



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

TITULACIÓN DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“Diseño de un modelo organizacional, para la microempresa: CERAKEJ,
eventos y banquetes; en la ciudad de Yantzaza, año 2014”

TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN.

AUTORA: Sierra Sarango, Andrea Mabel.

DIRECTOR: Viñán Merecí, Christian Stalin, Econ.

CENTRO UNIVERSITARIO ZAMORA

2015

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE CARRERA

Economista.
Christian Stalin Viñán Merecí.
DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de fin de titulación: "Diseño de un modelo organizacional, para la microempresa: CERAKEJ, eventos y banquetes; en la ciudad de Yantzaza año 2014" realizado por: Andrea Mabel Sierra Sarango; ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, enero del 2015

f)

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo Andrea Mabel Sierra Sarango declaro ser autora del presente trabajo de fin de titulación “Diseño de un modelo organizacional, para la microempresa: CERAKEJ, Eventos y Banquetes; en la ciudad de Yantzaza” siendo El economista Christian Viñán Merecí; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”.

f)

Autora: Andrea Mabel Sierra Sarango.

1900475599

DEDICATORIA

Con amor y admiración; dedico este trabajo a mi numerosa y hermosa familia, en especial a mis dos madres: Roberta y Ruth; a mi padre: Eddy; a mis hermanos: Katherine, Emerson, Junior y Mary José; q fueron y serán lo más importante que tengo, “***todo lo podemos, si estamos juntos***”.

A mis amores, mi esposo: Stalin y mi hijo: Allan, por el apoyo y la confianza puesta en mí, son mi hermoso presente y mi más anhelado futuro, los amo más que a nadie en esta vida.

Andrea Mabel Sierra Sarango.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica Particular de Loja por permitirnos realizar nuestros estudios profesionales, a través de la Educación a Distancia.

A la gerente propietaria de CERAKEJ; EVENTOS Y BANQUETES, por su gentil y oportuna colaboración, al proporcionar la información necesaria para desarrollar el presente trabajo de investigación.

De manera especial; mi más sincero agradecimiento al Econ. Christian Viñán, por haber guiado y orientado eficazmente el proceso de elaboración del presente trabajo investigativo.

Finalmente agradezco al personal de la escuela de Administración de empresas, que colaboro de una u otra manera con la culminación de mí carrera profesional.

La autora

CONTENIDO

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE CARRERA.....	II
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
CONTENIDO.....	VI
RESUMEN	9
ABSTRACT.....	10
INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO UNO: DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA EMPRESA.	13
1.1. Análisis interno.....	14
1.1.1. Historia.....	14
1.1.2. Micro localización.....	15
1.1.3. Capacidad e infraestructura.....	15
1.1.3.1. Inventario.....	16
1.1.4. Gestión y desempeño.....	16
1.1.5. Estructura organizacional.....	16
1.1.6. Estructura financiera.....	17
1.1.7. Servicios.....	17
1.1.8. Empleados.....	18
1.1.9. Proveedores.....	18
1.1.10. Intermediarios.....	19
1.1.11. Clientes.....	19
1.2. Análisis externo.....	20
1.2.1. Zamora Chinchipe.....	20
1.2.2. La microempresa en Zamora Chinchipe.....	20
1.2.2.1. Gastronomía.....	22
1.2.3. Situación económica.....	22
1.2.4. Situación política.....	23
1.2.5. Situación tecnológica.....	23
1.2.6. Situación social.....	23
1.3. Análisis situacional de la microempresa.....	24
1.3.1. Matriz FODA.....	24
1.3.2. El análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter.....	25
1.3.2.1. Rivalidad entre empresas competidoras.....	25
1.3.2.2. Ingreso potencial de nuevos competidores.....	25
1.3.2.3. Productos sustitutos.....	25

