

Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil

Facultad de Ciencias

Administrativas

**Proyecto de Factibilidad para la Creación de
una Empresa de Realización y Asesoría de
Eventos Sociales**

**Proyecto Final Magister en Administración
y Dirección de Empresas**

REALIZADO POR:

Ing. Isabel Carrillo Ponce

Ing. Federico Swett

DIRECTORA:

DRA. Blanca de Viteri

Guayaquil - Ecuador

Marzo del 2005



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL
DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA
CREACION DE UNA EMPRESA DE REALIZACION
Y ASESORIA DE EVENTOS SOCIALES**

**PROYECTO FINAL MAGISTER EN
ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS**

REALIZADO POR:

ING. ISABEL CARRILLO PONCE

ING. FEDERICO SWETT

DIRECTORA:

DRA. BLANCA DE VITERI

**GUAYAQUIL- ECUADOR
MARZO DEL 2005**



AGRADECIMIENTO

Merece una mención especial la **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL UTEG**, por apoyar a promover la formación de profesionales de calidad, capaces de enfrentar los retos futuros y así ayudar a formar un país próspero que brinde seguridad y paz a las generaciones venideras.

Nuestro agradecimiento a la Dra. Blanca de Viteri, quien a guiado paso a paso este proyecto con sus vastos conocimientos y experiencia.

Así mismo va nuestro agradecimiento, a los Directivos de la Facultad de Educación a Distancia y Posgrado y decirles que nos enorgullece ser la primera promoción de Magísters de la UTEG.



RESUMEN

Las grandes transformaciones sociales y políticas, las nuevas formas de las economías de los Estados han influido en todos los campos del accionar del hombre, hacen que éste se capacite y se forme de acuerdo a la vivencia diaria y que esté en capacidad de solucionar los problemas que se presentan. De ahí la importancia de recibir cada vez más conocimientos a fin de tener una mejor manera de incursionar en actividades empresariales.

Los servicios, constituyen el tercer sector de la economía de un país, actualmente, existen muchas empresas que ofrecen diferentes servicios, brindando empleo a los ecuatorianos, y constituyendo en gran medida, en una fuente de progreso e ingresos para el Ecuador.

Un servicio incluye la realización de un trabajo para el cliente, éste paga por obtener un servicio al igual que por adquirir un artículo. En las economías industrializadas la mayor parte de la población trabaja en el sector de servicios y todo apunta que esta tendencia seguirá así en el futuro.

“Sueños”, Asesoría & Eventos, se iniciará como una micro empresa dedicada a la realización y asesoría de eventos sociales. Nuestro objetivo es brindar de manera exclusiva el servicio de organización y asesoría para la realización de eventos sociales. Nuestro compromiso es el de asesorar y presentar al cliente varias alternativas con una atención personalizada, atendiéndole en su oficina y/o casa presentándole varios proyectos hasta que esté totalmente de acuerdo y por ende satisfecho, por su puesto ajustándonos a su presupuesto.

Nuestra empresa cuenta con profesionales capacitados en administración, con amplios conocimientos financieros, estudios en decoración y alta cocina.



Al inicio de las operaciones de la empresa, los servicios serán tercerizados, ya que para comenzar, nuestro menaje será para no más de 100 personas

Con el propósito de determinar la factibilidad de explotar empresarialmente la demanda del servicio de eventos en la ciudad de Guayaquil, y habiéndose determinado que el producto a comercializar sería por ende la realización de todo tipo de eventos, se inició el desarrollo del presente trabajo.

Se inicio con el estudio de mercado en la zona, se definió el producto principal a obtener y a comercializar, como ya se indicó, la oferta de eventos sociales en la ciudad de Guayaquil, estos se caracterizan por su **alta calidad**, como también por su incomparable facilidad de preparación.

El área de estudio del producto, acerca de la demanda, se estableció mediante tratamientos estadísticos basados en encuestas a consumidores, junto con el análisis de las condiciones de entorno.

Analizadas la oferta de los servicios de eventos, el área, teniendo en cuenta las empresas que pueden ofrecer este servicio, los precios del mercado y la comercialización misma del proyecto, y una vez fijado los precios de venta y consideradas las posibilidades del proyecto se determinó una participación en dicha oferta.

Basados en el estudio realizado se puede determinar que es un proyecto viable.



CONTENIDO

I. INTRODUCCION

II. NATURALEZA DEL PROYECTO

- 2.1. Nombre de la Empresa
- 2.2. Descripción de la Empresa
- 2.3. Misión
- 2.4. Visión
- 2.5. Análisis FODA
 - 2.5.1. Fortalezas
 - 2.5.2. Oportunidades
 - 2.5.3. Debilidades
 - 2.5.4. Amenazas
- 2.6. Objetivos Organizacionales

III. GENERALIDADES

- 3.1. Situación de la industria
- 3.2. El concepto del negocio
- 3.3. Ventajas competitivas

IV. EQUIPO GERENCIAL Y DE TRABAJO

- 4.1. Características, perfiles del personal
- 4.2. Asesoría

V. PLAN DE MARKETING

- 5.1. Descripción del consumidor
- 5.2. Estudio de mercado
- 5.3. Objetivos
 - 5.3.1. Objetivo general
 - 5.3.2. Objetivo específico

- 5.4. Segmentación del mercado
 - 5.4.1 Segmentos del mercado objetivo
 - 5.4.2 Factores influenciadores de compra
- 5.5 Tamaño del segmento y participación del mercado
 - 5.5.1. Nuestros clientes
 - 5.5.2 Situación actual del mercado
- 5.6 Situación del servicio- características
 - 5.6.1 Intangibilidad
 - 5.6.2 Características inseparables
 - 5.6.3 Variabilidad
 - 5.6.4 Carácter perecedero
- 5.7 Situación competitiva
 - 5.7.1 Análisis de distribución
 - 5.7.2 Ventaja competitiva
- 5.8 Situación del macro entorno
 - 5.8.1 Análisis económico
 - 5.8.2 Análisis político
 - 5.8.3 Análisis socio cultural
 - 5.8.4 Análisis tecnológico
 - 5.8.5 Análisis ecológico
- 5.9 Estrategias de márketing
 - 5.9.1 Diferenciación estratégica
- 5.10 Distribución Mercadeo y lanzamiento

VI. PRODUCTO Y SERVICIO

- 6.1. Objetivos
 - 6.1.1. Beneficios para usuarios y clientes
- 6.2. Proceso de producción en la prestación del servicio
 - 6.2.1. Clasificación de los eventos y banquetes
 - 6.2.2. Documentación generada en la realización de un evento
 - 6.2.3. Planificación gastronómica



6.3. Precios

6.4. Gestión de compras / Capacidad Instalada / Logística

VI. MARCO LEGAL

7.1. Constitución de la Cía.

7.2. Requisitos

7.3. Propiedad Intelectual

VIII. TECNOLOGIA

8.1 Características de la tecnología

8.2 Capacidad tecnológica instalada

IX. ESTADOS FINANCIEROS

9.1 Inversiones Fijas

9.2 Balance General Proyectado

9.3 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado

9.4 Flujo de Caja

9.5 Índices Financieros

9.6 Punto de Equilibrio

9.7 VAN

9.8 TIR

X. CONCLUSIONES

XI. BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

Anexo 1 Plano del local

Anexo 2 Logo

Anexo 3 Encuestas

Anexo 4 Tabulación estadística encuestas



Anexo 5 Información Superintendencia de Compañías

Anexo 6 Contrato

Anexo 7 Base de datos de empresas tercerizadoras de servicios

Anexo 8 Base de datos Cámara de Comercio

Anexo 9 Cotizaciones

Anexo 10 Información Instituto Propiedad Intelectual

I. INTRODUCCION

En la actualidad los negocios (personas naturales y/o jurídicas) dedicados a la organización de un evento están en crecimiento, la demanda es cada vez más agresiva ya que el cliente da más importancia a la realización de los mismos. Existen pequeños negocios que se encargan de esto, así como también existen empresas de mayor tamaño, como los hoteles que proveen el servicio parcial o completo de su organización. Algunas personas buscan los servicios de estas empresas para organizar sus eventos y otros optan por organizarlos ellos mismos, invirtiendo gran parte de su tiempo y recursos, preocupándose por abarcar con todos los detalles y corriendo el riesgo de olvidar alguno.

En algunos casos buscan la asesoría de especialistas o de personas que ellos piensan podrían aportar en algo para la mejor realización de su compromiso, siendo una causa el factor tiempo muy reducido, factor de gran importancia que les obliga a buscar especialistas en organización ya que desean que éste sea exitoso.

La situación económica de muchos ecuatorianos no ha significado un impedimento para la realización de cualquier evento con la finalidad de divertirse, festejar o presentar algo, ya que existen fechas u ocasiones que no se las puede dejar pasar por alto, por considerarlas de gran trascendencia para sus vidas. Para ello se asignan un presupuesto y ajustándose a este, pretenden obtener lo mejor para el desarrollo de su compromiso social. De allí el éxito del negocio, al dar o ajustarse a las demandas y necesidades de los clientes con el mejor gusto, optimizando los recursos del cliente y complaciéndole en todos sus requerimientos.

Existen muchas alternativas para elección del cliente, ya sea en cuanto a locales,

menaje, comida, música, etc. Las alternativas van en cuanto a productos o servicios, que se ofrecen en forma independiente. Debido a esta situación, muchos ecuatorianos invierten gran parte de su tiempo buscando lo que necesitan y que se ajuste a su presupuesto.

Para satisfacer esta necesidad de la sociedad ecuatoriana, aparece nuestra empresa "Sueños", Asesoría & Eventos.

Se iniciará como una micro empresa, con el objetivo de brindar de manera exclusiva el servicio de organización y asesoría para la realización de eventos sociales.

Nuestro compromiso es el asesorar y presentar al cliente varias alternativas con una atención personalizada, asistiéndole en su oficina y/o casa y presentándole varios proyectos hasta que esté totalmente de acuerdo y por ende satisfecho. El precio que el cliente pague por una reunión organizada, evento o por el servicio de banquetes no será más que la suma de sus deseos.

Nuestro servicio llegará a toda la ciudad, sin descartar el atender eventos a nivel de la provincia del Guayas, ya sea en asesoramiento o en realización en sí del evento, para ello se analizará el costo beneficio de atender tal reunión, ofreciendo varias alternativas a nuestros potenciales clientes, ajustándonos siempre a su presupuesto y preferencias. El cliente será un invitado más en su reunión.

Los eventos a donde orientaremos nuestro servicio serán de tipo social, como bienvenidas y despedidas, inauguraciones o clausuras, cenas, conferencias, reuniones de tipo familiar, como bautizos, primera comunión, confirmación, 15 años, cumpleaños, grados, matrimonios, aniversarios y banquetes como buffets,



desayunos, comidas especiales con menú fijo, coffee breaks, té, brunch, cócteles, comidas campestres y cualquier evento empresarial.

Nuestra empresa cuenta con profesionales capacitados en administración, con amplios conocimientos financieros, estudios en decoración y alta cocina.

Nuestros clientes serán todas aquellas personas naturales y/o jurídicas, de distintos niveles económicos que requieran de la organización de cualquier tipo de reunión social; productos como bebidas, buffets, recuerdos, alquiler de salones y/o auditorios, decoración, flores, globos, sorpresas, invitaciones, disc jockey, etc; servicios como payasos, fotógrafos, filmaciones, maestros de ceremonia, asesores o coordinadores de eventos, es decir todo lo que involucre la realización exitosa de un evento. Al inicio de las operaciones de la empresa, los servicios serán tercerizados, ya que para comenzar, nuestro menaje será para no más de 100 personas.

II. NATURALEZA DEL PROYECTO

2.1 Nombre de la Empresa

Nombre de la empresa: "Sueños", Asesoría & Eventos.

Ubicación: Urdesa Central

Avenida Víctor Emilio Estrada entre Ficus y Guayacanes

El local tiene un área de 126,69 mts.2 y tiene la siguiente distribución:

- Recepción
 - Oficina del gerente
 - Dos estaciones de trabajo
 - Bodega
 - Cocina
 - Lavandería
 - Área de aseo
 - Área de ingreso de vehículos
- (Anexo 1 plano)

Telefax: Por contratar

Costo de una línea comercial es de \$230. Para la obtención de la misma se requiere de los siguientes documentos:

- Escritura del local o contrato de arrendamiento
- RUC de la empresa
- Nombramiento del representante legal de la empresa
- Copia de la cédula
- Recibo de pago de agua o luz

e-mail: suenoseventos@.com.ec

Tamaño: Microempresa

El tamaño de una empresa se mide por los activos de la misma. Las instituciones financieras califican a las empresas dentro de los siguientes rangos:

- Microempresa de 0 a 30.000 dólares.
- Mediana empresa de 30.000 a 250.000 dólares.
- Macro empresa de 250.000 dólares en adelante.

En base a estas consideraciones “Sueños”, Asesoría & Eventos, es considerada una microempresa.

Fecha de inicio de operaciones: 2 de enero del 2006

Mentalizadores del proyecto: Ing. Isabel Carrillo Ponce
Ing. Federico Swett

2.2. Descripción de la Empresa

Empresa encargada de organizar o dar asesoría para eventos de todo tipo, una empresa confiable, que proporcionará servicios de calidad. El cliente satisfará hasta sus más mínimos requerimientos y se hará el evento a su gusto y ajustado a su presupuesto. Con servicio al interior de la ciudad de Guayaquil y con capacidad de brindar una amplia gama de servicios entre los que comprenden:

- 1) Servicio de alquiler de equipo de fiestas
- 2) Banquetes
- 3) Boquitas y bebidas.
- 4) Almuerzos ejecutivos.
- 5) Refrigerios para seminarios.
- 6) Reuniones de trabajo.
- 7) Servicio de saloneros y afines.
- 8) Flores y decoración.
- 9) Toldas y paraguas.
- 10) Fotografía y video.
- 11) Sistema de sonido y musicalización
- 12) Limpieza posterior del sitio del evento.

Empresa que nacerá con capital aportado por los tres socios, US\$ 5.000,00 cada uno, Ing. Isabel Carrillo, Ing. Federico Swett y señora Paquita Játiva y crédito bancario por US\$ 15.000,00, el mismo que se realizará en el Produbanco a 4 años a una tasa del 9.43 % anual con pagos mensuales, la línea de crédito a utilizarse será la Multisectorial – CFN.

En el primer año, iniciaremos con menaje para 100 personas, con proyección de crecer y ser la propietaria de nuestro propio menaje. Nuestro servicio de alquiler comprenderá todo el equipo necesario para organizar su función, fiesta de gala o reunión de negocios, en las cantidades adecuadas y con puntualidad, desde pequeñísimos eventos de 10 personas hasta eventos de 1.000 personas. Para la logística se tercerizará el alquiler de un camioncito cuyo costo es de \$ 80 la carrera dentro de la ciudad (cotizado en transportes Chalela), lo que nos permitirá asegurarle la entrega de su pedido puntualmente. Nuestros Coordinadores de Eventos le ayudarán hasta con el más mínimo detalle.

La infraestructura de planta contará con tres oficinas, cocina industrial, cuarto de lavado y planchado y bodegas para mantener en buen estado el menaje.

Las oficinas son de propiedad del señor Raúl Moncayo LL., ubicadas en Urdesa Central en la Víctor Emilio Estrada entre Ficus y Guayacanes, tiempo de alquiler 5 años a \$ 600,00 como canon de arrendamiento mensual.

2.3. Misión

Brindar a la comunidad guayaquileña servicios de asesoría y planificación de eventos sociales con el más alto grado de profesionalismo. Proporcionar el servicio de alquiler del equipo necesario de primerísima calidad, que contribuya a la elegancia, distinción y éxito de los eventos de nuestros clientes. Ofrecer los servicios afines a la actividad social con puntualidad, esmero, amabilidad, en la cantidad y calidad requerida, logrando el éxito del evento.

2.4. Visión

Ser en un plazo de 5 años una empresa líder en organización de eventos sociales. Crecer de tal manera hasta obtener la capacidad de atender eventos no solamente al interior de la ciudad sino a nivel de la provincia, contando con un menaje propio hasta para mil personas.

2.5. Análisis FODA

2.5.1. Fortalezas

- Personal altamente capacitado de acuerdo a sus funciones.

- Socia especializada en el arte culinario, además de decoración.
- Accesible a todo nivel de clientela. Flexible en cuanto a elección de sus servicios.
- Página Web, desde donde los clientes podrán demandar el servicio.
- Capital propio.
- Ofrecer un servicio de requerir únicamente de asesoría.

2.5.2. Oportunidades

- El estilo de vida acelerado de las personas y por ende la falta de tiempo nos brinda la oportunidad de organizarles sus eventos sociales.
- Atención personalizada al acudir al domicilio u oficina del potencial cliente para presentarles los proyectos del evento hasta su entera satisfacción.

2.5.3. Debilidades

- La competencia. Existen empresas grandes en la actualidad, y que poseen un estilo de servicios muy parecido al que queremos implementar.
- Falta de experiencia en dirección de negocios, ya que siempre hemos trabajado para terceras personas.

2.5.4. Amenazas

- Las barreras de entrada son débiles por lo que fácilmente podríamos encontrar competidores al poco tiempo de lanzar nuestro producto al mercado.

- Las empresas ya posicionadas y grandes pueden jugar al fijar los precios por su tamaño.

2.6. Objetivos organizacionales

Los objetivos son las situaciones a las que esperamos llegar, los resultados que esperamos obtener, en base de ideales y sueños viables a fin de lograr el éxito de la organización.

Las operaciones de servicio se pueden manejar de modo que se logre calidad y control de costos con la colaboración de los empleados al tratarlos como parte del equipo de trabajo, y no únicamente como subordinados.

La implementación de técnicas de administración de calidad puede convertir al personal de servicio en trabajadores comprometidos, que encuentren formas de superar los estándares de calidad que se les fije, mientras complacen a los clientes con un atento servicio.

Características de los objetivos:

- Orientados hacia resultados específicos
- Realistas, alcanzables pero desafiantes
- Aceptables para todas las áreas de la empresa
- Claros, fáciles de comprender
- Flexibles
- Susceptibles de ser medidos y controlados
- Establecidos de tal forma que fijen un resultado clave
- Importantes

Con estas características los objetivos planteados son:

- a. Incrementar el capital de trabajo, ya sea por la adhesión de nuevos socios o por financiamiento bancario.
- b. Cubrir un mayor mercado, es decir a nivel de la provincia del Guayas y a todos los niveles económicos y sociales.
- c. Mantener un stock de implementos actualizado y modernizado y en mayor número. Capacidad instalada para satisfacer las necesidades del mercado.
- d. Proporcionar un producto diferenciado en base de la atención personalizada al presentar, en su domicilio o lugar de trabajo, proyectos hasta obtener a entera satisfacción la aprobación del cliente.
- e. Conocer a la competencia en cuanto a espacios, servicios que prestan, precios, calidad de los productos, organización, personal, promoción y publicidad.
- f. Realizar una vez posicionada nuestra marca, contratos de franquicia, en donde mediante un acuerdo de partes, hagamos un licenciamiento a favor de otro, para que este utilice nuestra marca siguiendo nuestras mismas pautas.

III. GENERALIDADES

3.1 Situación de la industria

Aunque los países latinoamericanos no nos encontremos en una etapa de desarrollo donde se haya iniciado una utilización masiva e intensa de servicios, si existe desde hace muchos años una serie de empresas e instituciones cuya principal función es la prestación de un servicio, más que la producción o fabricación de un bien. Fácilmente podemos identificar entre estas organizaciones a hoteles, restaurantes etc., jugando muchas de ellas un papel de vital importancia en la vida diaria de una gran parte de la población.(1)

En el Ecuador existen muchas empresas grandes, medianas y pequeñas dedicadas a la organización de eventos, así como también profesionales independientes, sin embargo por las encuestas realizadas hemos podido determinar que sí existe mercado para empresas dedicadas a la organización de eventos ya que nuestro complemento es dar asesoría y atención personalizada y un servicio post fiesta.

Tanto en el Ecuador, como en América Latina existen actividades comunes, reuniones sociales de cualquier tipo, fiestas, conferencias, etc. en donde los organizadores buscan siempre el mayor éxito de las mismas. Algo que es importante mencionar es que, generalmente, cuando una persona o empresa busca realizar algún evento, ya sea pequeño o grande invierte mucho tiempo en planificar, organizar, buscar y recolectar todo lo necesario para llevar a cabo el mismo.

(1) Chiang Sapag Nassir, Evaluación de proyectos de inversión en la empresa .Pág. 59



Por otro lado, encontramos muchos locales de negocios dedicados a proveer algún servicio y/o producto relacionado a éstas actividades tales como el buffet, salones, catering, etc, pero que por falta de publicidad no han llegado a más clientes. Nuestro producto integra la utilización de varios servicios, colocado en Internet con el objetivo de proveer información y varias herramientas útiles para la organización y planificación de eventos, además de facilitar al cliente quien podrá realizar su primer contacto con nosotros a través de nuestra página web, vía internet, podrá enviarnos cuales son sus requerimientos y presupuesto, basados en estos diseñaremos el evento y ofreceremos alternativas a nuestro potencial cliente, para lo cual daremos una atención personalizada. Nosotros buscamos al cliente no el cliente a nosotros.

3.2 El concepto del negocio

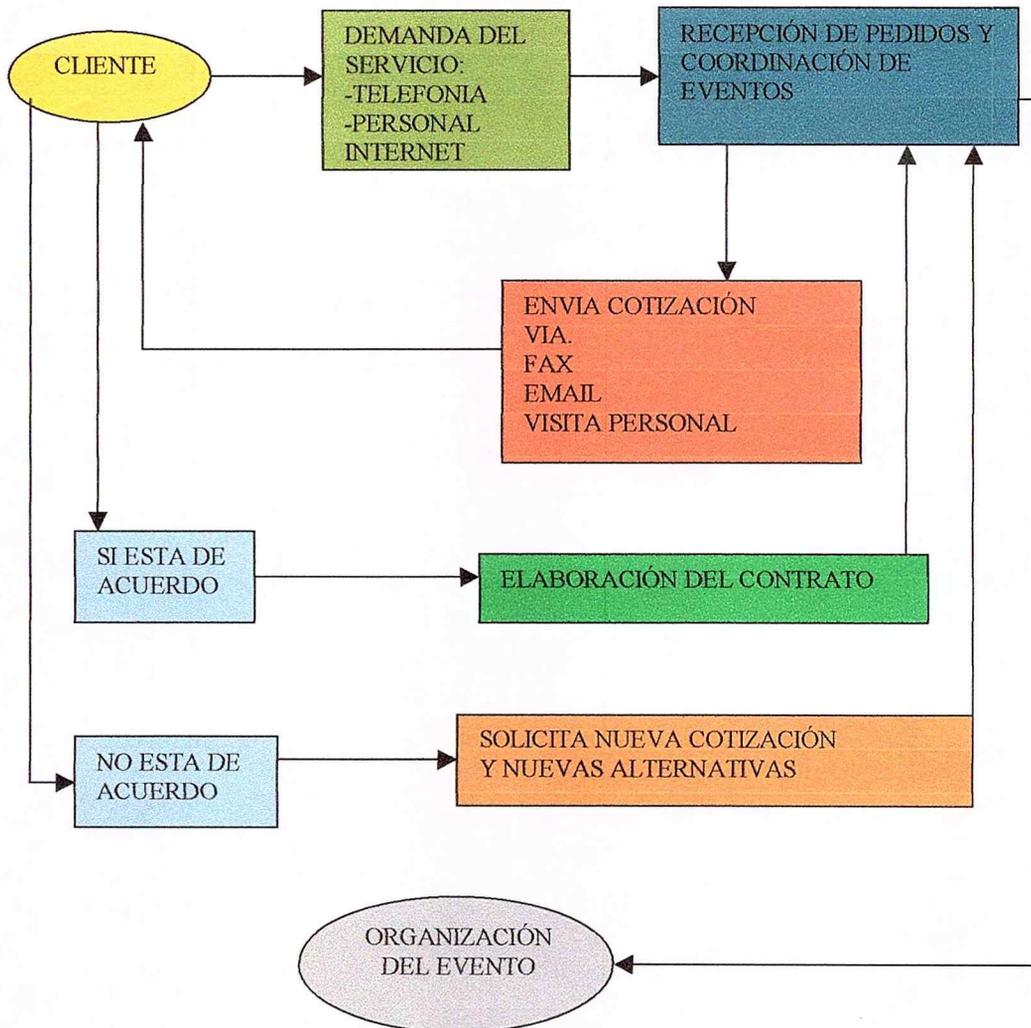
Nuestros clientes serán todas aquellas personas naturales o jurídicas, demandantes de nuestro servicio que requieran organizar cualquier tipo de evento y/o servicios relacionados a eventos sociales, de aquí en adelante solo nos referiremos a ellos como los clientes. El diseño de la página Web lo realizará la empresa PUBLILOPEZ, ubicada en la Ciudadela Panorama D02-V12 con un costo de \$ 300,00. El costo anual por mantener la página Web es \$ 1.000,00.

Nuestro modelo de negocio es el siguiente:

- 1) Inicialmente existirá una versión del producto; dispondremos de una página Web desde la cual ofreceremos nuestro servicio, el cliente ingresará sus datos, así como el evento que desea realizar, sus

- preferencias, requerimientos, colores favoritos, tipo de comida e inclusive el presupuesto con que cuenta.
- 2) Nuestros asesores, ofrecerán por la misma vía alternativas sin descuidar el más mínimo detalle y concretarán con el cliente una cita para exponer al cliente los proyectos, hasta que el cliente esté completamente satisfecho.
 - 3) El día del evento, nos encargaremos hasta del más mínimo detalle de acuerdo al proyecto presentado al cliente y.
 - 4) Nos preocuparemos de la limpieza del lugar del evento haciendo que el cliente sea un invitado más.

Proceso en la presentación del servicio



3.4 Ventajas competitivas

Contamos con los atributos y ofrecemos factores diferenciadores que nos convertirán en la empresa líder y en su mejor opción en Guayaquil:

1.-Personal

Socia con amplios conocimientos en Asesoría de eventos y decoración, así como en alta cocina, garnish, asesoría y decoración.

- Técnico Superior en Cultura Culinaria
- Certificado de organización de eventos, reuniones y Cátedra.
- Certificación de los Managers responsables de alimentos
- Alta Cocina , Universidad San Francisco de Quito
- Nueva Cocina Ecuatoriana , Universidad San Francisco de Quito
- Certificación de seguridad de sanitación de los alimentos
- Miembro Asociación de Chefs en el Ecuador.

2.-Servicio post fiesta

Ofreceremos el servicio de limpieza del lugar en donde se realice el evento.

3.-Selección

Para comodidad de nuestros clientes pondremos a disposición una gran variedad de artículos poco comunes, además, de los de frecuente uso como por ejemplo: abanicos de pie, mesas altas de cóctel, antorchas de patio, fuentes de agua, jarrones , candelabros, ceniceros de pie, toldas de varios tamaños, atriles y muchas otras cosas que harán del evento algo diferente.

Cuando nuestros clientes frecuentes necesitan algo que no está en nuestro inventario regular, se lo conseguimos.

4.-Comunicación celular

Nuestro personal de reparto estará equipado con un teléfono celular. Esto nos permite monitorear a nuestro equipo de trabajo con el fin de asegurar la entrega rápida y eficiente de nuestros pedidos y poder brindarle información precisa sobre el status de su entrega o recogida. Incluso nos permite modificar la ruta de entrega en casos de urgencia. El costo de este servicio es \$ 18,00 los 90 minutos (PORTACELULAR).

5.-Manteles

Compraremos materia prima de primera calidad y confeccionaremos nuestra propia mantelería, servilletas, cobertores de sillas elementos decorativos (lazos, cintas) caminos de mesa, etc. Una de sus socias cuentan con gran experiencia y creatividad.

6.-Lavandería

Toda la mantelería se procesará en nuestras propias lavadoras y secadoras (2 lavadoras con un costo unitario de \$ 334,94 y 2 secadoras con un unitario de \$ 429). El control de calidad lo ejercerá el personal de planchado que automáticamente elimina del inventario aquellos artículos manchados o rotos o que por alguna razón no llenen los estándares de calidad de "Sueños", Asesoría y Eventos.

El costo de 2 mesas de planchar es de \$ 18 cada una y de 2 planchas de \$ 26,99 cada una.

7.-Salubridad

Preocupados siempre por la salud de nuestros clientes no escatimaremos costos para asegurar que todos sus artículos de mesa se protejan con papel de empaque (0.15 ctvs. el pliego) tan pronto se laven.

Podemos darle la garantía de que nuestro equipo está exento de contaminación de cualquier tipo. Esto también nos permite una mayor eficiencia en el despacho de nuestros pedidos porque el equipo estará preempacado por decenas. Mantendremos un personal dedicado exclusivamente a esta tarea.

8.-Empaque

Dispondremos de gran variedad de cajas de plástico duro de dos tamaños para acomodar nuestros productos:

- Cestos N-0106 precio unitario \$ 1,46
- Cestos N-54718 precio unitario \$ 2,35

Este sistema de almacenamiento y reparto protege el equipo y nos brindará mayor eficiencia en el despacho, pero sobre todo garantiza un alto grado de higiene ya que dichas cajas, a diferencia de las cajas de cartón, no permiten la acumulación de insectos ya que se lavan con agua caliente y jabón antes de entrar a bodega nuevamente.

Con igual cuidado manejaremos nuestra mantelería. Una vez planchado e identificado según su tamaño, los manteles se empacarán en fundas plásticas

(paquete de 10 fundas \$1,20). Esto le garantiza al cliente no solo que está inmaculadamente limpio, sino que en ningún momento ha sido manoseado por el personal de reparto.

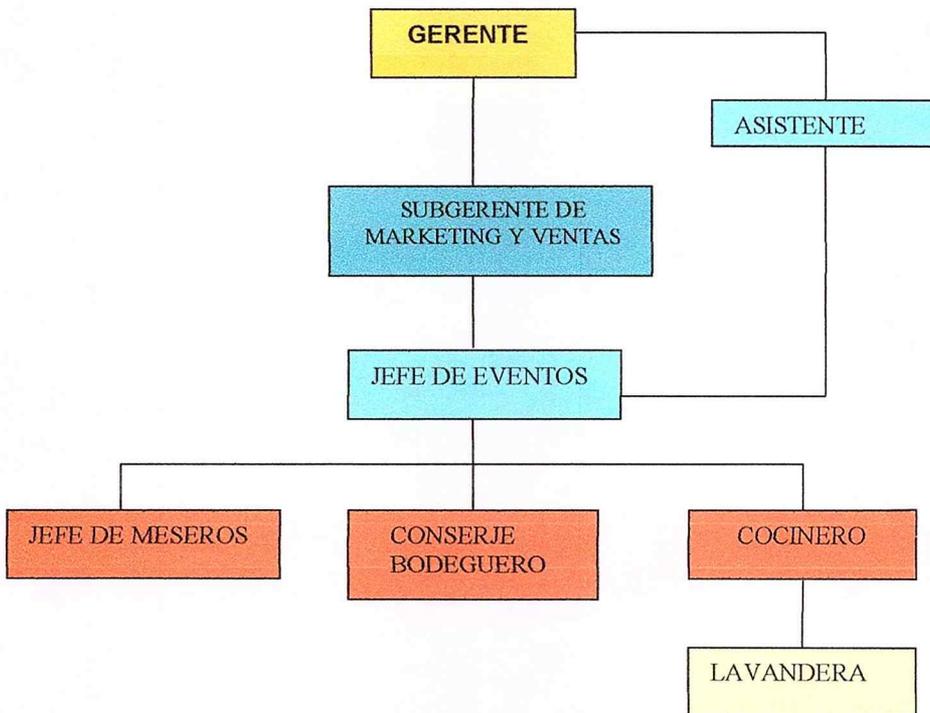
9.-Diseño previo del local

Realizaremos un diseño previo del local que permitirá saber con certeza la capacidad de un salón determinado y le permite al cliente escoger entre un diseño u otro. Así podremos mostrarle la ubicación de las mesas, sillas, bares, buffets, etc. Este servicio será totalmente gratis con la contratación de toldas y buffets.

IV. EQUIPO GERENCIAL Y DE TRABAJO

Nuestra empresa contará con una nómina de 8 personas, pues como se había mencionado, los servicios complementarios para la realización de los eventos serán tercerizados. Se contará con un Gerente, Subgerente de Marketing y Ventas, un asistente, jefe de eventos, jefe de meseros, cocinero, el conserje-bodeguero y lavandera, como personal de planta.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



El organigrama estructural es la representación gráfica de todas las unidades administrativas de una organización, así como sus relaciones de jerarquía o dependencia.

La empresa "Sueños", Asesoría & Eventos será una organización Lineo-Funcional, en donde se combinan la lineal y la funcional, aprovechando las ventajas y evitando las desventajas inherentes a cada una, ya que se conserva:

1. De la organización lineal, la autoridad y responsabilidad que se trasmite a través de un solo jefe para cada función en especial.
2. De la funcional, la especialización de cada actividad en una función.

CUADRO DE SALARIOS

CARGO	SUELDO MENSUAL	SALARIO BASICO UNIFICADO (CODIGO DEL TRABAJO)
Gerente	\$ 600,00	
Subgerente	\$ 500,00	
Asistente	\$ 190,00	\$ 177,81
Jefe de Eventos	\$ 300,00	\$ 168,41
Jefe de Meseros	\$ 100,00	\$ 70,00
Conserje /Bodeguero	\$ 160,00	\$ 163,37
Lavandera	\$ 100,00	\$ 70,00
Cocinero	\$ 250,00	\$ 70,00
TOTAL	\$ 2.200,00	

PERSONAL EVENTUAL

CARGO	HONORARIOS
Contador (CPA)-anual	\$ 600,00
Mesero-por evento	\$ 15,00

Nota: Los salarios para Gerente y Subgerente no se especifica, pueden ser considerados como trabajadores en general del sector privado (\$ 150,00), o trabajadores de la Microempresa(\$ 70,00).

4.1 Características, perfiles del personal.

Gerente:

- Persona con conocimientos en Administración de empresas, quien se encargará de la parte administrativa y financiera de la empresa.
- Se encargará de estructurar los sueldos y salarios del personal de acuerdo a la ley.
- Revisará balances que los firmará un contador calificado CPA a quien se lo contratará para el efecto.
- Elaborar metas, objetivos, determinando que quiere lograr la empresa, como y cuando lograrlo a los diferentes plazos (corto, mediano y largo).
- Controlar y planear de forma integral las funciones de las diferentes secciones de la empresa.
- Se encargará de la elaboración de los presupuestos por departamentos.
- Reportará a la junta de accionistas.

Asistente:

- Receptará pedidos y los canalizará
- Elaboración de comunicaciones internas y externas
- Control del personal
- Supervisará que las órdenes del Gerente sean cumplidas
- Aportará en la elaboración de proyectos para los clientes.
- Reportará al Gerente.

Subgerente de Marketing y Ventas:

- Se encargará de la investigación de mercados, lanzamientos y ventas de productos y servicios, proyecciones, predicciones.
- Elaboración de balances
- Realizar informes
- Publicidad
- Visitas a potenciales clientes
- Reportará al Gerente.

