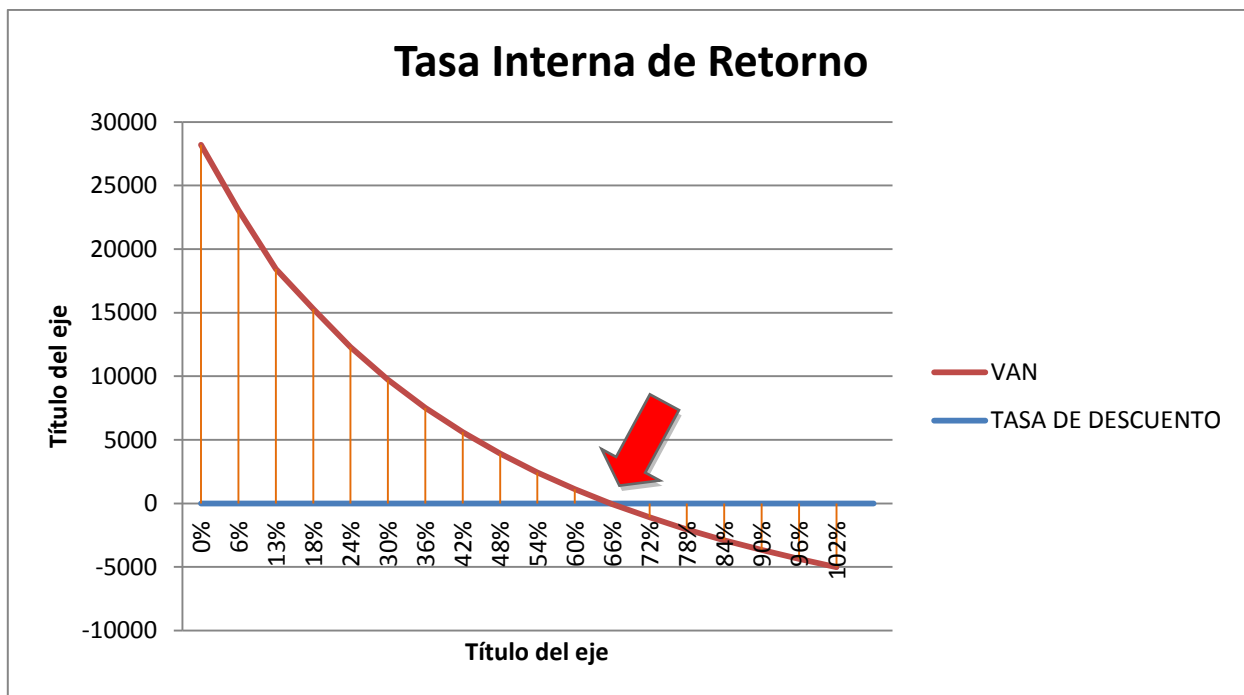
TASA DE DESCUENTO	VAN
0%	\$ 28.194,32
6%	\$ 23.082,19
13%	\$ 18.447,24
18%	\$ 15.302,24
24%	\$ 12.298,85
30%	\$ 9.731,43
36%	\$ 7.517,81
42%	\$ 5.594,36
48%	\$ 3.911,20
54%	\$ 2.428,75
60%	\$ 1.115,32
66%	(\$ 54,70)
72%	(\$ 1.102,24)
78%	(\$ 2.044,47)
84%	(\$ 2.895,65)
90%	(\$ 3.667,65)
96%	(\$ 4.370,47)
102%	(\$ 5.012,52)

TIR= 65%

Fuente: Helen Quitiu Luna
Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Representación gráfica del TIR

Gráfico 25. Tasa Interna de Retorno (TIR)



Elaborado por: Helen Quitiu Luna

Análisis de viabilidad

Los resultados del análisis financiero de la propuesta dejan inferir que la Organizadora de Eventos Vatel Celebraciones S. A. en el Cantón Naranjito es completamente viable debido a que el VAN positivo obtenido es de **\$ 12.675,78** el cual permite recuperar el monto de la inversión y más de obtener ganancias. El TIR es superior a la tasa de descuento ($50 > 12.63\%$), que hace a la propuesta atractiva de llevar a cabo.

5.7.3 Impacto

El presente proyecto presenta una serie de impactos que influirán en distintos aspectos tale como económico, social y cultural, dentro del entorno donde se desarrollará la propuesta.

