



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS

Trabajo de fin de carrera titulado:

“INVESTIGACIÓN DEL MERCADO OBJETIVO PARA EL
PRODUCTO DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS, Y SU INCIDENCIA EN
LA OFERTA PRODUCTIVA EN EL VALLE DE LOS CHILLOS 2014”

Realizado por:

MARÍA FERNANDA EGAS BALSECA

Director:

JUAN CARLOS VIERA

Como requisito para la obtención del título de:

INGENIERO COMERCIAL EN MARKETING

DECLARACIÓN JURAMENTADA

Yo, MARÍA FERNANDA EGAS BALSECA, con cédula de identidad # 171551850-0, declaro bajo juramento que el trabajo aquí desarrollado es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que ha consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración, cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por la normativa institucional vigente.

María Fernanda Egas Balseca

C.C.: 171551850-0

DECLARATORIA

El presente trabajo de investigación titulado:

“INVESTIGACIÓN DEL MERCADO OBJETIVO PARA EL PRODUCTO DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS, Y SU INCIDENCIA EN LA OFERTA PRODUCTIVA EN EL VALLE DE LOS CHILLOS 2014.”.

Realizado por:

MARÍA FERNANDA EGAS BALSECA

Como Requisito para la Obtención del Título de:

INGENIERA COMERCIAL EN MARKETING

Ha Sido dirigido por el profesor

JUAN CARLOS VIERA

Quien considera que constituye un trabajo original de su autor

Juan Carlos Viera

DIRECTOR

AGRADECIMIENTOS

A Dios por darme cada día la oportunidad de superarme, a mi familia por apoyarme en toda mi vida estudiantil, al profesor Mg. Juan Carlos Viera por su valiosa y acertada dirección de este proyecto, por transmitirme con paciencia, dedicación y profesionalismo sus conocimientos que han sido fundamentales para el desarrollo del presente trabajo.

A la Universidad Internacional SEK, por todos estos años de formación académica.

DEDICATORIA

Dedico la presente investigación a Dios por darme la fuerza y sabiduría para mejorar cada día.

A mis padres por estar a mi lado en cada día de mi carrera estudiantil al igual que brindarme amor y cariño incondicional, en cada momento de mi vida.

A mis hermanos, por todo su amor y por apoyarme de cerca y de lejos durante todo este proceso.

A mi tutor Juan Carlos Viera, por ayudarme en cada momento de la realización de este proyecto y en toda mi carrera estudiantil.

Pero sobretodo, esto va dedicado para ti Abuelita, y para ti Tío Marquito.

Índice de Contenido

DECLARACIÓN JURAMENTADA.....	3
DECLARATORIA	4
AGRADECIMIENTOS	5
DEDICATORIA	6
FASE 1.....	13
1. PLANTAMIENTO DEL PROBLEMA	13
1.1 Formulación del Problema	15
1.2 Sistematización del Problema	15
1.3 Objetivo General	15
1.4 Objetivos Específicos.....	16
1.5 Justificaciones	16
1.6 Identificación de las Variables	18
1.7 Novedad y/o Innovación	18
2. MÉTODO	18
2.1. Nivel de Estudio.....	18

2.2 Modalidad de la investigación	19
2.3 Método	19
2.4 Población y Muestra	19
2.5 Operacionalización de variables	20
2.6 Selección de Instrumentos de Investigación	21
2.7 Validez y confiabilidad de instrumentos.....	21
3. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	22
3.1 Recursos Humanos.....	22
3.2 Recursos Técnicos y Materiales.....	22
3.3 Recursos Financieros	23
3.4 Cronograma de Trabajo	23
FASE 2.....	25
1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	25
1.1 Marco Conceptual	25
1.2 Marco Teórico	26
1.3 Marco Referencial	31
1.4 Marco Legal	31

2.	DIAGNÓSTICO	34
2.1	Ambiente Externo	34
2.2	Macro Entorno.....	34
	Factor Demográfico	34
	Factor Político	36
	Análisis Económico	37
	Análisis Social	40
	Análisis Tecnológico	41
2.3	Análisis Microambiente	43
	MODELO DE KOTLER	43
2.4	Ambiente Interno.....	44
3.	INVESTIGACIÓN DE CAMPO	48
3.1	Elaboración de Instrumentos de Investigación.....	48
	FUENTES PRIMARIAS	48
	ENCUESTA.....	48
	CRONOGRAMA DE ENCUESTAS:	50
3.2	Recolección de Datos.....	51

CALCULO MUESTRAL	51
CONCLUSION DE LA ENCUESTA:	54
3.3 Procesamiento, Análisis e Interpretación.....	54
FASE 3.....	59
1. RESUMEN DE OBSERVACIÓN.....	59
Análisis Competidores (Oferta de Organización de Eventos en el Valle de Los Chillos) ...	60
Análisis de la Oferta en General:	60
.....	65
La compañía y concepto del negocio.....	65
Misión, visión y objetivos.....	66
Objetivos	66
Estrategias	67
Necesidades.....	69
Crecimiento.....	70
Producto/Servicio.....	70
Servicio de Alquiler	74
Puntos Críticos	74

Posicionamiento.....	75
Marketing mix 8p's.....	76
.....	76
Applying the flow model of distribution to services	77
Flujo de información y promoción	78
Eventos corporativos.....	78
Eventos empresariales.....	79
Eventos privados y sociales	79
Uso de las instalaciones	80
Flujo de negociación	80
Flujo de producto	81
APP Móvil Quinta “El Jazmín”	81
.....	82
Lugar y tiempo.....	83
Personal.....	84
Promoción y educación.....	85
Entorno físico.....	88

FASE 3.....	88
1. INDUCCIÓN	88
2. HIPÓTESIS.....	89
3. PRUEBA DE LA HIPÓTESIS POR EXPERIMENTACIÓN	89
5. EVALUACIÓN FINANCIERA	91
Inversión	93
Punto de Equilibrio:	94
6. CONCLUSIONES	95
7. RECOMENDACIONES.....	96
8. BIBLIOGRAFÍA	97
9. ANEXOS	99

FASE 1

1. PLANTAMIENTO DEL PROBLEMA

El tema de la investigación a realizar es: “INVESTIGACIÓN DEL MERCADO OBJETIVO PARA EL PRODUCTO DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS, Y SU INCIDENCIA EN LA OFERTA PRODUCTIVA EN EL VALLE DE LOS CHILLOS 2014”, que mediante los objetivos y lineamientos del Plan Nacional para el Buen Vivir se logra sustentar dicha investigación.

Como problema se ha planteado la “INEXISTENCIA DE EMPRESAS QUE OFREZCAN UN PRODUCTO DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS COMPLETO, DE LUJO E INNOVADOR EN EL VALLE DE LOS CHILLOS”. Debido a la temática del problema, se han escogido los siguientes objetivos, lineamientos y políticas del Plan Nacional para el Buen Vivir.

OBJETIVO 6

Garantizar el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas.

POLITICA 6.5.

Impulsar actividades económicas que conserven empleos y fomenten la generación de nuevas plazas, así como la disminución progresiva del subempleo y desempleo. (SENPLADES, 2009-2013)

Lineamientos 6.5. (c).

Fortalecer y promover iniciativas económicas de pequeña y mediana escala basadas en el trabajo, que se orienten a generar empleos nuevos y estables. (SENPLADES, 2009-2013).

OBJETIVO 11

Establecer un sistema económico, social, solidario y sostenible

POLÍTICA 11.1.

Impulsar una economía endógena para el Buen Vivir, sostenible y territorialmente equilibrada que propenda a la garantía de derechos y a la transformación, diversificación y especialización productiva a partir del fomento a las diversas formas de producción. (SENPLADES, 2009-2013).

Lineamientos 11.1. (b).

Aplicar incentivos para el desarrollo de actividades generadoras de valor, especialmente aquellas de los sectores industrial y de servicios, con particular énfasis en el turismo, en el marco de su conversión a líneas compatibles con el nuevo patrón productivo y energético, y considerando la generación de empleo local, la innovación tecnológica, la producción limpia y la diversificación productiva.(SENPLADES, 2009-2013)

Mediante este objetivo lo que se quiere lograr es desarrollar una fuente de trabajo en donde se genere un valor extra en el servicio que se ofrecerá.

1.1 Formulación del Problema

¿Mediante qué mecanismos se va a elaborar la investigación de mercado objetivo para el producto de organización de eventos para medir la incidencia en la oferta productiva en el Valle de los Chillos?

1.2 Sistematización del Problema

- ¿Por qué se realiza la investigación de mercados sobre la incidencia de una empresa de organización de eventos de lujo en la oferta del producto de organización de eventos?
- ¿A través de qué medios se podrá ofrecer dichos servicios de organización de eventos hacia personas naturales?
- ¿Puede una empresa de organización de eventos con las siguientes características planteadas en la investigación, situarse en el Valle de los Chillos o tendría que situarse en otra locación?

1.3 Objetivo General

Realizar una investigación de mercados que permita determinar la incidencia o no de una empresa que ofrezca el producto de organización de eventos de lujo ubicada en el Valle de los Chillos, específicamente en la Parroquia de Alangasí, que se encuentra dentro del Distrito Metropolitano de Quito.

1.4 Objetivos Específicos

- Detectar cuál es el comportamiento de las empresas organizadoras de eventos en los últimos años dentro del sector del Valle de Los Chillos.
- Elaborar un plan de marketing que nos permita promover y escoger el producto adecuado para el mercado meta en el Valle de los Chillos, a partir del análisis de la oferta.
- Diseñar una investigación de mercado adecuada para verificar si la localización es óptima para el establecimiento de una empresa que posea las características de una empresa de organización de eventos de lujo.

1.5 Justificaciones

Esta investigación permitirá determinar la incidencia en la oferta productiva de organización de eventos en el Valle de Los Chillos, dentro del Distrito Metropolitano de Quito sobre un servicio de organización de eventos de lujo, dirigido a personas naturales; identificaremos los posibles factores que permitan investigar y determinar el comportamiento de la oferta en el producto de organización de eventos. Analizaremos los posibles problemas o amenazas que podría tener el sector del producto de organización de eventos y el factor de servicio al cliente.

Esta investigación también permitiría la creación de una fuente de trabajo para el sector del Valle de los Chillos si al analizar la oferta del mercado y se determina que sí existe la posibilidad de crear una empresa de las características que se presentarán, al igual que creará un nuevo interés por el sector y todos los atractivos turísticos que posee este lugar, en donde

personas nacionales e internacionales podrán admirar la belleza que podemos encontrar a no más de veinte minutos de la capital de nuestro país.

Otro beneficio que podremos obtener con esta investigación, es la oportunidad de exponer un concepto innovador para este sector productivo, con recursos humanos capacitados y especializados en el servicio que se ofrecerían al mercado. Al igual que se desarrollará diferentes estrategias que permita atraer a consumidores que deseen un servicio de primera calidad y de lujo en lo que respecta a organización de eventos.

La investigación de campo es fundamental para realizar este proyecto de unidad de titulación, es decir que realizaremos una recopilación de datos mediante la realización de encuestas dentro del sector a estudiar, que nos permitirá saber las necesidades del cliente respecto al servicio dentro del sector a investigar, lo que nos permitirá analizar el mercado meta de manera específica, es decir qué tipo de servicio desean o anhelan los consumidores tendremos como mercado por medio de sus características como edad, ingreso económico, preferencias y gustos.

Se desarrollará un plan de marketing donde se podrá abarcar todo lo que necesita una empresa para poder determinar si habría o no una incidencia dentro del mercado ofertante de organización de eventos en el Valle de los Chillos, incluyendo un presupuesto financiero de cuanto requerirían posibles los socios o emprendedores invertir en este proyecto y cuánto obtendrán de utilidad y beneficios al realizar este propósito.

Práctica.

Su propósito toma cuerpo en la medida que contribuya a solucionar de manera decidida un problema concreto del objeto de estudio. Aquí juega papel clave el interés práctico del investigador para solucionar el problema estudiado.

1.6 Identificación de las Variables

Variable dependiente: Investigación de mercados.

Variable independiente: Oferta del Producto de Organización de Eventos.

1.7 Novedad y/o Innovación

Como propuesta para este proyecto, se utilizará una aplicación que permita al cliente tener un acceso a la organización de su evento desde su móvil, de esta manera el servicio será más personalizado.

2. MÉTODO

2.1. Nivel de Estudio

El tipo de estudio que se ejecutará para esta investigación es de carácter descriptivo, que nos permita detallar la situación que en este caso es la investigación de mercado para poder determinar la incidencia en la oferta dentro del mercado del Sector de Organización de Eventos en el Valle de Los Chillos.

2.2 Modalidad de la investigación

Se ejecutará una **INVESTIGACIÓN DE CAMPO**, esto se debe a que todos los datos serán recogidos del sitio donde se encuentra el centro del estudio, es decir que por el tipo de investigación que se va realizar, para poder lograr obtener los resultados, se deberá recolectar toda la información que se encuentre en el sector para poder lograr una investigación real y obtener conclusiones concisas y veraces.

2.3 Método

El método para la investigación de mercados que se va a utilizar es deductivo, que va de lo general a lo particular, es decir, se realiza la plantación de un problema, creando una hipótesis del mismo, lo cual permitirá establecer si la investigación podrá llevar a una verificación de la información y solución del problema o a la determinación de que no existe una solución del mismo, por lo tanto se comprobará si la hipótesis es verdadera o falsa.

2.4 Población y Muestra

La población a estudiar en este proyecto se encuentra dentro del Distrito Metropolitano, específicamente en el sector del Valle de los chillos, en el barrio de Vía al Tingo, Urbanización Huertos Familiares del Valle, situado en la parroquia de Alangasí. Utilizaremos una fórmula para calcular la muestra de la población elegida.

Tabla 1: Ecuación para calcular la muestra de la Población Elegida:

$$\frac{N * p * q * Z^2}{e^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Elaborado por: Fernanda Egas

Para esta investigación de mercado y factibilidad, el cálculo de la muestra, el 100% de la población que se debe tomar en cuenta que no todos los habitantes pueden desarrollar la encuesta por razones de edad, no son los jefes de familia o no tienen el poder de decisión dentro de su hogar, entre otros. El sector a estudiar es de un nivel socio-económico medio-alto y nivel alto. Por lo tanto se escogió a 60 familias de la Urbanización Huertos Familiares del Valle.

2.5 Operacionalización de variables

Variable dependiente: Para obtener resultados que sean los indicadores para la empresa a crear tendremos el número de ventas mensuales en servicios de organización de eventos a empresas o personas naturales, se obtendrá la cifra de cuánto venden en servicio de catering o solo el alquiler del local para eventos, todo esto permitirá saber si el plan de marketing sirve o no para la empresa.

Variable Independiente: La variable independiente en este proyecto, sería la organización de eventos, esto permite que el servicio que ofrece la empresa actuará como indicador al momento de obtener la ecuación eventos/mes, con estos parámetros podremos observar cuantos eventos se pudo realizar en el tiempo indicado de un mes, lo que determinará si el proyecto resulta exitoso o no.

2.6 Selección de Instrumentos de Investigación

La modalidad de la investigación conlleva tres tipos de investigación:

- **Observación:** Este instrumento puede ayudar a determinar el comportamiento del mercado meta, como lo es la Parroquia de Alangasí y las empresas dentro del Valle de los Chillos.
- **De campo:** Implica la recolección de datos necesarios, para la obtención de información sobre el mercado tanto ofertante como demandante, al igual que el de proveedores dentro del servicio de organización de eventos en la rama de hospitalidad.
- **Documental:** Este tipo de investigación se realizará cuando se investiga y se busca información sobre el tema específico a estudiar, mediante la utilización de libros, estadísticas, registros, entre otros.
- **Proyecto desarrollo:** El proyecto de desarrollo es FUNDAMENTAL para la investigación de mercados debido a que con esta modalidad se desarrollará un presupuesto y un plan de marketing que se aplicará en emprendimiento del negocio.

2.7 Validez y confiabilidad de instrumentos

Se efectuará una prueba con las encuestas propuestas para validar la información que receiptaremos por medio de este instrumento, con esta prueba piloto también se podrá encontrar algunos errores y realizar cambios previos en la encuesta para que el estudio de campo sea exitoso.

3. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

3.1 Recursos Humanos

Para la investigación de mercado de este proyecto, necesitaremos el soporte de otros individuos que brindarán su conocimiento, tiempo y otro tipo de acciones que nos permitirá desarrollar de manera eficiente y eficaz nuestra investigación, dichas personas son:

- Tutor del Proyecto de Unidad de Titulación

3.2 Recursos Técnicos y Materiales

- Computadora (laptop)
- Impresora
- Hojas de papel bond (2 resmas)
- Transporte (vehículo privado)
- Cámara fotográfica (video incluido)
- Grabadora para entrevistas.
- Libros
- Celular Iphone 6

3.3 Recursos Financieros

Se resume en la tabla a continuación los gastos relacionados con la realización del estudio y proyecto.

