



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA
EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA - CPA**

TÍTULO DEL PROYECTO

**“CREACIÓN DE UN CENTRO DE EVENTOS SOCIALES DISPONIBLE PARA LAS
DISTINTAS CELEBRACIONES DENTRO DEL CANTÓN EL TRIUNFO”**

AUTORES

ZUÑIGA SÁNCHEZ KATHIUSCA JACKELINE

RAMOS FRANCO EMILIA PAULINA

Milagro, Julio del 2012

ECUADOR

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En calidad de tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro. CERTIFICO: Que he analizado el proyecto de Tesis de Grado con el tema de **“CREACIÓN DE UN CENTRO DE EVENTOS SOCIALES DISPONIBLE PARA LAS DISTINTAS CELEBRACIONES DENTRO DEL CANTÓN EL TRIUNFO”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de: Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoría–CPA.

El mismo que considero y que acepto tutoriar a las estudiantes, ya que reúnen todos los requisitos legales y por la importancia del tema, durante la etapa del desarrollo de su trabajo hasta la presentación, evaluación y sustentación.

Presentado por las egresadas:

Zúñiga Sánchez Kathiusca Jackeline

Ramos Franco Emilia Paulina

Milagro, a los 31 días del mes de Julio del 2012

Ing. Edwin Favio Valderrama B.

Firma del Tutor

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

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

Milagro, a los 31 días del mes de Julio del 2012.

Kathiusca Jackeline Zúñiga Sánchez

C.I. 030237737-9

Emilia Paulina Ramos Franco

C.I. 092731013-6

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Ingeniería en Contaduría Pública–CPA., otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	[]
DEFENSA ORAL	[]
TOTAL	[]
EQUIVALENTE	[]

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Dedico ésta tesis a la persona que siempre confió en mí y estuvo apoyándome en las buenas y en las malas, Pilar Sánchez, tía un triunfo más que lo obtengo gracias a Ti. Y a todas las personas que de una u otra manera me ayudaron a concluir esta etapa de mi vida.

Kathiusca Jackeline Zúñiga Sánchez.

Dedico el esfuerzo puesto en la realización de este proyecto primero a Dios por darme sabiduría y las fuerzas necesarias para seguir adelante y no decaer en mis estudios.

A mis queridos padres Sra. Gina Franco y Sr. Alberto Ramos quienes con su apoyo, cariño y confianza me supieron guiar por el buen camino y resultado de esto hoy les dedico mi objetivo alcanzado a nivel universitario.

A mi esposo Christian Gusman por haberme apoyado en la continuación de mis estudios y a mi hijo Christian por ser el pilar fundamental para ser quien soy ahora.

A mis hermanos Xavier, Lilibeth, Ángel y a mi sobrino Paúl también les dedico la dicha de mis logros.

Emilia Paulina Ramos Franco.

AGRADECIMIENTO

A Dios por permitirme culminar mis estudios de tercer nivel con éxito. A mi tía Pilar por apoyarme moral y económicamente durante toda la carrera, a mi abuelita, padres y hermano, a mi amiga y compañera de tesis por la paciencia y dedicación durante toda la etapa de elaboración del proyecto.

Y en especial a mis 2 ángeles que me cuidan desde el cielo, Marisol Sánchez (+) y Félix Mendoza (+), que siempre les estaré infinitamente agradecida.

Kathiusca Jackeline Zúñiga Sánchez.

Agradezco primero a Dios por darme sabiduría y permitirme haber terminado mis estudios universitarios. A mis padres, hermanos, esposo e hijo que son el pilar fundamental en mi vida y que sin el apoyo de ellos no hubiese alcanzado este nuevo logro.

Mi agradecimiento también a todas las personas que de una u otra manera me ayudaron para culminar esta importante etapa de mi vida como son mis estudios universitarios.

Emilia Paulina Ramos Franco.

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Msc.

Jaime Orozco Hernández

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos a hacer entrega de la Cesión de Derecho de los Autores del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue **CREACIÓN DE UN CENTRO DE EVENTOS SOCIALES DISPONIBLE PARA LAS DISTINTAS CELEBRACIONES DENTRO DEL CANTÓN EL TRIUNFO** y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, 31 de Julio del 2012.

Kathiusca Jackeline Zúñiga Sánchez

C.I. 030237737-9

Emilia Paulina Ramos Franco

C.I. 092731013-6

ÍNDICE GENERAL

PORTADA O CARÁTULA.....	i
CERTIFICADO DE 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
RESUMEN.....	xx
ABSTRACT.....	xxi
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.....	3

1.1.4	Formulación del problema.....	3
1.1.4	Sistematización del problema.....	4
1.1.	Determinación del tema.....	4
1.2.	OBJETIVOS.....	4
1.2.1	Objetivo General.....	4
1.2.1	Objetivos Específicos.....	4
1.3	JUSTIFICACIÓN.....	5
CAPÍTULO II.....		6
MARCO REFERENCIAL.....		6
2.1	MARCO TEÓRICO.....	6
2.1.1	Antecedentes Históricos.....	6
2.1.2	Antecedentes Referenciales.....	9
2.1.3	Fundamentación.....	11
2.2	MARCO LEGAL.....	22
2.3	MARCO CONCEPTUAL.....	23
2.4	HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	27
2.4.1	Hipótesis General.....	27
2.4.2	Hipótesis Particulares.....	27
2.4.3	Declaración de variables.....	28
2.4.4	Operacionalización de las variables.....	28

CAPÍTULO III	32
MARCO METODOLÓGICO	32
3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	32
3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA.....	33
3.2.1 Características de la población.....	33
3.2.2 Delimitación de la población.....	34
3.2.3 Tipo de muestra.....	34
3.2.4 Tamaño de la muestra.....	35
3.2.5 Proceso de selección.....	36
3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS.....	36
3.3.1 Métodos teóricos.....	36
3.3.2 Métodos empíricos.....	38
3.3.3 Técnicas e instrumentos.....	38
3.4 EL TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN.....	38
CAPÍTULO IV	40
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	40
4.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	40
4.2. ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS.....	41
4.3. RESULTADOS.....	54
4.4. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.....	55

CAPÍTULO V.....	57
PROPUESTA.....	57
5.1 TEMA.....	57
5.2 FUNDAMENTACIÓN.....	57
5.3 JUSTIFICACIÓN.....	60
5.4 OBJETIVOS.....	60
5.4.1 Objetivo General de la propuesta.....	60
5.4.2 Objetivos específicos de la propuesta.....	61
5.5 UBICACIÓN.....	61
5.6 FACTIBILIDAD.....	62
5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.....	62
5.7.1 Actividades.....	88
5.7.2 Recursos, Análisis Financiero.....	99
5.7.3 Impacto.....	102
5.7.4 Cronograma.....	102
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.....	103
CONCLUSIONES.....	104
RECOMENDACIONES.....	105
BIBLIOGRAFÍA.....	106
LINCOGRAFIA.....	107

ANEXOS.....	108
Anexo 1.....	109
Anexo 2.....	111
Anexo 3.....	112
Anexo 4.....	113
Anexo 5.....	114

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1.

Operacionalización de las variables..... 28

Cuadro 2.

Población total del Cantón El Triunfo según Censo 2010 realizado por el INEC..... 34

Cuadro 3.

Estratificación por grupo de edad y sexo de la población del Cantón El Triunfo según Censo 2010 realizada por el INEC..... 34

Cuadro 4.

Tamaño de la muestra estratificada por sexo y con cifras relativas..... 35

Cuadro 5.

Posibles clientes estratificados por edad y sexo del cantón El Triunfo..... 36

Cuadro 6.

Variedad de Género encuestado..... 41

Cuadro 7.

Conocimiento acerca de servicios..... 42

Cuadro 8.

Preferencia acerca del servicio..... 43

Cuadro 9.

Variables..... 44

Cuadro 10.	
Afectación de crisis económica.....	45
Cuadro 11.	
Periodo de ajuste presupuestario.....	46
Cuadro 12.	
Lugares de preferencia.....	47
Cuadro 13.	
Criterios.....	48
Cuadro 14.	
Tendencias.....	49
Cuadro 15.	
Empresas dedicadas a la misma actividad.....	50
Cuadro 16.	
Interés de la población.....	51
Cuadro 17.	
Rango de valores.....	52
Cuadro 18.	
Rango de valores.....	53
Cuadro 19.	
Verificación de hipótesis.....	55

Cuadro 20.	
Análisis FODA.....	76
Cuadro 21.	
Matriz FOFA DODA.....	77
Cuadro 22.	
Precios de los servicios que ofrecerá la empresa.....	79
Cuadro 23.	
Recursos operacionales.....	89
Cuadro 24.	
Inversión en activos fijos.....	90
Cuadro 25.	
Depreciación.....	91
Cuadro 26.	
Nómina de sueldos.....	92
Cuadro 27.	
Gastos.....	93
Cuadro 28.	
Costo de ventas.....	94
Cuadro 29.	
Presupuesto de ingresos.....	95

Cuadro 30.	
Inversión del proyecto.....	96
Cuadro 31.	
Estado de resultados.....	97
Cuadro 32.	
Flujo de caja proyectado.....	98
Cuadro 33.	
Balance General.....	99
Cuadro 34.	
Índices financieros.....	99
Cuadro 35.	
Tasa de rendimiento.....	100
Cuadro 36.	
Razones financieras.....	101
Cuadro 37.	
Cronograma.....	102

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.

Origen del catering..... 8

Figura 2.

Mapa de la ubicación del Cantón El Triunfo..... 61

Figura 3.

Logotipo de la empresa..... 78

Figura 4.

Volantes..... 81

Figura 5.

Tarjeta de presentación..... 82

Figura 6.

Tríptico de la empresa..... 83

Figura 7.

Tríptico de la empresa..... 84

Figura 8.

Afiche del paquete JUNIOR..... 85

Figura 9.

Afiche del paquete SENIOR..... 85

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.

Variedad de género encuestado..... 41

Gráfico 2.

Conocimiento acerca de servicios..... 42

Gráfico 3.

Preferencia acerca del servicio..... 43

Gráfico 4.

Variables..... 44

Gráfico 5.

Afectación de crisis económica..... 45

Gráfico 6.

Periodo de ajuste presupuestario..... 46

Gráfico 7.

Lugares de preferencia..... 47

Gráfico 8.

Criterios..... 48

Gráfico 9.

Tendencias..... 49

Gráfico 10.

Empresas dedicadas a la misma actividad..... 50

Gráfico 11.

Interés de la población..... 51

Gráfico 12.

Rango de valores..... 52

Gráfico 13.

Rango de valores..... 53

Gráfico 14

Organigrama estructural..... 64

Gráfico 15.

Organigrama funcional..... 65

Gráfico 16.

Análisis de las 5 fuerzas de Michael Porter..... 87

RESUMEN

El presente trabajo de investigación nació por la necesidad de contar con un lugar donde se pueda realizar la celebración de cualquier tipo de evento social, con una propuesta diferente e innovadora, para lo cual realizamos una investigación exhaustiva en el Cantón El Triunfo, lugar que es poseedor de un amplio mercado comercial para la creación de este tipo de empresa.

La tesis se desarrolló mediante el empleo de técnicas y métodos de investigación como es la observación directa, método deductivo e inductivo, como técnica de investigación utilizamos la encuesta, además del uso de materiales bibliográficos y virtuales, que fueron de mucha ayuda para el desarrollo de esta tesis.

La creación del centro de eventos sociales “CHIC EVENTOS” se implementará en el Cantón El Triunfo, porque aquí no existe una empresa que se dedique a brindar un servicio completo a los habitantes del Cantón al momento de que ellos deseen realizar la organización de cualquier tipo de evento social, esto lo pudimos determinar mediante los resultados obtenidos de las encuestas realizadas.

Esta propuesta tendrá definida su filosofía corporativa lo cual comprende la misión, visión, valores, objetivos generales y específicos de la empresa, además de la descripción del equipo de trabajo y del estudio legal para conocer a que reglamentos, ordenanzas y leyes nos tendremos que sujetar al momento de ejecutar este proyecto.

Además se realizó el diseño de un logotipo, el cual es la imagen de nuestra empresa, para ser identificados por los habitantes del Cantón, quienes serán atendidos de la mejor manera por nuestro equipo de trabajo altamente calificado, logrando la confianza y fidelidad de cada una de las personas que adquieran nuestro servicio.

Para concluir con este trabajo de investigación se efectuó las respectivas conclusiones y recomendaciones, las mismas que deberán ser tomadas en consideración para mejorar las actividades administrativas y operativas de esta nueva opción de negocio en el Cantón El Triunfo.

ABSTRACT

This research work was born from the need for a place where you can make the conclusion of any type of social event, with a different and innovative proposal, for which we carry out extensive research in the village of El Triunfo, a place that is possessor of a large commercial market for creating such a company.

The thesis is developed through the use of research techniques and methods such as direct observation, deductive and inductive method, as an investigative technique used the survey and the use of library materials and virtual, were very helpful for the development of this thesis.

The creation of the center of social events "CHIC EVENTS" will be implemented in the village of El Triunfo, because here there is a company that is dedicated to providing a complete service to the residents of Canton when they wish to pursue the organization of any kind social event, that we could be determined by the results of surveys.

This proposal will have defined its corporate philosophy which includes the mission, vision, values, aims and objectives of the company, in addition to the description of team work and study to meet that legal regulation, ordinances and laws we have to hold when executing this project.

Addition was carried out to design a logo, which is the image of our company, to be identified by the residents of Canton, who will be served in the best way for our team of highly qualified, making the trust and loyalty of each people who purchase our service.

To conclude this research was conducted the respective findings and recommendations, the same should be taken into consideration to improve administrative and operational activities of this new option for business in Canton El Triunfo.

INTRODUCCIÓN

En épocas anteriores las familias que realizaban sus diversas celebraciones no se preocupaban en la decoración puesto que no existían locales donde podrían encontrar todos los productos y servicios necesarios para realizar la organización completa de sus eventos sociales.

Actualmente se han formado nuevas ideologías para la decoración e implementación de materiales en un evento social, ya que con el pasar de los años este negocio ha ido evolucionando en el campo social y se ha mantenido como un boom a nivel mundial.

Por este motivo y en vista a la necesidad que hemos encontrado en el Cantón El Triunfo, hemos decidido realizar este proyecto para que las familias a la hora de buscar cosas novedosas y económicas para organizar sus eventos sociales, sientan la comodidad de comprarlo todo en un solo lugar.

Nuestro objetivo en sí es observar la creatividad y el emprendimiento que tienen los habitantes al momento de organizar sus celebraciones, con el fin de determinar el grado de aceptación al momento de nosotros crear el centro de eventos sociales dentro del Cantón en el que ellos habitan.

Además para satisfacer la demanda que habrá por parte de los habitantes, ofreceremos productos y servicios de buena calidad y a precios económicos que se ajustarán a su presupuesto, también ofreceremos una variedad de promociones para que las diferentes clases sociales puedan disfrutar de nuestro servicio.

El mundo competitivo donde nos desarrollamos nos exige innovar cada día, por lo tanto nuestro compromiso con los clientes es de permitirles realizar sus distintas celebraciones dentro de un lugar confortable y acogedor para que ellos y sus invitados se deleiten y disfruten de su fiesta sin tener ninguna preocupación, ya que nosotros nos encargaremos de todos los por menores que conlleva la realización de un evento social.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

En el cantón El Triunfo se observa una falta de creatividad por parte de sus habitantes, esto se debe a la falta de presupuesto y emprendimiento que se necesita para ofrecer productos y servicios de calidad, que puedan satisfacer a la colectividad la necesidad de celebrar sus momentos especiales con la comodidad y elegancia que amerita.

A medida que se van realizando eventos sociales dentro de la localidad, podemos palpar que existe una falta de innovación en cuanto a decoración y organización de estos eventos, debido al desconocimiento que tiene el cliente hacia las nuevas tendencias que se manejan actualmente; por otro lado, la crisis económica que se da en el país, provoca que los habitantes se sientan desmotivados al no poder cubrir los altos costos que esto conlleva; puesto que no se ajustan a su presupuesto debido a las pocas facilidades que el sector bancario les ofrece para obtener un crédito.

Los problemas socio-económicos de éste cantón originados por una administración política inestable, ha ocasionado que la población no se arriesgue a emprender negocios con una visión macro empresaria sino más bien que se mantenga el mismo estilo visionario hacia el pasado, delimitando a la población en su progreso en cuanto a ideas y proyectos encaminados al buen desarrollo de la sociedad en general.

Pronóstico

Al no aplicar nuestro proyecto en el Cantón El Triunfo, la población seguirá realizando sus eventos sociales en ambientes pocos confortables para sus invitados, con un servicio deficiente; provocando que estos dejen de asistir e influyendo hacia la visión retrospectiva de la situación.

Control del pronóstico

Al momento de aplicar nuestro proyecto en el Cantón El Triunfo nos comprometemos con los habitantes a satisfacer todas sus demandas, tomando en cuenta sus expectativas y presupuesto para lograr un evento exitoso acompañado del deleite total de sus invitados; los cuales disfrutaran de un lugar confortable y del mejor servicio que les ofreceremos; ya que nos vamos a encargar de todos los detalles que llevan la organización de éste.

1.1.2 Delimitación del problema

País: Ecuador

Región: Costa

Provincia: Guayas

Cantón: El Triunfo

Sector: Urbano

Área: Eventos Sociales

1.1.3 Formulación del problema

¿Por qué no existe innovación entre los pobladores al momento de ofrecer un servicio completo con la calidad que requiere, al momento de planificar y organizar eventos sociales dentro de la localidad, que esté acorde a las necesidades y expectativas del cliente?

1.1.4 Sistematización del problema

¿Qué problemas afectan a la población para que no se organicen eventos sociales trascendentales?

¿En que incide la crisis económica al momento de organizar un evento social?

¿En que incide el ambiente competitivo que tiene éste cantón para emprender un centro de eventos?

¿En que afecta tener una población despreocupada de temas en el que la globalización es el protagonista?

1.1.5 Determinación del tema

Prestación de servicios para la planificación, diseño, coordinación y control de todo evento social que se realice en el cantón El Triunfo.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo general

Identificar la creatividad de los habitantes del Cantón El Triunfo, mediante la observación de sus actitudes al momento de encontrar un lugar para organizar sus distintas celebraciones, con el fin de determinar la posibilidad de la creación de un centro organizador de eventos sociales.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Diagnosticar el ambiente competitivo en el que estamos rodeados para evaluar diferentes indicadores los cuales nos ayudaran a ajustar nuestros costos a un nivel equitativo.
- Identificar los servicios y productos a ofrecer para satisfacer la demanda.
- Reconocer las nuevas tendencias para ofrecer un servicio de calidad e innovador.
- Identificar las diferentes clases sociales existentes dentro de la población para promocionar paquetes de servicios según el presupuesto.

1.3 JUSTIFICACIÓN

El cantón El Triunfo es un mercado productivo donde en la actualidad no satisface de manera amplia y profesional la demanda de servicios que se originan en la organización completa de un evento, donde el directivo de la empresa desea recibir toda la asesoría, servicios y productos que necesite para realizar la actividad deseada de acuerdo a sus gustos y preferencias. Por ende nace la necesidad de encontrar lugares donde hallar un servicio completo a la hora de celebrar cualquier acto social.

Al observar que la demanda de éste servicio va en aumento a pesar de la falta de recursos por parte de los habitantes, consideramos que dicho factor es un impedimento al momento de realizar la contratación de un servicio completo para la organización de un evento social.

A pesar de la crisis económica que afecta a todo el país y específicamente en esta localidad, hemos considerado necesario implementar una amplia gama de paquetes promocionales personalizados sin bajar la calidad del servicio contratado, tomando en cuenta sus expectativas y presupuesto.

Proponemos realizar un estudio previo de las nuevas tendencias y lo que requiere el mercado en la actualidad para tener éxito en el desenvolvimiento de esta idea propuesta y así llegar a ser rentable y exclusivo al momento de atender al cliente, lo que hará que la demanda crezca para que este negocio obtenga las utilidades esperadas.

Cabe recalcar que la ejecución de este proyecto estará encaminada a poseer un alto nivel de calidad en todos sus aspectos, aportando de esta manera al desarrollo socio-económico de este Cantón.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.2.1 Antecedentes históricos

Se denomina **catering** o **cáterin**, en su escritura castellanizada, al servicio de alimentación institucional o alimentación ajustada que proporciona una cantidad determinada de comida y bebida en fiestas, eventos y presentaciones de diversa índole.

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

Tanto en las reuniones importantes del mundo empresarial como en las presentaciones de espectáculos o en las *vernissages* de las exposiciones plásticas, se recurre al servicio de catering para agasajar a los invitados. Ahora daremos a conocer como se dio por primera vez el catering a nivel mundial y aquí en el Ecuador.

La reseña que a continuación se incluye es tomada de la Historia de la Cocina Gourmet: Nacimiento del Catering.¹

¹ Catering.- Significado e Importancia en el Diccionario Panhispánico de Dudas
<http://buscon.rae.es/dpdI/SrvltConsulta?lema=c%C3%A1terin>

Aquel 5 de mayo de 1936, el jefe de cocina Xavier Maier, ultimaba los detalles para servir una cena liviana pero delicada, para los 36 comensales que iban llegando al elegante salón a cuyo cargo estaba Steward Heinrich Kubis y sus siete ayudantes. Entre los concurrentes, se encontraba el coronel de la Luftwaffe, Fritz Herdmann; Herman Doehner, importador de productos farmacéuticos que residía en México; Otto Hernst, importante broker del algodón, banqueros y empresarios.

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

El chef Maier tenía bajo su mando a cuatro cocineros que como era habitual, sobre los últimos minutos, corrían nerviosamente por aquella bien equipada cocina, para entregar los platos de entrada compuestos de una ensalada de radicchio, tomate y zanahoria juliana, aderezada con aceite de oliva aromatizada con albahaca. El menú continuó con un lenguado cubierto de una salsa de setas y patatas cocidas a la inglesa. De postre, helado de pistacho bañado en un culí de frutos del bosque y el café, estuvo acompañado de una porción de apfelstrudel con nata.

Sin embargo, en diciembre de ese mismo año, se inauguró la primera cocina en tierra para la preparación de platos elaborados, dentro de un hangar en Oakland, California, dándose así el primer paso hacia el futuro desarrollo del catering.

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

En 1945 dos inventores van a revolucionar el servicio de cocina a bordo de las aeronaves; Clarence Birdseyes que ya había desarrollado en 1922 la técnica de congelación rápida y William Maxon, inventor del horno de convección para

descongelar las comidas preparadas que él mismo había ideado. Ambas técnicas se complementaron, permitiendo la preparación de comidas calientes en la misma cocina del avión, denominada Galley en la jerga aeronáutica.

Por eso las aerolíneas y empresas de catering, debieron aunar esfuerzos para desarrollar recetas y menús que satisficieran las necesidades de un público cada vez más exigente en materia gastronómica y durante mucho tiempo, la comida servida a bordo de las aeronaves, fue un factor determinante en el momento de elegir una compañía aérea.



