



# **Universidad del Azuay**

## **Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación**

### **Escuela de Turismo**

#### **“Creación de una empresa de Organización de Eventos en el Cantón Cañar, provincia del Cañar”**

**Trabajo de graduación previo a la obtención del título de**

**Licenciada en Turismo**

**Autora: María Fernanda Romero Inga.**

**Directora: Lcda. Karina Farfán Pacheco**

**Cuenca, Ecuador  
2008**

## **DEDICATORIA**

**El esfuerzo, sacrificio y paciencia que ha demandado este trabajo va dedicado para mi hija Karlita, quien es y será mi fortaleza y mi razón de vivir, que siendo tan pequeña ha sabido comprender mis largas horas de ausencia en casa y siempre me recibe ansiosa brindándome alegría, paz y amor a cada instante.**

**Esto es por ti y para ti princesa.....**

**Mayita**

## **AGRADECIMIENTOS**

**A Dios por permitirme realizar este sueño.**

**A mis padres, quienes a pesar de todas las circunstancias y momentos que se han presentado en el transcurso de mi carrera, me han apoyado y brindado todo lo necesario, siendo los verdaderos héroes de este logro...**

**A mi familia toda, por su presencia y cariño.**

**A mis queridos maestros que han sabido dirigir cada uno de mis pasos dentro de las aulas universitarias, quienes han sido verdaderos amigos.**

**Gracias de verdad.**

## **RESUMEN**

Este trabajo es una recopilación de varios autores y expertos en “Organización de Eventos”, está orientado a presentar un modelo de Empresa de Organización de Eventos y Catering en el Cantón Cañar. Empiezo por realizar una introducción de lo que representan los eventos en la actualidad, sus antecedentes, la ubicación de esta temática en el contexto general y sectorial donde se expresa la importancia de la creación de una empresa con estas características en el Cantón Cañar. Se definen conceptos como eventos, y tipos de eventos.

Se describe el proceso de establecimiento de la empresa: Visión, misión, objetivos, ubicación, descripción de la empresa, nombre, logotipo, eslogan, trámites legales, recursos, perfiles del personal que trabajará en la empresa, inventario de los locales de eventos del Cantón Cañar, listado de los diferentes medios de comunicación existentes y los servicios hoteleros del Cantón Cañar. El capítulo de costos incluye: Inversión, ingresos, egresos, estado de resultados, los mismos que serán de gran beneficio para probar la rentabilidad del establecimiento de este negocio.

Se espera que este documento sea un valioso aporte para quienes interesan involucrarse dentro del maravilloso mundo del turismo...

La Autora.

## **ABSTRACT**

This paper is a compilation of information by several authors and experts in event organization, and it is oriented to the presentation of a model for a company devoted to catering and organization of events in the town of Cañar.

It starts with an introduction of what these events currently represent, including their background, the explanation of the topic in the general and local context, and the importance of the creation of this kind of company in Cañar. Then there are definition of some concepts such as events and types of events. It also describes the company's establishment process: Vision, mission, objectives, location description, name, logotype, slogan, legal procedures, resources, personnel profiles, inventory of the event places in Cañar, list of the existing different media, etc. Finally, the chapter about cost includes various topics, such as investment, incomes, expenses, and statement of results, which will be very beneficial to prove the profitability of the establishment of this business.

It is hoped that this document will be a valuable contribution to those who are interested in involving themselves with the wonderful world of tourism...

## INDICE DE CONTENIDOS

|                      |     |
|----------------------|-----|
| Dedicatoria.....     | II  |
| Agradecimientos..... | III |
| Resumen... ..        | IV  |
| Abstract.....        | V   |
| Índice.....          | VI  |

### CAPITULO I.

|                    |   |
|--------------------|---|
| Introducción.....  | 1 |
| Los Eventos .....  | 2 |
| Justificación..... | 3 |
| Antecedentes       |   |

### CAPITULO II.....6

#### Análisis de la Situación

##### Contexto General

|                         |   |
|-------------------------|---|
| Contexto Sectorial..... | 7 |
|-------------------------|---|

|                    |   |
|--------------------|---|
| Marco Teórico..... | 9 |
|--------------------|---|

##### Evento

##### Beneficios de un Evento

##### Generales

##### Individuales

|                       |    |
|-----------------------|----|
| Organizacionales..... | 10 |
|-----------------------|----|

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| Tipología de los Eventos..... | 11 |
|-------------------------------|----|

##### Los Eventos y el Turismo

|   |    |
|---|----|
| Conceptos y Definiciones de algunas de las tipologías de evento más utilizadas..... | 12 |
|---|----|

##### Congreso

|                  |    |
|------------------|----|
| Conferencia..... | 13 |
|------------------|----|

##### Seminarios

|             |    |
|-------------|----|
| Taller..... | 14 |
|-------------|----|

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| Curso                           |    |
| Panel                           |    |
| Simposio.....                   | 15 |
| Mesa Redonda                    |    |
| Foros                           |    |
| Temas Libres.....               | 16 |
| Reunión                         |    |
| Convención                      |    |
| Coloquio.....                   | 17 |
| Debate                          |    |
| Encuentro                       |    |
| Jornada                         |    |
| Charla                          |    |
| Banquete                        |    |
| Concurso                        |    |
| Celebraciones de Año Nuevo..... | 18 |
| Cóctel                          |    |
| Debate                          |    |
| Festival                        |    |
| Fiesta.....                     | 19 |
| Graduación                      |    |
| Inauguración                    |    |
| Lanzamiento de Productos        |    |
| Pleno                           |    |
| Premiaciones                    |    |
| Rueda de Prensa.....            | 20 |
| Aniversarios                    |    |
| Conferencia de Prensa           |    |
| Salón                           |    |
| Vernissage                      |    |
| Exposición.....                 | 21 |

|   |    |
|---|----|
| Principales Eventos que se realizan en nuestro medio..... | 22 |
| CAPITULO III.....   | 26 |
| Plan Estratégico  |    |
| Visión  |    |
| Misión  |    |
| Objetivos   |    |
| Análisis FODA.....  | 27 |
| Debilidades   |    |
| Amenazas  |    |
| Fortalezas  |    |
| Oportunidades.....  | 28 |
| Estrategias   |    |
| <br>  |    |
| CAPITULO IV.....  | 30 |
| Plan de Marketing   |    |
| Descripción del Negocio                                   |    |
| Ubicación   |    |
| Marca y/o Nombre Comercial                                |    |
| Logotipo.....   | 31 |
| Eslogan   |    |
| Diseños del material de Publicidad y Oficina.....         | 32 |
| D´Etiquet Eventos ofrecerá.....                           | 35 |
| Decisiones Operativas de Marketing.....                   | 36 |
| Estructuración del producto                               |    |
| Requerimientos de Recurso Material                        |    |
| Recurso Financiero.....                                   | 37 |
| El marketing  |    |
| Generalidades.....  | 38 |
| Definición  |    |
| Aspecto Legal.....  | 39 |
| Segmentación del Mercado.....                             | 42 |



|  |    |
|--|----|
| Precio/Promoción.....                  | 43 |
| Venta del Producto.....                | 44 |
| Lanzamiento del Producto               |    |
| Promoción y Difusión                   |    |
| Promociones y Ofertas.....             | 45 |
| Ubicación en el Tiempo                 |    |
| Evaluación de Resultados               |    |
| Canales de Distribución                |    |
| Publicidad                             |    |
| Aplicación del marketing en la Empresa |    |
| D'Etiquet.....                         | 46 |
| <br>                                   |    |
| CAPITULO V.....                        | 47 |
| Análisis Económico y Financiero        |    |
| Inversión                              |    |
| Costos y Gastos.....                   | 55 |
| Detalle de Ventas                      |    |
| Gastos Operacionales mensuales.....    | 56 |
| Estado de Resultados.....              | 57 |
| <br>                                   |    |
| CAPITULO VII.....                      | 58 |
| Conclusiones                           |    |
| Bibliografía Consultada.....           | 59 |
| Anexos .....                           | 60 |

## **CAPITULO I**

### **INTRODUCCIÓN**

#### **LOS EVENTOS**

Los actos sociales son todos aquellos eventos que se realizan para celebrar o conmemorar un acontecimiento importante o una fecha destacada en la vida de una persona, institución o localidad.

La actividad de los eventos satisface necesidades e intereses de tipo espiritual. Personas que actúan en calidad de participantes en caso de eventos científicos, académicos o profesionales intercambian, adquieren o transfieren información, conocimientos, ganan experiencias de valor para su desarrollo o progreso intelectual. En el campo cultural, la amplia gama de modalidades desde festivales, fiestas populares, conciertos, exposiciones y otros permite a los participantes enriquecerse espiritualmente en su aspecto más abstracto, pero en el más inmediato se entretienen, disfrutan de un hecho social, que les provoca alegría, expansión espiritual, reafirmación de su idiosincrasia, y porqué no, nuevas experiencias y relaciones de confraternidad.

Frecuentemente en las organizaciones de un considerable volumen de funciones y servicios, las relaciones públicas son un trabajo que requiere una cuota de especialistas profesionales de la comunicación. En su gestión no sólo han de desarrollar acciones puntuales sino que, han de desplegar herramientas profesionales articuladas en diversos acontecimientos permanentes y también coyunturales que les permiten aprovechar oportunamente momentos importantes de sus públicos objetivos con gran probabilidad de eficacia y persuasión”.<sup>1</sup>

Cañar, Capital Arqueológica y cultural del Ecuador en los últimos quince años ha tenido un desarrollo muy importante en aspectos de índole cultural, deportivo, educacional, institucional, turístico, social, aspectos estos, que incrementan el desarrollo de todo tipo de eventos dentro de

---

<sup>1</sup> LOPEZ, Heriberto. Seminario de formación básica en organización de eventos, convenciones, protocolo organizacional y comportamiento de etiqueta. Universidad del Azuay.

la ciudad y por consiguiente la demanda de servicios de organización de eventos, motivo por el cual surge la idea de la creación de una empresa de organización de eventos en la misma.

Es importante señalar que con la implementación de una empresa de organización de eventos dentro del Cantón Cañar serán varios los beneficiarios puesto que las empresas de prestación servicios constituyen una amplia cadena, posibilitando así el desarrollo del Cantón en general.

## **I.1 - JUSTIFICACIÓN.**

Alrededor de todo el mundo la realización de eventos se ha constituido en una empresa que maneja millones de dólares, motivo por el cual expositores y organizadores identifican y perfeccionan nuevas técnicas y estrategias para optimizar sus resultados.

La realización de eventos involucra una serie de servicios relacionados con el turismo como por ejemplo: city tours, transporte, agencias de viajes, restaurantes y hoteles, siendo esta última (Hotelería) una de las beneficiarias más directas de esta actividad. Así, se calcula que alrededor de un tercio del negocio de la hotelería lo constituyen los grupos de convenciones. El alto índice de profesionales, así como el desarrollo empresarial de nuestro país, entre otras razones, hace que cada año sea mayor el número de personas que participan de las conferencias, congresos y convenciones, los mismos que se traducen en “*dinero*” sobretodo para los hoteles.

Bajo estos antecedentes de lo que han sido y son actualmente los eventos es oportuno destacar la importancia que hoy en día constituyen la organización de eventos en el “*Cantón Cañar*” que en los últimos años ha crecido en varios aspectos, siendo uno de ellos el turístico, dentro del cual se incluyen los eventos, es así que la idea de la creación de una empresa de organización de eventos en el Cantón Cañar, surge de la necesidad que tienen los usuarios de este tipo de servicios en conseguirlos dentro del mismo cantón de forma profesional y eficiente, implementación que será de gran beneficio para quienes demanden este tipo de servicios, los mismos que verán mejorados sus eventos en cuanto a organización, imagen y calidad de la empresa, institución o círculo social, según sea el caso, viéndolo como una nueva forma de comportamiento para la sociedad.

## **I.2 - ANTECEDENTES.**

Se sabe que los inicios de este tipo de reuniones (eventos) es una actividad que ha sido desarrollada a lo largo de los años, desde que el hombre forma parte de una sociedad, ya que la principal características de una convención es la comunicación entre los seres humanos.

Durante la edad media la realización de ferias o grandes mercados reunían a los visitantes y comerciantes que con el motivo de celebrar fiestas religiosas y demás acontecimientos propios de esa época se congregaban en multitudes, al mismo tiempo que estos lugares se convertían en centros de comunicación y participación de toda la gente que acudía a estos eventos.

En la época prehispánica las reuniones vinieron tomando mayor importancia es así que el número de asistentes era cada vez mayor, en esta época las concentraciones de personas en un determinado lugar eran con motivos místicos, religiosos. Cabe destacar que las personas debían desplazarse a los diferentes centros ceremoniales los cuales eran adecuados para el tipo de evento que se encontraban celebrando. La necesidad de comunicarse y asociarse entre los hombres fue tomando mayor relevancia en el desarrollo económico y social de las comunidades y poblaciones a través de los años. Las asociaciones gremiales, comerciales y profesionales son tan antiguas como la humanidad misma. Partiendo de esta premisa podemos darnos cuenta que se realizaban eventos desde hace muchos años atrás, extendiéndose por todo el mundo y tomando gran importancia ya que se han formado como una gran industria generadora de empleo y divisas. Al ser esta una actividad de importancia y trascendencia ha estado manejada fundamentalmente por gente interesada en la materia como son los organizadores y expositores quienes acompañados de capacitación con nuevas técnicas y estrategias han obtenido éxito en la realización de eventos a todo nivel ya sea local, regional, nacional e internacional. “Para dar razón de la trascendencia de la realización de eventos podemos anotar acerca de la primera convención o congreso de la que existen datos es la realizada el 5 de Julio de 1841 la cual fue organizada por el inglés Thomas Cook con motivo del congreso antialcohólicos de Leicester Inglaterra, utilizando como medio de transporte el ferrocarril, movilizó a 570 personas. Esta convención o congreso marca una época de transición definida ya que surgieron los primeros viajes en grupos organizados con

## *Creación de una Empresa de Organización de Eventos en el Cantón Cañar.*

finés lucrativos. La realización de eventos empieza a adquirir mayor importancia a fines del siglo XIX con importantes consecuencias en el desarrollo económico, social y cultural de los pueblos”<sup>2</sup>.

Es hacia la segunda mitad del siglo XX cuando empiezan a expandirse en mayor número las organizaciones de eventos y esto se da gracias a:

- a. El adelanto industrial alcanzado por algunos países creando la necesidad de intercambiar tecnologías para lograr mayores beneficios económicos y sociales en sus países.
- b. El incremento de profesionales en la población lo cual provoca el interés de conocer las teorías y adelantos en cada rama.
- c. Los avances de la tecnología aplicada a los transportes que permiten recorrer cómodamente mayores distancias en menor tiempo teniendo mayor capacidad de pasajeros.
- d. Mayor número y diversificación de servicios turísticos que facilitan la práctica de viajes en grupo.

Hoy en día el hombre se ve en la necesidad de superarse para cada vez ser mejor, tener mayor progreso y un mejor nivel de vida económico y familiar, para eso debe haber una comunicación para poder llevar a cabo de manera eficiente el área de organización de eventos ya que de esta forma se logra el entendimiento y la comprensión entre los participantes como uno de los factores para elaborar el objetivo principal que es el éxito.

Al hablar de la organización de cualquier tipo de evento como congresos, seminarios, convenciones, conferencias, foros, coloquios, etc. o de exposiciones que se entiende como la instalación, promoción, comercialización, administración de productos o servicios en lugares preestablecidos nos referimos a un trabajo dinámico que requiere de responsabilidad que hará

---

<sup>2</sup> Enciclopedia Práctica Profesional de Turismo, Hoteles y Restaurantes. Grupo Editorial Océano, Barcelona-España 1999. Pág. 98

*Creación de una Empresa de Organización de Eventos en el Cantón Cañar.*

llegar al objetivo deseado además es necesario seguir un proceso sistemático que va desde la planificación, organización, ejecución y organización.

## **CAPITULO II:**

### **ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN**

#### **II.1 – CONTEXTO GENERAL.**

Un evento, en su forma más simple, comprende la reunión de personas en espera o durante un suceso, que no se presenta todos los días. De aquí que existen eventos sociales, ceremoniales o especiales, y deportivos. Aproximarnos a la industria de los Eventos desde la óptica de las ciencias comerciales y el turismo puede resultar un enfoque novedoso.