Tabla 1.2 Recursos Financieros

Recursos Financieros	
Computadora	\$ 650,00
Transporte	\$250
Tutorías	\$ 1.200,00
Impresión	\$ 30,00
Empastado	\$ 20,00
TOTAL	\$ 2.150,00

Elaborado por: Fernanda Egas

3.4 Cronograma de Trabajo

Se presentará el siguiente cronograma:

CRONOGRAMA DE PROYECTO FINAL

FASES DEL PROYECTO	OCTUBRE SEMANA 12-18	OCTUBRE SEMANA 19-23	OCTUBRE SEMANA 26-30	NOVIEMBRE SEMANA 2-6	NOVIEMBRE SEMANA 9-13	NOVIEMBRE SEMANA 16-20	NOVIEMBRE SEMANA 23-27
FASE 1							
FASE 2							
FASE 3							

FASES DEL PROYECTO	DICIEMBRE SEMANA 1-3	DICIEMBRE SEMANA 7-11	DICIEMBRE SEMANA 14-18	DICIEMBRE SEMANA 21-25	DICIEMBRE SEMANA 28-31	ENERO SEMANA 4-8	ENERO SEMANA 11-15
FASE 1							
FASE 2							
FASE 3							

FASES DEL PROYECTO	ENERO SEMANA 18-22	ENERO SEMANA 25-29	FEBRERO SEMANA 1-5	FEBRERO SEMANA 8-12	FEBRERO SEMANA 15-20
FASE 1					
FASE 2					
FASE 3					
DEFENSA DEL PROYECTO					

Elaborado por: Fernanda Egas

FASE 2

1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 Marco Conceptual

- **Organización de Eventos:** “La **organización de eventos** es el proceso de diseño, planificación y producción de congresos, festivales, ceremonias, fiestas, convenciones u otro tipo de reuniones, cada una de las cuales puede tener diferentes finalidades.” (Fundación Wikimedia, Inc., 2015)
- **Investigación de Mercados:** “Es una herramienta necesaria para el ejercicio del marketing. Este tipo de investigación parte del análisis de algunos cambios en el entorno y las acciones de los consumidores. Permite generar un diagnóstico acerca de los recursos, oportunidades, fortalezas, capacidades, debilidades y amenazas de una organización.” (Fundación Wikimedia, Inc., 2015)
- **Plan de Marketing:** “El plan de marketing es la herramienta básica de gestión que debe utilizar toda empresa orientada al mercado que quiera ser competitiva. En su puesta en marcha quedarán fijadas las diferentes actuaciones que deben realizarse en el área del marketing, para alcanzar los objetivos marcados.” (Muñiz, s.f.)
- **Encuesta:** “Una encuesta es un procedimiento de investigación, dentro de los diseños de investigación descriptivos (no experimentales) en el que el investigador busca recopilar datos por medio de un cuestionario previamente diseñado o una entrevista a alguien, sin modificar el entorno ni el fenómeno

donde se recoge la información (como sí lo hace en un experimento). Los datos se obtienen realizando un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio, integrada a menudo por personas, empresas o entes institucionales, con el fin de conocer estados de opinión, ideas, características o hechos específicos. El investigador debe seleccionar las preguntas más convenientes, de acuerdo con la naturaleza de la investigación.” (Fundación Wikimedia, Inc., 2015)

1.2 Marco Teórico

En la actualidad, las empresas son cada vez más competitivas, lo cual nos obliga a buscar una especialización o un valor agregado que nos permita diferenciarnos de la competencia y podamos acaparar más a nuestro mercado demandante.

Por lo tanto, se realizará una investigación de campo mediante la observación de las diferentes empresas que brindan el servicio de catering, organización de eventos e inclusive locales que ofrezcan sus instalaciones para la realización de eventos.

- **Detectar cuál es el comportamiento de las empresas organizadoras de eventos en los últimos años dentro del sector del Valle de Los Chillos.**

Al realizar una observación de diferentes organizaciones, podremos establecer cuál es el valor agregado que podríamos ofrecer para que se pueda existir una incidencia o no el mercado ofertante. Se podrá observar cuál es el proceso que cada empresa tiene al momento

de ofrecer el servicio al cliente. Cómo se desarrollan dentro de un evento y cuáles son sus fortalezas y debilidades de las mismas.

Otro beneficio al realizar la observación de diferentes empresas, es determinar el número de eventos que realizan cada una de ellas al mes, para determinar nuestra posible demanda al momento de dar una opción crear esta empresa.

Se deberá tomar en cuenta cuál es el crecimiento de esta industria en la organización de eventos, para proyectar un supuesto plan de negocios como empresa a futuro en caso de que alguien lo desee realizar, al igual que hay que analizar si el mercado incrementará o se reducirá en los próximos años. Si la competencia se incrementará de igual manera y cuáles podrían ser nuestras estrategias o nuestras acciones como empresa si llegará a pasar tal cuestión.

- **Elaborar un plan de marketing que nos permita promover y escoger el producto adecuado para el mercado meta en el Valle de los Chillos, a partir del análisis de la oferta.**

Uno de los objetivos fundamentales del marketing, es poder posicionar a una organización como la primera en la mente del consumidor (TOP OF MIND), mediante el concepto de comprender e identificar las necesidades del consumidor en el mercado que ingresaremos al momento de emprender el negocio, esto nos permitirá establecer una imagen de un posible tipo de empresa que supere a la oferta que se encuentra en el sector.

Para poder realizar dicho plan, deberemos saber cuáles son los objetivos dentro del plan de marketing como:

Elaborar un análisis de la situación de mercado de organización de eventos que nos permita examinar nuestra competencia para poder implementar estrategias que nos permita penetrar y ganar un puesto en el mercado.

Obtener una rentabilidad en la venta del servicio, mediante un presupuesto para la elaboración de promoción de nuestro servicio y obtener posicionamiento.

Diseñar un plan de Marketing estructurado y que permita establecer las diferentes estrategias a seguir para obtener un modelo de negocio rentable y estable.

Realizar un análisis situacional que permita determinar cuáles son las fortalezas, oportunidades al igual que las debilidades y amenazas como empresa.

Se utilizará el modelo de Kotler como base para el plan de marketing que nos permita observar como nuestra empresa poseerá factores dentro de su micro-entorno que permitirán brindar un servicio excepcional dependiendo de la necesidad de cada cliente. Empezamos con sus diferentes proveedores que suministrarán el entretenimiento y catering para el evento a realizar.

Otro factor que la empresa debe tener en cuenta es la competencia que se tendrá, al entrar al mercado de organización de eventos. La competencia más importante serían las otras empresas organizadoras de eventos y de catering dentro del sector.

Al ser una empresa que elaborará su plan de marketing, por lo tanto no se generará la necesidad de obtener intermediarios de marketing. Y otro factor importante serán los consumidores, los cuales podrían ser empresas o personas naturales, dependiendo del evento que ellos requieran realizar.

- **Diseñar una investigación de mercado adecuada para verificar si la localización es óptima para el establecimiento de una empresa que posea las características de una empresa de organización de eventos de lujo.**

Para poder llevar a cabo este proyecto con éxito es necesario realizar una segmentación de mercado para conocer cuál va a ser el mercado al que nos vamos a dirigir.

El Valle de los Chillos es una ciudad cercana a la capital del Ecuador, Quito. Que posee una población de aproximadamente 300,000 habitantes, algo muy importante es detectar cuáles son las cualidades que posee esta ciudad que permitirá atraer a más consumidores y turistas a nuestro sector. Por lo tanto nuestro mercado es amplio para el desarrollo de eventos privados, e inclusive empresariales debido al crecimiento de industria en el sector.

El mercado ofertante de servicio de Organización de Eventos ha aumentado en los últimos 5 años dentro del Sector del Valle de los Chillos, debido al incremento poblacional que se ha dado en el sector. Eventos, convenciones y fiestas privadas son cada vez más realizados en diferentes locales en el sector.

“Valle de los Chillos, Valle del Maíz, Valle del Quinde, dormitorio de Quito, ubicado en la cuenca hidrográfica del Guallabamba, entre el Paschoa y el cerro Ilaló, al sur y norte y entre el Volcán Antisana y las lomas de Puengasí al oriente y occidente.

Alberga ciudades y pueblos de dos cantones; Cantón Quito: Conocoto, Guangopolo, Alangasí, La Merced, Píntag y Amaguaña. Cantón Rumiñahui con su capital Sangolquí.

Históricamente, importante granero de Quito y lugar de descanso de Atahualpa, en la hacienda de Chillo Cía se forjó y se organizó la gesta independentista de 1809, en Conocoto se dio una importante escaramuza entre el ejército de José de Sucre y las tropas realistas, y en donde fue alertado el mariscal de Ayacucho de la celada que le esperaba si seguía la ruta hacia el Ejido que ya tenía resuelta. El indio Poma de Sangolquí le avisa del plan español y Sucre decide cruzar las lomas de Puengasí y llegar a Chillogallo y finalmente ir hacia las faldas del Pichincha donde se da la batalla del Pichincha del 24 de mayo de 1822.

En este valle encantado, de clima maravilloso, de un verde impresionante, se encuentra la más variada gastronomía, por su igual variedad de gentes venida de todos los rincones de la patria y de otros países, sobresaliendo entre las comidas más famosas "el hornado, los cuyes al carbón, las tortillas de viento de Conocoto, El caldo de huagrasinga (cabeza de toro), las fritadas de chanco, las gallinas a la piedra, las arepas de maíz, una gran variedad de mariscos... etc." (Pérez, 2010)

Los mercados actuales son muy competitivos y se encuentran cargados ofreciendo el mismo servicio para un mercado meta similar, pero depende de cada empresa para que se diferencien de los demás, tengan una ventaja competitiva y se diferencien del resto.

En el sector del valle de los Chillos, podemos decir que existe gran cantidad de empresas que ofrecen solo el servicio como tal, pero nosotros nos vamos a diferenciar en ofrecer el lugar y el servicio, este será nuestro valor agregado y con el estudio de mercado nos dimos cuenta que la mayoría de personas buscan salir de la ciudad, buscar nuevas alternativas que ofrezcan paquetes completos. es así que determinaremos si esta empresa logrará tener éxito en un futuro.

1.3 Marco Referencial

Como Marco Referencial se tiene un “Estudio de Prefactibilidad busca determinar el impacto económico y social que tendrá la creación de una nueva empresa dentro del Distrito Metropolitano de Quito, dedicada a brindar el servicio de banquetes y eventos sociales”. Este estudio fue realizado por Carla Verónica Martín Ochoa, en la Universidad Politécnica del Ejército del Ecuador.

Este estudio nos da una guía para poder realizar nuestra Investigación de Mercados sobre la oferta de Organización de Eventos en el Valle de Los Chillos, sobre cómo realizar el estudio de la demanda y oferta.

1.4 Marco Legal

Para poder seguir analizando a la oferta de la Organización de Eventos en el Valle de Los Chillos, se tiene que analizar también el cómo se tiene que realizar una empresa de este sector de manera legal dentro del mercado, por lo tanto se tendría que obtener diferentes documentos y realizar varios procedimientos:

- **“Registro Único de Contribuyente (RUC) REQUISITOS:**

- ✓ Ecuatorianos y extranjeros residentes presentarán el original y entregarán una copia de la cédula de identidad o ciudadanía. Los ecuatorianos presentarán además el original del certificado de votación del último proceso electoral dentro de los límites establecido en la Ley de Elecciones.
- ✓ Original y copia de documentos que acrediten la dirección del domicilio actual y de cada uno de los establecimientos en el que realiza la actividad económica como: Planilla del servicio eléctrico, telefónico, de agua potable o televisión por cable, estados de cuenta bancaria o de tarjetas de crédito hasta de tres meses anteriores a la fecha del registro, comprobante del pago del impuesto predial correspondiente al año en que se realiza el registro o del inmediato anterior, contrato de arrendamiento inscrito ante la respectiva oficina de inquilinato o notariado, según 11 corresponda. Cualquiera de estos documentos a nombre del sujeto pasivo.
- ✓ Si por algún motivo no es posible la entrega de cualquiera de estos documentos mencionados anteriormente, se presentará una carta donde el propietario declare que ha cedido en forma gratuita el uso del inmueble para el local u oficina del negocio, donde conste nombres y apellidos completos, número de cédula y firma del cedente y de la persona a la cual está cediendo y adjuntar copia del documento de identificación del cedente, así como copia de cualquiera de los documentos señalados anteriormente (excepto en los estados de cuenta y televisión por cable), que reflejen la dirección del local objeto de la alquiler o cesión.
- ✓ Documentos Adicionales: Depende del tipo de contribuyente que sea.

- **Permiso Municipal de Funcionamiento**

- ✓ Solicitud de Patente (Lugar de Adquisición: Tesorería Municipal).
- ✓ Croquis de ubicación del local con clave catastral.
- ✓ Copia cédula de identidad.
- ✓ Certificado de Normas Particulares (Lugar de Adquisición: Tesorería Municipal, y tramitar el certificado en las Direcciones de Agua Potable y Planificación).
- ✓ Certificado de N° Adeudar al Municipio (Lugar de Adquisición: Tesorería Municipal, y tramitar el certificado las Direcciones de Agua Potable y Planificación y en la Tesorería)
- ✓ Pago del Cuerpo de Bomberos.
- ✓ Registro Único de Contribuyentes. R.U.C.
- ✓ Certificado de Salud.

El plazo de atención y respuesta para el trámite es de 12 días laborables.

- **Certificado del Cuerpo de Bomberos:** Este certificado es emitido una vez realizada la visita de un inspector al local en donde se pondrá en ejecución el presente proyecto y dando cumplimiento a las observaciones dispuestas cancelando el valor respectivo. Certificado del Ministerio de Salud Pública. Cancelación de todas las especies valoradas para obtener los permisos necesarios.” (Ochoa, 2010)

2. DIAGNÓSTICO

2.1 Ambiente Externo

2.2 Macro Entorno

Factor Demográfico

Al realizar esta investigación, nos concentraremos dentro del Valle de los Chillos, específicamente en la parroquia de Alangasí, para una mejor investigación, más concreta y precisa, es ahí donde se podría establecer el local para ofrecer el servicio de Organización de Eventos.

“Ubicación: La parroquia de Alangasí está localizada en la Provincia de Pichincha, en el Distrito Metropolitano de Quito, forma parte del Valle de los Chillos, conformado por las parroquias de Amaguaña, Conocoto, Guangopolo, La Merced, Pintag y Alangasí.

Límites

Norte: Parroquias Guangopolo y Tumbaco

Sur: Parroquia de Pintag y Cantón Rumiñahui.

Este: Parroquias La Merced y Pintag.

Oeste: Parroquia Conocoto y Cantón Rumiñahui.

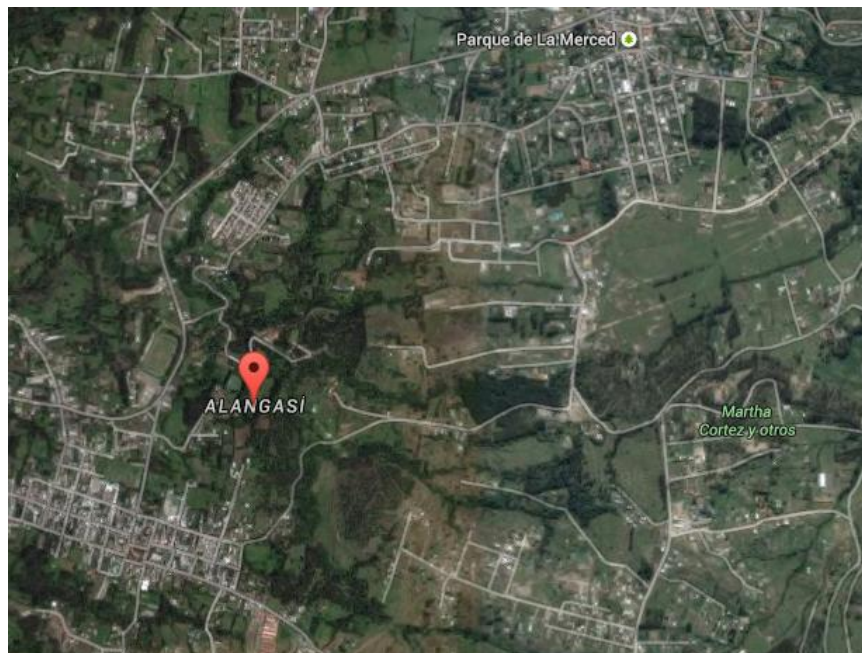
Altitud: La altura de la parroquia de Alangasí es de 2613 msnm.