Económico

El cambio que generará la propuesta será directamente evidenciado en la calidad de vida de las personas que sean involucradas porque les permitirá aprender y mejorar sus habilidades en el desenvolvimiento del servicio de organizadoras y ahorrar dinero para poder solventar sus necesidades.

Social

El cambio que se experimentará en el servicio prestado en eventos sociales elevará el nivel de satisfacción de los clientes y el concepto con respecto a este tipo de negocio.

Cultural

El impacto que va a generar la propuesta será muy decisivo para que la Organizadora de Evento continúe, se expanda y produzca más de lo esperado, ya que al desarrollar el servicio se establecerá en la mente de la población y la costumbre de recurrir al servicio de eventos sociales será más frecuente.

5.7.4 Cronograma

Cuadro 57 Cronograma

CONTROL DE ASISTENCIAS A TUTORÍAS	OCTUBRE				NOVIEMBRE			DICIEMBRE			ENERO				FEBRERO			
	Semanas				Semanas			Semanas			Semanas				Semanas			
	07	14	21	28	04	11	25	02	16	23	06	13	20	27	03	10	17	24
Estructura del diseño del pre-proyecto	1 h																	
Reglamentos de tutorías	1h																	
Árbol de problemas		1h																
Problematización		1h																
Sistematización y delimitación del problema			1h															
Justificación del problema			1h															
Antecedentes Históricos				1h														
				1h														
Antecedentes Referenciales					1h													
Marco conceptuales					1h													
Hipótesis y variables						1h												
Tipo y diseño de investigación						1h												
Población y muestra							1h											
Métodos y Técnicas de investigación							1h											
Encuestas y Entrevistas								1h										
								1h										
Tratamiento estadístico de la información									1h									
Análisis de la situación actual									1h									
Análisis de las encuetas y entrevista										1h								
Resultados										1h								
Verificación de hipótesis											1h							
Planteamiento de la propuesta											1h							
Fundamentación												1h						
Justificación												1h						
Objetivos													1h					
Ubicación de la propuesta													1h					
Estudio Administrativo y Legal														1h				
Estudio Técnico														1h				
Descripción de la propuesta															1h			
Actividades: plan de negocios															1h			
Cronograma																1h		
Impactos																1h		
Lineamientos para evaluación																	1h	
Conclusiones y recomendaciones																	1h	
ENTREGA DEL PROYECTO																		1h

5.7.5 Lineamientos para evaluar la Propuesta

- Realizar anualmente un estudio de mercado.
- Establecer claramente un panorama que permita conocer todos los beneficios y oportunidades que puedan conseguir la organización.
- No descuidar los detalles y peticiones especiales de los clientes.
- Investigar cuales son los posibles nuevos clientes con la ayuda de encuestas.
- Implantar un servicio de calidad antes no desarrollado dentro del cantón.

CONCLUSIONES

- En base a las evidentes necesidades, se concluyó que la presencia de una Organizadora de Eventos es completamente necesario y por aquello esta investigación reúne la información pertinente para el desarrollo del servicio de eventos con un alto nivel de profesionalismo y calidad, orientado a satisfacer a los potenciales clientes.
- Con la recolección de información se constató que la población es no muy conocedora del tema de eventos sociales y que los que si conocen sobre creen que es una necesidad que puede ser satisfecha GGcon la aplicación de la propuesta, la que ofrece el servicio de asesorar y ejecutar eventos.
- En la actualidad la generación de nuevas empresas sean grandes, medianas y pequeñas encaminan a una sociedad al progreso, puesto que genera empleos, el Gobierno Nacional ha ideado que para que el cambio de la producción de bienes y servicio suceda se necesita de personas ávidas por producir y servir con lo nuestro, a todo este movimiento se ha denominado el cambio de la matriz productiva, entonces el desarrollo de negocios nuevos, que se dan por primera en cualquier parte de territorio nacional es un aporte a este gran anhelado cambio, se ha dado gran prioridad al turismo en todos sus ámbitos y actividades. Por aquello esta propuesta que presenta ser netamente viable debidos a sus satisfactorios resultados de estudios financieros será un paso más hacia el cambio.