La Organización de Eventos constituye una actividad importante que se desarrolla diariamente alrededor de todo el mundo, así existen eventos internacionales como por ejemplo: Certámenes de Belleza, Convenciones, Ferias Internacionales, Debates, Conmemoraciones, Lanzamiento de Productos, Mesas Redondas, Olimpiadas Deportivas, Foros, Desfiles de Moda, Conciertos, Simposios y demás que no son más que la reunión de varias personas que comparten intereses similares, actividad que resulta rentable para quienes la desarrollan.

El Ecuador no ha sido la excepción de esta nueva corriente dentro del turismo, como lo es la “Organización de Eventos”, es así que en nuestro país en los últimos años se han realizado importantes eventos como: Miss Universo (Quito, Junio-2004), Ferias y Bolsas Internacionales de Turismo, Juegos Panamericanos, Desfiles de Moda, Miss Ecuador, Reina Mundial del Banano, entre otros que han resultado todo un éxito gracias a la calidad de su organización. Estos aspectos han posibilitado el incremento de empresas dedicadas a brindar este tipo de servicios a nivel nacional.

La Universidad del Azuay dentro de su pensum de estudios de la escuela de Turismo contempla varias e importantes cátedras como por ejemplo, Bromatología, gastronomía y bebidas, Protocolo y etiqueta, Logística turística, Relaciones Humanas, entre otras, las cuales han sido y son dictadas por profesionales expertos en las mismas quienes nos han impartido sus conocimientos eficazmente, capacitándonos así para un ejercicio profesional de calidad dentro de éstas y otras áreas importantes del sector turístico. Esta es una de las razones para pretender establecer una empresa de organización de eventos dentro del cantón Cañar que se convertiría en la primera dentro el Cantón.

## **II.2 – CONTEXTO SECTORIAL.**

El Cantón Cañar se ubica al norte de la provincia, a 3.163 metros sobre el nivel del mar. Con relación a los centros de Cuenca y Azogues, principalmente en jerarquía dentro de la región se ubica a 66 y 36 km respectivamente.



**Foto 1: Mapa Provincial del Cañar donde se ubica el Cantón Cañar.**

Está constituido por la cabecera cantonal y once parroquias rurales en una superficie de aproximadamente 1.787 km<sup>2</sup>, es decir, capta el 57,2 por ciento de la superficie de la provincia. La cabecera cantonal dispone de una superficie de 46,1 km<sup>2</sup>, las parroquias que conforman el Cantón Cañar son: Chontamarca, Chorocopte, General Morales, Gualleturo, Honorato Vásquez, Ingapirca, Juncal, San Antonio, Zhud, Ventura y Ducur.

Fue declarado como Capital Arqueológica y Cultural del Ecuador (Enero del 2001). En el centro cantonal existen varias entidades que hoy en día desarrollan eventos ya sean sociales, culturales, deportivos, turísticos, entre otros, es el caso de la Ilustre Municipalidad del Cantón que cada 26 de Enero desarrolla un amplio programa de festividades por el aniversario de declaratoria de Capital Arqueológica y cultural del Ecuador, las mismas que constan de desfiles cívico-folklóricos, sesión solemne, noche de luces, etc., en el mes de Junio se despliega otra programación de festividades por la cantonización de Cañar, para esta ocasión se desarrollan actividades como: Elección de la Reina y Ñusta del Cañar y baile de gala en su honor, desfiles cívico, militar y folklórico, sesión solemne, corrida taurina, noche de luces, también se realizan festividades religiosas, circuito automovilístico, el inti raymi, ferias, exposiciones, etc., además la Ilustre Municipalidad en diferentes épocas del año realiza talleres, seminarios y conferencias. Por otra parte, existen otras entidades que realizan eventos como por ejemplo la Universidad



### *Creación de una Empresa de Organización de Eventos en el Cantón Cañar.*

Católica y Universidad José Peralta que realizan anualmente la elección y proclamación de la Srta. Novato, además realizan casas abiertas, sesión solemne, seminarios, graduaciones, talleres y cursos. La sede de la Casa de la Cultura “Benjamín Carrión” asentada en el Cantón Cañar propicia eventos de lanzamiento y presentación de obras literarias, material discográfico y otros de los diferentes artistas de la localidad para lo cual realizan una programación especial.

También es importante mencionar a las diferentes instituciones, empresas y clubes asentados en al Cantón Cañar que realizan varios tipos de eventos, estos (as) son: Acción Social Municipal, Banco Nacional de Fomento BNF, Banco del Austro, Banco del Pichincha, Banco Bolivariano, Instituto Tecnológico José Peralta, Instituto Calasanz, Instituto Tecnológico Andrés F Córdova, Instituto Quilloac, Maxicanal, Radio Cumbres, Radio la Voz de Ingapirca, Continental General Tire, Cuerpo de Bomberos, Dirección de Educación Bilingüe, Automóvil Club del Cañar, Función Judicial del Cañar, Centro Agrícola Cantonal de Cañar, Hospital Luis F Martínez, Cámara de la Construcción del Cañar, Liga Deportiva Cantonal del Cañar, Club Alianza, Cámara de Comercio del Cantón Cañar, Club Fulkloricos, Club Ilegales, que por lo general organizan y celebran: Aniversarios de creación, exposiciones de pintura, artesanales, fotográficas, inauguración de Campeonatos, Graduaciones, Desfiles, Seminarios, Elección y proclamación de reinas, Sesiones Solemnes, Cocteles, Bufetes, Fiestas, Mesas Redondas, Conferencias, Homenajes y Conmemoraciones, Espectáculos y Conciertos, Debates, Ferias, Panel, Grupos de Trabajo, etc.

No son menos importantes los eventos realizados por particulares como por ejemplo: Bodas, Quince años, Graduaciones, Aniversarios, Bautizos, Primeras Comuniones y demás eventos sociales de carácter familiar.

Todos estos acontecimientos se realizan en el centro cantonal de Cañar así como en sus comunidades más cercanas y demás cantones de la provincia, siendo el establecimiento de esta empresa de organización de eventos la primera dentro del cantón ya que las empresas que actualmente vienen ofreciendo este tipo de servicios corresponden a lugares como Azogues y Cuenca, lo cual dificulta su accesibilidad debido a la incomodidad que el usuario encuentra al tener que trasladarse a otras ciudades para conseguirlos.

## **II.3 - MARCO TEÓRICO.**

### **EVENTO:**

Término genérico que designa cualquier tipo de reunión profesional de corte científico, técnico, cultural, deportivo, educativo, político, social, económico, comercial, religioso, promocional o de otra índole que facilite el intercambio de ideas, conocimientos, y/o experiencias entre los participantes”.<sup>3</sup>

Instalación, promoción, comercialización, operación y administración de un grupo de módulos para promocionar productos o servicios en lugares preestablecidos”.<sup>4</sup>

Los eventos son herramientas de Relaciones Públicas con múltiples ventajas pero, al mismo tiempo, quedamos completamente expuestos ya que todo en un acto comunica. Exigen un gran cuidado de todos los detalles”.<sup>5</sup>

De lo investigado se desprende que: Los eventos constituyen actividades extraordinarias realizadas por un grupo de personas relacionadas entre sí para conmemorar o celebrar un acontecimiento en particular en un espacio determinado, cuya ejecución requiere un estricto y minucioso cuidado de detalles antes, durante y después de su realización.

### **BENEFICIOS DE UN EVENTO.**

#### **GENERALES:**

Reúnen grupos para, satisfacer necesidades y estimular la participación. Generan comunicación. Difunden y mejoran el conocimiento. Contacto social y profesional.

---

<sup>3</sup> Proyecto Armonización Tecnológica.

<sup>4</sup> FLEITMAN, Jack. Eventos y Exposiciones. Una Organización exitosa. Pág. 04.

<sup>5</sup> <http://www.microsoft.com/spain/empresas/rrhh.msp>. Julio 15/2008

**INDIVIDUALES:**

Inciden positivamente en el desarrollo del individuo. Actualizan y perfeccionan conocimientos. Ofrecen oportunidades para obtener reconocimientos. Nuevas experiencias. Amplían relaciones profesionales.

**ORGANIZACIONALES:**

Apoyan la misión y el logro de los objetivos. Fomentan las relaciones interpersonales. Estimulan el intercambio de experiencias. Propician la creatividad. Desarrollan habilidades y destrezas.

A partir de su generación, los eventos pueden ser:

**Diseño propio:** Cuando la idea es generada por una organización que se encuentra ubicada en la ciudad.

**Sedes captadas:** Eventos generados por una asociación y/o institución cuyas ediciones son realizadas en diferentes países.

**Nacionales:** Estrictamente dentro del territorio nacional.

**Internacionales:** No menos de 300 personas de las que un 40% deben ser extranjeras, que representen un mínimo de 5 países y que la duración no sea menor de 3 días.

**Nacionales con participación extranjera:** Su temática permite atraer una importante participación extranjera.

**Categorías de eventos, a saber:** Mundiales, internacionales, regionales, nacionales, provinciales, municipales (estas dos últimas categorías tomando en cuenta nuestra división político-administrativa).

Los conceptos y definiciones acerca de la naturaleza, tipo y clasificación de los eventos es una tarea compleja por cuanto la literatura consultada es escasa y requiere un profundo análisis e investigación.

## **TIPOLOGIA DE EVENTOS.**

Una aproximación a una clasificación de eventos, pudiera ser: Científico-Técnicos, culturales, deportivos, sociales y comerciales o empresariales.

### **Científico-Técnicos se utilizan como tipologías mas frecuentes, a saber:**

Convención, congreso, seminario, taller, coloquio, conferencia, simposio, jornada, mesa redonda, panel, exposiciones asociadas, encuentros.

**Eventos culturales:** Cualquiera de las tipologías señaladas anteriormente y muy particularmente los festivales.

**Eventos deportivos:** Siempre son de carácter competitivo y se clasifican según los deportes, pueden combinar algunas de las tipologías señaladas anteriormente.

**Eventos sociales:** Incluyen: Bodas, banquetes, graduaciones, recepciones, cumpleaños, etc.

**Eventos empresariales:** Una aproximación a su clasificación podría ser:

- Reuniones de ejecutivos para definir estrategia de mercado, definir políticas de venta de productos, estudiar formas adecuadas para la presentación de una nueva marca.
- Misiones comerciales o de hombres de negocios para definir; Objetivos bien precisos para determinada negociación, comercial, financiera o económica o para futuros negocios.
- **Las Ferias** se pueden clasificar dentro de la categoría de eventos empresariales, asociadas por su definición y objetivos”.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> LOPEZ, Heriberto. Seminario de formación básica en organización de eventos, convenciones, protocolo organizacional y comportamiento de etiqueta. Universidad del Azuay. Pág. 23

## **LOS EVENTOS Y EL TURISMO**

La Organización Mundial de Turismo (OMT), clasifica a los turistas en 6 grupos diferentes según los tipos de viajes y visitas:

1. Ocio, recreo y vacaciones.
2. Visitas a parientes y amigos.
- 3. Negocios y motivos profesionales.**
4. Tratamientos de salud.
5. Religión y peregrinación.
6. Otros motivos.

Acerca del tercer grupo (Negocios y Motivos Profesionales), la OMT nos dice que *“en este se incluyen todas las actividades de negocios y profesionales fuera del entorno habitual”*. El visitante hace el viaje turístico por exigencias relacionadas con su ocupación o la actividad económica de la unidad de producción para la que trabaja. Además, la realización del viaje y su financiamiento son decisiones tomadas por alguien distinto del viajero de negocios. Esta categoría incluye: instalación de equipo, inspección, adquisiciones, ventas en nombre de empresas extranjeras; asistencia a reuniones, conferencias o congresos, ferias comerciales y exposiciones; viajes de incentivos organizados por la empresa; impartición de conferencias o ejecución de conciertos; programación de viajes de turismo, contratación de alojamiento y transportes, trabajos de guía y otras profesiones turísticas; participación en actividades deportivas profesionales, comisiones de servicio por parte de diplomáticos, militares y funcionarios de organismos internacionales, excepto cuando están destinados en el país visitado; estudios, investigación y cursos pagados, como años sabáticos universitarios, cursos de lenguas profesionales o de otro tipo relacionados con la empresa o entidad profesional del visitante o pagados por ella”.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org).

## **CONCEPTOS Y DEFINICIONES DE ALGUNAS DE LAS TIPOLOGIAS DE EVENTOS MÁS UTILIZADAS.**

**CONGRESO:** Un congreso es una reunión no orientada hacia los negocios con una frecuencia que, generalmente, es fija, y con una característica extraordinaria en la que los participantes que pertenecen a diferentes lugares, se reúnen en un lugar y fecha determinados previamente, para asistir a una reunión organizada en la que los delegados desempeñan una función multi-interactiva, de debate y competitividad, frecuentemente asistida por servicios especializados.

### **Sus objetivos se centran en:**

- Estudiar determinados temas.
- Intercambiar conocimientos.
- Elaborar conclusiones.
- Proponer metas.
- Relaciones humanas.

**CONFERENCIA:** Disertación sobre un área temática de un reconocido experto que lleva su ponencia por escrito, con toda la formalidad metodológica, con aportes originales que sean producto de su propio esfuerzo investigativo.

Permite la exposición de ideas sobre un mismo tema con profundidad de conceptos y sin interrupciones.

Su objetivo se centra en “Compartir las experiencias de un especialista con un público involucrado en el tema”. Su duración debe ser aproximadamente de una hora.

Se define como una reunión de alto nivel, más bien restringida, limitada a un solo tema y convocada por invitación. Reunión de índole gubernamental en la que formalmente se abordan temas diplomáticos, políticos, económicos, etc.

**SEMINARIOS:** Modalidad diseñada para investigar a fondo un tema, buscando la máxima participación de los expertos asistentes desde la misma base previa del evento. Beal, Bohlen y

### *Creación de una Empresa de Organización de Eventos en el Cantón Cañar.*

Neil (dos autores), analizaron sistemáticamente la técnica en su libro: “Conducción y acción dinámica de grupo (1946, p.250)” y la denominaron “Workshop”, término que traducido al español significa “taller”, también lo clasificaron como “Seminarios de investigación y trabajo”. Con el tiempo el primero tomó el nombre de “Seminar” (seminario) y el segundo conservó el de “Workshop” (taller).

Se utiliza cuando hay un tema de interés para un grupo homogéneo o interdisciplinario, organizando una serie de sesiones previas que permitan producir un documento base que será discutida durante el evento. Se aconseja para lograr aproximaciones o acuerdos en torno a tópicos que requieren discusión y análisis profesional. Es ideal para investigaciones.

Su objeto es investigar o estudiar un tema de interés para una organización o una disciplina profesional y su tiempo promedio es de dos días.

**TALLER (WORKSHOP):** Reunión de varias personas con un programa de debate intensivo, destinado a crear destrezas, desarrollar habilidades y a solucionar problemas mediante el esfuerzo y la cooperación integral de facilitadores y participantes: El concepto de taller se ha desarrollado para compensar los puntos de vista divergentes en una disciplina o en un tema en particular. Incorpora a los elementos que caracterizan al seminario el aspecto práctico. También se conoció esta técnica como seminario de trabajo, término ya en desuso.

Esta técnica es muy recomendada en programas de entrenamiento, ya que permite aprender-haciendo sobre un tópico específico. También se usa mucho entre grupos de profesionales que se reúnen en una mesa de trabajo, bajo la conducción de un facilitador y con el apoyo de un secretario y de un asesor, con el propósito de mejorar su eficacia en disciplinas específicas o en procedimientos interdisciplinarios que contribuyen a la solución de un problema.

Su objetivo es estudiar un tema o tópico en forma intensiva para crear destrezas, desarrollar habilidades y solucionar problemas a su tiempo: Promedio de dos días.

**CURSO:** Se realiza en los centros docentes, tiempo señalado en cada año para asistir a oír las lecciones. Serie de lecciones que forman la enseñanza de una materia. Tratado especial.

Pueden preverse, antes (pre), durante o después (post) de un evento. Generalmente aparecen como parte del programa profesional de un congreso. La materia que se aborde en el curso debe

## *Creación de una Empresa de Organización de Eventos en el Cantón Cañar.*

corresponderse con las temáticas del evento. Casi siempre se organizan como cursos de postgrado y su objetivo central es analizar conceptualmente un tema con la utilización de técnicas pedagógicas. El tiempo de realización puede ser entre 10, 20, 30, 40 horas.