Clima: El clima es característico de la zona interandina, la temperatura oscila entre los 14,6° C hasta los 16,7° C, con mínimas entre 14,1° y 14,9° C. La precipitación fluctúa entre 128 y 111 mm, que se reparten en dos períodos lluviosos, el primero entre el mes de marzo y el segundo en noviembre. La estación seca es de julio a agosto.

Superficie: La superficie aproximada de la parroquia es de 29.98 km².” (PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE ALANGASÍ 2012-2025, 2012)

Para realizar el trabajo de final de carrera se seleccionó la parroquia de Alangasí localizada en el Valle de Los Chillos a unos 13 kilómetros aproximadamente de Quito.

Gráfico: 2.1



Fuente: (Google Company, 2016)

Factor Político

Actualmente no existe la suficiente inversión en el Ecuador por los problemas políticos, y económicos que se han presentado en la última década en el país. Los inversionistas no se sienten seguros de realizar cualquier tipo de negocio debido a que no tienen la estabilidad y seguridad que necesitan para realizar un negocio en el país. Además de la mala imagen que se presenta hacia el exterior hace que el turismo se vea afectado como consecuencia de la inestabilidad política del gobierno. Enmiendas y nuevas leyes que restringen cada vez más la inversión extranjera. Por otra parte, el emprendimiento de microempresas y la campaña “Hecho en Ecuador” fomenta a los futuros empresarios a crear nuevos negocios. Sin embargo, debido a la baja del barril del petróleo a nivel mundial, el presupuesto de nuestro país no permite que los bancos del estado como el Banco de Fomento y el BIESS, puedan ayudar a los pequeños empresarios a emprender un negocio.

El nivel de credibilidad y popularidad del presidente de la república ha disminuido notablemente; debido al alto grado de conflictos internos entre la sociedad civil y el gobierno, siendo sus principales causas; la falta de empleo, incremento de la inseguridad y delincuencia, la crisis económica, despilfarro del presupuesto del estado, entre otras.

Sin embargo, con la reelección del Presidente Rafael Correa, permitió que existiera una estabilidad política, dio una continuidad a este proceso de cambio que el gobierno está realizando.

Por otro lado, dentro del gobierno actual se presentan como ventajas como la administración de salud, educación y viabilidad. Estas medidas resultan importantes pues representan una oportunidad de desarrollo para el sector productivo del país, y con ello reactivar la economía y brindar un mejor estilo de vida a sus ciudadanos.

Evidentemente para lograr esta meta el gobierno junto a entidades seccionales como prefecturas y alcaldías debe declarar políticas de Estado como ente protector de la población y desarrollar acciones encaminadas a garantizar la seguridad al ciudadano y visitantes extranjeros. Las medidas adoptadas ayudarán por tanto a impulsar el crecimiento en el sector productivo de servicios. Así, con el mejoramiento del sistema constitucional y legislativo (Asamblea Nacional), eficiencia en trámites estatales, y factores como apoyo a la empresa turística, incremento de vigilancia policial contra la delincuencia, entre otros, serán la base para un desarrollo económico más acelerado y de esta manera se presentara un incremento de inversión hacia el país lo cual es positivo ya que ingresaría divisas y ayudaría al progreso del Ecuador.

Análisis Económico

Ecuador tiene una economía de subsistencia, es decir se maneja con la producción agrícola, industrial y petrolera. Quito, capital de la república, tiene un gran movimiento comercial y económico por lo que es importante analizar el entorno económico en el que se desenvuelve, tomando en cuenta los factores principales como son: el poder de compra, determinado por sus ingresos y su comportamiento de gasto o consumo.

Debido a la baja del barril del petróleo, el desempleo y el alza en impuestos, será difícil crear o emprender un negocio a finales del 2015 y principios del año 2016.

El ingreso que obtiene cada persona es el rubro más importante. “En Noviembre de 2015 la canasta básica se ubicó en \$669,96, de esta manera, el ingreso familiar mínimo, incluyendo los fondos de reserva, calculado para 1,6 perceptores cubre el 98,64% del costo de la canasta básica familia.” (INEC, 2015)

Ha existido una grave crisis económica debido al incremento en salvaguardias para muchos productos importados, lo cual ha perjudicado sobretodo destacándose el sector comercial y financiero.

Así mismo, la inestabilidad económica no ha creado una mayor seguridad y tampoco ha creado incentivos para invertir y hacer negocios entre las empresas.

Los empresarios consideran que la inversión pública ha sido uno de los principales dinamizadores de la economía interna, aun así les preocupa las cifras de inversión extranjera directa que no se ha incrementado como acontece en países vecinos.

En el tema de tributación, según informa el Servicio de Rentas Internas: “La directora del Servicio de Rentas Internas, Eco. Ximena Amoroso, anunció que la meta de recaudación tributaria para el año 2015 es de 14.099 millones de dólares, 909 millones más que en 2014. Las medidas arancelarias tomadas en el 2014, respecto a las normas de calidad, generaron una transición en el proceso de distintas actividades económicas; sin embargo, cuando el contribuyente incluya los cambios en sus procedimientos, la recaudación se potenciará en el

2015. Así mismo, esta restricción ha fomentado el desarrollo del mercado nacional, lo que se traduce en un incremento en la oferta de productos nacionales, que a su vez, aumenta la base de contribuyentes y las posibles exportaciones de los productos ecuatorianos.” (InformatyPunto, 2014)

Existe un desarrollo económico que intenta generar una estabilidad económica y por ende crea confianza en los ciudadanos, sin embargo no existe un incentivo para el ingreso de inversionistas extranjeros debido a muchas medidas arancelarias, lo cual influye en la reactivación económica no solo de la capital sino de todo el país, y por lo tanto no permite nuevas fuentes de trabajo que son necesarias para crear ingresos para nuestro país.

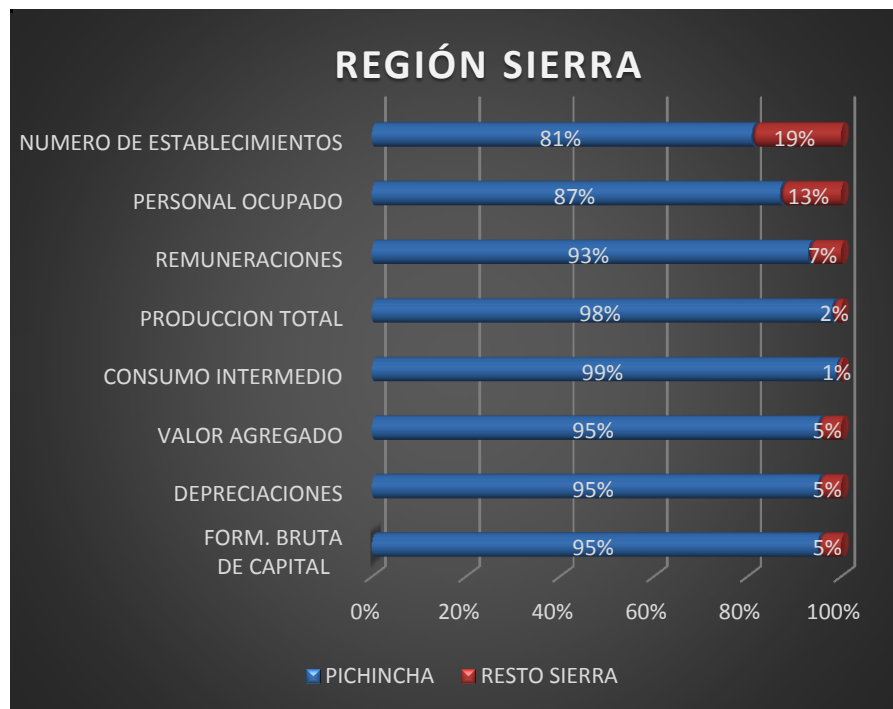
Quito es la ciudad más importante del Ecuador debido a que es la capital de la república, por esta razón existe movimiento comercial en relación al resto de ciudades del país y por lo tanto hace que se haya obtenido un mayor desarrollo a diferencia de otras urbes.

Por el movimiento comercial con el que cuenta Quito y su ubicación geográfica, motiva a los empresarios, a las empresas que ayuden al crecimiento de esta ciudad. Vale la pena recalcar que en la actualidad se ha terminado el nuevo aeropuerto internacional de Quito, el cual ayudara a incrementar el desarrollo económico en la zona de Pifo y sus alrededores, en donde se está realizando este análisis como lo es la parroquia de Alangasí.

La actual crisis económica, política, social y jurídica, pudieran convertirse en las principales amenazas para poder plantear una posible realización de un proyecto para el producto de organización de eventos en la parroquia de Alangasí, sin embargo vale la pena recalcar que Ecuador tiene un alto potencial turístico y de esta manera podría incentivar este proyecto a

que exista turismo y así crear fuentes de trabajo y lo más importante que entre divisas a nuestro país.

Gráfico 2.2: Gráfico Región Sierra Número de Establecimientos en Pichincha



Fuente: (INEC, Ecuador en Cifras, 2015)

Análisis Social

La población estimada del Ecuador es de 16.158.557 millones de habitantes de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Censos.

La población está dividida entre Sierra, Costa, Oriente y Región Insular.

La población ecuatoriana es étnicamente diversa, así está dividida en: Indígena: 6.83 %, el Negro (Afro-americano) en un 2.23%, Mestizos en un 77.42%, Mulatos en un 2.74% y Blancos en un 10.46%.

“El 66% de la población vive en centros urbanos, el 34% restante en medios rurales” (INEC, INEC, 2010)

El idioma oficial y de relación intercultural es el idioma español, con sus peculiaridades y modismos propios de cada zona o región. El *quichua*, el *shuar* y las demás lenguas indígenas son reconocidos dentro de sus respectivas áreas de uso, el quichua es hablado y utilizado por el 5% de la población ecuatoriana.

Quito es la ciudad más importante del país que por su naturaleza y su población se caracteriza por ser trabajadora, receptiva, socialmente activa, y saber cómo tratar a los turistas que ingresan a nuestro país ya que es un verdadero ingreso para el país.

“El turismo es una importante fuente de trabajo e ingreso para la población de un país. En algunas naciones, la inversión en turismo supone la creación de más puestos de trabajo que en otros sectores de la economía, como por ejemplo, que en la industria de la minería o la pesca.” (Conocimientosweb.ec, 2013)

Análisis Tecnológico

En la actualidad en el Valle de Los Chillos, específicamente en la parroquia de Alangasí, no existe un centro de convenciones que cuente con la tecnología e infraestructura suficiente

para realizar reuniones de pequeños y grandes grupos de personas en donde se puedan realizar eventos: comerciales, empresariales, seminarios, entre otras.

La tecnología y los servicios de Internet en la empresa de servicios de organización de eventos determina un nuevo entorno en donde se puede desarrollar los negocios conformado por mercados virtuales o marketplaces donde las empresas acuden a ofrecer sus servicios de catering y organización de eventos.

La incorporación de la tecnología es necesaria para el negocio de servicio de organización de eventos debido a que de esta manera se puede conocer sobre nuestro servicio por medio de e-commerce o también conocido como comercio electrónico.

“El término de E-Commerce consiste principalmente en la distribución, compra, venta, marketing y suministro de información de productos o servicios a través de Internet. Poder tener nuestro negocio disponible en Internet las 24 hs del día y accesible desde cualquier parte del mundo, se ha convertido hoy en una herramienta fundamental para **potenciar las ventas de las empresas.**” (Fernandez, 2002)

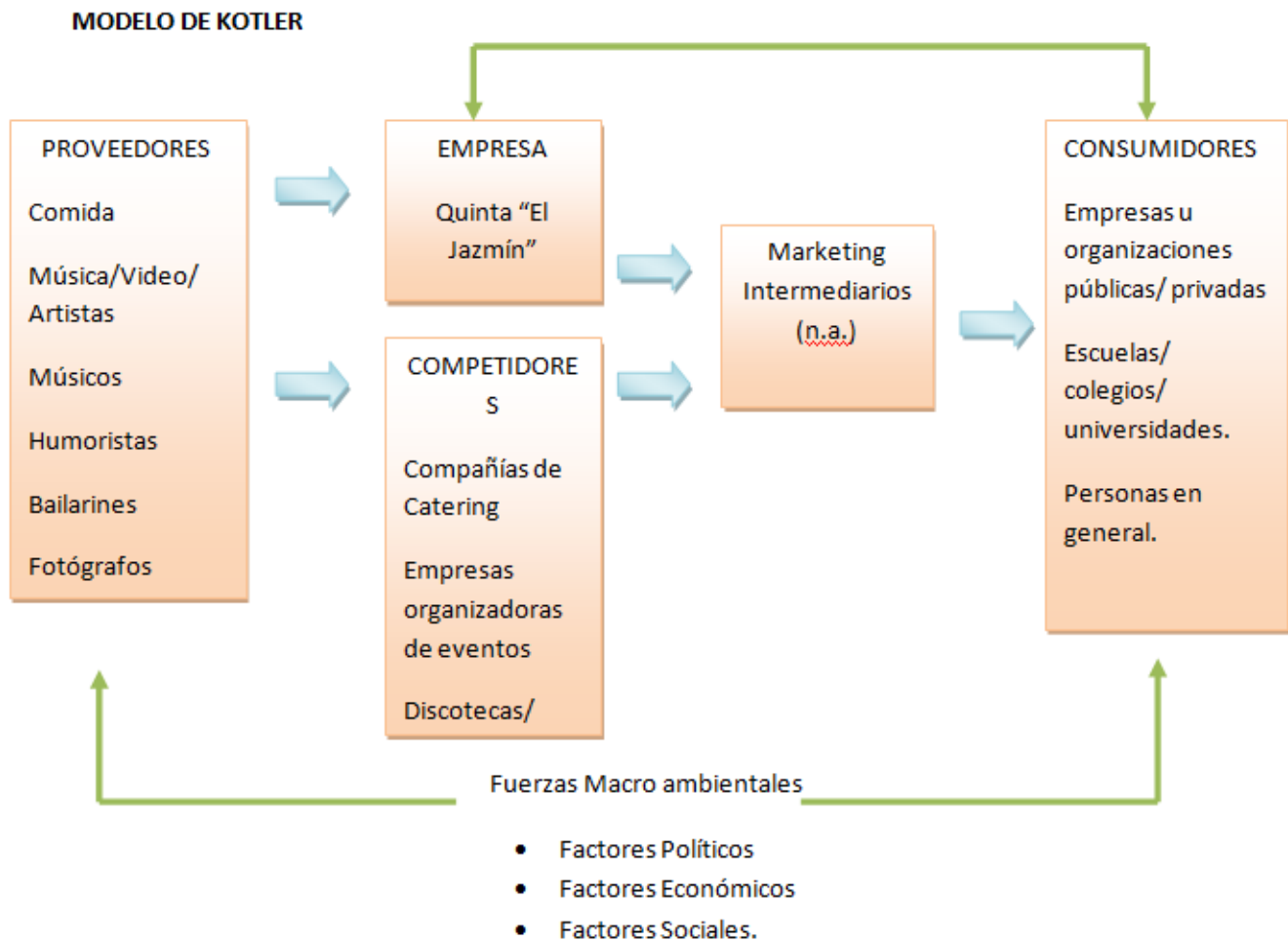
La empresa de organización de eventos necesita crear una nueva manera de conectar los procesos de gestión del negocio con la nueva tecnología, para lograr ser vanguardistas, es decir, contener una página web que le permita tener un contacto directo y rápido con el cliente en orden de alcanzar el éxito del e-business. Sin embargo en el Ecuador se necesita saber manejar esta tecnología que es una herramienta indispensable para dar a conocer nuestro servicio a nivel internacional.

Como un ejemplo de esto, sería la creación de una aplicación para móvil, tablet o computador para atraer al cliente con esta nueva herramienta de tecnología.

2.3 Análisis Microambiente

MODELO DE KOTLER

Gráfico 1.2: Modelo de Kotler



Elaborado por: Fernanda Egas

Dentro de este modelo podemos observar que una empresa de organización de eventos poseerá factores dentro de su micro-entorno que permitirán brindar un servicio excepcional dependiendo de la necesidad de cada cliente. Al empezar con este modelo se tiene que empezar con sus diferentes proveedores que suministrarán el entretenimiento y catering para el evento a realizar.

Otro factor que una empresa de organización de eventos debe tener en cuenta es la competencia que tendremos, al entrar al mercado de organización de eventos. La competencia más importante serían las otras empresas organizadoras de eventos y de catering.