Jefe de Eventos:

- Tendrá contacto con el cliente, realizará cotizaciones y firmas de contratos.
- Diseñará proyectos para clientes
- Se encargará de la parte administrativa del evento
- Programará al personal para los eventos
- Organizará la logística necesaria del evento
- Coordina con otros departamentos
- Realizar informes cuadros estadísticos de ventas
- Tendrá libre disposición del manejo del evento o banquete
- Diagramará el Planning o plano (Documento mediante el cual el jefe de eventos le indica al capitán como se desea el espacio, montaje y la organización del evento o banquete).

- Reportará al Subgerente

Jefe de Meseros:

- Desempeña las funciones de mesero
- Cumple únicamente la función operativa
- Organiza al personal de servicio
- Supervisa el desarrollo del servicio
- Organiza el local, verifica el orden y el material
- Verifica el orden del local
- Verifica el orden del material
- Dar todas las indicaciones antes del servicio
- Atención post evento o banquete
- Reporta al Jefe de Eventos

Conserje / bodeguero:

- Trámites internos y externos de la empresa
- Atención a los funcionarios
- Apoyo en las distintas áreas
- Encargado de la bodega
- Reporta al Jefe de Eventos

Cocinero:

- Planear y supervisar el área en su totalidad.
- Elaborar el listado de productos necesarios de acuerdo al menú en cada evento.

- Realizar un control de calidad de los productos elaborados.
- Elaborar, vigilar y controlar los productos de acuerdo a las normas de higiene establecidas.
- Asesorar al jefe de eventos sobre los insumos a adquirir y la elaboración de los alimentos y menús.
- Reporta al Jefe de Eventos

Lavandera:

- Aseo y limpieza.
- Lavado, planchado y empacado.
- Empacado de menaje.
- Supervisión de la mantelería
- Apoyo al cocinero (chef).
- Reporta al Jefe de Eventos

4.2. Asesoría

Elaboración de documentos legales como contratos con nuestros clientes, contratos con el personal de servicios tercerizados que tengan que ver con el funcionamiento del negocio.

V. PLAN DE MARKETING

“ Sueños”, Asesoría & Eventos, es una empresa que realizará eventos sociales, culturales y empresariales; esto para ayudar a las diferentes instituciones, empresas y/o personas naturales, en la organización de reuniones sociales que son indispensables; para así dar a conocer sus productos y a la misma empresa (cliente) a un público determinado (mercado del cliente) o simplemente por festejar alguna fecha especial. Cada evento tendrá responsabilidad de un organizador determinado según el tipo de reunión que desea el cliente, el cual es el responsable directo y preparador del desarrollo del mismo; y que van acorde con la filosofía y misión de la organización.

El plan de marketing de “Sueños”, Asesoría & Eventos para la introducción en el mercado busca dar a conocer su servicio en primera instancia, lo cual se llevará a cabo a través de la realización de un evento en donde se invitarán a nuestros clientes potenciales, líderes de opinión, medios de comunicación entre otros, para que en esta forma, observen el servicio que ofrece la empresa en sí y se den cuenta de la responsabilidad de la misma. Hay que tener en cuenta que el servicio que ofrece la empresa es un servicio fundamental acompañado de bienes y servicios menos importantes, esto quiere decir que la empresa ofrece un servicio de organización de eventos el cual va acompañado de otros servicios y bienes para la mejor presentación del evento.

La meta de la empresa es, ser líderes en la organización de eventos ante la competencia, brindando una total eficacia, objetividad en las tareas o trabajos dispuestos por los clientes en este caso organizaciones.

5.1 Descripción del Consumidor

Nuestros clientes son todas aquellas personas naturales, empresas y/o negocios que requieran los servicios de asesoramiento u organización de fiestas, reuniones sociales, conferencias, etc.

Nosotros apuntamos básicamente a dos tipos de usuarios:

- **Personas naturales.-** a las cuales les agrada realizar fiestas o reuniones sociales de forma frecuente y no tan frecuente. Así podemos aprovechar aquellas fiestas que son tradicionales tales como matrimonios, quinceañeras, graduaciones, etc., con el fin de ayudar a satisfacer sus necesidades al momento de planificar y de buscar los diferentes artículos que necesitan para su reunión. De ésta manera, ayudamos en dos aspectos: la planificación, organización y control de todo lo concerniente a la fiesta, por otro lado proveemos la información necesaria de las cosas que se deseen comprar y/o alquilar y del precio de las mismas para poder tener un presupuesto aproximado del valor total que implicará la organización de la reunión, evitando que el usuario invierta gran cantidad de tiempo buscando por toda la ciudad ésta información.

- **Las personas jurídicas y/o empresas.-** Estos negocios no siempre tienen todo lo necesario para sus actividades y por lo tanto requieren de asesoramiento o de la organización en sí, además que no cuentan con el personal adecuado para la realización de los mismos y, generalmente

buscan calidad en el servicio de cualquier tipo de compromiso o evento a nivel institucional o empresarial.

5.2 Estudio del Mercado

La elección correcta del mercado al que se va a ofrecer el servicio, es sin ninguna duda, una de las decisiones más importantes que debe tomar la empresa.

Al acertar, se satisface adecuadamente alguna necesidad real y se logra el sentido económico y social que justifica la existencia de la entidad. Por el contrario, si se comete un error en esta decisión, suele ser muy difícil alterar sin traumas esta variable fundamental de la estrategia comercial de todo negocio.

Es evidente que resulta mucho más fácil modificar el presupuesto publicitario, la política de precios, la calidad de los artículos y tantos otros aspectos de la labor comercial, que cambiar sensiblemente el mercado en el que se compete.(2)

Para seleccionar el mercado más conveniente es útil proceder en dos etapas consecutivas; la primera consiste en descubrir todas las alternativas que se presentan como posibles; la segunda, en analizar y valorar los criterios relevantes para tomar la decisión más acertada en cada caso.

Para obtener las diferentes alternativas que se presentan al elegir el mercado más idóneo y evitar omisiones importantes hemos considerado los siguientes temas:

- (2) Nota técnica de la División de Investigación del IESE.
Preparada por el profesor Vicente Font. Mayo de 1985

- a. Necesidades a cubrir
- b. Modo de atenderlas
- c. Clientes a los que dirigirse
- d. Canales de distribución
- e. Zonas geográficas
- f. Número de alternativas a elegir
- g. Grado en que se van a ofrecer cosas distintas en cada alternativa.

Tamaño de la muestra.- Se presentan dificultades si se quiere investigar a toda la población o universo por lo que es conveniente extraer una parte o muestra del todo para indagar en ella, y los resultados obtenidos hacerlos extensivos a todo el universo.

El muestreo realizado es probabilístico, la selección de la muestra es aleatoria simple sin reemplazo, en este tipo de muestra cualquiera de los elementos del universo la puede integrar. Dentro del muestreo aleatorio, el más conocido es el del azar en el que la selección de unidades se hace por sorteo, dependiendo únicamente del azar el que una unidad sea escogida, pero cuando se muestrea en poblaciones humanas por lo general se considera más apropiado tener una muestra de diferentes sujetos que permitir mediciones repetidas del mismo sujeto. Por lo tanto el método de selección que se emplearía, es el método de muestreo sin reemplazo, mediante el cual una vez que se ha elegido a un sujeto, no se lo puede seleccionar otra vez.

La fórmula para el cálculo de la muestra es la siguiente:

$$n = N * o * Z / (N - 1) * E + o * Z$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra, o sea el número de unidades a determinarse.

N = Universo o número de unidades en la población total.

o = Varianza de la población respecto a las principales características que se van a representar, es un valor constante que equivale a 0.25.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza o nivel de significancia con el que se va a realizar el tratamiento de las significaciones, es un valor constante que si se lo toma en relación al 95% (como más usual) equivale a 1.96.

N-1 = Es una corrección que se usa para muestras grandes mayores de 30.

E = Límite aceptable de error muestral que, generalmente varía entre 0.01 y 0.09.

Aplicando la fórmula se tiene:

Población de Guayaquil 1'508.844 habitantes

$$n = \frac{1'508.844 * 0.25 * 3,8416}{(1'508.844-1) * 0.01 + (0.25 * 3,8416)}$$

$$n = \frac{1449.093,778}{15089,3904}$$

n = 96.03

Al realizar el cálculo estadístico el tamaño de la muestra es de 96 personas.

Para determinar si existe demanda o no del servicio que vamos a ofrecer, y determinar nuestro mercado objetivo, tomamos una muestra de la población dividida en tres segmentos.

- a. 150 personas naturales de clase media alta.
- a. 50 empresas entre públicas y privadas.
- b. 100 madres de familia.

Los criterios que hemos utilizado para realizar una buena segmentación del mercado son:

- a. Mercado identificable y medible
- b. Accesibilidad
- c. Mercado importante
- d. Mercado con respuesta
- e. Mercado = personas x poder de compra x deseo de compra

Para obtener la información se encuestó a estos segmentos de la población mediante 3 tipos de encuestas diseñadas para determinar si nuestro servicio tendría demanda (Anexo 2), así como determinar la preferencia del cliente consumidor sobre fechas u ocasiones especiales, cuando nos contratarían como proveedores del servicio de organización de eventos.

Una vez tabuladas las encuestas se obtuvieron los siguientes resultados (Anexo 3).

- a. El 90% de los encuestados ha contratado alguna vez algún servicio, para la realización de un evento.
- b. El 95% estarían dispuestos a pagar por la organización total de un evento.
- c. La mayor demanda está en la realización de fiestas infantiles.

Análisis de la Demanda.- El análisis de la demanda constituye uno de los aspectos centrales del estudio de proyectos, por la incidencia de ella en los resultados del negocio que se implementará con la aceptación de un proyecto.

Los consumidores logran una utilidad o satisfacción a través del consumo de bienes o servicios. Algunos bienes otorgan más satisfacción que otros a un mismo consumidor, reflejando su demanda y las preferencias que tenga sobre las alternativas que ofrece el mercado; todo esto en el marco de las restricciones presupuestarias que le imponen un consumo limitado.

El objetivo principal que se pretende alcanzar con el análisis de la demanda es determinar los factores que afectan el comportamiento del mercado y las posibilidades reales de que el producto o servicio resultante del proyecto pueda participar efectivamente en ese mercado.

La cuantificación de la demanda, o sea, de la cantidad de bienes o servicios que el mercado requiere para satisfacer una necesidad o deseo específico a un precio determinado, no es fácil cuando no existe información estadística disponible para conocer los gustos y preferencias del consumidor. En estos casos la información obtenida en terreno pasa a ser una opción casi necesaria.

Más de acuerdo con la Teoría de la Demanda del Consumidor, la cantidad demandada de un producto o servicio depende del precio que se le asigne, del valor al que está dispuesto a gastar los consumidores y de las preferencias del consumidor.

La teoría económica indica que la reacción funcional entre precio y cantidad demandada es inversa, es decir, al subir el precio disminuye la cantidad demandada. Los estudios económicos han sido determinantes en señalar la evidencia de esta reacción para la gran mayoría de bienes llamados normales. Con otro tipo de bienes, la relación puede ser directa, como es el caso de los bienes de lujo.

La teoría económica, sistematiza en tres efectos principales, denominados: Band wagon, snob y veblen.

El efecto Band wagon, consiste en que la demanda de un bien aumenta porque otros están consumiendo el mismo bien. El análisis teórico para esta situación parte del supuesto de que la cantidad demandada por un consumidor en unión al precio del bien y de la demanda total del mercado, *ceteris paribus*. (*ceteris*, voz latín, significa literalmente "otras cosas" y *paribus*, también latín, significa "igual" o "inalterado". La expresión *ceteris paribus*, entonces denota la condición de que no haya cambio en el resto de las circunstancias.

El efecto snob, consiste en que la demanda de un bien de consumo disminuye porque otros están consumiendo o incrementando el consumo del mismo bien. Es decir, hay individuos que requieren de la exclusividad (a lo menos en cierta medida) del consumo del bien en cuestión.

Los snobs, al ver que la cantidad demandada aumenta reaccionan abandonando el mercado. Por lo tanto el efecto snob hace que la cantidad demandada disminuya en alguna proporción ante la baja de precios.

El efecto Veblen, se produce cuando la demanda de un bien aumenta porque tiene un precio mas bien alto que bajo.

La validez de los resultados de la proyección están íntimamente relacionados con la calidad de los datos de entrada que sirvieron de base para el pronóstico. Las fuentes de información de uso más frecuente son las series históricas oficiales de organismos públicos y privados, las opiniones de expertos y el resultado de encuestas, entre otras.

Los resultados que se obtienen de los métodos de proyección de la demanda son solo indicadores de referencia para una estimación definitiva, la cual, aunque difícilmente será exacta, deberá complementarse con el juicio y las apreciaciones cualitativas del análisis, por parte de quien probablemente trabajará con más de un método en la búsqueda de la estimación más certera. (3)

En realidad ha sido difícil encontrar datos históricos de empresas que sean similares a la propuesta en este Proyecto, que sirvan de base para la determinación de la demanda, pues si bien existen empresas y personas naturales que ofrecen servicio para organización de eventos, no se puede determinar en número cuantas existen y lo que su servicio abarca.

(3) CHIANG Sapag Nassir, Preparación y Evaluación de Proyectos

5.3 Objetivos

5.3.1 Objetivo general

Contribuir al mejoramiento del desarrollo de todo tipo de eventos tanto para empresas como personas naturales, propiciando un ambiente adecuado para la prestación del servicio, su desarrollo y ser el promotor de eventos, exaltando los valores éticos de la empresa y del personal que la compone; para de esta manera, incrementar y mejorar cada día, la competitividad y excelencia de la organización y de todas aquellas empresas que se sumergen en este sector.

5.3.2 Objetivos específicos

- Brindar un excelente servicio al cliente.
- Ser líderes en la realización de eventos.
- Manejar políticas adecuadas que beneficien a los colaboradores y clientes.
- Garantizar el buen desarrollo de los planes de trabajo con los resultados.

5.3.3 Mercado Objetivo

Son todas aquellas empresas que necesitan nuestro servicio para la organización de eventos empresariales, sociales, culturales, publicitarios y demás índole.

5.4 Segmentación del Mercado

Para un mercado de empresas que continuamente realizan y celebran eventos de cualquier índole.

5.4.1 Segmentos del Mercado Objetivo

La segmentación nos proporciona la oportunidad de entender mejor un mercado, de expandirlo, de conocer mejor el comportamiento del consumidor y buscar nichos y oportunidades; satisfacer mejor las necesidades y deseos específicos de consumidores particulares, por ejemplo no es lo mismo vender a una mujer que a un hombre.

Los hallazgos del estudio permiten a una empresa enfocar adecuadamente una estrategia de mercadeo y el posicionamiento.

También puede escoger cuáles son los segmentos más rentables ya sea por su tamaño, por la intensidad de su demanda, o porque el producto puede satisfacer mejor sus necesidades que las de otros segmentos. La información que se obtiene se convierte en un insumo fundamental para el diseño de productos y servicios y la definición de estrategias comerciales.

Una vez realizado el estudio de mercado nuestros productos estarán más orientados a la clase media alta. Sin embargo no se descarta la atención a sectores de menores ingresos o clases sociales.

Nuestro producto estrella: las fiestas infantiles que se las realizará en jardines de infantes, domicilios o locales a elección o petición del cliente.

5.4.2 Factores Influenciadores de Compra

El cliente es influenciado por factores culturales que constituyen un factor determinante en el comportamiento de compra; así mismo está también influenciado por factores sociales. Estos aspectos son de fundamental importancia debido a que la empresa ofrece su servicio para grandes firmas, empresas y organizaciones, así como personas naturales de cualquier condición económica, por tal motivo la empresa tendrá una imagen de estatus, éxito, dinamismo, juventud y creatividad; ya que esta imagen de la empresa se proyecta hacia el cliente.

Para la organización se tomará en cuenta como primera instancia la opinión de empresarios, personajes importantes los cuales ayudarán a difundir la percepción que tienen de la compañía.

5.5. Tamaño del segmento y Participación del Mercado

5.5.1 Nuestros clientes

En entrevistas mantenidas con personas dedicadas a la venta de productos y/o servicios para fiestas o eventos nos manifestaron que sus clientes están en todos los estratos sociales pero existe mayor demanda por parte de los clientes de clase media y alta.

A raíz de la crisis económica ocurrida en el Ecuador el volumen de ventas ha disminuido en todos los negocios; un gran porcentaje de los consumidores buscan abaratar costos, sin embargo existe un nicho de mercado que no escatima en gastos que es hacia donde debemos apuntar, sin descuidar el otro grupo de consumidores.

De acuerdo a la información obtenida podemos mencionar que existen negocios de este tipo en la ciudad de Guayaquil desde hace más de 40 años como, hoteles, casas de banquetes, personas naturales y pequeñas empresas, adicional a que hay empresas que si bien es cierto no ofrecen el servicio de la organización total del evento ofrecen buffets, alquiler de todo tipo de menaje, así también negocios como La Raspa, dedicados a la venta al por mayor y menor de artículos y enseres para matinés, quinceañeras, bautizos, Importadora La Piñata, con 23 años vendiendo artículos similares a La Raspa; Media Sopa Show, con 30 años brindando servicios de show de payasos; Fantasías El Conquistador con más de 20 años en el mercado y otros que ofrecen alternativas, además existen negocios nuevos en el mercado como Mineu, con ventas de productos para fiestas infantiles y Eventos Gallery, con ventas de tarjetería para eventos en general; estos dos últimos con menos de un año en el mercado, así múltiples negocios en donde uno puede encontrar todo lo necesario para la organización del evento de acuerdo a la ocasión.

Las mismas personas consultadas nos comentaron que han visto un crecimiento en su competencia, pues día a día se han abierto nuevos locales dedicados a las mismas o similares actividades de sus negocios.

Con lo dicho anteriormente, consideramos que el negocio de ventas de productos y/o servicios para fiestas o eventos ha crecido, sin dejar de perder mercado.

Para citar un ejemplo, en publicaciones recientes dedicadas a la realización de una boda, encontramos 255 negocios (4) que prestan servicios o venden productos relacionados al evento antes mencionado. Entre los tipos de negocios afines podemos citar: locales de venta de vestidos de novias, trajes de etiqueta, tortas, buffets, alquiler de salones, transporte, y servicios como fotógrafos, música, maquillaje, asesores o coordinadores, entre otros, muchos de los cuales prestan sus servicios no solo para bodas sino también para cualquier tipo de reunión o evento social.

En un pequeño estudio de mercado, las dueños de locales de productos para fiestas nos comunicaron que el ánimo de las personas y empresas para realizar fiestas o eventos sociales no ha decaído. El negocio de productos y/o servicios ha aumentado en los últimos años a pesar de que la crisis económica del país ha afectado mucho en general. Por todo lo anteriormente expuesto podemos decir que estamos ante un mercado sólido, estable y en crecimiento.

5.5.2 Situación Actual del Mercado

El mercado de la realización de eventos es un mercado creciente y en desarrollo, debido a que en Ecuador se llevan a cabo un gran número de eventos, tanto por las organizaciones gubernamentales como de

(4) Fuente: Suplemento La Revista del Diario El Universo – Junio 4/2004 y Revista Hogar Edición especial de Novias – Junio 2004)

empresas privadas y público en general; “Sueños”, Asesoría & Eventos, trabaja el tipo de mercado empresarial y público en general.

5.6 Situación del servicio – Características del servicio

“Sueños”, Asesoría & Eventos está enfocado a prestar un excelente servicio a aquellos que lo requieran y el enfoque de ventas que es el posicionar y dar a conocer nuestra empresa en la vida cotidiana, logrando un reconocimiento instantáneo, en el momento de ver el logo (Anexo 4), escuchar el nombre e imaginar que cualquier evento es diseñado por la empresa.



5.6.1 Intangibilidad

Por la intangibilidad de nuestro servicio, este se prestará de manera rápida y eficaz, el lugar donde se prestará el servicio, mostrará pulcritud, elegancia y confort; el personal se vestirá apropiadamente (dependiendo el evento); con un equipo moderno, con excelentes canales de comunicación.

5.6.2 Características Inseparables

Tener las características apropiadas para el desarrollo de los diferentes eventos para así prestar el mejor servicio, según las particularidades del evento en sí ya que según el contratista el evento tiene unas especificaciones especiales las cuales deben tener la importancia adecuada.

5.6.3 Variabilidad

Está determinado según los requerimientos del contratista, ya que según el evento, el programa de servicios cambia en forma regular el proceso del evento ya que el servicio que ofrece la empresa es personalizado.

5.6.4 Carácter Perecedero

El carácter perecedero de la empresa es según temporadas ya que en algunas épocas del año se realizan más eventos que en otras, por lo cual en época de pocos eventos los precios son preferenciales, mientras que en época alta los precios son mayores.

5.7. Situación Competitiva

Debido que el servicio que ofrece “Sueños” Asesoría & Eventos tiene una gran cobertura de demanda, se establece que se presenta una demanda completa. La competencia directa de la empresa en el mercado de eventos son las empresas promotoras de eventos. Cada competidor tiene características específicas, un objetivo reconocido y una trayectoria en el mercado; la competencia indirecta son las empresas que organizan eventos.

5.7.1 Análisis de Distribución

Para prestar el servicio al mercado objetivo la distribución de este es de cobertura local, varía de acuerdo al contratista y a la localización de nuestro usuario.

5.7.2 Ventaja Competitiva

Si hablamos de calidad y eficiencia, sin duda las empresas ecuatorianas han hecho un notable esfuerzo en esa dirección:

- Capacitación, nuevas tecnologías, nuevas ideas.
- Cambios de paradigmas.

Pero esos cambios pueden ser puestos a prueba. ¿Han dado mejores resultados? ¿Los clientes están más satisfechos con los productos y con la atención?. En casi todos los casos, el primer contacto que tiene el cliente con la empresa se realiza a través de la línea telefónica. Los reclamos, consultas y demás información que solicitan los clientes, generalmente pasan en primer lugar por la recepcionista o por un saludo registrado en la grabadora. En otras palabras, decenas o incluso cientos de potenciales clientes pasan a diario por las centrales telefónicas, por lo que no se trata de un asunto que debe tomarse a la ligera, esto quiere decir que no se está prestando un buen servicio, la atención vía teléfono es una atención fría no personalizada, nuestra diferenciación será la de acudir al cliente, darle una atención más cálida a través de nuestros asesores quienes acudirán al sitio en donde se encuentre nuestro potencial cliente, que este sienta lo importante que es para nuestra empresa. Otro contacto con nuestros clientes será también a través de nuestra pagina Web, la que estaremos chequeando constantemente para hacer de inmediato el mismo acercamiento al cliente, para ello tanto en nuestra página Web como vía teléfono formularemos una serie de preguntas que nos ayudarán a acudir a la primera visita a nuestro cliente con una idea de que es lo que este busca.

Ofrecemos un conjunto de soluciones orientadas a la organización y planificación de eventos, que en el mercado se encuentran de manera separada y a precios variados, nosotros queremos ahorrar tiempo y dinero a nuestros clientes.

5.8. Situación del macroentorno

5.8.1 Análisis Económico

Es importante para nosotros como empresarios con miras a la creación de nuestra organización, comprender el estado en que la economía se convierte en una fortaleza o una amenaza para la constitución de la misma. La situación actual del país y de las condiciones a las que nos enfrentamos y en las que se debe desenvolver nuestro servicio; hay que anotar que Ecuador se encuentra en una relativa recesión. De tal manera a nuestros clientes potenciales no la exime de sufrir sus consecuencias, pues esta ha afectado a todos los sectores de la economía.

Objetivos financieros

- Obtener ganancias en un periodo de 1 a 2 años.
- Obtener un reconocimiento por los excelentes precios.
- Ser competitivos con respecto al entorno.

Objetivos de marketing

- Lograr un posicionamiento de la firma.
- Obtener fidelidad por parte de nuestros clientes.
- Ampliar y acoger continuamente a nuevas empresas y personas que desean nuestro servicio.
- Ser una empresa innovadora en la prestación de servicio de promoción y desarrollo de eventos.
- Tener calidad hacia el cliente, como prioridad para su satisfacción.

5.8.2 Análisis Político

Las decisiones de una empresa son afectadas sustancialmente por las evoluciones del ambiente político. Este ambiente se compone de leyes, oficinas gubernamentales y grupos de presión, las cuales influyen y limitan a diversas organizaciones e individuos de la sociedad. (5)

Actualmente el país en la política, sufre de una rivalidad de partidos, lo que afecta en su estabilidad. Por lo cual el entorno político es de mucha incidencia en las decisiones de las empresas.

5.8.3 Análisis Socio-Cultural

Es una empresa que está altamente comprometida con la realidad social del país. Por lo tanto, es importante evaluar el estado socio-cultural del Ecuador, haciendo énfasis en el sector donde se constituirá la empresa; el sector de servicio. Hay que tener en cuenta que en el país se realizan un sinnúmero de eventos culturales y sociales de diferente índole y características.

5.8.4 Análisis Tecnológico

El país se encuentra estancado en este aspecto, hay que tener en cuenta que como país subdesarrollado la tecnología llega de afuera, ya que no hay capital y recursos humano disponible para la innovación de

(5) CANALES FRANCISCA, / Alvarado Eva Luz, Metodología de la investigación.

nuevos recursos tecnológicos; pero poco a poco ingresan nuevas tecnología gracias a la penetración de nuevas empresas en el Ecuador por la globalización.

5.8.5 Análisis Ecológico

Es una empresa comprometida con el medio ambiente del planeta, ya que este es muy importante para la humanidad en si y el cuidado de este, mejora la calidad de vida para el hombre; por tal razón actualmente la sociedad y las empresas luchan por proteger y mejorar el medio ambiente.

5.9 Estrategia de marketing

Nombre:	"Sueños, Asesoría & Eventos", promotores y desarrollo de eventos.
Mercado Objetivo:	Son todas aquellas personas naturales y jurídicas que necesitan nuestro servicio para la organización de eventos empresariales, sociales, culturales, publicitarios y demás índole.
Posicionamiento:	Los eventos elegantes, sobrios, innovadores y creativos.
Diferenciación: Oferta Entrega	Atención personalizada, el cliente es un invitado más (lanzamiento y reposicionamiento de productos). Empleados capacitados.
Imagen	Logotipo de colores azul, blanco y negro resaltan los valores corporativos que son la distinción, elegancia y que es una empresa joven y moderna.
MARKETING MIX Producto o Servicio:	Servicio de realización de eventos
Calidad	Cumplimiento, responsabilidad y eficacia en el desarrollos del evento del cual se espera la aceptación tanto de la empresa como del público en general.
Característica	Estética, creatividad y diseño en la consecución del evento, este se desarrolla con parámetros.



Diseño	El contratista establece previamente y de acuerdo con esto, se desarrolla el evento. De acuerdo con los parámetros del contratista.
Servicio	Amable, cordial y respetuoso por que el cliente lo merece.
Precio:	Más barato que la competencia.
Promoción: Promoción ventas Publicidad	Sistema para satisfacer las quejas de los clientes por medio: línea telefónica de servicio, buzón de quejas, pagina web y asesoría directa. Este varia de acuerdo al gustos y deseos de la organización. Por meses del año.
Distribución:	Venta de personal y relaciones publicas.
Canales	A través de Internet por medio de una pagina web, venta directa.
Cobertura	La ciudad de Guayaquil.
Variedad Localización	Evento de lanzamiento de la firma De acuerdo con los criterios del contratista.
Investigación y Desarrollo:	Realizar periódicamente un análisis de la compañía y de la prestación de servicio a su cliente directo.
Investigación de Marketing:	Realizar visitas periódicas a los clientes para establecer la imagen que tiene el cliente sobre la compañía Desarrollo de estudios sobre la competencia.

5.9.1 Diferenciación estratégica

Nuestra competencia serán todas aquellas empresas de servicios que ofrezcan organización de eventos ya sea de forma parcial o total, nuestros más grandes competidores serán los hoteles o casas de eventos que estén ya posicionadas en el mercado con años de experiencia y que no tengan que tercerizar sus servicios lo que les hará ser más atractivas ya que pueden jugar con más flexibilidad con el precio, de aquí que en un principio nuestro margen de ganancia debe ser muy conservador y la diferenciación estará en el trato, la atención personalizada y los costos.

De acuerdo a la información proporcionada por la Superintendencia de Compañías (Anexo 5), existen registradas o constituidas como personas naturales o jurídicas para organizar eventos en Guayaquil las siguientes:

- Banquetes y recepciones Milton Casanova S.A.
- Lagoeste S.A.
- Servitenis S.A.

Esto no quiere decir que no existan otras empresas lo que sucede es que la razón social y el concepto con la que fueron registradas en la Superintendencia de Compañías es una gama más amplia de servicios.

Podemos identificar los siguientes competidores:

- ✓ Negocios dedicados a la organización y planificación de fiestas y/o eventos. En Guayaquil, existen negocios dedicados a ésta actividad y brindan el servicio de conseguir todo lo necesario para el evento, dentro de este negocio están algunos hoteles de la ciudad como *Hotel Hilton Colón, Oro Verde, Continental, Guayaquil, Sheraton, Unihotel*, etc; de igual manera existen otros negocios que brindan servicios parciales para un evento como por ejemplo *Galamazonas y Festejos*.
- ✓ Personas dedicadas a la actividad de organizar y planificar eventos, tales como bodas como por ejemplo *Mónica Suárez, Ita de Andretta, Laila de Antón*, conocidas coordinadoras de eventos sociales en la ciudad de Guayaquil con un promedio de 6 años de experiencia en ésta actividad.
- ✓ Podemos mencionar también a www.bodasecuador.com, el primer portal en el país dedicado a brindar información para parejas que

planean su boda; www.turisvision.com, portal dedicado a la organización de fiestas y eventos;

Nuestro producto está enfocado principalmente a proveer una herramienta que ayudará paso a paso en los diversos aspectos que se deben de llevar a cabo para la planificación, organización y realización de algún evento o conferencia así como a proveer una base de datos de locales proveedores de servicios y/o productos necesarios para la realización de eventos, como parte del asesoramiento, además de la realización total del evento.

Con el asesoramiento pretendemos lograr tres cosas: primero que nuestros clientes no pierdan tiempo en la búsqueda y cotización de las cosas que necesitan, segundo que los clientes no sean los organizadores de su evento sino únicamente los mentalizadores y tercero que nuestro cliente el día del evento sean un invitado más que no tenga que estar preocupado del más mínimo detalle, adicional a que ofrecemos si es en la residencia del cliente el evento, la limpieza de la misma.

5.10 Distribución, Mercadeo, y Lanzamiento

“Sueños”, Asesoría & Eventos necesita contar con una fuerza de ventas la cual en un principio estaría conformada por el Subgerente de Marketing y Ventas y dos vendedores a su cargo, contratados temporalmente, los cuales estarían encargados de visitar a los potenciales clientes y realizar toda la gestión de comercialización.

Vamos a realizar las siguientes estrategias:

- a. Anuncios publicitarios durante los días viernes, sábado y domingo de un tamaño de 5 x 3cm. en la sección clasificados.
 - Diario el Universo cada palabra \$ 0,22 por día.
 - Diario Expreso \$ 12,20 diario incluido IVA, durante 6 meses.
- b. Revista Hogar y Vistazo 1/3 de página cuyo costo es de \$ 937,00 + IVA anual.
- c. Folletería incluida los estados de cuenta de las tarjetas Diners y Visa Banco Pichincha, costo unitario de folletería \$ 0,02.

La tarjeta cobra el 7% en los consumos realizados único requisito para incluir esta propaganda en los estados de cuenta de sus socios.

- d. Por teléfono, solicitando entrevistas con los dueños de empresas que ya tenemos previamente identificadas como usuarias de este servicio. De acuerdo a la base de datos de la Cámara de Comercio.
- e. Por correo electrónico, invitando a los dueños de locales que ofrecen productos y servicios individuales para que trabajen con nosotros.
- f. Por medio de la página Web, donde mostraremos nuestro concepto de negocio para aquellos que tengan acceso a Internet.

Para lograr el posicionamiento en el mercado se necesita una gran campaña publicitaria en la cual al nombre de la empresa "Sueños", Asesoría & Eventos lo reforzaremos destacando las cualidades y las

ventajas de calidad y ahorro de tiempo en la organización de eventos sociales.

Sin embargo, la penetración en el mercado requiere de una fuerte inversión inicial en publicidad para poder darnos a conocer a los usuarios y lograr su aceptación. Por lo que esto podría presentarse como una amenaza ya que un competidor que no ofrezca tantos servicios como nosotros pero que cuente con los medios para realizar una agresiva campaña de publicidad podría quitarnos participación en el mercado.

- Un medio muy efectivo, es la contratación de la empresa Moviliza (Gestión de Mercadeo Directo), quienes se encargan de distribuir publicidad, documentación, etc. Y cuentan con bases de datos de las principales ciudades del país, se utilizará lo concerniente a la provincia del Guayas permitiéndonos llegar de manera masiva a nuestros usuarios. El costo de este servicio es de \$0,07 por carta con un máximo posible de 4.999 cartas en la base de datos.

Otra forma de distribuir propaganda es vía e-mail, para esto se puede contratar los servicios de Estaentodo.com quienes cuentan con una base de datos de 80.000 usuarios y cobran \$0,06 por cada e-mail enviado.

- Adicionalmente a estos dos canales de distribución esperamos que nuestros propios clientes nos ayuden con la promoción del servicio, por medio de la recomendación a familiares y amigos.

VI. PRODUCTO Y SERVICIO

6.1. Objetivos

“Sueños”, Asesoría & Eventos, es una empresa de servicios abocada a la satisfacción de las necesidades del mercado local identificado, proveyéndole de alternativas que se ajusten a sus demandas en cuanto a gustos y presupuesto, nuestros servicios ayudarán a planificar cualquier tipo de reunión social de manera centralizada. Este producto está dirigido a usuarios individuales así como a organizaciones dedicadas a la planificación de reuniones sociales. Llámese cualquier tipo de reunión social a aquellos eventos que celebran algún suceso o se hacen simplemente para distraerse o divertirse, como por ejemplo Cumpleaños, Quinceañeras, Graduaciones, Bodas, Baby Shower, Aniversarios varios (de bodas, de trabajo o institucional), Navidad, Fin de año, conferencias, talleres, seminarios, etc.

Nuestro servicio complementario incluye:

- ✓ Administrar y controlar el presupuesto.
- ✓ Organizar, mantener y seleccionar lista de invitados.
- ✓ Organizar las tareas y actividades del evento a realizarse.
- ✓ Seleccionar los productos o servicios necesarios para el evento.
- ✓ Consultar consejos útiles para todo tipo de evento.
- ✓ Almacenar información del evento realizado para consultas futuras.

6.1.1. Beneficios para usuarios y clientes

Los clientes de “Sueños” Asesoría & Eventos tendrán los siguientes beneficios:

- ✦ Planificar una reunión social de una manera más rápida, organizada, y lo más completa posible de acuerdo a su presupuesto, para todo tipo de evento, ya que puede planificar desde un cumpleaños hasta aniversarios y conferencias, ahorrando así tiempo y recursos.
- ✦ Tener una lista de precios y productos a usar y a la vez poder escoger la mejor opción.
- ✦ Tener una estadística de eventos y la planificación resumida de las reuniones anteriores.
- ✦ Precios Competitivos

6.2. Proceso de producción en la prestación del servicio

El proceso en la realización de un evento, nace con la demanda del cliente del servicio, el acercamiento se lo hace en forma personalizada a fin de conocer en detalle los requerimientos del cliente, adicional a conocer el número de invitados. Recopilada la información necesaria se diseña varias alternativas del evento a realizarse y con el cliente se decide la que se ajuste a sus necesidades, gustos y presupuesto.