Figura 1. Origen del catering

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

En nuestro país encontramos empresas especializadas en catering, no solamente para empresas, sino también para ocasiones extras, como lo son, eventos familiares, reuniones de negocios, etc.²

² *Historia de la Cocina Gourmet. Nacimiento del Catering aéreo. Elaborado por: Miguel Krebs.*
<http://www.historiacocina.com/gourmets/articulos/dirigible.htm>

Los competidores que ofrecían alimentos de baja calidad no permanecieron mucho tiempo en el negocio. La calidad se medía por la frescura y el buen sabor: La fiabilidad en la entrega abarcaba tanto la puntualidad como el tiempo requerido para atender los pedidos del cliente (en efecto, el tiempo de entrega del pedido). La flexibilidad se refería tanto a la gama de solicitudes que una compañía de servicios de alimentos podía satisfacer, como a la variedad del menú.

Los clientes exigían mayor flexibilidad en el menú y tiempos de respuesta más cortos.

Pequeñas empresas dedicadas a servir alimentos especializados han incursionado en el mercado y cuentan con segmentos específicos de mercado, bien definidos y enfocados.³

2.1.2 Antecedentes Referenciales

Razón Social: Club Hípico de Santiago S.A.

Domicilio Legal: Av. Blanco Encalada 2540. Santiago, Chile.

Rol Único Tributario: 90.212.000-9

Giro: Hipódromo

Fundado en el año 1869 como el primer centro hípico de la capital destinado a las carreras de caballos, el Club Hípico de Santiago tuvo su inauguración oficial, así como sus primeras carreras el 20 de septiembre de 1870, bajo la dirección de su primer presidente, don Francisco Baeza Sotomayor.

Ubicado en los terrenos aledaños al barrio República, uno de los más elegantes y tradicionales del Santiago antiguo, el recinto contó desde sus inicios con la actual ubicación y el diseño de sus canchas orientado de norte a sur, donde sus tribunas miran hacia el imponente macizo de la Cordillera de los Andes.

³ *CATERING SERVICE.- Caso de Estudio*
<http://www.unlu.edu.ar/~ope20156/pdf/catering.pdf>

Refinadas señoras y distinguidos caballeros llegaban hasta las dependencias del Club Hípico de Santiago para compartir con lo más selecto de la vida social de la época, al mismo tiempo que disfrutaban del mejor espectáculo hípico del país.

Sus primeras tribunas fueron, de acuerdo a la moda de entonces, un airoso edificio de madera y cristal, edificación que sufrió un incendio devastador que la arruinó completamente en 1892. En poco tiempo se reconstruyeron las tribunas, ésta vez en hierro y cristal a la usanza de la época, lo que mejoró notablemente en comodidades para el público. El actual edificio, obra monumental del afamado arquitecto chileno don Josué Smith Solar, fue inaugurado el 7 de abril de 1923, así como la imponente tribuna, cuya principal característica es la gran marquesina volada de hormigón armado, considerada toda una proeza estructural en su época y a la fecha, un hito importante de la ciudad de Santiago.

Construidas las áreas de tribuna galería a imagen y semejanza del hipódromo francés de Longchamp, 80 hectáreas de parques y verdes prados es lo que rodea al Club Hípico de Santiago.

Así como su imponente fachada, la fuente de agua, sus majestuosas puertas de fierro fundido, la hermosa Pérgola, los salones Old Boy y Mármol son la característica principal de este centro hípico, la conocida Concha Acústica también aporta su sello. Ubicada en el frente norte junto al acceso peatonal y rampa que antiguamente se usaba para el acceso de los caballos a la pista, en ella solía tocar la banda de música que acompañaba en las grandes ocasiones hípicas.

Designado en la categoría de Monumento Histórico desde el año 1992 por su contribución a la ciudad, Club Hípico de Santiago ha sido, a lo largo de su historia, visitado por grandes personalidades tales como el ex Presidente de EE.UU., Theodore Roosevelt; los Príncipes Enrique de Prusia; Fernando de Baviera; Humberto de Saboya; y Eduardo de Windsor, Príncipe de Gales. También se suman a esta lista de visitas ilustres la Reina Isabel II de Inglaterra, el Príncipe Felipe de Borbón y Sara Ferguson, Duquesa de York, así como Presidentes y Embajadores internacionales.

Cuenta con grandes salones, acogedores comedores, terrazas al aire libre y un entorno de naturaleza confortable, son algunas de las alternativas que podemos ofrecer para la realización y organización de sus distintos eventos sociales. Su infraestructura permite ampliar al máximo la creatividad para la realización desde el más simple hasta el más sofisticado y espectacular evento. Además, en este recinto único en el país, usted puede tener la posibilidad de dar un realce singular a la ocasión, solicitando una verdadera carrera de caballos por motivos de su evento. ⁴

2.1.3 Fundamentación

Fundamentación científica

Origen

Los eventos sociales son parte de la vida de la mayoría de la gente, ya que es muy común asistir de invitados a fiestas de cumpleaños, de bodas, a eventos culturales y otros tipos de eventos sociales. Cuando hablamos de eventos sociales nos estamos refiriendo a un suceso importante y programado que puede abarcar cualquier área social, artística, deportiva y los mismos pueden presentarse como seminarios, talleres, conferencias, inauguraciones, exposiciones entre otros.

El tipo de evento determinará la finalidad del mismo, aunque generalmente los eventos sociales se organizan con el principal objetivo de que la gente invitada se relacione entre sí.

Son muchos los tipos de acontecimientos sociales con los que nos podremos encontrar, pero sin lugar a duda, los más habituales son las fiestas. En este caso debemos indicar que aunque la mayoría de ellas tienden a realizarse en un ambiente algo más privado, poseen todas las características para que puedan considerarse como tal, además, una fiesta no solo es motivo de celebración, sino que también es mucha la gente que interactúa entre sí, y precisamente por esta razón, las fiestas son consideradas eventos

⁴ Fiesta Oficial Club Hípico de Santiago <http://www.congresomundialtrabajo2012.com/fiesta-oficial-club-h%C3%ADpico-de-santiago>

sociales. De todos modos es justo que se consideren las características de la misma a la hora de la organización, ya que no es lo mismo organizar una fiesta de boda que organizar una fiesta de cumpleaños, pero aun así, los factores que se deben tener en cuenta durante su planeamiento son básicamente los mismos.

También es importante destacar que si bien en este caso, la finalidad del evento es la celebración, como bien dijimos anteriormente, es importante también lograr un ambiente ameno, en donde la gente se pueda distender, divertirse y relacionarse entre sí.

Este no es el caso que se presenta en aquellos eventos sociales constituidos en una institución que tienen por motivo la presentación de algún nuevo producto; a este tipo de evento se le da la denominación de “evento corporativo” y la lista de invitados que se maneja suele estar llena de nombres influyentes debido a que la finalidad de la empresa es conseguir inversores para que precisamente inviertan en su producto y así puedan lanzarlo al mercado. Como bien podemos concluir, en los eventos sociales de este tipo, la interacción de la gente queda en un segundo plano ya que todos los invitados deben estar pendientes del producto que está siendo presentado. Algo muy similar ocurre en aquellos eventos sociales culturales en los cuales, por ejemplo, se realiza una muestra artística o exposición de algún tipo en donde las personas que concurrirán al mismo son aquellas cuyo interés este situado en el arte o bien, en el artista titular de la exposición; es importante que se tenga en cuenta que cuando los eventos sociales giran en torno a una presentación o a una exposición y no a una celebración, la finalidad es que los invitados interactúen con la misma para que puedan determinar sus opiniones personales acerca del objeto en cuestión.

De todos modos, a pesar de las diferencias en las finalidades de cada uno de estos eventos sociales, los mismos poseen el mismo método de organización que involucra una lista de invitados, la contratación de servicios especiales, como pueden ser los servicios de catering, de camareros, en algunos casos de entretenimiento, valet parking, etc. Y por supuesto un lugar físico en el cual se pueda transcurrir el evento.

La organización de los eventos sociales siempre será llevada a cabo por un profesional que se dedique exclusivamente a este labor ya que por lo general, son muchos los que

prefieren desligarse de las responsabilidades, el tiempo y el esfuerzo de trabajo que representa la misma, por ello también es importante que destaquemos que son muchas las empresas que dedican exclusivamente a la organización de eventos sociales.

En este sentido cabe indicar el hecho que, al tratarse de profesionales que ya están muy acostumbrados a este trabajo, la persona que esté a cargo del evento social, solo debe aportar su participación en aspectos tales como la decoración, las características de los servicios que serán contratados y las instalaciones entre otros. También es esencial que se tenga en cuenta que son muchas las empresas de organización de eventos sociales que proporcionan diferentes paquetes de eventos en donde se encuentran presupuestados todos y cada uno de los servicios con diferentes opciones que se adaptan perfectamente a los gustos, preferencias y pretensiones de los responsables del evento, y esto resulta ser un método muy conveniente para la organización ya que, el hecho de tener que contratar todos los servicios por separado y por otra parte al organizador de eventos sociales, no solo representa una complicación en cuanto a la organización, sino que también, constituye una inversión mucho más grande.⁵

Evolución

El mercado de eventos tanto sociales como corporativos está dando claras muestras de recuperación tras la crisis económica que afectó al país entre los años 2000 y 2001. Desde 2002, los eventos crecieron en cantidad y calidad, además de que paulatinamente vuelve a ganar ubicación como sede de reuniones empresariales y sociales.

“La satisfacción de un buen evento social está en su excelente organización”

Son catalogados como sucesos importantes y programados que pueden abarcar cualquier área social, artística, deportiva y los mismos pueden presentarse como seminarios, talleres, conferencias, inauguraciones, exposiciones, entre otros.

⁵ Planificación de Eventos Sociales. Fiestas de boda <http://www.fiestasdeboda.com/eventos-sociales/>

El tipo de eventos fijara el propósito de la misma, aunque habitualmente los eventos sociales se organizan con el principal objetivo de que la gente invitada se relacione entre si y estos se dividen fundamentalmente así:

- 1) evento social: principalmente destinado a la diversión de los invitados como son bodas, bautizos, fiestas de cumpleaños, despedidos de solteras y solteros, entre otras
- 2) eventos corporativos: encaminadas a vincular, incentivar, capacitar, promover, promocionar, comunicar, a las empresas con sus asociados, trabajadores, clientes, y al público en general
- 3) eventos públicos: mejor conocidos como eventos masivos como conciertos, festivales, desfiles, concursos y culturales

Para el buen resultado de la organización de un evento siempre será realizada por un equipo de trabajo profesional.

Son muchos los tipos de eventos sociales con los que nos podremos encontrar, pero sin lugar a duda, los más habituales son las fiestas. En este caso debemos decir que aunque la mayoría de ellas tienden a realizarse en un ambiente algo más privado, poseen todas las características para que puedan considerarse como tal, además, una fiesta no solo es motivo de celebración, sino que también es mucha la gente que interactúa entre sí, y precisamente por esta razón, las fiestas son consideradas eventos sociales. De todos modos es preciso que se consideren las características de la misma a la hora de la organización, ya que no es lo mismo organizar una fiesta de boda que organizar una fiesta de cumpleaños, pero aún así, los factores que se deben tener en cuenta durante su planeamiento son básicamente los mismos.

La finalidad del evento es la celebración, es importante también lograr un ambiente ameno, en donde la gente se pueda distender, divertirse y relacionarse entre sí.

Entonces también decimos que los eventos sociales organizados en una empresa que tienen por motivo la presentación de algún nuevo producto; a este tipo de evento se le da la denominación de “evento corporativo” y la lista de invitados que se maneja suele estar llena de nombres influyentes debido a que la finalidad de la empresa es conseguir

inversores para que precisamente inviertan en su producto y así puedan lanzarlo al mercado. Como bien podemos deducir, en los eventos sociales de este tipo, la interacción de la gente queda en un segundo plano ya que todos los invitados deben estar pendientes del producto que está siendo presentado.

También decimos que es similar a los eventos sociales culturales en los cuales, por ejemplo, se realiza una muestra artística o exposición de algún tipo en donde las personas que concurrirán al mismo son aquellas cuyo interés este situado en el arte o bien, en el artista titular de la exposición; es importante que se tenga en cuenta que cuando los eventos sociales giran en torno a una presentación o a una exposición y no a una celebración, la finalidad es que los invitados interactúen con la misma para que puedan determinar sus opiniones personales acerca del objeto en cuestión.

Una feria es un evento social, económico y cultural establecido, temporal o ambulante, periódico o anual que se lleva a cabo en una sede y que llega a abarcar generalmente un tema o propósito común. Puede tener por objetivo primordial la promoción de la cultura, alguna causa o estilo de vida, generalmente en una forma divertida y variada; más comúnmente el objetivo es la estimulación comercial, pues tiene la finalidad de lucro o de generar ganancias para las localidades anfitrionas, personas u organizaciones patrocinadoras, y participantes hospitalarios, a cambio de un tiempo grato que incluye diversión y entretenimiento, participación en juegos de azar y de destreza, alimentos, manjares y golosinas, objetos, o juguetes, etc., para los participantes invitados y negociantes, ya sean estos menores o mayores de edad, dependiendo del evento, consignas, características, costumbres locales y leyes que rigen el lugar.

También festivales que son acontecimientos o celebraciones que cuentan con la organización de la comunidad o municipio de un lugar determinado y pueden ser de música, étnicos, de las artes, de cine, de teatro, literario, alternativo, entre otros.

Los eventos más sobresalientes son se encuentra en la convención, que es la reunión de especialistas o fanáticos de un tema determinado que fijan un punto y una fecha de encuentro para intercambiar ideas, análisis, opiniones, materiales sobre el tópico en

cuestión. Un ejemplo pueden ser las convenciones de fans de un grupo musical o de médicos clínicos.⁶

Importancia de los eventos sociales

El éxito o fracaso de los eventos sociales depende de la organización y la planeación adecuada, para que estos eventos obtengan buenos resultados es necesario definir el tipo de evento que se va a realizar y tener muy en cuenta el presupuesto, De acuerdo con la responsabilidad económica, los eventos sociales pueden ser patrocinados, autofinanciables o pagados.

La decoración que se va a utilizar para el evento es de suma importancia ya que abarca grandes detalles primero que todo en la escogencia del salón, la mantelería, los centros de mesa tienen que llamar mucho la atención, las mesas, las sillas en fin todo esto que hará que los invitados se sientan en un ambiente muy llamativo y original.

En cuanto a escoger el grupo o músico que va a amenizar la fiesta es importante saber que este artista tiene que ser reconocido para que la gente se anime aun más para ir a la fiesta y le quede como una experiencia inolvidable , además la música es uno de los elementos primordiales para hacer lucir la fiesta ya que las personas tienden a emocionarse con cierto tipo de música y no hay nada mejor que en esos momentos tomar fotografías y plasmar todo lo que se siente al estar reunidos bailando y disfrutando aquel instante.

Por otro lado es necesario contar con el mejor equipo de fotografía y video para tener recuerdos inolvidables de esos momentos tan inolvidables como son las bodas, los quince años, los grados etc.

Para el protocolo es importante escoger muy bien el menú que se ofrecerá y ojala no servirlo muy tarde y no hacer esperar al invitado. Tratar en lo posible de cumplir puntualmente todo lo planeado a la hora planeada y no hacer esperar mucho al invitado, también cabe destacar la ubicación de las mesas que quede suficiente espacio

⁶ Andrea Consuelo-Organización de Eventos <http://andreaconsueloeventos.blogia.com/2011/032603-importancia-de-los-eventos-sociales.php>

para que la gente pueda circular libremente sin tropiezos de ningún tipo, además es necesario contar con la presencia de dos guardias que estén pendientes de todo lo que acontece en caso de que se presente algún inconveniente. Es importante destacar que la persona encargada del protocolo debe ser extrovertida, debe tener un manejo o dominio escénico excelente, saber manejar la voz y tener una lectura impecable, ser responsable, amable y lo más importante trata muy bien a los asistentes.

Actualidad

En la actualidad debido al ritmo de vida que llevan los empresarios la demanda de eventos se hace cada vez más exigente lo cual nos brinda la oportunidad de ofrecerles esparcimientos, haciéndolos sentir bien dentro de la compañía puesto que los empleados como clientes internos son fundamentales para la misma, como bien sabemos un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos. Es por ello que se pretende crear un plan de negocio para que el ejecutivo como dueño de la empresa obtenga mayor cobertura, brindar calidad en el servicio y de ese modo captar un mayor número clientes.

Conclusiones

La organización de eventos es una tarea que requiere de mucha preparación y planeación para nosotros como futuros organizadores ya que se deben tener en cuenta muchos detalles para que todo salga a la perfección y tanto el invitado como el anfitrión queden satisfechos con el servicio prestado.

En conclusión un evento cualquiera que sea fiesta de matrimonio, de quince años, la primera comunión, una cena o un cóctel etc. entre amigos o gente diferente ya sea gerentes, animadores, personajes importantes, personajes empresarios etc., para que gocen sin preocupaciones por el lugar, los músicos, los meseros, el menú, los licores, la decoración o las flores, es que este bien organizado y que tenga un ambiente cálido y

completo para su satisfacción tanto como para el planeador y sus receptores en todas las reuniones existentes globalmente.⁷

Fundamentación estratégica

Análisis PEST:

Todas las empresas, cualquiera que sea su actividad económica o su razón social, si excepción están limitadas y estructuradas bajo unos lineamientos y parámetro del entorno según las estrategias establecidas por su analistas económicos, que cumplen funciones de regulación, pueden llegar a ser limitantes o pueden generar oportunidades.

Las empresas también pueden ser motores de desarrollo e influencia dentro de la sociedad y dentro de su entorno y así mismo la sociedad y el entorno pueden ser influencia para la empresa y en ocasiones la determinan. Con el fin de conocer la influencia de la empresa en el entorno y viceversa se hará el análisis PEST; el cual consiste en analizar la empresa bajo la perspectiva de cuatro variables: lo político, lo económico, lo social y lo tecnológico.

Político:

A nivel político debe cumplir con las normas que exige el gobierno y bajo las cuales todas las empresas sea cual sea su razón social deben ceñirse.

Entre esas normas y formalidades legales se encuentra: registro en la Cámara de Comercio, registro tributario, registro de cobro y pago de IVA y Registro de Sanidad; estas formalidades legales afectan a la empresa, ya que la legalidad de la empresa depende del correcto diligenciamiento de estas normas; sin éstas, la empresa probablemente no podría funcionar, su gestión se vería afectada y no podría tener una imagen legal y formal frente al gobierno.

⁷ Dianaeventos. Importancia de los Eventos Sociales. Elaborado por: Lorena Arrieta
<http://dianaeventos.blogia.com/2011/032702-importancia-de-los-eventos-sociales.php>

En ocasiones esto se convierte en un obstáculo de crecimiento económico para la empresa ya que la cartera de la empresa es muy grande, genera un mal clima dentro de la organización y limita los recursos económicos.

Económico:

A nivel económico se ve afectada en los cambios y la inestabilidad de la economía del país, debido al cambio de algunos de los indicadores económicos como: la inflación, el PIB, el cambio en los productos de la canasta familiar, la canasta familiar en sí misma y los factores climáticos. Estos factores son tal vez los más significativos para la empresa ya que, estos son los que determinan el buen desempeño de la empresa.

Por un lado, la canasta familiar determina la variedad de los productos básicos alimenticios, tanto de abarrotes como de víveres, determina el precio de los productos y la estabilidad del mismo; el clima incide en las cosechas, las cosechas en la oferta de los productos y la oferta de los productos incide en el precio y lo determina, lo que significa que cuando hay escases de algún producto (por lo general estos eventos ocurren en más de un producto a la vez) la empresa tiene dos posibilidades suprimir o disminuir el uso de dicho producto o aumentar los costos de producción afectando así la disponibilidad de sus clientes y corriendo el riesgo de perder contratos; generalmente la empresa recurre a la primera opción, logrando mantener los mismos estándares de calidad.

Estos indicadores pueden llegar a afectar el desempeño de la empresa no sólo internamente sino también externamente, ya que de estos indicadores dependen la mayoría de las actividades económica del país, el costo de vida y la capacidad de compra del servicio por parte de los clientes directos e indirectos de la empresa.

Social:

A nivel social, se ve afectada internamente en cuanto a la alteración de las políticas laborales y económicas del país que logren afectar a sus colaboradores (tal vez el activo más importante con el que cuenta la empresa) y en general a la totalidad de sus recursos humanos.

Externamente, afecta a la sociedad, en cuanto a que su razón empresarial está dirigida y/o enfocada hacia la prestación de un servicio, que busca a su vez satisfacer determinadas necesidades de una población en específico. El compromiso y la responsabilidad más importante de, está con la sociedad y en especial con aquellas personas hacia las cuales está dirigido su servicio.

Tecnológico:

Aunque el servicio de catering y decoración, tiene un proceso tecnológico lento a comparación de otros países de Latino América, poco a poco ha logrado implementar nuevas herramientas tecnológicas tanto para la elaboración y manipulación de alimentos como para la prestación del servicio.

No obstante la empresa entiende que los avances tecnológicos entran a los mercados a gran velocidad, por lo tanto esto le exige estar en constante contacto con estos cambios y realizar las innovaciones pertinentes y necesarias con las exigencias y necesidades tanto de sus clientes como del mercado. De esta forma, garantizará ser pionera en innovación y en recursos tecnológicos y tendrá un factor diferencial muy importante frente a su competencia.

El hecho de que la empresa desee que se incluya dentro de sus servicios el “Catering”, la define y convierte en una empresa cuya actividad y razón de ser está enfocada principalmente en el servicio. La palabra catering se define como: “El servicio dedicado a proveer el servicio de comida y bebida en fiestas, eventos, presentaciones, bodas y otros tipos de eventos”. Puede incluir desde la propia comida, la bebida, la mantelería y los cubiertos, hasta el servicio de cocineros, camareros y personal de limpieza posterior al evento. Tanto en las reuniones importantes del mundo empresarial como en las presentaciones de espectáculos, se recurre al servicio de catering para agasajar a los invitados y agradecerles en cierta forma su presencia. Este término también incluye al servicio que prestan los restaurantes.”

La razón por la cual el servicio es tan importante y necesario, se encuentra implícita en el nombre de la empresa pues, al incluir la palabra catering están dando por hecho que

son una empresa dedicada a brindar un servicio personalizado que incluye la elaboración y entrega de alimentos también.

Ellos se preocupan por que constantemente se esté innovando en la elaboración de nuevos menús y en ampliar la variedad en cuanto a los productos y servicios que ofrecen dentro de la prestación del servicio. Debido a la concentración de estrategias entorno a la mejora de los alimentos, la empresa ha descuidado el servicio; su mayor potencial y el elemento más importante para competir.

Aunque su producto es el diferencial que tienen como empresa, la clave y la garantía de su éxito depende única y exclusivamente de la prestación del servicio. Así que, esto la convierte en una empresa cuya actividad económica principal se centra en la prestación de un servicio, los alimentos que elaboran se convierten entonces, en parte del portafolio de servicios y productos que ésta ofrece a sus clientes.

Desarrollar un proceso claro y definido del servicio que le permita a la organización adaptar e interiorizar los procesos de desarrollo del servicio como parte de su cultura y como garantía para fidelizar clientes, captar nuevos clientes y en cierta forma lograr ser reconocidos y tenidos en cuenta como los mejores en la prestación de servicio de catering en la ciudad.