Si al crear una empresa de organización de eventos, que elaborará su plan de marketing, no tenemos la necesidad de intermediarios de marketing. Y otro factor importante son los consumidores, los cuales podrían ser empresas o personas naturales, dependiendo del evento que el cliente requiera realizar.

2.4 Ambiente Interno

Tabla 2.1 FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
• Las características de las instalaciones permitirían ofrecer un servicio especializado. • Como empresa, presentaremos un local que tendría numerosos y confortables ambientes con infraestructura de primera. • La empresa estaría situada estratégicamente a solo 30 minutos de Quito, en el corazón de la Parroquia de Alangasí. • Los Recursos Humanos de nivel administrativo y de servicio al cliente serían de estilo profesional, experimentado y eficiente.	• Al iniciar el negocio, el tomar forma requiere tiempo y no se tendría la experiencia necesaria para competir con otras empresas organizadoras de eventos del sector del Valle de los Chillos. • La limitación del espacio asignado de la quinta puede convertirse en un obstáculo en el caso de querer desarrollar ciertas áreas, por esta razón se podría llegar a tener una desventaja competitiva. • Quinta “El Jazmín” no capte la atención de clientes en todo el Valle de Los Chillos al tener competencia que ofrezca un servicio de menor costo a pesar de que no cubra las necesidades totales del cliente.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
• Siendo el país, poseedor de un territorio con características que permiten la variedad en sus recursos naturales, culturales y turísticos se deben aprovechar para la organización de reuniones tipo empresarial, cultural o comercial que atraigan el interés del mercado internacional a futuro, con el objetivo de ganar un espacio en el mercado de congresos extranjeros. • Los precios que se establecerán	• El acceso a Quinta “El Jazmín” no se encuentra en una vía principal. • Crisis económica en el Ecuador. • Desastres naturales como la posible erupción del Volcán Cotopaxi, hacen que el comercio en el Valle de Los Chillos disminuya considerablemente. • Estar en una zona de riesgo dentro del Valle de Los Chillos dentro de una posible erupción del Volcán Cotopaxi.

serán cómodos y accesibles acorde al evento que se quiera realizar para las empresas. • Inversión mínima de activos tangibles al momento de emprender el negocio, que permitirán poder invertir en publicidad y promoción de la empresa.	• La crisis social reflejada en el incremento de la delincuencia ocasionando inseguridad dentro del país.
---	---

Elaborado por: Fernanda Egas

TABLA 2.2 CRUCE FODA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	FO	DO
OPORTUNIDADES	• Al poseer instalaciones que combinan un ambiente natural con un ambiente vanguardista que posee tecnología de punta, podremos llegar a mercados internacionales, es decir, poder crear nuevas oportunidades de clientes extranjeros que disfrutarán de un ambiente al que están acostumbrados. • Al ofrecer instalaciones de primera, podremos establecer precios acorde a nuestro mercado meta que son de estatus medio-alto y alto, pero que a la vez sean flexibles para el cliente. • Al poseer un personal	• Proponer un plan estratégico de marketing que acentúe la necesidad de encontrar clientes y fidelizarlos, para poder competir con las otras empresas, otra manera de adquirir experiencia con personal que ya la posea. • Crear un plan de financiamiento para una posible ampliación de la Quinta y un mejoramiento continuo de las instalaciones que aunque ya sean de primera, siempre se tiene que innovar continuamente.

	especializado y capacitado, podremos concentrarnos en promocionar y publicitar a la empresa como única y diferente al poseer características singulares para la organización de eventos.	Al tener una menor inversión de activos, se podrá realizar promociones y descuentos para poder captar a clientes dentro del Valle de Los Chillos y de esta manera, sin importar el precio, el cliente se sienta apreciado.
AMENAZAS	FA	DA
	Desarrollarse tecnológica y permanente permitirá desarrollar una relación directa entre clientes y la empresa. - Crear un sistema eficaz que permita evacuar por cualquier desastre natural que se presente en Valle de Los Chillos y sus alrededores. - Desarrollar charlas dentro de la institución para de esta manera dar estar conscientes del peligro de estar en zona de riesgo y qué medidas tomar en alguna emergencia. - Establecer una permanente conexión con clientes para incentivar el comercio en nuestra empresa y Valle de Los Chillos.	- Incentivar al personal para que tengan sentido de pertenecía en la institución, para así generar una empresa sólida y así llegar al cliente, siendo una empresa nueva. - Generar estrategias para atraer al cliente a pesar de poseer amenazas como desastres naturales dentro de la zona. - Controlar el seguimiento a clientes y posibles clientes para así obtener un valor agregado de servicio personalizado , de esta manera se podrá superar el ser una nueva empresa y tener competencia.

Elaborado por: Fernanda Egas

3. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

3.1 Elaboración de Instrumentos de Investigación

Para realizar una investigación de mercado que pueda determinar si existe una incidencia en la oferta de la organización de eventos en el Valle de Los Chillos, específicamente en la Parroquia de Alangasí, se realizará un simulador de plan de marketing, mediante la posible creación de un proyecto de una empresa de Organización de Eventos (incluido un local para realización de los eventos), debido a que debe existir un estudio de mercado para conocer si las personas estarían dispuestas a utilizar el servicio de organización de eventos que se podría ofrecer y de esta manera conocer el target al cual nos vamos a dirigir para obtener datos y resultados sobre la incidencia en la oferta, todo esto mediante las siguientes fuentes de investigación:

FUENTES PRIMARIAS

ENCUESTA

La parroquia de Alangasí está conformada por un total de 32 barrios, entre los que se encuentran:

- Angamarca A
- Angamarca B
- Barrio Central
- Carlos María de la Torre
- Chinchinloma
- Coop. Huertos Familiares
- Dos de Febrero

- El Movimiento
- El Rocío
- El Tingo
- Fuentes Cristalinas
- Jerusalén·La Concepción·La Floresta
- La Ferrara
- Las Retamas
- La Unión
- Lomas de la Concepción
- Mirador del Colegio
- Mirasierra·Miravalle
- Playa Chica N°1
- Playa Chica N°2
- San Antonio del Tingo
- San Carlos
- San Francisco de Alpahuma
- San Gabriel
- San Juan Loma·San Vicente
- Tejar Loma
- Ushimana 4 de Octubre

Se realizará este tipo de encuestas a 150 personas, las cuales dividiremos en 75 personas que residen en barrio de Vía Al Tingo, Cooperativa Huertos Familiares del Valle y 75 personas

que residan en el Barrio de Playa Chica 1 y 2, en la Parroquia de Alangasí, en el Valle de los Chillos. Se tomó en cuenta a las 150 personas, debido a que los la mayoría de barrios de la Parroquia Alangasí son de clase media-baja y baja, por lo tanto esta investigación se concentra solo en los barrios de estrato socio-económico medio-alto y alto, y hemos reducido el número de encuestas por familia a solo realizar la encuesta a los jefes de familia, personas entre 30 y 65 años de edad, con un nivel socio-económico medio-alto, alto. Esta muestra refleja al target al que queremos analizar.

CRONOGRAMA DE ENCUESTAS:

Tabla 3.1 Cronograma de Encuestas

PERSONA ENCARGADA	ENCUESTAS REALIZAR	A DIA DE LAS ENCUESTAS	ENCUESTAS TABULADAS
FERNANDA EGAS	189	2/NOVIEMBRE/2015	8/NOVIEMBRE/2015
FERNANDA EGAS	190	9/DICIEMBRE/2015	15/DICIEMBRE/2015

Elaborado por: Fernanda Egas

Las encuestas se realizaron mediante la web por medio de vía mail, todo esto por medio de Google Analytics, los datos que fueron recopilados durante la semana del 2 de Noviembre del 2015 al 15 de Diciembre de 2015 y mediante la visita de los hogares de cada encuestado.

3.2 Recolección de Datos

CALCULO MUESTRAL

POBLACIÓN FINITA

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

Tabla 3.1 Cálculo Muestral

N	28260
Z	0,95
P	0,94
Q	0,06

E	0,05
n	?

n	379,0210857
----------	-------------

Elaborado por: Fernanda Egas

Para obtener el dato N= población, hemos escogido la Población Económicamente Activa (PEA) dentro del Cantón Quito, a la Parroquia Alangasí, específicamente en los Barrios, “Huertos Familiares del Valle”, Playa Chica 1 y 2, se tomará como muestra a estos barrios, debido a que el barrio muestra el target indicado para el análisis de un supuesto proyecto de creación de una empresa de organización de eventos, medio y medio-alto. La cual se encuentra en la página del Municipio de este sector.

ERROR ALEATORIO EN EL NIVEL DE CONFIANZA DE 95%

$$e = \sqrt{\frac{Z^2}{n} \left(\frac{P*Q}{n} \right) \left(\frac{N-n}{n-1} \right)}$$

N	28260
Z	0,95
P	0,94
Q	0,06
E	0,05
N	?

E	0,00990501
e RAIZ	0,099523919

Más	1,039523919
Menos	0,840476081

ESCENARIO	29376,94594	MAX CANTIDAD DEMANDA
ESCENARIO	26564,4	ESCENARIO CONSERVADOR
ESCENARIO	23751,85406	MIN CANTIDAD DEMANDA

Elaborado por: Fernanda Egas

CONCLUSION DE LA ENCUESTA:

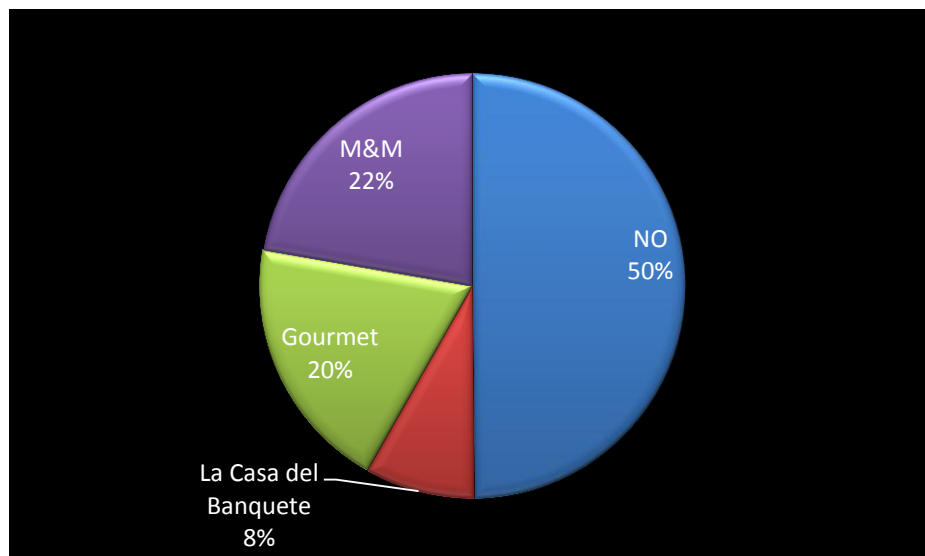
Al momento de calcular el escenario conservador, nos da como resultado que 26 564,4 personas contratarían nuestro servicio, según las estadísticas evaluadas.

3.3 Procesamiento, Análisis e Interpretación

Se realizaron un total de 379 encuestas en el sector del Valle de los Chillos con los siguientes resultados:

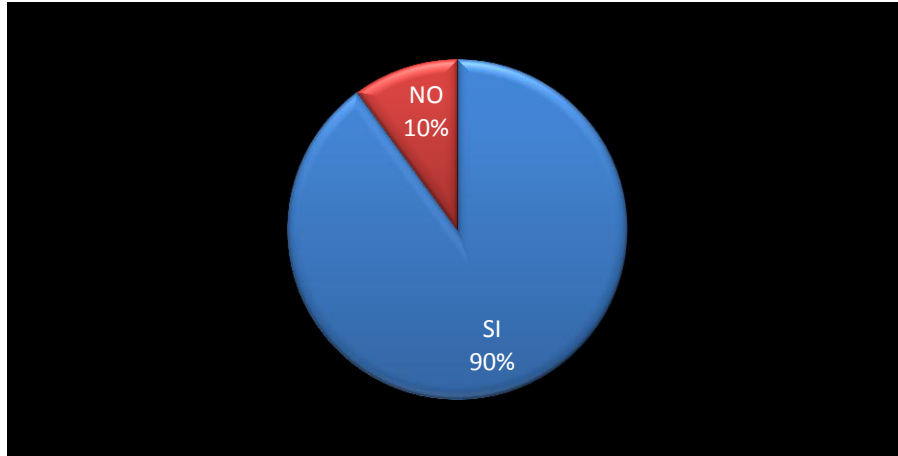
1. **¿Usted conoce alguna empresa organizadora de eventos localizada en el sector del Valle de Los Chillos?** Si conoce de una empresa por favor escriba su nombre en la casilla "Otro".

Gráfico 3.1



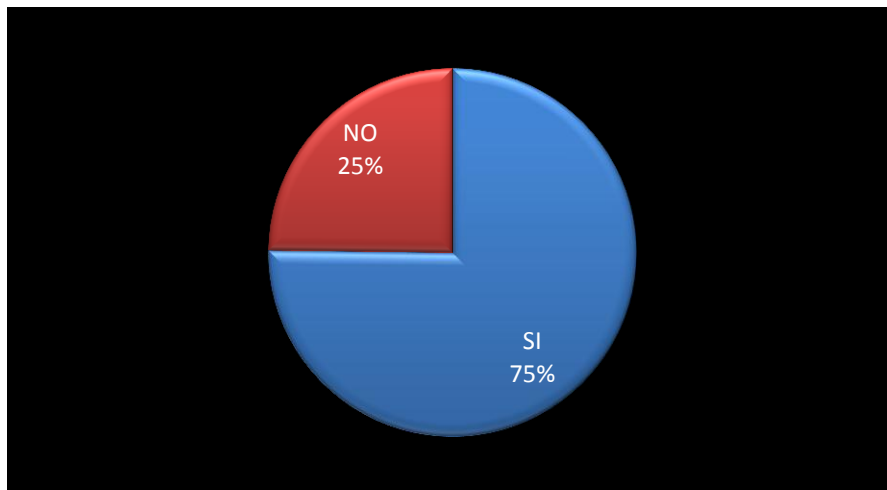
2. ¿Le gustaría contar con un servicio de organización de eventos de lujo en el valle de los chillos?

Gráfico 3.2



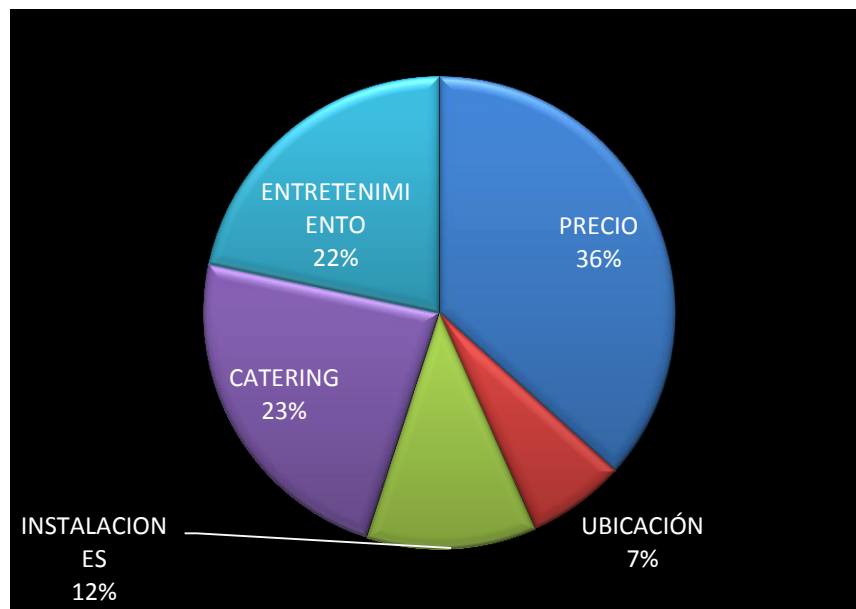
3. ¿Estaría usted de acuerdo con un precio base de \$10 (incluido impuestos) por persona para el alquiler del local para un evento de cualquier índole?