Una vez escogida la mejor alternativa, se emitirá la última cotización para aprobación del cliente y se procederá con la firma de contrato.

CONCEPTO DE EVENTOS Y BANQUETES

Hay que tener en cuenta que **un evento**, es un acontecimiento eventual o suceso social o particular, como el festejo de una fecha importante o un acontecimiento de trascendencia o importancia. Por ejemplo un matrimonio.

El banquete, es un servicio dentro o fuera del establecimiento, de tipo turístico, hotelero o gastronómico para un evento u ocasión especial bajo pautas predeterminadas que son fijados con anterioridad entre el cliente y el representante del establecimiento, por ejemplo la comida que se sirve en un matrimonio. (6)

6.2.1 Clasificación de los eventos y banquetes

EVENTOS SOCIALES

- Posesiones
- Condecoraciones y reconocimientos
- Fiestas con motivo de aniversarios de ciudades.
- Bienvenidas y despedidas
- Inauguraciones y clausuras
- Cenas benéficas

(6) GONZALEZ Cabrera Fausto, Banquetes

- Conferencias
- Despedidas de solteros

EVENTOS FAMILIARES

- Bautizos
- Baby Showers
- Primera Comunión
- Confirmaciones
- 15 años
- Cumpleaños
- Grados
- Matrimonio
- Aniversarios

Cada evento tendrá un costo diferente, ello dependerá del tipo de comida o menú a servirse, la decoración y los servicios adicionales que se desee tener como payasos, magos, cantantes, disk jockey, orquesta, etc.

BANQUETES

- Buffet
- Desayunos especiales
- Comidas especiales con menú fijo
- Coffe Breaks
- Tés
- Cocteles
- Comidas campestres

Al igual que en los eventos el costo dependerá del menú a servirse, la decoración y servicios adicionales.

SISTEMA BUFFET

El sistema buffet es muy usado en nuestro país, representa un negocio con mucho desarrollo a futuro, ya que tiene muy buena acogida por lo que su demanda es cada vez mayor.

El sistema buffet puede realizarse a cualquier hora del día, no requiere de carta. El comensal elige en cuanto a cantidad y variedad.

OBJETIVOS DEL SISTEMA BUFFET

- Facilidad en el servicio, rapidez en el servicio
- Facilidad de elección de parte del cliente
- Posibilidad de mayor elección mayor variedad
- Mayor atractivo visual de la comida
- La posibilidad de querer a voluntad.

6.2.2 DOCUMENTACION GENERADA EN LA REALIZACIÓN DE UN EVENTO

Una vez que exista en firme el pedido del servicio y se ha determinado el evento a realizarse de acuerdo a los requerimientos y recursos disponibles de los clientes se generará la siguiente documentación.

- 1) Cotización
- 2) Contrato
- 3) Pedido de producción
- 4) Lista de logística
- 5) Reporte de Consumos
- 6) Factura

Es indispensable que en todo documento se cuide mucho la ortografía ya sea en caso de escritura a mano o en impresiones, además de la presentación, debido a que esta es la primera impresión que se lleva el cliente de la empresa, existe ocasiones en las cuales se pierde clientes por la mala utilización del idioma y en especial por la ortografía.

1) Cotización

En base a los requerimientos y presupuesto del cliente se le realiza una cotización de lo que costaría la realización del evento, se le presentará al cliente tres proyectos para su aprobación y se lo cambiará hasta que el cliente esté satisfecho.

La cotización contendrá en detalle todo lo referente al menaje, decoración, comida y otros servicios. Previamente se habrá conversado con el cliente para conocer sus gustos en lo referente a colores y exigencias, adicionalmente se presentará un bosquejo del local con la ubicación de las mesas, buffet de ser el caso, pista de baile, etc.

Una vez aprobado la cotización se realizará el contrato.

2) Contrato

Al estar las partes de acuerdo, se cerrará el negocio, para ello se firmará un contrato (Anexo 6).

El contrato es un convenio entre dos personas naturales o jurídicas las cuales comprometen a tener deberes y obligaciones mutuas para la realización de un evento.

En el contrato se deberá hacer constar el número de invitados, así como el lugar del evento y la hora del evento. En el cuerpo o texto del contrato se detalla todos los productos y servicios que se entregará al cliente como lo son:

- Menú
- Bebidas
- Complementos
- Extras

El contrato deberá contener cláusulas que protejan tanto al cliente como a la empresa, para lo cual constarán las respectivas firmas de responsabilidad.

PUNTOS CLAVES EN LA FIRMA DE UN CONTRATO

- Menú escogido
- Bebidas
- Bajativos y café

- Menú para niños
- Complementos (fotógrafo, músicos, flores), etc.
- Condiciones de pago, ya sea a través de tarjetas de crédito o efectivo.

Cabe anotar que las tarjetas de crédito Diners y Visa cobran el 7% de comisión por venta.

- Distribución de mesas
- Tipo de música, disc jockey, orquesta, conjunto, solista, etc.
- Duración del evento
- Y otros servicios como carrozas, payasos mimos, bailarines, magos etc.
- El local se establecerá previamente según las conveniencias del cliente, haremos la gestión para que el mismo se realice en el sitio demandado.

- Restaurantes
- Casas de Banquetes
- Hoteles
- Salones de alquiler propios para eventos
- Oficinas
- Viviendas
- Instituciones

3) Pedido de Producción

Se enlistará cada uno de los requerimientos para evitar olvidar el más mínimo detalle, pero eso se contará previamente con los sitios en donde se adquirirán los productos o tercerizarán el servicio.

Se elaborará un cronograma de actividades con el tiempo y personal necesario para la realización del evento con sus respectivos responsables.

4) Lista de logística.

Previamente se contará con el medio de transporte tercerizado, para trasladar lo requerido elaborado en detalle, con tiempos y personal necesario.

5) Reporte de Consumo.

Una vez concluido el evento nuestro jefe de saloneros elaborará un reporte con todas las novedades suscitadas en el mismo, daños, pérdidas, roturas de menaje, consumos adicionales etc. Previa la elaboración de la factura final.

6) Factura

Se emitirán 2 facturas, una por el anticipo previo al evento del 40% del valor del evento, el 60% de saldo una vez concluido el mismo. En caso de que el cliente decidiera cancelar el evento se devolverá el valor abonado con una penalidad del 10%.

6.2.3 PLANIFICACIÓN GASTRONÓMICA

OBJETIVOS DEL SISTEMA DE PLANIFICACION GASTRONÓMICA

- Seleccionar platos que agraden al cliente y que a la vez sean rentables
- Establecer estándares que guíen otras actividades, por ejemplo si el cliente quisiera una fiesta árabe el local será diseñado a ese estilo.
- Crear imagen de mercado, al presentar varias alternativas al cliente.

INTERACCION DEL SISTEMA DE PLANIFICACION GASTRONOMICA CON OTROS DEPARTAMENTOS

- **El marketing y la planificación de menús.-** Utilizando información obtenida mediante un estudio de mercado, la planificación de la oferta gastronómica se basará en el conocimiento de las características dominantes, preferencias y deseos de los clientes. Generalmente los clientes demandan platos conocidos pues prefieren no aventurar a que no sea del agrado de los comensales.
- **El equipamiento y la planificación de menús.-** La planificación de la oferta gastronómica deberá tener en cuenta el equipamiento existente en la cocina o áreas de producción, no se debe ofrecer platos o productos que sean de difícil adquisición o no sean de la época.

- **Las compras y la planificación de menús.-** Dependiendo de la localización del negocio y por tanto de las posibilidades o limitaciones de compra que ofrezca el mercado.
- **El almacenamiento y la planificación de menús.-** La planificación de la oferta gastronómica deberá tener en cuenta la capacidad de almacenamiento del área de economato y equipos de almacenamiento.
- **El servicio y la planificación de menús.-** La planificación de la oferta gastronómica deberá ir acorde al tipo de servicio que se vaya a brindar ya que este puede ofrecer oportunidades o limitaciones en el desarrollo del mismo.
- **La gestión financiera y la planificación de menús.-** La planificación de menús ayuda a determinar la venta, rentabilidad y retorno de la inversión de la forma esperada.
- **Las limitaciones en la planificación de menús.-**
 - Higiene y seguridad
 - Requerimientos alimenticios
 - Disponibilidad de los insumos en el mercado
- **El perfil del consumidor**

La persona que planifica la oferta gastronómica debe tener un análisis de consumidores basado en el estudio de mercado para saber, quiénes son ellos, qué comida les gusta, por qué y con qué frecuencia acudirán a nuestro establecimiento.

Considerando que la comida es la más importante en la organización de un evento se debe tener en cuenta los siguientes aspectos en el momento de elaborar una oferta gastronómica: (7)

- 1) **La demanda.-** Si es un plato muy solicitado o que casi nunca se pide.
- 2) **El costo.-** Si es muy costoso o no el elaborarlo.
- 3) **El mercado.-** Podría servirlo durante todo el año o solo en temporadas
- 4) **La conservación.-** Es fácil o difícil de conservar.
- 5) **La variedad.-** Cada menú aporta con elementos nutritivos. indispensables para una comida equilibrada.
- 6) **La composición.-** Es variada o repetitiva.
- 7) **La armonización de sabores.-** Es importante que los sabores armonicen.
- 8) **La laboriosidad.-** Tiempo de elaborarlo
- 9) **El profesionalismo.-** Se necesita personal especializado para la preparación.
- 10) **El equipamiento.-** Se necesita escaso equipamiento técnico o mucho.
- 11) **La conservación post acabado.-** Se puede conservar luego de terminado el plato.
- 12) **La decoración.-** Se necesita mucha destreza o poca
- 13) **La sustitución.-** Es fácil o imposible de sustituir.

(7) GONZALEZ Cabrera Fausto, Banquetes

6.3. Precios

Nuestros precios deberán ser competitivos, y el margen de utilidad será pequeño hasta que nos posicionemos en el mercado y tengamos la capacidad instalada que nos permita dejar de tercerizar muchos de los servicios que se incluyen en la realización de un evento.

Una vez calculado el costo de un plato, nuestra margen de utilidad será del 30% , cabe anotar que los sondeos realizados a los restaurantes o sitios que ofrecen comida, generalmente se marginan del 40% al 50% de utilidad.

Los factores que directamente van ligados a la rentabilidad son:

- 1.- Los beneficios obtenidos
- 2.- Los recursos propios

Elementos y factores que inciden en contra de la rentabilidad son:

- 1.- Costos de materia prima
- 2.- Costos de mano de obra
- 3.- Aumento de la competencia, que tiene igual o similar servicio que nosotros en cuento a calidad, categoría y variedad.

INDICE O RATIOS DE EVENTOS

1. Índice de facturación por invitado =
$$\frac{\text{Facturación total del evento o banquete}}{\text{No. de comensales}}$$

2. Índice de No. de empleados por invitado =
$$\frac{\text{Personal de servicio mas personal de cocina}}{\text{No. de invitados}}$$

$$3. \text{ Índice de gasto de evento o banquete} = \frac{\text{Gastos fijos del año}}{\text{No. de eventos o banquetes del año}}$$

$$4. \text{ Índice de No. de comensales por evento} = \frac{\text{No. de comensales}}{\text{No. de eventos o banquetes}}$$

$$5. \text{ Índice de valor de consumo} = \frac{\text{Facturación de X}}{\text{No. de invitados que consumieron X}}$$

X = Bebidas Horas extras

 Carpas Transporte

 Flores Música

 Descorche etc.

PRECIO DE VENTA AL PUBLICO PARA EVENTOS Y BANQUETES

$$\text{PVP} = \frac{\text{Costo real} \times 100}{\% \text{ de utilidad}}$$

Ejemplo: Contratación de servicio de comida para un evento de 40 personas, cuyo menú es el siguiente.

Crepe de espinaca, ricota y nueces

Enrollado de pollo en salsa de champiñones

Lomo fino al vino

Papitas al vapor

Jardinera de legumbres
Arroz amarillo (servido en fuentes)
Barvarois de frutas

DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO DOLARES
8 lbs. de lomo fino	3,50
8 lbs. de filetes de pollo	1,20
2 funda de espinaca	0,50
4 fundas de champiñones	1,20
2 lts. de aceite	1,05
8 lbs. de arroz	0,30
1 funda de nueces	2,00
1 queso ricota	2,80
1 botella de vino tinto	3,00
½ funda de miga de pan	1,50
8 lbs. de papas	0,20
Frutas	12,00
1 Funda harina	1,10
1 Crema de leche	1,50
5 huevos	0,08

Trabajaron

1 jefe de eventos	20
3 meseros	15
1 cocinero	14
1 asistente de cocina	8

Encontrar el PVP y con una utilidad del 30%

LISTA DE PRECIOS

	SIN IVA	IVA
Lomo fino	32,00	
Pollo	14,60	
Aceite	2,10	0,25
Arroz	2,40	
Frutas	12,00	
Funda harina	1,10	
Crema de leche	1,50	
Huevos	0,40	
Nueces	2,00	0,22
Queso ricota	2,87	
Vino tinto	3,00	0,36
Miga de pan	0,75	
Harina	1,00	
Papas	1,60	
Legumbres	5,00	
Espinaca	1,00	
Champiñones	4,80	
Especias (sal, curry, comino, pimienta)	2,00	0,22
Frutas	10,00	
SUBTOTAL	99,12	1,05
Jefe de eventos	20	
Meseros	45	
Cocineros	14	
Asistente de cocina	8	
TOTAL	186,12	1,05

$$\text{PVP} = \frac{\text{Costo real} \times 100}{\% \text{ de utilidad}}$$

$$\text{PVP} = \frac{187,17 \times 100}{30}$$

$$\text{PVP} = \frac{623,90}{40}$$

$$\text{PVP} = \underline{15,59} \text{ por persona}$$

SUGERENCIAS DE BOCADITOS

BOCADITOS COCINA CALIENTE

Salchicha envuelta en tocino	0,25
Bolitas de carne a la costeña	0,30
Nuggets (filetitos de pollo)	0,45
Alitas de pollo	0,35
Minibrochetas mixtas	0,50
Minibrochetas de carne	0,50
Minibrochetas de pollo	0,50
Dados de Corvina	0,35
Dados de queso y jamón	0,20
Camarón brosterizado	1,00
Camarón al ajillo	1,30

Nota: los precios no incluyen IVA.

PASTELERIA

Coco, chocolate	0,40
Frutilla, uva	0,40
Caracoles con crema	0,40
Orejitas de chocolate	0,40
Tartaletas de uva, frutilla	0,40
Tartaletas de durazno, crema	0,40

BOCADITOS DE SAL

Vol-au-vent de pollo	0,40
Enrollado de salchicha	0,40
Esquinado de queso, carne, o pollo	0,40
Canapé de jamón, queso	0,40
Empanadita de pollo, carne, jamón	0,40
Tartaleta de carne, jamón, pollo	0,40
Petizu de pollo	0,40

Nota: los precios no incluyen IVA.

SUGERENCIAS DE MENU

MENU # 1

Crema de champiñones

Pollo a la cazadora

Lomo napolitano

Legumbre del huerto

Buñuelos de manzana con salsa de vainilla o

Torta de matrimonio rellena de duraznos o frutillas

Precio: \$ 11,50 + 22% p/p

MENU # 2

Bisque de langostinos perfumados

Sorbet de limón

Medallones de lomo con salsa de vino

Enrollados de truchas con salsa de almendras

Papa berny

Tomate con champiñones

Tulipán con fresas y helado de guanábana o

Torta de matrimonio rellena de duraznos o frutillas

Precio: \$ 13,50 + 22% p/p

MENU # 3

Jamón serrano con bolitas de melón

Sorbet de maracuyá

Medallones de corvina con salsa de camarones

Chuleta ahumada con salsa de tamarindo

Papa dauphine

½ tomate con champiñones

Crepps agri dulce y helado de mora o

Torta de matrimonio rellena de duraznos o frutillas

Precio: \$ 15,40 + 22% p/p

MENU # 4

Crepe de espinaca, ricota y nueces

Enrollado de pollo en salsa de champiñones

Lomo fino al vino

Papitas gratinadas

Jardinera de legumbres

Arroz amarillo (servido en fuentes)

Barvarois de frutas

Precio: \$ 15,59 + 22%

MENU # 5

Vol – au - vent de champiñones

Pollo en salsa de nueces

Filet mignon de carne

Papitas al vapor

Ensalada fresca

Arroz verde (servido en fuentes)

Budín de coco o mousse de chocolate en crema pastelera

Precio: \$ 16,20 + 22%

MENU # 6

Pangora a la termidor con ensalada waldorf

Sorbet de taxo

Chateaubriand de pollo con champiñones salteados

Steak a la pimienta negra

Papa bola salteada al perejil

Legumbres del huerto

Mousse de guanábana o

Torta de matrimonio rellena de duraznos o frutillas

Precio: \$ 16,50 + 22% p/p



MENU # 7

Mousse de salmón

Sorbete de limón

Medallón de pollo en salsa de maracuyá

Lomo al vino tinto

Ensalada caliente

Papita pera

Arroz con pasas (servido en fuentes)

Mousse de guanábana con salsa de mora

Precio. \$ 16,70 + 22% p/p

MENU # 8

Carapacho de cangrejo al gratín

Sorbete de champagne con mandarina

Chateaubriand

Enrollado de pavo en salsa de albaricoque

Papitas al perejil

Souflé de verduras

Arroz al curry o arroz negro (servido en fuentes)

Suspiro con helado y savaglione de frutas

Precio: \$ 17,20 + 22% p/p

MENU # 9

Enrollado de salmón

Canapé de caviar en pan tostado

Sinfonía de mariscos (medallón de langosta, pangora, trucha ahumada) con ensalada de palmito

Sorbete de mandarina

Medallones de lomo fino con champiñones y hiervas finas

Enrollado de pollo en salsa de vino blanco

Croqueta de arroz

Ataditos de vainita a la francesa

Mini zanahoria glaceada

Crepp Succette con helado de menta o

Torta de matrimonio rellena de duraznos o frutillas

Precio: \$ 17,50 + 22% p/p

MENU # 10

½ langosta con frutos del mar y ensalada de choclo

Sorbete de Guanábana

Enrollado de pavo con salsa de ciruelas

Tournedoss rossini con salsa berneza

Papa parisienne

Brócoli con tocino

Cassata napolitana con salsa de chocolate o

Torta de matrimonio rellena de duraznos o frutillas

Precio: \$ 19,20 + 22% p/p

EN TODOS INCLUYE: Cafés, tintos, aguas aromáticas

Mesas, sillas, mantelería, cubre sillas,
servicio de saloneros.

EXTRAS: Arreglos florales

BEBIDAS AL CONSUMO

1 botella de gaseosa de 2 lts. \$ 2,50 incluido de 22%

1 botella de agua mineral 2 lts. \$ 2,00 incluido de 22%

1 galón de agua sin gas \$ 2,60 incluido de 22%

1 funda de hielo \$ 1,60 incluido de 22%

Los menús han sido elaborados entre la señora Paquita Játiva socia de la empresa y el chef. Para el cálculo de los costos por persona se realizó con el apoyo de los otros

socios. Cabe recalcar que estos precios por persona están calculados para un mínimo de 10 personas, está incluido el 30% de utilidad.

SERVICIOS PARA EVENTOS

DECORACIÓN PARA RECEPCIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO
Toldos 6 x 8 recepción	32,00
Toldos de 6 x 6 para recepción y mesa de dulces	30,00
Toldos de 6 x 6 para pista de baile	30,00
Paredes de toldos para recepción y pista de baile	6,50
Lámparas para toldos de recepción y pista de baile	5,00

MESA PUESTA

DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO
Mesa para 8 personas	2,00
Mantelería de color a escoger	4,50
Opción 1 de cubre mantel	4,80
Opción 2 de tapetes	2,00
Capuchones para sillas	0,20
Lazos blancos para sillas	0,20
Servilletas	0,16
Forros para sillas	0,40
Platones base de vidrio azul	1,00
Ceniceros 2 por cada mesa	0,12



MENAJE ADICIONAL

DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO
Pista de baile de 6 x 6	288,00
Sillas	0,40

DECORACIÓN PARA DULCES

DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO
Mesa en forma de "s" para mesa de dulce	4,00
Faldones base blancos o dorados para mesa de torta	6,00
Manteles de color verde limón para decoración	4,50
Cubremanteles	4,80
Mantel de color a escoger	4,50
Candelabros de bronce con velas grandes	12,00
Arreglo especial para mesa de torta	15,00
Accesorios para mesa de torta (platos para dulces y cintas doradas)	15,80

ESTACIONES DE SERVICIO

DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO
Toldos de 6 x 6	28,00
Paredes sin ventana para servicio	6,50
Iluminaciones solo focos	2,00
Tableros para servicio	2,00
Toldo 4 x 4 para estación de bar	28,00
Paredes para estación de bar	6,50
Iluminación para toldo de bar	2,00
Tableros para bar	2,00
Manteles para tableros de bar	1,20

FLORES

DESCRIPCION	VALOR UNITARIO
Arreglo colgante para mesón de altar	9,00
Arreglo para sillas de novios	9,00
Opción de caminos de briceros y jardineras alternados	55,00
Opción de caminos de pétalos	
Arreglos intermedios en camino de pétalos	8,00
Forros de sillas para ceremonias	0,40
Lazos blancos para sillas de novios	0,20
Alfombra de 20m. Para camino en ceremonia	40,00

MANO DE OBRA Y MATERIALES

DESCRIPCION	VALOR UNITARIO
Ramo de novia suelto con cinta de organiza	9,00
Azahares: Novio, padrinos, pajecillo	3,50
Floristas: pompones	9,00
Floristas: coronas	9,00
Arreglos para damas	8,00
Arreglo para carro de novios con flores y pompón	9,00

ARREGLOS FLORALES PARA RECEPCIÓN

DESCRIPCION	VALOR UNITARIO
Centros de mesa diseñados	8,00
Cortinas especiales para parantes frontales de toldos	6,00
Arreglos en palmas y flores para parantes frontales	7,00
Hiedras para patas de toldos	2,50
Arreglos en copas de novios	3,50
Arreglos en paletas de torta	3,50

TORTA DE NOVIOS Y DULCES

DESCRIPCION	VALOR UNITARIO
Torta de novios	2,20
Bocaditos de dulce (4 personas)	0,28
Bocaditos de sal (aperitivo 2 por persona)	1,20

MUSICA

HORA S	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO
1	Grupo de cámara (ceremonia y/o recepción)	230,00
1	Dúo de cantantes para ceremonia	250,00
1	Trío de cantantes para ceremonia	160,00
5	Disco Móvil (mínimo 5 horas de contrato)	35,00

VIDEO Y FOTOGRAFIA

Nro.	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO
1	Video profesional(1 video master + 1 copia)	450,00
100	Fotografías en 5R mate o brillante Opción 1	2,50
100	Fotografías en 6R mate Opción 2	2,50

Los servicios propuestos indican sus costos en los que incluye la utilidad del 10% de la empresa, cabe señalar que los mismos son tercerizados.

Se cuenta con una base de datos de empresas que ofrecen bienes y servicios necesarios para la organización de un evento (Anexo 7).

6.4. Gestión de Compras / Capacidad Instalada / Logística

6.4.1. Gestión de Compras

La gestión de compras es crucial, para alcanzar el éxito en la reducción de costos de la Cadena de Suministros. A través de métodos inteligentes y de una cuidadosa elección e integración de los proveedores tanto de menaje, para la realización de eventos, como de los productos o servicios tercerizados, así como de los materiales para la elaboración de los buffetes, puede mejorar la calidad y reducir el costo del servicio.

La función del departamento de compras, o de aquel componente de la organización que tomase su lugar, está definida por el conjunto de actividades que se desarrollan en la empresa para cubrir las necesidades de materiales y servicios provenientes del exterior de la empresa. Los aspectos cuantitativos de estas necesidades corresponden a otros departamentos de la dirección de aprovisionamientos o de producción.

En general, la gestión de compras incluye la selección y gestión de proveedores de mercancías y servicios, la negociación de precios y términos de compra, y la adquisición de mercancías y servicios según el nivel de calidad definido.

Entonces, el principal objetivo del departamento de compras es realizar la compra del material necesario, en el tiempo que se precisa y al mejor

precio. En la función de compras se pueden distinguir cuatro sub funciones, a ser:

- La expresión de la necesidad (cualitativamente)
- La adquisición propiamente dicha.
- La puesta a disposición del usuario "interno".
- El control cuantitativo y cualitativo de lo adquirido.

Tanto la primera como la última de estas sub funciones, son compartidas con otros departamentos, en concreto, con producción o con distribución o comercial según los casos.

Los otros objetivos generales que persigue la gestión del aprovisionamiento son los siguientes:

- Apoyar en la consecución de los objetivos estratégicos, tales como el plan de negocio, estrategia de producción.
- Minimizar el costo total de la gestión de compras de acuerdo al plan de negocio de la empresa.
- Mejorar la calidad y el flujo de los bienes y servicio.
- Encontrar una fuente de suministros competente, fiable y con precios justos.
- Soportar y responder a los cambios de la demanda de los clientes.
- Minimizar el riesgo de aprovisionamiento o fluctuación de los precios.
- Gestionar a los proveedores para reducir el gasto y mejorar la calidad de las mercancías y servicios.
- Establecer relaciones de paternalismo con los proveedores clave.
- Optimizar el coste del aprovisionamiento en base al riesgo a asumir.

Importancia de la Gestión de Compras

La gestión de compras es uno de los puntos más significativos en la cadena de suministro. Está recogida en la norma ISO, donde están incluidos el aseguramiento de la calidad:

- Proceso de compras.
- Información de las compras
- Verificación de los productos comprados

Por otro lado, toda actividad que desarrolla la empresa genera una utilidad y la utilidad es susceptible de ser medida en términos monetarios; generalmente se identifica el beneficio como medida de la utilidad producida por la empresa. Puede afirmarse que la compra o la gestión de compras también reporta beneficio, aunque sea un beneficio indirecto, ya que sólo se hace efectivo una vez realizada la venta.

La utilidad de una buena gestión de compras está, básicamente, en adquirir lo que se quiere sin pagar más de lo necesario. Si dado un producto que se produce y se vende con cierto margen, somos capaces de limar los costes de los componentes que a él se incorporan, habremos aumentado, sin duda, el beneficio.

Por cierto entonces, que a través de la reducción de los costes asociados a las transacciones de las compras en base a una gestión de aprovisionamiento efectiva, una empresa puede mejorar directamente su margen de beneficios, trasladar los ahorros al cliente o conseguir una combinación de los dos sin afectar a la calidad de sus productos.

Los datos a tener en cuenta el momento de analizar el rendimiento de un banquete son: gasto medio por clientes, número de menú servidos, cifra de ventas y coste de materias primas.

PRINCIPALES COSTES A TENER EN CUENTA

COSTES DE VENTAS	Alimentos
	Bebidas
	Otros costes de ventas
SUELDOS Y SALARIOS	Personal fijo
	Horas extras
	Personal eventual
	Comida
	Uniformes
	Otros
OTROS GASTOS DIRECTAMENTE IMPUTABLES	Imprenta
	Decoración
	Orquesta
	Animación
	Alquiler de material
GASTOS GENERALES	Energía
	Lavandería
	Alquileres
	Mantenimiento
AMORTIZACION	Mobiliarios y enseres
	Pequeños materiales
	Otros

Qué se debe comprar?

La función compras no es un sujeto pasivo en la decisión de lo que se debe comprar; el conocimiento del mercado le permite y el interés de la empresa le exige que, el departamento de compras intervenga en la especificación del producto a adquirir.

Por ejemplo, se produce una importante reducción del precio en el momento en que se pasa de querer algo especial a querer algo normal o estándar.

Cuánto se debe comprar?

Los aspectos cuantitativos y temporales de la compra van a influir en la definición de un pedido o de un contrato. Las cantidades a comprar en un instante (t) no son las que se necesitan en ese mismo instante, sino que la compra es un hecho puntual para un consumo paulatino. Dependiendo de para cuánto tiempo compremos, habrá que comprar más o menos. La Gestión de Stocks puede facilitarnos la información necesaria para determinar las cantidades con racionalidad; el Sistema de Compras tendrá en cuenta los efectos de la cantidad sobre los costes directos y administrativos de la compra, adicional a la duración del producto y la rotación del mismo.

Cuándo se debe comprar?

Cabe destacar la importancia del factor tiempo: el plazo de aprovisionamiento es el tiempo que transcurre desde que se crea la

necesidad hasta que el artículo se encuentra en nuestro establecimiento, a disposición de utilizarlo.

Al hablar de aprovisionamientos se debe mencionar los diferentes tiempos que constituyen este plazo. Veamos ahora las causas que influyen principalmente en los plazos internos y externos a considerar.

Plazos internos

Dan lugar a la existencia de plazos internos las siguientes fases en las compras.

- 1) El calendario de reaprovisionamiento (según necesidades).
- 2) La agrupación de artículos para hacer un pedido importante (según conveniencias y duración del producto.)
- 3) Capacidad de almacenamiento.
- 4) El tiempo de la solicitud de compra.
- 5) El tiempo de recepción y distribución

Este es fundamental y es quizás, uno de los más complejos de optimizar. El plazo de recepción y distribución de la mercancía, una vez a nuestra disposición dependerá de la organización de las operaciones de recepción y almacenaje.

Plazos externos

El plazo externo lo conforman tanto el tiempo de entrega (el que el proveedor se compromete) como el tiempo de transporte, las causas

que determinan uno y otro son obvias, pero, como en los casos anteriores, ciertas deficiencias pueden alargarlos innecesariamente.

Estas son generalmente las siguientes:

- 1) Una mala negociación del plazo con el proveedor que no llegó hasta el límite de lo posible o que no valoró la importancia de este aspecto frente a otros.
- 2) La insuficiente vigilancia durante la ejecución del pedido, que permite a veces, reiteradamente los incumplimientos (evitables) por parte del proveedor.
- 3) El incumplimiento del plazo por el proveedor, que, según datos empíricos, se produce en noventa de cada cien casos.
- 4) La demora en el transporte

A efectos prácticos, la diferencia fundamental entre los plazos internos y externos se halla en que, mientras en los primeros está en nuestras manos reducirlos al mínimo, los segundos sólo podemos acotarlos de forma indirecta. Una organización concienzuda de las tareas y la correcta valoración de la importancia del factor tiempo, que comprometa más a todos en su ahorro, puede evitar problemas y costes a la función de compras y a toda la empresa.

En cuanto a los plazos externos, habremos de conseguir del proveedor y el transportista un cumplimiento estricto de los plazos convenidos. Nuestra gestión debe dirigirse a que, de la negociación, salga el plazo conveniente y que, una vez acordado se cumpla.

La negociación del plazo debe ser abierta y no demasiado severa: sería preferible conocer de antemano el plazo real de entrega (aunque fuese algo más largo) a que el proveedor aceptara un plazo que no pudiera cumplir. A la hora de realizar esa petición de oferta, será interesante referir que el proveedor oferte su mejor plazo (el menor siempre) y no que le informemos de cuál es el plazo que queremos.

A qué precio.

Cuando pagamos por una compra, pagamos no solamente el objeto físico de la mercancía, sino también las condiciones en que su entrega y pago se realizan (garantías, plazos, etc.). Dos ofertas del mismo producto y al mismo precio pueden ser muy distintas si entramos a valorar las demás condiciones del futuro contrato. No obstante el precio en su sentido convencional y estricto, tiene una importancia radical.

Como es lógico, debemos comprar, en principio, al precio más bajo posible. Ese precio más bajo coincidirá normalmente con el que se daría en un mercado perfectamente competitivo.

6.4.2. Capacidad instalada

Al inicio de las operaciones de “Sueños”, Asesoría & Eventos, contará con el menaje completo para realizar un evento para 100 personas, se adquirirá:

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
13	mesas redondas (tableros y soportes)	40	520
4	mesas largas para buffet	60	240
100	sillas de hierro forjado de tapiz beige	25	2.500
13	Manteles blancos	33	429
100	Servilletas blancas	0,77	77
13	Manteles cremas	33	429
100	servilletas cremas	0,77	77
13	Manteles dorados	44	572
100	Servilletas doradas	1,08	108
Para 100 personas	Vajilla color crema con filo dorado 10 piezas por persona	31,25	3.125
Para 100 personas	Cubertería completa 11 piezas por persona	18,21	1.821,44
300	Vasos	1,18	354
100	Juegos de copas 11 piezas por persona	20,69	2.069
6	Calentadores (samovares)	228,27	1.369,62
20	Bandejas	18,50	370
20	Cucharetas para servir	1,87	37,40
	Otros (2 espátulas, 2 tazones, 1 rallador, 2 cucharones, 2 cedazos, tabla de picar, cuchillos)		236,99
2	Ollas 76 Lts.	163,72	327,44
2	Olla alta 80 Lts	149,32	298,64
1	Sartén antiadherente 14 pulgadas	44,97	44,97
TOTAL			15.006,50

Con respecto a sobremanteles, adornos decorativos y cualquier adicional se alquilará en base al pedido de los clientes, y de acuerdo al color de su preferencia. Como lo hemos mencionado antes la inversión en el menaje solo cubrirá para la realización de eventos de

hasta 100 personas, poco a poco iremos creciendo y adquiriendo el menaje de acuerdo a la demanda que tengamos de nuestro servicio.

La cocina estará equipada con:

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO
1	Cocina industrial	395
1	Congelador industrial	2.100
1	Licuada industrial	422,72
1	Batidora industrial	1.330
1	Horno tipo industrial de 3 latas	972
TOTAL		5.219,72

Mobiliario y equipos

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
3	Sillones ejecutivos con brazos	130	390
4	Sillas sensa	38	152
4	Sillas secretaria	60	240
3	Escritorios en L tipo ejecutivo	200	600
1	Archivador	60	60
1	Telefax Panasonic	250	250
1	Computadora grande aporte de los socios		
1	Microcomputadora Laptop	1.600	1.600
1	Impresora láser	156,25	156,25
2	Lavadoras	334	668
2	Secadoras	429	858
2	Planchas	26,29	52,58
2	Tablas de Planchar	18	36
3	Tachos basura pequeños	3.45	10.35
2	Tachos basura grandes	10.53	21.06

30	Cestos plásticos apilables	1,46	43,80
30	Cestos	2,35	70,50
4	Cesto imperial para ropa	3,81	15,24
TOTAL			5.223,78

6.4.3. Logística

“Sueños”, Asesoría & Eventos, al inicio de sus operaciones no contará como un medio de transporte propio, la logística se realizará alquilando transporte para el menaje.

Material de limpieza

Como proveedor de artículos de aseo y limpieza tendremos a la empresa Prokind por ser la de precios más competitivos.