Otras características: Generalmente se diseñan para un grupo no mayor de 20 personas.

Pueden realizarse en la sede del evento o en otro lugar que tenga las condiciones mínimas e indispensables de un aula. El público asistente puede o no ser participante del evento.

**PANEL:** Presentación de un tema, bajo la coordinación de un moderador, para ser analizado y discutido en forma de diálogo o conversaciones. Se utiliza en temas de interés general y se usa mucho a través de los medios masivos. Su objetivo fundamental es analizar una situación de interés general.

Su tiempo promedio de duración es de dos horas incluyendo sesión de preguntas y respuestas.

**SIMPOSIO:** Es una reunión formal de expertos que analizan nuevos aportes científicos y tecnológicos en su disciplina, bajo la modalidad de ponencias sustentadas en investigaciones originales y novedosas. Se utiliza para presentar descubrimientos o aportes a una ciencia, usando códigos especializados, formales que son comprensibles y aceptables para el auditorio. Su estilo es complementario: Los que participan como expositores se complementan unos a otros, sin entrar en divergencias. Las preguntas buscan ampliar y enriquecer el conocimiento del que la formula y de los asistentes. El coordinador y los expositores deben ser seleccionados cuidadosamente y su objetivo es proveer información relevante y original a especialistas y profesionales, sobre diversos aportes de un mismo tema.

Su tiempo promedio puede tener dos variantes; aproximadamente dos horas, incluyendo preguntas, se pueden tener hasta 6 expositores (15 minutos c/u). Otra variante: Pueden tener una duración de uno a tres días cuando la temática requiere de una profundización mayor.

**MESA REDONDA:** Reunión de expertos que analizan un tema con enfoques divergentes, ante un público de conocedores y especialistas. Lo más peculiar de la Mesa Redonda es que trata enfoques distintos sobre un mismo tema, confrontar puntos de vista diferentes y opuestos estimulando la unión para resolver un problema, sopesar ventajas y desventajas. Su objetivo



central es analizar objetivamente un tema y su tiempo promedio es de dos horas, incluyendo preguntas y respuestas.

**FOROS:** En el sentido más estricto es un evento pequeño destinado a propiciar la discusión y participación total de un tópico de interés de especialistas, en un ambiente informal, con tiempo promedio de una hora, bajo la coordinación de un moderador. En sentido amplio se denomina “*FORO ABIERTO*”, aquel en que se permite una asistencia mayor de personas, extendiendo el tiempo de participación, incorporando una mesa directiva, pero conservando las características básicas del foro: Participación, informalidad y amplitud. Se usa para permitir la libre expresión de ideas y opiniones a todo el auditorio en un ambiente muy informal. Su objetivo es analizar un tema en un tiempo corto con el propósito de profundizar en su conocimiento y eventualmente usar, los aportes para enriquecer algún proyecto o documento y su tiempo promedio es de dos horas.

Otras características: Se designa un moderador y un secretario que lleven el orden de la solicitud de la palabra. Se requiere un salón grande con buena acústica. Las intervenciones no deberán exceder de los 3 minutos. Pueden combinarse con alguna otra técnica. El coordinador debe ser conocedor del tema, tener buena dicción, habilidad en conducir la discusión, no debe participar en los debates con sus opiniones. Hay que controlar el posible “desorden”, debido a su informalidad implícita.

**TEMAS LIBRES:** Una modalidad establecida como parte del programa profesional de un congreso que consiste en la presentación de un trabajo por un participante (ponente), que puede ser el resultado de una investigación total o parcial, o de un estudio. En ambos casos la presentación debe corresponderse con las temáticas que el evento aborda. Generalmente estas presentaciones orales se presentan en un tiempo de 20 minutos, 15 para exposición y 5 para debate. Para la presentación se utilizan medios audiovisuales y/o microcomputadoras. Los trabajos a texto completo constituyen los *proceeding*. Para la presentación de las ponencias generalmente se establecen requisitos que los ponentes consultan en la convocatoria del evento (anuncio circular).

**REUNION:** Término general que indica la reunión de un determinado número de personas en un lugar para realizar una actividad específica. Puede producirse espontáneamente o de acuerdo con un programa preestablecido.

**CONVENCIÓN:** Evento formal con base jurídica, al cual asisten los que tienen un derecho adquirido, con el fin de analizar situaciones de su propio interés. Su origen es diplomático y se refiere a acuerdos entre estados soberanos sobre asuntos de su conveniencia. Se manifiesta también en el área comercial o industrial, donde participan ejecutivos, empleados y agentes de cualquier empresa.

Ejercen fuerte influencia en el turismo de convenciones por el volumen e importancia de sus operaciones. Ejercen influencia sobre las relaciones internacionales, ya que en ellas se abordan problemas de la producción, ventas y mercados. Frecuentemente se usan para exponer en ella los nuevos productos y/o servicios de una empresa. Pueden ser corporativas, institucionales, empresariales, etc. Son deliberantes, es decir, aprueban.

**COLOQUIO:** Este evento es una reunión en la que se convoca a un número limitado de personas para realizar e intercambiar ideas sobre un tema, sin que necesariamente se alcance un acuerdo.

**DEBATE:** Es un evento en el que dos o más partes discuten civilizadamente sobre aspectos controvertibles en el que al final se sostienen soluciones parciales o totalmente diferentes.

**ENCUENTRO:** Evento que consiste en permitir que personas con algo en común, que ocurrió en algún momento del pasado, no cercano, se encuentren para celebrar este acontecimiento.

**JORNADA:** Es un evento que consiste en una serie de actividades destinadas a “Impartir instrucciones o información específica en sectores particulares del trabajo” (Beal, 1964, p. 225).

**CHARLA:** Explicación de un experto sobre un tema o tópico que domina, el cual explica de una manera informal, exenta de solemnidad. El tiempo no debe ser mayor de una hora.

**BANQUETE:** Cena de carácter formal en la que se exige presentación de etiqueta. Se utiliza generalmente como complemento o formando parte de un evento mayor, para agasajar a personalidades importantes, el Banquete es utilizado también para recaudar fondos a determinados proyectos determinándose a través del precio del cubierto-manera de cobrar la participación por persona y acciones promocionales previas la participación de públicos que generalmente son afines como grupo social.

**CONCURSO:** Se estimula la participación de un público en específico con el fin de que produzca algún elemento que será objeto de análisis comparativo, a través de ítems preestablecidos, y del que surgirá un ganador que obtendrá un beneficio previamente señalado. Muy usado por organizaciones para estimular la creatividad, proveer a la entidad de algún símbolo, incentivar simbólicamente a alguien creando predisposición favorable ante un producto o entidad, y como respaldo de algún otro evento mayor. De empleo frecuente en el trabajo de relaciones públicas.

**CELEBRACIONES DE AÑO NUEVO:** Generalmente es un tipo de festejo por la llegada del año nuevo. Siempre ha de caracterizarse por ser bulliciosa y alegre matizada por animación, comidas y bebidas.

**CÓCTEL:** Además de su empleo como término en servicio de bares, en este caso la acepción se refiere a reuniones o encuentros vespertinos generalmente informales y breves con los que se celebran sucesos sociales tales como graduaciones, compromisos empresariales, lanzamientos de productos, despedidas o asunciones de autoridades etc. Es un tipo de fiesta de aproximadamente dos horas como promedio en la que se consumen bebidas y comestibles ligeros mientras la gente conversa. La gente está todo el tiempo de pie. Es generalmente utilizada como complemento de otros eventos mayores con fines de confraternización entre muchos de sus participantes que no se conocen o que han de compartir ideas en trabajos posteriores.

**DEBATE:** Dos o más partes discuten civilizadamente sobre aspectos controversiales en que sostienen puntos de vista parcial o totalmente diferentes. Comúnmente es empleado en aspectos de gran interés para la opinión pública. Tiene una raíz pedagógica y es altamente recomendado para enseñar el público y persuadirlos a enfocar puntos de vista diferentes sin llegar a conflictos.

**FESTIVAL:** Concedido originaria o comúnmente para programas relacionados con las artes, orientado a fines promocionales. Lleva frecuentemente un reconocimiento final, como premio. El festival conlleva a un fin de entretenimiento y de promoción de artes en un ámbito especializado o regional determinado. Existen diferentes puntos de vista sobre el hecho de que no cubre una finalidad comercial, y que sus costos se sufragan con los precios de las butacas o las entradas a conciertos y otras representaciones y/o el patrocinio.

**FIESTA:** Celebración de un acontecimiento individual, social o de organizaciones. Dicha celebración es un acontecimiento feliz o exitoso. Puede tener un carácter informal, de gala, o puede tener mezclados ambos momentos. Cuando se realiza una fiesta secundando un gran evento, esta tiene una duración de tres o cuatro horas como promedio y estará matizada por el alcance de los recursos y presupuestos determinados para la misma.

**GRADUACIÓN:** Reunión en la cual se homenajea a quien ha sido titulado por el vencimiento académico de cursos. Actividad tanto social, individual como organizacional. Puede concebirse el aspecto solemne y ceremonial, como el festejo, caracterizado por bailes y confraternización.

**INAUGURACIÓN:** Encuentro generalmente empresarial con el cual una firma da a conocer una nueva sede, una nueva instalación de servicios, o las reformas realizadas a una existente, la apertura de un nuevo servicio, o una obra.

**LANZAMIENTO DE PRODUCTO:** Reunión, generalmente desayuno, almuerzo o cóctel durante la cual una empresa presenta un nuevo producto o línea comercial a sus clientes y

## *Creación de una Empresa de Organización de Eventos en el Cantón Cañar.*

a la prensa. Se suele incluir una presentación del producto, detalles sobre aspectos de su campaña publicitaria, información sobre la estrategia comercial y otras acciones.

**PLENO:** Sesión en la que se reúnen los miembros de una organización para atender los aspectos señalados en un programa. Se utiliza frecuentemente por organizaciones políticas y sindicales para resolver situaciones que les atañen. Esta modalidad se emplea frecuentemente complementando eventos académicos de mayor envergadura, propiciando a través del pleno la presentación de problemas pre analizados para resolver en el pleno como paso final.

**PREMIACIONES:** Ocasión en que una entidad o firma otorga públicamente distinciones a ganadores o reconocimientos significativos a personas por razones de concurso, mérito, o resultados. Suele caracterizarse por una actividad solemne y posteriormente un festejo de agasajo a los premiados. Participan eminentemente los medios de comunicación.

**RUEDA DE PRENSA:** Modalidad de entrevista en la que un personaje de actualidad convoca a varios periodistas para dar a conocer un hecho y someterse a preguntas de los informadores. Es un evento convocado por una organización o un personaje para informar a la opinión pública a través de los periodistas y sus medios, aspectos trascendentes de interés general.

**ANIVERSARIOS:** Conmemoración de fecha importante, tanto de un suceso social como de la entidad. Se celebran con uno o varios tipos de festejos y otros eventos menores que se le subordinan. Son organizados convocando los diferentes públicos. Las organizaciones utilizan este tipo de evento para conmemorar la fecha de su creación. Es un momento oportuno para la atención del público interno y proyectar objetivos y metas.

**CONFERENCIAS DE PRENSA:** Reunión de periodistas especializados con un personaje, quien convoca a los informadores, realiza una exposición del tema y se somete a las preguntas sobre lo expuesto. Puede ser un comunicado oficial que se facilita a los periodistas convocados.

## *Creación de una Empresa de Organización de Eventos en el Cantón Cañar.*

Tanto las ruedas como las conferencias de prensa se emplean generalmente en situaciones de crisis, fusiones de compañías o adquisiciones, o para dar a conocer miembros nuevos de la organización, programas, lanzamientos.

**SALÓN:** Evento identificado por la exhibición de obras de arte, comúnmente empleados por instituciones culturales tales como museos, galerías y otras. Tiene un fin promocional de obras artísticas.

**VERNISSAGE:** Reunión con la que se celebra la inauguración de exhibiciones y muestras de arte. Suele hacerse generalmente por la tarde e incluye un cóctel de honor a los invitados, musicalización adecuada y también un pequeño discurso a cargo del curador o el organizador de la muestra quien presenta al artista y su obra.

**EXPOSICIÓN:** Evento que se organiza con un propósito comercial o cultural para mostrar productos, servicios y/o documentos (libros, fotos, obras de arte, etc.)

**FERIA:** Exhibición de productos o servicios que concurren con carácter comercial en un área específica con el objetivo de promover los negocios.”<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> LOPEZ, Heriberto. Seminario de formación básica en organización de eventos, convenciones, protocolo organizacional y comportamiento de etiqueta. Universidad del Azuay. Pág. 12-20.

## **PRINCIPALES EVENTOS QUE SE REALIZAN EN NUESTRO MEDIO**



**Foto 2: Banquetes. Fuente: Buscador Google, Julio/2008**



**Foto 3: Bodas. Fuente: Buscador Google, Julio/2008**



**Foto 4: Primera Comunión. Fuente: Buscador Google, Julio/2008**



**Foto 5: Certámenes de Belleza. Fuente: Buscador Google, Julio/2008**



**Foto 6: Conciertos. Fuente: Buscador Google, Julio/2008**



**Foto 7: Desfiles. Fuente: Buscador Google, Julio/2008**



*Creación de una Empresa de Organización de Eventos en el Cantón Cañar.*



**Foto 8: Sesión Solemne. Fuente: Buscador Google, Julio/2008**



**Foto 9: Seminarios. Fuente: Buscador Google, Julio/2008**





**Foto 10: Quince Años. Fuente: Buscador Google, Julio/2008**



**Foto 11: Graduaciones. Fuente: Buscador Google, Julio/2008**

## **Capítulo III: PLAN ESTRATÉGICO**

La principal estratégica en la aplicación de este proyecto es la calidad, la misma que estará al nivel de los más altos parámetros utilizados en la prestación de servicios. Además ofreceremos variedad en nuestros productos y servicios, aspectos importantes que se traducirán en la satisfacción de quienes utilicen los servicios de la empresa organizadora de eventos del Cantón Cañar, convirtiendo de esta forma nuestro trabajo en eventos exitosos.

### **III.1 – VISION**

Convertirnos en los próximos 3 años en un referente local y provincial de calidad, variedad, estilo y excelencia en la organización de eventos.

### **III.2 – MISION**

Que la ciudad de Cañar cuente con la primera empresa de estas características, que ofrezca servicios profesionales en organización de eventos para posicionarnos del mercado de eventos.

### **III.3 – OBJETIVOS.**

#### **OBJETIVO GENERAL.**

La creación de una empresa de organización de eventos sociales tales como: Fiestas, congresos y seminarios; etc., la misma que se establecerá en la ciudad de Cañar, Provincia del Cañar.

#### **OBJETIVOS ESPECIFICOS.**

1. Brindar un servicio profesional de calidad, variedad y excelencia en la organización de todo tipo de eventos.
2. Realizar un estudio de mercado para conocer el mercado potencial de eventos en el Cantón Cañar.

*Creación de una Empresa de Organización de Eventos en el Cantón Cañar.*

3. Determinar los recursos necesarios para la implementación y funcionamiento de esta empresa.
4. Elaborar un tríptico de los servicios que se ofrecerán.
5. Elaborar un manual de funciones para el personal que labore dentro de la empresa.

### **III.4 – Análisis F.O.D.A.**

#### **ANALISIS DEL FACTOR CLAVE DE ÉXITO “DAFO”**

##### **DEBILIDADES:**

- Es una empresa nueva que cuenta con escaso recurso financiero propio para su apertura.
- Escasa cultura turística y de eventos dentro de la población del Cantón Cañar.

##### **AMENAZAS:**

- La existencia de empresas que prestan servicios similares a los nuestros en la ciudad de Azogues y Cuenca.
- Poca aceptación de la ciudadanía por este tipo de empresa.
- Competencia desleal de empresas similares.
- Mala promoción del producto.

##### **FORTALEZAS:**

- Será la primera empresa que ofrece estos servicios dentro de la ciudad de Cañar.
- La migración, porque es una zona donde los índices de migración son muy altos y por lo tanto quienes se encuentran lejos desean brindar lo mejor a sus familias y

### *Creación de una Empresa de Organización de Eventos en el Cantón Cañar.*

están al tanto en todos los eventos sociales que deben realizarse como 15 años, aniversarios, bodas y otros.