Gráfico 3.3



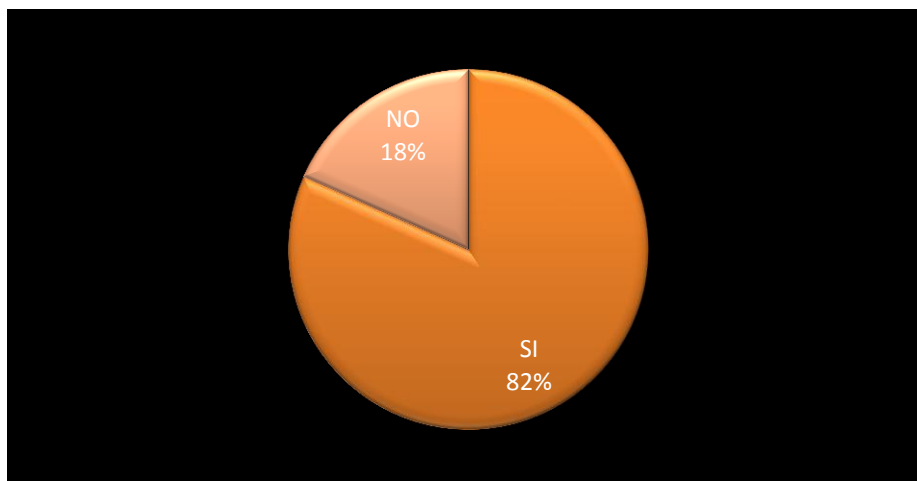
4. ¿Qué es lo que usted busca al momento de contratar un servicio de organización de eventos?

Gráfico 3.4



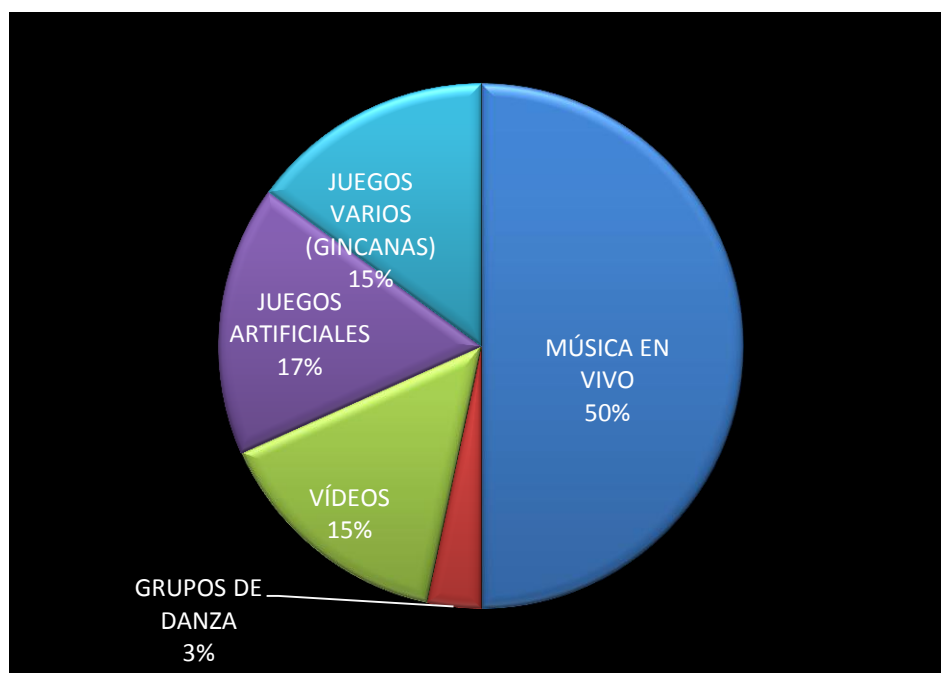
5. ¿Usted contrataría un servicio de organización de eventos que le ofrezca un servicio de guardería y de transporte para su evento?

Gráfico 3.5



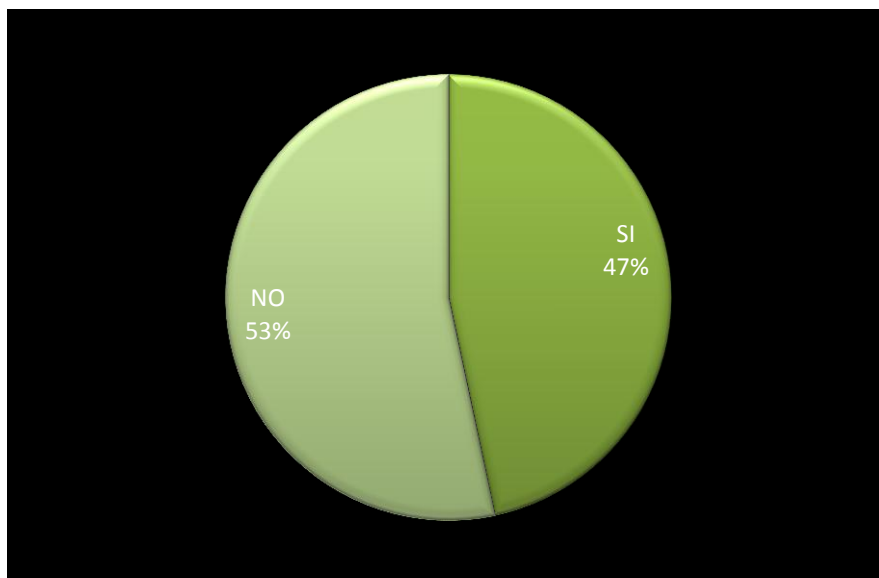
6. ¿Qué es para usted lo más importante dentro del factor entretenimiento en un evento a realizar?

Gráfico 3.6



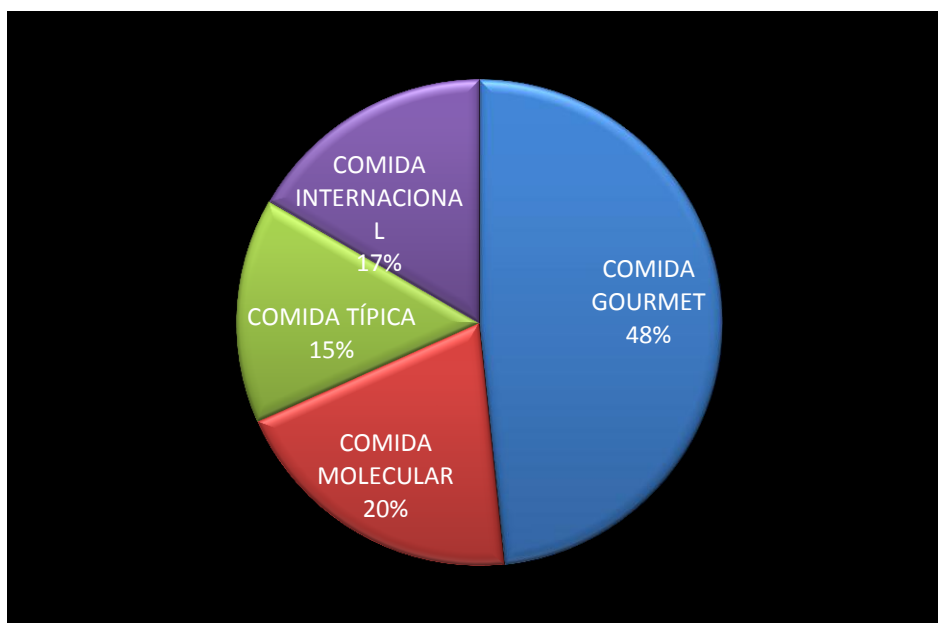
7. ¿Conoce usted la comida molecular?

Gráfico 3.7



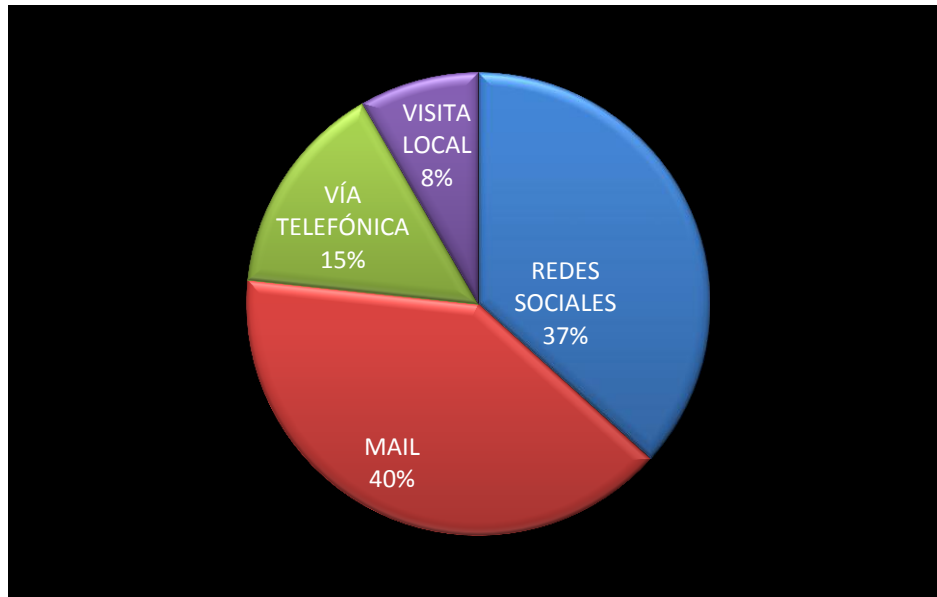
8. ¿Dentro del catering en un evento a realizar qué preferencias usted tiene al momento de elegir la comida a ofrecer?

Gráfico 3.8



9. ¿Por qué medio le gustaría recibir información de nuestro servicio?

Gráfico 3.9



FASE 3

1. RESUMEN DE OBSERVACIÓN

Al terminar esta investigación podemos observar que la incidencia en la oferta de Organización de Eventos en la Parroquia de Alangasí se puede dar de la mejor manera debido a que se puede entrar al mercado ofertante de empresas Organizadoras de Eventos en el Valle de Los Chillos, debido a que a pesar de que existan empresas que ya llevan varios años en el mercado, no han buscado nuevas estrategias para atraer a clientes nuevos.

La falta de interacción entre las empresas y el marketing digital que lleve a nuevas estrategias para poder abarcar un mercado cada vez más difícil de llegar.

Análisis Competidores (Oferta de Organización de Eventos en el Valle de Los Chillos)

La oferta de espacios para eventos en la Parroquia de Alangasí es muy variada y especializada en cada segmento del mercado que se tiene dentro de la parroquia. Una de las características más especiales frente a otros lugares dentro del Valle de Los Chillos, es que varios lugares como haciendas, quintas, canchones, casas acomodadas para eventos, han entrado a este mercado adaptando sus instalaciones para este fin. “La realización de eventos en edificios coloniales producen un ambiente muy distinto y único, frente a los tradicionales salones de hoteles por ejemplo, y han hecho que muchos eventos y cenas de gala se estén realizando actualmente en este tipo de espacios.” (Sanchez, 2011)

Análisis de la Oferta en General:

La especialización mencionada de la oferta existente, está dada por el carácter y necesidades específicas de cada evento. Para un establecimiento es difícil cubrir todos los segmentos y requerimientos, por su amplia variedad, por lo tanto cada empresa o centro de eventos tiene un nicho de mercado bastante definido, siendo los hoteles solamente, los que pueden atender la mayor gama de posibilidades.

Al realizar una investigación de campo, pudimos observar que dentro de la Parroquia de Alangasí, existe una empresa de Organización de Eventos.

M&M EVENTOS:

Se encuentran ubicados en Av. Ilalo S/n Y Rio Pastaza Frente Al Colegio Dalcroze. Al realizar la visita al local, pudimos observar que poseen mantelería, carpas, sillas, mesas, menaje en sí para una recepción o evento que un cliente quiera realizar. Sin embargo, poseen un local pequeño para la atención al cliente, no poseen página web, ni redes sociales, lo cual es una debilidad o falencia de la empresa. No tienen un personal especializado para guiar al cliente, es decir que su servicio es especializado en alquiler de carpas y menaje.

Sin embargo, debido a que tenemos que tener en cuenta que dentro del Valle de Los Chillos, si existen otras empresas organizadoras de eventos, vamos a investigarlas, para definir si existiría una incidencia en la oferta general en el Valle de Los Chillos. Según la Superintendencia de Compañías, estas empresas son:

LA CASA DEL BANQUETE

Esta empresa, ubicada en la Urbanización Armenia 1, posee un local para la visita del cliente, sin embargo no posee un local para eventos propio, cuentan con personal especializado para la organización de eventos. Ofrecen varios paquetes de servicio para un evento, por otro lado, no cuentan con una página web ni redes sociales por lo cual contactarse con ellos es un poco difícil para un cliente.

INTERCUL S.A.

Es una empresa dedicada al servicio de banquetes, catering de alto nivel ejecutivo y organización de todo tipo de eventos y compromisos sociales; cuentan con una vasta

experiencia de más de veinte y cinco años, lo que les permite asegurar un excelente servicio.

Ofrece su menú hasta los \$52,00 por persona.

CADENA GOURMET EVENTOS Y CATERING:

Esta empresa está ubicada en las calles Alfredo Dávila y Manta (Esquina), en San Rafael. Posee personal especializado para la organización de eventos, cuenta con una página web y Facebook. No tienen local como una Quinta para los eventos, es decir que tiene que subcontratar otro local. Esta empresa sería la más completa dentro de la oferta en el Valle de Los Chillos.

Propuesta para incidir en la oferta de Organización de Eventos en la Parroquia de Alangasí:

La oferta del centro de convenciones “EL JAZMÍN” se debería enfocar, principalmente a eventos familiares como matrimonios y fiestas en general, así como eventos empresariales que buscan entornos naturales para separar a sus ejecutivos del ambiente normal de labores. Se debería ofrecer además de salones, otro tipo de ambientes y facilidades como jardines, piscinas y áreas recreativas y deportivas que complementan la oferta para ocasiones que requieren esparcimiento y un entorno natural.

Se podrían realizar este tipo de eventos:

- Pequeñas reuniones de trabajo en salas de directorio
- Cursos de capacitación, conferencias, seminarios privados
- Eventos corporativos de incentivo o recreacionales (fiestas, convivencias)
- Matrimonios y fiestas privadas.

El Mercado Objetivo o de consumidores sería:

- Empresas locales y multinacionales
- Gobierno y entidades públicas nacionales
- Embajadas y entidades extranjeras, ONG´s
- Público en general

Si se llevara a cabo el centro de convenciones “EL JAZMÍN” existiría una gran apertura, debido que en la Parroquia de Alangasí, no existen lugares especializados y con la alta tecnología que vamos a disponer en dicho lugar.

Las hosterías sirven para eventos locales de tipo familiar principalmente y no tienen fortalezas para atender importantes eventos empresariales de trabajo. Por este motivo Quinta “EL JAZMÍN” tiene una ventaja competitiva al poseer un centro de convenciones que aparte de ofrecer un ambiente confortable para el cliente, posee un auditorio en los cual se sientan a gusto las personas que van asistir a este lugar y quieran regresar.

Análisis de clientes externos:

Existe la Bolsa Internacional de Turismo del Ecuador (B.I.T.E.) conjuntamente con Quito Turismo que son las que se encargan de fomentar el desarrollo turístico sustentable en el Ecuador a través de la creación de un espacio óptimo en el que se involucre el sector turístico de todo el país, además desea transformarse en los próximos años en un medio de unión entre los países latinoamericanos para que exista la consolidación de un mercado turístico integrado.

En el Ecuador existen tendencias en crecimiento con respecto a los turistas y jubilados que vienen de otros países con su pensión para establecer un negocio o simplemente disfrutar de su jubilación en un país que para ellos el costo de vida es completamente accesible, estas personas han ingresado a nuestro país en los 2 últimos años.

“Ecuador ha sido catalogado una vez más como un excelente destino para quienes desean retirarse.

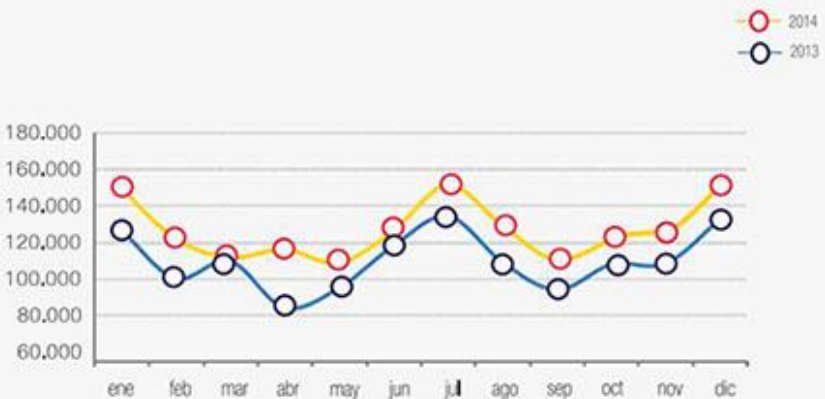
International Living, una de las más importantes publicaciones de turismo del mundo, calificó a Ecuador como el mejor lugar para retirarse en 2015, así lo dio a conocer recientemente la revista Forbes; mientras que el portal web CNN Money también se ha referido a nuestro país como uno de los lugares preferidos por los jubilados de todo el mundo.” (Ministerio de Turismo, 2015)

Gráfico 3.1: Llegadas de Extranjeros al Ecuador

Llegadas de extranjeros al Ecuador

Llegadas mensuales

Diciembre 2014 registra un crecimiento en las llegadas de extranjeros al Ecuador, en el orden del 14% con respecto a diciembre del año 2013, igualmente en el período enero-diciembre de 2014 se alcanza el 14% de crecimiento en relación al mismo período del año anterior.