Para poder crear la propuesta estratégica que logre involucrar a todas las partes de la organización y logre establecer una coherencia entre todos los involucrados en la prestación del servicio se tendrán en cuenta los tres públicos principales que hacen parte de la cadena del servicio. La división de estos tres grupos se hizo de la siguiente manera: El cliente, El equipo (cliente interno) y las acciones para desarrollar la estrategia como tal.

En pocas palabras, la relación del cliente con la empresa y de la empresa con el cliente, no va más allá de un trato cordial a corto plazo es decir, solo se da en el momento que se presta el servicio; claro está que, esto no significa que no exista una relación de respeto y fundamentada en la amabilidad.

La necesidad de la empresa está en crear relaciones duraderas, constantes y firmes con sus clientes, que le permitan entenderlo y complacerlo con mayor seguridad y convicción. La experiencia del cliente con la empresa la vamos a lograr por medio de la creación de una cultura del servicio, en la que cada acción que realice el personal de servicio tenga una intención específica y genere una reacción positiva en el cliente. Lo que se busca al crear una cultura de servicio es que en la organización exista un solo mensaje y una sola forma de “hacer” y así mismo estas sean comunicadas al interior de la empresa y se reflejen al exterior.⁸

2.2 MARCO LEGAL

Ley de Compañías

Art. 5.- Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional.

Art. 16.- La razón social o la denominación de cada compañía, que deberá ser claramente distinguida de la de cualquiera otra, constituye una propiedad suya y no puede ser adoptada por ninguna otra compañía.

Art. 26.- El ejercicio económico de las compañías terminará cada treinta y uno de diciembre.

Art. 32.- Las compañías constituidas válidamente conforme a leyes anteriores se sujetarán, en cuanto a su funcionamiento, a las normas de la presente Ley.

Ley de Régimen Tributario Interno

Art. 19.- Obligación de llevar contabilidad.- Están obligadas a llevar contabilidad y declarar el impuesto en base a los resultados que arroje la misma todas las sociedades. También lo estarán las personas naturales y sucesiones indivisas que al primero operen con un capital cuyos ingresos brutos o gastos anuales del ejercicio inmediato anterior, sean superiores a los límites que en cada caso se establezcan en el Reglamento,

⁸ Anteproyecto Trabajo de Grado Aplicado a la Empresa CO-CINE CATERING SERVICE.
<http://www.docstoc.com/docs/21548190/ANTEPROYECTO-TRABAJO-DE-GRADO-APLICADO-A-LA-EMPRESA-CO-CINE>

incluyendo las personas que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares.

Art. 52.- Objeto del impuesto.- Se establece el impuesto al valor agregado (IVA), que grava al valor de la transferencia de dominio o a la importación de bienes muebles de naturaleza corporal en todas sus etapas de comercialización, así como a los derechos de autor, de propiedad industrial y derechos conexos, y al valor de los servicios prestados, en las formas y condiciones que prevé esta ley.

Art. 61.- Hecho generador.- El generador del IVA se verificará en los siguientes momentos:

2. En las prestaciones de servicios, en el momento en que se preste efectivamente el servicio, o en el momento del pago total o parcial del precio o acreditación en cuenta, a elección del contribuyente, hecho por el cual se debe emitir obligatoriamente el respectivo comprobante de venta.

Art. 202.- Obligación de declarar y pagar:

1. Productores de bienes nacionales y prestadores de servicios.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Actividades económicas

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

Atención al cliente

aquel servicio que prestan las empresas de servicios o que comercializan productos, entre otras, a sus clientes, en caso que estos necesiten manifestar reclamos, sugerencias, plantear inquietudes sobre el producto o servicio en cuestión, solicitar información adicional, solicitar servicio técnico, entre las principales opciones y alternativas que ofrece este sector o área de las empresas a sus consumidores.

Buen ambiente

Cuando más de una persona se unen es con un propósito, trabajar en conjunto y lograr una meta.

Calidad

La calidad de un producto o servicio es la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto o servicio y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades.

Catering

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

Celebración

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

Clase social

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

Compartir

El hecho de compartir hace referencia al disfrute en común de un recurso o un espacio. En sentido exacto, hace referencia al disfrute paralelo o uso facultativo de un bien finito, como un lugar de residencia.

Competitividad empresarial

Hace referencia a las diferentes habilidades y técnicas que algunas entidades comerciales llevan a cabo con tal de no sólo obtener los mejores resultados sino también de que esos resultados sean los mejores en el rubro.

Decoración de eventos

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

Evento

En el ámbito empresarial / profesional un evento es un acto que sirve a su empresa para presentar o potenciar un determinado producto/servicio o una determinada marca, o para poder dar a sus clientes la oportunidad de un acercamiento directo a su empresa, lo que facilita en todo caso nuestros objetivos de fidelización frente a la competencia del mercado actual.

Eventos Sociales

Hecho relevante y programado que puede comprender cualquier espacio social, artístico, deportivo y los mismos pueden presentarse como seminarios, talleres, conferencias, inauguraciones, exposiciones entre otros. El tipo de evento establecerá la finalidad del mismo, aunque generalmente los eventos sociales se organizan con el principal objetivo de que la gente invitada se relacione entre sí.

Excelencia personal

La excelencia personal se define como un camino, una actitud mental y una posición ante la vida, en donde el ser humano se siente capaz, buscando siempre más lo mejor. En otras palabras se pueden definir como la manera en que el individuo hace las cosas desarrollando todo el potencial posible, sin perder tiempo en buscar excusas i razones para demostrar que algo no se puede hacer.

Exclusión social

El fenómeno de la exclusión social es un fenómeno muy común hoy en día que se caracteriza por la presencia de grupos de personas que, al no poseer los medios o recursos para sostenerse por sí mismos, caen fuera del sistema y pasan a vivir en la indigencia o máxima pobreza. La exclusión social es una dura realidad en la mayor parte de las sociedades y países del mundo y al representar un fracaso de las políticas gubernamentales, normalmente es ocultada o disimulada en los registros oficiales a fin de que el impacto que ella genere sobre el político de turno no sea tan grande.

Globalización

La globalización es la revolución de las telecomunicaciones y el avance científico-tecnológico que ha permitido que hoy el mundo sea una red. El que está fuera de eso, está fuera del mundo.

Protocolo

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

Relaciones Públicas

Es la rama de la comunicación que se encarga de crear, modificar y/o mantener la imagen positiva ya sea de una empresa, organización, ente público o privado, o persona; y fortalecer los vínculos con todos sus públicos (Internos, externos o indirectos), utilizando diferentes estrategias, técnicas e instrumentos, su misión es generar un vínculo entre la organización, la comunicación y los públicos relacionados, además de convencer e integrar de manera positiva. Es una ciencia en desarrollo que emplea métodos y teorías de la publicidad, marketing, diseño, comunicación, política, psicología, sociología, periodismo, entre otras ramas y profesiones.

Relaciones Humanas

Las Relaciones Humanas son las dirigidas a crear y mantener entre los individuos relaciones cordiales, vínculos amistosos, basados en ciertas reglas aceptadas por todos y, fundamentalmente, en el reconocimiento y respeto de la personalidad humana.⁹

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

La falta de presupuesto y de emprendimiento que se necesita para ofrecer productos y servicios de calidad, produciría una falta de creatividad por parte de los habitantes del Cantón El Triunfo al momento de realizar sus eventos sociales.

2.4.2 Hipótesis Particulares

El desconocimiento que tiene el cliente hacia las nuevas tendencias, ocasiona una falta de innovación en cuanto a decoración y organización de eventos.

La desmotivación que se da en los habitantes al no poder cubrir los altos costos al realizar sus eventos sociales, se debe a la crisis económica que se está dando actualmente en el país.

El sector bancario ofrece muy pocas facilidades de crédito, esto es ocasionado a que dichas instituciones financieras no se ajustan al presupuesto de la población.

Los problemas socio-económicos originados por una administración política inestable, ha producido una falta de emprendimiento en la población delimitándolos a un estilo visionario hacia el pasado.

La disponibilidad de centros de eventos para realizar distintas celebraciones en el Cantón El Triunfo, provocará que los habitantes de dicho cantón disfruten de un lugar confortable y de un buen servicio.

⁹ Tu diccionario hecho fácil, Definición ABC. <http://www.definicionabc.com>

2.4.3 Declaración de Variables

Variables Independientes

Presupuesto

Emprendimiento

Desconocimiento

Nuevas tendencias

Crisis económica

Facilidades de crédito

Problemas socio-económico

Inestabilidad política

Disponibilidad

Variables Dependientes

Creatividad

Innovación

Desmotivación

Costos

Ajuste presupuestario

Visión macro empresarial

Estilo visionario

Delimitación

Lugar confortable

2.4.4 Operacionalización de las Variables

Cuadro 1. Operacionalización de las variables

VARIABLES	DEFINICIÓN	INDICADORES
Presupuesto	Es el cálculo anticipado de los ingresos y gastos de una actividad económica, durante un período, por lo general en forma anual.	Partida Presupuestaria
Emprendimiento	Se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo.	Test de actitudes

Desconocimiento	Hace referencia cuando una persona o varias desconocen un producto o un servicio.	Encuesta
Nuevas tendencias	Es un patrón de comportamiento de los elementos de un entorno particular durante un período. También es la dirección o rumbo del mercado.	Encuesta
Crisis económica	Es un fenómeno mediante el cual el sistema financiero que se rige en un país, en una región o en el planeta entero entra en crisis y pierde credibilidad, fuerza y poder.	Informes económicos
Facilidades de crédito	Es un servicio que las entidades financieras prestan a sus mejores clientes, permitiendo descubiertos en cuenta o crédito sin formalización específica.	Informes económicos
Problemas Socio-económico	Son problemas que afectan como su nombre lo dice, "a la sociedad y a la economía".	Informes económicos
Inestabilidad política	Es una situación de ingobernabilidad que se sucede en un Estado o parte de él, las causas pueden ser varias e influyen en un caos institucional que no permite que las cosas marchen normalmente.	Informes económicos
Disponibilidad	Hace referencia a la posibilidad de que algo, un producto o un fenómeno, esté disponible de ser realizado, encontrado o utilizado.	Encuesta

Creatividad	Es la generación de nuevas ideas, conceptos o de nuevas asociaciones entre ideas y conceptos ya conocidos y que están orientados a producir soluciones originales.	Encuesta
Innovación	Cuando alguien innova aplica nuevas ideas, productos, conceptos, servicios y prácticas a una determinada cuestión, actividad o negocio, con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad.	Encuesta
Desmotivación	Contrario a la motivación, persona desanimada sin ganas de realizar alguna activa física o mental.	Encuesta
Costos	Importe o cifra que representa un producto o servicio de acuerdo a la inversión tanto de material, de mano de obra, de capacitación y de tiempo que se haya necesitado para desarrollarlo.	Encuesta
Ajuste presupuestario	Se entiende como adecuación presupuestaria o ajuste presupuestal a la modificación que se puede realizar durante el ejercicio económico de los presupuestos aprobados anteriormente.	Informes económicos
Visión macro-empresarial	La visión es uno de esos requisitos, que conllevan algo más profundo y que no se entienden del todo hasta que es evidente la necesidad de determinar la personalidad moral de la empresa.	Encuesta

Estilo visionario	Hace referencia a las personas que se determinan algo en su mente y hacen todo por llegarlo a cumplir.	Encuesta
Delimitación	Delimitación es la acción y efecto de delimitar. Este verbo hace referencia determinar los límites de algo.	Encuesta
Lugar comfortable	Cuando hablamos de lugar (del latín "locus") aludimos al espacio que ocupa un cuerpo. Todos los objetos los ocupan, y los hechos también necesitan de un espacio para ocurrir. Es entonces un Lugar, un espacio ocupado.	Encuesta

Elaborado por: Emilia Ramos – Kathiusca Zúñiga

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Investigación Aplicada.- Es aquella que sirve de los adelantos de la investigación básica. Le interesa la aplicación inmediata en el desarrollo de la ciencia. En particular, llega a la ejecución de amplias generalizaciones y está orientada a la solución de problemas.

Este tipo de investigación será aplicada en todo el proyecto, porque nosotros lo estamos realizando para dar solución al problema que tienen los habitantes del Triunfo al momento de organizar sus celebraciones.

Investigación Explicativa.- Es aquella en la que se establecen las causas-efectos de determinado hecho o fenómeno en estudio, explica el por qué ocurre, por qué son así y en qué condiciones se da.

Tiene relación con el proyecto ya que nos permite conocer los factores que inciden directamente en la decisión de los habitantes al momento de encontrar un lugar confortable y un buen servicio para poder realizar las distintas celebraciones que ellos deseen.

Investigación Correlacional.- Es aquella que establece relaciones entre conceptos o variables. Este tipo de investigación permite inter relacionar dos o más variables simultáneamente.

Esta investigación será aplicable en el desarrollo de las variables independientes y dependientes que formaran parte de la problematización de nuestro proyecto ya que en esta parte nosotros analizaremos la relación que tienen en común cada una de ellas.

Investigación Bibliográfica.-Consiste en copilar datos, valiéndose del manejo adecuado de libros, revistas, resultados de otras investigaciones, entrevistas, etc. Este tipo de investigación la utilizaremos al momento de buscar información sobre el proyecto que estamos realizando, dicha información formará parte de nuestro marco referencial.

Investigación Exploratoria.- Es una especie de sondeo con el cual se alcanza a obtener una idea general muy orientadora de algo que interesa al investigador. Muy útil para formular adecuadamente problemas e hipótesis. Será utilizada al recopilar información acerca de nuestro proyecto para poder así determinar los problemas que serán parte de la problematización del proyecto.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la población

El Cantón El Triunfo se destaca por su extraordinario desarrollo agrícola, comercial, ganadero entre otros; por tal motivo es considerado como uno de los eslabones más importantes de la economía de la provincia del Guayas. En el sector se destaca la mayor producción bananera, caña de azúcar, arroz, cacao y gran variedad de cultivos de ciclo corto manteniendo así un nivel medio económico entre sus habitantes.

La población cuenta con una diversidad de razas entre ellas se encuentra la mestiza ya que por ser un cantón limítrofe muchas personas de la sierra emigran hasta éste pueblo y esto origina que dicha raza predomine entre las demás. Así mismo existe diferentes creencias religiosas que poseen los habitantes, las cuales se destacan la Católica y Evangélica. Por su extensión territorial y clima cálido posee una variedad de lugares recreativos y gastronómicos en contacto con la naturaleza, haciendo que el turismo sea su principal carta de presentación.

3.2.2 Delimitación de la población

La población del Cantón El Triunfo es finita con un total de 44778 habitantes que lo conforman entre hombres y mujeres; esto según el último censo efectuado en el año 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo.

Cuadro 2. Población total del Cantón El Triunfo según Censo 2010 realizado por el INEC.

<u>Sexo</u>	<u>Subtotal</u>	<u>Porcentaje</u>	<u>Total población</u>
Mujeres	21954	49.03%	44778
Hombres	22824	50.97%	

Fuente: INEC

3.2.3 Tipo de muestra

Muestra no probabilística.- Son aquellas en las que el investigador selecciona a los individuos u objetos por aspectos y causas relacionadas con las características del investigador, este toma la decisión en cuanto al tipo de muestra que va a seleccionar.

El tipo de muestra a utilizarse es la no probabilística y que va ser estratificada por sexo y grupo de edad, lo cual permitirá analizar los datos de la población detallada y ordenadamente según las necesidades de la investigación.

Cuadro 3. Estratificación por grupo de edad y sexo de la población del Cantón El Triunfo según Censo 2010 realizada por el INEC.

<u>Grupos de edad</u>	<u>Mujeres</u>	<u>Hombres</u>	<u>Total</u>
De 0 a 10 años	5759	6018	11777
De 11 a 20 años	4658	4671	9329
De 21 a 30 años	3699	3748	7447
De 31 a 40 años	2866	2953	5819
De 41 a 50 años	2101	2140	4241
De 51 a 60 años	1398	1485	2883
De 61 en adelante	1473	1809	3282
TOTALES	21954	22824	44778

3.2.4 Tamaño de la Muestra

La población es finita y se conoce con certeza su tamaño.

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

Donde:

$$n = ? \quad N = 23836 \quad p = 0,5 \quad q = 0,5 \quad E = 0,05 \quad Z = 1,96$$

$$n = \frac{(23836)(0,5)(0,5)}{\frac{(23836-1)0,05^2}{1,96^2} + (0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{5959}{\frac{59,59}{3,8416} + 0,25}$$

$$n = \frac{5959}{15,51176593 + 0,25}$$

$$n = 378$$

Cuadro 4. Tamaño de la muestra estratificada por sexo y con cifras relativas

n=	Sexo	Porcentajes	Total encuestas
	Mujeres	49%	185
	Hombres	51%	193
TOTALES		100%	378

Fuente: INEC

3.2.5 Proceso de selección

La muestra a utilizarse es la no probabilística, y el muestreo por cuotas, en el que se divide la población de referencia en varios estratos especificados por algunas variables de distribución conocida (sexo y grupos de edad) por razones investigativas; después se calcula la parte proporcional de cada estrato para conocer su relevancia dentro de la población que representan.

Se lo ha estratificado de ésta manera para facilitar el análisis de la magnitud, ya sea por su sexo o por edad, de los posibles clientes y beneficiarios del servicio a ofrecer si se llegara a ejecutar este proyecto con el único fin de poder establecer parámetros que proporcionen información sujeto a investigación que ayudarán al desarrollo del mismo.

Cuadro 5. Posibles clientes estratificados por edad y sexo del cantón El Triunfo.

<u>Grupos de edad</u>	<u>Mujeres</u>	<u>Hombres</u>	<u>Total</u>	<u>Porcentaje</u>
De 18 a 25 años	3227	3232	6459	27.10%
De 26 a 35 años	3248	3320	6568	27.55%
De 36 a 45 años	2449	2489	4938	20.72%
De 46 a 55 años	1695	1828	3523	14.78%
De 56 a 65 años	1098	1250	2348	9.85%
TOTALES			23836	100%

Fuente: INEC

3.1 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1 Métodos teóricos

Método histórico-lógico.- Es conocido por muchos que el método histórico estudia la trayectoria de los fenómenos y acontecimientos en su devenir histórico, mientras que el método lógico investiga las leyes generales del funcionamiento y desarrollo de los fenómenos. Lo lógico no repite lo histórico en todos sus detalles, sino que reproduce en el plano teórico lo más importante del fenómeno, lo que constituye su esencia. Lo lógico

y lo histórico se encuentran en unidad dialéctica, que incluyen el elemento de contradicción.

Este método se utilizará en el desarrollo del marco teórico y de la fundamentación científica, porque aquí nos enfocaremos en una investigación histórica la cual no se limitara a la simple descripción de los hechos vinculados al objeto del proyecto, sino que serán explicados a partir de la lógica de su desarrollo.

Método inductivo-deductivo.- El método de inducción-deducción se utiliza con los hechos particulares, siendo deductivo en un sentido, de lo general a lo particular, e inductivo en sentido contrario, de lo particular a lo general. La inducción es un proceso mental que consiste en inferir de algunos casos particulares observados la ley general que los rige y que vale para todos los de la misma especie, y la deducción es la que parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez.

En el proyecto aplicaremos este método al momento de inducir en las causas y deducir los efectos de los problemas que surgirán del tema de investigación.

Método analítico-sintético.- Es un método que consiste en la separación de las partes de un todo para estudiarlas en forma individual (Análisis), y la reunión racional de elementos dispersos para estudiarlos en su totalidad. (Síntesis). Por lo tanto el análisis es la Separación de un todo en sus partes constitutivas con el propósito de estudiar éstas por separado, así como las relaciones que las unen; en cambio la síntesis es la reunión de las partes o elementos para analizar, dentro de un todo, su naturaleza y comportamiento con el propósito de identificar las características del fenómeno observado.

El método analítico-sintético lo utilizaremos al momento de desarrollar los objetivos del proyecto, porque aquí analizaremos la relación entre las variables para así poder determinar el objetivo general y los objetivos específicos esta determinación refleja la utilización de la síntesis.

3.3.2 Métodos empíricos

Observación.- La observación se considera como una etapa del método científico que posee un campo específico de actuación, con unas técnicas apropiadas de control, para lograr el máximo grado posible de objetividad en el conocimiento de la realidad. La observación hace posible investigar el fenómeno directamente, en su manifestación más externa, en su desarrollo, sin que llegue a la esencia del mismo, a sus causas, de ahí que, en la práctica, junto con la observación, se trabaje sistemáticamente con otros métodos o procedimientos como son: la medición y el experimento. Por supuesto, para llegar a la esencia profunda del objeto se hace necesario el uso de los métodos teóricos.

La observación estimulará nuestra curiosidad, provocando el planteamiento de problemas y de la hipótesis que serán planteadas en el proyecto, nuestra observación será espontánea pero garantizará la uniformidad de los resultados.

3.3.3 Técnicas e instrumentos

La encuesta.- Es la técnica que a través de un cuestionario adecuado nos permite recopilar datos de toda la población o de una parte representativa de ella. Se caracteriza porque la persona investigada llene el cuestionario sin intervención o supervisión del investigador. Además, la encuesta cuenta con una estructura lógica, rígida, que permanece inalterada a lo largo de todo el proceso investigativo. Las respuestas se escogen de modo especial y se determinan del mismo modo las posibles variantes de respuestas estándares, lo que facilita la evaluación de los resultados por métodos estadísticos.

La encuesta será utilizada para la recopilación de información mediante preguntas las cuales serán contestadas por los habitantes del Cantón El Triunfo, permitiéndonos conocer la opinión de cada uno de ellos.

3.4 EL TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

Para el procesamiento de la información se utilizará la herramienta de Excel que nos permitirá una mayor agilidad y precisión al trabajar con cifras y a su vez facilita la

tabulación de los datos obtenidos en las encuestas, mediante la aplicación de la tabla dinámica, y sus resultados serán presentados en los cuadros correspondientes, donde reflejará el total de encuestado determinadas en las frecuencias tanto absolutas como relativas.

Además se elaboraran gráficos de pasteles y barras, de acuerdo a cada pregunta y las respectivas correlaciones entre las preguntas. Finalizando con un breve análisis de dichos cuadros.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Actualmente se vive una generación de cambios, donde el glamur y la elegancia prevalecen dentro de todo evento social por más sencillo que sea, dejando constancia entre los invitados que si se puede lograr la perfección.

Por tales motivos fue necesario realizar un estudio de mercado (encuesta) dentro del cantón El Triunfo para verificar que tanto es el interés de la población por conocer un servicio de organización eficiente que quizás no lo ofrezca ningún otro lugar dentro de la localidad y a su vez si están dispuestos a acceder a contratar dicho servicio.