- La empresa estará dirigida por profesionales de turismo con conocimientos en, protocolo, etiqueta y organización de eventos, marketing, relaciones humanas y otras.
- La empresa cuenta con un local propio donde se instalarán las oficinas. Las mismas que estarán ubicadas en un sector conocido y céntrico de la ciudad.
- Ampliar los servicios de la empresa Organizadora Profesional de Eventos y Convenciones (OPC) con la apertura de sucursales en ciudades cercanas como Azogues, El Tambo y La Troncal.
- Capacitación constante al personal que labora en la empresa que serán quienes brinden los servicios.

### **OPORTUNIDADES:**

- Lograr captar el mercado provincial.
- Realizar alianzas estratégicas con empresas afines.

### **III.5 –ESTRATEGIAS.**

- Identificar las debilidades de la competencia para así vender un servicio y producto diferente al que actualmente se viene ofreciendo en cuanto a organización de eventos.
- Identificar los clientes potenciales, sus necesidades, preferencias y expectativas.
- Ofrecer promociones, paquetes especiales, descuentos y facilidades de pago a nuestros clientes.
- Ejecutar planes de marketing efectivos dentro de la empresa.

## **Capítulo IV: PLAN DE MARKETING**

### **IV.1 – DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.**

#### **UBICACIÓN:**

La empresa de organización de eventos (oficinas) se desea establecer en el Cantón Cañar, en la zona residencial de la Ciudadela el Vergel, Av. Ingapirca y Pozo de Chávez Esquina, cerca al centro de la ciudad en una vivienda de propiedad familiar, la misma que se la acondicionará para el funcionamiento de dicha empresa.



#### **MARCA Y/O NOMBRE COMERCIAL.**

La empresa llevará el nombre comercial de: **D'ETIQUET EVENTOS.**

Se entiende por Etiqueta al conjunto de reglas y costumbres que nos permite desenvolvemos adecuadamente en los diferentes ambientes. También se puede definir como un acto ceremonial y solemne que se observa en los palacios y sitios públicos. De tal manera que la empresa ofrecerá esta categoría en la prestación de sus servicios.

## **LOGOTIPO DE LA EMPRESA:**



Este diseño será el que represente a la empresa y se lo imprimirá en todo el material referente a la misma tales como publicidad, dípticos, sobres, papel bond para proformas, ofertas y todo cuanto tenga que ver con D'ETIQUET EVENTOS y ha sido escogido, tomando en cuenta las actuales tendencias de diseño que propone lo moderno y colorido, donde lo sencillo es sinónimo de elegancia.

## **ESLOGAN DE LA EMPRESA:**

*“El éxito de su evento en nuestras manos”.*

Para la definición del eslogan que identificó a la empresa se partió de la idea de que *“Detrás de todo evento exitoso, productivo y con utilidades siempre hay una buena organización”*... Es así que pretendemos brindar a nuestros clientes calidad en nuestros servicios para lo cual se contará con personal capacitado que sabrá asesorar en cualquier aspecto de la organización de un evento, ya sea contratación de lugares y servicios, ¿Qué hacer y cuando hacerlo?, programación de actividades, estrategias de comercialización y difusión, montaje de stands, menús, formas de financiamiento, elaboración de folletos, etc., acciones que se traducen en una sola palabra: *“ÉXITO”*.



**MATERIAL DE PUBLICIDAD Y DE OFICINA DE LA EMPRESA D'ETIQUET  
EVENTOS**

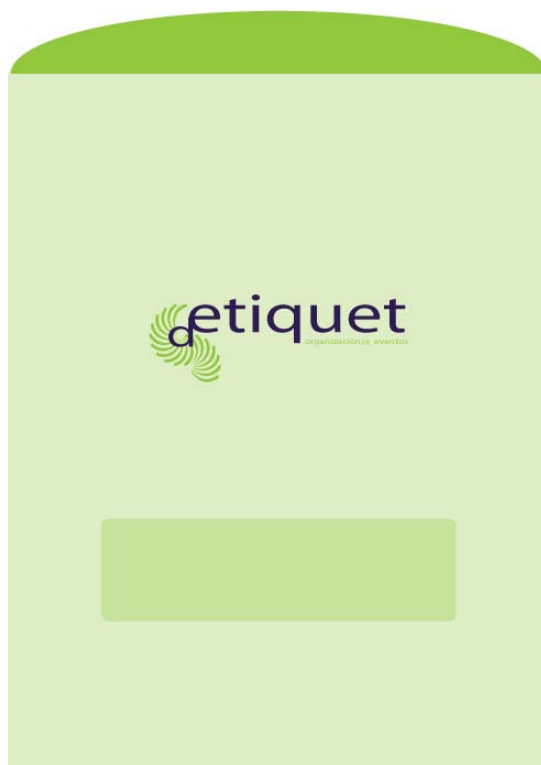


**Hojas de papel Bond.**



*Creación de una Empresa de Organización de Eventos en el Cantón Cañar.*

**Hojas para Apuntes.**



**Sobre de Manila**



**Sobre 1**

*Creación de una Empresa de Organización de Eventos en el Cantón Cañar.*



**Sobre 2**



**Tarjeta de Presentación Personal.**

## *Creación de una Empresa de Organización de Eventos en el Cantón Cañar.*



**Tarjeta Informativa de la Empresa. (Ambos lados)**

### **D'ETIQUET EVENTOS OFRECERÁ:**

- Alquiler de vajillas, mantelería, carpas, equipos de amplificación para eventos sociales dentro y fuera de la ciudad de Cañar.
- Servicios de buffet para compromisos sociales. Catering. Con una capacidad de hasta 200 personas por evento.
- Personal de protocolo.
- Luces y sonido.
- Todo acerca de invitaciones: Modelos, diseños, impresión y repartición a invitados.
- Animación para fiestas.
- Decoración de salas de fiestas.
- Saloneros.
- Todo tipo de licores para compromisos sociales así como elaboración de bebidas frías y calientes acordes con el evento a realizarse.
- Traslado de personas.
- Preparación de bocaditos y coffe break.
- Arreglos florales para todo tipo de eventos.
- Artistas o grupos musicales como por ejemplo mariachis, solistas, tríos, etc.
- Personal de seguridad.

## *Creación de una Empresa de Organización de Eventos en el Cantón Cañar.*

- Guías turísticas.

Todos estos servicios se ofrecerán mediante la intermediación con nuestros proveedores, según las necesidades de nuestros clientes, acorde a su presupuesto y con facilidades de pago, ofreciéndole varias propuestas según sus requerimientos.

## **DESICIONES OPERATIVAS DE MARKETING**

### **ESTRUCTURACIÓN DEL PRODUCTO:**

Básicamente los recursos que se necesitarán son:

- RECURSO MATERIAL
- RECURSO HUNANO
- RECURSO FINANCIERO

### **REQUERIMIENTOS EN CUANTO A RECURSO MATERIAL**

- Dos computadoras portátiles con impresora.
- Un Televisor tipo pantalla gigante.
- Un DVD
- Un Scanner.
- Una fotocopidora.
- Equipos de amplificación.
- Reflectores.
- Proyector Infocus.
- Juegos de luces- luminarias.
- Fax y línea telefónica propia de la empresa.
- Folletería, dípticos, flyers, afiches, spots publicitarios.
- Muebles y enseres.
- Útiles de oficina.
-

## **RECURSO HUMANO**

Se necesitará:

- Un gerente General.
- Un gerente de Marketing.
- Una secretaria.
- Junior trader
- Gerente de Ventas.
- Un Contador.

## **RECURSO FINANCIERO**

El dinero en efectivo con el que se cuenta para la iniciación de la empresa es de dos mil dólares americanos (\$ 2000), el resto del dinero requerido se lo obtendrá a través de:

- Créditos bancarios.
- Capital familiar.
- Inversionistas.

## **IV.2 – EL MARKETING.**

Los eventos vistos desde el marketing, son actividades de **servicios comunicacionales** de valor sustantivo para sus consumidores, estas actividades componen un paquete de bienes, objetos y artículos según el tipo de evento, hasta facilitaciones, atenciones, reconocimientos y estímulos, espacios de participación y principalmente espacio de intercambio de experiencias puestas a disposición de personas con diverso interés por participar de estos intercambios.

Los conceptos de marketing descansan principalmente en dos aspectos:

- La orientación a partir de los consumidores hacia la organización.
- Que dicha orientación responda a objetivos de rentabilidad.

Las actividades de marketing representan el elemento creativo de la actividad comercial de cualquier organización. Son el medio a través del cual se obtienen ingresos para las empresas tradicionales y las de eventos; son parte integral del negocio y debe considerarse que contribuyen, no tanto en la concepción de los programas, como en las ofertas y opciones de la

organización. La inversión en marketing en nuestra realidad es controvertida sin embargo, cada día las organizaciones de manera parcial o integral van insertando herramientas pertenecientes a la mercadotecnia llevados por la necesidad.

### **IV.3 – GENERALIDADES**

La necesidad de los servicios nace por la complejidad del proceso tecnológico que cada vez requiere, en mayor medida, de personas y equipos preparados cuyo concurso es fundamental para que organizaciones y máquinas funcionen. La sociedad a través de sus expectativas cambiantes va demandando bienes de un mismo género pero con un nivel de atributos cualitativamente superior, marcándose un crecimiento de la calidad de vida a través del consumo.

Con esta visión, el marketing se identifica en términos de un sistema de acciones donde se integran los conocimientos del mercado, el entorno y la competencia con los bienes, servicios y la organización que los produce con sus cualidades, precios, promoción y criterios de accesibilidad oportuna adecuados.

### **IV.4 – DEFINICIÓN.**

De acuerdo con la definición de Philip Kotler, el marketing constituye

... “La actividad humana cuya finalidad consiste en satisfacer las necesidades y deseos del hombre por medio de los procesos de intercambio”...

Consecuentemente el marketing es una filosofía de gestión de las organizaciones (lucrativas o no) y se proyecta hacia fines tales como:

- Prioridad en la satisfacción de consumidores y clientes.
- Proyección hacia el presente y el futuro.
- Integración en el proceso de gestión, basado en el equilibrio y armonía en el funcionamiento organizacional.
- Situar a la entidad en óptimas condiciones para obtener el máximo de beneficios.

El marketing es en definitiva, un proceso tendiente a diseñar y situar productos, servicios o ideas en precios, lugar y tiempo a la persona indicada, con beneficios mutuos y legítimos.

## *Creación de una Empresa de Organización de Eventos en el Cantón Cañar.*

Desde este referente, el **marketing de eventos** va dirigido a “*Satisfacer las necesidades e intereses de personas que participan en intercambios comunicativos y de experiencias beneficiosas en un ámbito social predeterminado en tiempo y espacio*”.

La conceptualización del marketing de eventos se puede considerar como reciente. Muchas de las decisiones sobre cual de ellos realizar en una misma categoría o especialidad podrían cambiar en cuanto a tipo de evento de una edición a otra, al igual que las herramientas de marketing y gestión a aplicar. Estamos ante una actividad cuya naturaleza lo hace diferente uno del otro en al menos una de sus variables.

Es por ello que importantes aspectos como la determinación de los mercados, su comportamiento como consumidores, el papel de los competidores, el concepto de beneficio en el producto/servicio, el análisis de la distribución, y el rol del plan en el proceso de gestión, cambiarán el aspecto, no sólo al marketing tradicional, sino también al de servicios y otros que pudieran considerarse afines como el del turismo, o la actividad académica.

Resulta de utilidad, comparar las similitudes y diferencias entre la orientación del marketing en los eventos respecto a las empresas tradicionales. Reflejaremos en la siguiente tabla analítica una comparación entre las principales orientaciones del marketing en empresas tradicionales y la organización de los eventos”.<sup>9</sup>

### **IV.5 – ASPECTO LEGAL.**

Es obligación de cada empresa el tener un objeto u ocupación principal, es así que existen tres tipos de actividades en las que cada empresa debe clasificarse de acuerdo a sus características de funcionamiento.

**COMERCIAL.-** Se refiere principalmente a toda empresa que se dedica fundamentalmente a la compraventa de un producto determinado.

**INDUSTRIAL.-** Referente a toda empresa de producción (manufacturera o de transformación).

**SERVICIOS.-** Referente a todas las empresas que ofrecen un producto de carácter intangible al consumidor.

---

<sup>9</sup> LOPEZ, Heriberto. Seminario de formación básica en organización de eventos, convenciones, protocolo organizacional y comportamiento de etiqueta. Universidad del Azuay.



## *Creación de una Empresa de Organización de Eventos en el Cantón Cañar.*

Para el funcionamiento de la empresa legalmente se requerirá de lo siguiente:

### **EN EL S.R.I.**

Para que la empresa pueda funcionar de forma legal el Servicio de Rentas Internas exige el Registro Único de Contribuyentes RUC, que se lo obtiene en las oficinas del SRI y para lo cual se necesita lo siguiente:

- Cédula de Identidad del representante legal de la empresa
- Certificado de votación.
- Los últimos recibos de pagos de Teléfono, luz y agua potable de la vivienda donde funcionará la empresa.
- Contrato de arrendamiento del local o si es local propio las escrituras de la vivienda.

Una vez establecida la empresa su representante legal tiene la obligación de estar al día en pago de impuestos tales como impuesto a la renta y otros impuestos.

Todas las sociedades en los procesos de inscripción y actualización del RUC utilizarán los siguientes formularios:

- Formulario 01-A: Inscripción y actualización del Registro Único de Contribuyentes, Sociedades sector privado.
- Formulario 01-B: Inscripción y Actualización de Establecimientos, Sector privado.

### **REQUISITOS PARA SACAR EL APOORTE PATRONAL EN EL IESS.**

- Copia de la cédula de identidad.
- Certificado de votación.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Nómina de los empleados que laboran en la empresa.

### **EN EL MUNICIPIO.**

En el municipio el único requisito para el funcionamiento de la empresa es el Registro de Patentes, el mismo que se obtiene de la siguiente manera:

- Formulario de inscripción de la patente.
- Original y copia de la cédula de ciudadanía.
- Copia del certificado de votación.
- Categorización para las actividades comerciales.
- Copia del pago del impuesto predial.
- Detalle del lugar donde funciona el local comercial (especificaciones).

**EN EL REGISTRO MERCANTIL.**

- Es necesaria la inscripción de la minuta de constitución.

**REQUISITOS PARA OBTENER EL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DE LOCALES COMERCIALES OTORGADO POR LOS BOMBEROS**

- Presentar la solicitud del permiso del municipio.
- Copia de la factura de compra de extintores o de recarga a nombre del propietario.
- Inspección por este departamento de las instalaciones y de seguridades contra incendios.
- El propietario debe cumplir con las condiciones dadas por el inspector para que se pueda emitir el permiso de funcionamiento.
- Cancelación del valor del permiso (16 dólares) posterior a la inspección del local por parte del cuerpo de bomberos.

**PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO.**

- Se deberá presentar en la Administración Zonal respectiva lo siguiente:
- Certificado de uso de suelo otorgado por el departamento de gestión urbana.
- Categorización otorgada por el área de Control Sanitario.
- Comprobante de pago de patente del año.
- Permiso sanitario de funcionamiento del año anterior (original).
- Certificado (s) de salud.
- Informe del control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad.
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada, o certificado de exención del propietario.
- Presentar documentación original y copias.

#### **EN CUANTO AL PERSONAL.**

- Será necesario establecer el tipo de trabajo que cada una de las personas desempeñará dentro de la empresa, así como la remuneración que recibirán por su trabajo, lo cual quedará sentado dentro de un contrato de trabajo que necesariamente se lo inscribirá en la insectoría de trabajo correspondiente.

#### **CAMARA DE COMERCIO:**

- La nueva empresa deberá registrarse en la Cámara de comercio del lugar donde se asiente para lo cual necesita:
- RUC.
- Contrato de arrendamiento o título de propiedad del domicilio donde funcione la empresa.

#### **LICENCIA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO (MINISTERIO DE TURISMO).**

- Copia certificada de la escritura pública de la constitución de la compañía.
- Nombramiento del representante legal.
- Certificado del instituto ecuatoriano de propiedad intelectual.
- RUC.