PRODUCTO	PRECIO
Desinfectante para pisos con aroma (envase de 5 gls.)	22,50
Cera líquida para pisos (envase 5 gls.)	25
Cloro líquido concentrado (envase 5 gls.)	11
Detergente en polvo industrial (envase de 20 Kg.)	26
Franela corte de 10 mts.	16,50

Papelería

El proveedor de papelería será la empresa Disprova, con los siguientes costos.

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
10	Resma con logo tipo de colores	10	100
1000	Sobres con ventanas logo tipo de colores	0,05	51,30
1	Facturas un block de 100 x 3 tamaño A4	19.60	19.60
200	Tarjetas de presentación	0.25	50.00
1	Block de proformas 2 partes	17.78	17.78
3	Grapadoras	1.9687	5.91
3	Perforadoras	2.250	6.75
10	Lápices mongol	0.2250	2.25
3	Sacagrapas	0.2475	0.74
10	Plumas Bic	0.1475	1.46
50	Carpetas Plásticas	0.4125	20.63
3	Cajas de vinchas	0.4525	1.36
10	Cajas Diskettes	0.2337	2.34
3	Cajas de Grapas	0.5067	1.53
1000	Hojas volantes con logo tipo de colores	0,02	20

Uniformes

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
20	Camisas	11,00	220,00
12	Pantalones	15,00	180,00
3	Corbatines	3,00	9,00
2	Bonetes de cocina	6,00	12,00
12	Delantales	10,00	120,00
		TOTAL	541,00

VII. MARCO LEGAL.

7.1. Constitución de la Compañía.

La Compañía será constituida de acuerdo a lo establecido en la Ley de Compañías, con la participación de tres socios quienes aportarán con el mismo capital para la constitución de la misma, la misma que será de responsabilidad limitada, que es la que se ajusta a los intereses de nuestra empresa por el capital con el que se va a constituir y por el número de accionistas.

La Compañía de Responsabilidad Limitada, " es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc. No serán de uso exclusivo o irán acompañadas de una expresión peculiar.

7.1.1. CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA- REQUISITOS

1. **EL NOMBRE.-** En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía.

Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Guayaquil, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías de Cuenca, Ambato, Machala y Portoviejo.

De conformidad con lo prescrito en el Art. 293 de la Ley de Propiedad Intelectual, el titular de un derecho sobre marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales que constatare que la Superintendencia de Compañías hubiere aprobado uno o más nombres de las sociedades bajo su control que incluyan signos idénticos a dichas marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales, podrá solicitar al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual –IEPI, a través de los recursos correspondientes, la suspensión del uso de la referida denominación o razón social para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida del signo protegido.

El nombre se lo registra en una de las ventanillas de la Superintendencia de Compañías dando únicamente el nombre de la compañía y los datos de la persona que solicita el registro con la cédula de identidad, este nombre queda registrado por tres meses hasta que se presente toda la documentación correspondiente para la constitución de la Compañía, si en los tres meses no se ha hecho el trámite se puede solicitar una prórroga, caso contrario el nombre se elimina de la base de datos.

2.- LA MINUTA.- Elaboración de la minuta por cualquier abogado, dirigida a un notario solicitando se inserte dentro de las escrituras

públicas a su cargo, la de constitución de la compañía, y haciendo constar las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- COMPARECIENTES.- Intervienen en el otorgamiento de esta escritura (nombres, nacionalidades y domicilios de las personas naturales o jurídicas que, en el número mínimo de 3 y máximo de 15, vayan a ser socias de la compañía. Si una o más de ellas son personas naturales se hará constar además el estado civil de cada una. La comparecencia puede ser por derecho propio o por intermedio de representante legal o de mandatario.)

SEGUNDA.- DECLARACION DE VOLUNTAD.- Los comparecientes declaran que constituyen, como en efecto lo hacen, una compañía de responsabilidad limitada, que se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Código de Comercio, a los convenios de las partes y a las normas del Código Civil.

TERCERA.- ESTATUTO DE LA COMPAÑÍA.- En la minuta deberán constar los estatutos de la compañía.

TITULO I.- Del nombre, domicilio, objeto y plazo

a.- Artículo 1º. Nombre.- de la compañía que se constituye

b.- Artículo 2º.Domicilio.- El domicilio principal de la compañía, podrá establecer agencias, sucursales o establecimientos en uno o más lugares dentro del territorio nacional o en el exterior, sujetándose a las disposiciones legales correspondientes.

c.- Artículo 3º. Objeto de la compañía.- se establecerá de acuerdo a lo dispuesto en el numeral 3º. Del artículo 137 de la Ley de Compañías. En cumplimiento de su objeto, la compañía podrá celebrar todos los actos y contratos permitidos por la ley.

d.- Artículo 4º. Plazo de duración de la compañía.- Se expresará en años, contados desde la fecha de inscripción de la escritura.

TITULO II.- Del capital

a.- Artículo 5º. Capital y Participaciones.- (El capital suscrito no puede ser menor a 400 dólares, dividido en número de participaciones sociales en que se fraccione el capital que deberá ser de un dólar o múltiplos de un dólar.)

TITULO III.- Del gobierno y de la administración

a.- Artículo 6º. Norma general.- El gobierno de la compañía corresponde a la junta general de socios, y su administración al gerente y al presidente. La representación legal, judicial y extrajudicial corresponderá al Gerente. En caso de falta temporal o definitiva, le subrogará el Presidente hasta que la Junta General nombre al titular.

b.- Artículo 7º. Convocatorias.- La convocatoria a junta general efectuará el gerente de la compañía, mediante nota dirigida a la dirección registrada por cada socio en ella, con ocho días de anticipación, por lo menos, respecto de aquél en el que se celebre la reunión. En tales ocho días no se contarán ni el de la convocatoria ni el de realización de la junta, (es optativo publicar en la prensa).

c.- Artículo 8°. De la Junta Universal de las facultades de la junta, del quórum de instalación y del quórum de decisión.- Se estará a lo dispuesto en la Ley de Compañías.

d.- Artículo 9°. El presidente y el Gerente ejercerán todas las atribuciones previstas para los administradores en la Ley de Compañías.

TITULO IV

DISOLUCION Y LIQUIDACIÓN

a.- Artículo 10°. Norma general.- La compañía se disolverá y se liquidará conforme se establece en la Sección XII de la Ley de Compañías.

DISPOSICION TRANSITORIA.- Los contratantes acuerdan autorizar al doctor (nombre del abogado que patrocina la constitución de la compañía), para que a su nombre solicite al Superintendente o a su delegado la aprobación del contrato contenido en la presente escritura, e impulse posteriormente el trámite respectivo hasta la inscripción de este instrumento.

En todo lo no estipulado en este estatuto, se estará a lo dispuesto en la Ley de Compañías y demás leyes afines.

En caso de controversia, las partes podrán someterse a la ley de Mediación.

3.- CAPITAL.- El capital suscrito, que no debe ser menor a 400 dólares, de acuerdo con lo dispuesto en la Resolución No. 99.1.1.3.008 del 7 de septiembre de 1999, publicada en el R.O. 278 del 16 de septiembre del mismo año, debe ser depositado en cualquier Banco de la ciudad para lo cual se deberá aperturar una cuenta denominada “CUENTA DE INTEGRACION DE CAPITAL”, valor que será devuelto una vez que se concluya con los trámites de constitución de la compañía, de no aperturarse esta cuenta se puede entregar las escrituras de bienes valorados en dicho valor.

El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Las aportaciones pueden consistir en dinero o en especies (bienes) muebles o inmuebles o, incluso en dinero y especies a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía. Si como especie inmueble se aportare a la constitución de una compañía un piso, departamento o local sujeto al régimen de propiedad horizontal será necesario que se inserte en la escritura respectiva copia auténtica tanto de la correspondiente declaración municipal de propiedad horizontal cuanto del reglamento de copropiedad del inmueble al que perteneciese el departamento o local sometido a ese régimen. Asimismo para que pueda realizarse la transferencia de dominio, vía aporte, de un piso, departamento o local, será requisito indispensable que el respectivo propietario pruebe estar al día en el pago de las expensas o cuotas de administración, conservación y reparación, así como el seguro. Al efecto, el notario autorizante exigirá como documento habilitante la certificación otorgada por el administrador, sin el cual no podrá celebrarse ninguna escritura.

En esta clase de compañías no es procedente establecer el capital autorizado. Conforme a lo dispuesto en el artículo 105 de la Ley de la materia, esta compañía tampoco puede constituirse suscripción pública.

4.- SOLICITUD DE APROBACION.- Tres copias de la Escrituras (Minuta elevada a escritura pública), conjuntamente con un oficio firmado por el abogado que elaboró la minuta, en donde se pida la aprobación del contrato constitutivo, y que conste su número de cédula de ciudadanía, dirección y teléfono, se ingresará a la Superintendencia de Compañías o a su delegado.

5.- NÚMEROS MINIMO Y MAXIMO DE SOCIOS.- La compañía se constituirá con tres socios (número mínimo), el máximo es de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía y disolverse.

6.- AFILIACIONES PREVIAS A LA OBTENCION DE LA RESOLUCION APROBATORIA POR PARTE DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS:

A LA CAMARA DE COMERCIO.- En caso de que la compañía vaya a dedicarse a cualquier género de comercio es indispensable obtener la afiliación a la respectiva Cámara de comercio, según prescribe el Art. 13 de la Ley de Cámaras de Comercio.

Cuando el objeto de una compañía comprenda dos o más actividades y para su desarrollo a la compañía le corresponda afiliarse a más de una Cámara de la Producción, compete a la Superintendencia de

Compañías establecer la Cámara a la que deba afiliarse, según se dispone en la Resolución NO. 99.1.1.3.0012 de 29 de octubre de 1999, publicada en el R.O. 316 del 11 de noviembre del 1999. (8)

Los trámites en la Superintendencia no tienen ningún costo, y si la documentación ingresada cumple con todos los requisitos, es aprobada la constitución de la compañía en tres días laborables, caso contrario hasta la devolución, rectificación y nuevo ingreso se demorará hasta 15 días. (Anexo 8)

Permisos de funcionamiento o licencias:

Servicio de Rentas Internas	\$ 15,00
Permiso Sanitario Dirección de Salud	\$ 120,00
Gobernación permiso de funcionamiento	\$ 20,00
Inscripción Cámara de Comercio	\$ 5,00
Cuota Cámara de Comercio	\$ 12,00
Patente Municipal	\$ 160,00
TOTAL	\$ 332,00

7.2. Propiedad intelectual

Patentes, derechos de autor, marcas registradas, derechos conexos, nombres de dominio, derechos sobre el patrimonio tangible e intangible, denominaciones de origen, denominaciones geográficas, etcétera, son parte del complejo mecanismo de la propiedad intelectual (PI), amplio concepto que abarca todas las producciones derivadas de la actividad intelectual en

(8 LEY DE COMPAÑIAS, Legislación Conexa, 11ava. Edición

los ámbitos, industrial, comercial, científico, literario o artístico, adquiriendo mayor importancia con la mundialización, la liberación del comercio y el alcance mundial de internet y del comercio electrónico. Pero como no existe un poder ni un control claramente definidos en las redes electrónicas, debido a que su uso como vehículo de comunicaciones y de transacciones comerciales, hace más urgente la necesidad de encontrar soluciones a esas cuestiones, porque dada la vulnerabilidad de las normas legales en internet, los interesados precisan de transmisiones seguras y confidenciales, habida cuenta de la facilidad y rapidez con la que hoy, a través de ese medio, se transmite material protegido por derechos de autor, con o sin autorización del titular, haciendo que el Derecho sea crucial, en particular el referido a marcas.

La Propiedad Intelectual (PI), como motor de desarrollo económico, es el mejor instrumento contra la competencia desleal y para garantizar la exclusividad en el mercado local e internacional, a fin de evitar que otros invadan sus derechos de autor y patentes, asimismo se precisa encontrar un equilibrio entre los derechos de autor y el derecho del público con objeto de incrementar la creación e incitar al sector privado a invertir en la investigación. De acuerdo a la información proporcionada por el IEPI (Anexo 9) no existe registrado el nombre “Sueños”, Asesoría & Eventos como empresa dedicada a la organización de eventos, se ha solicitado el detalle de todas las empresas de eventos, asesoría y el nombre “ Sueños “ que tengan su nombre inscrito en el IEPI. El nombre sueños, está registrado como:

TIPO DE BÚSQUEDA NOMBRE Y MARCA DEL SERVICIO

- Eslogan “ expresa tus sueños “ por la empresa Slogangrainman Cía. Ltda.
- “Grande como tus sueños” registrado por el Banco Bilbao Vizcaya Argentaria S.A.
- “Mimbre Y Bambú tejiendo sueños”, Anselmo Zarlenga Ramírez.
- “pedacitos de sueño”, Sociedad Financiera de las Américas.
- “Remodela tus sueños”, Kerámicos.
- “Sueños de Novia”, Asociación de cuentas en participación y tules.
- “Sueños de Soledad”, Jorge Díaz Maldonado.
- “Sueños Lingerie”, María Fernanda González de Alcívar.
- “Sueños y Aromas”, Mercedes Jeannet Doumet.
- “Sueños y Perfumes” Mercedes Jeannet Doumet.

Y el nombre eventos: Tipo de búsqueda MARCA DE SERVICIOS

- 1) Expo Eventos
- 2) Cable Eventos
- 3) Casa y Diseño Eventos
- 4) L & L Eventos

Por consiguiente, el nombre “Sueños”, Asesoría & Eventos, así como el logo pueden ser registrados en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, en patentes y marcas como un nombre exclusivo de nuestra propiedad. (Anexo 9).



De acuerdo a la consulta realizada en el Estudio Jurídico Bustamante & Bustamante, en el Departamento de Patentes y Marcas, la Dra. Carmen Robayo de Hidalgo Abogada de dicha firma, nos informa que el trámite de inscripción y Registro del nombre se lo puede realizar a través de dicho

estudio, el único documento que se debe presentar es la cédula de identidad del solicitante.

El trámite en el IEPI es corto aproximadamente 30 días, sin embargo previo a este trámite se realiza una búsqueda de la marca y el logo, eso toma aproximadamente tres meses, ellos lo realizan sin costo, para no correr el riesgo de que sea rechazado por existir el nombre registrado, una vez confirmado que el nombre y el logo no están registrados procedemos el trámite en el IEPI para inscribir la marca y el logo con un costo de \$ 2.000.

VIII. TECNOLOGIA

8.1. Capacidad tecnológica instalada

La empresa “Sueños” Asesoría & Eventos, contará con una computadoras laptop cuyo precio unitario es \$ 1.600,00y una impresora láser cuyo costo es de \$ 156.25, dos computadoras personales de uno de los socios, las mismas que estarán distribuidas de la siguiente manera.

- 1) Una computadora Laptop – Gerente
- 2) Una computadora personal – Jefe de ventas y Marketing.
- 3) Computadora personal- Asistente.

Las computadoras tendrán acceso al internet.

8.2. Características de la tecnología

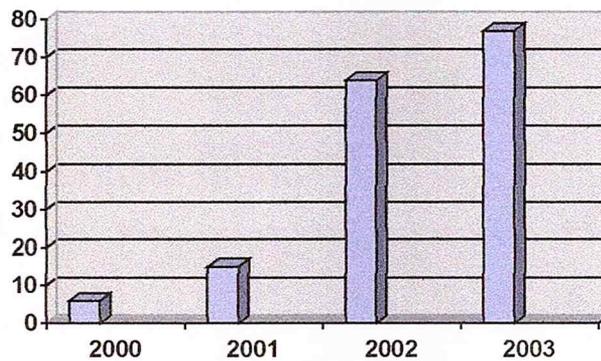
Por tratarse de una micro empresa no consideramos necesario tener una central o un departamento de sistemas y peor aún que exista un programa que les permita conectarse en red simultáneamente para obtener todos una misma información.

Se contará con acceso a Internet, las tres terminales o los tres usuarios tendrán su propio correo electrónico. Adicional a esto se contará con una página Web previamente diseñada que contendrá la información necesaria de nuestra empresa.

Debemos considerar que existe un número significativo de internautas en el Ecuador que día a día navegan por el Internet para realizar alguna actividad relacionada al trabajo, estudio o por simple entretenimiento y que, día a día aumentan con la penetración del Internet en nuevos hogares; por lo que nuestro Web tendrá gran aceptación en el medio.

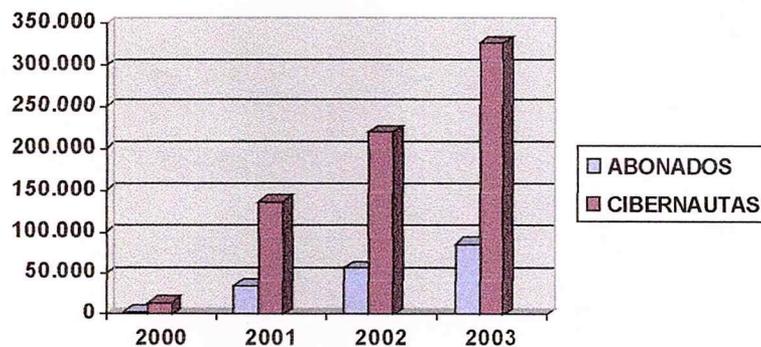
La afirmación anterior es sustentada con los siguientes gráficos y datos estadísticos:

PROVEEDORES DE INTERNET



Fuente: <http://www.conatel.gov.ec/>

ABONADOS DE INTERNET Y CIBERNAUTAS A NIVEL NACIONAL



Fuente: <http://www.conatel.gov.ec/>

Notas: (1) Estos datos fueron actualizados en junio 30 del 2004

(2) Las cifras de población se basan en los datos del sitio gazetteer.de.

(3) Las cifras de usuarios fueron tomadas de diversas fuentes, luego verificadas y consolidadas por Éxito Exportador.

(4) Se permite citar estas estadísticas siempre y cuando se indique a Éxito Exportador como la fuente original.

Fuente: <http://www.exitoexportador.com/stats2.htm#america>

VISITAS DIARIAS / MENSUALES EN ALGUNOS SITIOS WEB DEL ECUADOR

Sitios Web	Visitas	Período
Eluniverso.com	120.00	Diarios
Generacion21.com	4.000	Mes
Estaentodo.com	700.000	Mes
Redmande.com	1.600.000	Mes

Fuente: Datos recopilados en las mismas páginas.

Nuestra participación en el mercado al inicio abarcará solamente la ciudad de Guayaquil.

Nuestros usuarios

En el caso de los usuarios fue un poco difícil determinar el tamaño de la muestra, y para su mejor aproximación recurrimos a datos proporcionados por el INEC. (www.inec.gov.ec) y por la Súper Intendencia de Telecomunicaciones (www.supertel.gov.ec).

En un inicio pensamos que nuestra página web será consultada por usuarios que en la mayoría serían mujeres ya que por lo común, son ellas las que se

encargan de la organización de las fiestas y eventos en los hogares, esto es debido a que ellos poseen un muy buen gusto y mucha paciencia para visitar diversos lugares.

Según información proporcionada por el INEC, en el censo poblacional realizado en el 2001, en Guayaquil el 51% de los habitantes son mujeres, y en el área urbana encontramos 1.014.717 mujeres de las cuales 250.708 pertenecen a la población económicamente activa mayores a cinco años. Sin embargo esto no puede ser el tamaño de nuestro mercado objetivo, debido a que estas 250.708 mujeres muchas no tienen acceso a un computador por lo que se recurre a la información que proporciona la Superintendencia de telecomunicaciones. La cual nos indican que existen 102.350 usuarios a título personal y 4.787 planes corporativos, ambos datos al nivel nacional, por lo que determinar que porcentaje corresponde a Guayaquil nos basamos en los 268 cybers que existen en esta ciudad dentro de un universo de 991 a nivel nacional y así obtenemos que Guayaquil tiene una participación del 27% por lo que para obtener el número de usuarios en Guayaquil multiplicamos los 102.350 usuarios a nivel nacional por el 27% que corresponde a la de Guayaquil y así obtenemos 27.634 usuarios de los cuales debemos desagregar hombres de mujeres, por lo que nos basamos en el porcentaje proporcionado por el INEC que indica que las mujeres tienen una participación del 51% obteniendo así un mercado potencial de 14.093 usuarios que conocerán a través de nuestra página Web, nuestros servicios.

Adicional a darnos a conocer a través de nuestra página Web, tendremos la capacidad a través del Internet de enviar a las direcciones electrónicas de usuarios contando en la base de datos proporcionada por la Cámara de Comercio de Guayaquil. (Anexo 10 información en CD por tamaño).

IX . PLAN FINANCIERO

Evaluación del Proyecto

La metodología establecida para decidir sobre la conveniencia o no de financiar un determinado proyecto se denomina evaluación. Como su nombre lo indica, pondera los principales elementos de un proyecto y en función de su análisis se toma una decisión respecto al financiamiento.

El proyecto puede ser tan sencillo o extremadamente complejo, pero en ambos casos el proyecto involucra el uso de recursos para la obtención de beneficios, por lo que la evaluación deberá contestar a una pregunta: ¿La inversión requerida permitirá generar beneficios que justifiquen el uso de los recursos en ese fin?.

Para contestar esa pregunta se precisa una serie de antecedentes cuantificados en un término llamado “dinero”.

Los antecedentes son los datos que aparecen en el propio cuerpo del proyecto, en el estudio de mercado se conseguirá información de demanda y pronósticos de ventas; en el estudio técnico, necesidades físicas y materiales, así como su cronograma de utilización; en la estructura de costos, valores y cantidades de insumos y elementos para la operación y en la estructura financiera las necesidades a corto y largo plazo de capital, así como sus costos.

Lo anterior constituye factores que se considerarán para fundamentar de manera objetiva, la posibilidad de financiamiento de un proyecto.

Para que un proyecto sea satisfactorio estará ampliamente justificado desde el punto de vista social o empresarial, para lo que debe proveerse una rentabilidad atractiva que justifique la asignación de recursos o bienes, existirá una justificación muy clara de los beneficios sociales esperados frente a los costos de inversión y de operación del proyecto.

En general el análisis de un proyecto consiste en verificar que éste se encuentre definido en su totalidad y que todas las decisiones adoptadas con respecto a sus características básicas estén fundamentadas. Todo proyecto lleva implícito un riesgo que debe ser ponderado cuidadosamente, no solo por las consecuencias directas en los inversionistas, sino por los efectos indirectos en la rama industrial correspondiente y en la economía del país en donde se plantea su realización.(9)

9.1 INVERSIONES FIJAS

La inversión total necesaria para la instalación, constitución y operación de la empresa de realización y asesoría de eventos, en la ciudad de Guayaquil, objeto del presente estudio, es del orden de \$ 30.400,00 de los cuales la inversión fija participa con \$ 24.961,89 que equivale al 82,11% del total, la constitución de \$ 3.092,00 equivalente al 10,17% y el capital de operación de \$ 2.346,11 que corresponde 7,72%.

(9) EROSSA MARTÍN, Victoria Eugenia-Proyectos de inversión e ingeniería.

INVERSIONES FIJAS

Menaje	14,098.46
Equipo de Cocina	5,219.72
Equipo de Oficina	250.00
Equipo de Computación	1,756.25
Herramientas de Cocina	595.00
Equipo de Limpieza y Lavandería	1,580.46
Muebles y Enseres	1,462.00
Total de Inversiones Fijas	24,961.89

Al tercer año de operación se proyecta incrementar el menaje en lo que respecta a herramientas de cocina, equipo de limpieza y lavandería, con el objetivo de tener mayor capacidad instalada para atender a nuestros clientes y abaratar costos (alquiler de menaje adicional), debido a que hay eventos que se realizan con más de 100 personas; este costo lo cubriríamos con el flujo de fondos generados hasta este período.

GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Gastos de Constitución(Registro de marca y logo)	2,000.00
Desarrollo de Página Web(Nombre)	300.00
Línea de Teléfono	230.00
Instalación de Cable Modem(Fibra Óptica)	150.00
Tasas Municipales(Permisos de Funcionamiento)	332.00
Tramites Legales(Elaboración de Minuta)	80.00
Total de Gastos de Constitución	3,092.00

CAPITAL DE OPERACIÓN

Capital de Trabajo	2.346,11
Total de Capital de Operación	2.346,11

Una vez adquirido el menaje (activos), haber cancelado los permisos necesarios para poner en funcionamiento la empresa, incluyendo algunos activos diferidos, necesarios para la comercialización de nuestros servicios, nos queda un capital de trabajo para la puesta en marcha del proyecto.

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Las fuentes de financiamiento para la ejecución de este proyecto van a ser de dos tipos

- 1.- Internas; aportación de capital propio de los socios y
- 2.- Externas; crédito bancario (línea CFN).

Capital Propio: \$15.000, 00 debido a la aportación de los 3 socios con una cantidad de \$5.000,00 cada uno.

Crédito Bancario: Línea Multisectorial de la Corporación Financiera Nacional, a través de Produbanco con una tasa tomada del 9,43%.

Al ser la CFN una banca de desarrollo que fomenta la inversión en proyectos, se va a aprovechar la línea de crédito a través de la banca privada ya que la CFN por ser banca de segundo piso no puede colocar los recursos directamente al público y de esta manera beneficiarnos con una tasa competitiva.

Tabla de Amortización:

Monto: \$ 15.000,00

Tasa: 9.43%

Períodos: 48 meses



Pagos: mensuales

Dividendos decrecientes.

No. Dividendo	Fecha	Capital	Interés	Dividendo	Saldo
1	27/02/2005	312.50	117.88	\$ 430	14,687.50
2	29/03/2005	312.50	115.42	\$ 428	14,375.00
3	28/04/2005	312.50	112.96	\$ 425	14,062.50
4	28/05/2005	312.50	110.51	\$ 423	13,750.00
5	27/06/2005	312.50	108.05	\$ 421	13,437.50
6	27/07/2005	312.50	105.60	\$ 418	13,125.00
7	26/08/2005	312.50	103.14	\$ 416	12,812.50
8	25/09/2005	312.50	100.68	\$ 413	12,500.00
9	25/10/2005	312.50	98.23	\$ 411	12,187.50
10	24/11/2005	312.50	95.77	\$ 408	11,875.00
11	24/12/2005	312.50	93.32	\$ 406	11,562.50
12	23/01/2006	312.50	90.86	\$ 403	11,250.00
13	22/02/2006	312.50	88.41	\$ 401	10,937.50
14	24/03/2006	312.50	85.95	\$ 398	10,625.00
15	23/04/2006	312.50	83.49	\$ 396	10,312.50
16	23/05/2006	312.50	81.04	\$ 394	10,000.00
17	22/06/2006	312.50	78.58	\$ 391	9,687.50
18	22/07/2006	312.50	76.13	\$ 389	9,375.00
19	21/08/2006	312.50	73.67	\$ 386	9,062.50
20	20/09/2006	312.50	71.22	\$ 384	8,750.00
21	20/10/2006	312.50	68.76	\$ 381	8,437.50
22	19/11/2006	312.50	66.30	\$ 379	8,125.00
23	19/12/2006	312.50	63.85	\$ 376	7,812.50
24	18/01/2007	312.50	61.39	\$ 374	7,500.00
25	17/02/2007	312.50	58.94	\$ 371	7,187.50
26	19/03/2007	312.50	56.48	\$ 369	6,875.00
27	18/04/2007	312.50	54.03	\$ 367	6,562.50
28	18/05/2007	312.50	51.57	\$ 364	6,250.00
29	17/06/2007	312.50	49.11	\$ 362	5,937.50
30	17/07/2007	312.50	46.66	\$ 359	5,625.00
31	16/08/2007	312.50	44.20	\$ 357	5,312.50
32	15/09/2007	312.50	41.75	\$ 354	5,000.00
33	15/10/2007	312.50	39.29	\$ 352	4,687.50
34	14/11/2007	312.50	36.84	\$ 349	4,375.00
35	14/12/2007	312.50	34.38	\$ 347	4,062.50
36	13/01/2008	312.50	31.92	\$ 344	3,750.00
37	12/02/2008	312.50	29.47	\$ 342	3,437.50
38	13/03/2008	312.50	27.01	\$ 340	3,125.00



39	12/04/2008	312.50	24.56	\$	337	2,812.50
40	12/05/2008	312.50	22.10	\$	335	2,500.00
41	11/06/2008	312.50	19.65	\$	332	2,187.50
42	11/07/2008	312.50	17.19	\$	330	1,875.00
43	10/08/2008	312.50	14.73	\$	327	1,562.50
44	09/09/2008	312.50	12.28	\$	325	1,250.00
45	09/10/2008	312.50	9.82	\$	322	937.50
46	08/11/2008	312.50	7.37	\$	320	625.00
47	08/12/2008	312.50	4.91	\$	317	312.50
48	07/01/2009	312.50	2.46	\$	315	0.00

Total **15,000.00 2,887.94**

Calendario de Proyección de Ingresos

Proyección de ingresos por eventos anuales debido a su estacionalidad y eventos por mes:

DETALLE	Precio	# Eventos	Total
Fiestas infantiles			
Meses: Abril a Diciembre	533,78	27	14.412,17
3 fiestas x mes (40 niños promedio)			
Total de Fiestas Infantiles		27	14.412,17
Eventos Sociales			
Bautizos	497,00	6	2.982,00
Primera Comunión	785,70	5	3.928,50
Confirmaciones	785,70	5	3.928,50
Baby Showers	768,00	3	2.304,00
15 años	1.636,40	3	4.909,20
Cumpleaños	1.112,00	2	2.224,00
Grados	581,00	3	1.743,00
Matrimonio	4.613,00	9	41.517,00
Aniversarios	1.749,40	2	3.498,80
Despedidas de solteras	544,00	2	1.088,00
Total de Eventos Sociales		40	68.123,00
Eventos a Empresas			
Posesiones	1.256,00	2	2.512,00
Fiestas Navideñas para niños	760,00	2	1.520,00
Fiestas Navideñas a Empresas	1.138,20	2	2.276,40
Inauguraciones y clausuras	775,00	5	3.875,00
Conferencias	430,00	14	6.020,00
Lanzamiento de Productos	5.118,00	2	10.236,00
Total de Eventos a Empresas		27	26.439,40
TOTAL DE INGRESOS		94	108.974,57

Detalle de eventos por mes

Mes	# Eventos
Enero	5
Febrero	7
Marzo	7
Abril	9
Mayo	7
Junio	8
Julio	7
Agosto	7
Septiembre	7
Octubre	7
Noviembre	10
Diciembre	13

En base al número de eventos se calcula el gasto de transportación del Menaje:

Número de eventos en el año	Transporte	Total
94	\$80	\$ 7.520

Ingresos por Asesoramiento

Eventos de 200 a 500 personas promedio.(Sin menaje)

Matrimonios	\$ 1000
Lanzamientos de Productos o Servicios	\$ 2000
Inauguraciones y Clausuras	\$ 800
Conferencias, Seminarios	\$ 500

Febrero	1
Marzo	1
Abril	2
Agosto	2
Septiembre	1
Octubre	1
Noviembre	<u>2</u>
Total	10

“SUEÑOS, ASESORIAS & EVENTOS”

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVOS		PASIVOS	
Activos Corrientes		Pasivos Corrientes	
Efectivo	2,346.11	Obligaciones Bancarias C/P	3,750.00
Total de Activos Corrientes	2,346.11	Total Pasivos Corrientes	3,750.00
Activos Fijos		Pasivos a Largo Plazo	
Menaje	14,098.46	Obligaciones Bancarias L/P	11,250.00
Equipo de Cocina	5,219.72		
Equipo de Oficina	250.00		
Equipo de Computación	1,756.25		
Herramientas de Cocina	595.00		
Equipo de Limpieza y Lavandería	1,580.46		
Muebles y Enseres	1,462.00		
Total de Activos Fijos	24,961.89	Total Pasivos Largo Plazo	11,250.00
Activos Diferidos		PATRIMONIO	
Gastos de Constitución	3,092.00	Capital	15,400.00
Total de Activos Diferidos	3,092.00	Total de Patrimonio	15,400.00
TOTAL DE ACTIVOS	30,400.00	TOTAL DE PASIVOS Y PATRIMONIO	30,400.00

CUADRO DE DEPRECIACIONES

Activos Fijos		%	Depreciación Anual
Menaje	14,098.46	10.00%	1,409.85
Equipo de Cocina	5,219.72	10.00%	521.97
Equipo de Oficina	250.00	10.00%	25.00
Equipo de Computación	1,756.25	20.00%	351.25
Equipo de Limpieza y Lavandería	1,580.46	10.00%	158.05
Herramientas de Cocina	595.00	50.00%	297.50
Muebles y Enseres	<u>1,462.00</u>	10.00%	<u>146.20</u>
Total de Activos Fijos	24,961.89		2,909.81

Depreciación Anual 3er año

14,662.40	10.00%	1,466.24
1,643.68	10.00%	164.37
618.80	50.00%	309.40
<u>16,924.88</u>		<u>1,940.01</u>

Depreciación de Menaje, Herramientas de Cocina, Equipo de Limpieza y Lavandería por adquisición de nuevos activos fijos.

CUADRO DE AMORTIZACIÓN

Activos Diferidos		%	Amortización Anual
Gastos de Constitución	<u>3,092.00</u>	20.00%	<u>618.40</u>
Total de Activos Diferidos	3,092.00		618.40

9.2 BALANCE GENERAL PROYECTADO

Con el objeto de representar de una manera estimada la situación financiera del proyecto, registrando las fuentes de capital y las inversiones, se elaboró el Balance a cinco años, ya que de acuerdo a nuestras expectativas en estos cinco períodos aspiramos a ser líderes en este tipo de servicios ó tener una buena participación en el mercado.

El siguiente Estado Financiero nos arroja como resultado liquidez que se la puede colocar en inversiones temporales para ganar dinero no operativo al corto plazo y de alguna manera mantener estos ingresos extras junto con el flujo de fondos que tengamos al año, para poder adquirir nuestro propio vehículo y no incurrir en gastos de transporte; también hacemos notar que no tenemos cuentas por cobrar debido a la política de cobros que se implementaría, es decir antes que se efectúe el evento, haber cobrado la totalidad del mismo.

Las utilidades retenidas que se reporta a partir del segundo año es una gran oportunidad para emitir acciones aunque mínimo el valor, pero esto serviría para cubrir en cierta manera la inversión en nuevos activos que se piensa realizar en el tercer año y de la misma manera que nuestro capital se fortalezca y acceder a un nuevo préstamo para tener nuestras propias instalaciones en un futuro no tan lejano.