He aquí el origen de la propuesta de crear un centro de eventos sociales disponibles para las distintas celebraciones en el cantón el Triunfo, para lo cual se ha utilizado una herramienta de investigación como es la encuesta que nos permitirá conocer y evaluar las opiniones referentes a este tema con el fin de entregarles una buena propuesta al mercado triúnfense que llene sus expectativas como clientes.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

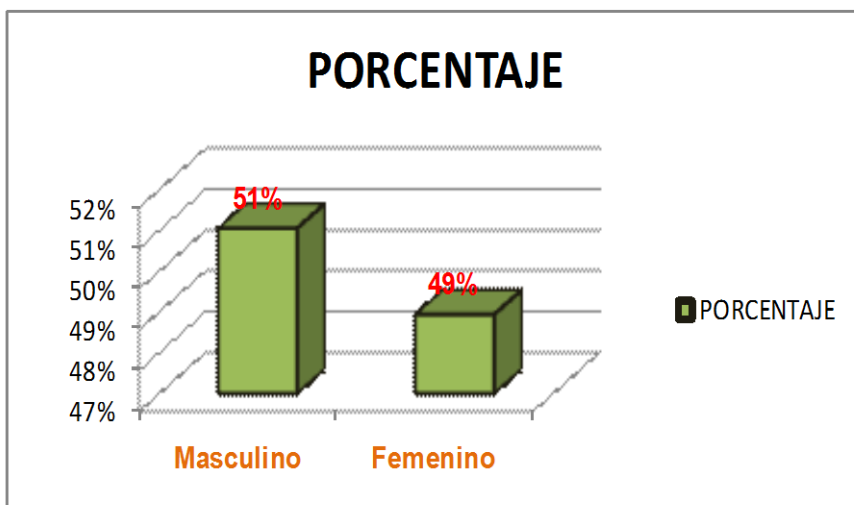
PREGUNTA 1.- Género.

Cuadro 6. Variedad de Género encuestado

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Masculino	193	51%
Femenino	185	49%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la población del cantón El Triunfo.

Gráfico 1. Variedad de Género encuestado



Elaborado por: Emilia Ramos - Kathiusca Zúñiga

ANÁLISIS:

Podemos observar que nuestro universo encuestado tanto masculino (51%) como femenino (49%) se encuentra casi al mismo nivel uno del otro, definiendo así que ambos nos ayudarán aportando varios puntos de vista equitativamente para el buen desempeño de éste proyecto.

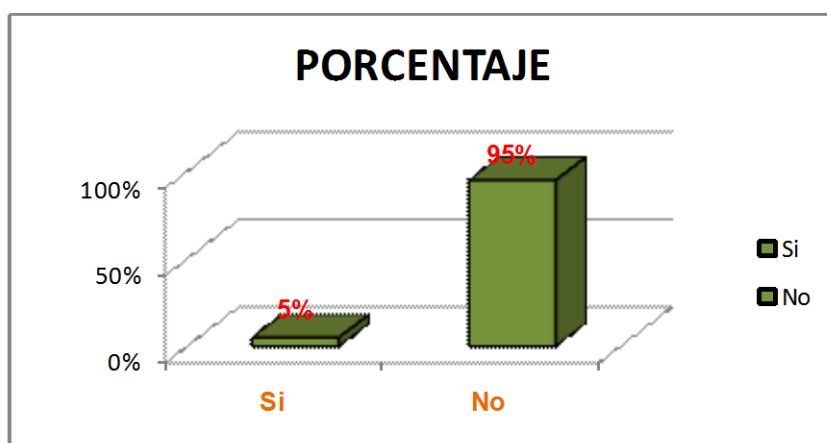
PREGUNTA 2.- ¿Conoce usted los servicios que ofrece un Centro de Eventos Sociales?

Cuadro 7. Conocimiento acerca de servicios

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	19	5%
No	359	95%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la población del cantón El Triunfo.

Gráfico 2. Conocimiento acerca de servicios



Elaborado por: Emilia Ramos - Kathiusca Zúñiga

ANÁLISIS:

Son muy pocos los habitantes (5%) que conocen los servicios que un centro de eventos ofrece, dejando a una gran parte de la población (95%) con desconocimientos acerca del tema, esto puede darse por cualquiera de las variables que hemos explicado en este proyecto, las cuales también han sido temas a tratar dentro de esta encuesta.

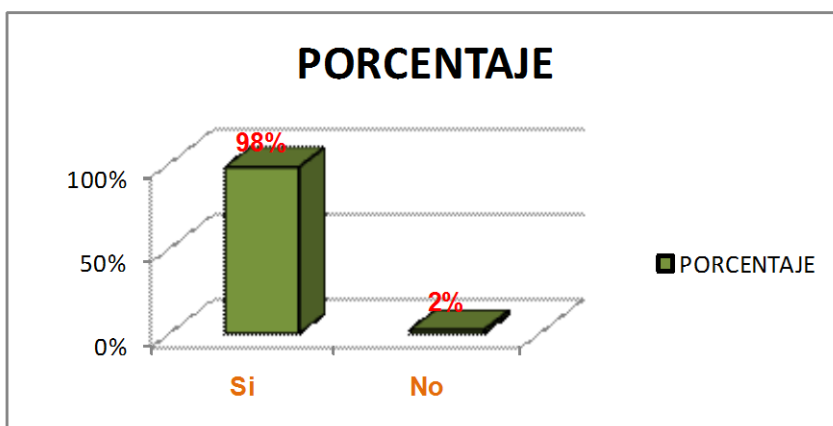
PREGUNTA 3.- ¿Le gustaría a usted acceder a los servicios que ofrece un Centro de Eventos Sociales?

Cuadro 8. Preferencia acerca del servicio

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	370	98%
No	8	2%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la población del cantón El Triunfo.

Gráfico 3. Preferencia acerca del servicio



Elaborado por: Emilia Ramos - Kathiusca Zúñiga

ANÁLISIS:

Es muy notorio (98%) la necesidad que tiene éste cantón de tener un lugar acorde donde les ofrezcan éste tipo de ayuda, aunque no conozcan claramente los servicios que se brindan; puesto que pudimos observar la necesidad de saber qué es lo que realmente se ofrece en un centro como estos, reflejando solo un porcentaje mínimo (2%) de los que no les gustaría acceder al mismo.

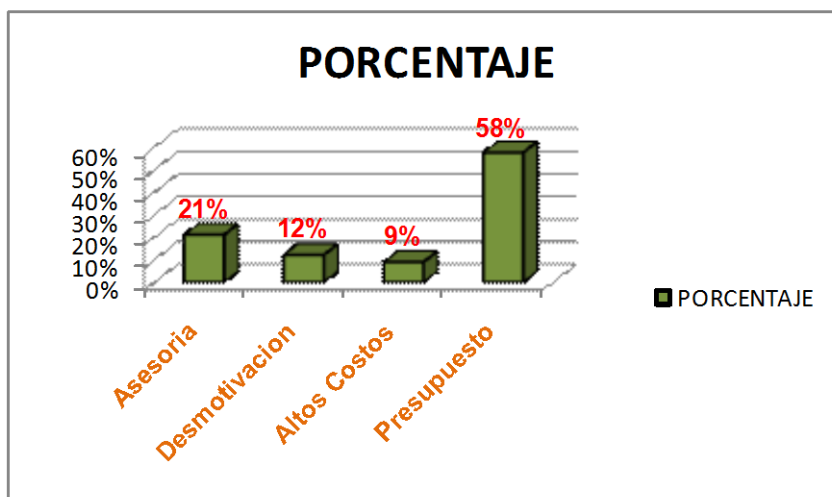
PREGUNTA 4.- ¿Cuál es el motivo que los habitantes del Cantón El Triunfo carece de creatividad al momento de emprender la organización de eventos sociales?

Cuadro 9. Variables

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Asesoría	80	21%
Desmotivación	46	12%
Altos Costos	34	9%
Presupuesto	218	58%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la población del cantón El Triunfo.

Gráfico 4. Variables



Elaborado por: Emilia Ramos - Kathiusca Zúñiga

ANÁLISIS:

Es muy evidente (58%) que el factor dinero influye mucho cuando se trata de organizar un evento social, dado a que su presupuesto se ve afectado; pero también vemos otra variable que preocupa mucho y es que ya sea por la falta o mala asesoría dejan de organizarlo también, afectando la motivación que el cliente pueda tener.

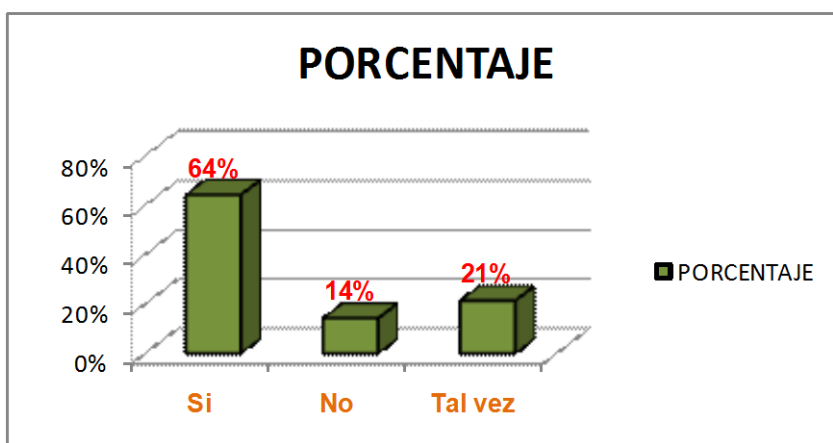
PREGUNTA 5.- ¿Considera usted que la crisis económica afecta al momento de realizar sus eventos sociales?

Cuadro 10. Afectación de Crisis Económica

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	243	64%
No	54	14%
Tal vez	81	21%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la población del cantón El Triunfo.

Gráfico 5. Afectación de Crisis Económica



Elaborado por: Emilia Ramos - Kathiusca Zúñiga

ANÁLISIS:

El 64% de la población encuestada dice que si es un problema que afecta al momento de organizar un evento, pero también existe un porcentaje considerable (21%) que no piensa igual pues están conscientes que su presupuesto no les permitiría realizarlo, con la solución que pueden recurrir a muchas opciones de financiamiento.

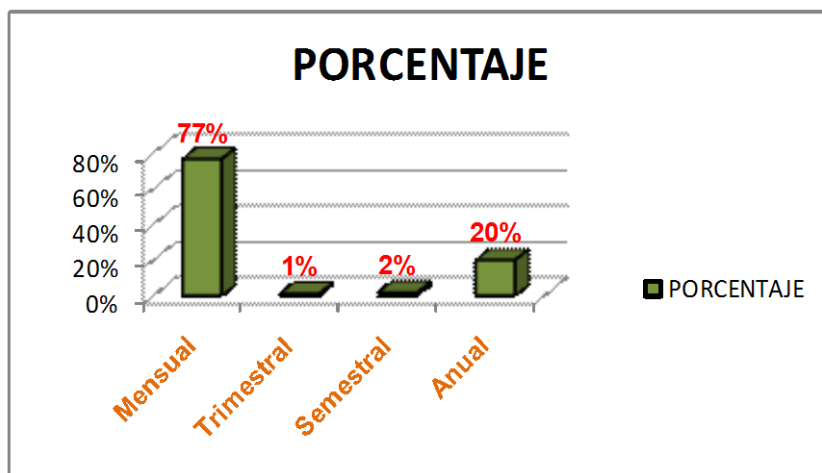
PREGUNTA 6.- ¿Cada qué tiempo realiza usted su ajuste presupuestario?

Cuadro 11. Periodo de Ajuste Presupuestario

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Mensual	290	77%
Trimestral	5	1%
Semestral	7	2%
Anual	76	20%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la población del cantón El Triunfo.

Gráfico 6. Periodo de Ajuste Presupuestario



Elaborado por: Emilia Ramos - Kathiusca Zúñiga

ANÁLISIS:

Claramente podemos analizar lo que nos refleja el cuadro, puesto que la mayoría de los habitantes (77%) prefieren realizar su presupuesto cada mes ya sea por costumbre o para verificar si a futuro pueden o no recurrir a algún tipo de gasto adicional o inversión.

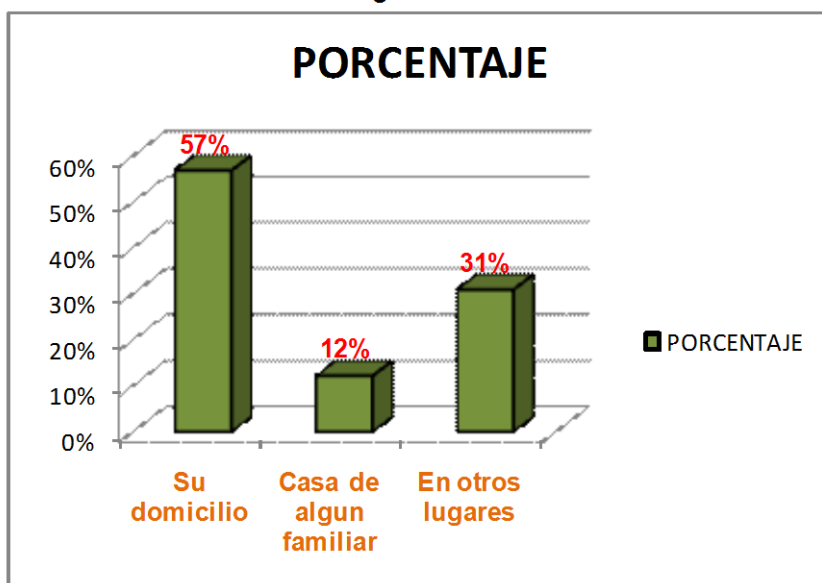
PREGUNTA 7.- ¿Dónde realiza usted sus eventos sociales?

Cuadro 12. Lugares de Preferencia

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Su domicilio	215	57%
Casa de algun familiar	46	12%
En otros lugares	117	31%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la población del cantón El Triunfo.

Gráfico 7. Lugares de Preferencia



Elaborado por: Emilia Ramos - Kathiusca Zúñiga

ANÁLISIS:

Vemos que gran parte de los habitantes (57%) del Cantón El Triunfo realizan sus eventos en su propio domicilio, originando que tal acontecimiento se torne algo tradicional y no moderno, pero a la vez encontramos un porcentaje importante (31%) de la población que opta por otros lugares.

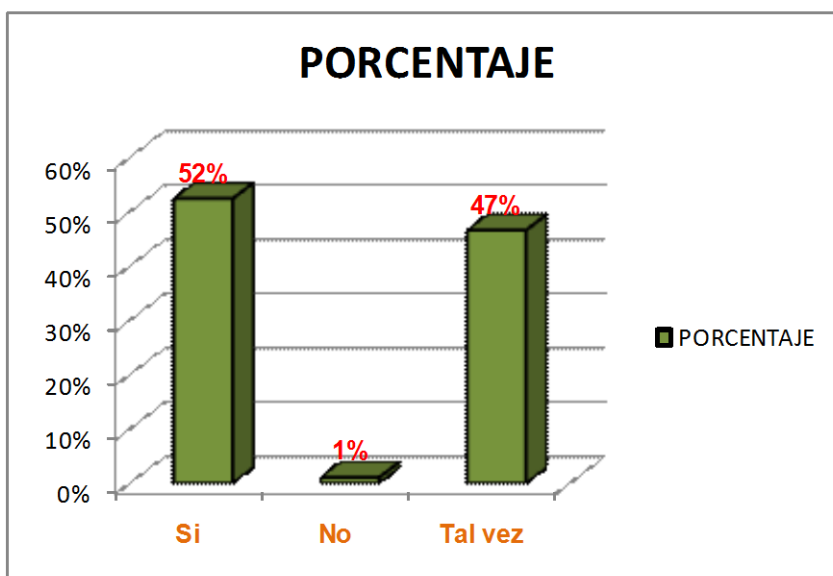
PREGUNTA 8.- ¿Al realizar sus eventos sociales, le gustaría disponer de un lugar confortable?

Cuadro 13. Criterios

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	198	52%
No	4	1%
Tal vez	176	47%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la población del cantón El Triunfo.

Gráfico 8. Criterios



Elaborado por: Emilia Ramos - Kathiusca Zúñiga

ANÁLISIS:

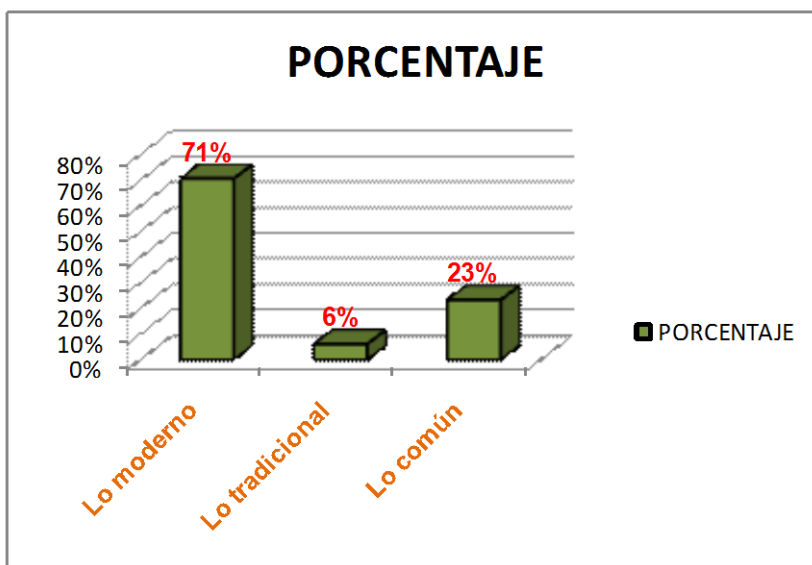
Al revisar estas cifras nos motiva en el emprendimiento de este proyecto, gran parte (52%) de personas encuestadas están interesadas en la comodidad brindada a sus invitados, pero también existe gente (47%) que no le da la debida importancia al confort en sus eventos, esto puede ser ocasionado por la falta de conocimientos acerca de los servicios que un centro de eventos le ofrece.

PREGUNTA 9.- ¿Si desea organizar un evento social, su estilo se enfocaría en?

Cuadro 14. Tendencias

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Lo moderno	267	71%
Lo tradicional	23	6%
Lo común	88	23%
TOTAL	378	100%

Gráfico 9. Tendencias



Elaborado por: Emilia Ramos - Kathiusca Zúñiga

ANÁLISIS:

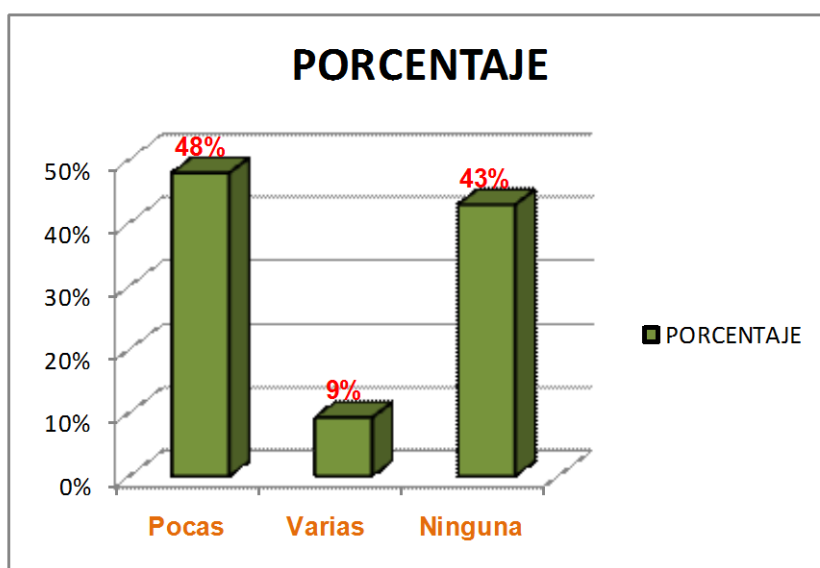
El 71% se inclina por lo moderno, esto se debe a que la población encuestada entre los 18 a los 40 años de edad disfrutan lo actual, no dejando atrás a las personas que prefieren lo común y lo tradicional, dado al posible origen del factor asesoría que antes lo mencionamos.

PREGUNTA 10.- ¿Dentro del Cantón cuantas empresas dedicadas a la organización de eventos existen?

Cuadro 15. Empresas dedicadas a la misma actividad

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Pocas	181	48%
Varias	35	9%
Ninguna	162	43%
TOTAL	378	100%

Gráfico 10. Empresas dedicadas a la misma actividad



Elaborado por: Emilia Ramos - Kathiusca Zúñiga

ANÁLISIS:

De acuerdo a los datos obtenidos al efectuar esta pregunta nos podemos dar cuenta que la población encuestada (48%) está consciente de que son pocas las empresas que se dedican a esta actividad, mientras que un porcentaje considerable (43%) contestó que no existen.

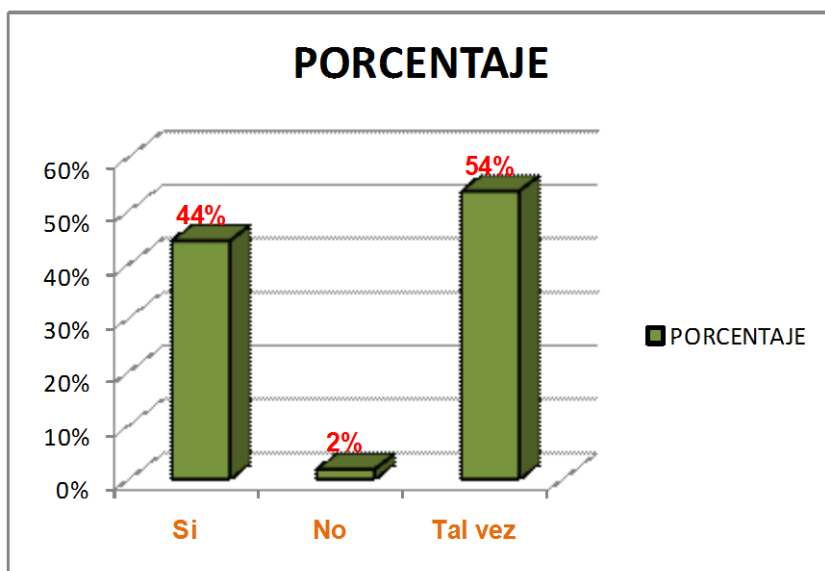
PREGUNTA 11.- ¿Le interesaría a usted contar con un Centro de Eventos Sociales dentro del Cantón El Triunfo?

Cuadro 16. Interés de la Población

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	168	44%
No	7	2%
Tal vez	203	54%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la población del cantón El Triunfo.

Gráfico 11. Interés de la Población



Elaborado por: Emilia Ramos - Kathiusca Zúñiga

ANÁLISIS:

Como vemos expresado más de la mitad de la población (54%) encuestada se encuentran en duda de que si desean contar o no con este tipo de negocios, mientras que el 44% me indica que si le gustaría y solo un 2% nos da la negativa. Originando con esto una visión favorable hacia nuestro proyecto en marcha.