Además según el Capítulo II, Art. 83 de la Ley de Turismo se establece: Exigencias para los locales (Agencias de Viajes).- Los locales que se destinen al funcionamiento de las Agencias de Viajes, no podrán ser compartidas con otro tipo de actividad económica ajena a la actividad turística. **“Tendrán una superficie mínima de treinta metros cuadrados y contarán con los servicios básicos de luz, agua potable, teléfono, fax y batería sanitaria, cuando menos”.**

Tomando en cuenta esto, y considerando a la actividad de agencia de viajes como la que más se aproxima a la de realización de eventos se diseñará las oficinas de la empresa acorde a los requerimientos establecidos en la ley de Turismo.

## **IV.6 – SEGMENTACIÓN DEL MERCADO**

Primero señalaremos la diferencia entre las terminologías MERCADO y SEGMENTO:

MERCADO: Conjunto de consumidores capaces de comprar un producto o servicio

SEGMENTO: Cada uno de los grupos homogéneos diferenciados a los que se dirige la política comercial de una empresa”.<sup>10</sup>

De esta manera considero que el negocio de organización de eventos está diseñado para todo tipo de consumidor que necesite y desee asesoramiento en la organización de su evento en cualquiera de sus manifestaciones.

Los clientes potenciales de D'Etiquet Eventos no tendrán distinción en cuanto a sexo, nivel de preparación, procedencia, entre otros pero se los ubicaría dentro de un grupo social alto y medio alto, ya que estos grupos son quienes con frecuencia realizan algún tipo de evento.

Generalmente ocurre que los anfitriones de los eventos no los disfrutan del todo debido a que tienen que encargarse de varios detalles antes, durante y después del evento, es así que la empresa de Organización de Eventos que se propone establecer en el Cantón Cañar, desea prestar sus servicios de manera profesional y eficiente para que el, o los anfitriones puedan disfrutar su evento por completo.

## **IV.7 – PRECIO/PROMOCIÓN.**

Los precios por la realización de eventos dependerán de las características de los mismos y de los requerimientos que cada uno de ellos demande, así, estos se diferenciarán dependiendo básicamente del lugar y el tipo de evento que se realice. Los precios serán previamente cotizados, dados a conocer y acordados con los clientes previo la contratación de los servicios para evitar inconvenientes al momento del pago por los servicios.

Es importante señalar que la empresa brindara a los clientes facilidades de pago como por ejemplo: Pago con tarjeta de crédito.

---

<sup>10</sup> Microsoft. Encarta 2007.

## *Creación de una Empresa de Organización de Eventos en el Cantón Cañar.*

El porcentaje de ganancias de la empresa por cada evento organizado y desarrollarlo será de un treinta por ciento (30%) sobre el valor neto del evento.

El cliente deberá cancelar el cincuenta por ciento (50%) del total del valor del evento al momento de la contratación de los mismos y el cincuenta por ciento (50%) restante, si el pago es efectuado en efectivo, será cancelado en los instantes previos a la iniciación del evento.

### **VENTA DEL PRODUCTO D'ETIQUET EVENTOS.**

Se la realizará:

- Mediante el establecimiento de políticas que permitan captar el tipo de mercado al que está dirigido nuestro producto, realizando un previo estudio de factibilidad del producto D' Etiket Eventos.
- Analizando las debilidades y amenazas de la empresa para convertirlas en potenciales fortalezas y oportunidades para así garantizar la estabilidad del producto en el tiempo.
- A través de la calidad en la prestación de los servicios que ofrece la empresa.
- Con la prestación profesional de servicios, con personal previa y constantemente capacitado.
- Mediante campañas de promoción y publicidad de la empresa.
- Ofertando directamente el producto a los usuarios, mediante la presentación de proformas o paquetes especiales de nuestros productos.

### **INAUGURACIÓN Y LANZAMIENTO DEL PRODUCTO**

Para dar a conocer la empresa D'Etiket Eventos, la administración de la empresa ofrecerá un evento de lanzamiento y presentación de la misma, que consistirá en un coctel, donde estarán invitados personajes importantes de la vida social, cultural, política, deportiva, empresarial y turística del Cantón de Cañar, evento que convocará a la prensa local donde se presentarán todos nuestros servicios y se ofrecerán bocaditos preparados y servidos por nuestro personal.

Para esta ocasión se deberá contar con material de folletería, donde estarán incluidos la gama de servicios que se ofrecerá así como paquetes promocionales y demás. El evento de lanzamiento del producto se lo realizará (tentativamente) un día viernes por la noche, de preferencia en el mes de Agosto o Diciembre. Esta noche se amenizará con artistas que de una forma indirecta formarán parte de la empresa través de D' Etiket Eventos.

## **PROMOCIÓN Y DIFUSION:**

La venta del producto D´Etiquet Eventos se la realizará mediante promoción a través de medios de comunicación hablados y escritos como radio, prensa local, pagina web de la empresa, folletería que sea difundido a nivel local y provincial.

## **PROMOCIONES Y OFERTAS**

Se ofrecerá constantemente promociones, ofertas y descuentos especiales por ejemplo paquetes especiales para recién casados, quinceañeras, aniversarios, etc. Las mismas que serán publicadas en la recepción y en el material publicitario que difundamos de nuestra empresa para conocimiento de quienes deseen contratar nuestros servicios.

## **UBICACIÓN EN EL TIEMPO**

Este producto se lo diseñará y realizará en el lapso de un año y el período de prueba de nuestra empresa será de dos años aproximadamente.

## **EVALUACION DE RESULTADOS**

Se la realizará en forma constante por medio de encuestas, balances estadísticos trimestrales y a través de un buzón de quejas y sugerencias que se lo ubicará en la recepción del establecimiento donde podremos revisar las opiniones de nuestros clientes acerca del servicio que estamos brindando.

Este sistema será revisado por el gerente y rotativamente se nombrará a uno de los empleados de la empresa para que sean ellos quienes de una forma transparente revisen este buzón y sean quienes difundan los resultados al resto del personal en forma inmediata para buscar alternativas en pro de la calidad de nuestros servicios.

## **CANALES DE DISTRIBUCIÓN**

Para la venta del producto D'Etiquet Eventos se utilizarán canales directos o cadenas cortas, donde los clientes se acercarán directamente a nuestras instalaciones u oficinas para adquirir nuestros productos, o en su defecto estaremos prestos a facilitar información mediante fax, vía telefónica o internet.

Si se presenta la ocasión, se abriría un stand con nuestros productos en las diferentes ferias que se abren a nivel cantonal y provincial.

### **IV.8 – PUBLICIDAD.**

Será una valiosa herramienta dentro de la empresa, esta se la realizará por varias vías:

- Prensa local.
- Televisión.
- Internet.
- Otros eventos como por ejemplo ferias y exposiciones.

Y para la aplicación de esto primeramente se necesitará identificar a los clientes potenciales de la empresa así como conocer sus intereses, necesidades, costumbres para en base a ello darnos a conocer y ofrecer nuestra gama de productos.

En esta etapa será oportuna la elaboración y difusión de material publicitario de la empresa como afiches, dípticos, tarjetas de presentación, flyers, spots publicitarios que básicamente describirán los servicios que la empresa ofrece, la ubicación e incluirán el logotipo y eslogan de la misma.

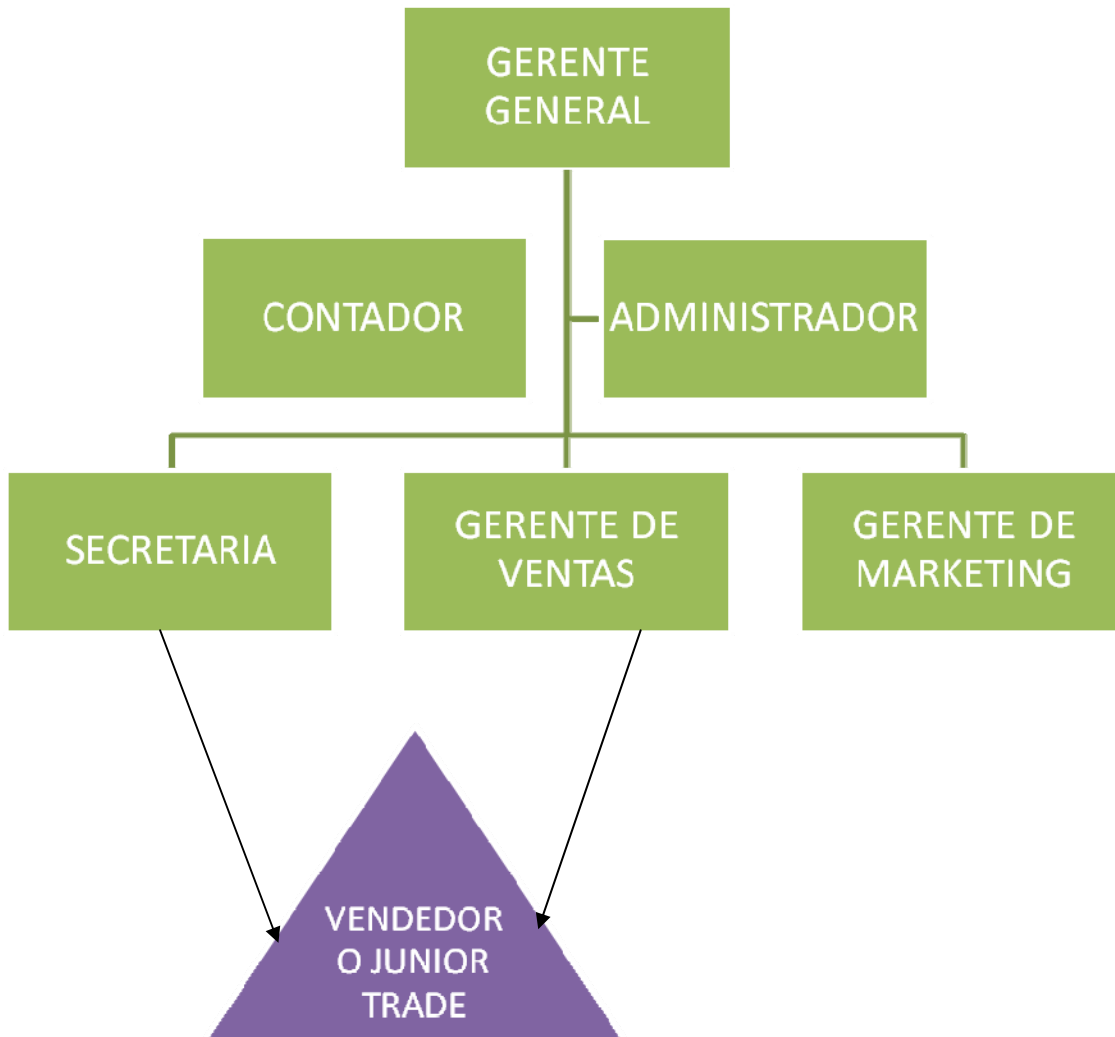
### **IV.9 – APLICACIÓN DEL MARKETING PARA LA EMPRESA DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS D'ETIQUET EVENTOS.**

Además de los métodos de publicidad y promoción anotados anteriormente como lo son publicidad en los diferentes medios de comunicación escrita y televisiva locales, página web de la empresa, spots publicitarios, flyers; en el aspecto del marketing la empresa básicamente manejará una atención personalizada a nuestros clientes, con la exhibición de lo que la empresa ofrece, degustaciones, muestras, que se localizarán en la sala show room dentro de las instalaciones de la empresa.

## **Capítulo V: PLAN DE ACCIÓN Y CONTROL (Programación)**

### **V.1 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA.**

La estructura organizacional de la empresa será la siguiente:





## **PERFILES QUE REQUIEREN CADA UNO DE LOS CARGOS EXISTENTES EN D'ETIQUET EVENTOS**

### **DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO**

Se encargará de coordinar los recursos de la empresa para cumplir con los objetivos planteados. El área administrativa estará a cargo del gerente general, quien a su cargo tendrá las siguientes funciones:

- Optimizar los recursos de la empresa.
- Coordinar las actividades de cada área con la gerencia.
- Orientar la dirección de la empresa.
- Controlar y ampliar la competitividad de la empresa.

**GERENTE GENERAL:** (1). Será supervisado por la administración. Se encargará de supervisar a todos y cada uno de los empleados de la empresa organizadora de eventos.

**Título.-** Licenciado en turismo

**Edad.-** 27 a 34 Años.

**Sexo.-** Masculino/ Femenino.

**Horas de trabajo.-** 8 horas diarias.

**Remuneración.-** 500 dólares.

**Funciones.-** El gerente general de una empresa de Organización de Eventos se encargara de:

- Verificar la asistencia de los empleados y que los mismos estén realizando sus tareas.
- Motivar al personal.
- Atender las inquietudes y quejas de los clientes.
- Revisar facturas de compra y venta.
- Organizar reuniones con los empleados regularmente.
- Elaborar políticas de precios y descuentos junto con el departamento de marketing.

**HERRAMIENTAS DE TRABAJO:** Computadora, teléfono, fax, internet.

## **DEPARTAMENTO FINANCIERO**

Se encarga de la obtención de fondos y del suministro de capital que se utilizará en el funcionamiento de la empresa, procurando disponer de los medios económicos necesarios para cada uno de los departamentos para que funcionen debidamente.

Es la encargada de los cobros a clientes y pagos a proveedores, también autoriza créditos a los clientes en sus pagos y cuando el servicio ofrecido haya presentado daños reales.

**CONTADOR:**(1). El contador es supervisado por el Gerente. Corresponde al departamento de finanzas.

**Título.-** Contador. Ing. Comercial.

**Edad.-** 30 a 35 Años.

**Sexo.-** Masculino.

**Horas de trabajo.-**30 horas al mes.

**Remuneración.-** 100 Dólares Mensuales.

**Funciones:** Son las siguientes.

- Registrar transacciones y verificar las mismas.
- Efectuar reportes financieros.
- Llevar registro de proveedores.
- Elaborar las declaraciones de impuestos.
- Tener en regla permisos, licencias, etc.
- Pagar al personal.
- Controlar costos.
- Tener reuniones con el Gerente.
- Llevar un control de inventarios.

**HERRAMIENTAS DE TRABAJO:** Computadora, calculadora, hojas de registro.

## **DEPARTAMENTO DE VENTAS**

Conformada por el departamento de Ventas que es el encargado de crear estrategias de ventas y promociones de los servicios y productos, ampliar la cartera de clientes para la empresa de organización de eventos.

Las estrategias de venta serán:

### *Creación de una Empresa de Organización de Eventos en el Cantón Cañar.*

- Dar a conocer la diversidad de servicios que ofrecemos a nuestros clientes mediante paquetes que no son preestablecidos sino que se conforman de acuerdo a las necesidades de los clientes y que varían de acuerdo al tipo de evento que deseen realizar.

**GERENTE DE VENTAS: (1).** Estará supervisado por el Gerente General. Corresponde al Departamento de Ventas. Supervisa al Vendedor.

**Título.-** Licenciado en turismo y/o afines

**Edad.-** 27 a 35 Años.

**Sexo.-** Masculino.

**Horas de trabajo.-** 8 horas diarias.

**Remuneración.-** 300 Dólares mensuales.

**Funciones.-** Básicamente consistirán en:

Verificar la asistencia de los empleados y que los mismos se encuentren desempeñando sus tareas.

- Motivar al personal mediante bonos y reconocimientos.
- Crea estrategias de ventas.
- Responde inquietudes y atiende quejas de los clientes.
- Revisar facturas de venta y otorga documentos.
- Capacita a los empleados en técnicas de venta.

**HERRAMIENTAS DE TRABAJO:** Computadora, fax, teléfono, internet.

### **DEPARTAMENTO DE MARKETING**

El (la) responsable de este departamento se encargará de la mercadotecnia que utilizará la empresa, además de las relaciones laborales, reclutamiento y capacitación del personal que labora en la empresa.

Estará encargado de la etapa de inducción a la empresa y de las relaciones que llevan a cabo dentro de la misma (Proveedores, cliente y trabajadores).

**GERENTE DE MARKETING: (1)** Estará supervisado por el gerente. Corresponde al departamento de marketing. Supervisará el área de ventas.