RECOMENDACIONES

- La creación de una organizadora de eventos es clave debido a que no existe otro negocio que preste ese tipo de servicio y aun más que cuente con profesionales que desenvuelvan un servicio considerando fundamentos teóricos.
- Generar una cultura en cuanto a los servicios de organización de eventos, investigando constantemente nuevas tendencias, para aplicarlos y mantener así actualizado el negocio ofertando servicios atractivos al público.
- La creación de la organizadora de eventos pueden ser fácilmente solventada por instituciones financieras a las que se puede acceder a créditos con bajos interés, para adquirir los implementos necesarios en la realización de eventos.

BIBLIOGRAFÍA

- ARGUMEDO, M., & DI CESAR, M. (2012). TIPOLOGIA Y CLASIFICACIÓN DE LOS EVENTOS. *TIPOLOGIA Y CLASIFICACIÓN DE LOS EVENTOS* (pág. 2). Argentina : Fundación Universitas .
- BERNAL, C. (2006). *Metodología de la Investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Naucalpan: Pearson Educación .
- BERUMEN, S. (2006). *Competitividad y Desarrollo Local*. Madrid: Esic Editorial.
- Brigmann, K. (1994). *La fiesta De las Saturnales a Woodstock*. México: Alianza Editorial.
- CABERO, C. (2012). *Organización de Reuniones y Eventos*. España: Paraninfo.
- CAMPOS, G., & FUENTE, C. (2011). Los eventos en el ámbito de la empresa hacia definición y clasificación. *Revista de Comunicación de la SEECI* , 73-105.
- CASTILLO, A. (2009). *Relaciones Públicas. Teoría e Historia*. Barcelona : Editorial UOC.
- CRAVIOTO, T. (1995). *Organización de Congresos y convenciones* . México: Trillas.
- DI GÉNOVA, A. (2012). *Organización Integral de Eventos Empresariales, Académicos y Sociales* . Argentina: EAE.
- ELIZONDO, A. (2002). *Metodología de la Investigación Contable*. México: Thomson S.A.
- Equipo Vértice. (2008). *La Calidad en el Servicio al Cliente*. Málaga: Vértice S. L.
- GARCÍA, J., RAMOS, C., & RUIZ, G. (2006). *Estadística Empresarial*. Cadiz: UCA.
- JIJENA, R. (2004). *ABC Eventos*. Buenos Aires: Voros S. A. .
- JIJENA, R. (2003). *Eventos. Cómo organizarlos con éxito*. Buenos Aires: Voros S. A.
- KEMP, M. (2006). *Leonardo da Vinci: Las maravillosas obras de la naturaleza y el hombre*. Madrid: Akal.
- KOTLER, P., & ARMSTRONG, G. (2003). *FUNDAMENTOS DE MARKETING SEXTA EDICIÓN* . Pearson.
- KOTLER, P., & LANE, K. (2006). *DIRECCIÓN DE MARKETING*. México: Pearson.
- MUÑOZ, M. (2010). *Protocolo y Relaciones Públicas 1ra. edición* . Madrid: Ediciones Paraninfo S. A.
- OLMOS, L., & GARCÍA, R. (2011). *Estructura del Mercado Turístico* . Madrid: Ediciones Paraninfo S. A.

- OTERO, M. (2011). *Protocolo y Empresa: El Cermonial Corporativo*. Barcelona: Editorial UOC.
- OTERO, M. (2009). *Protocolo y Organización de Evento*. Barcelona: Editorial UOC.
- Publicaciones Vértica S.L. (2008). *Gestión de Eventos. Hostelería y Turismo*. Málaga : Editorial Vértice .
- QUESADA, M. (2004). *Las Fiestas en la Cultura Medieval* . Barcelona : Arete Editorial .
- QUESADA, R. (2000). *Elementos del Turismo*. San José : Universidad Estatal a Distancia.
- REYES, A. (2005). *Administración de Empresas Teoría y Práctica segunda parte*. México: Noriega Editores.
- ROJAS, O. (2012). *Relaciones Públicas: la eficiencia de la influencia 3ra. edición* . Madrid: ESIC Editorial.
- ROMERO, R. (1997). *Marketing*. México: Palmir.
- SEN, A. (2000). *Desarrollo y Libertad*. Barcelona: Planeta S.A.
- Sociedades Bíblicas Unidas. (1994). *La Santa Biblia Edición de Promesas* . Miami: Editorial Unilit.
- TRIANA, M. (2010). *Diseño, comunicación, logística y control en la organización de eventos*. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación - Universidad de Palermo.