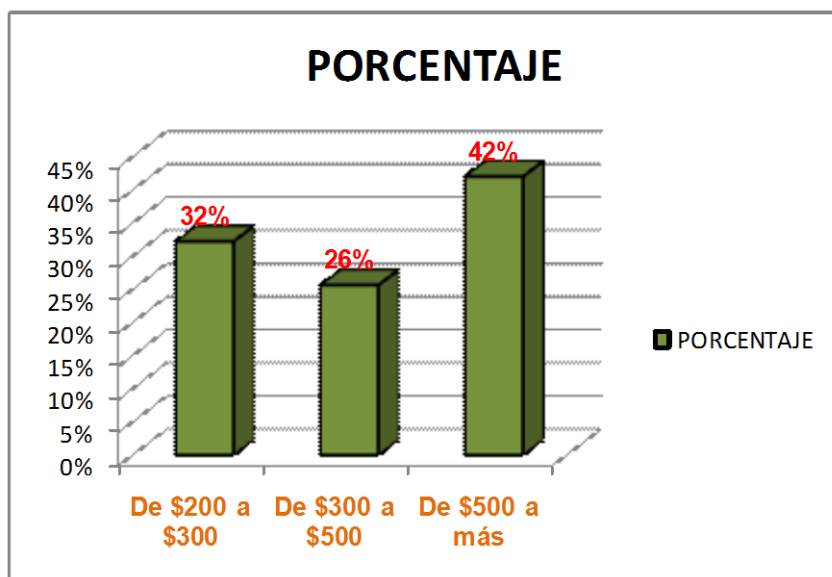
PREGUNTA 12.- ¿Aproximadamente cuánto gasta usted en organizar un evento social?

Cuadro 17. Rango de valores

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
De \$200 a \$300	122	32%
De \$300 a \$500	97	26%
De \$500 a más	159	42%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la población del cantón El Triunfo.

Gráfico 12. Rango de valores



Elaborado por: Emilia Ramos - Kathiusca Zúñiga

ANÁLISIS:

El 42% de los encuestados asegura gastar más de \$500, mientras que un 32% gastan entre \$200 a \$300. Determinando que el mercado tentativo para este proyecto está dentro de los rangos mencionados, los cuales serán nuestros clientes potenciales a quienes estarán dispuestos a conocer el servicio que ofreceremos.

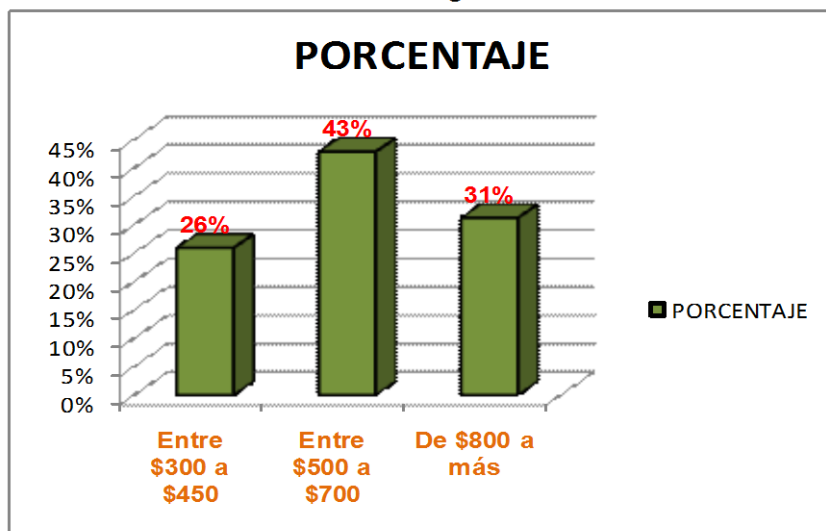
PREGUNTA 13.- ¿Cuánto estaría dispuesto usted a pagar por un servicio de eventos?

Cuadro 18. Rango de valores

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Entre \$300 a \$450	98	26%
Entre \$500 a \$700	162	43%
De \$800 a más	118	31%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la población del cantón El Triunfo.

Gráfico 13. Rango de valores



Elaborado por: Emilia Ramos - Kathiusca Zúñiga

ANÁLISIS:

Según los datos obtenidos tenemos 3 grandes grupos de posibles clientes que desean obtener un servicio de eventos puesto que se refleja en la tabla que el 43% de los encuestados estarían dispuestos a invertir de \$500 a \$700 por dicho servicio, mientras que el 31% de \$800 a más y solo un 26% entre \$300 a \$450. Incitando a crear paquetes promocionales completos con tales rangos de precios.

4.3 RESULTADOS

Con la encuesta realizada a la población del cantón El Triunfo pudimos observar que existe gran cantidad de personas dedicadas al sector comercial y agrícola, convirtiéndose así en un sector tentativo para implementar éste tipo de negocios, puesto que en la actualidad se da mucho las fiestas empresariales, conferencias y eventos sociales en general.

Descubriendo la idea de abrir un centro de eventos sociales, ya que la población siente la necesidad de contar con un lugar que les ofrezca un servicio de excelencia y calidad al momento de organizarlo.

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

La realización de este estudio de mercado nos permite ver favorablemente la acogida que tendría nuestro proyecto al momento de su ejecución, el cual contará con personas capacitadas profesionalmente destinadas a ofrecer un servicio eficiente y garantizado, para que sus eventos sociales se conviertan en un momento inolvidable y de gran satisfacción, generando expectativa entre sus invitados, atrayendo nuevos clientes a contratar nuestros servicios no solo los que habitan dentro del cantón sino también de lugares aledaños.

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Cuadro 19. Verificación de hipótesis

HIPÓTESIS GENERAL	VERIFICACIÓN
<p>La falta de presupuesto y de emprendimiento que se necesita para ofrecer productos y servicios de calidad, produciría una falta de creatividad por parte de los habitantes del Cantón El Triunfo al momento de realizar sus eventos sociales.</p>	<p>Es evidente que los habitantes al no contar con el presupuesto suficiente, carecen de creatividad y motivación para organizar un evento social acorde al estilo que se maneja en la actualidad. PREGUNTA 4</p>
<p>Hipótesis Particular Nº. 1.- El desconocimiento que tiene el cliente hacia las nuevas tendencias, ocasiona una falta de innovación en cuanto a decoración y organización de eventos.</p>	<p>La falta de conocimientos acerca de las nuevas tendencias en el ámbito social, influye al momento de la organización y decoración de un evento. PREGUNTA 9</p>
<p>Hipótesis Particular Nº. 2.- La desmotivación que se da en los habitantes al no poder cubrir los altos costos al realizar sus eventos sociales, se debe a la crisis económica que se está dando actualmente en el país.</p>	<p>La crisis económica es considerado como un obstáculo al momento de organizar un evento social; puesto que no cuenta con la liquidez necesaria para incurrir en tales gastos dependiendo la magnitud del evento; sin embargo existen medios de financiamiento que pueden ayudar a cubrir con tales costos y realizar lo planificado. PREGUNTA 5</p>

<p>Hipótesis Particular Nº. 3.- El sector bancario ofrece muy pocas facilidades de crédito, esto es ocasionado a que dichas instituciones financieras no se ajustan al presupuesto de la población.</p>	<p>La población del cantón El Triunfo vive del sector comercial y agrícola, evidentemente sus ingresos dependen mucho de ellos, ocasionando que su presupuesto no sea estable todos los meses e impidiéndoles afrontar los intereses de un crédito bancario.</p> <p>PREGUNTA 6</p>
<p>Hipótesis Particular Nº. 4.- Los problemas socio-económicos originados por una administración política inestable, ha producido una falta de emprendimiento en la población delimitándolos a un estilo común.</p>	<p>No existen negocios con tales características al de nuestro proyecto, solo aquellos que ayudan a satisfacer cierta parte de la demanda más no completamente. Concluyendo que no hay emprendimiento por parte de la población triunfense por motivos internos (administración) que afectan al comercio.</p>
<p>Hipótesis Particular Nº. 5.- La disponibilidad de centros de eventos para realizar distintas celebraciones en el Cantón El Triunfo, provocará que los habitantes de dicho cantón disfruten de un lugar confortable y de un buen servicio.</p>	<p>Implementar este tipo de negocios dentro de la localidad, hará que la población invierta correctamente a la hora de organizar sus eventos, para su total satisfacción y el de sus invitados.</p> <p>PREGUNTA 8</p>

Elaborado por: Emilia Ramos – Kathiusca Zúñiga

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Centro de Eventos Sociales “CHIC EVENTOS”.

5.2 FUNDAMENTACIÓN

Actividades económicas

Son actividades económicas todos los procesos que tienen lugar para la obtención de productos, bienes y/o servicios destinados a cubrir necesidades y deseos en una sociedad en particular. Las actividades económicas son aquellas que permiten la generación de riqueza dentro de una comunidad (ciudad, región, país) mediante la extracción, transformación y distribución de los recursos naturales o bien de algún servicio; teniendo como fin la satisfacción de las necesidades humanas.

Catering

Es el servicio profesional que se dedica especialmente al beneficio externo del suministro del servicio de comida preparada, pero también puede tomar parte en abastecer de todo lo necesario para la organización de un banquete o una fiesta.

Este servicio se proporciona normalmente en banquetes, convenciones y bodas, cualquier evento donde todos los asistentes se proporcionan con los alimentos y bebidas. Muchos eventos requieren de trabajo con un tema o de un esquema de color.

Una empresa de catering o especialista se espera saber cómo preparar los alimentos y para que sea atractivo. La tendencia es hacia la satisfacción de los clientes todos los sentidos con la comida como un punto focal. Con la atmósfera correcta, el evento profesional de la hostelería con experiencia puede hacer un evento especial y memorable.

Cientes

El éxito de una empresa depende fundamentalmente de la demanda de sus clientes. Ellos son los protagonistas principales y el factor más importante que interviene en el juego de los negocios. Un cliente:

- Es la persona más importante de nuestro negocio.
- No depende de nosotros, nosotros dependemos de él.
- Nos está comprando un producto o servicio y no haciéndonos un favor.
- Es el propósito de nuestro trabajo, no una interrupción al mismo.
- Es un ser humano de carne y hueso con sentimientos y emociones (como uno), y no una fría estadística.
- Es una persona que nos trae sus necesidades y deseos y es nuestra misión satisfacerlo.
- Es merecedor del trato más cordial y atento que le podemos brindar.
- Es alguien a quien debemos complacer y no alguien con quien discutir o confrontar.
- Es la fuente de vida de este negocio y de cualquier otro.
- El cliente es nuestro jefe y nuestra razón de ser como empresarios.

Decoración de eventos

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

Evento

En el ámbito empresarial / profesional un evento es un acto que sirve a su empresa para presentar o potenciar un determinado producto/servicio o una determinada marca, o para poder dar a sus clientes la oportunidad de un acercamiento directo a su empresa, lo que facilita en todo caso nuestros objetivos de fidelización frente a la competencia del mercado actual. Es una actividad social determinada, un festival, una fiesta, una ceremonia, una competición, una convención. Aquella actividad que se desarrolla en un momento puntual en el tiempo, con un principio y un final previamente conocido, independientemente de que pueda poseer una periodicidad establecida.

Eventos Sociales

Suceso importante y programado que puede abarcar cualquier área social, artística, deportiva y los mismos pueden presentarse como seminarios, talleres, conferencias, inauguraciones, exposiciones entre otros. El tipo de evento determinará la finalidad del mismo, aunque generalmente los eventos sociales se organizan con el principal objetivo de que la gente invitada se relacione entre sí.

Excelencia personal

La excelencia personal se define como un camino, una actitud mental y una posición ante la vida, en donde el ser humano se siente capaz, buscando siempre lo mejor. En otras palabras se pueden definir como la manera en que el individuo hace las cosas desarrollando todo el potencial posible, sin perder tiempo en buscar excusas y razones para demostrar que algo no se puede hacer. la excelencia se logra sorprendiendo al cliente, dándole más de lo que se le prometió".

Salón de fiestas

Lugar de grandes dimensiones para la celebración de cualquier tipo de evento social, donde las personas llegan a este lugar para participar del evento y mostrar alegría, divertirse, pasar un buen rato y compartir con los seres queridos.

Tipos de eventos

- Social (Instalación y protocolo matrimonios , nacimientos, cumpleaños, aniversarios)
- Cultural (exposición, danza, teatro)
- Académico (seminario, conferencia, científico) Recreativo (festival, espectáculo)
- Deportivo (prueba, campeonato, juegos)

5.3 JUSTIFICACIÓN

En vista de los resultados obtenidos del capítulo 4, hemos llegado a establecer que la creación del Centro de Eventos Sociales “**CHIC EVENTOS**” se implementará en el Cantón El Triunfo porque aquí no existe una empresa dedicada a brindar un servicio completo a la ciudadanía al momento de organizar algún tipo de evento social.

Por ello ofreceremos a nuestros clientes un servicio de calidad totalmente garantizado, pues contamos con personal altamente calificado que los atenderán de la mejor manera.

Todo lo que se está proponiendo con este proyecto se pondrá en práctica para lograr la confianza y fidelidad de nuestros posibles clientes y de nuestro equipo de trabajo, con esto lograremos posicionarnos en el mercado comercial del Cantón El Triunfo.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General de la propuesta

Creación de un centro de eventos sociales disponibles para las distintas celebraciones, mediante la observación de las actitudes de los habitantes al momento de encontrar un lugar para organizar sus eventos sociales, de esta manera podremos satisfacer las necesidades existentes en la así iniciar con nuestro proyecto en el Cantón El Triunfo.

5.4.2 Objetivos Específicos de la propuesta

- Diagnosticar el ambiente competitivo para así identificar cuáles pueden ser nuestras posibles competencias en el mercado.
- Reconocer las nuevas tendencias para ofrecer un servicio de calidad e innovador.
- Identificar los servicios y productos a ofrecer para satisfacer la demanda.
- Realizar campañas publicitarias para dar a conocer el servicio que ofreceremos a nuestra distinguida clientela.
- Presentar una amplia infraestructura, con una imagen innovadora y diferenciada.

5.5 UBICACIÓN

El centro de eventos sociales estará ubicado en la Provincia del Guayas, Cantón El Triunfo, en la Av. 8 de abril frente a la policía nacional.

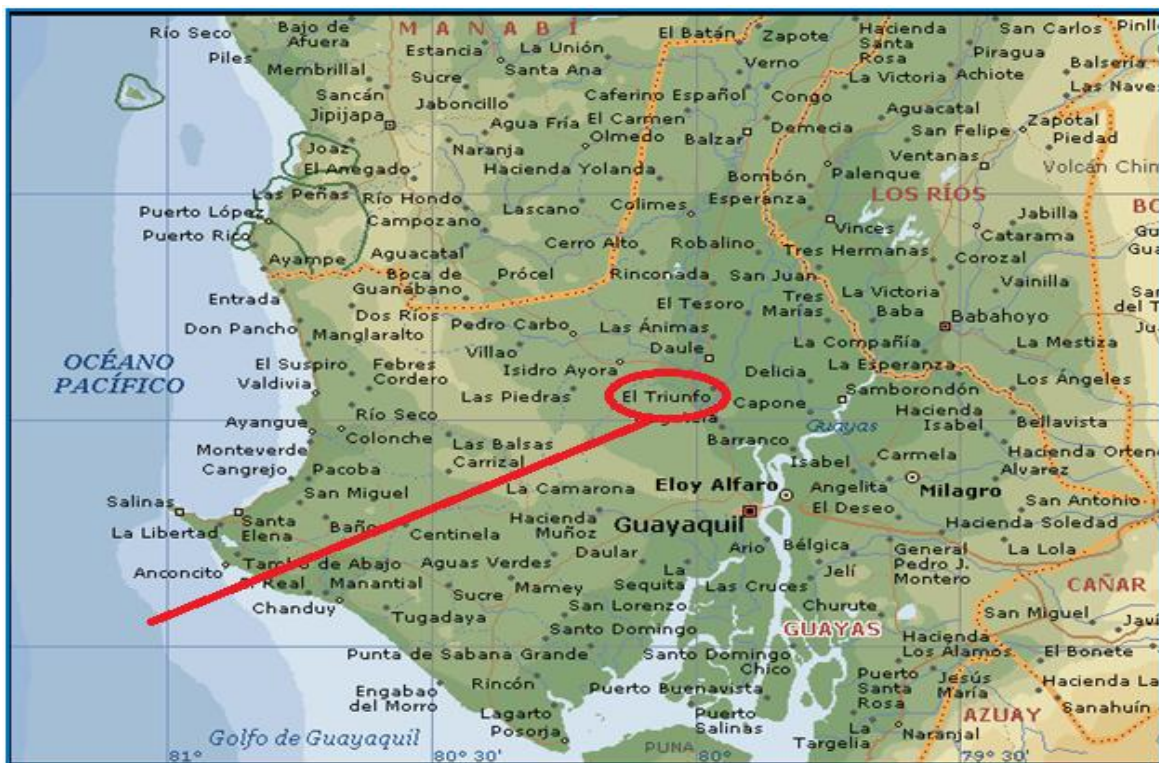


Figura 2. Mapa de la ubicación del Cantón El Triunfo.

5.6 FACTIBILIDAD

Este proyecto será viable desde los siguientes parámetros:

✓ **Administrativo**

El centro de eventos sociales contará con personal capacitado y profesionales, que brindarán el mejor servicio a los clientes.

✓ **Legal**

Nos sujetaremos y cumpliremos a cabalidad con las leyes, ordenanzas, reglamentos y otras regulaciones que rigen en el territorio ecuatoriano en especial las del Cantón El Triunfo.

✓ **Presupuestario**

El costo para poner en marcha este proyecto es considerable, por ello se recomienda que viable sustentarlo.

✓ **Técnico**

Contaremos con personal capacitado para elaborar el diseño técnico de la propuesta.

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

El centro de eventos sociales se denomina “**CHIC EVENTOS**” lo que significa que daremos un servicio de alta calidad a nuestros clientes para satisfacer sus necesidades logrando así posesionarnos en el mercado comercial.

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Filosofía Corporativa

Misión

Ser una empresa líder en el mercado ofreciendo los mejores servicios a nuestros clientes, satisfaciendo así la necesidad de contar con un lugar completo y variado

donde realizar sus eventos sociales. Esperando así con el tiempo expandirnos local y regional, brindando beneficios al consumidor con nuestra experiencia y calidad.

Visión

Ser líderes nacionales con nuestros servicios y productos ofreciendo un trabajo de calidad y profesionalmente reconocido.

Objetivo General

Ofrecer un servicio completo a todas las personas que deseen organizar un evento social diferente a los demás, donde prevalezca la calidad y buen gusto de la decoración; obteniendo así el liderazgo de nuestra empresa y su posicionamiento.

Objetivos Específicos

- Contar con proveedores importantes en el mercado
- Ofrecer los mejores artículos de decoración con la mejor relación de precios y calidad.
- Abrir nuevas sucursales dentro y fuera del cantón.
- Ser líderes en el mercado en el cual nos vamos a desempeñar.

Valores Corporativos

Amabilidad.- Recibir al cliente de forma atenta y cordial, con una sonrisa servicial y con predisposición a cooperar.

Profesionalismo y disciplina.- Respetar las disposiciones empresariales y actuar con profesionalismo en todas las actividades que se ejecuten en nuestra empresa.

Responsabilidad.- Compromiso serio directamente con el cliente donde nuestra atención sea de manera eficiente.

Trabajo en equipo.- Integrar al personal para generar en ellos el interés colectivo logrando obtener los mejores resultados y un buen clima organizacional.

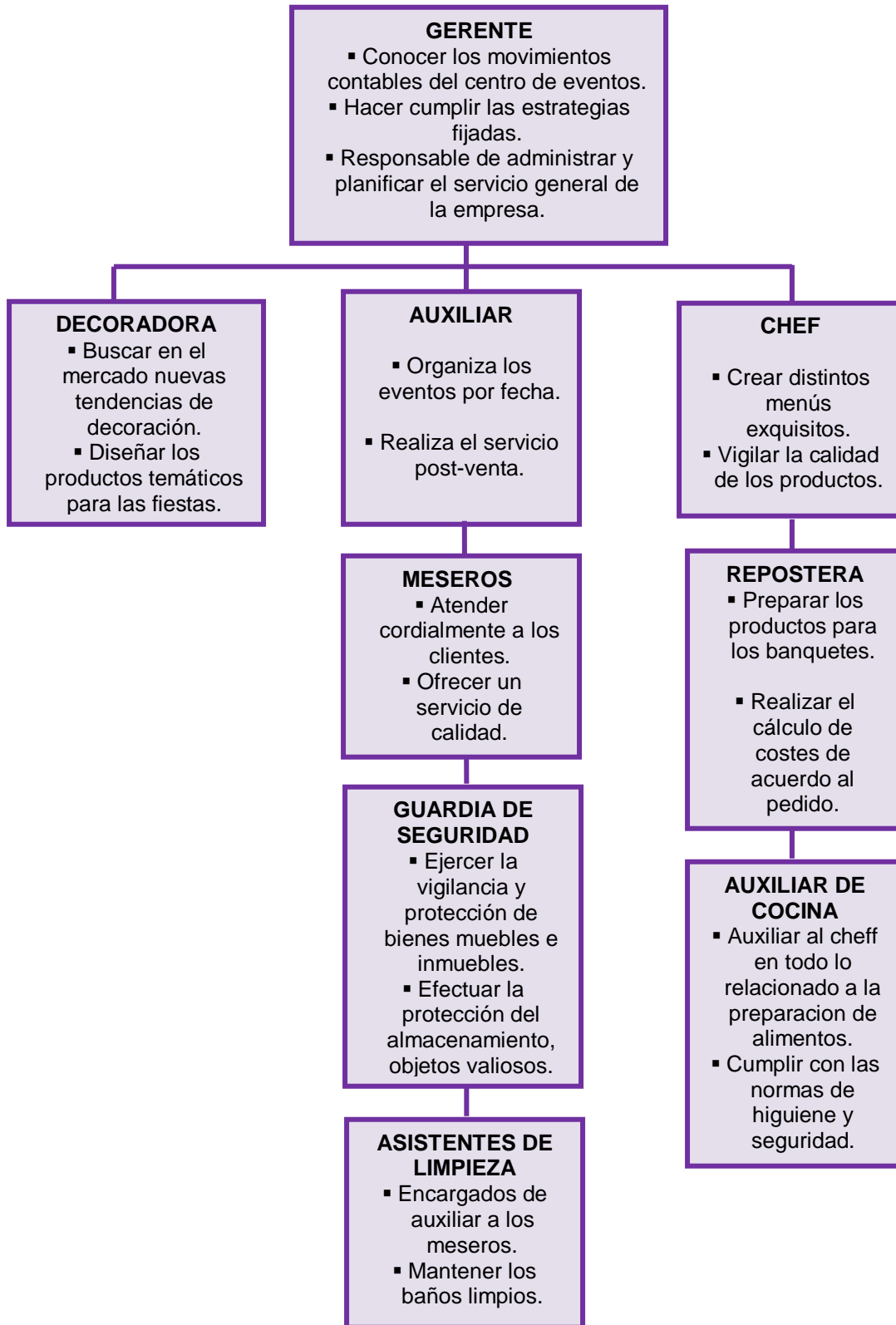
Organigrama.

Gráfico 14. Organigrama Estructural.



Elaborado por: Emilia Ramos – Kathiusca Zúñiga

Gráfico 15. Organigrama Funcional



Elaborado por: Emilia Ramos – Kathiusca Zúñiga

Descripción del equipo de trabajo

GERENTE

Es el representante legal de la empresa por lo tanto deberá estar calificado para lograr los puntos de éxito de la empresa. También debe de seleccionar al personal idóneo y mantener un flujo de comunicación armoniosa y eficaz para lograr los objetivos planteados. Además el es la imagen de la empresa y debe de ejercer autoridad funcional sobre todo los demás departamentos.