**Título.-** Ingeniero (a) en Marketing

**Edad.-** 27 a 35 Años.

**Sexo.-** Masculino/Femenino.

**Horas de trabajo.-** 8 horas diarias.

**Remuneración.-** 300 dólares mensuales.

**Funciones.-** Se encargará de lo siguiente:

- Contratar personal ocasional de acuerdo a la temporada.
- Realizar estrategias para mantener al máximo la capacidad de ocupación.
- Realizar investigaciones de mercado con respecto al servicio al cliente.

**HERRAMIENTAS DE TRABAJO:** Computadora, calculadora, fax, internet, teléfono.

## **DEPARTAMENTO DE OPERACIONES**

Se encarga de realizar los contactos con los proveedores y consumidores de nuestros servicios y productos para que estos sean entregados en la fecha y hora precisa, para ser trasladado al lugar del evento.

**SECRETARIA GENERAL: (1).** Está bajo el control del gerente. Corresponde al departamento de Operaciones/Recepción. Supervisa al vendedor.

**Título.-** Secretaria Bilingüe.

**Edad.-** 22 a 27 Años.

**Sexo.-** Femenino.

**Horas de trabajo.-** 8 horas diarias.

**Remuneración.-** 200 dólares.

**Funciones.-** Desempeñará lo siguiente:

- Dar la bienvenida y registrar al cliente.
- Informar al cliente sobre los servicios que tiene en la sala de exhibiciones.
- Realizar y contestar llamadas telefónicas, fax o correos electrónicos.
- Realizar y entregar facturas al departamento de contabilidad.
- Cobrar cuenta final al cliente.
- Encargada de caja chica. (Cuadrar caja).

*Creación de una Empresa de Organización de Eventos en el Cantón Cañar.*

- Elaborar el informe de cierre de caja, elaborar facturas para el cobro del servicio al cliente.
- Realiza completo seguimiento del evento que se esté llevando a cabo para mejorar productos y servicios.

**HERRAMIENTAS DE TRABAJO:** Calculadora, teléfono, internet.

**VENDEDOR O JUNIOR TRADER: (1).** Es supervisado por el Gerente de Ventas y Secretaria General. Corresponde al departamento de Ventas.

**Título.-** Ninguno.

**Edad.-** 23 a 28 Años.

**Sexo.-** Femenino.

**Horas de trabajo.-** 8 horas diarias.

**Remuneración.-** 200 Dólares.

**Funciones.-** El vendedor o junior trader desempeñará las siguientes funciones:

- Dar la bienvenida al cliente, tomar datos sobre el tipo de evento que se desea realizar.
- Mostrar al cliente los catálogos, imágenes mediante software de los eventos que se realiza.
- Indicar la variedad de servicios y productos que brinda la empresa.
- Asesorar al cliente sobre el tipo de evento que desea realizar en productos y servicios.
- Crear un ambiente de acuerdo a las expectativas del cliente.
- Plantear los paquetes promocionales que ofrecerá la operadora de eventos, descuentos.
- Elabora una proforma de acuerdo a las necesidades de los clientes o factura para los mismos.

**HERRAMIENTAS DE TRAJAJO:** Calculadora, computador, internet, impresora.

## Capítulo VI: ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

### VI.1 – INVERSIÓN:

Los requerimientos de la empresa serán:

#### EQUIPOS DE OFICINA

| DESCRIPCIÓN             | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL    |
|-------------------------|----------|----------------|----------------|
| Computadoras Portátiles | 3        | 1280           | 3840           |
| Impresoras              | 2        | 65             | 130            |
| Tv Pantalla gigante.    | 1        | 3200           | 3200           |
| DVD                     | 1        | 120            | 120            |
| Scanner                 | 1        | 250            | 250            |
| Fotocopiadora           | 1        | 850            | 850            |
| Fax                     | 1        | 175            | 175            |
| Otros                   |          | 500            | 500            |
| <b>TOTAL</b>            |          |                | <b>\$ 9065</b> |

Para la operación de la empresa D'Etiquet Eventos se ha considerado oportuno comenzar con el siguiente la siguiente cantidad y variedad de materiales de oficina.

#### UTILES DE OFICINA

| DESCRIPCIÓN | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|-------------|----------|----------------|-------------|
| Carpetas    | 50       | 0.25           | 12.5        |
| Correctores | 3        | 1.25           | 3.75        |
| Esferos     | 12       | 0.20           | 2.40        |
| Grapadora   | 2        | 4.00           | 8.00        |

*Creación de una Empresa de Organización de Eventos en el Cantón Cañar.*

|              |      |       |                  |
|--------------|------|-------|------------------|
| Perforadora  | 2    | 3.50  | 7.00             |
| Guillotina   | 1    | 15.00 | 15.00            |
| Sobres A4    | 50   | 0.15  | 7.50             |
| Tóner        | 2    | 15.00 | 30.00            |
| Lápices      | 12   | 0.20  | 2.40             |
| Hojas        | 1000 | 8.50  | 8.50             |
| Folletería   | 700  | -     | 300              |
| Imprevistos  | -    | -     | 100              |
| <b>TOTAL</b> |      |       | <b>\$ 497.05</b> |

En lo referente a mobiliario de la empresa se propone la compra de lo siguiente:

**MUEBLES Y ENSERES**

| <b>DESCRIPCIÓN</b>  | <b>CANTIDAD</b> | <b>VALOR<br/>UNITARIO</b> | <b>VALOR<br/>TOTAL</b> |
|---------------------|-----------------|---------------------------|------------------------|
| Equip/ Amplificac   | 2               | 900                       | 1800                   |
| Reflectores         | 6               | 40                        | 240                    |
| Proyector Infocus   | 1               | 800                       | 800                    |
| Modulares           | 3               | 230                       | 690                    |
| Escritorios         | 2               | 330                       | 660                    |
| Lámp. De Escritorio | 3               | 15                        | 45                     |
| Mostradores         | 2               | 75                        | 150                    |
| Sillas              | 12              | 15                        | 180                    |
| Juego de muebles    | 1               | 600                       | 600                    |
| Equip/ Música       | 1               | 200                       | 200                    |
| Mesa para reuniones | 1               | 400                       | 400                    |
| Sillas de espera    | 5               | 75                        | 375                    |
| Estantes            | 2               | 45                        | 90                     |
| Otros               | -               | -                         | 300                    |
| <b>TOTAL</b>        |                 |                           | <b>\$ 6530</b>         |

## **VI.2 – COSTOS Y GASTOS.**

### **DETALLE DE VENTAS**

#### **COSTO DE BUFETES POR EVENTO PROMEDIO 200 PAX**

##### **DETALLE:**

|                           |                                  |
|---------------------------|----------------------------------|
| Costo del Bufete:         | 1.200                            |
| Costo Protocolo:          | 280                              |
| Costo Serv. Audio:        | 300                              |
| Arriendo:                 | 300                              |
| Invitaciones:             | 600                              |
| Menaje:                   | 250                              |
| Arreglos:                 | 200                              |
| Decoraciones:             | 500                              |
| Montaje de Mesas y Otros: | 300                              |
| Pastel:                   | 120                              |
| Serenata:                 | 200                              |
| Imprevistos:              | 400                              |
| <b>TOTAL:</b>             | <b>\$ 4.650 + 30% = \$ 6.000</b> |

**6.000**      **→**      **VENTA POR EVENTO (Boda o Quince años)**  
**COSTO POR PAX = \$ 23,25**      **→**      **\$30**



## **GASTOS OPERACIONALES DE CADA MES**

|                     |                                       |
|---------------------|---------------------------------------|
| Servicios Básicos:  | 100                                   |
| Útiles de Oficina:  | 497                                   |
| Publicidad:         | 200                                   |
| Depreciaciones:     | 125                                   |
| Sueldos y Salarios: | <u>1000</u>                           |
| <b>TOTAL:</b>       | <b>1.922 X 12 = \$23.064 Anuales.</b> |

## **INVERSIONES**

|                             |                      |
|-----------------------------|----------------------|
| <b>Efectivo:</b>            | <b>\$ 2.000</b>      |
| <b>Muebles y Enseres:</b>   | <b>\$ 6.530</b>      |
| <b>Equipos Varios:</b>      | <b>\$ 5.095</b>      |
| <b>Equipos de Computo:</b>  | <b>\$ 2.690</b>      |
| <b>Equipo de Seguridad:</b> | <b><u>\$ 300</u></b> |
| <b>TOTAL:</b>               | <b>\$16.515</b>      |

### **VI.3 – INGRESOS.**

#### **DETALLE DE VENTAS EN PROMEDIO**

Se ha calculado que deberán realizarse 3 eventos por mes, es decir 36 eventos en un año para de esta manera mantener la estabilidad económica de la empresa..

NOTA: Se estima un treinta por ciento (30%) sobre el costo para fijar el precio de venta.

#### VI.4 – ESTADO DE RESULTADOS ( Proyectados).

| <u>Ingresos</u>               |             | <u>Año 2009</u> |
|-------------------------------|-------------|-----------------|
| Ventas:                       | 36 X 6000 = | 216.000         |
| Costo Variable:               | 36 X 4650 = | <u>167.400</u>  |
| Margen de Contribución (UBV): |             | 48.600          |
| Gastos Operacionales:         |             | <u>23.064</u>   |
| <b>UTILIDAD:</b>              |             | <b>25.536</b>   |

**NOTA:** En el primer año la empresa recupera la inversión.

#### PUNTO DE EQUILIBRIO DEL NEGOCIO

|                          |                  |
|--------------------------|------------------|
| Precio de Venta Unitario | \$ 30 Por PAX    |
| Costo variable Unitario. | \$ 23,25 Por PAX |
| Costo Fijo               | \$ 23.064        |

$$PV(X) = CV(X) + CF + B$$

**NOTA:** Para conseguir el punto de equilibrio en la formula **B = 0**

$$30x = 23,25x + 23.064$$

$$6.75x = 23.064$$

$$X = \frac{23.064}{6.75}$$

$$6.75$$

**X = 3.417 PAX para ni ganar ni perder; es decir: 17 Eventos.**

#### COMPROBACION:

|                                   |                            |
|-----------------------------------|----------------------------|
| <b>VENTAS:</b>                    | <b>17 X 6000 = 102.000</b> |
| <b>CV:</b>                        | <b>17 X 4650 = 79.050</b>  |
| <b>CF: (Gastos Operacionales)</b> | <b>= 23.064</b>            |
| <b>UTILIDAD:</b>                  | <b>\$ 114 → 0</b>          |

**NOTA:** La diferencia de \$ 114 es por los decimales.

## **Capítulo VII**

### **CONCLUSIONES.**

- La organización de eventos es una actividad muy importante hoy en día por lo que resulta de gran acogida, dentro del medio, una empresa que brinde de forma profesional este tipo de servicios.
- El establecimiento de una empresa de estas características involucra una serie de factores como el económico, social, cultural, por lo que es de suma importancia un estudio de todos estos factores antes de emprender este tipo de empresa.
- Los beneficios que la actividad de organización de eventos genera son multiplicadores para la sociedad en general porque demanda una serie de servicios complementarios que permite el desarrollo económico de los involucrados convirtiéndose de esta manera no solo en una actividad económicamente rentable sino socialmente justa.
- Se espera que este trabajo sea un valioso aporte para quienes desean emprender una empresa de Organización de Eventos y Convenciones, porque desde el momento de establecimiento de la visión es cuando una empresa empieza a tener vida.

## **BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA**

- CARDENAS, Fabio (1971) “MERCADOTECNIA Y PRODUCTIVIDAD TURISTICA” Editorial Trillas Quito.
- VINUEZA, Rómulo “QUE DECIR DE LOS ACTOS SOCIALES”
- CORDOVA Ana María, CORRAL, Ximena. Tesis, “CREACIÒN DE UN CENTRO DE EVENTOS EN LA CIUDAD DE CUENCA”
- LOPEZ, Heriberto “SEMINARIO DE ORGANIZACIÒN DE EVENTOS, CONVENCIONES, PROTOCOLO ORGANIZACIONAL Y COMPORTAMIENTO DE ETIQUETA”
- LAMBERTINE CM, Leonie, “ENCICKLOPEDIA DE HOTELERIA Y TURISMO”. Editorial Continental S.A de C.V MEXICO
- Reyes p., Agustín “ADMINISTRACIÒN DE EMPRESDAS, TEORIA Y PRACTICA”. Editorial Limusa, México D.F
- Enciclopedia Práctica Profesional de Turismo, Hoteles y Restaurantes. Grupo Editorial Océano, Barcelona-España 1999.
- FLEITMAN, Jack. Eventos y Exposiciones. Editorial evaluación Integral. 1993.
- Microsoft. Encarta 2007.
- Enciclopedia Práctica Profesional de Turismo, Hoteles y Restaurantes. Grupo Editorial Océano, Barcelona-España 1999. Pág. 98

## **ANEXOS**

### **1. DISEÑO DE LA OFICINA DONDE FUNCIONARÁ D'ETIQUET EVENTOS**



**Foto 13: Vivienda donde funcionara D'Etiquet Eventos. Fuente Propio Autor.**

## **Diseño de las Instalaciones Interiores**



**Foto 14: Oficina Principal de Gerencia y Secretaría.**

**Fuente: Cortesía Geométrica Estudio de Diseño.**



**Foto 15: Baño**

**Fuente: Cortesía Geométrica Estudio de Diseño.**



**Foto 16: Bodega**

**Fuente: Cortesía Geométrica Estudio de Diseño.**



**Foto 17: Sala Show Room**

**Fuente: Cortesía Geométrica Estudio de Diseño.**




## **2. DIPTICO DE LOS SERVICIOS QUE OFRECERÁ LA EMPRESA**


### **TIRO**




## RETIRO




Somos la primera empresa de organización profesional de eventos en el cantón Cañar. Nuestros servicios le brindarán calidad, variedad y excelencia en sus eventos y convenciones. Organizamos fiestas, bodas, quinceaños, seminarios, recepciones, conferencias, talleres y absolutamente todo lo referente a eventos en el lugar que usted elija. Ofrecemos paquetes especiales y promociones en nuestros servicios. O Etiquet Eventos ofrece:



- Alquiler de vajillas, manteletería, carpas, equipos de amplificación para eventos sociales dentro y fuera de la ciudad de Cañar.
- Servicios de buffet para compromisos sociales. Catering.
- Personal de protocolo.
- Luzes y sonido.




- Todo acerca de invitaciones: Modelos, diseños, impresión y repartición a invitados.
- Animación para fiestas.
- Decoración de salas de fiestas.
- Saloneros.



- Todo tipo de licencias para compromisos sociales así como elaboración de bebidas frías y calientes acordes con el evento a realizarse.
- Traslado de personas.
- Preparación de bocaditos y coffee break.
- Areglos florales para todo tipo de eventos.
- Alquiler a grupos musicales como por ejemplo maracaichis, solistas, tríos, etc.
- Personal de seguridad.
- Guías turísticos.

Todos estos servicios se ofrecerán mediante la intermediación con nuestros proveedores, según las necesidades de nuestros clientes, acorde a su presupuesto y con facilidades de pago, ofreciéndole varias propuestas según sus requerimientos.

Nos ajustamos a su presupuesto.  
Facilidades de pago.