1.3.2.4.	Capacidad de negociación con los proveedores.....	25
1.3.2.5.	Capacidad de negociación con los consumidores.....	26
CAPÍTULO DOS: ESTUDIO DE MERCADO		27
2.1.	<i>Objetivos.</i>	28
2.2.	<i>Diseño</i>	28
2.2.1.	Muestra.....	28
2.2.2.	Encuesta:	28
2.3.	<i>Análisis de la demanda</i>	43
2.3.1.	Demanda potencial.	43
2.3.2.	Demanda Real	43
2.3.3.	Uso per cápita anual.....	45
2.3.4.	Demanda efectiva.....	46
2.3.5.	Proyección de la demanda futura.....	47
2.4.	<i>Análisis de la oferta</i>	49
2.4.1.	Importaciones del producto.	52
2.4.2.	Comportamiento histórico de la oferta.....	52
2.5.	<i>Análisis de la oferta y la demanda</i>	53
2.6.	<i>Análisis de precios.</i>	54
2.7.	<i>Plan de comercialización.</i>	54
2.7.1.	Participación de la Competencia	55
2.7.2.	Producto.....	55
2.7.3.	Precio.....	56
2.7.4.	Plaza	56
2.7.5.	Promoción del producto.....	57
CAPÍTULO TRES: DISEÑO ORGANIZACIONAL PROPUESTO.....		59
3.1.	<i>Estructura organizacional propuesta.</i>	60
3.1.1.	Unidades de trabajo.	60
3.1.2.	Flujograma.....	61
3.1.3.	Organigrama.....	62
3.1.4.	Misión.....	62
3.1.5.	Visión.....	63
3.1.6.	Valores empresariales.	64
3.1.7.	Objetivos Estratégicos.	65
3.1.8.	Objetivos Institucionales.	66
3.1.9.	Políticas.	67
3.1.10.	Spot publicitario.	67
3.2.	<i>Manual de organización propuesto.</i>	68
3.2.1.	Portada.....	68
3.2.2.	Introducción.	69
3.2.3.	Objetivos del manual.....	69

3.2.4.	Descripción de áreas de producción.....	70
3.2.4.1.	Evento.....	70
3.2.4.2.	Banquete.	70
3.2.5.	Descrpción de puestos.	70
3.2.6.	Recomendaciones generales.....	91
3.3.	<i>Manual de procedimientos propuesto.</i>	92
3.3.1.	Portada.....	92
3.3.2.	Introducción.	93
3.3.3.	Objetivos del manual.....	93
3.3.4.	Procedimiento por Área de Producción.	93
3.3.4.1.	Área Administrativa y Contable.....	93
3.3.4.2.	Área de Cocina.....	96
3.3.4.3.	Área Organización del evento.....	103
3.3.4.4.	ANEXOS de manual de procedimientos.....	109
	CONCLUSIONES	116
	RECOMENDACIONES	117
	ANEXOS	119
	BIBLIOGRAFÍA	126

RESUMEN

El proyecto: “Diseño de un modelo organizacional, para la microempresa: CERAKEJ, eventos y banquetes; en la ciudad de Yantzaza 2014”, busca reestructurar la organización tradicional e informal existente, en un negocio que inocentemente ha crecido hasta convertirse en una microempresa, pero sin bases ni conocimientos administrativos de sus Gerentes que planifique, organice y controle la microempresa.

Previo a un análisis de los factores externos e internos que afectan al desenvolvimiento de esta microempresa, se formalizará a través del diseño de un modelo organizacional que contenga: un organigrama, un flujograma, su misión, visión, etc., además manuales administrativos como un manual organizacional y un manual de procedimientos, que determinen la dinámica de la empresa y formalice sus procedimientos de tal manera que les permita mejorar su productividad, expandir su mercado y sus ganancias; y a futuro, abordar nuevos proyectos.

PALABRAS CLAVES: organigrama, flujograma, misión, visión, modelo organizacional, implementar, formalizar, manual organizacional, manual de procedimientos.

ABSTRACT

Project: "design of an organizational model for microenterprise: CERAKEJ, and events;" in the city of Yantzaza 2014 ", It seeks to restructure the traditional and informal organization existing in a business that innocently has grown to become a micro-enterprise, but no bases or administrative expertise of its managers who plan, organize and control the microenterprise.

Prior to an analysis of internal and external factors that affect the development of this micro-enterprise, will it be formalized through the design of an organizational model that contains: an organization chart, a flow chart, its mission, vision, etc., In addition administrative manuals as an organizational manual and a manual of procedures, that determine the dynamics of the company and it formalized its procedures in such a way that allows them to improve their productivity, expand your market and your winnings; and in the future, tackling new projects.

KEY WORDS: organizational, implement, formalize, model, handbook organizational, handbook of procedures.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo del tema de este trabajo de tesis consiste en formalizar la microempresa CERAKEJ, eventos y banquetes, creando un diseño organizacional a través de manuales administrativos con el fin de que éstos, sirvan de guía para mejorar el servicio, además abordar nuevos retos como expandir su servicio a otras ciudades, pero sobre todo garantizar su eficacia y eficiencia tanto en sus procesos productivos como en sus servicios.