Funciones específicas

- Conocer los movimientos contables del centro de eventos.
- Hacer cumplir las estrategias fijadas.
- Responsable de administrar y planificar el servicio general de la empresa.

Requisitos mínimos

- Tener un título profesional de tercer nivel en Administración de Empresas.
- Experiencia mínima de 2 años en administración de negocios.
- Tener capacidad creativa.
- Tener conocimientos con respecto a la actividad comercial.
- Ser una persona proactiva, responsable, creativa y con alto sentido de liderazgo.
- Hábil en la planificación e implementación de estrategias competitivas.

Características de personalidad

Capacidad para trabajar a presión, contar con una estabilidad emocional, tener un criterio formado para así poder planear y dar órdenes a sus subalternos.

Relaciones interpersonales internas

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

DECORADORA

Persona que estará encargada de diseñar el local a la medida del evento social a celebrarse, es imprescindible que sepa de las nuevas tendencias en decoración, que sea innovadora, que tenga experiencia y una mente creativa.

Funciones específicas

- Buscar en el mercado nuevas tendencias de decoración.
- Diseñar los productos temáticos para las fiestas.

Requisitos mínimos

- Tener aprobado cursos de decoración y diseño de interiores
- Ser creativa
- Tener experiencia en esta área
- Poseer vehículo propio

Características de personalidad

Capacidad para organizar a su equipo de trabajo al momento de realizar la decoración del evento social a organizarse.

Relaciones interpersonales internas

Con todo el equipo de trabajo, especialmente con sus colaboradores.

AUXILIAR

Responsable de manejar una agenda de tiempos y garantizar la calidad de las presentaciones, esto deberá ser su prioridad ya que de la calidad del servicio depende el prestigio de la empresa. Además es el encargado de establecer los parámetros logísticos que se detallan en los contratos con los clientes.

Funciones específicas

- Organiza los eventos por fecha.
- Realiza el servicio post-venta.

Requisitos mínimos

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

Características de personalidad

Comunicativo, eficiente, estabilidad emocional, anticipado, organizado.

Relaciones interpersonales internas

Con todo el equipo de trabajo.

MESEROS

Están en contacto permanente con los invitados y anfitriones del evento, velando por la comodidad de los asistentes durante el acontecimiento. Además serán los responsables del montaje y desmontaje de las mesas, el manejo correcto de la cristalería.

Funciones específicas

- Atender cordialmente a los clientes.
- Ofrecer un servicio de calidad.

Requisitos mínimos

- Ser Bachiller, estar realizando estudios para la Titulación en Turismo.
- Edad mínima 20 años.
- Sexo masculino.
- Estado civil indistinto.
- Experiencia mínima de un año en cargos similares.

Características de personalidad

Comunicativo, eficiente, estabilidad emocional, anticipado, organizado.

Relaciones interpersonales internas

Con todo el equipo de trabajo.

GUARDIA DE SEGURIDAD

Esta persona se encargara de efectuar controles de identidad en la entrada y en el interior del local donde se está organizando el evento social, también evitara que en el transcurso del evento hayan actos ilícitos por parte de los invitados.

Funciones específicas

- Ejercer la vigilancia y protección de bienes muebles e inmuebles.
- Efectuar la protección del almacenamiento, objetos valiosos.

Requisitos mínimos

- Ser mayor de edad.
- Tener nacionalidad ecuatoriana.
- Ser Bachiller.
- Poseer la aptitud física y la capacidad psíquica necesarias para el ejercicio de las funciones de un guardia de seguridad.
- Carecer de antecedentes penales.

Características de personalidad

Ser atento con las personas que están a su cargo, anticipado, organizado.

Relaciones interpersonales internas

Con todo el equipo de trabajo.

ASISTENTE DE LIMPIEZA

Deben realizar la completa higiene de las instalaciones previamente y posterior a un evento social. En caso de alguna circunstancia fuera del orden del programa establecido serán quienes auxilien a los meseros con la limpieza del salón y quienes mantengan limpios los baños permanentemente. Además se encargaran de la limpieza de mesas, estaciones de servicio, ceniceros, charolas, lámpara de mesa, etc.

Funciones específicas

- Encargados de auxiliar a los meseros.
- Mantener los baños limpios.

Requisitos mínimos

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

Características de personalidad

Comunicativo, eficiente, estabilidad emocional, anticipado, organizado.

Relaciones interpersonales internas

Con todo el equipo de trabajo.

CHEF

La selección de éste elemento se la deberá hacer minuciosamente, pues de él dependerá el prestigio y buen nombre de nuestra empresa al poner en práctica las reglas de higiene y protocolo del trabajo encomendado.

Su labor es la que marcará la mejor arma de la empresa puesto que de su capacitación y resultados en la elaboración y preparación de los productos, la sazón y el gusto, el

detalle diferencial y demás argumentos gastronómicos, dependerán el éxito y la prosperidad del negocio.

Una vez realizado un contrato de servicios para banquetes, festejos y/o recepciones, éste funcionario es el que desempeña el papel de crear el paquete de servicios que desea el cliente y de cumplir con todos los requerimientos temáticos.

Funciones específicas

- Crear distintos menús exquisitos.
- Vigilar la calidad de los productos.

Requisitos mínimos

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

Características de personalidad

Creativo, carisma, seriedad en el trabajo, constancia, limpieza, Orden, Creatividad y Sazón (fundamental e indispensable), disciplina e higiene.

Relaciones interpersonales internas

Con todo el equipo de trabajo.

REPOSTERA

Es la persona encargada de toda la repostería, tendrá que dirigir la elaboración de los pasteles, confiterías, bocaditos de dulce y sal, dirigiendo al personal a su cargo y haciendo un seguimiento de las cuestiones administrativas de dicha sección.

Funciones específicas

- Preparar los productos para los banquetes.
- Realizar el cálculo de costes de acuerdo al pedido.

Requisitos mínimos

- Conocimientos culinarios.
- Experiencia de 2 a 3 años en puestos similares.
- Capacitación profesional en artes culinarias.
- Edad mínima 25 años.

Características de personalidad

Creativa, carismática, seriedad en el trabajo, innovadora, ordenada, disciplina e higiene.

Relaciones interpersonales internas

Con todo el equipo de trabajo.

AUXILIAR DE COCINA

Ayudará al cheff en sus labores culinarias, además supervisara la elaboración de alimentos, así como al resto del personal subordinado.

Funciones específicas

- Auxiliar al chef en todo lo relacionado a la preparación de alimentos.
- Cumplir con las normas de higiene y seguridad.

Requisitos mínimos

- Gran responsabilidad en el trabajo.
- Destreza manual.
- Formación en nutrición y manejo de aparatos de cocina.
- Experiencia de 6 a 12 meses en puestos similares.

Características de personalidad

Creativa, carismática, seriedad en el trabajo, innovadora, ordenada, disciplina e higiene.

Relaciones interpersonales internas

Con todo el equipo de trabajo.

ESTUDIO LEGAL

Dentro del mercado legal los responsables del proyecto debimos sujetarnos a ciertas leyes, ordenanzas, reglamentos y otras regulaciones que rigen en el territorio ecuatoriano y en especial en el Cantón El Triunfo, las cuales son:

Registro Único de Contribuyente (RUC).

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

- Copia de la cedula de identidad del representante legal.
- Copia certificada de la escritura de constitución.
- Proporcionar datos informativos como son la dirección, teléfono, etc.
- Tipo de negocio o actividad a la que se dedica.
- Firma y se procede a retirar el RUC.

Permiso de Funcionamiento a Locales Comerciales, otorgado por El Cantón El Triunfo.

Para obtener este permiso o documento en el Municipio del Cantón El Triunfo se debe de cumplir los siguientes requisitos:

- Solicitud firmada por la persona que lo requiere.
- Copia de la cédula de ciudadanía.
- Copia del pago de la patente.
- Copia del RISE o RUC.

Permiso de la Dirección de Higiene Municipal.

Para acceder a este permiso los empleados de la empresa, sin excepción alguna, deben someterse a exámenes médicos para comprobar su estado de salud, los requisitos para obtenerlo son:

- Copia del RUC.
- Copia del nombramiento del representante legal.
- Planilla de luz.
- El carné de salud ocupacional por cada uno de los empleados.

Carné de Salud.

Este documento permite a la persona que lo porta certificar que esta apta para manipular los alimentos en el servicio de buffeteria que ofreceremos a nuestros clientes, los requisitos para obtenerlo son:

- 1 foto carné.
- Vacuna antitetánica vigente.
- Copia de la cedula de identidad.
- Muestra de orina.
- Haber ayunado 12 horas.

Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

Este documento lo otorga la mencionada entidad del estado ecuatoriano, una vez que el personal autorizado haya realizado la inspección en el local, para verificar la correcta instalación del servicio eléctrico, esto se hace previniendo algún tipo de incendio a futuro. Los requisitos para obtener el permiso luego de la revisión son los siguientes:

- Copia del RUC.
- Copia del nombramiento del representante legal.
- Cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal.
- Planilla de luz.
- Pago de tasa o permiso. De acuerdo a la actividad económica.

Permiso de Funcionamiento otorgado por el Ministerio de Salud Pública.

Este documento se lo obtiene en la Dirección Provincial de Salud del Guayas o en la Dirección de Higiene Municipal, los requisitos para obtenerlo son los siguientes:

- Copia del RUC.
- Copia del nombramiento del representante legal.
- Cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal.
- Planilla de luz.
- El carné de salud ocupacional por cada uno de los empleados, con esto se podrá obtener luego el registro sanitario.

Escritura Pública de Constitución.

Este documento deberá contener:

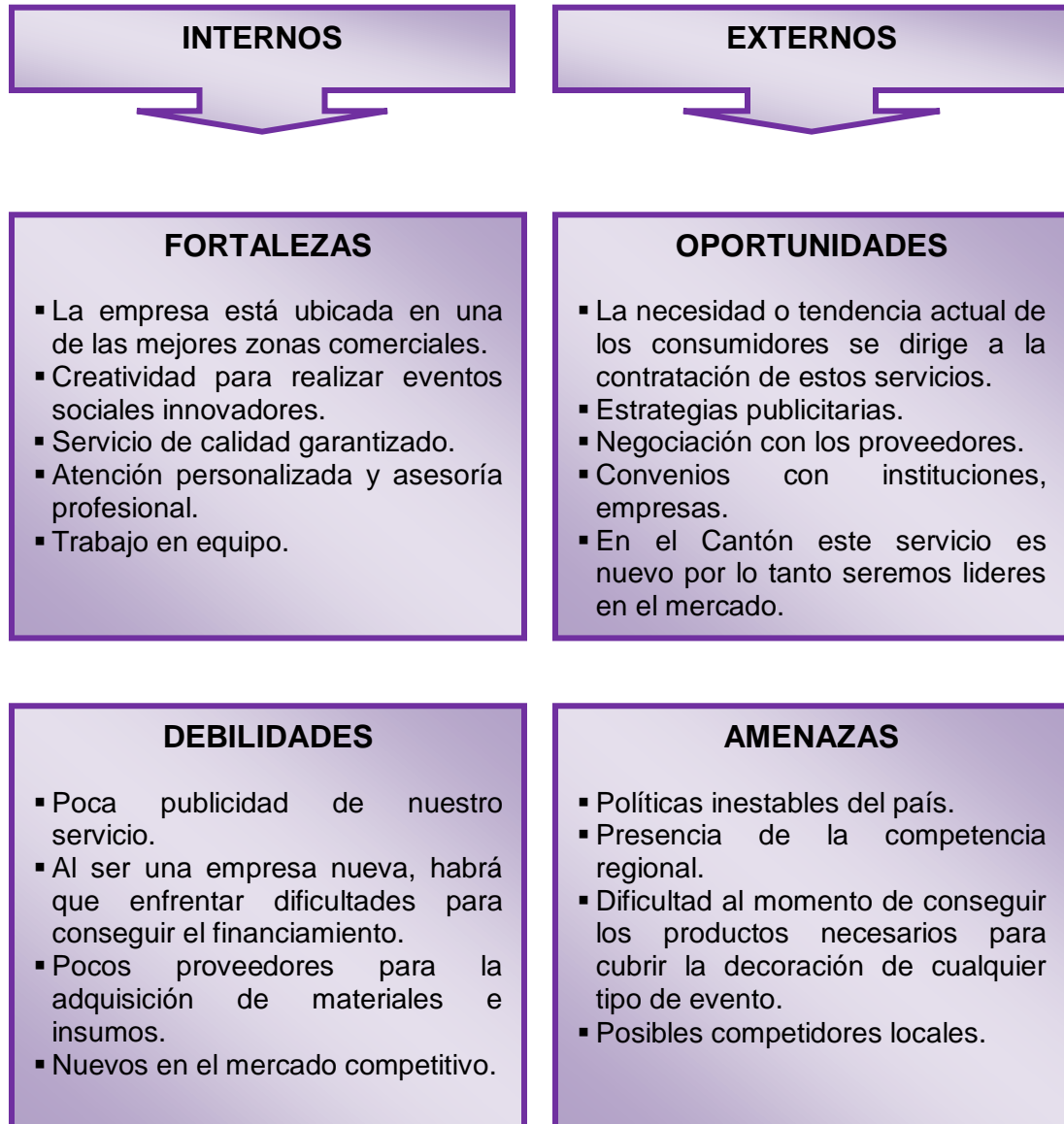
- Lugar y fecha donde se celebre el contrato.
- Nombre, nacionalidad, domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla.
- Objeto social.
- Denominación y duración.
- Domicilio de la empresa.
- Forma de administración y facultades de los administradores.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

Solicitud de Aprobación de la Superintendencia de Compañías.

Este documento se deberá anexar con la solicitud que debe tener la firma de un abogado, cuatro copias certificadas de la escritura de constitución, con una copia del certificado de votación del abogado patrocinador, en la que se solicita se apruebe la constitución de la empresa según el Art. 36 de la Ley de Compañías.

ANÁLISIS FODA

Cuadro 20. Análisis FODA



Elaborado por: Emilia Ramos – Kathiusca Zúñiga.

Cuadro 21. Matriz FOFA DODA

<p>FACTORES INTERNOS →</p> <p>↙ FACTORES EXTERNOS</p> <p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ La necesidad o tendencia actual de los consumidores se dirige a la contratación de estos servicios. ▪ Estrategias publicitarias. ▪ Negociación con los proveedores. ▪ Convenios con instituciones, empresas. ▪ En el Cantón este servicio es nuevo por lo tanto seremos lideres en el mercado. <p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Políticas inestables del país. ▪ Presencia de la competencia regional. ▪ Dificultad al momento de conseguir los productos necesarios para cubrir la decoración de cualquier tipo de evento. ▪ Posibles competidores locales. 	<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ La empresa está ubicada en una de las mejores zonas comerciales. ▪ Creatividad para realizar eventos sociales innovadores. ▪ Servicio de calidad garantizado. ▪ Atención personalizada y asesoría profesional. ▪ Trabajo en equipo. <p>FO</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Al estar ubicados en una de las mejores zonas comerciales podremos cubrir la necesidad de nuestros consumidores. ▪ Nuestra creatividad nos ayudara al momento de realizar las campañas publicitarias. ▪ El servicio de calidad ofrecido nos permitirá concretar convenios importantes. ▪ Ofreceremos el mejor servicio porque somos un equipo de trabajo unido. <p>FA</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ La inestabilidad política del país afectara a la demanda del servicio por parte de los clientes. ▪ Al no ofrecer un servicio de calidad los clientes pueden optar por los servicios que ofrecen los competidores externos. ▪ Al momento de adquirir los productos para los eventos será necesario una asesoría profesional ▪ A nivel local habrán nuevos competidores eso nos conlleva a seguir innovado en nuestro servicio. 	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Poca publicidad de nuestro servicio. ▪ Al ser una empresa nueva, habrá que enfrentar dificultades para conseguir el financiamiento. ▪ Pocos proveedores para la adquisición de materiales e insumos. ▪ Nuevos en el mercado competitivo. <p>DO</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Al tener poca publicidad de nuestro servicio será necesario implementar estrategias de mercado. ▪ Debemos realizar buenas negociaciones con los proveedores para que así no se nos dificulte al momento de requerir los materiales e insumos. ▪ A pesar de ser nuevos en el mercado la calidad de nuestro servicio nos hará conocer y así lograr el posicionamiento planteado. <p>DA</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Debemos conocer las políticas de las instituciones financieras al momento de requerir financiamiento. ▪ Si tenemos pocos proveedores se nos dificultara la adquisición de los productos e insumos. ▪ A pesar de ser nuevos en el mercado, no pasara mucho tiempo para que haya un crecimiento acelerado de competidores a nivel local. ▪ Si no realizamos una buena campaña publicitaria los habitantes del Cantón desconocerán el servicio que ofrecemos y optaran por centro de eventos aledaños.
---	--	---

Elaborado por: Emilia Ramos – Kathiusca Zúñiga.

MARKETING MIX

Producto

Ofreceremos un servicio de calidad, ajustándonos a los requerimientos de nuestros clientes, ofreciéndoles de manera personalizada asesoría profesional acerca de la organización del evento social a celebrar.

Para que nuestros clientes nos puedan identificar en el mercado hemos realizado el siguiente logotipo:



Figura 3. Logotipo de la empresa.

Precio

El precio del servicio se fijará de acuerdo a los requerimientos que hagan nuestros clientes para la organización de cualquier tipo de evento social, para ello se dan a consideración los siguientes precios:

Cuadro 22. Precios de los servicios que ofrecerá la empresa.

CHIC EVENTOS			
SERVICIOS	PRECIOS	ENERO	AÑO 1
EVENTOS SENIOR	900,00	3.600,00	43.200,00
EVENTOS JUNIOR	500,00	2.500,00	30.000,00
QUINCEAÑERA SENIOR	950,00	1.900,00	22.800,00
QUINCEAÑERA JUNIOR	650,00	1.950,00	23.400,00
FIESTAS INFANTILES SENIOR	575,00	2.875,00	34.500,00
FIESTAS INFANTILES JUNIOR	280,00	2.240,00	26.880,00
BAUTIZOS	300,00	600,00	7.200,00
FIESTAS DE CUMPLEAÑOS SENIOR	600,00	3.000,00	36.000,00
FIESTAS DE CUMPLEAÑOS JUNIOR	300,00	3.000,00	36.000,00
TOTAL DE INGRESOS		15.565,00	186.780,00

Elaborado por: Emilia Ramos – Kathiusca Zúñiga.

Plaza

El centro de eventos sociales “CHIC EVENTOS”, ofrecerá sus servicios en el Cantón El Triunfo, en la Av. 8 de Abril, frente al reten de la Policía Nacional.

Publicidad

El centro de eventos sociales se dará a conocer por medio de volantes dado que será un nuevo establecimiento dentro del Cantón, estas serán entregadas en las avenidas y calles principales, la distribución de estos se hará con la ayuda de las personas que laboran en el establecimiento. Además de estos se realizaran tarjeta de presentación, anuncios publicitarios en radio, prensa escrita, etc.

Los paquetes promocionales que el Centro de eventos sociales ofrecerá son los siguientes:

PAQUETE JUNIOR

- 5 horas de servicio.
- ½ hora de recepción y ½ hora de evacuación.
- Equipo en servicio.
- Menú a 3 tiempos.
- Grupo musical versátil.
- Música versátil gravada con DJ e iluminación.
- Coordinación del evento.
- Personal de servicio.
- Fotos de recuerdo.
- Centros de mesa (arreglos florales 1 por mesa).
- Decoración temática en todo el local.
- Pastel en plancha.
- Helados
- Servicio de café.
- Brochetas de chocolate (bombón, fruta bañada en chocolate).

PAQUETE SENIOR

- 6 horas de servicio.
- ½ hora de recepción y ½ hora de evacuación.
- Montaje de gala (mesa cuadrada, servilletas de tela, mesa iluminada).
- Cocktail de frutas.
- Charola de carnes frías.
- Equipo en servicio.
- Menú a 3 tiempos.
- Grupo musical versátil.
- Música versátil gravada con DJ e iluminación.
- 1 botella de licor por cada mesa.

- Coordinación del evento.
- Personal de servicio.
- Fotos de recuerdo.
- Centros de mesa (arreglos florales 1 por mesa).
- Decoración temática en todo el local.
- Pastel en plancha.
- Servicio de café.
- Brochetas de chocolate(bombón, fruta bañada en chocolate)
- Mesa de dulces típicos.

VOLANTES.



Figura 4. Volantes

TARJETA DE PRESENTACIÓN.



Figura 5. Tarjeta de Presentación.

TRÍPTICOS.

DE LA SIGUIENTE
MANERA SERA
DECORADO TU EVENTO
SOCIAL:



TE INVITAMOS A
CONOCER UN LUGAR
DIFERENTE DONDE
PODRAS CONTAR CON EL
MEJOR SERVICIO
PERZONALIZADO PARA
LA REALIZACIÓN DE
TODO TIPO DE EVENTO
SOCIAL, MATRIMONIOS,
FIESTAS INFANTILES,
QUINCEAÑERAS, BABY
SHOWER,ETC.



SERVICIO DE CALIDAD
GARANTIZADO

NOS ENCUENTRAS EN LA
AV. 8 DE ABRIL FRENTE A
LA POLICIA NACIONAL.

TELÉFONO:
2-010014

Figura 6. Tríptico de la empresa


<p>MISIÓN Y VISIÓN DE NUESTRA EMPRESA</p> <p>Misión Ser una empresa líder en el mercado ofreciendo los mejores servicios a nuestros clientes, satisfaciendo así la necesidad de contar con un lugar completo y variado donde realizar sus eventos sociales. Esperando así con el tiempo expandimos local y regional, brindando beneficios al consumidor con nuestra experiencia y calidad.</p> <p>Visión Ser líderes nacionales con nuestro servicios y productos ofreciendo un trabajo de calidad y profesionalmente reconocido</p>	<p>TE ESPERAMOS!!!</p> <p>PARA QUE TENGAS LA MEJOR OPCIÓN AL MOMENTO DE ORGANIZAR TU EVENTO SOCIAL.</p> <p>PIENSALO!!!!</p>  <p>EL MEJOR CENTRO DE EVENTOS EN EL CANTÓN EL TRIUNFO.</p>	<p>NUESTROS VALORES CORPORATIVOS</p> <p>Amabilidad: Recibir al cliente de forma atenta y cordial, con una sonrisa servicial y con predisposición a cooperar.</p> <p>Profesionalismo y disciplina: Respetar las disposiciones empresariales y actuar con profesionalismo en todas las actividades que se ejecuten en nuestra empresa.</p> <p>Responsabilidad: Compromiso serio directamente con el cliente donde nuestra atención sea de manera eficiente.</p> <p>Trabajo en equipo: Integrar al personal para generar en ellos el interés colectivo logrando obtener los mejores resultados y un buen clima organizacional.</p>
---	--	--

Figura 7. Tríptico de la empresa

AFICHES.