"SUEÑOS, ASESORIA & EVENTOS"

BALANCE GENERAL

	Años					
	0	1	2	3	4	5
Activos Corrientes						
Efectivo	2.346,11	12.688,40	26.505,08	28.752,62	52.138,37	83.654,50
Total de Activos Corrientes	2.346,11	12.688,40	26.505,08	28.752,62	52.138,37	83.654,50
Menaje	14.098,46	14.098,46	14.098,46	28.760,86	28.760,86	28.760,86
Equipo de Cocina	5.219,72	5.219,72	5.219,72	5.219,72	5.219,72	5.219,72
Equipo de Oficina	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
Equipo de Computación	1.756,25	1.756,25	1.756,25	1.756,25	1.756,25	1.756,25
Equipo de Limpieza y Lavandería	1.580,46	1.580,46	1.580,46	3.224,14	3.224,14	3.224,14
Herramientas de Cocina	595,00	595,00	595,00	1.213,80	1.213,80	1.213,80
Muebles y Enseres	1.462,00	1.462,00	1.462,00	1.462,00	1.462,00	1.462,00
Depreciación Acumulada		-2.909,81	-5.819,63	-10.669,45	-15.519,27	-20.369,09
Total de Activos Fijos	24.961,89	22.052,08	19.142,26	31.217,32	26.367,50	21.517,67
Activos Diferidos						
Gastos de Constitución	3.092,00	3.092,00	3.092,00	3.092,00	3.092,00	3.092,00
Amortización	0	-618,40	-1.236,80	-1.855,20	-2.473,60	-3.092,00
Total de Activos Diferidos	3.092,00	2.473,60	1.855,20	1.236,80	618,40	0,00
TOTAL DE ACTIVOS	30.400,00	37.214,08	47.502,54	61.206,73	79.124,26	105.172,17
Pasivos Corrientes						
Obligaciones Bancarias C/P	3.750,00	3.750,00	3.750,00	3.750,00		
Total Pasivos Corrientes	3.750,00	3.750,00	3.750,00	3.750,00	-	-
Pasivos Largo Plazo						
Obligaciones Bancarias L/P	11.250,00	7.500,00	3.750,00	0,00	0,00	0,00
Total Pasivos Largo Plazo	11.250,00	7.500,00	3.750,00	-	-	-
PATRIMONIO						
Capital	15.400,00	15.400,00	15.400,00	15.400,00	15.400,00	15.400,00
Utilidad o Pérdida en el Ejercicio		10.564,08	14.038,46	17.454,19	21.667,53	26.047,91
Utilidades Retenidas		0,00	10.564,08	24.602,54	42.056,73	63.724,26
Total de Patrimonio	15.400,00	25.964,08	40.002,54	57.456,73	79.124,26	105.172,17
TOTAL DE PASIVOS Y PATRIMONIO	30.400,00	37.214,08	47.502,54	61.206,73	79.124,26	105.172,17

9.3 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO

“SUEÑOS, ASESORIAS & EVENTOS”

ESTADO DE RESULTADOS

	Años				
	1	2	3	4	5
Ingresos	107.398,72	118.138,59	129.952,45	142.947,70	157.242,47
Egresos	90.827,62	96.117,48	102.573,33	108.959,42	116.383,00
Gtos. Operativos	31.577,31	34.133,44	36.933,16	40.000,57	43.362,20
Gtos. Administrativos	48.928,55	51.905,08	56.687,77	60.301,29	64.494,83
Gtos. Ventas	5.541,12	5.651,94	2.939,01	2.997,79	3.057,74
Gtos. Financieros	1.252,42	898,80	545,17	191,55	-
Gtos.de Deprec.y Amortización	3.528,21	3.528,21	5.468,22	5.468,22	5.468,22
Utilidad antes de Part. Trab.	16.571,10	22.021,12	27.379,12	33.988,28	40.859,47
Particip. de Trabajadores	2.485,67	3.303,17	4.106,87	5.098,24	6.128,92
Utilidad antes Impto.Renta	14.085,44	18.717,95	23.272,26	28.890,04	34.730,55
Impuesto a la Renta	3.521,36	4.679,49	5.818,06	7.222,51	8.682,64
Utilidad Neta	10.564,08	14.038,46	17.454,19	21.667,53	26.047,91
Utilidad Acumulada	10.564,08	24.602,54	42.056,73	63.724,26	89.772,17

La utilidad obtenida en los primeros tres años es mínima debido a que los eventos presupuestados son conservadores, y nuestra introducción en el mercado con este tipo de servicio en lo que concierne a precios, es modesto ya que apenas se trabaja con un 30% de ganancia, y se sabe que nuestra competencia directa e indirecta trabaja desde un 40 a 50%.

El incremento proyectado es del 10% sostenido por año, detallados en valores y en número de eventos:

Ingreso por año x Número Eventos	#	#	Ingreso por año x Valores	\$	\$
Año 1	94		Año 1	108.974,57	
Año 2	103	9	Año 2	119.872,02	10.897,46
Año 3	114	10	Año 3	131.859,23	11.987,20
Año 4	125	11	Año 4	145.045,15	13.185,92
Año 5	138	13	Año 5	159.549,67	14.504,52

Ingreso por año x Asesorías Eventos	#	#	Ingreso por año x Valores	\$	\$
Año 1	10		Año 1	11.312,00	
Año 2	11	1	Año 2	12.443,20	1.131,20
Año 3	12	1	Año 3	13.687,52	1.244,32
Año 4	13	1	Año 4	15.056,27	1.368,75
Año 5	15	1	Año 5	16.561,90	1.505,63

9.4 FLUJO DE CAJA

	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Ingresos		122.632,68	145.003,63	172.051,83	188.854,04	228.249,93
Saldo inicial		2.346,11	12.688,40	26.505,08	28.752,62	52.138,37
Ventas		120.286,57	132.315,22	145.546,75	160.101,42	176.111,56
Egresos		109.944,28	118.498,55	143.299,21	136.715,67	144.595,43
Gtos. Operativos		31.577,31	34.133,44	36.933,16	40.000,57	43.362,20
Gtos. Administrativos		48.928,55	51.905,08	56.687,77	60.301,29	64.494,83
Gtos. Ventas		5.541,12	5.651,94	2.939,01	2.997,79	3.057,74
Gtos. Financieros		1.252,42	898,80	545,17	191,55	
Pago Préstamo		3.750,00	3.750,00	3.750,00	3.750,00	
IVA pagado		12.887,85	14.176,63	15.594,29	17.153,72	18.869,10
Part.Trab. e Impto.Renta		6.007,02	7.982,66	9.924,93	12.320,75	14.811,56
Compra de Activos Fijos				16.924,88		
SALDO FINAL		12.688,40	26.505,08	28.752,62	52.138,37	83.654,50
CONTRIBUCIÓN ANUAL	-2.346,11	12.688,40	13.816,68	14.935,94	37.202,43	46.452,07
TIR	553%					
VAN	\$87.730,22					
	-					
	28.053,89	12.688,40	13.816,68	14.935,94	37.202,43	46.452,07
TIR INVERSIÓN	57,97%					
VAN INVERSIÓN	\$62.022,44					

Después de haber realizado la inversión inicial para arrancar con el proyecto, nos quedaría un capital de trabajo de \$2.346,11 que a través de las proyecciones hechas, cubriendo todos los gastos, pagando los debidos impuestos y cancelando las obligaciones contraídas, nos da como resultado un flujo de caja aceptable.

9.5 INDICES FINANCIEROS

INDICE DE LIQUIDEZ

Capital de Trabajo = Act.Corriente - Pas.Corriente

Año 1	12.688	3.750	=	8.938
Año 2	26.505	3.750	=	22.755
Año 3	28.753	3.750	=	25.003
Año 4	52.138	-	=	52.138
Año 5	83.655	-	=	83.655

Indice de Solvencia = Act.Corriente / Pas.Corriente

Año 1	12.688	3.750	=	3,38
Año 2	26.505	3.750	=	7,07
Año 3	28.753	3.750	=	7,67
Año 4	52.138	-	=	-
Año 5	83.655	-	=	-

INDICE DE RENTABILIDAD

ROE = Utilidad Neta / Patrimonio * 100 %

Año 1	10.564	25.964	=	40,69
Año 2	14.038	40.003	=	35,09
Año 3	17.454	57.457	=	30,38
Año 4	21.668	79.124	=	27,38
Año 5	26.048	105.172	=	24,77

ROA = Utilidad Neta / Activos Totales * 100

Año 1	10.564	37.214	=	28,39
Año 2	14.038	47.503	=	29,55
Año 3	17.454	61.207	=	28,52
Año 4	21.668	79.124	=	27,38
Año 5	26.048	105.172	=	24,77

Margen Neto de Utilidades = Utilidad Neta / Ventas Netas * 100

Año 1	10.564	107.399	=	9,84
Año 2	14.038	118.139	=	11,88
Año 3	17.454	129.952	=	13,43
Año 4	21.668	142.948	=	15,16
Año 5	26.048	157.242	=	16,57

INDICE DE APALANCAMIENTO

%

Pasivo Totales / Patrimonio * 100

Año 1	11.250	25.964	=	43,33
Año 2	7.500	40.003	=	18,75
Año 3	3.750	57.457	=	6,53
Año 4	-	79.124	=	-
Año 5	-	105.172	=	-

INDICE DE ENDEUDAMIENTO

%

Pasivo Totales / Activos Totales * 100

Año 1	11.250	37.214	=	30,23
Año 2	7.500	47.503	=	15,79
Año 3	3.750	61.207	=	6,13
Año 4	-	79.124	=	-
Año 5	-	105.172	=	-

INDICES FINANCIEROS

En base al **Índice de Liquidez** se contempla que se cuenta con un capital de trabajo muy bueno para todos los años proyectados aún invirtiendo en el tercer año, esto de se debe al ingreso por asesoría y al incremento de eventos período a período.

La solvencia del ejercicio muestra que por cada dólar tenemos 2.38 centavos de dólar para cubrir de activos para hacer frente a dicho pasivo de deuda en el primer año, en el segundo año es de \$6.07 y en el tercero \$ 6.67.

Los Indicadores de Rentabilidad dan como resultado que la utilidad neta representa un 9.84% del total de ingresos en el primer período, 11.88%(2do), 13.46%(3ero), 15.16%(4to) y 16.57%(5to) con un incremento porcentual del 82.78%, 88.47%, 88.61%, 91.50%. El rendimiento sobre los activos resulta en un 28.39% para el primer período, 29.55%(2do), 28.52%(3ero), 27.38%(4to) y 24.77%(5to) con un incremento del 96.06%, 103.63%, 104.14%, 110.57% de los años siguientes.



El rendimiento sobre el Patrimonio alcanzó 40.69% en el primer período, 35.09%(2do), 30.38%(3ero), 27.38%(4to) y 24.77%(5to) con un incremento porcentual del 115.94%, 115.52%, 110-93%, 110.57%.

El **Índice de Apalancamiento** es del 43.33% en el primer año, que significa que nuestras obligaciones las estamos cubriendo con capital propio y la diferencia con el préstamo , 18.75% segundo año y del 6.53% tercer año.

De la misma manera el **Índice de Endeudamiento** nos dice que el 30.23% de nuestros activos están cubriendo las obligaciones en el primer período, para el segundo año del 15.79% y del 6.13% para el tercero.



9.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los beneficios. Si los costos de una empresa sólo fueran variables, no existiría problema para calcular el punto de equilibrio.

El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.

La utilidad general que se le da al punto de equilibrio es que, es posible calcular con mucha facilidad el punto mínimo, en este caso de ventas al que debe operarse para no incurrir en pérdidas, sin que esto signifique que aunque haya ganancias éstas sean suficientes para hacer rentable el proyecto.

En el punto de equilibrio, los ingresos se igualan a los costos totales

PE = Punto de equilibrio

CF = Costo fijo

CV = Costo variable

V = Ventas totales

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

Compras	21.794,91	23.974,40	26.371,85	29.009,03	31.909,93	CV
Transporte	7.520,00	7.670,40	7.823,81	7.980,28	8.139,89	CF
Sueldos y Salarios	26.400,00	26.928,00	27.466,56	28.015,89	28.576,21	CF
Beneficios Sociales	7.339,60	9.686,39	12.080,12	14.521,72	17.012,16	CF
Arriendo	7.200,00	7.344,00	7.490,88	7.640,70	7.793,51	CF
Servicio de Internet	600,00	612,00	624,24	636,72	649,46	CF
Teléfono Celular	432,00	440,64	449,45	458,44	467,61	CF
Teléfono	720,00	734,40	749,09	764,07	779,35	CV
Luz	1.800,00	1.836,00	1.872,72	1.910,17	1.948,38	CV
Agua	960,00	979,20	998,78	1.018,76	1.039,13	CV
Mantenimiento de Página Web	1.000,00	1.020,00	1.040,40	1.061,21	1.082,43	CF
Hosting	120,83	132,91	146,20	160,82	176,90	CF
Uniformes	541,00	541,00	541,00	541,00	541,00	CF
Utiles de Limpieza	196,95	0,00	200,89	0,00	204,91	CF
Material de Limpieza	1.291,70	1.317,53	2.687,77	3.225,32	3.870,39	CV
Suministros de Oficina	313,08	319,34	325,73	332,24	338,89	CF
Utiles de Oficina	13,40	13,67	13,94	14,22	14,50	CF
Publicidad	5.541,12	5.651,94	2.939,01	2.997,79	3.057,74	CF
Gastos de Intereses	1.252,42	898,80	545,17	191,55	0,00	CF
Depreciación	2.909,81	2.909,81	4.849,82	4.849,82	4.849,82	CF
Amortización	618,40	618,40	618,40	618,40	618,40	CF

PE según # eventos

\$ eventos base = \$ 23.083,18 # eventos base = 17

Veces = PE + IVA / \$ eventos base **PE # Eventos** = # eventos base x # veces

Primer Año

CF + Cv = CT

61.998.61 + 26.566.61 = 88.565.22

		PE + IVA	PE # Eventos
PE =	<u>61.998.61</u> = 85.284.96	95.519.16	70
	1- <u>26.566.61</u>		
	97.298.72		

PE # Eventos = 95.519.16/23.083,18 = 4,14 * 17 = 70 eventos



Segundo Año

CF + Cv = CT

$$64.787.30 + 28.841.54 = 93.628.84$$

	PE + IVA	PE # Eventos
PE = <u>64.787.30</u> = 88.685.95	99.328.26	73
1- <u>28.841.54</u>		
107.028.59		

$$\text{PE \# Eventos} = 99.328.26 / 23.083,18 = 4,30 * 17 = 73 \text{ eventos}$$

Tercer Año

CF + Cv = CT

$$67.155.62 + 32.680.21 = 99.835.82$$

	PE + IVA	PE # Eventos
PE = <u>67.155.62</u> = 92.959.58	104.114.73	77
1- <u>32.680.21</u>		
117.731.45		

$$\text{PE \# Eventos} = 104.114.73 / 23.083,18 = 4,51 * 17 = 77 \text{ eventos}$$

Cuarto Año

CF + Cv = CT

$$70.020.81 + 35.927.36 = 105.948.16$$

	PE + IVA	PE # Eventos
PE = <u>70.020.81</u> = 96.904.08	108.532.27	80
1- <u>35.927.36</u>		
129.504.60		

$$\text{PE \# Eventos} = 108.532.27 / 23.083,18 = 4,70 * 17 = 80 \text{ eventos}$$



Quinto Año

CF + Cv = CT

73.523.43+ 39.547.18= 113.070.62

	PE + IVA	PE # Eventos
PE = <u>73.523.43</u> = 101.778.27	113.991.66	84
1- <u>39.547.18</u>		
142.455.06		

PE # Eventos = 113.991.66/23.083,18 = 4,94 * 17 = 84 eventos

9.7 VALOR ACTUAL NETO

El valor actual neto es la diferencia entre el valor actual de la inversión y el valor actual de la recuperación de fondos, en tal forma que al aplicar una tasa, que se considere como la mínima aceptable para la aprobación de un proyecto de inversión, se determina además, el índice de conveniencia del proyecto, que no es sino el factor que resulte de dividir el valor actual de la recuperación de fondos entre el valor actual de la inversión; así una empresa en donde se establezca un parámetro de rendimiento de la inversión y a las entradas de fondos se obtenga por diferencia el valor actual neto, que si es positivo, indicará que la tasa interna de retorno excede el mínimo necesario y que si es negativo, la tasa de rendimiento es menor de los requerido y por lo tanto estará sujeta a rechazo.

El VAN, permite encontrar todo el beneficio y todo el costo o su valor equivalente en el año 0, o es posible que se elija otro año como año de referencia base.

El VAN puede ser positivo, cero o negativo. Si es positivo significa que los beneficios netos están arriba del costo de oportunidad, es decir que después de cubrir todos los costos en los cuales se incluye la inversión y el costo de oportunidad, el proyecto genera recursos adicionales; si el VAN es cero, implica que el proyecto permite cubrir exactamente todos los costos, erróneamente se suele decir que en este caso el proyecto no gana ni pierde cuando en realidad lo que se debe decir es que los beneficios del proyecto alcanzan tan solo a compensar los costos de oportunidad de sacrificar otras alternativas de inversión. El VAN negativo, implicará por tanto que los beneficios netos del proyecto no compensan los costos de oportunidad de dejar de lado las alternativas de inversión.

La fórmula para el cálculo del VAN es:

$$VAN = -P + \frac{FNE}{(1+i)^1} + \frac{FNE}{(1+i)^2} + \frac{FNE}{(1+i)^3} + \frac{FNE}{(1+i)^4} + \frac{FNE}{(1+i)^5}$$

En donde:

VAN = Valor Actual Neto

P = Inversión inicial

FNE= Flujo Neto de efectivo

i= Tasa de descuento o costo ponderado de capital

De acuerdo al flujo de caja da como resultado \$ 87.730.22 monto que representa el rendimiento de la inversión el día de hoy.

9.8 TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa interna de retorno (TIR), es la tasa de descuento por la cual el valor presente neto es igual a cero, o es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

Si el valor presente neto es positivo, esto significa que se obtienen ganancias a lo largo de los cinco años de estudio por un monto igual a la tasa de descuento aplicada, más el valor del Valor Presente Neto. Es claro que si el VPN=0 sólo se estará ganando la tasa de descuento aplicada, y un proyecto debería aceptarse con ese criterio, ya que se está ganando lo mínimo fijado como rendimiento.

La TIR puede ser calculada en forma manual a través de un proceso de aproximación, o de prueba de error, mediante interpolaciones o extrapolaciones lineales. Se utiliza la tasa de descuento que corresponde al costo ponderado de capital con la que fue calculada el VAN y otra tasa de descuento escogida al azar.

La TIR, está situada entre las dos tasas.

La TIR, se puede calcular mediante la siguiente fórmula:

$$TIR = TD - VAN \frac{TD - TD}{VAN - VAN}$$

En donde:

TIR = Tasa Interna de Retorno



TD= Tasa de descuento elegida al azar

VAN= Valor actual neto obtenido con la TD escogida al azar

VAN= Valor actual neto obtenido con la tasa de descuento del costo de oportunidad.

TD= Tasa de descuento (Costo Ponderado de Capital)

La TIR del proyecto es del 533% que es sumamente alta, debido a que el préstamo y la aportación inicial se consumió en el año cero con la compra de todos los implementos de trabajo , quedando -\$2.346.11 de capital de trabajo haciendo rendir este remanente hasta \$46.452.07 en el quinto año.

X. CONCLUSIONES

1. De acuerdo al estudio de mercado se pudo determinar que existe demanda para la realización de eventos, para cubrir parte de esa demanda se realizó este estudio para la implementación de la empresa "Sueños", Asesoría & Eventos. En el primer año se proyecta la realización de 94 eventos, siendo conservadores en esta cifra y pese a ello en el primer año se proyecta utilidad.
2. La empresa de realización y asesoría de eventos contará con personal altamente capacitado en las áreas requeridas. Para la administración con un gerente, un subgerente que apoyará en la parte de marketing, un jefe de eventos en el área operativa (producción) como staff de la empresa.
3. Al inicio de las operaciones se contará con menaje propio para 100 personas y en el tercer año se estará en capacidad de adquirir menaje para 100 personas más, de acuerdo a los objetivos planteados.
4. Del estado de resultados se concluye que la empresa generaría en su primer año de operación una utilidad neta de \$ 10.564.08.
5. El incremento en las ventas de un año a otro es de un 10%, lo que nos permite cubrir todos los gastos operativos y obtener una utilidad acumulada al quinto año de \$ 89.772.17.
6. No se realizará inversión en infraestructura, el local será alquilado el mismo que cuenta con los requerimientos para el normal funcionamiento de la empresa. Se realizará inversión en equipos de oficina, mobiliario, maquinaria y equipo y enseres menores por un valor de \$ 24.961,89.

7. Las fuentes de financiamiento serán con aporte de los socios por \$ 5.000,00 cada uno, y crédito bancario por \$ 15.000,00 a una tasa de interés del 9,43% a cuatro años plazo con pagos mensuales.
8. Del estado de origen y aplicación de fondos, se estima que la empresa, cerraría el primer año de operación con saldo final de caja de \$ 12.688.40.
9. Del balance general, se revela que los activos totales de la empresa para el primer año de operación suman \$ 30.400,00.
10. Los pasivos de la empresa para el primer año de operación suman \$ 15.000,00, de los cuales \$ 3.750,00 corresponden a obligaciones a corto plazo y \$ 11.250,00 pertenecen a obligaciones de plazos mayores a un año.
11. Una vez posicionados en la mente del consumidor , tener nuestro mercado bien definido y haber cumplido con las expectativas proyectadas en nuestro flujo de caja al quinto año (\$83.654.50), comenzaríamos a incursionar en el resto de cantones de la provincia del Guayas con una publicidad bien direccionada.
12. Así se halla disminuido la publicidad en el tercer año debido al reconocimiento alcanzado hasta esta fecha, no dejaremos de hacer un seguimiento a nuestros clientes captados, porque sí se da una buena atención postventa, nuestra manera de promocionarnos será a través de clientes satisfechos.
13. La diferenciación de nuestro servicio será dar la facilidad de armar un evento a través de la página web, posteriormente hacer el seguimiento respectivo para el contacto con el cliente vía correo electrónico,

telefónicamente o visita, tratando de ofrecer algo más por habernos contactado para hacerlo más atractivo.

El otro aspecto a ofrecer será el de la limpieza después de haber concluido la atención prestada ya que la mayoría de negocios con similares características no ofrece este servicio adicional.

14. Otro objetivo planteado sería estar al tanto de la competencia, a través de Benchmarking realizada por nuestro Subgerente de Marketing y Ventas, dando los recursos necesarios para realizar este estudio y a la vez generando fuentes de trabajo temporales para tener información actualizada.

XI. BIBLIOGRAFÍA

- 1.- ANDERSON Rolph E. / Hair Joseph F. Jr.,** Administración de ventas. 2da. Edición, Ed. Mc Graw-Hill. México , México 1995.
- 2.- CHAIN Sapag Nassir,** Evaluación de proyectos de inversión en la empresa – Primera Edición.
- 3.- CANALES Francisca H. / Alvarado Eva Luz,** Metodología de la Investigación. Ed. Limusa. México, México 1986.
- 4.- ENCICLOPEDIA SOPENA DEL HOGAR,** Tomo 3, Editorial Ramón Sopena S.A. Provensa 95, Barcelona, España.
- 5.- EROSSA Martín Victoria Eugenia,** Proyectos de la Inversión e Ingeniería.
- 6.- FOGARTY Donald W. / Blackstone John E. Jr. / Hoffman Thomas R.,** Administración de la Producción e Inventarios. 2da. Edición. Ed. CECSA, México, México 1994.
- 7.- GONZALEZ Cabrera Fausto,** Banquetes, 1ra. Edición
- 8.- GOMEZ M. Elodia,** Técnicas de superación femenina VOL.2, Editorial Norel, 1era. Edición. 1992, México D.F., México.
- 9.- HARRINGTON H. J.,** Mejoramiento de los procesos de la Empresa, 1era. Edición, Ed. Mc Graw-Hill. Bogotá, Colombia 1994.

10.- INTERNET

W.W.W.GUIA DEL MUNDO.COM
W.W.W.INEC.GOV.EC
W.W.W.SUPERTEL.GOV.EC
W.W.W.CONATEL.GOV.EC
W.W.W.BODASECUADOR.COM
W.W.W.TURISVISION.COM
W.W.W.ÉXITOEXDPORTADOR.COM

11.- **LEY DE COMPAÑIAS**, Legislación Conexa, 11ava. Edición, Actualizada septiembre 2004, Quito, Ecuador.

12.- **MONTALVO Mariana**, Introducción al mundo del Mercado de Capitales, Tomo II, 1era. Edición.

13.- **PORTE Evelia**, La Etiqueta de la Boda, Ediciones Gamma 1994, 1era. Edición. Bogotá, Colombia.

14.- **SERNA Gómez Humberto**, Planeación y Gestión Estratégica. 2da. Edición, Editorial Legis. Bogotá Colombia 1994.

15.- **SUPLEMENTO LA REVISTA**- Diario el Universo, Junio 4/ 2004

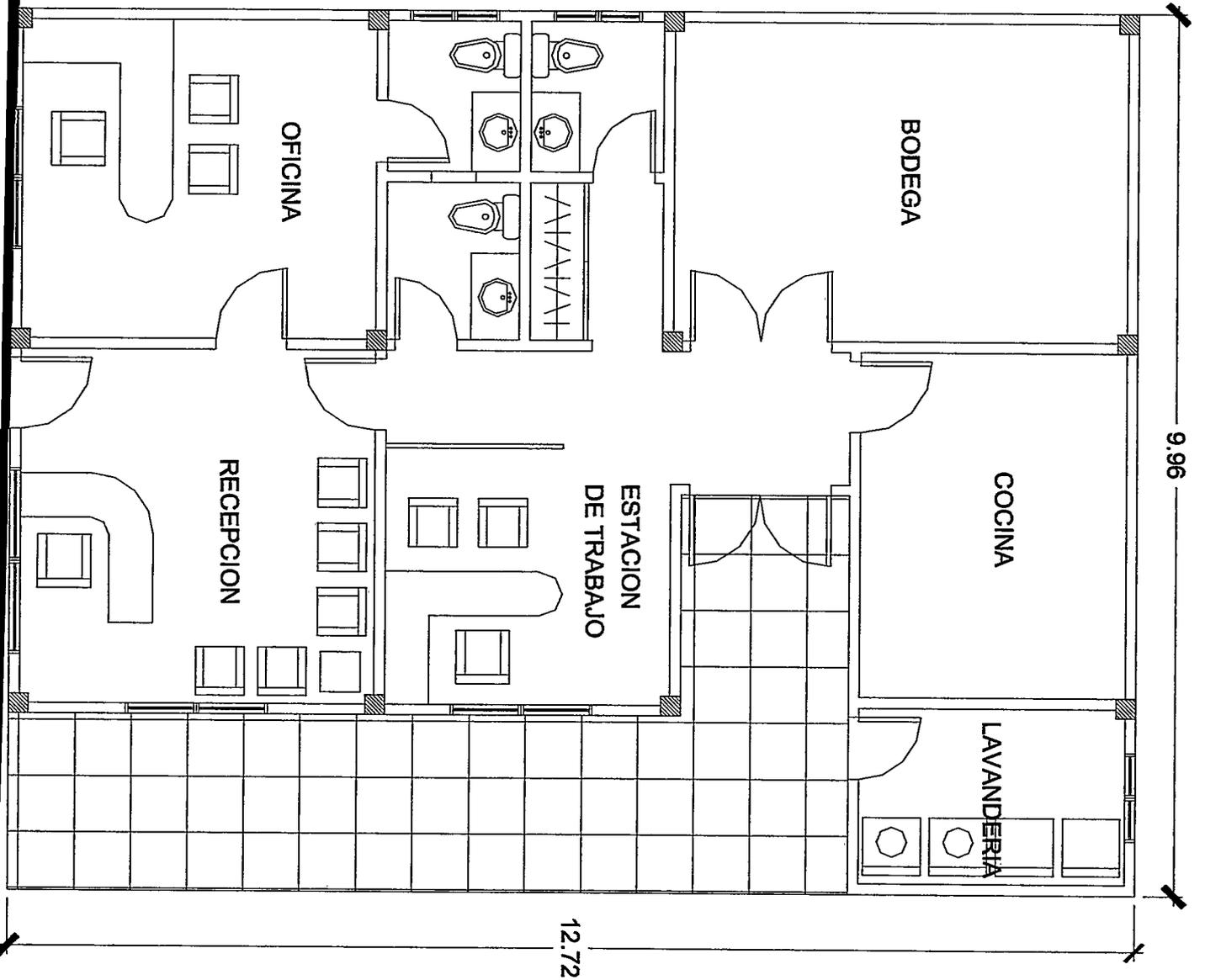
16.- **REVISTA HOGAR**, Especial de novias / Junio 2004

17.- **TRIVIÑO de Unda Clementina Lcda...**, Curso de Etiqueta, 1era. Edición 2002, Ed. I.G.M. Quito, Ecuador.



ANEXO 1

Plano del local





ANEXO 2

Logo



Asesoría & Eventos



ANEXO 3

Encuestas

Encuesta para Eventos Sociales

Agradecemos su colaboración en responder la siguiente encuesta, no necesita colocar su nombre. Sea lo más conciso en sus respuestas.

1.- Ha contratado alguna vez la realización de un evento?

SI _____ NO _____

2.- Estaría dispuesto a pagar por la realización de un evento?

SI _____ NO _____

3.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona al realizar un Evento Social?

\$10 a \$12 _____ \$16 a \$18 _____
\$13 a \$15 _____ \$19 a \$21 _____

4.- ¿Por el valor que usted escogió que tipo de evento sería?

5.- ¿Dónde le gustaría realizar este evento?

Lugares de Recepción _____ Hoteles _____
Clubes _____ Instalaciones Propias _____

6.- ¿Qué tipo de servicios adicionales contrataría en este evento?

Filmaciones _____ Música y entretenimiento _____
Fotos _____ Bebidas y descorche _____
Decoración _____

7.- ¿Adicionalmente a este tipo de servicio que le gustaría que le ofrezcan ?

8.- ¿Qué empresas ha utilizado para este tipo de servicio?

9.- ¿Por qué medio se ha enterado de este tipo de servicio?

10.- ¿Por qué medio le gustaría informarse de este tipo de servicio?

Encuesta para Eventos de Empresas

Agradecemos su colaboración en responder la siguiente encuesta, no necesita colocar su nombre. Sea lo más conciso en sus respuestas.

1.- Ha contratado alguna vez la realización de un evento?

SI _____ NO _____

2.- Estaría dispuesto a pagar por la realización de un evento?

SI _____ NO _____

3.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona al realizar un Evento de Empresa?

\$10 a \$12 _____ \$16 a \$18 _____
\$13 a \$15 _____ \$19 a \$21 _____

4.- ¿Por el valor que usted escogió que tipo de evento sería?

5.- ¿Dónde le gustaría realizar este evento?

Lugares de Recepción _____ Hoteles _____
Clubes _____ Instalaciones Propias _____

6.- ¿Qué tipo de servicios adicionales contrataría en este evento?

Filmaciones _____ Música y entretenimiento _____
Fotos _____ Bebidas y descorche _____
Decoración _____

7.- ¿Adicionalmente a este tipo de servicio que le gustaría que le ofrezcan ?

8.- ¿Qué empresas ha utilizado para este tipo de servicio?

9.- ¿Por qué medio se ha enterado de este tipo de servicio?

10.- ¿Por qué medio le gustaría informarse de este tipo de servicio?

Encuesta para Fiestas Infantiles

Agradecemos su colaboración en responder la siguiente encuesta, no necesita colocar su nombre. Sea lo más conciso en sus respuestas.

1.- ¿Ha realizado alguna fiesta infantil?

SI _____

NO _____

2.- a) ¿Cuánto gastó en la fiesta y para cuántas personas la organizó?

b) ¿Dónde la realizó?

3.- ¿Dónde le gustaría realizar la fiesta infantil?

Jardín de Niños _____
Clubes _____

Domicilio _____
Cines _____

Burger King _____
Mc Donald's _____

Parques Infantiles
River Park _____

Play Zone _____

Aventura Park _____

4.- Qué tipo de servicios adicionales contrataría en este evento?

Show de Personajes Infantiles _____
Filmaciones _____
Música y entretenimiento _____
Fotos _____
Decoración _____
Animaciones _____

Máquina de Canguil _____
Máquina de Algodón de Azúcar _____
Títeres _____
Salta Salta _____
Payasos _____
Magos _____

5.- ¿Adicionalmente a este tipo de servicio que le gustaría que le ofrezcan ?

6.- ¿Qué empresas ha utilizado para este tipo de servicio?

7.- ¿Por qué medio se ha enterado de este tipo de servicio?

8.- ¿Por qué medio le gustaría informarse de este tipo de servicio?



ANEXO 4

Tabulación estadística encuestas



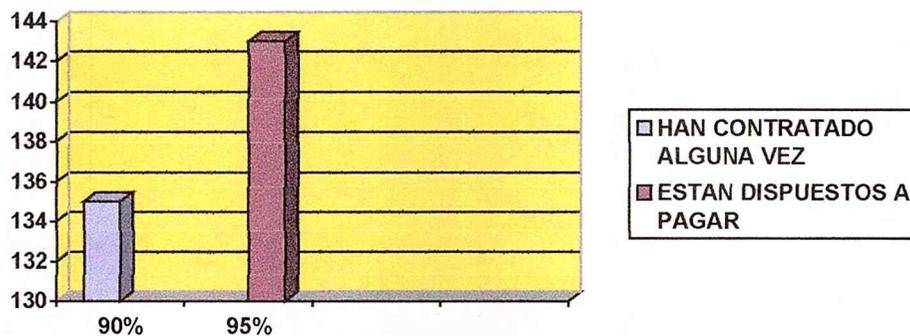
CUADROS ESTADISTICOS DE LAS PREGUNTAS RELEVANTES DE LA ENCUESTA

Pregunta No. 1 y No. 2

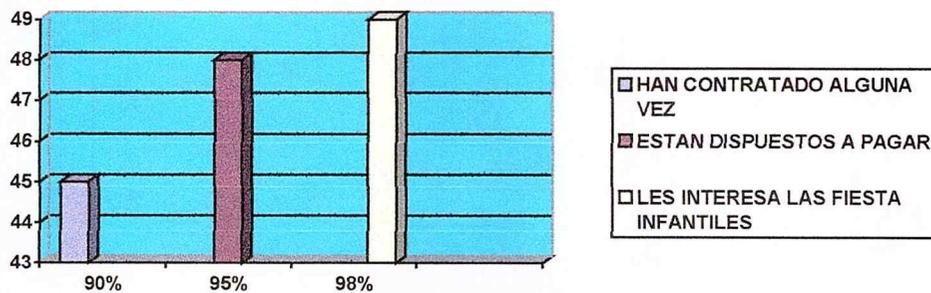
¿Ha contratado alguna vez la realización de un evento?

¿ Estaría dispuesto a pagar por la realización total de un evento?