LINKOGRAFÍA

Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca. (10 de Julio de 2000). *Ecuonline*. Recuperado el 22 de Abril de 2015, de Ecuonline: <http://www.ecuonline.net/html/leydelconsumidor.html>

ARGUMEDO, M., & DI CESAR, M. (2012). TIPOLOGIA Y CLASIFICACIÓN DE LOS EVENTOS. *TIPOLOGIA Y CLASIFICACIÓN DE LOS EVENTOS* (pág. 2). Argentina : Fundación Universitas .

Asamblea Nacional República del Ecuador. (20 de Octubre de 2008). *Asamblea Nacional República del Ecuador*. Recuperado el 30 de Noviembre de 2014, de Asamblea Nacional República del Ecuador: <http://www.asambleanacional.gov.ec/>

BÁGUENA, N. (15 de Octubre de 2007). *Al Fuego Lento*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2014, de Al Fuego Lento: <http://www.afuegolento.com/noticias/143/firmas/nbagueña/5320/>

Banquete Eventos & Catering . (20 de Abril de 2012). *Banquete Eventos & Catering* . Recuperado el 23 de Noviembre de 2014, de Banquete Eventos & Catering : <http://banqueteevento.blogspot.com/2014/04/muchohablamos-de-banquete-cuando.html>

BARCALA, J. (21 de Febrero de 2014). *Ciencia Histórica*. Recuperado el 17 de Noviembre de 2014, de Ciencia Histórica: <http://cienciahistorica.com/2014/02/21/menu-para-una-buena-bacanal/>

Discovery Deportes. (25 de Julio de 2012). *Discovery* . Recuperado el 08 de Noviembre de 2014, de Discovery : <http://deportes.tudiscovery.com/origen-de-los-juegos-olimpicos-de-la-antiguedad/>

Doodleando. (08 de Septiembre de 2014). *Doodleando*. Recuperado el 08 de Noviembre de 2014, de Doodleando: <http://doodleando.blogspot.com/2014/09/fiesta-del-medio-otono-2014-china-y.html>

El Regresa por sus Hijos Maranatha. (s.f.). *El Regresa*. Recuperado el 07 de Noviembre de 2014, de El Regresa: <http://elregresa.net/estudios/el-shofarla-fiesta-de-las-trompetas/>

El Tiempo. (21 de Noviembre de 2013). Jackie Kennedy, la primera dama que dejó un sello en la Casa Blanca. *El Tiempo* , pág. 25.

EUMED. (Julio de 2007). Recuperado el 06 de Diciembre de 2014, de EUMED: <http://www.eumed.net/ce/2007b/gma.htm>

Eventos Millonarios. (23 de Mayo de 2013). *Eventos Millonarios*. Recuperado el 25 de Noviembre de 2014, de Eventos Millonario: <http://www.eventosmillonarios.com/download/GlosarioEventos.pdf>

FENACAPTUR. (27 de Julio de 2007). *Hoteles Ecuador*. Recuperado el 30 de Noviembre de 2014, de Hoteles Ecuador: <http://www.hotelesecuador.com.ec/downloads/ORGANIZADOR%20DE%20EVENTOS.pdf>

GARDACZ, R. (21 de Octubre de 2014). *The Canadian Encyclopedia*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2014, de The Canadian Encyclopedia:
<http://www.thecanadianencyclopedia.ca/en/article/potlatch/>

Ies Leonardo . (20 de Octubre de 2014). *La Cocina de Leonardo*. Recuperado el 13 de Noviembre de 2014, de La Cocina de Leonardo:
<http://www.iesleonardo.info/instituto/Proy%20Leonardo/La%20cocina%20de%20Leonardo/La%20cocina.htm>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (2010). *INEC*. Recuperado el 23 de Enero de 2015, de INEC:
<http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>

KYÓN, D. (13 de Agosto de 2012). *El Desconcierto*. Recuperado el 18 de Noviembre de 2014, de El Desconcierto: <http://eldesconcierto.cl/cosas-de-cocina-la-frugalidad-voraz/>

Ministerio de Comercio y Subredes. (06 de Enero de 2005). *Oficina del Consejero Económico-Comercial de la Embajada de la República Popular de China en la República de Guinea Ecuatorial* . Recuperado el 08 de Noviembre de 2014, de Oficina del Consejero Económico- Comercial de la Embajada de la República Popular de China en la República de Guinea Ecuatorial :
<http://gg2.mofcom.gov.cn/article/aboutchina/custom/200501/20050100013105.shtml>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (06 de Mayo de 2008). *Ministerio de Turismo del Ecuador*. Recuperado el 29 de Noviembre de 2014, de Ministerio de Turismo del Ecuador:
www.turismo.gob.ec/wp-content/.../02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf

Ministerio de Turismo del Ecuador. (21 de Julio de 2009). *Ministerio de Turismo del Ecuador*. Recuperado el 29 de Noviembre de 2014, de Ministerio de Turismo del Ecuador:
http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE_2014.pdf

Registro Mercantil. (s.f.). *Registro Mercantil*. Recuperado el 25 de Enero de 2015, de Registro Mercantil: <http://registromercantil.gob.ec/tr%C3%A1mites-frecuentes-rm/89-inscripciones/390-inscripcion-nombramientos.html>

RODRÍGUEZ, J., & CALDERA, A. (15 de Enero de 2013). *Quivera*. Recuperado el 12 de Diciembre de 2014, de Quivera: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=40128395003>

ROSELL, M. (2009). *Centro Rey* . Recuperado el 15 de Enero de 2015, de Centro Rey :
http://www.centrorey.org/catolicismo/cat_07.html

Solidario Conmigo. (Noviembre de 2013). *Cuida tu Futuro, Usa Bien tu Dinero*. Recuperado el 19 de Enero de 2015, de Cuida tu Futuro, Usa Bien tu Dinero: <http://cuidatufuturo.com/2013/11/pasos-para-crear-una-empresa-en-ecuador/>

ANEXO

ANEXOS

Anexo 1 Árbol de Problemas



ANEXO 2 Matriz de Problematización

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREACION DE UN EMPRESA ORGANIZADORA DE EVENTOS PARA EL DESARROLLO LOCAL DEL CANTÓN NARANJITO								
PROBLEMA Y SUBPROBLEMAS		FORMULACION DEL PROBLEMA Y SISTEMATIZACIÓN	OBJETIVO GENERAL Y ESPECIFICOS	HIPÓTESIS GENERAL Y PARTICULARES	VARIABLES INDEPENDIENTES E INDICADORES		VARIABLES DEPENDIENTES E INDICADORES	
					VARIABLES INDEPENDIENTES	INDICADORES	VARIABLES DEPENDIENTES	INDICADORES
Principal	Ausencia de empresas organizadoras de eventos para el asesoramiento y ejecución, técnica y profesional de eventos sociales, que incentiven el desarrollo local del Cantón Naranjito, provincia del Guayas para el presente año 2014 y 2015.	¿Cómo incide la presencia de una empresa organizadora de eventos para el desarrollo local dentro del Cantón Naranjito, Provincia del Guayas en el presente año 2014 y 2015?	Identificar como la presencia de una organizadora de eventos incide en el desarrollo local del Cantón Naranjito, mediante la segmentación del mercado para la óptima prestación de servicios de asesoría y ejecución de eventos.	La presencia de una organizadora de eventos incidirá en el desarrollo local del Cantón Naranjito.	Organización de eventos	Eventos sociales privados	Desarrollo local	Economía activa
Sub-problemas	Carencia de profesionales establecidos en el oficio de organizar eventos dentro de la localidad	¿Cómo influye la asesoría profesional en la realización de eventos?	Determinar la importancia de la asesoría profesional en la imagen y servicios de los eventos.	La asesoría profesional en eventos influye en la imagen y servicio de los eventos.	asesoría profesional	Centro de capacitación profesional	Imagen y servicio de los eventos	Normas INEN
	Escasa oferta en el mercado para la realización de eventos con la colaboración de organizadores	¿Qué motiva a las personas buscar profesionales en eventos para realizar sus actividades sociales?	Identificar si la inexistencia de organizadoras de eventos en el Cantón Naranjito motiva a que las personas busquen el servicio de asesoría en lugares aledaños.	La oferta de organizadoras de eventos en el Cantón Naranjito motiva a que las personas busquen el servicio de asesoría en lugares aledaños.	oferta de organizadoras de eventos	Nicho de mercado	Motiva a que las personas busquen el servicio de asesoría en lugares aledaños	Ubicación geográfica
	Las organizaciones de eventos son un negocio relativamente nuevo de poco interés para su inversión	¿Cómo influye la inversión en negocios de organizadora de eventos en el mercado para el desarrollo local del cantón?	Indicar como la inversión en organizadoras de eventos influye en el desarrollo de nuevas plazas de trabajo.	La inversión en organizadoras de eventos influye en el desarrollo de nuevas plazas de trabajo.	inversión	Censo económico 2010	Desarrollo de nuevas plazas de trabajo	Nivel de empleos