Fuente: OPTUR
Elaborado por: OPTUR

La compañía y concepto del negocio

La empresa **Quinta El Jazmín** se va a especializar en brindar un servicio novedoso de organización de eventos de cualquier tipo como conferencias, ceremonias, fiestas infantiles, bodas, servicio de catering, festividades navideñas, etc. a empresas públicas y privadas, organismos internacionales y personas en general, cumpliendo con las expectativas y requerimientos de los clientes.

Como característica principal tenemos que ya se cuenta con el terreno y las instalaciones para un evento, esto lo podemos ver como una ventaja competitiva con la cual contaría la empresa.

Con esto la empresa buscaría alcanzar una alta aceptación en el grupo objetivo y posicionar una imagen moderna y cómoda, para poder incidir en el mercado ofertante del Valle de Los Chillos de empresas organizadoras de eventos.

La única forma en que la organización puede responder a estos retos es adaptar todo su potencial productivo y estratégico a las características, necesidades y expectativas de sus consumidores ya que estos cada vez más controlan y determinan las posibilidades de expansión y mantenimiento de la empresa dentro del mercado.

Misión, visión y objetivos

Misión

Quinta “El Jazmín” es una empresa que brinda el servicio de Organización de Eventos, mediante la implementación de un sistema de asesoría eficaz y completa antes, durante y después del evento, contando con un equipo de trabajo especializado, lo que permitirá el satisfacer las expectativas del cliente. Ofrecemos también el servicio de alquiler de la Quinta “El Jazmín” que permite ofrecer instalaciones de lujo que permitan al cliente tener una experiencia inolvidable.

Visión

Liderar el mercado de empresas que se encargan de la realización de eventos propios y de terceros a nivel nacional, con estándares de calidad a la vanguardia de los requerimientos de la modernidad, ofreciendo así a nuestros clientes el mejor resultado durante la realización de su evento.

Objetivos

Objetivos de marketing

- Elaborar estrategias de marketing mediante una investigación de mercado para establecernos como una empresa líder en organización de eventos en el valle de los chillos.
- Lograr la eficiencia en la realización de los eventos culturales, sociales y empresariales; así como los congresos y convenciones que se realicen, satisfagan completamente a los usuarios de nuestros servicios.
- Darle importancia a cada uno de nuestros clientes pues de ellos depende nuestro éxito.
- Dar la información necesaria que necesitan conocer nuestros clientes y futuros clientes para que elijan nuestro servicio. Además de estar abiertos a cualquier duda e inquietud que presenten estos.

Estrategias

Quinta “El Jazmín” cumplirá con los estándares de calidad necesarios para brindar un servicio de excelencia. Actualmente el cliente es la prioridad de toda empresa y por lo tanto es el mejor aliado, esto será de gran ayuda debido a que puede dar a conocer a la empresa con el marketing **“boca a boca”**.

La Quinta “El Jazmín” es una empresa que podría tener como meta convertirse en la mayor empresa en el sector del Valle de los Chillos que ofrezca un servicio de organización de eventos de calidad, logrando un posicionamiento de líderes en el sector.

Para la Quinta “El Jazmín”, se escogería utilizar la estrategia de diferenciación, la cual consiste en:

Estrategia de Diferenciación: Buscar la principal ventaja del servicio con respecto al de la competencia y esto radica en encontrar las nuevas características y beneficios que la Quinta “El Jazmín” puede ofrecer como empresa a los consumidores.

Para lograrlo, se desarrollará una posición estratégica que haga énfasis en los siguientes aspectos:

- El servicio que ofrecería Quinta “El Jazmín” se va a especializar en contar con alianzas comerciales o convenios con artistas VIP.
- Comida Gourmet
- Bebidas de excelente calidad, lo mejor en bebidas alcohólicas y no alcohólicas (bebidas ilimitadas).
- Aplicación para Movil y computador online para la organización y seguimiento de su evento junto con la empresa la Quinta “El Jazmín”.

De la misma manera esta empresa puede valerse de esta condición de ser los primeros para poder formar alianzas con las mayores empresas encargadas en la contratación de artistas de élite y artistas extranjeros. Los pocos centros de convenciones que se encuentran en la parroquia de Alangasí y en general en el Valle de los Chillos ofrecen el servicio de alquiler del local en el lugar sin embargo no brindan servicios extras o adicionales, Quinta “El Jazmín” es una empresa que llevaría a cabo una estrategia que proporcionaría incentivos, crearía paquetes especiales

dentro de los cuales brinde las mejores opciones a las personas que se decidan por utilizar nuestro servicio.

Vale la pena recalcar que persona que se siente a gusto y satisfecho por el servicio ofrecido volverá y de este modo se podría crear alianzas estratégicas con empresas que les interese regresar a las instalaciones de la Quinta “El Jazmín”.

Necesidades

A continuación se podrá observar una tabla indicando el uso por edad del servicio.

Tabla 3.2 Uso de Servicios por edades.

USO DEL SERVICIO POR EDADES				
	TOTAL	ALTA	MEDIA	BAJA
HOMBRES	455.394	27.642	205.838	221.913
MUJERES	496.447	30.134	224.394	241.919

Fuente: (INEC, INEC, 2010)
Elaborado por: Fernanda Egas

El mercado tiene como necesidades, satisfacer a los consumidores del servicio de Organización de Eventos en el Sector del Valle de los Chillos. Por lo tanto nos enfocaremos en realizar eventos de élite para el posicionamiento de las empresas que contraten nuestros servicios, al igual que satisfacer al cliente (persona natural) que requiera de un evento privado de lujo.

Brindar instalaciones de primera que satisfagan al mercado consumidor en el sector.

Crecimiento

Los mercados actuales son muy competitivos y se encuentran cargados o saturados, ofreciendo el mismo servicio para un mercado meta similar, pero depende de cada empresa para que se diferencien de los demás, tengan una ventaja competitiva y se diferencien del resto. En el sector del Valle de los Chillos, podemos decir que existe una variedad de empresas que ofrecen solo el servicio como tal, pero la Quinta “El Jazmín” sería una empresa la cual podría diferenciarse en ofrecer el lugar y el servicio, además de contar con una aplicación móvil y para computador la cual pueda ayudar al cliente a planificar su evento junto con el personal de la empresa sin estar presente físicamente, este será valor agregado y con el estudio de mercado realizado, se puede observar que la mayoría de personas les gustaría utilizar los servicios de esta posible empresa, buscan un lugar el cual les permita tener todas las comodidades y les brinde un servicio extraordinario, buscar nuevas alternativas que ofrezcan paquetes completos y dar un servicio personalizado, es así que se puede decir que la Quinta “El Jazmín” tendría éxito en un futuro.

Producto/Servicio

Debido a que el servicio de la empresa es ofrecer al cliente la organización de su evento, los precios variarán dependiendo de los requerimientos de la empresa o persona privada y del

número de personas que asistan al evento. Sin embargo, el precio base por persona para cualquier evento será de

Si el cliente solo desea utilizar las instalaciones, Quinta “El Jazmín” ofrecerá:

- Exclusividad en el uso de sus instalaciones hasta las 22h00, en caso de extenderse se cobrará US\$150,00 por hora o fracción hasta máximo las 00h00
- Utilización de amplios jardines
- Sala al exterior con chimenea
- Sala interior con chimenea
- Laguna y caminos verdes
- Juegos diseñados en madera para niños
- Espacio diseñado para la instalación de carpas
- Espacio diseñado para la estación de catering
- Iluminación nocturna de las instalaciones
- Instalaciones sanitarias de lujo
- Servicio de limpieza para aseo de los baños durante el evento
- Parqueadero amplio interior con vigilancia (250 vehículos o más)
- Generador eléctrico en caso de emergencia
- Cisterna de agua en caso necesario
- Recomendación y/o contratación de servicios adicionales
- Asesoría general del evento

Mobiliario:

- Carpas de 12x8, 6x6, 6x3 o 6x4
- Tarimas
- Pista de baile
- Mesas (redondas y cuadradas)
- Tableros de 1,80 y 2,40 mts.
- Sillas Tiffany Doradas y Plateadas
- Sillas plegables
- Alfombra roja
- Alfombra Verde
- Parasoles

Equipo:

- 10 Calefactores a gas
- 10 Calentadores de Alimentos
- 2 Cafeteras

Vajilla:

- Elegantes modelos a su elección.
- Platos Base diferentes modelos y colores

Cristalería:

- Transparente
- Llana

- Labrada o
- De color : verde, amarillo, azul y naranja

Cubertería:

- 3 Elegantes modelos a la elección del cliente

Mantelería:

Manteles para mesas redondas y tableros

- Cubre mantel (redondos y cuadrados) en colores: Blanco, dorado, café, negro, rojo
- Faldones en colores: Blanco, dorado, café, negro, rojo
- Servilletas en colores: : Blanco, dorado, café, negro, rojo
- Forros para Sillas: : Blanco, dorado, café, negro, rojo
- Lazos: : Blanco, dorado, café, negro, rojo
- Capuchones

Los colores para cada evento dependerán de la necesidad del cliente, si no desea los colores que se tengan en inventario, se cotizará la elaboración de mantelería para el evento.

Servicio de Alquiler

El alquiler de Quinta “El Jazmín” será de \$10+ IVA por persona. Será necesario que las personas que se encuentren interesados realicen su reserva con el 50% del valor total a pagar, según el número de personas incluidas en el alquiler del local.

Puntos Críticos

La Quinta “El Jazmín” tendrá como puntos críticos a los factores externos a la empresa, es decir, si la competencia aumenta dentro del sector donde se encuentra el local o si la competencia iguala los servicios de calidad y excelencia de la empresa en sí, o existe una crisis económica dentro del país que perjudique de manera directa o indirecta a la empresa, Quinta “El Jazmín” tendrá que asumir los riesgos, innovar y buscar nuevos mercados al igual que implementar nuevas estrategias y continuar con su trabajo respectivo para continuar dentro del mercado nacional y ser una empresa competitiva.

Quinta “El Jazmín” agrupará a personas que posean un poder adquisitivo elevado dentro del barrio Huertos Familiares del Valle en la Vía al Tingo al igual que empresas de cualquier parte del Valle de Los Chillos y el Distrito Metropolitano en sí, lo cual ayudará a incentivar que el mercado conozca el servicio de calidad y lujo, lo que permitirá de esta manera incentivar a empresas, organismos internacionales y personas en general que podrían disfrutar de este servicio de organización de eventos de lujo y alquiler del local para eventos, por lo tanto nuestro mercado objetivo será:

- Empresas locales y multinacionales.
- Gobierno y entidades públicas nacionales.

- Embajadas y entidades extranjeras.
- Público en general, de nivel medio-alto, alto.

Posicionamiento

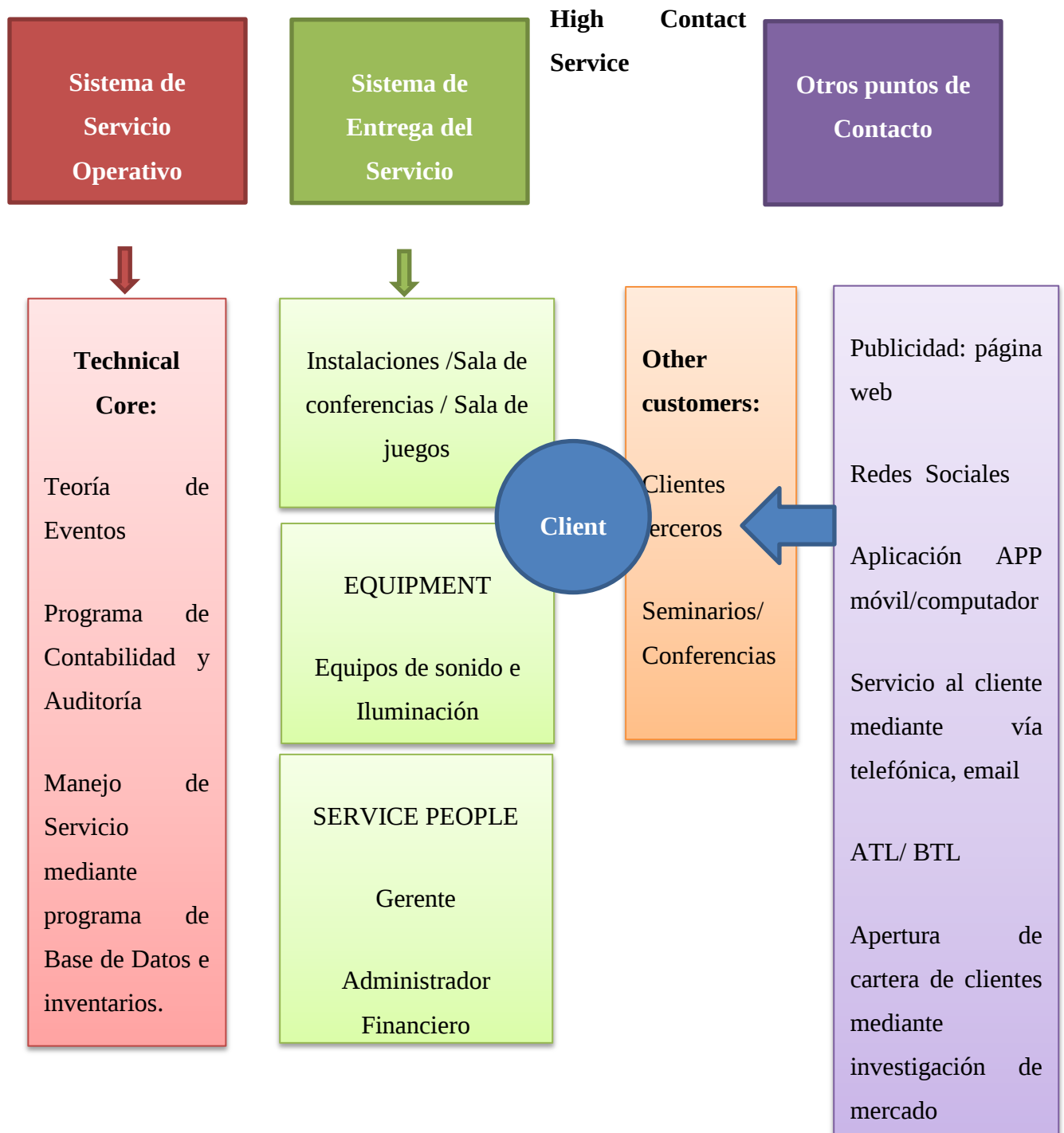
Quinta “El Jazmín” sería la mejor empresa en servicio de organización de eventos de calidad y lujo en el Valle de los Chillos. Nos posicionaremos como la empresa que brinda el más completo servicio de organización de eventos que incluirá entretenimiento de primera, instalaciones de lujo, comida gourmet, puntualidad, video y fotografía especializados en este tipo de trabajos, entre otros ítems que se requiere para un programa inolvidable.

Es esencial posicionar a la empresa Quinta “El Jazmín” según lo que los consumidores quieren, defendiendo claramente el mercado meta al que se van a dirigir y que estrategia de marketing se va a utilizar, además se debe determinar en el grupo de personas, cuáles son las percepciones que buscan, que sean un común denominador entre este grupo y poder manipularlas e incluirlas en el mercado de tal manera que el servicio sea aceptado y logre ocupar una posición fuerte en el mercado.

El posicionamiento que logre alcanzar una empresa, permitirá obtener un gran reconocimiento el cual se reflejara en la lealtad de los consumidores con la marca, la participación en el mercado que obtengan, el incremento de las ventas que se verá reflejado mensualmente y lo principal la posición sobre la competencia.

Marketing mix 8p's

Elementos del producto



Elaborado por: Fernanda Egas

Applying the flow model of distribution to services

La distribución abarca 3 elementos interrelacionados:

MARCA

Gráfico 3.10 LOGO



Elaborado por: Fernanda Egas

SIGNIFICADO DE LOS COLORES:

Blanco: Es sinónimo de “impecable”; “puro”. También “paz” o “tranquilidad”. Esto último, porque es el estado natural de las cosas que NO ESTÁN ALTERADAS.

Verde: Es el color de la esperanza, porque está compuesto por amarillo (sabiduría) y azul (espiritualidad). En otras palabras, es: “sabiduría espiritual”. Por esta razón, es de lo más lógico que resulte tener un efecto “relajante” para la mente y “esperanzador”.