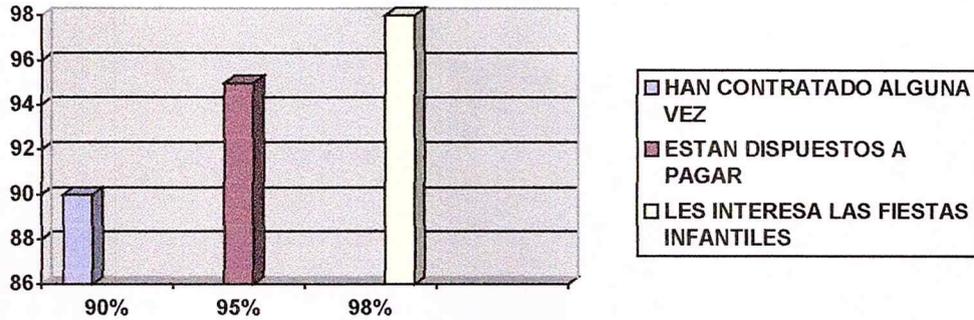
RESULTADO DE LAS EMPRESAS



RESULTADOS DE PERSONAS NATURALES



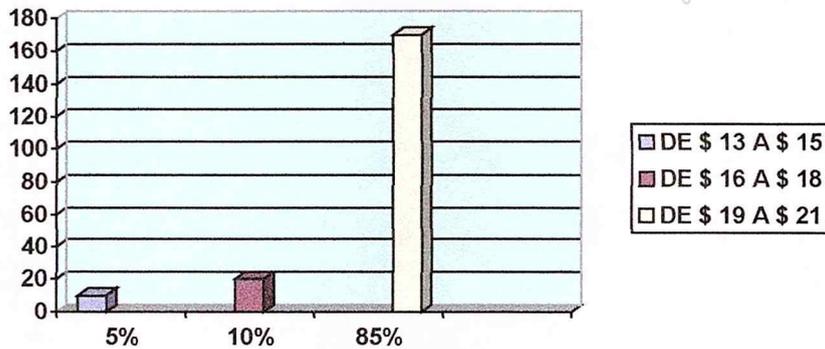
RESULTADOS DE MADRES DE FAMILIA



Pregunta No. 3

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona al realizar un evento social?

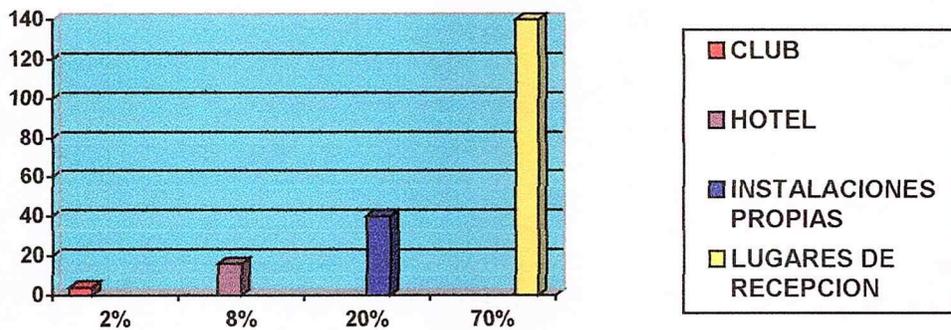
PRECIO POR UN PLATO



Pregunta No. 5

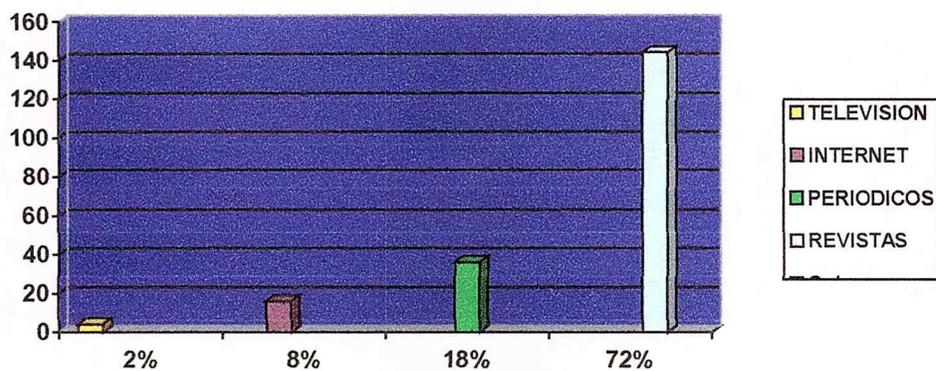
¿Dónde le gustaría realizar el evento?

PREFERENCIA POR EL LOCAL



Pregunta No. 9

¿Por qué medio se ha enterado de este tipo de servicio?





ANEXO 5

Información Superintendencia de Compañías

Quito, 11 de noviembre,

32701

Señores
SUPERINTENDENCIA DE CIAS
CIUDAD...

Favor atender esta
Solicitud
Documentación y Archivo
11 NOV. 2004
Brisan
16-11-04

De mi consideración

Yo Isabel Carrillo Fouca de Menzalde, Portadora de la Cédula o
Identidad N° 170478829-7 solicito me extiendan la siguiente
información:

¿CUANTAS EMPRESAS, PERSONAS NATURALES O JURÍDICAS EXISTEN REGISTRADAS
EN LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS PARA ACTIVACIÓN Y/O ORGANIZACIÓN
DE EVENTOS DE TODO TIPO EN LA CIUDAD DE GUAYASACUIL, sitio de mi residencia

La información antes solicitada será utilizada para un estudio de
mercado y determinar si es factible o no constituir una empresa
de este tipo siempre y cuando el mercado no este saturado, lo que
determinaremos luego del estudio de mercado.

Por la atención que den a la presente anticipo mi agradecimiento
Atentamente,

Isabel de Menzalde
Ing. Isabel Carrillo Fouca
CI-170478829-7
M-04-2280850
04-2200901 (Of. CFN)

LISTA DE COMPANIAS

<u>Nombre Cia</u>	<u>Ciudad</u>	<u>Dirección</u>	<u>Telf</u>
INQUETES Y RECEPCIONES MILTON CASANOVA S.A.	GUAYAQUIL	VIGESIMA Y	000507 470331
GOESTE S.A.	GUAYAQUIL	AV. CONSTITUCION	000000 2690100
DURISMENT SUPPLIER AND GENERAL SERVICES CIA. LTD	QUITO	SANTA PRISCA	257 2421433
PARA CIA. LTDA.	QUITO	NUNEZ DE VELA	000800 2921166
ERVITENIS S.A.	GUAYAQUIL	AV. 9 DE OCTUBRE	002401 2482785
DEVENTOS EVENTOS Y RECEPCIONES CIA. LTDA.	LOJA	BENJAMIN PEREIRA	16-26 562008
PASTORIA SOLE E LUNA CIA. LTDA.	QUITO	WRYMPER	629 2235865



DISPOSICION TRANSITORIA.- Los contratantes acuerdan autorizar al doctor *(aquí el nombre del abogado que patrocina la constitución de la compañía)* para que a su nombre solicite al Superintendente o a su delegado la aprobación del contrato contenido en la presente escritura, e impulse posteriormente el trámite respectivo hasta la inscripción de este instrumento.

En todo lo no estipulado en este estatuto, se estará a lo dispuesto en la Ley de Compañías y demás leyes afines.

En caso de controversia, las partes podrán someterse a la Ley de Mediación.

Usted, señor notario, se dignará añadir las correspondientes cláusulas de estilo.

Más información:
Centro de Atención al Usuario
02 2548061
Intendencia de Quito
Telf. 02 2527443
Intendencia de Guayaquil
Telf. 04 2325380
Asesoría de Comunicación
Telf.: 02 2555738



SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una de constitución de compañía, contenida en las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- COMPARECIENTES.- Intervienen en el otorgamiento de esta escritura ... (nombres, nacionalidades y domicilios de las personas naturales o jurídicas que, en el número mínimo de 3 y máximo de 15, vayan a ser socias de la compañía. Si una o más de ellas son personas naturales se hará constar además el estado civil de cada una. La comparecencia puede ser por derecho propio o por intermedio de representante legal o de mandatario)

SEGUNDA.- DECLARACION DE VOLUNTAD.- Los comparecientes declaran que constituyen, como en efecto lo hacen, una compañía de responsabilidad limitada, que se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Código de Comercio, a los convenios de las partes y a las normas del Código Civil.

TERCERA.- ESTATUTO DE LA COMPAÑÍA.

Título I

Del nombre, domicilio, objeto y plazo

Artículo 1º.- Nombre.- El nombre de la compañía que se constituye es ...

Artículo 2º.- Domicilio.- El domicilio principal de la compañía es ... *(nombre del cantón seleccionado como domicilio principal de la compañía).*

Podrá establecer agencias, sucursales o establecimientos en uno o más lugares dentro del territorio nacional o en el exterior, sujetándose a las disposiciones legales correspondientes.



Artículo 3º.- Objeto.- El objeto de la compañía consiste en... (Se estará a lo dispuesto en el numeral 3º del artículo 137 de la Ley de Compañías). En cumplimiento de su objeto, la compañía podrá celebrar todos los actos y contratos permitidos por la ley.

Artículo 4º.- Plazo.- El plazo de duración de la compañía es de... (se expresará en años) contados desde la fecha de inscripción de esta escritura.

Título II Del Capital

Artículo 5º.- Capital y participaciones.- El capital suscrito es de ... (aquí la suma en que se lo fije, que no puede ser menor a 400 dólares de los Estados Unidos de América), dividido en ... (número de participaciones sociales en que se fraccione el capital) participaciones sociales de (valor de las participaciones, que deberá ser de un dólar o múltiplos de un dólar)... de valor nominal cada una.

Título III

Del gobierno y de la administración

Artículo 6º.- Norma general.- El gobierno de la compañía corresponde a la junta general de socios, y su administración al gerente y al presidente. La representación legal, judicial y extrajudicial corresponderá al Gerente. En caso de falta temporal o definitiva, le subrogará el Presidente hasta que la Junta General nombre al titular.

Artículo 7º.- Convocatorias.- La convocatoria a junta general efectuará el gerente de la compañía, mediante nota dirigida a la dirección registrada por cada socio en ella, con ocho días de anticipación, por lo menos, respecto de aquél en el que se celebre la reunión. En tales ocho días no se contarán ni el de la convocatoria ni el de realización de la junta (optativo publicar por la prensa)

Artículo 8º.- De la Junta Universal, de las facultades de la junta, del quórum de instalación y del quórum de decisión.- Se estará a lo dispuesto en la Ley de Compañías.

Artículo 9º.- El Presidente y el Gerente ejercerán todas las atribuciones previstas para los administradores en la Ley de Compañías.

Título IV

Disolución y liquidación

Artículo 10º.- Norma general.- La compañía se disolverá y se liquidará conforme se establece en la Sección XII de la Ley de Compañías.

CUARTA.- CUADRO DE SUSCRIPCIÓN Y PAGO DEL CAPITAL SOCIAL

Nombres socios (No podrán ser más de 15)	Capital suscrito	Capital pagado (debe cubrir al menos el 50% de cada participación)		Capital por pagar (el saldo deberá pagarse en 12 meses máximo)	Participaciones
		Numeralio (dinero)	Especies (muebles O Inmuebles)		
1.					
2.					
...					
TOTALES					

STRUCTIVO PARA LA CONSTITUCION, AUMENTO DE CAPITAL Y MAS ACTOS SOCIETARIOS LAS COMPAÑIAS MERCANTILES SOMETIDAS AL CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS

CONSTITUCION

COMPAÑIAS DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

Requisitos:

1.1 **El nombre.-** En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Gueyaquil, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías de Cuenca, Ambato, Machala y Portoviejo (Art. 92 de la Ley de Compañías y Resolución N°. 99.1.1.3.0013 de 10 de noviembre de 1999, publicada en el R.O. 324 de 23 de noviembre de 1999).

De conformidad con lo prescrito en el Art. 293 de la Ley de Propiedad Intelectual, el titular de un derecho sobre marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales que constatare que la Superintendencia de Compañías hubiere aprobado uno o más nombres de las sociedades bajo su control que incluyan signos idénticos a dichas marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales, podrá solicitar al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual -IEPI-, a través de los recursos correspondientes, la suspensión del uso de la referida denominación o razón social para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida del signo protegido.

1.2 **Solicitud de aprobación.-** La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, con que se pida la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías). Si se estimare conveniente, puede presentarse un proyecto de minuta junto con la petición antes referida, firmadas por abogado, para efectos de revisión previa. Si así se procediere se estará a lo dispuesto en la Resolución No. 99.1.1.3.0009 de 30 de septiembre de 1999, publicada en el R.O. 297 de 13 de octubre del mismo año.

1.3 **Números mínimo y máximo de socios.-** La compañía se constituirá con tres socios, como mínimo, o con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse (Art. 95 de la Ley de Compañías).

1.4 **Capital mínimo.-** El capital mínimo con que ha de constituirse la compañía es de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América, de acuerdo con lo dispuesto en la Resolución No. 99.1.1.3.008 de 7 de septiembre de 1999, publicada en el R.O. 278 de 16 de septiembre del mismo año, en concordancia con el Art. 99 literal g) de la Ley para la Transformación Económica del Ecuador de 29 de febrero del 2000, publicada en el R.O. 34 de 13 de marzo del mismo año. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Las aportaciones pueden consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles o, incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía (Arts. 102 y 104 de la Ley de Compañías y Resolución No. 99.1.1.3.008 de 7 de septiembre de 1999, publicada en el R.O. 278 de 16 de los mismos mes y año). Si como especie inmueble se aportare a la constitución de una compañía un piso, departamento o local sujeto al régimen de propiedad horizontal será necesario que se inserte en la escritura respectiva copia auténtica tanto de la correspondiente declaración municipal de propiedad horizontal cuanto del reglamento de

copropiedad del inmueble al que perteneciese el departamento o local sometido a ese régimen. Tal dispone el Art. 19 de la Ley de Propiedad Horizontal. Asimismo, para que pueda realizarse la transferencia de dominio, vía aporte, de un piso, departamento o local, será requisito indispensable que el respectivo propietario pruebe estar al día en el pago de las expensas o cuotas de administración, conservación y reparación, así como el seguro. Al efecto, el notario autorizará exigirá como documento habilitante la certificación otorgada por el administrador, sin la cual no podrá celebrarse ninguna escritura. Así prescribe el Art. 9 del Reglamento a la Ley de Propiedad Horizontal, publicado en el R.O. 159 de 9 de febrero de 1981.

En esta clase de compañías no es procedente establecer el capital autorizado. Conforme a lo dispuesto en el artículo 105 de la Ley de la materia, esta compañía tampoco puede constituirse mediante suscripción pública.

1.1.5 El objeto social:

1.1.5.1 Informes previos:

Del Consejo Nacional de Tránsito o de la Unidad de Planificación y Gestión de Tránsito del Municipio Metropolitano de Quito.- Si la compañía va a dedicarse al transporte terrestre de personas o bienes, de conformidad con lo dispuesto en el Art. 145 de la Ley de Tránsito y Transportes Terrestres, es indispensable que se obtenga el informe favorable previo del Consejo Nacional de Tránsito. El documento que lo contenga se incorporará como habilitante de la respectiva escritura pública de constitución de la compañía. Sin embargo, si la actividad descrita va a cumplir la compañía dentro del Distrito Metropolitano de Quito, deberá obtenerse el informe previo favorable de la Unidad de Planificación y Gestión de Transporte del Municipio de Quito, en observancia de lo dispuesto en el Art. 2 de la Ley de Régimen para el Distrito Metropolitano de Quito, publicada en el R.O. 345 de 27 de diciembre de 1993, en concordancia con lo dispuesto en el Art. 172 de la Ley de Tránsito y Transportes Terrestres y en los decretos ejecutivos números 3304 y 051, de 12 de diciembre de 1995 y de 19 de febrero de 1997, en su orden, publicados en los registros oficiales números 840 de 12 de diciembre de 1995, y 17 (suplemento) de 6 de marzo de 1997, respectivamente.

Del Ministerio de Turismo.- Si la compañía ha incluido en el nombre con que vaya a girar las palabras "turístico", "turismo", o cualquiera otra derivada de ellas, sola o asociada con las palabras "parador", "nacional", "provincial", "regional", "servicio", "transporte" y otras típicamente inherentes al sector turístico, se deberá obtener la autorización correspondiente del Ministerio de Turismo para el registro y uso de tales términos, en razón de ser reservados para las dependencias oficiales de turismo. Así lo dispone el Art. 51 de la Ley Especial de Desarrollo Turístico, publicada en el R.O. 118 de 28 de enero de 1997.

Del Ministerio de Defensa y del Comando Conjunto.- En caso de que la compañía vaya a dedicarse al desarrollo de actividades de seguridad privada, vigilancia o guardiana, se requiere obtener los informes previos favorables del Ministerio de Defensa Nacional y del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas, según consta en el Art. 3 del Reglamento para la Constitución y Funcionamiento de Organizaciones de Seguridad Privada, expedido mediante Decreto Ejecutivo No. 1104 de 9 de febrero de 1998, publicado en el R.O. 257 de 13 de los mismos mes y año.

1.1.5.2 Afiliaciones (previas a la obtención de la resolución aprobatoria por parte de la Superintendencia de Compañías):

A la Cámara de Industrias o de la Pequeña Industria.- Si la compañía va a dedicarse a cualquier actividad industrial es necesario que se obtenga la afiliación a la Cámara de Industrias respectiva o a la Cámara de la Pequeña Industria que corresponda, en observancia de lo dispuesto en el Art. 7 del Decreto No. 1531, publicado en el R.O. 18 de 15 de septiembre de 1968 o en el Art. 5 de la Ley de Fomento de la Pequeña Industria y

promulgada en el R.O. 200 de 30 de mayo de 1989.

A la Cámara de la Construcción.- En el evento de que la compañía vaya a operar en el sector de la construcción, se debe obtener la afiliación a la Cámara de la Construcción correspondiente, de acuerdo con lo prescrito en el Art. 4 del Decreto Supremo No. 3136 de 14 de enero de 1979, publicado en el R.O. 762 de 30 de los mismos mes y año.

A la Cámara de la Minería.- Si la compañía va a dedicarse a la explotación minera, en cualquiera de sus fases, es indispensable obtener la afiliación a la Cámara de la Minería que corresponda, según lo prescrito en el Art. 17 de la Ley de Minería, publicada en el Suplemento del R.O. 695 de 31 de mayo de 1991.

A la Cámara de Agricultura.- Si la compañía va a tener como actividad principal de su objeto la agricultura o la ganadería, se debe afiliarse a la Cámara de Agricultura respectiva, en cumplimiento de lo dispuesto en el Art. 3 de la Ley Reformatoria a la Ley de Centros Agrícolas, Cámaras de Agricultura Provinciales y Zonales, publicada en el R. O. 326 de 29 de noviembre de 1993.

A la Cámara de Acuicultura.- En caso de que la compañía vaya a desarrollar actividades acuícolas, es indispensable obtener su afiliación a la Cámara de Acuicultura, en conformidad con lo prescrito en el Art. 3 de la Ley de la Cámara Nacional de Acuicultura, publicada en el R.O. 251 de 11 de agosto de 1993.

Afiliaiones (previas a la obtención de la Inscripción de la escritura constitutiva y de su resolución aprobatoria en el Registro Mercantil):

A la Cámara Provincial de Turismo.- Si la compañía va a emprender en actividades turísticas es preciso alcanzar su afiliación a la Cámara Provincial de Turismo que, en razón del domicilio principal de la compañía, sea la competente para tal afiliación. Así disponen los artículos 4 y 25 de la Ley de Cámaras Provinciales de Turismo y de su Federación Nacional, publicada en el R.O. 689 de 5 de mayo de 1995.

A la Cámara de Comercio.- En caso de que la compañía vaya a dedicarse a cualquier género de comercio es indispensable obtener la afiliación a la respectiva Cámara de comercio, según prescribe el Art. 13 de la Ley de Cámaras de Comercio.

Nota: Cuando el objeto de una compañía comprenda dos o más actividades y para su desarrollo a la compañía le corresponda afiliarse a más de una Cámara de la Producción, compete a la Superintendencia de Compañías establecer la cámara a la que deba afiliarse, según se dispone en la Resolución No. 99.1.1.3.0012 de 29 de octubre de 1999, publicada en el R.O. 316 de 11 de noviembre de 1999.

1.1.5.3 Cumplimiento de otros requisitos en razón del objeto social:

Compañías consultoras.- Esta clase de compañías deberán adoptar, exclusivamente, el régimen jurídico de la compañía de responsabilidad limitada o el de la compañía en nombre colectivo, conforme a lo dispuesto en el Art. 5 de la Ley de Consultoría, publicada en el R.O. 136 de 24 de febrero de 1989. De acuerdo con el artículo citado, su objeto deberá contraerse únicamente a la actividad consultora, en cualquiera de sus manifestaciones. Los socios de este tipo de compañía deberán acreditar título profesional conferido por un Instituto de educación superior del país o del extranjero, siempre que, en este último caso, haya sido revalidado en el Ecuador (Art. 6 de la Ley de Consultoría).

Compañías "holding".- Las compañías de esta clase, llamadas también "tenedoras de acciones o de participaciones", deben tener como actividad principal de su objeto la compra de acciones o de participaciones sociales de otras compañías, con la finalidad de vincularlas

responsabilidad o resultados, para conformar con la Ley de Compañías).

El origen de la Inversión:

Si en la constitución de la compañía invierten personas naturales o jurídicas extranjeras, indispensable que declaren el tipo de inversión que realizan, esto es, extranjera de internacional o nacional, en los términos de la Decisión 291 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena, publicada en el Suplemento del R.O. 682 de 13 de mayo de 1991. Si se trata de esta última deberán declararlo ante el Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca, para que esa secretaría de Estado en respuesta les confiera el oficio en que consta la declaración, oficio que será entregado en la Superintendencia de Compañías (Art. 1 de la Ley de Promoción y Garantía de las Inversiones, publicada en el R. O. 219 de diciembre de 1997, en concordancia con el Art. 13 de su Reglamento de aplicación publicado en el R.O. 346 de 24 de junio de 1998).

La inversión extranjera directa en laboratorios de larvas y centros de investigación acuícola será autorizada por el Consejo Nacional de Desarrollo Pesquero, previo informe del Instituto Nacional de Pesca (Art. 36 de la Ley de Promoción y Garantía de las Inversiones).

1.2 COMPAÑÍAS ANONIMAS

Requisitos:

1.2.1 La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas. Si contratara compañía institución de derecho público o de derecho privado con finalidad social o pública (semipública), por excepción, puede formarse una compañía de esta especie con esa entidad (Art. 147 de la Ley de Compañías).

1.2.2 Son aplicables a esta compañía los requisitos precisados en los numerales 1.1.1, 1.1.2, y 1.1.6 sobre los requisitos de la compañía de responsabilidad limitada. No obstante dicho, se aclara que la compañía anónima no puede tener por nombre una razón social por objeto la actividad de consultoría, por lo que los numerales antes indicados son aplicables, con las salvedades antes señaladas.

El capital suscrito mínimo de la compañía deberá ser de ochocientos dólares de los Estados Unidos de América, de conformidad con las normas puntualizadas en el numeral 4 de los requisitos para la constitución de la compañía de responsabilidad limitada. El capital o suscribirse íntegramente y pagarse en al menos un 25% del valor nominal de cada acción. Dicho capital puede integrarse en numerario o en especies (bienes muebles e inmuebles), en dinero y especies, siempre que éstas, en cualquier caso, correspondan al género de actividad de la compañía.

Sin embargo, si se tratare de constituir una compañía cuyo objeto sea la explotación de servicios de transporte aéreo interno o internacional, se requerirá que tal explotación específicamente se dedique a esa actividad con un capital no inferior a veinte veces el señalado por la Ley de Compañías para las sociedades anónimas, según lo dispuesto en el Art. 46 de la Ley de Aviación Civil, reformada por la Ley No. 126, publicada en el R.O. de 8 de agosto de 1998.

1.2.3 La sociedad anónima permite establecer un capital autorizado, que no es sino el cupo el cual pueden llegar tanto el capital suscrito como el capital pagado. Ese cupo no excede del doble del importe del capital suscrito (Art. 160 de la Ley de Compañías en concordancia con las resoluciones números 93.1.1.3.009 publicada en el R.O. 266 de septiembre de 1993 y 99.1.1.3.006 de 2 de agosto de 1999, publicada en el R.O. 252

sometidos al régimen de propiedad horizontal para la constitución de la compañía limitada, es válido para la constitución de la anónima.

1.3

COMPAÑÍAS DE ECONOMÍA MIXTA

Requisitos:

1.3.1

Para constituir estas compañías es indispensable que contraten personas jurídicas de derecho público o personas jurídicas semipúblicas con personas jurídicas o naturales de derecho privado (Art. 308 de la Ley de Compañías).

1.3.2

En esta especie de compañías no puede faltar el órgano administrativo pluripersonal denominado directorio. Asimismo, en el estatuto, si el Estado o las entidades u organismos del sector público que participan en la compañía, así lo plantearan, se determinarán los requisitos y condiciones especiales que resultaren adecuados respecto a la transferencia de las acciones y a la participación en el aumento del capital suscrito de la compañía (Art. 312 de la Ley de Compañías).

1.3.3

En lo demás, para constituir estas compañías, se estará a lo normado en la Sección VI de la Ley de Compañías, relativa a la sociedad anónima.

1.4

COMPAÑÍAS EN COMANDITA POR ACCIONES

Requisitos:

Los mismos que la Ley exige para la constitución de las compañías anónimas, con las modificaciones propias de esta especie que constan en la Sección VII de la Ley de Compañías, esto es, en los artículos 301 a 304 del indicado cuerpo de leyes.

1.5

LAS ASOCIACIONES O CUENTAS EN PARTICIPACIÓN

1.5.1

La asociación o cuentas en participación es aquella en que un comerciante da a una o más personas participación en las utilidades o pérdidas de una o más operaciones o de todo su comercio. Puede también tener lugar en operaciones mercantiles hechas por no comerciantes.

1.5.2

La asociación o compañía accidental se rige por las convenciones de las partes y está exenta de las formalidades establecidas para las compañías con personalidad jurídica. No obstante, deberá tenerse en cuenta lo dispuesto en la Sección XV de la Ley de Compañías, es decir, en los artículos 423 a 428 de ese cuerpo normativo.

1.5.2.1.1

Lo señalado para las compañías de responsabilidad limitada en los numerales 1.1.1, 1.1.2, 1.1.3, 1.1.4, 1.1.5 y 1.1.6, así como lo previsto en los numerales 1.2.1, 1.2.2, y 1.2.3 de este instructivo para las compañías anónimas, no rige para esta clase de compañías, que, como se ha indicado ya, carecen de personalidad jurídica.

1.6

AUMENTOS DE CAPITAL Y OTROS ACTOS SOCIETARIOS POSTERIORES

Requisitos:

1.6.1

Al otorgamiento de la escritura pública de cualesquiera de los actos señalados en el Art. 33 de la Ley de Compañías: establecimiento de sucursal, aumento o disminución de capital,

domicilio, convalidación, reactivación de la compañía en proceso de liquidación y sucesión anticipada, así como todos los convenios y resoluciones que alteren las cláusulas que miembros, deben comparecer el o los representantes legales que, en cada caso, señale el estatuto respectivo.

1.6.2

Se presentará en la Superintendencia de Compañías el proyecto de minuta previo o, si prefiriere, directamente, tres copias certificadas de la escritura que contenga el acta de la general en que aparezcan las bases de la operación, esto es, del aumento de capital u otros actos societarios previstos en el Art. 33 de la Ley de Compañías y la consiguiente reforma del estatuto, ya sea de acuerdo con el Art. 140 de la Ley de Compañías, a sociedad de responsabilidad limitada, o ya de acuerdo con lo dispuesto en el artículo de la misma Ley, si la compañía es anónima, o en fin, de conformidad con este último artículo y el artículo 312 de la Ley de Compañías, si se trata de una de economía mixta.

Si se optare por la presentación de proyecto de minuta previo, se estará a lo señalado en segunda parte del requisito descrito en el numeral 1.1.2 sobre constitución de compañías de responsabilidad limitada.

1.6.3

En todo trámite de aumento de capital o de cualquier otro acto societario posterior previsto en el Art. 33 de la Ley de Compañías y que tenga incidencia en el capital o en el patrimonio sociales, se formará en cuenta lo dispuesto en la Resolución No. 00.Q.I.008 de 20 de octubre del 2000, publicada en el R.O. 69 de 3 de mayo del mismo año, que contiene las normas de aplicación de las reformas a la Ley de Compañías, introducidas en la Ley para Transformación Económica del Ecuador

1.6.4

Dentro del trámite de aumento de capital o de cualquier otro acto señalado en el Art. 33 de la Ley de Compañías, la sociedad respectiva debe demostrar que se halla al día en cumplimiento de sus obligaciones para con la Superintendencia de Compañías (Arts. 1 y 449 de la Ley de Compañías, en concordancia con el Art. 22 (reformado) de la Ley Modernización del Estado, Privatizaciones y Prestación de Servicios Públicos por parte de Iniciativa Privada).

1.6.5

Si la compañía que estuviere en el caso de aumentar su capital o implementar un cualquiera de los señalados en el Art. 33 de la Ley de Compañías, se hallare sujeta al control total de esta Superintendencia, la exactitud de los rubros del incremento de capital verificada mediante una inspección, de acuerdo con lo dispuesto en la Resolución 93.1.1.3.011 de 27 de agosto de 1993, publicada en el R.O. 269 de 6 de septiembre mismo año.

Si la compañía que aumenta el capital estuviere sometida al control parcial de la Entidad corresponde a su representante legal declarar, bajo juramento, que la suscripción e integración del capital materia del aumento son correctas. Así lo exige el Art. 11 de Resolución citada en el párrafo anterior.

1.6.6

El aumento de capital suscrito dentro del cupo autorizado será resuelto por la Junta General de Accionistas, y en cuanto a su trámite se estará a lo dispuesto en el Capítulo III Reglamento de Aumento del Capital Suscrito dentro del Autorizado en las Compañías Anónimas y de Economía Mixta contenido en la Resolución No. 99.1.1.3.06 de 2 de agosto de 1999, publicada en la R.O. 252 de 11 de los mismos mes y año, reformada mediante Resolución No.00.Q.I.006 de 17 de abril del 2000, publicada en el R. O. 65 de 26 de octubre del 2000.

1.6.7

Si la junta general de una compañía acordare modificaciones en el objeto social, se estará lo señalado en los numerales 1.1.5.1, 1.1.5.2 y 1.1.5.3 de este instructivo para todo cuanto



ANEXO 6

Contrato



CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS

No. _____

En la ciudad de Guayaquil a los-----días del mes de----- del año-----

Se celebra el presente contrato de prestación de servicios.

Clase de banquete o fiesta _____

Día _____ año _____ hora de recepción _____ hasta _____

Salones _____

Pedido por _____ Dirección _____ Teléfono _____

Responsable cuenta _____ Dirección _____ Teléfono _____

Invitados _____ Asistencia mínima garantizada _____

MENU

ARREGLOS

_____ Flores _____

_____ Mesas _____

_____ Sillas _____

_____ Parasoles _____

_____ Carpa _____

_____ Mantelería _____

_____ Transporte _____

_____ Disco Móvil _____

_____ Otros _____

_____ **VALOR TOTAL DEL EVENTO** _____

_____ **ANTICIPO** _____

_____ Cheque _____

_____ Tarjeta de Crédito _____



BEDIDAS

OBSERVACIONES

Licores _____	_____
Jugos _____	_____
Cervezas _____	_____
Colas _____	_____
Minerales _____	_____
Hielo _____	_____
Otros _____	_____

PRECIO

El precio por persona es de-----, esta alternativa incluye menaje necesario para el evento (mesa, sillas, mantelería, vajilla, cubertería y cristalería), servicio de meseros por cinco horas siempre y cuando el número de menús contratados no sea menor a -----, caso contrario se hará una revisión del precio.

IMPORTANTE

El montaje del evento se realizará 24 horas antes sin que por esto el cliente tenga que pagar horas adicionales por el trabajo del personal.

Las mesas iran decoradas con mantel de color-----cubre mantel-----

Servilletas de color-----la silla estará forrada de color-----

Con lazo-----

Las mesas serán de forma-----y para-----personas

El plato base será de color-----

La cristalería será de tipo-----

La mesa de dulces estará decorada con colores-----

El cliente-----proveerá la torta

La mesa principal será para-----

NOTA

- Las roturas y pérdidas ocurridas se cobrará al cliente



- No nos responsabilizamos por artículos olvidados y/o extraviados.

- Si el cliente llegara a cancelar el evento hasta con un mes de anticipación la realización del mismo se devolverá el -----% del valor del anticipo recibido, dos semanas antes se retendrá el -----% del mismo, y en un lapso menor a dos semanas se retendrá el.....% del valor por causar daños y pérdidas a la empresa , ya que ella se aprovisiona de todos los insumos, equipos y logística para su correcto y eficaz desenvolvimiento.
- Si por alguna eventualidad “Sueños”, Asesoría & Eventos, no llegar a cumplir con lo establecido en el presente documento por causa mayor, reconocerá al cliente los gastos incurridos en estas circunstancias.
- “Sueños”, Asesoría & Eventos, se compromete a cumplir con lo establecido en el presente documento manteniendo su ética de servicio.
- Para casos de aumentos o cambios se solicitará por escrito con el plazo mínimo de -----días de anticipación a la realización del evento.
- El saldo más roturas, pérdidas y con las variables posteriores al evento se deberá cancelar en un plazo máximo de ocho días a la fecha de la realización del evento, caso contrario se cobrará los intereses de mora correspondientes.