Anexo 3 Modelo de Encuesta



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales Carrera de Turismo



Encuesta dirigida a la población naranjiteña activamente económica
Sexo: _____ Ocupación: público - privado - negocio propio
Ingreso Mensual: _____

<p>1. ¿Considera usted que el Cantón Naranjito ha tenido un desarrollo local en cuanto organizadoras de eventos?</p> <p>Totalmente de acuerdo <input type="checkbox"/></p> <p>De acuerdo <input type="checkbox"/></p> <p>Desacuerdo <input type="checkbox"/></p> <p>En de ser negativa la respuesta pase a la 3 pregunta</p>	<p>2.-Piensa usted que el desarrollo de organizaciones de eventos que ha tenido el Cantón Naranjito es:</p> <p>Excelente <input type="checkbox"/></p> <p>Bueno <input type="checkbox"/></p> <p>Regular <input type="checkbox"/></p>
<p>3¿Usted cree que el desarrollo de plazas de trabajo en el área de eventos influirá en la economía del Cantón Naranjito?</p> <p>Definitivamente SI <input type="checkbox"/></p> <p>Probablemente <input type="checkbox"/></p> <p>Definitivamente NO <input type="checkbox"/></p>	<p>4¿Considera usted que la asesoría profesional mejore el servicio de los eventos?</p> <p>Totalmente de acuerdo <input type="checkbox"/></p> <p>De acuerdo <input type="checkbox"/></p> <p>Desacuerdo <input type="checkbox"/></p>
<p>5. ¿Considera usted que las organizaciones eventos permiten el realce de la imagen y calidad con los servicios que ofrecen?</p> <p>Si <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p>	<p>6.-Considera usted que la asesoría profesional en eventos se ve afectada por:</p> <p>Desconocimiento <input type="checkbox"/></p> <p>Desinterés <input type="checkbox"/></p> <p>Costo <input type="checkbox"/></p>
<p>7.-Cree usted que el motivo para contratar una organizadora de evento se debe:</p> <p>Tiempo <input type="checkbox"/></p> <p>Creatividad <input type="checkbox"/></p> <p>Referencias <input type="checkbox"/></p>	<p>8. ¿Usted ha empleado el servicio de organizadoras de eventos para realizar sus eventos sociales?</p> <p>Siempre <input type="checkbox"/></p> <p>A veces <input type="checkbox"/></p> <p>Nunca <input type="checkbox"/></p>
<p>9. ¿Cree usted que debería existir dentro del Cantón Naranjito un establecimiento que se dedique al servicio de asesoría y organización de eventos?</p> <p>Totalmente de acuerdo <input type="checkbox"/></p> <p>De acuerdo <input type="checkbox"/></p> <p>Desacuerdo <input type="checkbox"/></p>	<p>10¿Cuál cree usted que es el mejor lugar para la ubicación de la organizadora de eventos?</p> <p>Afuera del mercado viejo <input type="checkbox"/></p> <p>Frente a la estación del tren <input type="checkbox"/></p> <p>Debajo de la clínica Divino Niño <input type="checkbox"/></p>

Anexo 4 Modelo de Entrevista



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales Carrera de Turismo

Entrevista enfocada a Autoridades y Profesionales del Sector turístico en el Cantón Naranjito.

Reciba un saludo cordial por parte de la estudiante de la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales, la presente entrevista tiene por objetivo principal:

Identificar las oportunidades que guíen al desarrollo integral de una empresa organizadora de eventos, con el diagnóstico de la disposición económicamente activa del Cantón Naranjito para la óptima prestación de servicios de asesoría y ejecución de eventos accesibles a la población.

De ante mano agradecemos por la información que nos proporcionara, ya que esta será de gran ayuda para lograr nuestro objetivo y a la vez se mantendrá en total confidencialidad.

Institución o establecimiento: _____

Nombre: _____

Cargo: _____

Nivel de instrucción o título profesional: _____

Preguntas

1 ¿Usted considera que el desarrollo local es el aporte de la población al implementar nuevas manufacturas y comercios?

Si

No

¿Por qué? _____

2¿Considera usted que dentro del Cantón Naranjito podría ser viable el establecimiento del servicios de asesoría y organización de eventos?