SLOGAN

Quinta “El Jazmín”: Un servicio que sorprende

Flujo de información y promoción

ESTRATEGIA DE ATRACCIÓN: Debido a que la Quinta “El Jazmín” será una empresa nueva, las estrategias para el inicio de información y promoción se basarán solo en la atracción de clientes con los siguientes

La empresa Quinta “El Jazmín” contará con un servicio que se estructura de la siguiente manera mediante estos ítems:

Eventos corporativos

Para esta clase de eventos proporcionaremos crédito a empresas que deseen realizar los siguientes eventos:

- Seminarios
- Inducciones
- Conferencias
- Dinámicas de Grupo
- Yincanas
- Capacitaciones

Los costos van a variar dependiendo del tiempo y el número de personas que requiera este servicio.

Dependerá del cliente si desea utilizar nuestras instalaciones o si solo requiere que se organice dicho evento en otra locación.

Eventos empresariales

Dentro de una empresa también pueden existir eventos que no competan con la actividad de trabajo, por ejemplo:

- Aniversario de la Empresa
- Fiestas varias: Cumpleaños
- Salidas de campo para empleados

Los costos van a variar dependiendo del tiempo y el número de personas que requiera este servicio.

Dependerá del cliente si desea utilizar nuestras instalaciones o si solo requiere que organicemos dicho evento en otra locación.

Eventos privados y sociales

Dentro de esta categoría detallamos los siguientes eventos:

- Matrimonios
- Bautizos
- Cumpleaños
- Aniversarios
- Entre otros (depende de la necesidad del cliente)

Los costos van a variar dependiendo del tiempo y el número de personas que requiera este servicio.

Dependerá del cliente si desea utilizar nuestras instalaciones o si solo requiere que organicemos dicho evento en otra locación.

Uso de las instalaciones

En este servicio, el cliente tiene como opción hacer uso solo de las instalaciones del establecimiento, es decir que el cliente podrá contratar a otra empresa u organizará el evento por su cuenta.

Los costos van a variar dependiendo del tiempo, el tipo de instalaciones que utilizará y el número de personas que requiera este servicio.

Flujo de negociación

Dependiendo del cliente que requiera de los diferentes servicios que Quinta “El Jazmín” ofrece, se podrá establecer una negociación con el fin de obtener un beneficio mutuo.

Si se negocia con una empresa grande, el crédito y el precio serán más accesibles que el de una microempresa debido a que el servicio requerido será económicamente más grande.

Se establecerá convenios con empresas que manejen talentos artísticos para ofrecer a los clientes un servicio de entretenimiento de primera, de esta manera se podrá obtener una alianza estratégica con dichas empresas en donde ellos promocionen a la Quinta “El Jazmín” y viceversa.

También se contarán con convenios mutuos con empresas multinacionales, ellos promocionarán a la empresa Quinta “El Jazmín” y se ofrecerá descuentos.

Flujo de producto

La empresa Quinta “El Jazmín” contará con una página WEB que permita mostrar los diferentes servicios que ofrecemos. Desde catering hasta el uso de nuestras instalaciones.

La página contará con un formulario que le permita al cliente contactarnos de manera más rápida y segura.

Ofreceremos descuentos en la página WEB, para las personas que visiten nuestro sitio, mediante pequeños concursos.

Redes sociales serán creadas para promocionar nuestro servicio y nuestra MARCA.

Vía telefónica: El cliente podrá comunicarse con nosotros mediante teléfono.

APP Móvil Quinta “El Jazmín”

Junto con Mobincube, Quinta “El Jazmín”, podrá establecer un servicio INNOVADOR, que le permita al cliente, establecer una relación directa con la empresa y con el evento, que desee realizar. Podrá agendar sus citas con su planificador de eventos personal y agregar los ítems que él desee para su evento. Podrá tener enlace directo con las redes sociales de la empresa, al igual que contactarse por medio de cualquiera de estas plataformas. A continuación, las fotos (screenshots de la aplicación que funciona tanto para ANDROID como para IOS) de la APP EVENTOS “EL JAZMÍN”:

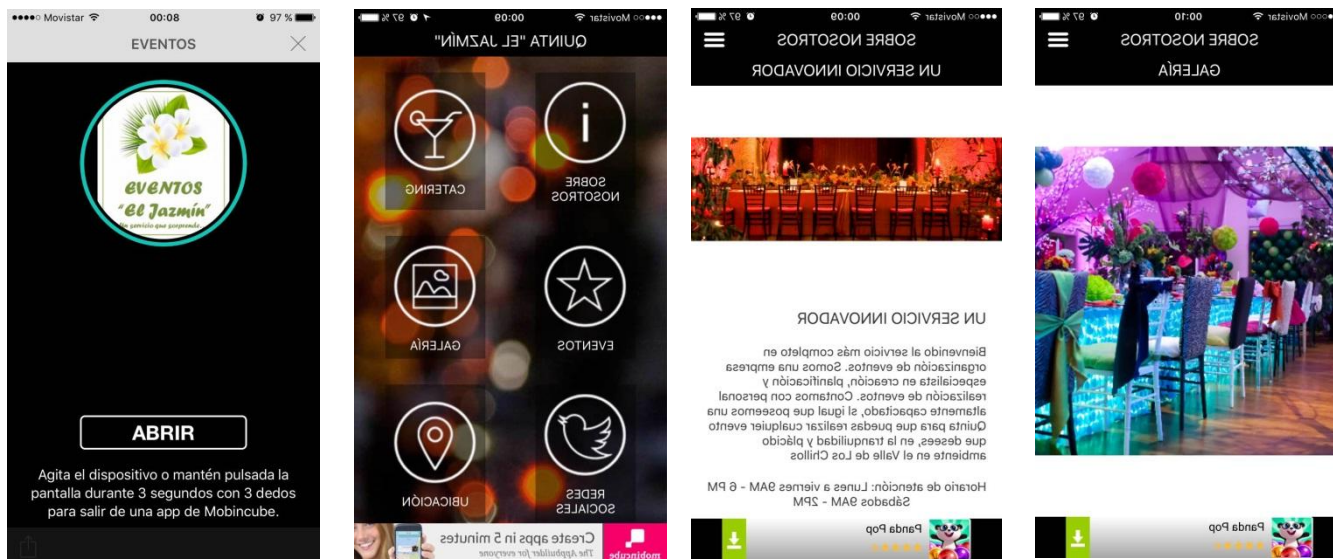
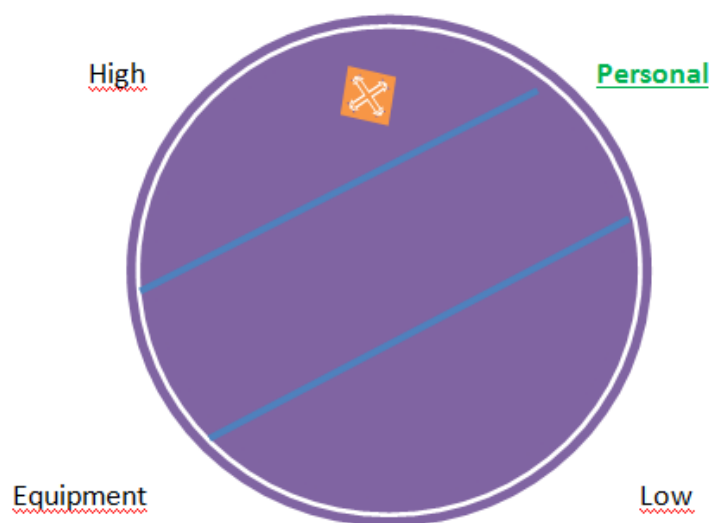


Gráfico 3.11 Nivel de Contacto

Niveles de contacto con el consumidor en empresas de servicios



Elaborado por: Fernanda Egas
Fuente: (Fundación Wikimedia, Inc., 2015)

Nivel de Contacto con el cliente en nuestro servicio de organización de eventos.

- **High Contact**

Contacto con el cliente personalmente

Contacto con el cliente vía telefónica

Contacto con el cliente vía email

- **Low Contact**

Contacto con el cliente mediante redes sociales

Contacto con el cliente mediante página web

Contacto con el cliente por medios publicitarios

Lugar y tiempo

Las oficinas de la Quinta El “Jazmín”, estarían ubicadas en el Valle de los Chillos, en la Parroquia de Alangasí.

Se contarían con instalaciones para diferentes eventos que el cliente desee realizar.

Si el cliente solo requiere utilizar el servicio de catering, Quinta “El Jazmín” podría realizar el evento en el lugar que el cliente desee.

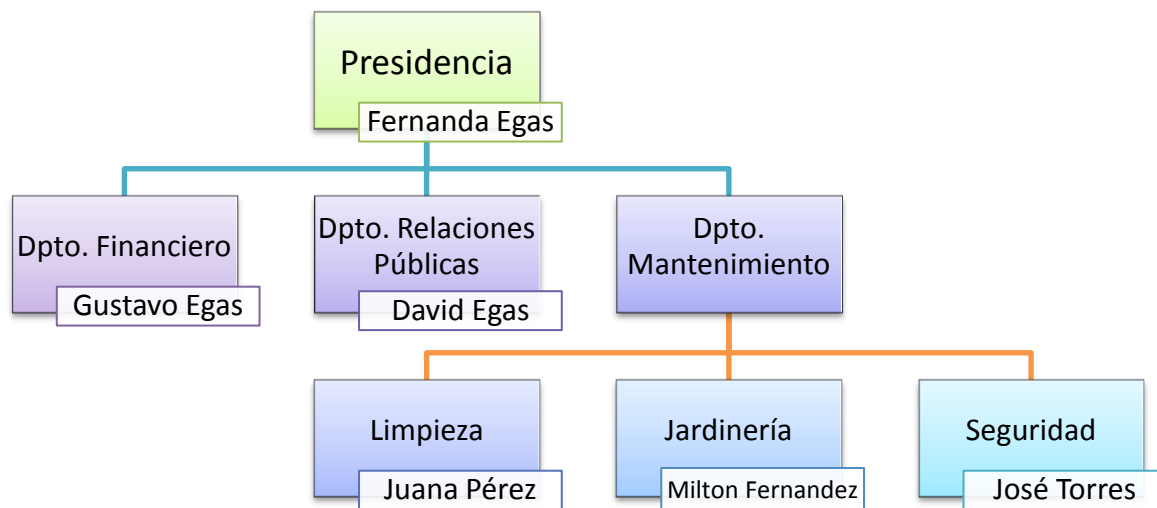
También nos pueden contactar a través de una página web, aplicación móvil y de las redes sociales como Facebook y Twitter. Instagram, Line.

Personal

Al ser la Quinta “El Jazmín” una empresa nueva, se tiene que empezar con un personal acorde al ingreso que se obtendrá el primer años, por lo tanto se contará con el siguiente personal:

- Presidencia
- Gerente Financiero
- Gerente de Relaciones Públicas
- Encargado de Limpieza
- Encargado de Jardinería
- Encargado de Seguridad

3.12 Organigrama



Elaborado por: Fernanda Egas

Es importante recalcar que para el departamento de mantenimiento, al igual que meseros, personal de entretenimiento, cocina y fotografía/video, se realizaría un contrato por medio de una empresa intermediaria o directamente con el personal subcontratado para el evento a realizar.

El personal de la empresa siempre va a estar bien uniformado y presentado.

Promoción y educación

Para conocer de mejor manera el emprendimiento de este negocio y cómo se va a promocionar a la empresa, se ha elaborado un cuadro donde se explica el Marketing Mix que va a manejar esta empresa. A continuación se detalla una breve y clara explicación:

PRODUCTO:

La empresa se va a especializar en brindar un servicio novedoso de organización de eventos de cualquier tipo como conferencias, ceremonias, fiestas infantiles, bodas, servicio de catering, festividades navideñas, etc. a empresas públicas y privadas y personas en general, cumpliendo con las expectativas y requerimientos de nuestros clientes.

Como característica principal se tiene que ya contamos con el terreno y la ubicación de las instalaciones, esto se lo puede ver como una ventaja competitiva.

Con esto la empresa busca alcanzar una alta aceptación en el grupo objetivo y posicionar una imagen moderna y cómoda.

NOMBRE DE LA EMPRESA: QUINTA “EL JAZMÍN”**DISTRIBUCIÓN:**

QUINTA “EL JAZMÍN” tendrá sus oficinas dentro de la Quinta El Jazmín, ubicada en el Valle de los Chillos, en la parroquia de Alangasí.

Se tendrá instalaciones de primera para diferentes eventos que el cliente desee realizar.

También se puede contactar con la empresa a través de una página web y aplicación móvil.

PRECIO:

El servicio que **QUINTA “EL JAZMÍN”** ofrecerá, es de manera directa que se entregará a los clientes, quienes tendrán que firmar un contrato en donde especifiquen los servicios que desean abarcar en sus eventos, y dependiendo del monto total, se cancelará el 50% por adelantado, esta fase de la negociación estará en manos del Departamento Financiero, que trabajará también como el Departamento de Contabilidad, el encargado llevará la cartera de clientes y se encargará de detectar las necesidades de los mismos para poder trabajar con la Presidencia para buscar nuevos clientes y mantener a los antiguos.

PROMOCION Y PUBLICIDAD:

QUINTA “EL JAZMÍN” manejará con las siguientes promociones para poder empezar con el negocio y conseguir los primeros clientes:

- Según el número de invitados ofreceremos un 5% de descuento en el servicio de catering si son más de 100 personas en el evento.
- Descuentos en tarjetería del 10% (alianza con Imprenta).
- Descuento del 10% en alquiler del local Quinta “El Jazmín”

QUINTA “EL JAZMÍN” se especializará en publicidad por medio de redes sociales como:

- Facebook, Twitter, Instagram
- Youtube.

Elaborado por: Fernanda Egas

Entorno físico

Quinta “El Jazmín” brinda un servicio para la relajación de los consumidores, especialmente orientado hacia la naturaleza, contando con un espacio de 6000 m², en donde se podrá practicar cualquier deporte o simplemente disfrutar de las instalaciones.

Bajo este concepto, los consumidores deben disfrutar de ambientes rústicos y alejados de la ciudad; que se deleiten de los colores, olores y sonidos de la naturaleza. Además, estimular encuentros con el ámbito natural en la meditación.

FASE 3

1. INDUCCIÓN

Al observar detenidamente el comportamiento de las empresas organizadoras de eventos, en el Valle de Los Chillos, poder inducir que debido a que las empresas no son conocidas dentro del mercado demandante, la mayoría de personas, desconoce que existen empresas organizadoras de eventos en el Valle de Los Chillos. Algo muy diferente ocurre con locales para la realización de eventos, los cuales existen en gran variedad, desde Rincón Real, La Corteza, Hostería Zamzara, Dean, entre otros. Estos locales tienen la opción de que ellos pueden organizar el eventos, sin embargo la mayoría de estos locales, subcontratan a otras empresas para que organicen los eventos, estas empresas no son necesariamente del Valle de Los Chillos, sino de otras partes del distrito metropolitano.

Cabe recalcar, que la incidencia de una nueva empresa, podría acaparar el mercado ofertante del Valle de Los Chillos, como empresa organizadora de eventos, más no acapararía el mercado ofertante de locales para eventos.

Otro factor importante que podría inducir a una baja en ventas para el mercado ofertante de empresas organizadoras de eventos en el Valle de Los Chillos y por lo tanto, la realización de eventos en el mismo sector, sería la amenaza de una posible erupción del Volcán Cotopaxi. Algo que se encuentra fuera de las manos de cualquier empresa. Esto podría llevar a una salida de este tipo de empresas como HUMADI, que se trasladó a Quito.

2. HIPÓTESIS

La implementación de una empresa organizadora de eventos que incida en la oferta de organización de eventos en el Valle de Los Chillos, permitirá a la demanda de este producto, poseer un servicio de primera calidad, dando una planificación personalizada y brindando los mejores productos en catering, servicio de entretenimiento, transporte y guardería para cualquier evento que desee realizar el cliente. Esta empresa logrará obtener una alta rentabilidad, si al obtener dos eventos por mes dentro de la Empresa Quinta “El Jazmín”, se obtendrá una recuperación de la inversión en 4 años de funcionamiento del negocio.

3. PRUEBA DE LA HIPÓTESIS POR EXPERIMENTACIÓN

Con la investigación de mercado realizada se concluye que con la implementación de una empresa organizadora de eventos, se puede incidir en el mercado ofertante de organización de eventos, dentro del mercado demandante, en un target socio-económico medio-alto, alto; lo cual beneficiaría tanto a clientes como a personal contratado, que permitiría crear una fuente de

trabajo sustentable para diferentes personas. Empresas organizadoras de eventos en el Valle de Los Chillos no poseen los mismos estándares de calidad para eventos de lujo, el consumidor final se beneficiará tanto en costo como en calidad del servicio, manteniendo un precio accesible tanto para personas de estatus social medio, como para un estatus alto.