PAQUETE COMPLETO

- 5 horas de servicio.
- ½ hora de recepción y ½ hora de evacuación.
- Equipo en servicio.
- Menú a 3 tiempos.
- Grupo musical versátil.
- Música versátil gravada con DJ e iluminación.
- Coordinación del evento.
- Personal de servicio.
- Fotos de recuerdo.
- Centros de mesa (arreglos florales 1 por mesa).
- Decoración temática en todo el local.
- Pastel en plancha.
- Helados
- Servicio de café.
- Brochetas de chocolate (bombón, fruta bañada en chocolate).

Figura 8. Afiche del paquete JUNIOR.



PAQUETE GALA

- 6 horas de servicio.
- ½ hora de recepción y ½ hora de evacuación.
- Montaje de gala (mesa cuadrada, servilletas de tela, mesa iluminada).
- Cocktail de frutas.
- Charola de carnes frías.
- Equipo en servicio.
- Menú a 3 tiempos.
- Grupo musical versátil.
- Música versátil gravada con DJ e iluminación.
- 1 botella de licor por cada mesa.
- Coordinación del evento.
- Personal de servicio.
- Fotos de recuerdo.
- Centros de mesa (arreglos florales 1 por mesa).
- Decoración temática en todo el local.
- Pastel en plancha.
- Servicio de café.
- Brochetas de chocolate (bombón, fruta bañada en chocolate)
- Mesa de dulces típicos.

Figura 9. Afiche paquete SENIOR.

ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE MICHAEL PORTER.

1.- Amenazas de entrada de nuevos competidores: El ingreso de nuevos competidores en este negocio es de gran demanda, debido a que cada día se irán creando empresas similares a la nuestra, para ello una forma de ejercer fuerza será el de dar un servicio de calidad a nuestros clientes, para que así sean ellos mismos quienes marquen la diferencia entre las empresas que se dediquen a este negocio como lo es un centro de eventos sociales.

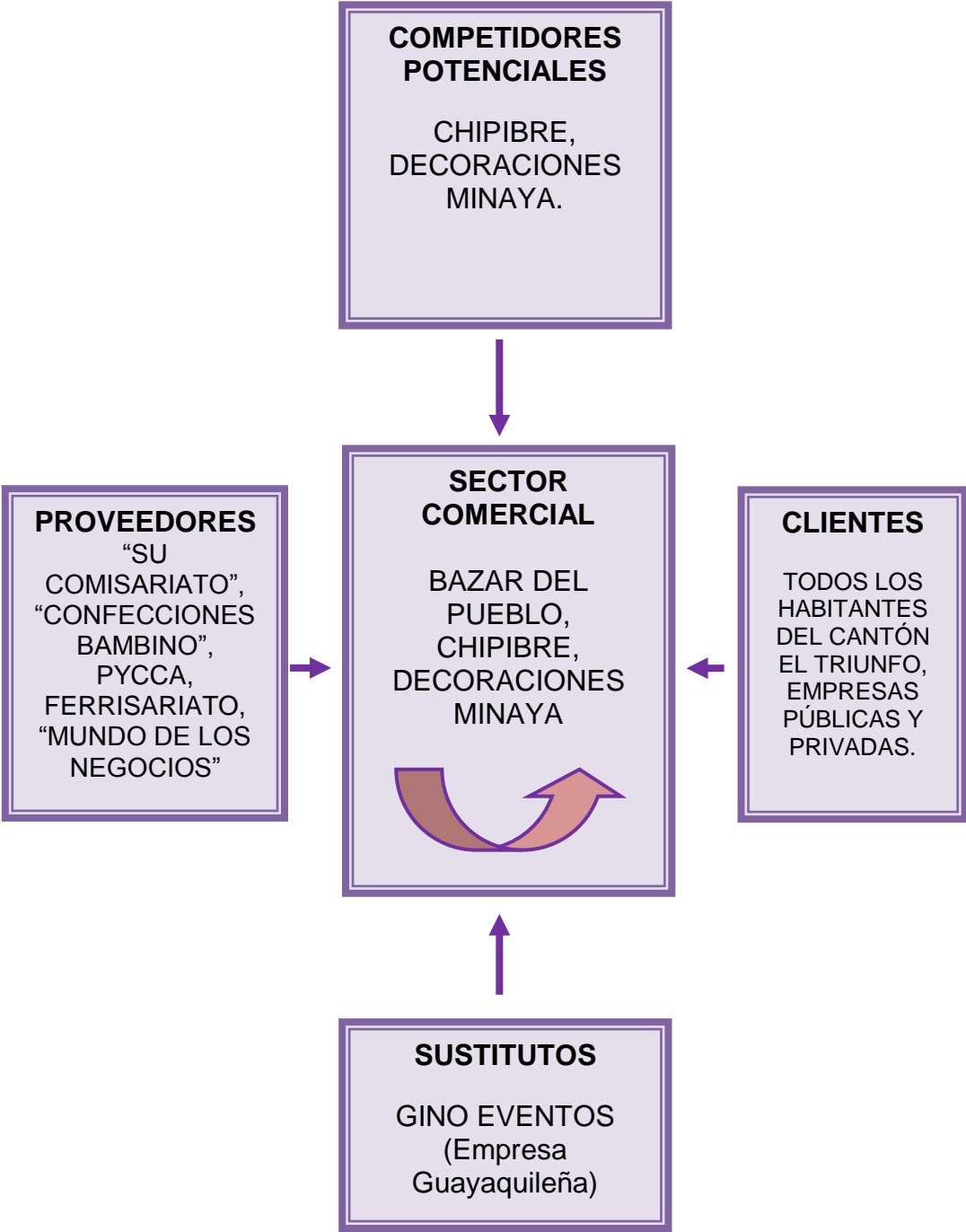
2.- Rivalidad entre competidores: En el sector comercial del Cantón existen empresas dedicadas a la venta de artículos para la decoración de eventos sociales, lo que no existe allí es una empresa que les brinde un servicio completo al momento de organizar un evento social, dentro de este sector seremos la única empresa dedicada a realizar esta actividad y con el tiempo nos poseionaremos dentro del mercado comercial en que nos desarrollaremos.

3.- Poder de negociación de los proveedores: La adquisición de los elementos necesarios que forman parte de nuestro servicio como son los artículos de decoración, personal que realizara el buffet, DJ, mesas respectivamente decoradas para la ocasión, etc., se los deberá adquirir mediante proveedores fijos y de confianza quienes nos darán proveerán de los artículos necesarios en el momento y tiempo preciso.

4.- Poder de negociación de los compradores: Debemos de incentivar a nuestros clientes mediante la aplicación de buenos precios y diferentes paquetes promocionales, para que así ellos puedan elegir la mejor opción y al recibir nuestro servicio queden satisfecho con el trabajo ya concluido, esto nos servirá como publicidad, porque será la mejor manera de hacernos conocer y seguir atrayendo a nuevos clientes.

5.- Amenazas de ingresos de productos sustitutos: No debemos descuidarnos de la calidad de nuestro servicio, pues los pequeños competidores podrían ofrecer un servicio similar al nuestro y realizar la decoración con artículos mejores que los nuestros y a un precio más económico, en este tipo de mercado no hay que descuidar la atención adecuada al cliente, porque una de las filosofías de nuestra empresa es la de satisfacción del cliente.

Gráfico 16. Análisis de las 5 fuerzas de Michael Porter



Elaborado por: Emilia Ramos – Kathiusca Zúñiga

5.7.1 Actividades

1. Identificar y determinar la ubicación exacta del centro de eventos sociales.
2. Realizar los ajustes necesarios en el local (instalaciones eléctricas, pintada, etc.)
3. Adquisición de materiales y equipos de oficina.
4. Selección del personal.
5. Reunirse con el talento humano seleccionado para darles a conocer cuáles serán sus obligaciones y responsabilidades en la empresa.
6. Negociaciones previas con los posibles proveedores.
7. Campaña publicitaria.
8. Apertura del centro de eventos sociales.
9. Dar a conocer los paquetes promocionales a los clientes.
10. Venta del servicio completo para la organización de cualquier tipo de evento social.

5.7.2 Recursos, Análisis Financiero

Cuadro 23. Recursos Operacionales

DESCRIPCION	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
RECURSOS OPERACIONALES			
COPIAS	800.00	0.02	16.00
LAPICEROS	2.00	0.35	0.70
IMPRESIONES	110.00	0.10	11.00
PASAJES - TRANSPORTE	4.00	1.00	4.00
ANILLADO	1.00	2.00	2.00
TELECOMUNICACIONES	1.00	20.00	20.00
RESMA DE PAPEL BOND	1.00	4.35	4.35
REFRIGERIOS	4.00	1.50	6.00
GASTOS VARIOS	1.00	10.00	10.00
ALMUERZOS	10.00	2.00	20.00
TOTAL DE RECURSOS OPERACIONALES			94.05

Elaborado por: Emilia Ramos – Kathiusca Zúñiga

Análisis financiero.

Cuadro 24. Inversión en activos fijos

CHIC EVENTOS			
ACTIVOS FIJOS			
CANTIDAD	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL
	<u>MUEBLES Y ENSERES</u>		
2	ESCRITORIOS	180.00	360.00
2	SILLONES DE CUERO	100.00	200.00
3	FILAS DE BUTACAS	40.00	120.00
2	ARCHIVADORES	110.00	220.00
	TOTAL MUEBLES Y ENSERES		900.00
	<u>EQUIPOS DE OFICINA</u>		
1	AIRE ACONDICIONADO	1,250.00	1,250.00
2	TELEFONOS	40.00	80.00
	TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		3,130.00
	<u>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</u>		
1	COMPUTADORA	560.00	560.00
1	IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	200.00	200.00
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN		760.00
	<u>MAQUINARIAS Y EQUIPOS</u>		
2	EXTINTORES	90.00	180.00
2	INFLADORES DE GLOBOS	315.00	630.00
	TOTAL MAQUINARIAS Y EQUIPOS		810.00
	<u>VEHICULOS</u>		
1	CAMIONETA	30,000.00	30,000.00
	TOTAL VEHICULOS		30,000.00
	<u>EDIFICIOS</u>		
1	LOCAL	45,000.00	45,000.00
	TOTAL EDIFICIO		45,000.00
TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS			80,600.00

Elaborado por: Emilia Ramos – Kathiusca Zúñiga

Cuadro 25. Depreciación

DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	PORCENTAJE DE DEPRECIACION	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	900.00	10%	7.50	90.00
EQUIPO DE COMPUTACION	760.00	33%	20.90	250.80
VEHICULO	30,000.00	20%	500.00	6,000.00
EDIFICIO	45,000.00	5%	187.50	2,250.00
EQUIPO DE OFICINA	3,130.00	10%	26.08	313.00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	810.00	10%	6.75	81.00
TOTAL	80,600.00		748.73	8,984.80

Elaborado por: Emilia Ramos – Kathiusca Zúñiga

Cuadro 26. Nómina de sueldos

NÓMINA AÑO 1								
PERSONAL	SUELDO	13RO	14TO	VAC.	Aportes IESS	FDO.RESERVA	REM. MENSUAL	R. ANUAL
DECORADORA	800,00	66,67	24,33	33,33	98,80		1.023,13	12.277,60
REPOSTERA- PASTELERA	800,00	66,67	24,33	33,33	98,80		1.023,13	12.277,60
COCINERA - BUFETT	600,00	50,00	24,33	25,00	74,10		773,43	9.281,20
MESEROS	900,00	75,00	24,33	37,50	111,15		1.147,98	13.775,80
ASISTENTES DE LIMPIEZA	600,00	50,00	24,33	25,00	74,10		773,43	9.281,20
GUARDIA DE SEGURIDAD	300,00	25,00	24,33	12,50	37,05		398,88	4.786,60
DJ	300,00	25,00	24,33	12,50	37,05		398,88	4.786,60
TOTAL	4.300,00						5.538,88	66.466,60

NÓMINA AÑO 2								
PERSONAL	SUELDO	13RO	14TO	VAC	Aportes IESS	FDO.RESERVA	REM. MENSUAL	R. ANUAL
DECORADORA	840,00	70,00	24,33	35,00	103,74	69,97	1.143,05	13.716,54
REPOSTERA- PASTELERA	840,00	70,00	24,33	35,00	103,74	69,97	1.143,05	13.716,54
COCINERA - BUFETT	630,00	52,50	24,33	26,25	77,81	52,48	863,37	10.360,41
MESEROS	945,00	78,75	24,33	39,38	116,71	78,72	1.282,88	15.394,61
ASISTENTES DE LIMPIEZA	630,00	52,50	24,33	26,25	77,81	52,48	863,37	10.360,41
GUARDIA DE SEGURIDAD	315,00	26,25	24,33	13,13	38,90	26,24	443,85	5.326,20
DJ	315,00	26,25	24,33	13,13	38,90	26,24	443,85	5.326,20
TOTAL	4.515,00						6.183,41	74.200,92

NÓMINA AÑO 3								
PERSONAL	SUELDO	13RO	14TO	VAC	Aportes IESS	FDO.RESERVA	REM. MENSUAL	R. ANUAL
DECORADORA	882,00	73,50	24,33	36,75	108,93	73,47	1.198,98	14.387,77
REPOSTERA- PASTELERA	882,00	73,50	24,33	36,75	108,93	73,47	1.198,98	14.387,77
COCINERA - BUFETT	661,50	55,13	24,33	27,56	81,70	55,10	905,32	10.863,83
MESEROS	992,25	82,69	24,33	41,34	122,54	82,65	1.345,81	16.149,74
ASISTENTES DE LIMPIEZA	661,50	55,13	24,33	27,56	81,70	55,10	905,32	10.863,83
GUARDIA DE SEGURIDAD	330,75	27,56	24,33	13,78	40,85	27,55	464,83	5.577,91
DJ	330,75	27,56	24,33	13,78	40,85	27,55	464,83	5.577,91
TOTAL	4.740,75						6.484,06	77.808,77

NÓMINA AÑO 4								
PERSONAL	SUELDO	13RO	14TO	VAC	Aportes IESS	FDO.RESERVA	REM. MENSUAL	R. ANUAL
DECORADORA	926,10	77,18	24,33	38,59	114,37	77,14	1.257,71	15.092,56
REPOSTERA- PASTELERA	926,10	77,18	24,33	38,59	114,37	77,14	1.257,71	15.092,56
COCINERA - BUFETT	694,58	57,88	24,33	28,94	85,78	57,86	949,37	11.392,42
MESEROS	1.041,86	86,82	24,33	43,41	128,67	86,79	1.411,89	16.942,63
ASISTENTES DE LIMPIEZA	694,58	57,88	24,33	28,94	85,78	57,86	949,37	11.392,42
GUARDIA DE SEGURIDAD	347,29	28,94	24,33	14,47	42,89	28,93	486,85	5.842,21
DJ	347,29	28,94	24,33	14,47	42,89	28,93	486,85	5.842,21
TOTAL	4.977,79						6.799,75	81.597,01

NÓMINA AÑO 5								
PERSONAL	SUELDO	13RO	14TO	VAC	Aportes IESS	FDO.RESERVA	REM. MENSUAL	R. ANUAL
DECORADORA	972,41	81,03	24,33	40,52	120,09	81,00	1.319,38	15.832,59
REPOSTERA- PASTELERA	972,41	81,03	24,33	40,52	120,09	81,00	1.319,38	15.832,59
COCINERA - BUFETT	729,30	60,78	24,33	30,39	90,07	60,75	995,62	11.947,44
MESEROS	1.093,96	91,16	24,33	45,58	135,10	91,13	1.481,26	17.775,16
ASISTENTES DE LIMPIEZA	729,30	60,78	24,33	30,39	90,07	60,75	995,62	11.947,44
GUARDIA DE SEGURIDAD	364,65	30,39	24,33	15,19	45,03	30,38	509,98	6.119,72
DJ	364,65	30,39	24,33	15,19	45,03	30,38	509,98	6.119,72
TOTAL	5.226,68						7.131,22	85.574,66

Cuadro. 27. Gastos

CHIC EVENTOS DETALLE DE GASTOS							
GASTOS ADMINISTRATIVOS		ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	DECORADORA	1,023.13	12,277.60	13,716.54	14,387.77	15,092.56	15,832.59
1	REPOSTERA - PASTELERA	1,023.13	12,277.60	13,716.54	14,387.77	15,092.56	15,832.59
2	COCINERA BUFETT	773.43	9,281.20	10,360.41	10,863.83	11,392.42	11,947.44
3	MESEROS	1,147.98	13,775.80	15,394.61	16,149.74	16,942.63	17,775.16
2	ASISTENTES DE LIMPIEZA	773.43	9,281.20	10,360.41	10,863.83	11,392.42	11,947.44
1	GUARDIA DE SEGURIDAD	398.88	4,786.60	5,326.20	5,577.91	5,842.21	6,119.72
1	DJ	398.88	4,786.60	5,326.20	5,577.91	5,842.21	6,119.72
	TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	5,538.88	66,466.60	74,200.92	77,808.77	81,597.01	85,574.66
GASTOS DE GENERALES		ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	TELEFONO	65.00	780.00	819.00	859.95	902.95	948.09
	AGUA	35.00	420.00	441.00	463.05	486.20	510.51
	ENERGIA ELECTRICA	340.00	4,080.00	4,284.00	4,498.20	4,723.11	4,959.27
	UTILES DE OFICINA	20.00	240.00	252.00	264.60	277.83	291.72
	INTERNET	33.60	403.20	423.36	444.53	466.75	490.09
	UTENCILIOS DE LIMPIEZA	30.00	360.00	378.00	396.90	416.75	437.58
	PRODUCTOS DE LIMPIEZA	200.00	2,400.00	2,520.00	2,646.00	2,778.30	2,917.22
	DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	7.50	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00
	DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTACION	20.90	250.80	250.80	250.80	-	-
	DEPRECIACION DE VEHICULO	500.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00
	DEPRECIACION DE EDIFICIO	187.50	2,250.00	2,250.00	2,250.00	2,250.00	2,250.00
	DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA	26.08	313.00	313.00	313.00	313.00	313.00
	DEPRECIACION DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS	6.75	81.00	81.00	81.00	81.00	81.00
	TOTAL GASTOS GENERALES	1,472.33	17,668.00	18,102.16	18,558.03	18,785.89	19,288.48
GASTO DE VENTAS		ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	PUBLICIDAD	200.00	2,400.00	2,520.00	2,646.00	2,778.30	2,917.22
	TOTAL GASTOS DE VENTAS	200.00	2,400.00	2,520.00	2,646.00	2,778.30	2,917.22
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS		7,211.22	86,534.60	94,823.08	99,012.80	103,161.20	107,780.36

Elaborado por: Emilia Ramos – Kathiusca Zúñiga

Cuadro 28. Costo de Ventas

COSTO DE VENTAS									
CANT.	DETALLE	PRECIO	TOTAL	ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
100	SILLAS PLÁSTICAS GRANDES	5.00	500.00	500.00	6000.00	6,300.00	6,615.00	6,945.75	7,293.04
50	SILLAS PLÁSTICAS PEQUEÑAS	3.00	150.00	150.00	1800.00	1,890.00	1,984.50	2,083.73	2,187.91
30	MESAS PLÁSTICAS GRANDES	10.00	300.00	300.00	3600.00	3,780.00	3,969.00	4,167.45	4,375.82
20	MESAS PLÁSTICAS PEQUEÑAS	7.00	140.00	140.00	1680.00	1,764.00	1,852.20	1,944.81	2,042.05
30	CENTROS DE MESA	12.00	360.00	360.00	4320.00	4,536.00	4,762.80	5,000.94	5,250.99
100	COBERTORES DE SILLAS	5.00	500.00	500.00	6000.00	6,300.00	6,615.00	6,945.75	7,293.04
30	MANTELES	10.00	300.00	300.00	3600.00	3,780.00	3,969.00	4,167.45	4,375.82
	CRISTALERIA (VASOS, COPAS)	80.00	80.00	80.00	960.00	1,008.00	1,058.40	1,111.32	1,166.89
	PLATERIA Y UTENCILIOS	150.00	150.00	150.00	1800.00	1,890.00	1,984.50	2,083.73	2,187.91
	COSTOS VARIOS	20.00	20.00	20.00	240.00	252.00	264.60	277.83	291.72
TOTAL			2500.00	2500.00	30000.00	31500.00	33075.00	34728.75	36465.19

Elaborado por: Emilia Ramos – Kathiusca Zúñiga

Cuadro 29. Presupuesto de Ingresos

CHIC EVENTOS								
PRESUPUESTO DE INGRESOS								
INGRESOS POR VENTA	CANTIDAD	P.U.	ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
EVENTOS SENIOR	4.00	900.00	3,600.00	43,200.00	45,360.00	47,628.00	50,009.40	52,509.87
EVENTOS JUNIOR	5.00	500.00	2,500.00	30,000.00	31,500.00	33,075.00	34,728.75	36,465.19
QUINCEAÑERA SENIOR	2.00	950.00	1,900.00	22,800.00	23,940.00	25,137.00	26,393.85	27,713.54
QUINCEAÑERA JUNIOR	3.00	650.00	1,950.00	23,400.00	24,570.00	25,798.50	27,088.43	28,442.85
FIESTAS INFANTILES SENIOR	5.00	575.00	2,875.00	34,500.00	36,225.00	38,036.25	39,938.06	41,934.97
FIESTAS INFANTILES JUNIOR	8.00	280.00	2,240.00	26,880.00	28,224.00	29,635.20	31,116.96	32,672.81
BAUTIZOS	2.00	300.00	600.00	7,200.00	7,560.00	7,938.00	8,334.90	8,751.65
FIESTAS DE CUMPLEAÑOS SENIOR	5.00	600.00	3,000.00	36,000.00	37,800.00	39,690.00	41,674.50	43,758.23
FIESTAS DE CUMPLEAÑOS JUNIOR	10.00	300.00	3,000.00	36,000.00	37,800.00	39,690.00	41,674.50	43,758.23
TOTAL DE INGRESOS			15,565.00	186,780.00	196,119.00	205,924.95	216,221.20	227,032.26

Elaborado por: Emilia Ramos – Kathiusca Zúñiga

Cuadro 30. Inversión del proyecto

INVERSION DEL PROYECTO	
MUEBLES Y ENSERES	900.00
EQUIPO DE COMPUTACION	760.00
VEHICULO	30,000.00
EDIFICIO	45,000.00
EQUIPO DE OFICINA	3,130.00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	810.00
CAJA - BANCO	15,000.00
TOTAL DE LA INVERSION	95,600.00

FINANCIACIÓN DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL		95,600.00
Financiado	35%	33,460.00
Aporte Propio	65%	62,140.00
		95,600.00