Si

No

¿Por qué? _____

3¿Usted cree que las organizadora eventos influyen de manera positiva en la celebración de eventos sociales?

Si

No

¿Por qué? _____

4¿Usted considera que las actividades que desarrollan las organizadoras de eventos son importantes y necesarias?

Si

No

¿Por qué? _____

5¿Considera usted que al fomentarse el servicio de asesoría de eventos existirá fuentes de empleo que eleven la calidad y economía de las personas que ejerzan esta actividad?

Si

No

¿Por qué? _____

ANEXO 5 Encuestas realizadas

Análisis de los resultados de las entrevistas

Entrevistas dirigidas a Autoridades con relación al turismo y personas prestadoras de servicios relacionados con los eventos entre los cuales figuran Presidente de la Cámara de Comercio, Jefe del Departamento de Turismo del Municipio y demás conocedores del tema.

Información recopilada por medio de las encuestas ayudó a fortalecer las expectativas del estudio, proporcionando datos muy importantes.

Institución o establecimiento: Municipio de Naranjito

Nombre: Rosa Suárez

Cargo: Jefa del Dpto. de Turismo

Nivel de instrucción o título profesional: Licda. en Periodismo

Preguntas

1¿Usted considera que el desarrollo local es el aporte de la población al implementar nuevas manufacturas y comercios?

Si

No

¿Por qué?

Debido a que el desarrollo es el anhelo que persiguen las comunidades, pueden considerar que el desarrollo local está directamente conectado a que las personas implementen más comercios y negocios.

2¿Considera usted que dentro del Cantón Naranjito podría ser viable el establecimiento del servicios de asesoría y organización de eventos?

Si

No

¿Por qué?

Naranjito es un cantón que si recordamos al menos 15 años atrás, para lo que es hoy se nota un cambio muy notorio, no solo en servicios básicos, sino también en

necesidades antes inexistentes, y una organizadora de eventos si es una necesidad evidentemente presente dentro del Cantón.

3¿Usted cree que las organizadora eventos influyen de manera positiva en la celebración de eventos sociales?

Si No

¿Por qué?

La colaboración de estas organizadoras brinda a las personas un panorama amplio acerca sobre que opciones tiene para realizar sus celebraciones, aportando ideas bastante convenientes.

4¿Usted considera que las actividades que desarrollan las organizadoras de eventos son importantes y necesarias?

Si No

¿Por qué?

Para las personas que no disponen del tiempo necesario para realizar sus eventos sería de gran utilidad, una gran clientela de estos establecimientos.

5¿Considera usted que al fomentarse el servicio de asesoría de eventos existirá fuentes de empleo que eleven la calidad y economía de las personas que ejerzan esta actividad?

Si No

¿Por qué?

Por supuesto, de esta manera las personas que trabajen en esta actividad les van a generar ingresos que contribuirá en su poder adquisitivo y desarrollarse económicamente.

Institución o establecimiento: Cámara de Comercio

Nombre: Manuel Beltrán

Cargo: Presidente de la Cámara de Comercio del Cantón Naranjito

Nivel de instrucción o título profesional: Ing. Comercial

Preguntas

1¿Usted considera que el desarrollo local es el aporte de la población al implementar nuevas manufacturas y comercios?

Si

No

¿Por qué?

El desarrollo local lo fomenta la población al querer crecer económicamente y ella es el principal eje para que suceda, siendo así la responsabilidad de toda la población caminar hacia un porvenir.

2¿Considera usted que dentro del Cantón Naranjito podría ser viable el establecimiento del servicios de asesoría y organización de eventos?

Si

No

¿Por qué?

Sí, porque no, es una forma de generar dinero con un alto margen de ganancias y que últimamente dentro del Cantón es más frecuente ver celebraciones sociales a cargo de organizadoras.

3¿Usted cree que las organizadora eventos influyen de manera positiva en la celebración de eventos sociales?

Si

No

¿Por qué?

Sí, porque brinda un servicio especializado en cuestión a todo lo que involucra los eventos y se encargan profesionalmente de las actividades; y facilitan a las personas la organización de sus eventos.

4¿Usted considera que las actividades que desarrollan las organizadoras de eventos son importantes y necesarias?

Si

No

¿Por qué?

De hecho pienso que se debe establecer sitios en los cuales las personas tengan la oportunidad de capacitarse en el área de eventos ya sea por parte de Municipio o privado, debido a que es una formación técnica necesaria, que ha sido desarrollada empíricamente.