La empresa

El cliente



ANEXO 7

Base de datos de empresas tercerizadoras de servicios

LISTADO DE PROVEEDORES DE SERVICIOS

PR. RAZON SOCIAL	PR. DESCRIPCION	PR. REPRESENTANTE LEGAL	PR. EMAIL	PR. WEB	DP. DIRECCION	DP. TELEFONO	DP. TELEFONO	DP. CELULAR
Accepta s.a	Arte en resina y plástico retrazados	Accepta s.a	accepta@gys.satel.net	www.accepta.com	Av. Juan Tenca Marango Km. 3.2 Junto a Codemel loc. Intequin Pitalpajama	2248770	2248944	099066672
Agencia de Viajes Aguilera	Usado desde el destino	Aguilera	aguilera@sanjaguelos.com		Cordoba 840 y Luis Ludevila	2304868	2583108	
Amador de Cameros Antiguos	Transporte - Para Fiestas que hacen historia	Carro Antiguos	carroantiguos@sanjaguelos.com	www.carroantiguos.com	Y.M. Renedán, 401 y Córdova, piso 10	2582000	2584444	99864316
Amador Video & Marketing	Quincenerías, etc.	Leo Nozar Vilagibez	wam@amadorvideo.zzn.com	www.clubabacan.50megs.com		2230732		
Antonio Plaza Rosales	Decoración	Anastasy de Chiriboga				2244556	2347125	99565128
Armonía	Decoración	Antonio Plaza Rosales	armonia@interactive.net.ec	www.aromasytrecuerdos.com	Luzque y Chile Ed. Torre Azul	2388708	2388709	
Aromas y Recuerdos	Perfumes, Maquillaje, Tratamientos Faciales, Bisutería	Armonía		www.aromasytrecuerdos.com	CC. Riocentro Los Cabos Loc. 33-34	2243738	2243738	2242205
Aromas y Recuerdos	Perfumes, Maquillaje, Tratamientos Faciales, Bisutería	Aromas y Recuerdos		www.aromasytrecuerdos.com	C.O. Plaza Mayor local # 51	2243738	2243738	2242205
Alelier	Perfume, Maquillaje, Tratamientos Faciales, Bisutería	Aromas y Recuerdos			G.O. Plaza Mayor local # 64	2035347	2303328	
Avenue Boutique	Elegantes vestidos para toda ocasión	Avenue			Junín 500 y Escobedo	2347125		
Azaronne	Tarjetas de invitaciones para todo tipo de fiesta	Azaronne			Aguirre 420 entre Chile y Chimborazo	2347125	2347125	
Balmán	Telarañas de invitaciones para todo tipo de fiesta	Balmán		www.milloncasanova.com	Vipísima 507 E. G. Fendón y Maldonado	2477445	2477031	99748534 - 0999748553
Milón Casanova s.a.	Banquetes y Recepciones	Milón Casanova	info@miloncasanova.com		Alberada III Eltopa Mz. BM solar 13	2771610	274801	
Banquito	Casa de Banquetes y Organización de Eventos	Banquito	colombianar@barcelo.com	www.barcelo.com	Salinas, Malecón entre la 38 y la 40	2852859	2852859	
Beats	Eventos, Salones	Verónica Yunes Sarmiento	colombianar@barcelo.com		Guayaquil (Mercado y Ventas) Guayaquana 204 y V.E. Estrada 1er. Piso, of.	2837111	2898295	
BASSIL HAND TAILORED	Trajera Para Novias y Caballeros en General	Bassil Tailored	colombianar@barcelo.com		CC. Riocentro Entre Ríos Loc. 8, Planta Baja	2328988	2328988	
BASSIL HAND TAILORED	Trajera Para Novias y Caballeros en General	Bassil Tailored			Aguirre 514 y Escobedo	2334481		
BEA	Trajera para niños	Shizo			Diagonal 417 y V. E. Escoba	2245717	2393121	
BEA	Alta Costura	Shizo			Cdra. Aduca calle A y la Toma (frente al Aeropuerto)	2289882		99287384
BellaSima Hair Center	Maquillaje y Peinados	BellaSima Hair Center	bellasima@hairsatel.net		Miguel Th. Acuña # 5 (altras del Ed. Las Chimbaras)	2307409		
BIP Falguera	Alta Falguera	Falguera	bipfalguera@hairsatel.net		Kennedy Norte Torre del Norte Torre A, Loc 2 PB	2871682		
BODY HAIR	Accesorios	Laura Lopez	laura@bipfalguera.com		CC. Mall del Sol Loc. "A" 38 planta alta	2323359		996259748
BrownConcepts	Muebles, Cinasas, Salas, Aniquetos	MueblesConcepts	brownconceptsh@hmail.com		Guayaquil	2385337		
Bubu Niños	Trajera para Niños	Bubu Niños		www.budgetrentacar.com.ec	Av. Del Peridicta # 200, oficina 101	2385337	2690552	
Budget Car Rental	Alquiler de Vehículos	Frisca Martinez	budget@gyo.satel.net		Av. De las Américas 800 y A. Andrade	2284559	2282400	098412823
Budget Car Rental	Alquiler de Vehículos	Frisca Martinez	budget@gyo.satel.net	www.budgetrentacar.com.ec	Aeropuerto Simón Bolívar	2289510		
Casa de Moda Francesca Plum	Evento especial	Francesca Plum			Av. Francisco de Orellana # 111 diagonal al Policentro	2289410		
Casa Hogar	Decoración y Construcción	Casa Hogar			Chimborazo 411-415 y Clemente Balán	2327200		
Casa Monell	Accesorios para Novia	Monell			C.O. Policentro, local 97	2320435	2325040	
Calabrachos	Banquetes y Recepciones	Isabel de Jall			Av. Del Bormero Km. 11 Via a la Costa (Junio a Gasolinera de Puerto Azu)	2271855	069845411	
Centro de Belleza Coponal	Tratamientos especiales exclusivos para mujeres	Belleza Coponal	imabelleza@hmail.com		Cdla. Los Almendros Mz. B Villa 2-A	2562038	2448374	097239098
Centro de Uñas de Tela	Todo un set completo para cada ocasión	Centro de Uñas de Tela			Higuera 003 entre Miraflores y Circunvalación	2349528		
Centro Estético Laser Spa	Somos Especialistas en Láser de piel	Laser Spa			baja local 51/52	2630574	2630575	2630601
Centro Estético Leibel	Imagene, Belleza	Leibel	jaima@ipsae.net		Kennedy Norte 110 - Último 2.3er. Piso	2653969	2680939	
César Archundia	Fotografía	César Archundia			2372171			
César Jara	Fotografía	César Jara			Luzque 314 y Chimborazo	2563370		998272687
Chantal Fontaine	Fotografía	Chantal			CC. La Rotonda	2359977		89770858
ChefFoto Colorama	Fotografía	ChefFoto Colorama			Los Cabos, calle 3ra. 113B y Av. Pimera	2369535		89428157
ChefFoto Colorama	Fotografía	ChefFoto Colorama			Urdesa Av. Las Tomas 427 y la 5ta.	2310114	2651005	2304393
CN Video & Music DJ	Música	Verónica Naranjo R.	veronica@hmail.com		Dátiles y Tera	2851653		
CuYCaSa Spa	Tratamientos de Belleza y Adelgazamiento	CuYCaSa Spa			CC. Río Centro Cabos			
D'Mallide	Toda clase de bodisios para sus eventos	Mallide			CC. Riocentro Cabos, planta alta, loc. 61.			
D'Mallide	Toda clase de bodisios para sus eventos	Mallide			Aguirre 501 y Chimborazo (esq.)	2380287		
D'Mallide	Toda clase de bodisios para sus eventos	Mallide			Cdla. Bolivariana Mz. CP 11 (frente a la Iglesia Santa Gamma)	2208050	2208029	
Dansab	Smoking y Accesorios para Novias y Caballeros	Dansab			Calle 4ta. # 403 y Av. Miraflores	2255099	2257169	097065687
Dansab	Smoking y Accesorios para Novias y Caballeros	Dansab			Chimborazo 3213 y Cacer	2388048	2871652	97766635
Decor Carp	Carpas para eventos sociales	DecorCarp	decorcarp@hmail.com		Av. Juan Tenca Marango Km. 6 # 219	2454545	2576767	99855993
Decorativas	para dulces y tortas - La elegancia en tarjetera	Luis Sallos			García Aviléz 728 y C. Bailán 1er. Piso	2321856		098771388
Decorfine	El arte de la decoración para todo tipo de eventos	Alexandra de Aguirre			10 de Agosto 1542 y Chimborazo	2454545		
Design of Ekhal's Dream	Alta Costura	Ekhal's Dream			Victor Emilio Estrada 1005 e Ibanes	2385956	2634525	
Dimitri Sheslavskovich	Música - Violistas	Dimitri Sheslavskovich			Principal - Escobedo 1510 y Aduro	2515087		
Disc Jockey Cesar Jara	Música	Cesar Jara			Sucarai - C.C. Las Virgenes local 27-Cdla Kennedy	2280981		
Distribuidora Perez	Disfraces de artículos para fiestas infantiles.	Juan Perez			Crediles Esmeraldas	2887692		0991128494
Divine Salón	Centro Estético y Peluquería	Divine Salon			García aviléz 636 y C. Bailán Pasaje Sta. Rita local 22	2330453		
Dreker Cosmetica	Fajas Modeladoras - Reductoras Pro y Post Parto y mucho mas	Dreker			Urdesa, Victor Emilio Estrada Av. Las Montas	2885275	2883788	099762200
Dreker Cosmetica	Fajas Modeladoras - Reductoras Pro y Post Parto y mucho mas	Dreker			C.O. Plaza Mayor, 158	2249612	2648803	0999427680
Dulces Sueños	especial en decoración, platos de asía y dormitorio	Dulce Sueño			C.O. Malecón 2000, Galería D local 18	2236310	2210248	0992594981
Eduardo Cedeño	Fotografía	Eduardo Cedeño			Alberada 4ta. Etapa Calle José María Egas Mz. Di Villa 1 Loc. 1	2391692	2239608	97065528
El Gourmet	Banquetes y Eventos	El Taller de la Novia			2282346			099850872 - 099635009
El Taller de la Novia	Confeción de Vestidos	Dulces			C.C. Riocentro los Cabos, local 14 planta baja	2293705	2289191	99539069
El Taller de la Novia	Confeción de Vestidos	Dulces			C.C. Kennedy CC. Olimpico loc. 21	2330453		
El Taller de la Novia	Confeción de Vestidos	Dulces			C.C. Mall del Sol, local A.30	2891844		
Esperanza Ferrá	Estética y Cosmología	Esperanza Ferrá			Urdesa, Las Montas y Tera. (esq.)	2884734		99816495
Evento Italy	Se Realizan invitaciones exclusivas	Evento Italy			Boyaca 4564 y Aguirre	2365444		99586823
Evento Italy	Se Realizan invitaciones exclusivas	Evento Italy			Cdla. Kennedy Calle 9na. Y Av. San Jorge	2284839		
Eventos y Banquetes Romances	Organización de todo tipo de Evento	Romance			Cdla. Miraflores calle 3ra. 111 E. Guayas y Palmas	2204020	2204015	2204381
Exclusivos	Venta y alquiler de vestidos de novias y de etiqueta	Exclusivos			CC. Riocentro Cabos loc. 38	2851133		
Expresiones	Coordinación de Eventos de todo tipo	Expresiones	expresiones2002@hmail.com		Baquero Moreno 284 y C. M. Ramón	2382653	2303872	2303872
Fabilla Berisso Boutique	Boutique	Fabilla Berisso			Nueva Kennedy, calle Tmz. 10 entre D y E	2382653	2382653	2382653
Fashion Colla	Imagen - Belleza	Fashion Colla			Galerías Hilton Cobán loc. 22	239407	239407	99887164
Fashion Colla	Imagen - Belleza	Fashion Colla			Cdla. Naval Norte M54 V12	2391076	2391076	
Fiesta	Van de zapatos (todas las marcas exclusivas)	Fiesta						
Fiesta	Todo para su evento y recepción	Fiesta						
Finesse Ecuador	Teneros equipos de última tecnología.	Pedro Bohor						
Fiora La Marcelle	Decoraciones florales en general	Roberto Lizarraburu						
Fiora La Marcelle	Decoraciones florales en general	Roberto Lizarraburu	www.fioralamarcelle.com					
Fiora La Marcelle	Decoraciones florales en general	Roberto Lizarraburu	www.fioralamarcelle.com					
Fiora La Marcelle	Decoraciones florales en general	Roberto Lizarraburu	www.fioralamarcelle.com					
Fiora La Marcelle	Decoraciones florales en general	Roberto Lizarraburu	www.fioralamarcelle.com					
Fiora Las Cuatro Estaciones	16 ofitecnias arreglos para todo tipo de eventos	Las Cuatro Estaciones						
Fiora Las Cuatro Estaciones	16 ofitecnias arreglos para todo tipo de eventos	Las Cuatro Estaciones						
Flores Naturales	Arreglos florales, decoración, catering	Maria Rosa de Rodríguez						

PRE-WEBS	DIRECCION	TELEFONO	TELEFONO	DP-CELULAR
Olé Zapatos	Venta de Zapatos	Olé	C.C. Mall del Sol planta alta, local A-46	2348775
Decoración de Centros de mesas y en general	Decoración de Centros de mesas y en general	Olé	Escobedo 1215 y Vázquez esq.	2524249
Panadería Pastelería California	Panadería Pastelería California	California	Cofa, Ferroviana Malecón 701 y calle Bta.	2211187
Accesorios para Novias y detalles	Accesorios para Novias y detalles	Para Novias	Cofa, Ferroviana Malecón 701 y calle Bta.	098747288
Partes e Invitaciones Exclusivas para Novias	Partes e Invitaciones Exclusivas para Novias	Rafael Epulquen	CC. Malecón Gallery D loc. 18	9985755
Partes e Invitaciones Exclusivas para Novias	Partes e Invitaciones Exclusivas para Novias	Los Carnuales	CC. Plaza Mayor loc. 58	098762200
Transporte	Transporte	Plaz Wloaszyn	Suera y Malecón	86624271
Mesas de queso y piques	Mesas de queso y piques	Juan Carlos Márquez Correa	www.jpjajl.com.co	2517438
Lencería y Ropa Feminina	Lencería y Ropa Feminina	Primo Costa	Av. Miguel H. Achay y Nahim Isales Edif. Torres del Norte - Torre A Local 2	80956964
Eventos y Recepciones	Eventos y Recepciones	Primera Casa	Cofa, Boliviana Av. Dula entre J. Pérez y Carabobo	69876969
Alquiler de todo relacionado con su Recepción	Alquiler de todo relacionado con su Recepción	Recepciones & Banquetes	Abrocada 11 casa. Elma Albornoz 55 loc. 11	2394287
Registro Civil	Registro Civil	Eduardo Estrella R.	C.C. Ríoacero Extra Ricos	2277278
Poligrafía matrimonial, Artística y Social, Maquillaje, Música	Poligrafía matrimonial, Artística y Social, Maquillaje, Música	Carlos Reguera	Esmeraldas 1412 y C. Ballén	2382064
Remy Producciones	Remy Producciones	Remy	Los Cabos calle 3ra. # 119A E. Av. 1ra. Y Av. Principal	9936994
Repos	Todo tipo de repisas	CrossMaid	Av. Las Monjas 129 y L.E. Estrada 7er. Piso alto	9906370
Restaurant Anderson	Donde se viven los momentos especiales	Anderson	Victor Emilio Estrada 1020 y Jigüías	2383100
Ricardo Muentes - Disc. Jockey	Ricardo Muentes - Disc. Jockey	Ricardo Muentes	C.C. Albornoz 2 local # 30 frente a Plaza Mayor	2845189
Rizas y Licos - Estética Unisex	Belleza, Peinados y Estética	Riza Liza	Av. Victor Emilio Estrada 505 entre Ebanos y Av. Las Monjas	2389766
Fotografías	Fotografías	Roberto Pombar	Av. Olimpo 221 y Calle D	2390698
Diseños exclusivos de joyas	Diseños exclusivos de joyas	Royal Rubio	C.C. Ríoacero los Cabos local # 13	2500334
Centro de salud y estética	Centro de salud y estética	Santí Germán	Av. San Jorge 332 y Olimpo	2393374
Mananital	Mananital	Santí Germán	Cofa, La Garzoia Av. Principal: Guillermo Pareja Mz. 66 solar 27 y 28 1er piso	2244822
Salón de Recepciones Plus	Salón de Recepciones Plus	Mananital	Av. Francisco de Orellana # 1 y Aquilino Frera (Frente al Banco Boliviano)	2234286
Salón de Recepciones Plus	Salón de Recepciones Plus	Plus	Cofa, Entre Ríos Av. Río Vireas y Calle 2da. Villa 3B Ter. Piso	8626685
Maquillaje, Peinados, Tratamientos	Maquillaje, Peinados, Tratamientos	Santa Para	Chimborazo 419 y Clemente Ballén	2884965
Psicología Cecilia Chávez Bowen	Especialista en Terapia de Parejas y Familia, Ansiedad y Depresión	Cecilia Chávez Bowen	Cofa Riza 401-A y San Salvador (Barrio del Seguro)	2511974
Soprano Astrid Achi	presupuesto	Astrid Achi	Las Monjas y Circunvalación Sur (esq.)	2353004
Sill Video Producciones	Grabaciones editadas y fotos dentro y fuera de la ciudad	Laura Zúñiga	CC. Plaza Mayor Loc. 27	2242659
Studio Jimmy Pareja	Asesoría de Imagen	Jimmy Pareja	CC. Polinario	2881768
Sueros Lingerie	Ropa íntima para la mujer - Lencería Fina	Lingerie	CC. Mall del Sol	2692002
Sueros Lingerie	Ropa íntima para la mujer - Lencería Fina	Lingerie	CC. Mall del Sol	2692002
Sukasa	Decoración y Hogar	Sukasa	C.C. Bosques Centro local # 2 Av. Dr. Jaime Roldós Urb. Boquerón del Salado	2683168
Sunset Photography	Fotografía y Filmación	Sunset Photography	av. Victor Emilio Estrada # 203 y Balsameros (Urdesa Central)	2301018
Sweet Expressions	Distribuidora de Suministros e Ingredientes para Pastelería	Sweet	Orillana 219 y Rocafuerte Ed. Pailón 2do. piso	2395400
Tequila Va & Son	Grupo Musical	Tequila Va & Son	Cofa, Urdesa Calle Atacayas # 600 y las Monjas, 2do piso	2455563
Meier	Venta de textiles	Meier	Galerías Hillon colón Local 17	2382472
Tradición en Vinos Argentinos	Tradición en Vinos Argentinos	Vinar	Clemente Ballén 406	2327100
Túbes y Novias	Música Clásica, variada y del momento	Túbes y Novias	Calle primera # 502 B y Guayacanes, Urdesa Central	2685105
Unipark Hotel	Vestidos, zapatos y accesorios para Novias	Unipark Hotel	Urdesa Norte Av. 2da. 124 y Calle 3ra.	2382923
Video Mix	Elaboración de Eventos, Shows	Video Mix Producciones	C.C. Plaza Cdt. local 22	2391191
Video Mix	La Producción de su Boda	Video Mix Producciones	Polinario local 4 Planta Alta	2268310
Video y Fotografía	Video y Fotografía	Video y Fotografía	CC. Mall del Sol Loc. A7 planta alta	2831796
Videoeventos	Grabaciones de eventos sociales	Videoeventos	Cofa, Kennedy y la Torna Oeste # 600 y la H	2870701
Vital Peluquería	Cortes de cabello, peinados, maquillaje	Vital Peluquería	Tera, Oeste 312 y Av. San Jorge	2399063
Viva Importa	Imagen - Luz radiante y bella	Viva Importa		
Ximena Coello	Vajillas, cubiertos y fina cristalería	Ximena Coello		
Xocco	Buffet, bocadillos, cocteles	Xocco		
ZCI Novias	Vestidos y accesorios para Novias	ZCI Novias		



ANEXO 8

Base de datos Cámara de Comercio en CD



ANEXO 9

Cotizaciones

Guayaquil, 23 de noviembre del 2004

g:
Abel Carrillo
Ciudad

Re: consideración:

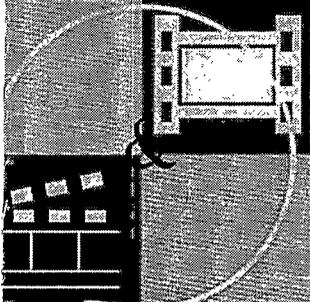
En atención a su solicitud respecto a las instalaciones que son de su interés ubicadas en
Ardesa Central en las calles V. Emilio Estrada entre Ficus y Guayacanes le informo que
estoy dispuesto a alquilarlas a un canon de US\$ 600,00 por un plazo de 5 años.

Atentamente,



Paul Moncayo LL

H O T



Wedding
Fine Arts
Fashion
Still Life
Studio
Portrait

LUIS EDUARDO HURTADO
JAME ALARCON UTRERAS
LOLITA HURTADO

FOTOMANIA



1. C.C. ESPIRAL LOCAL 106
AMAZONAS Y JORGE WASHINGTON
TELF: 256 7727 250 3933 099 712761
2. AV. COLON Y 6 DE DICIEMBRE . ED ANTADES
FOTOMANIA .TELF 255.3151 099 698605
3. AV 6 DE DIEMBRE N21- 163 Y ROCA
FOTOMANIA TELF 252.0346 099 698 605

610

PAQUETE ESPECIAL DE FOTOS Y VIDEO PARA LA EXPOBODA

PAQUETE ELEGANTE

FOTOGRAFIA

- 1.- COBERTURA EN LA CASA DE LA NOVIA.
 - a.- SESION FOTOGRAFICA EN LA CASA DE LA NOVIA 1 HORA ANTES DE LA CEREMONIA RELIGIOSA.
 - b.- FOTOS DE LA NOVIA CON SUS PADRES.
 - c.- FOTOS DE LA NOVIA CON SUS HERMANOS.
 - d.- FOTOS DE LA NOVIA CON SU CORTE DE HONOR
- 2.- COBERTURA EN LA CEREMONIA RELIGIOSA
 - a.- TOMAS FOTOGRAFICAS DE LOS MOMENTOS MAS IMPORTANTES.
 - b.- SESION FOTOGRAFICA EN EL ALTAR.
- 3.- COBERTURA FOTOGRAFICA DURANTE LA RECEPCION
 - a.- DURANTE EL BRINDIS, VALS, SORTEO DE LIGAS, ENTREGA DEL RAMO Y DEL AZAR.
 - b.- SESION FOTOGRAFICA CON NOVIOS
 - c.- SESION FOTOGRAFICA CON LA FAMILIA DE LOS NOVIOS
 - d.- FOTOGRAFIAS DEL RECORRIDO DE LOS NOVIOS POR LAS MESAS DE INVITADOS

SE ENTREGARA A LOS NOVIOS:

- a.- 144 FOTOGRAFIAS EN HOJAS DE CONTACTO PARA ELEGIR
- b.- 5 FOTOGRAFIAS DE 15 X 22 CM (6R).
- c.- 20 FOTOGRAFIAS DE 13 X 18 CM (5R) Y
- d.- 80 FOTOGRAFIAS DE 10 X 15 CM (4R).

VIDEO CON COBERTURA TOTAL DESDE LA CASA DE LA NOVIA 1 HORA ANTES DE LA CEREMONIA, CEREMONIA Y RECEPCION.; CON PRESENTACION DE LA HISTORIA DE VIDA, EDITADO, MUSICALIZADO.

SE ENTREGARA A LOS NOVIOS :

1 ORIGINAL EN FORMATO VH; 1 ORIGINAL EN FORMATO DVD

PRECIO NORMAL \$800.00 DOLARES

VALOR PROMOCIONAL DEL PAQUETE \$ 650.00 DOLARES

LENIN CEDENO

DECORACIÓN EN GENERAL

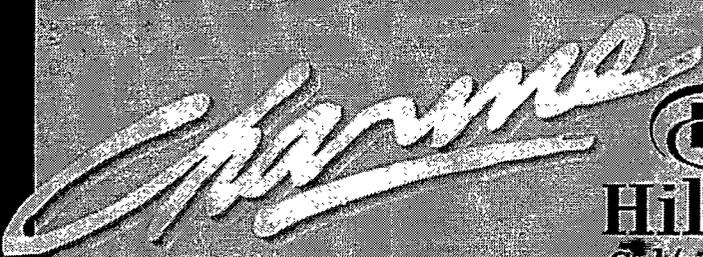
Iglesia

	V.U	V.T.
- 8 pedestales para altar	\$ 40-	# 320-
- 1 arreglo para parte baja de mesa de altar.	\$ 40-	40-
- 24 arreglos estilo cascada para bancas	\$ 8-	# 192-

total \$ 552-

Recepción

- 30 centros de mesa	\$ 10	# 300-
----------------------	-------	--------



Hilton Colón Quito

Menús de Plan Novios

Menú Charme # 1 **29.00**

Vol au Vent de Mariscos y Espárragos verdes

Sorbete de Anís

Enrollado de Pavo sobre Ragout de Hongos
Salsa de Pimienta

Medallones de Lomo Fino de Res Grille
Salsa Marchand de Vin
Papas Berny y Vegetales

Mil Hoja de Chocolate y Ensalada de Bayas

Menú Charme # 2 **29.00**

Selección de Pescados Ahumados con
Parfait de hinojo
Salsa Golf y salsa verde

Sorbete de Champagne

Suprema de Pollo Rellena con Espinacas
Y Mozzarella Ahumado
Salsa Paprika

Tournedo de Lomo Fino de Res Jorrado con Jamón Serrano
Salsa Oporto

Papa Pera y Bouquete de Vegetales

Pave de Chocolate al Grand Marnier
Salsa de Chocolate blanco

Menú Charme # 3 **30.00**

Pañuelo de hojaldre con hongos silvestres

Sorbete de Maracuyá

Suprema de Pollo Rellena con Camaron Tigre
Salsa Americana

Enrollado de Lomo Fino de Res con Mousse de Ternera
Salsa Vino Tinto

Papa a la crema y Vegetales

Vacherin de Guacamaba con Coulis de frutas

Hilton Colón Quito
Av. Patria y Amazonas
Quito, Ecuador
Tel: (593-2) 560 666 - Fax: (593-2) 563 903





Hilton

Colón Quito

Menu Vogue # 1

29.00

Rosa de Salmón Ahumado con su guarnición

Consomé de Rabo de Res al Oporto

Galletas de Queso Parmesano

Medallón de Pavo Relleno

Con Ciruela Pasa

Salsa de Taxo

Tournedo de Lomo Fino de Chanco Grille

Salsa Pimiento

Bavaroise de Vainilla con Ensalada de frutillas al Maraschino

Menu Vogue # 2

29.00

Paté de Aves con Chutney de

papaya Hawaiana

Ensalada Waldorf

Bisque de Camarón al Cognac

Medallon de lomo fino de chanco

Sobre mermelada de cebolla

Salsa de Vino Tinto

Caracol de lomo fino de res

Con Dixella de hongos

Salsa Mostaza de Dijon

Papa a la crema y vegetales

Tulipan de bayas silvestres

Helado de Espiritu del Ecuador

Menu Vogue # 3

29.00

Cocktail de Camarones en Salsa Golf

Crema de espárragos con

Quenelles de ternero

Suprema de pollo relleno con Higos Caramelizados

Salsa Mandarina

Medallones de lomo fino de res Cordon Rouge

Salsa Oporto

Papas gratinadas y vegetales

Brazo Gitano de Chocolate

Salsa de Café Colombiano

Hilton Colón Quito
Av. Patria y Amazonas
Quito, Ecuador

Tel: (593-2) 560 666 - Fax: (593-2) 563 903





Hilton

Colón Quito

Menu Glamour # 1

32.00

Rosa de Salmón Ahumado con su guarnición

Consomé de Aves al Jerez y Tortelinis de Carne
Grisini de Cominho

Sorbete de Menta

Tournedos de Lomo Fino de Res Gratinado con Escargots
Sobre marnelada de Cebolla Paitaña
Salsa de Oporto
Papas Gratinadas
Vegetales de temporada

Duo de Cisnes de Merengue con Helado de Mango
Sobre salsa de Curacao Azul

Menu Glamour # 2

32.00

Ensalada de temporada con trucha ahumada
Vinagreta de Frambuesa

Bisque de Camarones con Capuchino de perejil

Sorbete de toronja y Campari

Enrollado de pollo con duxella de hongos
Salsa Crema
Medallón de Lomo Fino de Res Grille
Salsa Marchand de Vin
Papa Pera y Tiernos Vegetales

Mil hojas de Mousse de Chocolate con Helado de Vainilla
Corazones de Suspiros Rosados

Menu Glamour # 3

32.00

Pate de Pato Canadiense y Conejo
Cútney de Papaya Hawaiana y ensalada Waldorf

Sorbete de Limón con champagne

Caracol de Lomo Fino de Res Relleno
Con Mousse de Pollo y Hongos
Salsa de Vino Tinto

Tournedos de Chanco Grille Cordon Rouge
Salsa Taxo

Papas Berny y Vegetales

Royal de Piña con salsa de frambuesa

Hilton Colón Quito
Av. Patria y Amazonas
Quito, Ecuador
Tel: (593-2) 560 666 - Fax: (593-2) 563 903



Hilton

**GONZALO
NUÑEZ S.A.
IMPORTADORES**

Boya de Ibarra y Clemente Ballen
Telfs: 510185 Fax: 325352
Guayaquil - Ecuador

RUC: 0990008299001

P R O F O R M A

0042

CLIENTE : ALA DE COMBATE N-22
DIRECCION: AV. PEDRO MENENDEZ GILBERT
TELEFONO : 282570-2399850
CIUDAD : GUAYAQUIL
TRANSPORTE
VENDEDOR: 89

FECHA : 09/11/2004
PEDIDO :

CODIGO : 000581
PLAZO :

CODIGO	DESCRIPCION	UND	PRECIO U.	TOTAL
01.01.02.0040	1 BANDEJA RECT. 48X43 SERVICE	4	18.50	74.
02.0126	1 CUCHILLO COCINERO 8" CENTURY	2	27.75	55.
02.0531	1 CUCHILLO DE MESA CAJA X12 CONTINENTAL	4	27.43	246.
02.0532	1 CUCHILLO POSTRE CAJA X12 CONTINENTAL	9	24.23	218.
02.0537	1 CUCHILLO COCINERO 8" CENTURY	2	22.00	44.
02.0582	1 CUCHARA DE MESA CAJA X12 CONTINENTAL	9	22.75	204.
02.0583	1 TENEDOR DE MESA CAJA X12 CONTINENTAL	9	22.75	204.
02.0585	1 TENEDOR POSTRE CAJA X12 CONTINENTAL	9	19.84	178.
02.0588	1 CUCHARA TE CAJA X12 CONTINENTAL	9	15.32	147.
02.0607	1 CUCHARITA EXPRESSO CAJA X12 CONTINENTAL	9	12.93	116.
02.0609	1 TENEDOR PESCADO CAJA X12 CONTINENTAL	9	20.14	181.
02.0610	1 CUCHILLO PESCADO CAJA X12 CONTINENTAL	9	24.91	224.
02.0855	1 BATIDOR FRANCÉS 24" SPARTA-CHEF SERIES	1	9.39	9.4
02.0884	1 ESPATULA HAMBURGUESA 7" PROFESSIONAL MASTER	1	7.15	7.1
02.0897	1 ESPATULA PERFORADA/FRITURAS 9" PROFESSIONAL MASTER	1	7.05	7.0
02.1016	1 TAZON P/MEZCLAR 20 QT. STANDARD	1	14.73	14.7
02.1020	1 TAZON P/MEZCLAR 15 QT. STANDARD	1	18.07	18.0
02.1069	1 RALLADOR 4 LADOS MULTIPLE N/A	1	10.94	10.9
02.1094	1 CUCHARA P/ SERVIR 18" (SOLIDA) N/A	1	3.02	3.0
02.1174	1 SAMOVAR CITAPA REMOVIBLE RECHAUD	5	229.27	1,146.3
02.1202	1 CUCHARON 32 Oz. DOS PIEZAS	1	5.62	5.6
02.1243	1 CEDAZO DOBLE MALLA 12" HEAVY DUTY	1	45.21	45.2
02.1287	1 TAZON P/MEZCLAR 13 QT. STANDARD	1	8.72	8.7
03.0151	1 PLATO/TAZA 15,3 Cm RESTAURANT BORDEAUX	100	2.10	210.0
03.0227	1 VASO H/9 35 CI PRINCESA	100	1.18	118.0
03.0309	1 COPA DE HELADO 21 CI PALMIER	100	3.37	337.0
03.0427	1 COPA GRAN VINO 31 CI PRINCESA	100	3.11	311.0
03.1113	1 TAZA 25 CI RESTAURANT BORDEAUX	100	2.17	217.0
03.1215	1 COPA VINO 19 CI PRINCESA	100	2.51	251.0
03.1220	1 COPA SHERRY 9 CI PRINCESA	100	2.42	242.0

IZALO
ÑEZ S.A.
IMPORTADORES

Boyaca 1608 y Clemente Ballén
Telfs.: 519185 Fax: 325352
Guayaquil - Ecuador

RUC:09900008292001

P R O F O R M A

004212

AGENTE: ALA DE COMBATE N-22
DIRECCION: AV. PEDRO MENENDEZ GILBERT
TELEFONO: 282570-2399850
CIUDAD: GUAYAQUIL
TRANSPORTE:
VENDEDOR: 99

FECHA: 09/11/2004
PEDIDO:

CODIGO: 000581
PLAZO:

CODIGO	DESCRIPCION	UND.	PRECIO U.	TOTAL
03.1222	COPA AGUA 23 CM PRINCESA	100	2.62	262.00
03.1223	COPA TEREZ 14 CM PRINCESSA	100	2.12	212.00
03.1224	COPA FLAUTA 15 CM PRINCESA	100	2.37	237.00
03.1811	PLATO 27 Cm GASTRONOMIE RECEPTION	100	5.30	530.00
03.1848	PLATO 15.5 Cm GASTRONOMIE RECEPTION	100	3.00	300.00
03.1937	PLATO 24 Cm GASTRONOMIE RECEPTION	100	4.38	438.00
03.1938	PLATO HONDO 22 Cm GASTRONOMIE RECEPTION	100	5.07	507.00
03.1939	PLATO 19.5 Cm GASTRONOMIE RECEPTION	100	3.74	374.00
03.1942	SALADIER APIL 12 Cm GASTRONOMIE RECEPTION	100	3.09	309.00
03.1944	COPELA 12 Cm GASTRONOMIE RECEPTION	100	2.59	259.00
03.1945	TAZA 9 CM GASTRONOMIE RECEPTION	100	2.09	209.00
03.1946	PLATO/TAZA 11.3 Cm GASTRONOMIE RECEPTION	100	1.89	189.00
09.0273	COLADOR 16 QT. N/A	1	30.48	30.48
09.0280	SARTEN C/ANTIADHERENTE 14" (ALUMINIO) EXCALIBUR	1	44.97	44.97
09.0934	FUENTE P/ASAR 18 5/8" X 12 5/8" (AL) N/A	1	26.21	26.21
13.0108	TABLA P/CORTAR 18" X 24" X 1/2" SPECTRUM/BLANCO	1	34.21	34.21
02.02.0236	CUCHARA P/SERVIR 15" (PERFORADA) N/A	1	1.87	1.87
09.0182	OLLA P/CALDO 76 L (ALUMINIO) N/A	1	163.72	163.72
09.0924	OLLA ALTA 80 QT. BLUE LABEL (3004 AL)	1	149.32	149.32
09.1004	TAPA OLLA ALTA 80 QT. BLACK LABEL	1	17.96	17.96

SON: OCHO MIL CUATROCIENTOS CINCO CON 09/100 DOLARES AMERICANOS

SUBTOTAL \$ 9,360.67

DESCONT. 20.00% \$ 1,872.13

IVA 12.00% \$ 900.54

TOTAL \$ 8,405.06

NOTA:
SRA ISABEL DE MERIZALDE:

NOTA: Este documento tiene como único propósito cotizar los items solicitados; por lo tanto, no representa ninguna transacción comercial. Cambio de precio si previo aviso.



eduardo Trujillo B. C. Ltda.

Chimborazo 2705 y Venezuela • Telefax: 2446513 - 2446934 • Casilla: 09-01-3693 • Guayaquil - Ecuador

C O T I Z A C I O N

No. _____

SRA
ISABEL GARRILLO DE MERIZALDE
TF: 280850 FAX 204080 EXT 292
CIUDAD

Fecha: _____ del 200__

Novbre 8

4

Art. No.	Cantidad	DESCRIPCION	UNITARIO	TOTAL
1		1 Cocina industrial a gas mod. SH303 L de tres quemadores (en linea) marca eTB fabricada en hierro negro pintada con esmalte anti-corrosivo. Sin horno. Bandejas recolectoras de desperdicios y parrillas fabricadas de angulos en forma de "L" pintada con pintura anticorrosiva Dimensiones: Frente: 1,58m. Fondo: 0,58m. Alto: 0,85m.	395,00	-
2		1 Cocina de similares características, pero de acero inoxidable	600,00	600,00
		1 Lijadora de 25 litros de capacidad, marca METVISA Procedencia: Brasilera		621,00
		1 Batidora tipo industrial de 20 lts. De capacidad		1.330,00
		1 Olla arrocera a gas de 20 lbs. de capacidad		387,00
		1 Freidora a gas de dos canastillas		507,00
				3.445,00
		IVA TARIFA 12%		413,40
			US \$	3.858,40
		FORMA DE PAGO: ITEM 1 AL 2: 60% anticipado Saldo: Contra entrega DEMÁS ITEMS: CONTADO		



eduardo Trujillo B. C. Ltda.