### **3. INVENTARIO DE LOS PRINCIPALES PROVEEDORES DE SERVICIOS DE LA EMPRESA D' ETIQUET EVENTOS.**

#### **AGENCIAS DE PUBLICIDAD**

|   |   |                      |
|---|---|----------------------|
| GEOMETRICA ESTUDIO<br>(Lcdo. Marlon Martínez) | Av. 24 de Mayo (Cañar)                              | 089269810<br>2235293 |
| CURVAS<br>(Lcda. Alexandra Flores)            | Av. 10 de Agosto 6-165 y<br>Jacinto Flores (Cuenca) | 087214472<br>2455007 |
| SPRING  | Nueva Loja 1-05 (Cuenca)                            | 2884328              |
| FIGURAGE                                      | Av. 3 de Noviembre 4-20<br>(Cuenca)                 | 2849702              |

#### **ATACHES Y PROTOCOLO**

|   |  |                  |
|---|--|------------------|
| L' Chic Model<br>(Sandy Calle)                  | Av. Huayna Capac<br>(Cuenca)                       | 2450303          |
| Universidad de Cuenca<br>(Carmen Alvarado)      | Av. 12 de Abril<br>(Cuenca)                        | 2881480          |
| Universidad del Azuay<br>(Lcda. Natalia Rincón) | Av. 24 de Mayo y Francisco<br>Moscoso UDA (Cuenca) | 2881333 Ext. 361 |

#### **CATERING Y BUFETES**

|  |  |          |
|--|--|----------|
| RANCHO DAVID'S<br>Sra. Teresa Calderón | Ponce Enríquez y Guayaquil<br>(Cañar)                              | 2235 082 |
| CATERGOLD<br>(Martha Iñiguez)          | El Oro 2-20 y El Batan<br>(Cuenca)                                 | 2881885  |
| GRAND SERVICE                          | Av Loja 3-193 entre<br>Alfonso Moreno y<br>Hortencia Mata (Cuenca) | 2819296  |

**CENTROS DE EVENTOS Y CONVENCIONES EN EL CANTÓN CAÑAR.**

| <b>NOMBRE</b>                                       | <b>DIRECCIÓN</b>   | <b>TELÉFONO</b>    |
|---|--|--------------------|
| Salón de Actos Sociales<br>Tiopamba.                | Av. España   | 2235902            |
| Rancho David's                                      | Recinto Nar a 300 mts<br>de la Panamericana.                   | 2235082<br>2237035 |
| Balnearios B&V                                      | Recinto Nar  | 2236399            |
| Complejo Turístico<br>Cuna del Sol                  | Panamericana Norte.<br>(El Tambo)                              | 2233632<br>2233633 |
| Salón de Actos del<br>Cuerpo de Bomberos            | 4 de Noviembre y Av.<br>San Antonio                            | 2235974            |
| Cibernario de la M.I.M<br>del Cantón Cañar.         | Parque Central Simón<br>Bolívar (Bajos de la<br>Municipalidad) | 2235049<br>2235092 |
| Salón de Eventos del<br>Automóvil Club del<br>Cañar | Sector de Guantug  |                    |
| Teatro del Centro<br>Cívico del Cantón<br>Cañar.    | Sucre y 9 de Octubre   | 2235906            |
| Salón del Club los<br>Dragones                      | Cdla. Del Chofer. (Sr.<br>William Garate,<br>encargado)        | 2237595            |

**Establecimientos más utilizados para la realización de eventos y convenciones  
en Cañar**



**Foto 16**



**Foto 17**

**Fotografías 16 y 17: Salón de Actos Sociales de Tiopamba. Fuente: Propio Autor.**

*Creación de una Empresa de Organización de Eventos en el Cantón Cañar.*



**Foto 18: Salón de Eventos del Cuerpo de Bomberos. Fuente: Propio Autor**



**Foto 19: Salón de Actos del Balneario B&V. Fuente: Propio Autor.**



*Creación de una Empresa de Organización de Eventos en el Cantón Cañar.*



**Foto 20: Sala de Seminarios y Conferencias del balneario B&V. Fuente: Propio Autor.**



**Foto 21: Sala de Recepciones “Rancho David’s”. Fuente Sr. David Inga.**



**Foto 22: Sala de Recepciones “Complejo Turístico Cuna del Sol”. Fuente: Administración de la Hostería Cuna del Sol.**



## **FOTOGRAFIA**

| <b>NOMBRE</b>                   | <b>PROPIETARIO/DIRECCIÓN</b>                 | <b>TELÉFONO</b> |
|---------------------------------|--|-----------------|
| FOTO ESTUDIO<br>“Los Recuerdos) | Bolívar 8-46 (Cuenca).                       | 2835285         |
| Lcda. Sofía Jaramillo           | Los Arupos y Alisos (Cuenca)                 | 2886787         |
| Foto Estudio Navas              | Paúl Navas. Calle Colón y<br>Tarqui. (Cañar) | 2235763         |

## **HOSPEDAJE**

| <b>NOMBRE</b>                      | <b>PROPIETARIO/DIRECCION</b>              | <b>TELEFONO</b>    |
|------------------------------------|---|--------------------|
| Hostal Cañar                       | Av. 24 de Mayo y Javiera Nieto<br>(Cañar) | 2235056            |
| Complejo Turístico<br>Cuna del Sol | Panamericana Norte<br>(El Tambo)          | 2233632<br>2233633 |
| Hotel Irene.                       | Av. 24 de Mayo y 3 de<br>Noviembre Cañar. |                    |

## **FLORISTERÍAS**

| <b>NOMBRE</b>    | <b>PROPIETARIO/DIRECCIÓN</b>                   | <b>TELÉFONO</b> |
|------------------|--|-----------------|
| La Orquídea.     | Sra. Rosa Ochoa. Calle Bolívar<br>(Cañar)      | 2 2235912       |
| Sra. Nube Molina | Cdla. El del Chofer (Cañar).                   | 2235332         |
| D' Flowers       | Pablo Donoso.<br>(Paute)                       | 2250206         |
| Quirú Creaciones | Aurelio Aguilar 1-59 y Av. Solano.<br>(Cuenca) | 2826700         |

## **EQUIPOS DE SONIDO Y AUDIOVISUALES**

| <b>NOMBRE</b>              | <b>PROPIETARIO/DIRECCION</b>                     | <b>TELEFONO</b> |
|----------------------------|--|-----------------|
| COMASE CIA. LTDA           | Cuenca   | 2821434         |
| EXPLO SOUND<br>BAND        | Lcdo. Eduardo Matute.<br>Cdla. El Chofer (Cañar) | 2235491         |
| HAPPY LAND<br>PRODUCCIONES | Av. Remigio Crespo 8-94<br>(Cuenca).             | 2452402         |

## **MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

### **Radios.**

| <b>NOMBRE</b>       | <b>REPRESENTANTE</b>                                      | <b>TELÉFONO</b>     |
|---------------------|---|---------------------|
| La Voz de Ingapirca | Lcdo. Martín Samaniego                                    | 22235209<br>2235191 |
| Cumbres FM          | Sr. Eduardo Pacheco.                                      | 2236781             |
| Estelar             | Sucre y Tenemaza<br>(Azogues)                             | 2241816             |
| Canela 107.3        | Av. 10 de Agosto 4-41 y<br>Francisco Moscoso.<br>(Cuenca) | 2813354<br>2455109  |

### **Prensa Escrita.**

| <b>NOMBRE</b> | <b>DIRECCION</b>  | <b>TELÉFONO</b> |
|---------------|---|-----------------|
| El Heraldo.   | Calle Bolívar (Azogues)<br>Sucursal Cañar: Parque<br>Central. | 2240220         |
| La Portada    | Gral. Veintimilla 3-10 y<br>Bolívar (Azogues).                | 2245325         |
| El Mercurio   | Sucre 4-14 y Bolívar.<br>(Azogues)                            | 2242732         |
| El Comercio   | Padre Aguirre 11-16 y<br>Lamar. (Cuenca)                      | 2831926         |

**Canales de Televisión.**

| <b>NOMBRE</b>     | <b>REPRESENTANTE</b>                       | <b>TELÉFONO</b> |
|-------------------|--|-----------------|
| MAXICANAL         | Dr. Byron Pacheco (Cañar).                 | 2236781         |
| ETV TELERAMA      | Av. España 13-36 y<br>Turuhuaico (Cuenca)  | 2 863904        |
| UNSIÓN TELEVISIÓN | Mariscal Sucre 12-53 y<br>Tarqui. (Cuenca) | 2 822793        |

**MENAJE**

| <b>NOMBRE</b>        | <b>DIRECCIÓN</b>   | <b>TELEFONO</b> |
|----------------------|--|-----------------|
| Decoraciones Horleis | Luis Cordero (Azogues)   | 2243922         |
| La Cocina del Cheff  | Tarqui 9-87 y Gran<br>Colombia. (Cuenca)                           | 2822867         |
| GRAND SERVICE        | Av Loja 3-193 entre<br>Alfonso Moreno y<br>Hortencia Mata (Cuenca) | 2819296         |

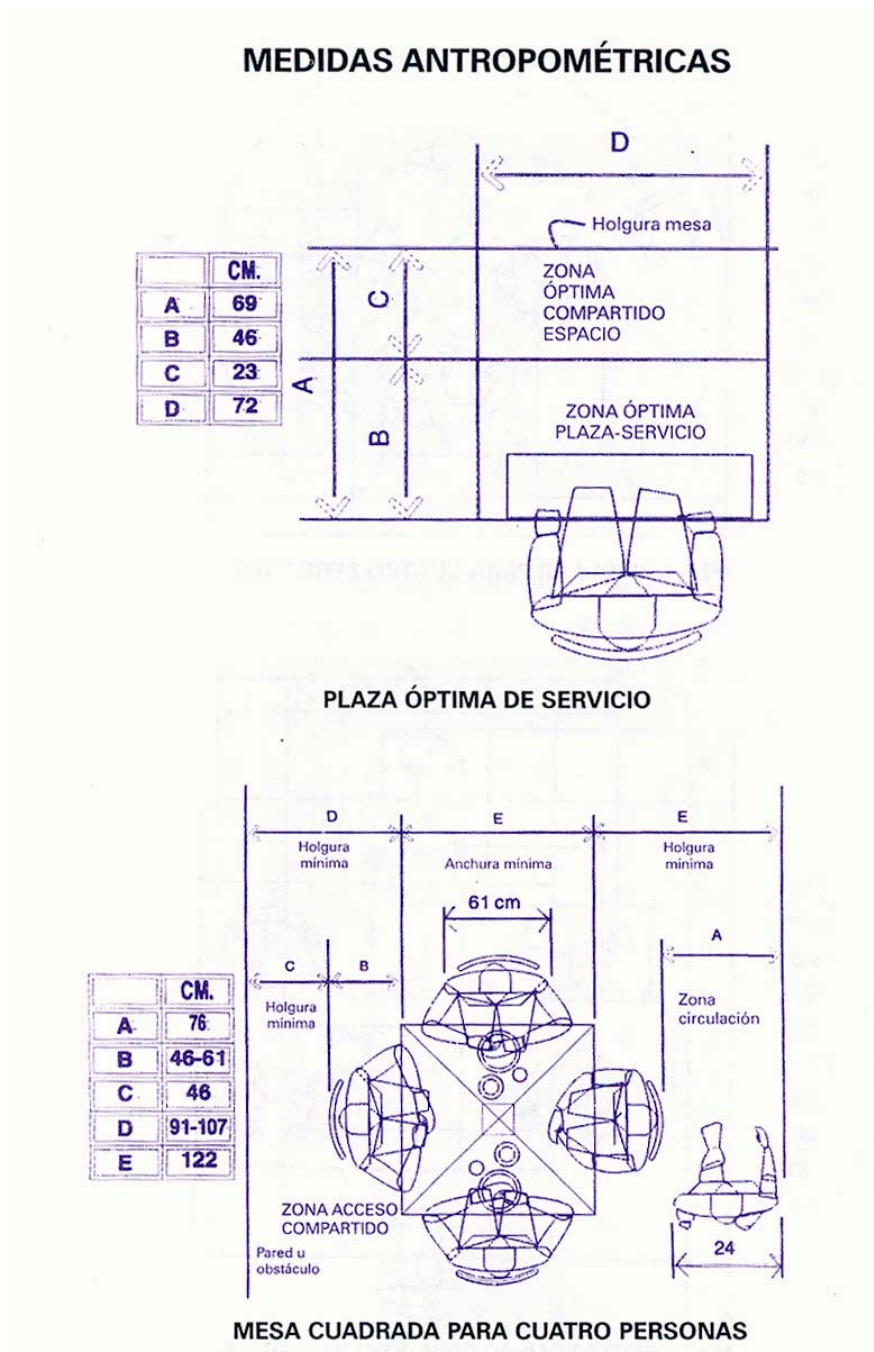
#### **4. INSTITUCIONES QUE REALIZAN FRECUENTEMENTE EVENTOS EN EL CANTÓN CAÑAR.**

A continuación se detallan las principales instituciones que realizan eventos en el Cantón Cañar y el tipo de evento que realizan.

| <b>NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN</b>                 | <b>TIPO DE EVENTO QUE REALIZA</b>  |
|---|--|
| Ilustre Municipalidad de Cañar.                 | Seminarios, exposiciones, lanzamientos, talleres.  |
| Acción Social Municipal del Cañar.              | Elección, proclamación y coronación de la Reina de Cañar.  |
| Hospital Luis F. Martínez.                      | Conferencias, Simposios.   |
| Liga deportiva cantonal del Cañar.              | Inauguración de Campeonatos, torneos   |
| Cámara de Comercio del Cañar.                   | Ferias   |
| Universidad Católica de Cuenca extensión Cañar. | Seminarios, conferencias, casas abiertas, certámenes de belleza, graduaciones, eventos deportivos. |
| Universidad Técnica José Peralta.               | Seminarios, conferencias, casas abiertas, certámenes de belleza, graduaciones, eventos deportivos. |
| Casa de la Cultura sede de Cantón Cañar.        | Presentación de obras, galerías de arte.   |
| Centro Agrícola Cantonal de Cañar.              | Ferias, elección de reina,   |
| Otros (Particulares).                           | Recepciones, agasajos, aniversarios, bodas, bufetes, shows.  |

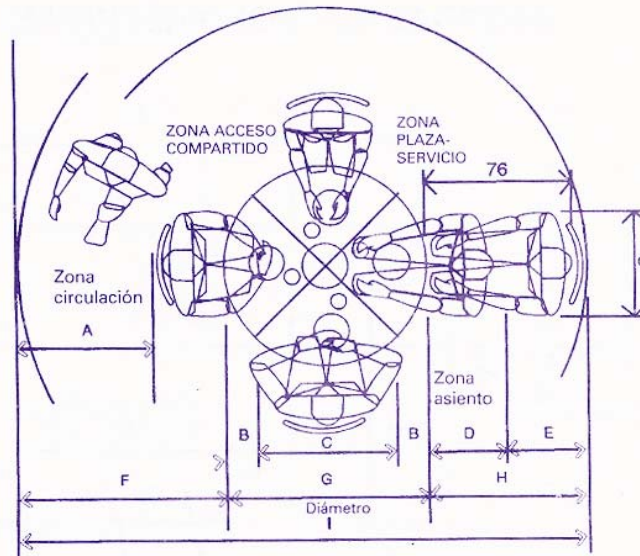
## 5. TIPOS DE MONTAJE DE MESAS PARA LOS DIFERENTES EVENTOS.