5¿Considera usted que al fomentarse el servicio de asesoría de eventos existirá fuentes de empleo que eleven la calidad y economía de las personas que ejerzan esta actividad?

Si

No

¿Por qué?

Estoy de acuerdo que elevaría la economía de las personas que se dedican a esa actividad y que también es un comercio que está creciendo dentro del Cantón.

Institución o establecimiento: Asociación Divino Niño de Praga

Nombre: Victoria Toca

Cargo: Presidenta de la Asociación

Nivel de instrucción o título profesional: Economista

Preguntas

1¿Usted considera que el desarrollo local es el aporte de la población al implementar nuevas manufacturas y comercios?

Si

No

¿Por qué?

La población es la fuerza que mueve a un país y claro que la población marca que ritmo desea llevar, toda inversión que se genere es una muestra de conseguir un desarrollo local.

2¿Considera usted que dentro del Cantón Naranjito podría ser viable el establecimiento del servicios de asesoría y organización de eventos?

Si

No

¿Por qué?

Si, claro porque hoy en día se requiere mucho de agencia que presten estos servicios tanto para instituciones como reuniones familiares, y que cada vez tienen más aceptación por la población.

3¿Usted cree que las organizadora eventos influyen de manera positiva en la celebración de eventos sociales?

Si

No

¿Por qué?

Por medio de estos comercios es posible mejora nuestros posibles planes acerca de una celebración o evento social que tengamos presentes, y a demás que ayudan a mantener el control del evento para el disfrute de la celebración.

4¿Usted considera que las actividades que desarrollan las organizadoras de eventos son importantes y necesarias?

Si

No

¿Por qué?

Si como antes le mencionaba los eventos se han vuelto más elaborados, lo que conlleva que se necesite hoy en día la asesoría en este ámbito para realizarlos y sobrepasar las expectativas para que sea una celebración que no se pueda olvidar.

5¿Considera usted que al fomentarse el servicio de asesoría de eventos existirá fuentes de empleo que eleven la calidad y economía de las personas que ejerzan esta actividad?

Si

No

¿Por qué?

Si porque es un empleo que deja gran utilidad y que necesariamente se trabaja con un equipo especializado y por lo cual es obvio que las personas que trabajen en este oficio obtendrán un recurso económico que les permitirá tener estabilidad financiera.



**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES**

NÚMERO RUC: 1708975170001
LLIDOS Y NOMBRES: PINTO BLACIO MIGUEL ANGEL
TIPO CONDICIONAL: M & M EVENTOS Y SONIDO
ESTADO DEL CONTRIBUYENTE: OTROS **OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:** NO
REGISTRACIÓN ARTESANAL: NÚMERO:

FEC. NACIMIENTO: 14/06/1974 **FEC. ACTUALIZACIÓN:** 05/06/2009
FEC. INICIO ACTIVIDADES: 13/05/2001 **FEC. SUSPENSIÓN DEFINITIVA:**
FEC. FIN DE SUSPENSIÓN: 13/06/2001 **FEC. REINICIO ACTIVIDADES:**

ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL:

INDICACION Y DIRECCIÓN DE TODO TIPO DE EVENTOS

DIRECCIÓN DOMICILIO PRINCIPAL:

Ins: PICHINCHA - Distrito: QUITO - Parroquia: CHAMPICRUZ (LA CONCEPCIÓN) - Calle: DOMINGO ESPINAR
 No: 103-20 - Inscripción: BARTOLOMÉ DE LAS CASAS - Referencia: A DOS CUADRAS DEL HOSPITAL
 VIOLETA - Teléfono: 022233001

DECLARACIONES TRIBUTARIAS:

DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

Las personas naturales que operen sus unidades económicas en el Régimen para la Aplicación de la Ley de Equidad
 Tributaria, estarán obligados a llevar contabilidad, cumplirlas en eventos de renovación, y no podrán acceder al Régimen
 Simplificado (RIS).

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: ABIERTOS: 1
DIRECCIÓN: MEDICINAL NORTE PICHINCHA CDD. 0000001 CERRADOS: 0



[Handwritten signature]

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE **SERVICIO DE RENTAS INTERNAS**
 No: 022233001 Lugar de emisión: QUITO MARZ 630 Y RAJINIEZ Fecha y hora: 06/05/2009