TASA		
TASA ANUAL INTERES PRESTAMO	15.00%	0.15
		0.15

PRÉSTAMO BANCARIO		
Prestamo Bancario	33,460.00	5,019.00

Elaborado por: Emilia Ramos – Kathiusca Zúñiga

Cuadro 31. Estado de Resultados

CHIC EVENTOS						
ESTADO DE RESULTADOS						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS	186,780.00	196,119.00	205,924.95	216,221.20	227,032.26	1,032,077.40
(-) COSTO DE VENTAS	30,000.00	31,500.00	33,075.00	34,728.75	36,465.19	165,768.94
UTILIDAD BRUTA	156,780.00	164,619.00	172,849.95	181,492.45	190,567.07	866,308.47
COSTOS INDIRECTOS	86,534.60	94,823.08	99,012.80	103,161.20	107,780.36	491,312.04
UTILIDAD OPERACIONAL	70,245.40	69,795.92	73,837.15	78,331.25	82,786.71	374,996.43
(-) GASTOS FINANCIEROS	5,019.00	4,015.20	3,011.40	2,007.60	1,003.80	15,057.00
UTILIDAD ANTES PART. IMP	65,226.40	65,780.72	70,825.75	76,323.65	81,782.91	359,939.43
PARTICIPACION EMPLEADOS	9,783.96	9,867.11	10,623.86	11,448.55	12,267.44	53,990.91
UTILIDAD ANTES DE IMPTO	55,442.44	55,913.61	60,201.89	64,875.10	69,515.48	305,948.51
IMPUESTO RENTA	13,860.61	13,978.40	15,050.47	16,218.78	17,378.87	130,478.04
UTILIDAD NETA	41,581.83	41,935.21	45,151.42	48,656.33	52,136.61	229,461.39

Elaborado por: Emilia Ramos – Kathiusca Zúñiga

Cuadro 32. Flujo de caja proyectado

CHIC EVENTOS							
FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS							
VENTAS	-	186,780.00	196,119.00	205,924.95	216,221.20	227,032.26	1,032,077.40
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		186,780.00	196,119.00	205,924.95	216,221.20	227,032.26	1,032,077.40
EGRESOS OPERATIVOS							
INVERSION INICIAL	95,600.00	-	-	-	-	-	-
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	66,466.60	74,200.92	77,808.77	81,597.01	85,574.66	385,647.96
GASTO DE VENTAS	-	2,400.00	2,520.00	2,646.00	2,778.30	2,917.22	13,261.52
GASTOS GENERALES	-	17,668.00	18,102.16	18,558.03	18,785.89	19,288.48	92,402.56
(-) DEPRECIACIONES		8,984.80	8,984.80	8,984.80	8,734.00	8,734.00	44,422.40
COSTO DE VENTAS		30,000.00	31,500.00	33,075.00	34,728.75	36,465.19	165,768.94
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	9,783.96	9,867.11	10,623.86	11,448.55	41,723.48
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	13,860.61	13,978.40	15,050.47	16,218.78	59,108.26
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	95,600.00	107,549.80	140,982.85	146,948.51	154,830.28	163,178.87	713,490.31
FLUJO OPERATIVO	-95,600.00	79,230.20	55,136.15	58,976.44	61,390.91	63,853.39	318,587.09
INGRESOS NO OPERATIVOS	-		-	-	-	-	-
PRESTAMO BANCARIO	33,460.00	-	-	-	-	-	-
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	33,460.00	-	-	-	-	-	-
EGRESOS NO OPERATIVOS							
INVERSIONES							
PAGO DE CAPITAL	-	6,692.00	6,692.00	6,692.00	6,692.00	6,692.00	33,460.00
PAGO DE INTERESES	-	5,019.00	4,015.20	3,011.40	2,007.60	1,003.80	15,057.00
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	11,711.00	10,707.20	9,703.40	8,699.60	7,695.80	48,517.00
FLUJO NETO NO OPERATIVO	33,460.00	-11,711.00	-10,707.20	-9,703.40	-8,699.60	-7,695.80	-48,517.00
FLUJO NETO	-62,140.00	67,519.20	44,428.95	49,273.04	52,691.31	56,157.59	270,070.09
SALDO INICIAL	-	15,000.00	82,519.20	126,948.15	176,221.19	228,912.50	
FLUJO ACUMULADO	-	82,519.20	126,948.15	176,221.19	228,912.50	285,070.09	

Elaborado por: Emilia Ramos – Kathiusca Zúñiga

Cuadro 33. Balance General

CHIC EVENTOS BALANCE GENERAL						
CUENTAS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE						
CAJA -BANCOS	15,000.00	82,519.20	126,948.15	176,221.19	228,912.50	285,070.09
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	15,000.00	82,519.20	126,948.15	176,221.19	228,912.50	285,070.09
ACTIVOS FIJOS	80,600.00	80,600.00	80,600.00	80,600.00	80,600.00	80,600.00
DEPRECIAC. ACUMULADA		8,984.80	17,969.60	26,954.40	35,688.40	44,422.40
TOTAL DE ACTIVO FIJO	80,600.00	71,615.20	62,630.40	53,645.60	44,911.60	36,177.60
TOTAL DE ACTIVOS	95,600.00	154,134.40	189,578.55	229,866.79	273,824.10	321,247.69
PASIVO						
CORRIENTE						
PRESTAMO	33,460.00	26,768.00	20,076.00	13,384.00	6,692.00	-
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	-	9,783.96	9,867.11	10,623.86	11,448.55	12,267.44
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	-	13,860.61	13,978.40	15,050.47	16,218.78	17,378.87
TOTAL PASIVO	33,460.00	50,412.57	43,921.51	39,058.34	34,359.32	29,646.31
PATRIMONIO						
APORTE CAPITAL	62,140.00	62,140.00	62,140.00	62,140.00	62,140.00	62,140.00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	-	41,581.83	41,935.21	45,151.42	48,656.33	52,136.61
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	-	41,581.83	83,517.04	128,668.45	177,324.78
TOTAL PATRIMONIO	62,140.00	103,721.83	145,657.04	190,808.45	239,464.78	291,601.39
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	95,600.00	154,134.40	189,578.55	229,866.79	273,824.10	321,247.69

Elaborado por: Emilia Ramos – Kathiusca Zúñiga

Cuadro 34. Índices financieros

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos netos	-95,600.00	79,230.20	55,136.15	58,976.44	61,390.91	63,853.39

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	10.00%

Elaborado por: Emilia Ramos – Kathiusca Zúñiga

Cuadro 35. Tasa de rendimiento

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	MAYOR AL 12%
SUMATORIA DE FLUJOS	318,587.09
AÑOS	5
INVERSION INICIAL	95,600.00
TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO	66.65%

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		243,483.14
VAN	POSITIVO	147,883.14
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	1.65
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	64.65
TASA INTERNA DE RETORNO		64.39%

Elaborado por: Emilia Ramos – Kathiusca Zúñiga

Cuadro 36. Razones financieras

RATIOS FINANCIEROS	
VENTAS	186,780.00
COSTO DIRECTO	30,000.00
COSTO INDIRECTO	86,534.60
FLUJO NETO	67,519.20
PAGO DE DIVIDENDOS	6,692.00
GASTOS FINANCIEROS	5,019.00
GASTOS PERSONAL	66,466.60
ACTIVOS FIJOS NETOS	71,615.20

PUNTO DE EQUILIBRIO	
EN DOLARES	103,093.08
EN PORCENTAJE	55.19%

CAPITAL DE TRABAJO		
	POSITIVO	49273.04
INDICE DE LIQUIDEZ	MAYOR A 1	11.09
VALOR AGREGADO SOBRE VENTAS	MENOR A 50%	38.27
INDICE DE EMPLEO		0.93

DATOS	
ACTIVO CORRIENTE	82,519.20
ACTIVOS TOTALES	154,134.40
UTILIDAD NETA	41,581.83

RENDIMIENTO DE LIQUIDEZ			
RIESGO DE LIQUIDEZ	MENOR AL 50%	0.4646	46.46%

RENDIMIENTO CORRIENTE			
RENDIMIENTO CORRIENTE	MAYOR A 12%	0.2698	26.98%

RAZONES	
UTILIDAD OPERATIVA	318,587.09
GASTOS FINANCIEROS	15,057.00
INVERSION INICIAL	95,600.00
UTILIDAD NETA	229,461.39
VALOR DEL CREDITO	33,460.00
VENTAS	1,032,077.40
COSTO DE VENTA	657,080.98
TOTAL DEL ACTIVO	36,177.60

Elaborado por: Emilia Ramos – Kathiusca Zúñiga

5.7.3 Impacto

La creación de esta nueva alternativa dentro del Cantón El Triunfo, es para acaparar la atención de los habitantes y de esta forma contribuir de manera directa al desarrollo de esta plaza de mercado.

A nivel laboral se crearán nuevas fuentes de trabajo, permitiendo el crecimiento de los índices económicos de los habitantes del triunfo.

CHIC Eventos, se proyectará con una imagen innovadora y con un logotipo llamativo para que las personas puedan identificar con mayor facilidad nuestra empresa, logrando que ellos dispongan de nuestro servicio para convertirnos en una empresa líder dentro del mercado comercial del Cantón El Triunfo.

5.7.4 Cronograma

Cuadro 37. Cronograma.

ACTIVIDAD	TIEMPO	MESES 2012													
		SEPTIEMBRE			OCTUBRE			NOVIEMBRE			DICIEMBRE				
Identificar y determinar la ubicación exacta del centro de eventos sociales.		■	■	■											
Realizar los ajustes necesarios en el local (instalaciones eléctricas, pintada, etc.)					■	■	■								
Adquisición de materiales y equipos de oficina.							■	■							
Selección del personal.									■	■	■				
Reunirse con el talento humano seleccionado para darles a conocer cuáles serán sus obligaciones y responsabilidades en la empresa.											■	■			
Negociaciones previas con los posibles proveedores.											■	■			
Campaña publicitaria.											■	■			
Apertura del centro de eventos sociales.													■		
Dar a conocer los paquetes promocionales a los clientes.													■	■	
Venta del servicio completo para la organización de cualquier tipo de evento social.														■	■

Elaborado por: Emilia Ramos – Kathiusca Zúñiga

5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.

Entre los lineamientos para evaluar la propuesta de la “Creación de un Centro de Eventos Sociales disponibles para las distintas celebraciones dentro del Cantón El Triunfo”, se inició con la recopilación de información mediante encuestas realizadas a los habitantes de dicho Cantón, para indagar directamente que criterios tenían ellos sobre el tema propuesto y así verificar las expectativas hacia el servicio que se les va a ofrecer logrando con esto conocer cuáles serán nuestros posibles clientes.

Una vez obtenida esta información procedimos a plantear esta propuesta, para lograr un posicionamiento en este sector comercial del Cantón El Triunfo, con el claro objetivo de brindar a nuestros clientes un servicio de calidad y una asesoría profesional con personal calificado.

CONCLUSIONES

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

- 1.-** La demanda de este nuevo servicio en el Cantón El Triunfo, hace que los clientes exijan un servicio de calidad e innovador, a un precio justo y que además sean atendidos de la mejor manera al momento de solicitar una asesoría para la organización de todo tipo de evento social.
- 2.-**De acuerdo al análisis realizado dentro del mercado competitivo, constatamos que el centro de eventos sociales tiene un alto nivel de desarrollo.
- 3.-**Las empresas que actualmente se encuentran en el mercado no brindan el servicio adecuado que el cliente requiere, por lo que se hace necesaria la ejecución de este proyecto.
- 4.-**Existen comportamientos diversos de nuestros clientes al momento de solicitar los servicios de “CHIC Eventos”, por lo exigente que resultan en la actualidad las personas.
- 5.-** Entre las fortalezas de “CHIC Eventos”, es que cuenta con un equipo de trabajo que tiene creatividad para realizar de manera innovadora los eventos sociales y además atender a los clientes en forma personalizada y profesional.
- 6.-**Entre las debilidades, tenemos que “CHIC Eventos” es una empresa nueva dentro de esta actividad lo que nos traerá dificultades al momento de querer conseguir un financiamiento por parte de las instituciones financieras.

RECOMENDACIONES

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

- 1.-Brindar a los clientes potenciales precios justos, calidad e innovación todo esto acompañado de un buen servicio y con la mejor atención personalizada, de tal forma que se cree lealtad por parte de los clientes hacia la empresa.
- 2.-El alto nivel de desarrollo se lo mantendrá mediante estrategias de mercado para no decaer con el servicio ante los posibles competidores.
- 3.-Dar un servicio de calidad a los clientes para que ellos logren confiar en la empresa y de esta manera posesionarnos en el mercado local.
- 4.-Realizar un análisis del comportamiento de los clientes para establecer estrategias comerciales que satisfagan sus exigencias.
- 5.-Realizar de manera innovadora los distintos tipos de eventos sociales con la ayuda del equipo de trabajo.
- 6.-Dar a conocer el servicio que ofrecerá “CHIC Eventos”, mediante una campaña publicitaria, con esto lograremos que todos los habitantes del Cantón conozcan y hablen de la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

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

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

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

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

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

SAPAG CHAIN, Nassir y SAPAG CHAIN, Reinaldo: *Preparación y Evaluación de Proyectos*, Cuarta Edición, Mc Graw Hill Interamericana, Chile, 2000.

LINCOGRAFÍA

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

GUERRA, Karina: *Centro de Ideas de Negocios para Mujeres*,
<http://www.karinaguerra.org/trabajo-trabajos-trabajo/poner-un-negocio/como-poner-tu-negocio-de-catering-organización-de-eventos-y-banquetes/>, extraído el 31 de enero del 2012.

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

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

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS: *censo por grupo de edad y sexo de la población 2010*, El Triunfo, 2010.

LEY DE

COMPAÑÍAS,
http://www.supercias.gov.ec/paginas_hm/societario/marco%20legal.htm,
extraído el 30 de enero del 2012.

Ley de régimen tributario interno,

http://www.derechoecuador.com/index.php?option=com_content&view=article&id=4140&Itemid=441, extraído el 30 de enero del 2012.

**ANNEX
SOCS**

Anexo 1.

ENCUESTA

Tema: CREACIÓN DE UN CENTRO DE EVENTOS SOCIALES DISPONIBLES PARA LAS DISTINTAS CELEBRACIONES DENTRO DEL CANTÓN EL TRIUNFO.

Esta encuesta es para determinar el grado de aceptación por parte de los habitantes del Cantón al momento de crear un Centro de eventos sociales.

Marque con una **X** sus respuestas en cada una de las preguntas de la encuesta.

1. Género.

Masculino Femenino

2. ¿Conoce usted los servicios que ofrece un Centro de Eventos Sociales?

Si No

3. ¿Le gustaría a usted acceder a los servicios que ofrece un Centro de Eventos Sociales?

Si No

4. ¿Cuál es el motivo que los habitantes del Cantón El Triunfo carecen de creatividad al momento de emprender la organización de eventos sociales?

Asesoría Desmotivación Altos costos Presupuesto

5. ¿Considera usted que la crisis económica afecta el momento de realizar sus eventos sociales?

Si No Tal vez

6. ¿Cada qué tiempo realiza usted su ajuste presupuestario?

Mensual Trimestral Semestral Anual

7. ¿Dónde realiza usted sus eventos sociales?

Su domicilio Casa de algún familiar En otros lugares

8. ¿Al realizar sus eventos sociales, le gustaría disponer de un lugar confortable?

Si No Tal vez

9. ¿Si desea organizar un evento social, su estilo se enfocaría en?

Lo moderno Lo tradicional Lo común

10. ¿Dentro del Cantón cuántas empresas dedicadas a la organización de eventos existen?

Pocas Varias Ninguna

11. ¿Le interesaría a usted contar con un Centro de Eventos Sociales dentro del Cantón El Triunfo?

Si No Tal vez

12. ¿Aproximadamente cuánto gasta usted en organizar un evento social?

De \$200 a \$300 De \$300 a \$500 De \$500 a más

13. ¿Cuánto estaría dispuesto usted a pagar por un servicio de eventos?

Entre \$300 a \$450 Entre \$500 a \$700 De \$800 a más

Anexo 2.

PATENTE MUNICIPAL DEL CANTÓN EL TRIUNFO

 <p>ILUSTRE MUNICIPALIDAD DE EL TRIUNFO</p> <p>COMPROBANTE DE INGRESO A CAJA</p>	MES	DIA	AÑO	CAJA No.	No. Comprobante
	MAR	13	2012	69	31864

CONTRIBUYENTE MULLO SAZOSA MARIO VICENTE . .	CEDULA-RUC .	CODIGO TRANSACC 2
---	-----------------	----------------------

TASAS Y CONTRIBUCIONES	VALOR RECIBID
TASAS GENERALES	
PERMISO, LICENCIAS Y PATENTES	
VENTA AL POR MENOR DE ACTIVIDADES ALQUILER DE MUEBLES PARA VELACION AV. M8 DE ABRIL JUAN AOGUSTIN ZAMBRANO AÑO 2012	
	ELECTIVO 20
	CHEQUES 0
	TARJ. CRED 0
	NOTA. CRED 0
	COMPENS. 0
	TOTAL 20
	RECIBIDO

 DIRECTOR FINANCIER	 TESORERO MUNICIPAL	 JEFE DE RENTAS	I M:  D:  RECAUDACION MARITZA GOYES 15:13:12 SELLO Y FIRMA DEL CAJE
---	---	--	--

CONTRIBUYENTE

Anexo 3. TASA POR SERVICIO DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS



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

Ruc: 0968518200001

DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN CONTRA INCENDIOS
CERTIFICADO DE FUNCIONAMIENTO No: 04534-00
TASA POR SERVICIO DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS

CONTRIBUYENTE

Valor: 24.52

Ruc: 0500916762 VEINTE Y CUATRO 52/100 DOLARES

Rep Legal: MULLO SARZOSA MARIO VICENTE

Nombre Comercial: FUNERARIA Y MARMOLERIA LA PAZ

Dirección: AV. 8 DE ABRIL S/N Y JUAN AGUSTIN ZAMBRANO


Fecha de Emisión: 14/03/12

Este despacho en atención a la solicitud presentada y considerado que en el local se cumplen las disposiciones de la Ley de Defensa Contra Incendios, así como la documentación se procede a extender la presente TASA POR SERVICIO DE PREVENCIÓN.

Este documento debe ser exhibido en un lugar visible y preservado cuando fuera requerido.

CONCEPTO	Actividad	Año	Factor	Valor
	FUNERARIAS-CUARTA	2012		22.52
	CON-TITULOS	2012		2.00

Adhesión



Fecha: 14/03/12



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



REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES

PERSONAS NATURALES

NUMERO RUC: 0901477661001

APELLIDOS Y NOMBRES: MORA GONZALEZ LIDIA CIRA

NOMBRE COMERCIAL:

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

FEC. NACIMIENTO: 03/08/1924

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 18/03/2008

FEC. INSCRIPCION: 18/03/2008

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:
ALQUILER DE BIENES INMUEBLES PARA LOCALES COMERCIALES.

DIRECCION DOMICILIO PRINCIPAL:
Provincia: GUAYAS Cantón: EL TRIUNFO Parroquia: EL TRIUNFO Calle: AV. 8 ABRIL Número: 1129 Intersección: AUGUSTO ZAMBRANO Referencia: A VEINTE METROS DE AGRIPAC Teléfono: 042010014

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:
* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

* Las personas naturales no obligadas a llevar contabilidad deben declarar impuesto a la renta siempre que sus ingresos brutos anuales superen la base mínima exonerada.
* Las personas naturales que posean ingresos anuales superiores a \$40.000 o un capital propio superior a \$24.000 están obligadas a llevar contabilidad y por lo tanto se convierten en agentes de retención.

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 001 **ABIERTOS:** 0 **CERRADOS:** 0

JURISDICCION: REGIONAL LITORAL SUR GUAYAS


 FIRMA DEL CONTRIBUYENTE


 SERVICIO DE RENTAS INTERNAS


Usuario: EVSV180906 **Lugar de emisión:** AZOGUES/CALLE 24 DE MAYO Y 25 DE AGOSTO **Fecha y hora:** 18/03/2008 11:03:48

IVA		MENSUAL		SEMESTRAL	
PERIODO	IMPORTE	PERIODO	IMPORTE	PERIODO	IMPORTE
MARZO 2008	0	MARZO 2008	0	MARZO 2008	0
ABRIL 2008	0	ABRIL 2008	0	ABRIL 2008	0
MAYO 2008	0	MAYO 2008	0	MAYO 2008	0
JUNIO 2008	0	JUNIO 2008	0	JUNIO 2008	0
JULIO 2008	0	JULIO 2008	0	JULIO 2008	0
AGOSTO 2008	0	AGOSTO 2008	0	AGOSTO 2008	0

Página 1 de 2

Página 1 de 2

Solicitud



Ministerio de Salud Pública

TRAMITE #: 4858

DIRECCION PROVINCIAL DE SALUD
RECIBIDO
Eduardo Velasco Canales
SERVIDOR AL CLIENTE
Fecha 27/3/12

GUAYAQUIL, Jueves 15 de Marzo, 2012

Señor(a)
DIRECTOR(A) PROVINCIAL DE SALUD DEL GUAYAS
Ciudad.-

De mi Consideración: Por medio de la presente solicito a usted autorice a quien corresponda realice la inspección sanitaria previa a la obtención del Permiso de Funcionamiento del establecimiento que detallo a continuación:

<input type="checkbox"/> Primera Vez	<input checked="" type="checkbox"/> Renovación	<input type="checkbox"/> Traslado/Establecimiento
<input type="checkbox"/> Cese Actividad	<input type="checkbox"/> Cambio de Razón Comercial	<input type="checkbox"/> Cambio de Razón Social
<input type="checkbox"/> Cambio Propietario		

ACTIVIDAD: FUNERARIA

RAZÓN SOCIAL: MARIO VICENTE MULLO SARZOSA

RAZÓN COMERCIAL: LA PAZ

RUC: 0500916762001 **CEDULA:** 0500916762

PROPIETARIO / REPRESENTANTE LEGAL: MARIO VICENTE MULLO SARZOSA

DIRECCION: 8 DE ABRIL Y AGUSTIN ZAMBRANO

DIR. E-MAIL: 0@(Seleccionar)

DE TELEFONOS:

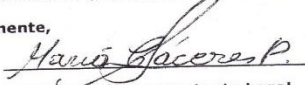
RESPONSABLE TÉCNICO DEL ESTABLECIMIENTO: MARIO VICENTE MULLO SARZOSA

AREA DE SALUD: 0 **HORARIO DE ATENCIÓN ESTABLECIMIENTO:** 08H00 - 21H00

OBSERVACIÓN:

Por la atención al presente me suscribo de Usted.

Atentamente,



Propietario/Representante Legal

Responsible Técnico

CROQUIS DE UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

REQUISITOS PARA PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO

- * COPIA FOTOSTÁTICA LEGIBLE DEL PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO DEL AÑO ANTERIOR, PREVIO ORIGINAL EN VENTANILLA.
- * COPIA FOTOSTÁTICA LEGIBLE DEL RUC.
- * COPIA FOTOSTÁTICA LEGIBLE CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑIA
- * COPIA FOTOSTÁTICA LEGIBLE CÉDULA DE CIUDADANÍA Y CERTIFICADO DE VOTACIÓN DEL PROPIETARIO O REPRESENTANTA LEGAL.
- * COPIA FOTOSTÁTICA LEGIBLE DOCUMENTO QUE ACREDITE A LA PERSONA JURÍDICA CUANDO CORRESPONDA
- * COPIA FOTOSTÁTICA LEGIBLE DE PERMISO DEL CUERPO DE BOMBEROS DEL AÑO ACTUAL
- * COPIA FOTOSTÁTICA LEGIBLE DEL TÍTULO INSCRITO EN LA DPSG Y SENESCYT DE PROFESIONALES DE LA SALUD – ING. EN ALIMENTOS Y AFINES.