Se ha considerado conveniente y oportuno incorporar a este trabajo una muestra de montaje de mesas para los diferentes eventos que se realizan en nuestro medio:



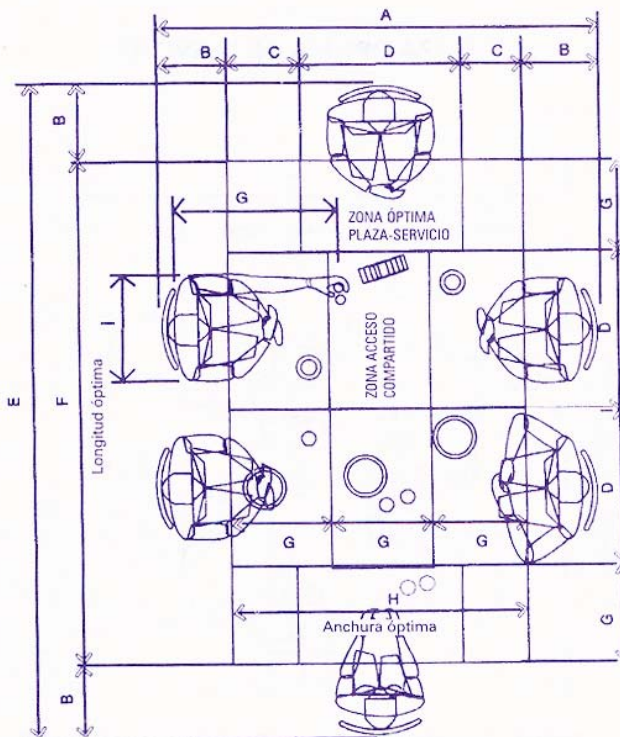
Creación de una Empresa de Organización de Eventos en el Cantón Cañar.

|   | CM.     |
|---|---------|
| A | 76      |
| B | 15      |
| C | 61      |
| D | 46-61   |
| E | 30      |
| F | 122-137 |
| G | 91      |
| H | 76-91   |
| I | 319     |

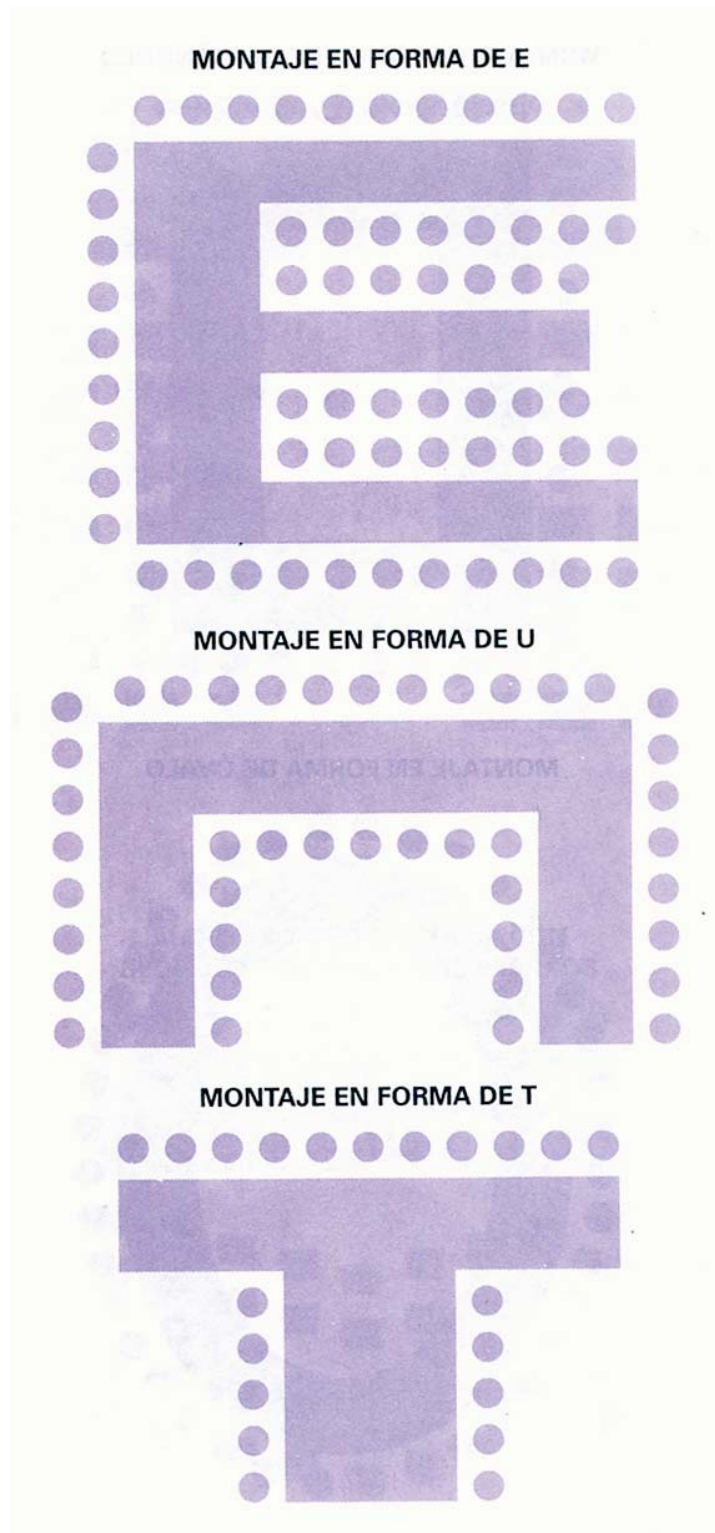


MESA CIRCULAR PARA CUATRO PERSONAS

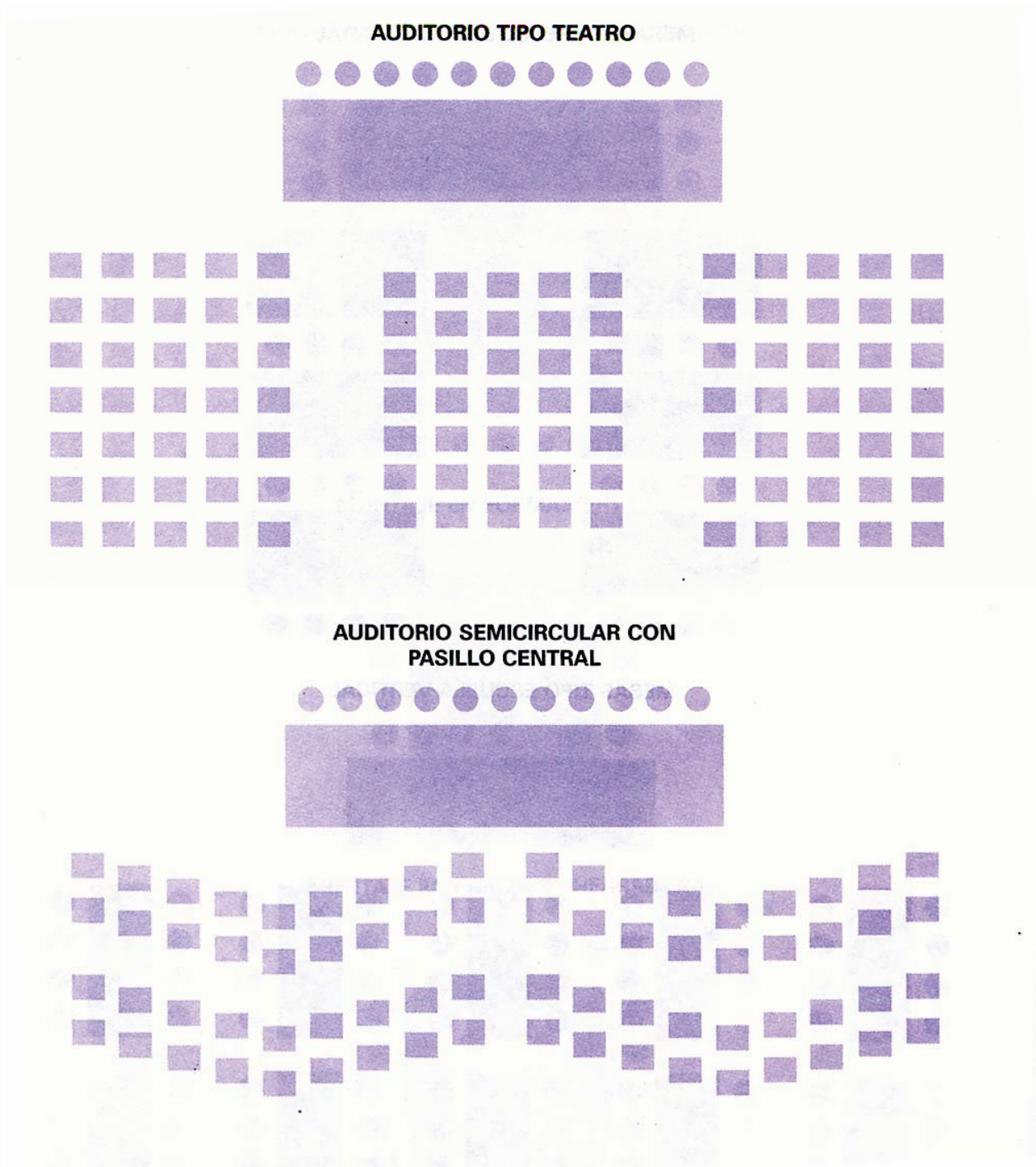
|   | CM.     |
|---|---------|
| A | 244-259 |
| B | 46-61   |
| C | 30.5    |
| D | 76      |
| E | 335-366 |
| F | 244     |
| G | 46      |
| H | 137     |
| I | 61      |



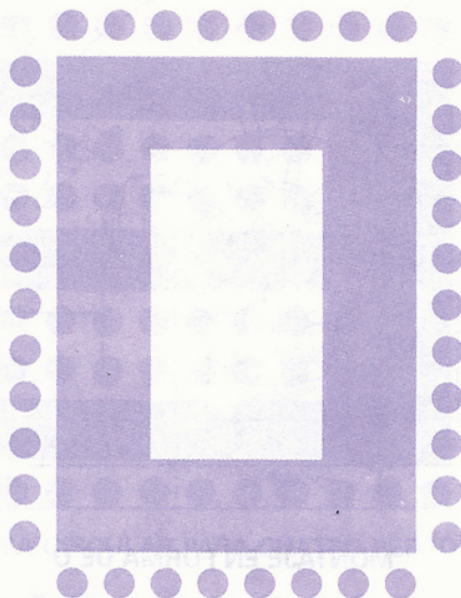
MESA RECTANGULAR PARA SEIS PERSONAS





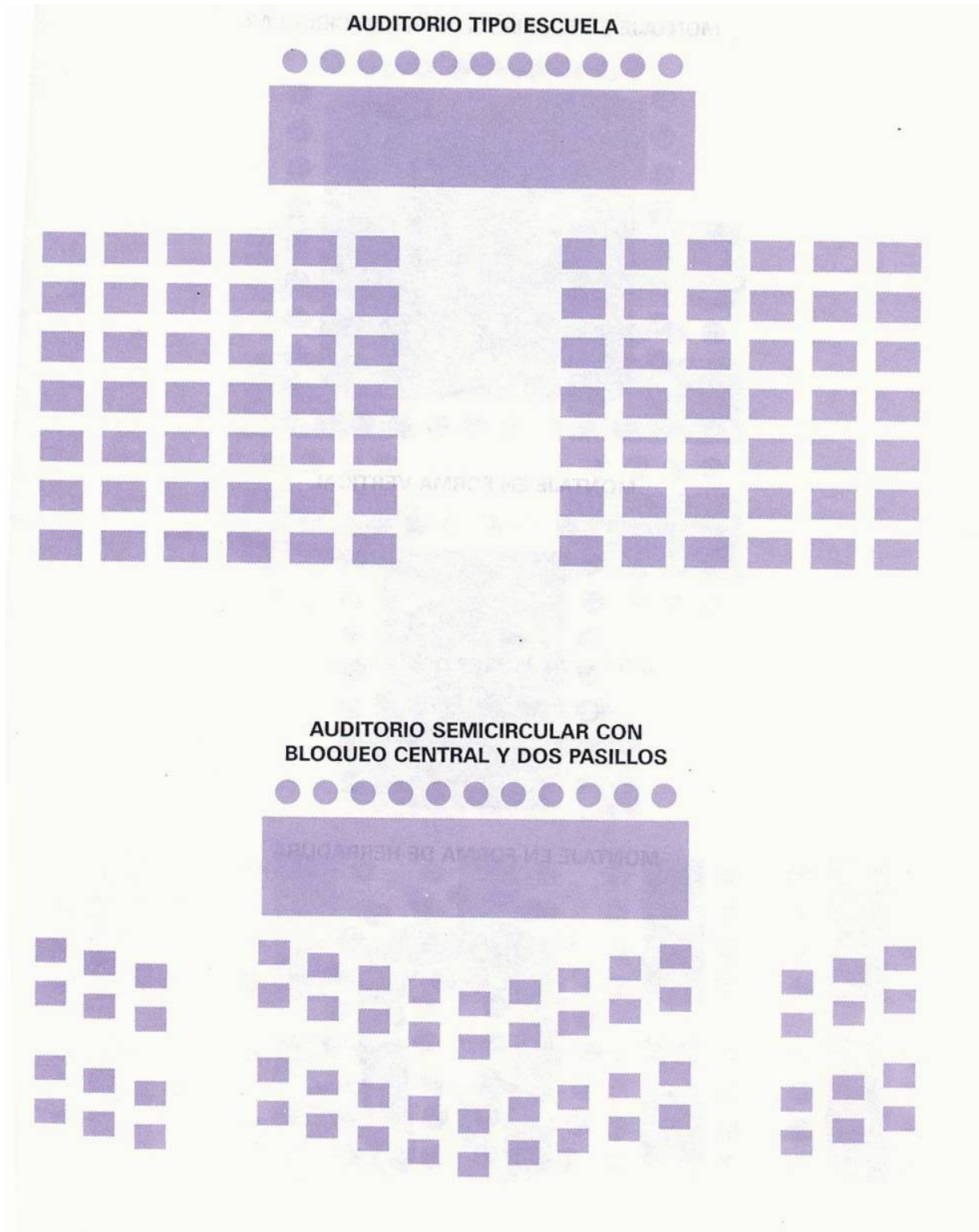


**MONTAJE EN FORMA DE RECTÁNGULO**



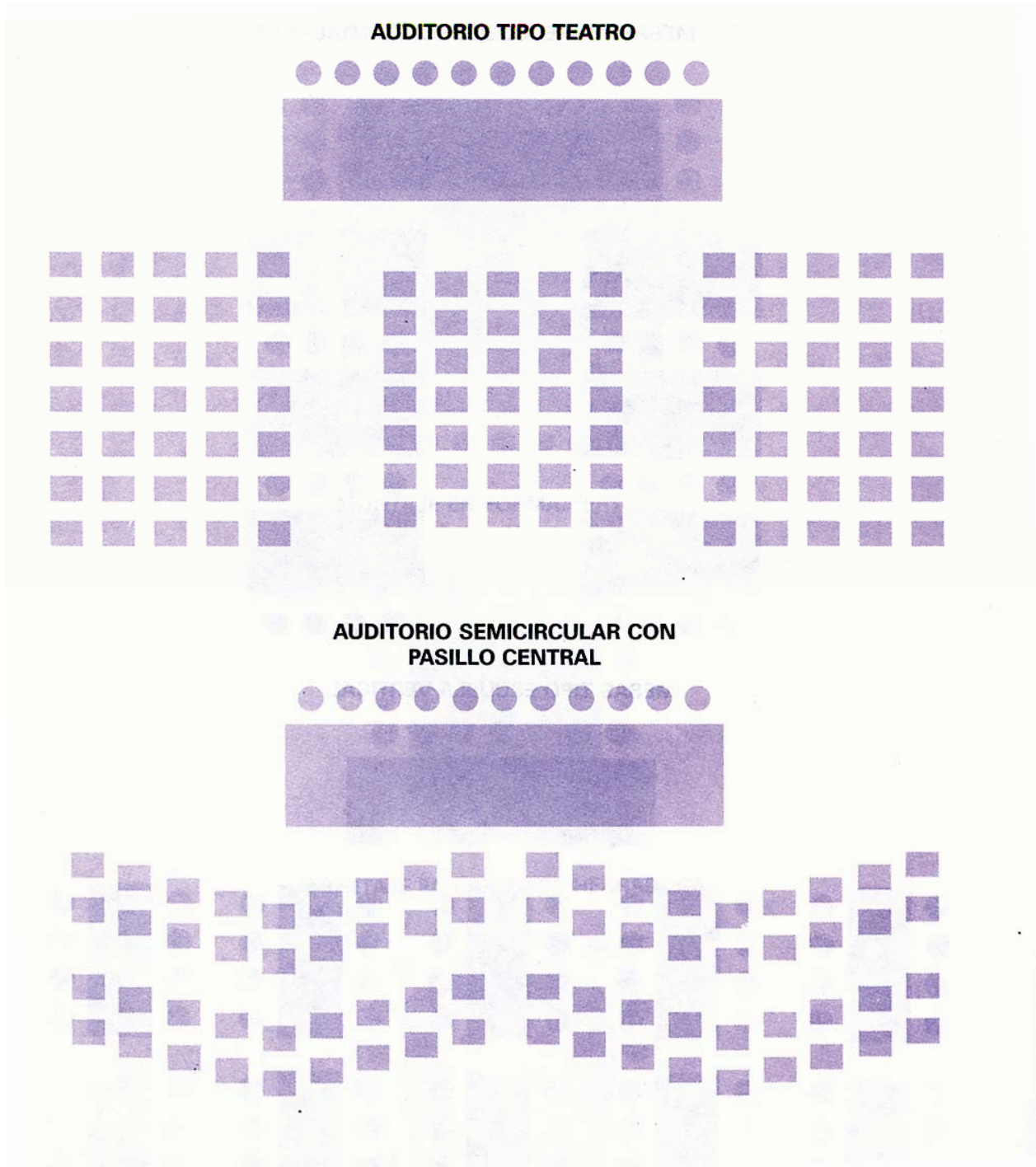
**MONTAJE EN FORMA DE ÓVALO**











*Creación de una Empresa de Organización de Eventos en el Cantón Cañar.*