Chimborazo 2705 y Venezuela • Telefax: 2446513 • 2446934 • Casilla: 09-01-3693 • Guayaquil - Ecuador

C O T I Z A C I O N

CORONEL
 CESAR MERIZALDE
 T.F. 2294518/2692741
 CIUDAD:

Enero 21,

No. _____

Fecha: _____ del 200__

Art. No.	Cantidad	DESCRIPCION	UNITARIO	TOTAL
	1	1 Horno tipo industrial a gas de tres taras, fabricado en acero inoxidable. IVA TARIFA 12% FORMA DE PAGO: 60% ANTICIPADO SALDO CONTRA ENTREGA	972,00	972,00 <hr/> 972,00 116,64 <hr/> 1.088,64 =====



DANIEL BENALCAZAR M.

Distribuidor de Productos Varios

Dirección: Tulcán 803 y Nueve de Octubre 3to piso

Fono Fax: 04-2371014

Guayaquil-Ecuador

DISTRONIA

R.U.C. 0914742101001

PROFORMA # 219

Fecha: Guayaquil, 17 de Febrero del 2005

Cliente: **ING. ISABEL CARRILLO**

Dirección: AV. CARLOS JULIO AROSEMENA KM 1

Teléfono: 2-204-080

CANT.	DESCRIPCIÓN	V.U.	TOTAL
3	ESCRITORIOS EN L TIPO EJECUTIVO	200.00	600.00
1	ARCHIVADOR 4 CAJONES COLOR NEGRO	60.00	60.00
		Sub-Total	\$660.00
		I.V.A. 0%	
		I.V.A. 12%	\$81.00
		TOTAL A PAGAR	\$741.00

*Agradezco por su amable atención, esperando poderles servir lo mas pronto.

*El plazo de validez de estos precios es de 8 dias

*Tiempo de entrega 15 dias laborables

[Signature]

[Signature]

SOLICITUD DE PROFORMA

Cliente: Tienda Aereo Ecuatoriana
 Persona que compra: Ricard Comilla de Vernalde
 Dirección: Bca. Area Simon Bolivar
 Teléfonos: 282570 Fax: _____

CODIGO	Unid.	DESCRIPCION	
	3	Sillones reclinables con base reclinable tapizados en tela damasco a 19218	9654,-
	4	Sillas tipo bus con base tubular tapizados en tela damasco a 72%	288,-
	2	Sofas de 3 Asientos tapizados en tela damasco a 509,-	91018,-
			1.960,-
		Dts Imp. 15%	294,-
			1.666,-
		IVA 12%	199.92
			91.865,92

OBSERVACIONES: Tiempo de Entrega: 11 días hábiles
Forma de Pago: 100% anticipado

FIRMA Y NOMBRE DEL VENDEDOR: M/ C. Ricardo de Vernalde

Fecha: Enero 11 de 2005

Estructuras Metálicas
Pasamanos, Escaleras de
Caracol, Rejas, Tragalu-
ces, Puertas, Ventanas,
Cerramientos.

MARIA ELEUTERIA BERNAL ARIAS

FABRICACION DE GALPONES, PUERTAS Y VENTANAS

METÁLICAS Y REJAS (CERRAJERIAS)

TODO EN HIERRO FORJADO

R.U.C. 0903196327001

ESMERALDAS 2206 Y CAPITAN NAJERA • TELF.: 2451907

Muebles Forjados
Metálicos, Salas,
Comedores, Camas
Mesas de Centro,
Consolas.

PROFORMA N° 00179

Clientes: Isabel Carrillo Ciudad: Guayaquil Fecha: Nov 15/2008
Dirección: _____ Telf.: _____ C.I./R.U.C.: _____

CANT.	DESCRIPCION	P. UNIT.	TOTAL
	Confeccion del siguiente trabajo		
100	rejas con tabicado	\$ 25.00	2500.00
12	mesas pegables con madera revestida	\$ 40.00	480.00

SUB-TOTAL	2980.00
DSCTO.	357.60
I.V.A. 0%	
I.V.A. 12%	
TOTAL	3337.60

Isabel Carrillo
MARIA BERNAL ARIAS

RECIBI CONFORME

Estructuras Metálicas
 Paramanos, Escaleras
 de Caracol, Rejas,
 Tragaluzes-Ventanas
 Puertas-Cerramientos

EDUARDO JIMENEZ GUZMAN

Taller de Herrería y Cerrajería "EDU"

R.U.C. 0900272022001

Medardo A. Silva 108 entre Carchi y Tungurahua Telf. 363609
 Beeper 611333 Guayaquil - Ecuador

Muebles Forjados
 Metálicos, Salas,
 Comedores, Camas,
 Mesas de Centro
 Consolas

Guayaquil, 15 de Noviembre del 2004
 Sr. (a) Sra. Isabel Carrillo

PROFORMA No. 0291

POR LO SIGUIENTE:

DEBE:

CANT.	DESCRIPCION	P. UNIT.	TOTAL
	Confecccion de 100 sillas (modelo Ste-fanny) con tapizado		
	Valor por silla	# 27,=	
	Confecccion de 12 bases de mesas	# 25	# 25
		Base Tarifa 10%	
		Base Tarifa 0%	
Observación:	Dolares	SUB-TOTAL \$	
		IVA	
		TOTAL \$	

Firma Autorizada, CLIENTE

Edo Jimenez Guzman
 El Propietario

11/05/05



COTIZACION

NOMBRE: _____
 DIRECCION: _____
 TELEFONO: _____

PRODUCTO	MARCA / MODELO	PRECIO OFERTA	ENTRADA	MESES	CUOTAS
1	Lavador Whirpool	18 bhs			\$ 334.90 90
2	Secador Bosch	24 bhs			\$ 429.00 90
2	planchas Dts 403312				\$ 26.99 90

OBSERVACIONES: *1 Lavador Whirpool 27 bhs \$ 399.00*

Precios incluyen IVA, esta cotización puede variar sin previo aviso

VENDEDOR: *Margarito Aguilar* CODIGO: *2395051*
 ALMACEN: _____ TELEFONO: *2288357*

EL MEJOR CREDITO DE ACUERDO A SUS CONDICIONES
¡USTED DECIDE!

ATENCION AL CLIENTE
 GUAYAQUIL: TELF.: 04-2651118
 QUITO: TELF.: 02-2281177

Garantizamos su producto

 hasta 5 años.

Comercial Metálica

Wape

Muebles para:
OFICINA - HOGAR
COLEGIO - HOSPITAL
PERCHAS - ESTRUCTURAS

De: Ing. Walter Antonio Peña Hojas

OFICINA Y FÁBRICA: CIUD. ALBONÓR MZ. NO. 4 SOLAR 6 TELEFAX: 2211481 - CEL.: 099409916 - CASILLA: 09-01-7128
 e-mail: comewape@hotmail.com

R.U.C. 0907030886001

PROFORMA N° 0002118
 Guayaquil, _____ ENERO, 11 DEL _____
 Sr. (Es) _____ CORPORACION FINANCIERA NACI

POR LO SIGUIENTE:

Cantidad	ARTICULO	PRECIO
4	SILLAS SECRETARIAS NEUMATICAS CON BRAZOS PLASTIFICADOS. BASE NEUMATICA GIRATORIA DE CINCO PATAS PROVISTAS DE GARRUCHAS. TAPIZADO ANATOMICO EN MADERA TRATADA, CURVEADA, YUTE O CUERINA Y ESPUMAFLEX. CON RESPALDO RECLINABLE. P. UNITARIO US\$110.00	440.00
4	SILLAS SENA, CONSTRUIDAS EN ESTRUCTURA DE TUBO REDONDO DE 7/8" X 1,5 MM DE ESPESOR; TAPIZADO ANATOMICO EN MADERA TRATADA, CURVEA- DA YUTE O CUERINA Y ESPUMAFLEX. PATAS PROVISTAS DE REGATONES. P. UNITARIO US\$38.00	152.00
2	SILLONES EJECUTIVOS CON BRAZOS PLASTIFICADOS. CON BASE NEUMATICA GIRATORIA Y RECLINABLE DE CINCO PATAS PROVISTAS DE GARRUCHAS. TAPIZADO ANATOMICO EN MADERA TRATADA, CURVEADA, CUERINA Y ESPUMAFLEX. P. UNITARIO US\$150.00	300.00
<p>SON: NOVECIENTOS NOVENTA Y NUEVE CON 04/100 DOLARES.</p> <p>VALIDEZ DE LA OFERTA: 30 DIAS, SUJETO A CAMBIO SIN PREVIO AVISO. FORMA DE PAGO: CONTADO CONTRA-ENTREGA. TIEMPO DE ENTREGA: 6 DIAS HABILES, A PARTIR DEL ANTICIPO. GARANTIA: DOS (2) AÑOS SOLO POR DEFECTOS DE FABRICACION</p> <p>* LOS MUEBLES SERAN PINTADOS CON PINTURA ESPECIAL HORNEABLE.</p>		
SUBTOTAL		892.00
IVA 12.0%		107.04

PYCCA

P Y C C A S.A.

9 DE OCTUBRE 616 Y BOYACA TELEFONO 327-950

GUAYAQUIL - ECUADOR

R.U.C. 0990000530001

PROFORMA #0001033

06-0001033

PROFORMA # 06-0001033 FECHA: 11/01/2005 FECHA VIGENCIA: 18/01/20

SR ROLANDO SOLANO RUC 0913760849 CLIENTE # 00000743

Pycca Police

Observaciones:

Los precios estan sujetos a cambios

LINEA	CODIGO	ARTICULO	CANTIDAD	PRECIO	%	DESCUENTO	TOTAL
	D80479	TABLA PLANCHAR	2	18.00	0.00	0.00	36
	N0106	GESTO PRACTICO APILABL	30	1.46	0.00	0.00	43
	N54718	GESTO PARA ROPA LIDER	30	2.35	0.00	0.00	70
	N61706	GESTO IMPERIAL ROJO	4	3.81	0.00	0.00	15

TOTAL CANTIDAD 66

VALOR	16
DESCUENTO	
SUBTOTAL	16
DESC. ESPEC.	1
SUBTOTAL	14
I.V.A. 12.0%	1
TOTAL	16

Contribuyente Especial
segun Resolución No. 6925
4 de Julio de 1.995

Los pagos se haran en efectivo ó cheque certifica
a la orden de PYCCA S.A.



DANIEL BENALCAZAR M.

Distribuidor de Productos Varios

Dirección: Tulcán 803 y Nueva de Octubre 3to piso

Fono Fax: 04-2371014-2851550

Guayaquil-Ecuador



R.U.C. 0914742101001

PROFORMA #186

Fecha: Guayaquil, 17 de Enero del 2005

Cliente: ING. ISABEL CARRILLO

Dirección: AV. CARLOS JULIO AROSEMENA KM 1

Teléfono: 2-204-080

CANT.	DESCRIPCIÓN	V.U.	TOTAL
10	RESMA CON LOGO TIPO DE COLORES	10.00	100.00
1000	SOBRES CON VENTANAS CON LOGO TIPO DE COLORES	0.05	51.30
1000	HOJAS VOLANTES CON LOGO TIPO DE COLORES	0.02	20.00
2	LAPTOSCENTRINO 1600-256 MEMORIA	1500.00	3.200.00
2	IMPRESORA LASER E320	156.25	312.50
		Sub-Total	\$3.583.80
		I.V.A. 0%	100.00
		I.V.A. 12%	430.06
		TOTAL A PAGAR	\$4.113.86

*Agradezco por su amable atención, esperando poderles servir lo mas pronto.

*El plazo de validez de estos precios es de 8 dias

*Tiempo de entrega 15 dias laborables.

Elaborado por

Autorizado por

Recibi Conforme



PROKIND

Productos Químicos para la Industria
Distribución y Representaciones Comerciales

Guayaquil, Enero 25 de 2005.

Señores
CFN.
Atención : Ing. Isabel Carrillo.
Ciudad.

Por medio de la presente hacemos la siguiente:

COTIZACIÓN

Producto	P. Unit		P. Total
Desifresh (Desinfectante para pisos con aroma)	\$ 4.50 gl.	Envase 5 gls.	\$ 22.50
Prowash (Cera líquida para pisos con aroma)	5.00	Envase 5 gls.	25.00
Clorkind (Cloro líquido concentrado)	2.20 gl.	Envase 5 gls.	11.00
Deterpower (Detergente en polvo industrial)	1.30 kl.	Envase 20 kls.	26.00
Franela	1.65 mt	corte de 10 mts.	16.50

Estos precios no incluyen el IVA.
EN ESPERA DE SU RESPUESTA QUEDAMOS.

Atentamente,



Mónica Catagua
Gerente comercial.



PLAN IDEAL
ARMALO COMO TU QUIERAS

Es IDEAL porque viene con teléfono incluido, tarifas reducidas, los minutos que quieres, los mensajes escritos que desees, las fotos que necesites enviar y la capacidad que quieres para navegar en internet.

Tú eliges cómo armarlo



Minutos a tu elección desde 90 hasta 1.430

Costo mensual	Tipo de Plan	Minutos PORTA a PORTA
\$18*	C	90
\$22	C	120
\$25	A-C	170
\$34	A-C	280
\$43	A-C	400
\$54	A-C	560
\$67	A-C	730
\$79	A	880
\$95	A	1.100
\$120	A	1.430

Precios no incluyen impuestos

Las llamadas de PORTA a PORTA tienes 50% de descuento en el precio minutos incluidos y adicionales.



Elige desde 50 hasta 1.000 mensajes.

Costo mensual	Cantidad de mensajes
\$0.85	50
\$1.50	100
\$2.00	160
\$2.66	200
\$3.99	300
\$5.32	400
\$6.50	500
\$9.75	750
\$13.00	1.000

Precios no incluyen impuestos
Costo mensaje adicional:
De 50 a 500: \$0.03 + IVA.
De 750 a 1.000: \$0.06 + IVA.



Hasta 25 mensajes con fotos, videos y sonidos.

Costo mensual	Cantidad de mensajes
\$4	10
\$10	25

Precios no incluyen impuestos
Costo mensajes multimedia adicional: \$0.45 + IVA.



Conectividad Móvil desde 0.5 MB hasta 20 MB

Costo mensual	Cantidad de datos
\$3*	0.5 Megabyte
\$5*	1 Megabyte
\$29**	20 Megabytes

Para navegar en wap o internet
Precios no incluyen impuestos
Costo Kb adicional:
* \$0.006 + IVA.
** \$0.003 + IVA.



Los minutos que quieres para hablar + la cantidad de mensajes escritos que desees + mensajes multimedia a tu elección + la capacidad que quieres para navegar = PLAN IDEAL

El total a pagar cada mes será de acuerdo al plan que tú elijas, más el costo mensual por los servicios de mensajes escritos, mensajes multimedia y conectividad móvil que elegidos.

¿Cómo tu Plan Ideal te permite elegir entre:

ABIERTO (A): Podrás seguir hablando y usando los servicios, así te hayas excedido de lo contratado y el valor excedido lo podrás pagar al final del mes en tu factura.
CONTROLADO (C): Pagas lo asignado mientras controlas el tiempo para hablar y los servicios que elegiste. Si se agota el paquete de servicios contratados y aún tienes en tu teléfono, se descontará el costo adicional de estos servicios del saldo que tengas a la fecha. Si quieres continuar hablando o usando los servicios, puedes recargar tu teléfono con Tarjetas Prepago Amigo o llamar gratis al *100 (servicio 24 horas) y comprar tiempo aire con: 1) Cargo a tu factura** 2) Débito a tu cuenta en los Bancos: Guayaquil, Bolivariano, Internacional o Pacífico. Además, enviando un mensaje escrito con la palabra CUPO al 3200, podrás comprar tiempo aire con cargo a tu tarjeta** y hablas a la misma tarifa del plan. Si el tiempo aire recargado te sobra, lo acumulas para el siguiente mes.



Si no contratas un paquete de mensajes escritos, cada mensaje que envíes tiene un costo de \$0.06 más I.V.A., precio final \$0.0672.
Si no contratas un paquete de mensajes multimedia, cada mensaje que envíes tiene un costo de \$0.45 más I.V.A., precio final \$0.504.
Si no tienes contratado un paquete de conectividad móvil, cada Kb de transmisión tiene un costo de \$0.01 más I.V.A., precio final \$0.0112.
Se aplica promoción de *555.
Consulta los precios finales y demás condiciones en www.porta.net

El equipo incluido de acuerdo al Plan Ideal que elijas.
El Plan Ideal controlado 18, 22 y 25, los equipos son financiados a 18 meses y a 12 meses en el resto de los planes.
En caso de terminación anticipada deberás cancelar el valor pendiente del equipo.
El Plan Ideal 18 no tiene equipo incluido.
El monto máximo de recargo contra factura es hasta \$15.00 al mes, dependiendo del plan.



ANEXO 10

Información IEPI

Señores
PROPIEDAD INTELECTUAL
Ciudad.

Asunto: Verificación de registro

Por la presente expreso a usted mis saludos y a la vez solicitarle que se digno verificar el nombre " SUEÑOS CASA DE EVENTOS", se encuentra registrada, pedido que lo hago debido a que estoy poniendo dicho nombre en un proyecto.

(marca de servicios) Empresa que presta servicios.

Por la favorable atención que se digno dar anticipo mis agradecimientos.

Atentamente.



Ing. César Merizalde P.
CRNL. E.M. Avc.

DESPATCHADO 23 NOV 2004

16NOV'04 14:11 RECIBI



INSTITUTO ECUATORIANO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Resultado de búsqueda fonética

0410026

Fecha de solicitud: 16/11/2004

Solicitante: ING. CÉSAR MERIZALDE

Fecha de búsqueda: 17/11/2004

Usuario: ESDSV

N° comprob. pago 256671

Denominación buscada: SUEÑOS CASA DE EVENTOS

Encontrada en: Expedientes registrados

de tipo: marca de servicio

Clase: -1

Clases relacionadas:

% Parecido: 50

Par.	Clase	Denominación	Trámite	Presentac.	Gac.	Resolución	Emisión	Registro	Vencim
4	42	EXPO EVENTOS	100666	07/12/1999	419			1686	10/08/20
8	41	CABLEVENTOS	77797	23/04/1997				1308	02/10/20
8	38	CABLEVENTOS	77796	23/04/1997				1307	02/10/20
8	35	CABLEVENTOS	77795	23/04/1997				1306	02/10/20
6	35	CASA Y DISEÑO	50109	01/09/1994				1106	01/12/20
4	41	L&L Eventos	129906	23/12/2002	455	26840	15/04/2003	7859	15/04/20

*

Dr. Ramiro Brito Ruiz

DIRECTOR DE DOCUMENTACIÓN Y ESTADÍSTICA



Se deja constancia que este certificado no es parte del trámite para el registro de un signo distintivo. La DIRECCIÓN NACIONAL DE PROPIEDAD INDUSTRIAL efectuará el examen correspondiente de cada solicitud de registro que se presente a trámite en el IEPI.

Categoría	Número	Clase	Propietario	Fecha Refer.	No de Refer.	Gaceta
ASESORIA LEGAL ESPECIALIZADA DE HERNAN ASESORIA CREATIVA	2	42	HERNAN R ROMERO ZAMBRANO	30/09/98	91276	Septiembre 98
ASESORIA INMOBILIARIA WHOLESALERS	3	91	COMME JUAN CARLOS LEDESMA DEL NAME ROZO	16/03/98	85972	MARZO 98
ASESORIA & GESTION	4	NC	PADILLA PINZA KARINA	15/03/2002 Feb, 1994	122166	MARZO 2002
AVANZA ASESORIA EN NEGOCIOS CREDITO PARA BERMEO & BERMEO ASESORIA	5	36	BANCO CENTRO MUNDO	27/06/2003 Feb, 1994	134863	JULIO 2003
BERMEO & BERMEO ASESORIA	6	42		Feb, 1994		
BERMEO & BERMEO ASESORIA	7	NC		Feb, 1994		
BERMEO & BERMEO ASESORIA	8	36		Feb, 1994		
Tevecabentos	18	38	Tevecable s.a.	23 apr 97	77796	
Tevecabentos	19	91	Tevecable s.a.	23 apr 97	77798	
Tevecabentos	20	41	Tevecable s.a.	23 apr 97	77797	
Tevecabentos	21	35	Tevecable s.a.	23 apr 97	77795	
CADES CENTRO DE ASESORIA Y DESARROLLO EMPRESARIAL	22	42	UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA	15/08/00	106652	AGOSTO 2000
CADES CENTRO DE ASESORIA Y DESARROLLO EMPRESARIAL	23	41	COMME UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA	15/08/00	106653	AGOSTO 2000
CADES CENTRO DE ASESORIA Y DESARROLLO EMPRESARIAL Y centro de asesoria financiera	24	41	CADES CENTRO DE ASESORIA Y DESARROLLO Banco popular del Ecuador	06/03/01	111797	MARZO 2001
ASESORIAS ASESORIAS EN INFORMATICA GRUPO DE EVENTOS	26	36	COMME DEFACOR S.A.	25 jul 97	80180	Enero 98
COMME CARLOS VERA QUINTANA	27	36	COMME CARLOS VERA QUINTANA	03/05/95	56553	SEPTIEMBRE 2000
	28			30/06/00	105521	

Marca	Número	Clase	Propietario	Fecha Refer	No de Refer	Gaceta
ECUABOGADOS ASESORIA EGAL PREPAGADA + LOGOTIPO	29	36	LATINLAW S.A.	19/03/2003	132214	MARZO 2003
ECUABOGADOS ASESORIA EGAL PREPAGADA + LOGOTIPO	30	35	LATINLAW S.A.	19/03/2003	132215	MARZO 2003
ECUABOGADOS ASESORIA EGAL PREPAGADA + LOGOTIPO	31	42	LATINLAW S.A.	19/03/2003	132216	MARZO 2003
ECUABOGADOS ASESORIA EGAL PREPAGADA + LOGOTIPO	32	36	LATINLAW S.A.	19/03/2003	132214	MARZO 2003
ECUABOGADOS ASESORIA EGAL PREPAGADA + LOGOTIPO	33	35	LATINLAW S.A.	19/03/2003	132215	MARZO 2003
ECUABOGADOS ASESORIA EGAL PREPAGADA + LOGOTIPO	34	42	LATINLAW S.A.	19/03/2003	132216	MARZO 2003
EL COLCHON DE SUS SUEÑOS	35	LC	BARRIGA VDA. DE STISIN, CARMEN, STISIN BARRIGA,	06/02/2003	131075	JULIO 2003
EL COLCHON DE SUS SUEÑOS	36	LC	BARRIGA VDA. DE STISIN, CARMEN, STISIN BARRIGA,	06/02/2003	131075	JULIO 2003
ESTRATEGIA MODELOS Y EVENTOS	38	COMMEMARIA FERNANDA SILVA DEL NAME POZO	21/05/01	113806	113806	MAYO 2001
ESTRATEGIA MODELOS Y EVENTOS	39	35	MARIA FERNANDA SILVA DEL POZO	21/05/01	113805	MAYO 2001
ESTRATEGIAS PROMOCIONES Y EVENTOS	41	35	ANDREW NEIDL EGUIGUREN	12/12/00	109851	ENERO 2001
EVANO EVENTOS	42	COMMEALICIA JOSSETTE VASQUEZ NAME TORRES	22/08/00	106870	106870	AGOSTO 2000
EVENTOS RESTAURANTE PUCE I 11	43	PONTIFI23/06/98 UNIVER.	88712	88712		Junio 98
EXPO EVENTOS	44	COMMEEXPOEVENTOS EXEV CIA NAME LTDA	07/12/99	100665	100665	Diciembre 99
EXPO EVENTOS	45	42 EXPOEVENTOS EXEV CIA LTDA	07/12/99	100666	100666	Diciembre 99
EXPRESA TUS SUEÑOS	46	SLOGANGRAIMAN CIA. LTDA.	25/06/2001	114961	114961	JUNIO 2001
EXPRESA TUS SUEÑOS	47	SLOGANGRAIMAN CIA. LTDA.	25/06/2001	114962	114962	JUNIO 2001
EXPRESA TUS SUEÑOS	48	SLOGANGRAIMAN CIA. LTDA.	25/06/2001	114963	114963	JUNIO 2001
FUNDACION EDUCAR: ASESORIA, ADMINISTRACION Y ASISTENCIA	49	41 FUNDACION EDUCAR: ASESORIA, ADMINISTRACION	03/02/03	130986	130986	FEBRERO 2003

Marca	Número Clase	Propietario	Fecha Refer	No de Refer.	Gaceta
FUNDACION EDUCAR: ASESORIA, 50	NC	FUNDACION EDUCAR: ASESORIA, ADMINISTRACION	03/02/03	130987	FEBRERO 2003
ADMINISTRACION Y ASISTENCIA					
FUNDACION PAIS PROYECTOS, 51	41	FUNDACION PAIS PROYECTOS, ASESORIA,	08/26/2003	136650	AGOSTO 2003
ASESORIA, INVESTIGACION					
DIORNO BLANCO EVENTOS & 52	43	CORONWLRUIJZ, MARIA DE LOURDES	16/10/2003	138196	OCTUBRE 2003
DETALLES + LOGOTIPO					
PLACE GESTION LOBBING Y 53	91	PALACINO SANDOVAL, JUAN DAVID	12/07/2002	125605	JULIO 2002
ASESORIA CORPORATIVA Y					
GLOBALEVENTOS					
54	NC	ALMEIDA GONZALEZ, JAVIER	08/07/2003	136270	AGOSTO 2003
		IGNAGIO, AB.			
55	43	ALMEIDA GONZALEZ, JAVIER	08/07/2003	136274	AGOSTO 2003
		IGNAGIO, AB.			
56	9	BANCO BILBAO VIZCAYA ARGENTARIA S.A.	05/06/2001	114367	JUNIO 2001
GRANDE COMO TUS SUEÑOS					
57	16	BANCO BILBAO VIZCAYA ARGENTARIA S.A.	05/06/2001	114368	JUNIO 2001
GRANDE COMO TUS SUEÑOS					
58	35	BANCO BILBAO VIZCAYA ARGENTARIA S.A.	05/06/2001	114369	JUNIO 2001
GRANDE COMO TUS SUEÑOS					
59	36	BANCO BILBAO VIZCAYA ARGENTARIA S.A.	05/06/2001	114370	JUNIO 2001
GRANDE COMO TUS SUEÑOS					
60	38	BANCO BILBAO VIZCAYA ARGENTARIA S.A.	05/06/2001	114371	JUNIO 2001
GRANDE COMO TUS SUEÑOS					
61	91	German younes moreno	15 nov 96	73404	
sym asesorias					
62	41	JASROUP S.A.	03/07/2002	125329	JULIO 2002
EAD ASESORIA CAPACITACION					
63	42	GUZMAN CARRASCO, MARCO ANTONIO	12/07/2002	125578	JULIO 2002
EGEM ASESORIA INTEGRAL PARA LA EMPRESA					
64	41	CHOEZ LOOR, LILIANA KATIUSKA, SUAREZ	23/12/02	129906	DICIEMBRE 2002
&L EVENTOS					
65	42	Asesoría de servicios funerarios	7 mar 96	66514	
Memorial funer asesoria					
66	20	ANSELMO RICARDO ZARLENGA RAMIREZ	08/11/00	108916	DICIEMBRE 2000
BIMBRE & BAMBU TEJIENDO SUEÑOS					
67		NOMBRIZARLENGA RAMIREZ COMERIANSELMO RICARDO SUEÑOS	17/01/2002	120459	ENERO 2002
BIMBREYBAMBU TEJIENDO SUEÑOS					
68		COMMEPABLO MARTIN ESPINOSA NAME PONCE	15/01/01	110538	ENERO 2001
COMADA EVENTOS					

Marca	Número	Clase	Propietario	Fecha Refer.	No. de Refer.	Gaceta
OPENMIND ASESORIA	69	41	IVAN ENRIQUE CALERO ACOSTA	28/08/00	106968	SEPTIEMBRE 2000
Redacitos de sueños	70	36	Sociedad financiera de las americanas		27 feb 95	
PRODUEVENTOS	71	35	DE LA CRUZ GARCIA CARLOS	28/11/2001	119290	NOVIEMBRE 2001
PRODUEVENTOS	72	91	DE LA CRUZ GARCIA CARLOS	28/11/2001	119291	NOVIEMBRE 2001
PROEVENOS LOGOTIPO CARACTERISTICO	73	41	SAA ACOSTA FAUSTO	20/09/2002	127702	SEPTIEMBRE 2002
REMODELA TUS SUEÑOS	75	90	KERAMICOS S.A.	05/09/2001	117087	NOVIEMBRE 2001
SERVIEVENTOS	76	COMERIMONTANIER S.A. NAME		08/05/98	87460	Octubre98
SERVIEVENTOS	77	42	MONTANIER S.A.	08/05/98	87459	Octubre98
SUEÑOS DE NOVIA	78	16	ASOCIACION DE CUENTAS EN PARTICIPACION TULES Y	11/09/2002	127396	SEPTIEMBRE 2002
Sueños en la soledad	79	16	Jorge s diaz maldonado	6 jan 97	74856	
SUEÑOS LINGERIE	80	COMMEMARIA FERNANDO GONZALEZ NAME DE ALCIVAR		09/06/00	104804	AGOSTO2000
SUEÑOS LINGERIE	81	25	MARIA FERNANDO GONZALEZ DE ALCIVAR	09/06/00	104805	AGOSTO2000
Sueños y aromas	82	91	Mercedes Jeannet doumet	20 nov 92	2914	
Sueños y perfumes	83	91	Mercedes Jeannet doumet	20 nov 92	2915	

Marca	Número Clase	Propietario	Fecha Refer	No de Refer.	Gaceta
ASESORIA AND GESTION	1	NC	1995	438	
ASESORIA SERVICIO E INGENIERIA DE MANTENIMIENTO	2	NC	1988	5	
ATCO ASESORIA TECNICA CONTABLE	3	NC I	1984	149	
BERMEO AND BERMEO ASESORIA PREVENTIVA	4	42MS	1995	284	
BERMEO AND BERMEO ASESORIA PREVENTIVA	5	35MS	1995	285	
BERMEO AND BERMEO ASESORIA PREVENTIVA	6	36MS	1995	286	
BERMEO AND BERMEO ASESORIA PREVENTIVA	7	NC	1995	106	
BERMEO AND BERMEO ASESORIA PREVENTIVA	16	35	1998	1306	
CABLEVENTOS	17	38	1998	1307	
CABLEVENTOS	18	41	1998	1308	
CENTRO DE ASESORIA FINANCIERA	19	36	1998	1790	
EN LA GRAN JUGADA LOS SUEÑOS SON REALIDAD ESLOGAN Flor De Ensueños	22	MS	1992	138	
Flor De Ensueños	23	3	12 feb 46	74	
Flor de Ensueños	24	3	Pond's Extract Company	62	
FUNDACION PAIS PROYECTOS ASESORIA E INVESTIGACION a casa de los sueños	25	42MS	16 ago 55	214	
MEMORIAL FINER ASESORIA DE SERVICIOS FUNERARIOS S.A	26	3	1994	1526	
PEDACITOS DE SUEÑOS	27	42	1995	780	
PUBLIEVENTOS	28	36MS	1998	280	
PUBLIEVENTOS	29	NC	1996	347	
PUBLIEVENTOS	29	NC	1994	347	

marca	Número Clase	Propietario	Fecha Refer.	No de Refer.	Gaceta
SUEÑOS Y AROMAS Y DISEÑO A COLORES	32	NC	1997	209	
SUEÑOS Y FANTASIAS	33	NC	1986	296	
SUEÑOS Y PERFUMES Y DISEÑO A COLORES	34	NC	1997	210	
INILATINA SL/AJUSTES ASESORIA Y SUBROGACIONES	35	NC	1997	294	
IAJES EVENTOS Y TURISMO EL SOL	36	NC	1980	61	



INDICE

	PAG.
I. INTRODUCCIÓN	1
II. NATURALEZA DEL PROYECTO	4
2.1. Nombre de la Empresa	4
2.2. Descripción de la Empresa	5
2.3. Misión	7
2.4. Visión	7
2.5. Análisis FODA	7
2.5.1. Fortalezas.....	8
2.5.3.Oportunidades	8
2.5.3. Debilidades	8
2.5.4. Amenazas	8
2.6. Objetivos Organizacionales.....	9
III. GENERALIDADES.....	11
3.1. Situación de la industria	11
3.2. El concepto del negocio	12
3.3. Ventajas competitivas	14
IV. EQUIPO GERENCIAL Y DE TRABAJO	18
4.1. Características, perfiles del personal	20
4.2. Asesoría	23
V. PLAN DE MARKETING	24
5.1. Descripción del consumidor	25
5.2. Estudio de mercado	26
5.3. Objetivos.....	33
5.3.1 Objetivo general	33
5.3.2 Objetivo específico	33

5.4. Segmentación del mercado.....	34
5.4.1 Segmentos del mercado objetivo.....	34
5.4.2 Factores influenciadores de compra.....	35
5.5 Tamaño del segmento y participación del mercado	35
5.5.1. Nuestros clientes	35
5.5.2 Situación actual del mercado	37
5.6 Situación del servicio- características.....	38
5.6.1 Intangibilidad	39
5.6.2 Características inseparables.....	39
5.6.3 Variabilidad.....	39
5.6.4 Carácter perecedero.....	40
5.7 Situación competitiva	40
5.7.1Análisis de distribución	40
5.7.2Ventaja competitiva	40
5.8 Situación del macro entorno	42
5.8.1 Análisis económico	43
5.8.2 Análisis político	43
5.8.3 Análisis socio cultural.....	43
5.8.4Análisis tecnológico	43
5.8.5Análisis ecológico	44
5.9 Estrategias de marketing	44
5.9.1Diferenciación estratégica.....	45
5.10 Distribución Mercadeo y lanzamiento	47
VI. PRODUCTO Y SERVICIO.....	50
6.1. Objetivos.....	50
6.1.1. Beneficios para usuarios y cliente.....	51
6.2. Proceso de producción en la prestación del servicio.....	51
6.2.1. Clasificación de los eventos y banquetes.....	52
6.2.2. Documentación generada en la realización de un evento.....	54
6.2.3. Planificación gastronómica	59



6.3. Precios.....	62
6.4. Gestión de compras / Capacidad Instalada / Logística.....	78
VI. MARCO LEGAL	90
7.1. Constitución de la Cía.	90
7.2.Requisitos	93
7.3.Propiedad Intelectual	97
VIII. TECNOLOGÍA.....	101
8.1 Capacidad tecnológica instalada.....	101
8.2 Características de la tecnología	101
IX. ESTADOS FINANCIEROS	105
9.1 Inversiones Fijas.....	106
9.2 Balance General Proyectado	114
9.3 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado	116
9.4 Flujo de Caja	118
9.5 Índices Financieros	119
9.6Punto de equilibrio	122
9.7 VAN	126
9.8 TIR.....	128
X. CONCLUSIONES.....	130
XI. BIBLIOGRAFÍA	133