4. DEMOSTRACIÓN O REFUTACIÓN DE LA HIPOTESIS

Los cuadros comparativos que se pueden visualizar en la rentabilidad, con el número de personas interesadas en el producto, demuestra una alta demanda del producto, lo cual incidirá en la oferta de organización de eventos.

Tabla 3.1 Demostración hipótesis

ESCENARIO CONSERVADOR	26564,4 PERSONAS INTERESADAS EN UTILIZAR EL PRODUCTO INNOVADOR DE LA EMPRESA QUINTA EL JAZMÍN.
VENTAS MENSUALES	Dos eventos mensuales de \$20000 cada uno, podrá establecer una recuperación de la inversión en menos de 5 años.

Elaborado por: Fernanda Egas

El número de personas permite observar y deducir, que la empresa no tendría problemas en generar ventas.

5. EVALUACIÓN FINANCIERA

Objetivos financieros

- La recuperación de la inversión del proyecto será al tercer año de nuestra actividad.
- Flujo de Caja de \$273.750 en el primer año
- Facturación en el primer año de \$480.000.
- Recuperación de la inversión en menos de 5 años.

Al examinar, el modelo de negocio de la Quinta, “El Jazmín”, podemos observar que los flujos de caja son positivos, por lo tanto la empresa poseería liquidez desde el primer año de funcionamiento.

Al realizar 2 eventos por mes de un promedio \$20000 cada evento, obtendremos ventas de \$480.000 anuales. (Este valor analizamos mediante la realización de un evento como un matrimonio que es lo más común en eventos sociales, de una pareja de nivel socio/económico medio alto-alto, dentro de las observaciones de las empresas dentro del sector del Valle de Los Chillos.)

		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TOTALES
a) QUINTA "EL JAZMÍN"													
INGRESOS (sujetos a impuestos)													
Ingresos ventas		480,000	494,400	509,232	524,509	540,244	556,452	573,145	590,339	608,050	626,291	5,502,662	
Venta activos		480,000	494,400	509,232	524,509	540,244	556,452	573,145	590,339	608,050	626,291	5,502,662	
												0	
GASTOS (sujetos a impuestos)													
Gast. operación variables		-120,000	-123,120	-126,322	-129,607	-132,978	-136,438	-139,988	-143,631	-147,369	-151,205	-1,350,658	
Gast. operación fijos		24,000	24,720	25,462	26,225	27,012	27,823	28,657	29,517	30,402	31,315	275,133	
		96,000	98,400	100,860	103,382	105,966	108,615	111,331	114,114	116,967	119,891	1,075,525	
Resultado Br = Ingresos - Gastos		360,000	371,280	382,910	394,902	407,266	420,014	433,157	446,709	460,680	475,086	4,152,004	
Gastos no desembolsables													
Depreciación construcción		-15,000	-15,000	-15,000	-15,000	-15,000	-15,000	-15,000	-15,000	-15,000	-15,000	-150,000	
Depreciación Tangibles		5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	50,000	
Leasing		10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	100,000	
Valor contable/de libros												0	
												0	
Beneficio br = Ingresos - Gastos - G. no desemb.		345,000	356,280	367,910	379,902	392,266	405,014	418,157	431,709	445,680	460,086	4,002,004	
Intereses de la deuda		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Beneficio an = BAI - Intereses		345,000	356,280	367,910	379,902	392,266	405,014	418,157	431,709	445,680	460,086	4,002,004	
Impuestos	25.00%	-86,250	-89,070	-91,978	-94,976	-98,066	-101,253	-104,539	-107,927	-111,420	-115,021	-1,000,501	
Beneficio ne = BAI - Impuestos		258,750	267,210	275,933	284,927	294,199	303,760	313,618	323,781	334,260	345,064	3,001,503	
Ajustes gastos no desembolsables													
Depreciación construcción		15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	150,000	
Depreciación tangibles		5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	50,000	
Valor de libro		10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	100,000	
							0					0	
Ingresos y Gastos (no sujetos a imp.)													
Inversión		1,020,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	970,000	970,000
Terreno		720,000											720,000
Construcción		200,000											150,000
Tangibles		100,000											100,000
Capital de trabajo / Recuperación CT		0											
Deuda externa													
Amortización deuda													
Valor de desecho											970,000		
Flujo de caja = B. neto + Ajustes ± Ingre		-1,020,000	273,750	282,210	290,933	299,927	309,199	318,760	328,618	338,781	349,260	1,330,064	4,121,503
Flujo de caja acumulado		0	273,750	555,960	846,893	1,146,819	1,456,019	1,774,779	2,103,397	2,442,179	2,791,439	4,121,503	

Elaborado por: Fernanda Egas

b) Determinación de la RENTABILIDAD		0.00		1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	6.00	7.00	8.00	9.00	10.00	
Valor Actual (VA) y Valor Actual Neto (VAN)														
Tasa de referencia "i"		3.00%												
(1+i) elevado a "n"			1.03	1.0609	1.092727	1.13	1.16	1.19	1.23	1.27	1.30	1.34		
FNC discreto / (1+i) elevado a "n"			265,777	266,010	266,245	266,481	266,718	266,957	267,196	267,437	267,679	989,693		
Valor actual = VA (acumulado)			265,777	531,787	798,031	1,064,512	1,331,230	1,598,187	1,865,384	2,132,821	2,400,500	3,390,193	3,390,193	
Valor actual neto = VAN (acumulado)		-1,020,000	-754,223	-488,213	-221,969	44,512	311,230	578,187	845,384	1,112,821	1,380,500	2,370,193	2,370,193	
VA (fórmula)													3,390,193	
VAN (fórmula)													2,370,193	
TIR = Tasa interna de retorno = Tasa "i" para VAN = 0 ; VAN = i "tanteando"		29.01%												
(1+i) elevado a "n"			1.14	1.29	1.47	1.68	1.91	2.17	2.47	2.81	3.20	3.64		
FNC discreto / (1+i) elevado a "n"			240,561	217,929	197,427	178,854	162,029	146,788	132,980	120,472	109,141	965,243		
Valor actual = VA (acumulado)			240,561	458,490	655,916	834,770	996,799	1,143,587	1,276,568	1,397,040	1,506,181	1,871,424		
Valor actual neto = VAN (acumulado)		-300,000	-59,439	158,490	355,916	534,770	696,799	843,587	976,568	1,097,040	1,206,181	1,571,424		
TIR (fórmula)													29.01%	
Periodo de recuperación de la inversión (Payback) -> FNC = Inversión Sin descontar: FNC acumulado - lo		-1,020,000	-746,250	-464,040	-173,107	126,819							4A 7M	
FNC / 12 meses		12.00				24,994								
Payback sin descontar			12.00	12.00	12.00	-6.93								
Descontado: VA de FNC acum. - lo		-1,020,000	-754,223	-488,213	-221,969	44,512								
FNC / 12 meses		12.00				22,207								
Payback descontado			12.00	12.00	12.00	-10.00							4A 10M	
ROE = Beneficio neto / Fondos propios			25%	26%	27%	28%	29%	30%	31%	32%	33%	34%	294%	
ROI = BAI / Inversión			34%	35%	36%	37%	38%	40%	41%	42%	44%	45%	392%	
ROI = BAI / Inversión			34%	35%	36%	37%	38%	40%	41%	42%	44%	45%	392%	
ROI = Beneficio neto / Inversión			25%	26%	27%	28%	29%	30%	31%	32%	33%	34%	294%	

Elaborado por: Fernanda Egas

Inversión

El monto total de la inversión para la empresa de organización de eventos es de un total de \$1'020,000. dólares americanos y su financiamiento sería con un capital propio en la totalidad de la inversión

Tabla 3.2 Inversión Total

Inversión	1,020,000
<i>Terreno</i>	<i>720,000</i>
<i>Construcción</i>	<i>200,000</i>
<i>Tangibles</i>	<i>100,000</i>

Elaborado por: Fernanda Egas

Después de haber realizado el estudio financiero se ha llegado a obtener un TIR 29.01% que quiere decir que es un promedio calculado de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para reinvertir.

“VAN es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual es decir, actualizar mediante una tasa todos los *flujos de caja* futuros o en determinar la equivalencia en el tiempo 0 de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial. Cuando dicha equivalencia es mayor que el desembolso inicial, entonces, es recomendable que el proyecto sea aceptado.”
(Fundación Wikimedia, Inc., 2015)

El VAN de este proyecto es de **2,370,193** quiere reflejar que el proyecto es aceptable.

Punto de Equilibrio:

En el punto de equilibrio nos informa que se necesita realizar 5 eventos al año para que no exista perdida ni ganancia.

$$PE = \frac{COSTO FIJO}{PRECIO - COSTO VARIABLE UNITARIO}$$

Tabla 3.3 Punto de Equilibrio

Costos fijos	96000
Precios	20000
Costos variables	1000
PUNTO DE EQUILIBRIO	5

Elaborado por: Fernanda Egas

6. CONCLUSIONES

- Se concluye que el comportamiento de las empresas organizadoras de eventos en el Valle de Los Chillos se concentra en poseer clientes de estatus medio y medio alto. También se concentran en realizar eventos privados más que eventos empresariales, lo cual crea un vacío en este mercado ofertante que falta por explorar dentro del sector. Es decir, son empresas especializadas en matrimonios, cumpleaños o aniversarios, es ahí donde una posible empresa puede entrar al mercado de organización de eventos para ofrecer un servicio de primera, personalizado y a la vanguardia.
- Otro dato importante, es que durante el último año, las empresas han salido de la zona del Valle de Los Chillos debido a la amenaza de un desastre natural como lo es una posible erupción del volcán Cotopaxi. La empresa con más años de experiencia y más grande que poseía el valle de los Chillos, Humadi, se trasladó a Quito por estos motivos. Lo cual también crea una posible entrada en el mercado para una nueva empresa que cumpla con todos los servicios que requiera el cliente.
- Quinta El Jazmín”, deberá implementar un Plan de Marketing completo, que permita enfocarse en la captación de nuevos clientes dentro del Barrio o Población como se puede observar en el cuadro de tabulación de encuestas, que sí están dispuestos a utilizar los servicios de alta calidad como lo será la Quinta “El Jazmín”, pero sobre todo, competir y superar a la competencia que se encuentra dentro de la zona, ofreciendo a parte del local de lujo para cualquier evento, ofrecer un servicio de organización de eventos innovador.
- Al realizar la empresa denominada Quinta” El Jazmín”, en la localización de la empresa, obtendría éxito dentro del sector y dentro de su mercado debido a los diferentes servicios que ofrece al cliente, todo esto según la investigación de mercado que se ha realizado.

Con un servicio innovador gracias a un sistema especializado que permite brindar asesoramiento completo durante todo el proceso de organización de un evento mediante una aplicación para móvil, Se obtendría una alta rentabilidad mediante nuestras estrategias, un trabajo eficiente y eficaz.

7. RECOMENDACIONES

- Se recomienda realizar un plan de negocios completo, si una persona desea crear una empresa organizadora de eventos, en donde incluya todos los ítems establecidos en este proyecto, estableciendo metas acorde a su capital de trabajo y si posee un local para eventos con instalaciones para poder cubrir las necesidades del cliente.
- Se recomienda realizar un plan de contingencia para poder prevenir cualquier problema durante un desastre natural, dentro de todas las empresas organizadoras de eventos dentro del Valle de Los Chillos, que les permita tomar precaución y tener medidas de seguridad.
- Se recomienda al personal encargado dentro de las empresas organizadoras de eventos, al igual que las nuevas empresas o por crear, realizar un proceso de implementación de actividades de responsabilidad social corporativa, así como un manual para llevar a cabo estas tareas en las acciones cotidianas de cada uno de los miembros de la empresa.
- Incentivar a las empresas organizadoras de eventos, a aumentar su propuesta en cuanto a marketing de la empresa, para poder atraer clientes de otros sectores del Distrito Metropolitano.

8. BIBLIOGRAFÍA

- Conocimientosweb.ec, R. (2013, Julio 8). *Conocimientosweb.ec*. Retrieved from <http://www.conocimientosweb.net/dcmt/ficha11038.html>
- Espol, U. (2011, 12 8). *Universidad Espol*. Retrieved 12 8, 2011, from http://www.cib.espol.edu.ec/Digipath/D_Tesis_PDF/D-19612.pdf
- Fernandez, E. (2002). *Comercio Electronico*. Mc Graw Hill.
- Fundación Wikimedia, Inc. (2015, Noviembre 01). *Wikipedia*. Retrieved from Wikipedia, la enciclopedia libre: https://es.wikipedia.org/wiki/Valor_actual_netto
- Google Company. (2016). *Google Maps*. Retrieved from Google Maps: <https://www.google.com.ec/maps/place/Alangas%C3%AD,+Quito/@-0.3037224,-78.4203678,3073m/data=!3m1!1e3!4m2!3m1!1s0x91d5bd9177ec8161:0x347d655c11c80597>
- INEC. (2010). *INEC*. Retrieved from Ecuador en Cifras: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- INEC. (2015, Diciembre 4). *Ecuador en Cifras*. Retrieved from <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/ecuador-registra-una-inflacion-de-011-en-noviembre/>
- InformateyPunto. (2014, Noviembre 14). *Infórmate y Punto*. Retrieved from <http://www.informateypunto.com/index.php/economia/7497-la-recaudacion-tributaria-en-2015-sera-de-14-099-millones-de-dolares>
- Ministerio de Turismo. (2015, Enero 05). *Ministerio de Turismo*. Retrieved from Ministerio de Turismo: <http://www.turismo.gob.ec/medios-internacionales-destacan-a-ecuador-como-un-excelente-destino-para-jubilados/>

Muñiz, R. (n.d.). *CEF.- Marketing XXI*. Retrieved from <http://www.marketing-xxi.com/el-plan-de-marketing-en-la-empresa-132.htm>

Ochoa, V. (2010). *Repositorio ESPE*. Retrieved from repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1908/2/T-ESPE-026816.pdf

Pérez, P. Z. (2010, Enero 20). *Tu Tiempo*. Retrieved from *Tu Tiempo*: <http://www.tutiempo.net/Tierra/Ecuador/Valle-de-los-Chillos-EC002558.html>

PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE ALANGASÍ 2012-2025. (2012, Agosto). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia*. Retrieved from http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/leytransparencia/literal_k/ppot/dmq/ppdot_alangasi.pdf

Sanchez, J. (2011). *Oferta de instalaciones para eventos en Quito*. Quito.

SENPLADES. (2009-2013). *SENPLADES*. Retrieved from *SENPLADES*: <http://plan.senplades.gob.ec/objetivo-5;jsessionid=11202B32D3DB46CF3C09E67390E619E9.nodeaplan>

9. ANEXOS



ENCUESTA EVENTOS "EL JAZMÍN"



CREACIÓN DE UNA EMPRESA ORGANIZADORA DE EVENTOS EN EL SECTOR DEL VALLE DE LOS CHILLOS

¿Usted conoce alguna empresa organizadora de eventos localizada en el sector del Valle de Los Chillos?

Si conoce de una empresa por favor escriba su nombre en la casilla "Otro".

☐ NO

☐ Otro:

¿Le gustaría contar con un servicio de organización de eventos de lujo en el valle de los chillos?

☐ sí

3. ¿Qué es para usted lo más importante dentro del factor entretenimiento en un evento a realizar?

- ☐ Juegos Varios (Gincanas)
- ☐ Juegos Artificiales
- ☐ Videos
- ☐ Grupo de Danza
- ☐ Música en Vivo

¿Conoce usted la comida molecular?

- ☐ SÍ
- ☐ NO

¿Dentro del catering en un evento a realizar qué preferencias usted tiene al momento de elegir la comida a ofrecer?

- ☐ Comida Internacional
- ☐ Comida Típica
- ☐ Comida Molecular
- ☐ Comida Gourmet

¿Por qué medio le gustaría recibir información de nuestro servicio?

- ☐ Visita al local
- ☐ E-mail
- ☐ Redes Sociales
- ☐ Vía Telefónica



ENCUESTA EVENTOS "EL JAZMÍN"

GRACIAS

Un regalo: <http://www.louisvilleky.gov/NR/rdonlyres/E388449D-CDA6-4CF4-8B23-8E15672088ED/0/badc at2.jpg>

[Ver respuestas anteriores](#)

[Modificar tu respuesta](#)

Este formulario se ha creado con [Formularios de Google](#).
[Crea el tuyo](#)