Se recolectará información de la provincia que acoge la microempresa, mediante obtención de datos a través de bibliografías, información en el internet y consultas a expertos, que permita conocer el entorno de las microempresas en general, creando un preámbulo desde el punto de vista económico, social, cultural, etc., que influyan en el desarrollo de las microempresas en Zamora Chinchipe.

En el segundo capítulo, se realizará un estudio de mercado, a través de una investigación de campo, con encuestas realizadas a la población de Yantzaza, además una entrevista a los gerentes propietarios y empleados de la microempresa que nos permita conocer la situación actual de la microempresa.

A través del tercer capítulo se pretende mejorar e intervenir en los procesos productivos de la microempresa, se formalizara y se representara de manera fiel, justa y clara, un nuevo diseño organizacional, basado en los análisis previos mediante manuales.

La importancia de este trabajo, radica en la necesidad de la microempresa de formalizar, designar áreas en las que un administrador tenga autoridad respecto al desempeño de actividades específicas que den paso a actualizar técnicas, teorías, innovaciones, producción etc., esto le permitirá a la empresa realizar su misión, operar día a día, adaptarse a los cambios del entorno y reaccionar ante las situaciones que se le presenten.

La microempresa CERAKEJ, Eventos y Banquetes, tiene siete años de experiencia y está posicionada en el mercado local, con aciertos, ventajas y errores, además conocemos si esta, es factible o no, lo que facilitará determinar, qué mejorar, qué cambiar y qué mantener de la microempresa, pese a la falta de documentos que determinen el tamaño de activos, pasivos, etc., y cuáles son sus procesos productivos, el cual es su mayor inconveniente. El objetivo principal de este trabajo de tesis es: **Diseñar un modelo organizacional para la microempresa “CERAKEJ, eventos y banquetes”, que formalice y mejore su actividad comercial, a través de un manual organizacional y un manual de funciones.**

El tipo de estudio, que se realizará en este proyecto, será el “*Estudio descriptivo*”, en el primer capítulo se utilizara el método deductivo, en el segundo el método sintético, y en el tercer capítulo el método deductivo.

CAPÍTULO UNO: DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA EMPRESA.

1.1. Análisis interno.

1.1.1. Historia.

La historia de CERAKEJ, surge de la necesidad de invertir las remesas enviadas alrededor de ocho años, desde España por los propietarios el Sr. Eddy Sierra y la Sra. Robertina Sarango, y cuyas destrezas aprendidas en ese país por más 8 años, fueron las culinarias y de servicio, las mismas que sirvieron de base para su idea de negocio y quisieron aplicar en su país de origen, a principios del año 2005, regresaron ambos jefes de hogar para ultimar detalles, hasta que el día 10 de febrero del 2006, se inauguró un local para eventos "CERAKEJ" y su objetivo era alquilar un local amplio y acogedor para eventos. Pasó un par de años y las necesidades e ideas aumentaban, es así que se invirtió en materiales como mesas, sillas, mantelería, vajilla, cristalería, etc., para dar un servicio más completo; de un local decorado acorde a la ocasión del evento, la preparación del banquete para el mismo incluyendo servicio de meseros, discomóvil con su respectivo DJ y maestro de ceremonias, todo en un solo paquete con la intención de que el cliente solo disfrute de su evento.

Además el personal ahora está capacitado, tienen un título académico, como por ejemplo el Gastrónomo Junior Sierra, que es hijo de los propietarios y colabora con la microempresa, también se han capacitado los propietarios y empleados con cursos y talleres como: servicio al cliente, manejo de los alimentos, cursos de etiqueta, comidas típicas, etc.

Así han transcurrido ya siete años, los cuales tras muchas experiencias trabajando para el cantón de Yantzaza, Centinela del Cóndor, Zamora, El Pangui, Gualaquiza, entre otros, ya sean personas particulares o instituciones tanto públicas como privadas, han reforzado la capacidad de producir, montar, servir y desmontar exitosamente un evento.

CERAKEJ, es una empresa familiar en la cual su talento humano son los seis integrantes mayores de la familia Sierra Sarango, los cuales se han desempeñado como auxiliares de cocina, meseros, decoradores etc., más un maestro de ceremonias y un DJ contratados ocasionalmente.

En la actualidad CERAKEJ, tiene competencia y está perdiendo capacidad de ventas de su servicio, después de haber sido en sus primeros años un local innovador, moderno y único en la provincia de Zamora Chinchipe, ahora está en la etapa perfecta para grandes mejoras tanto en su infraestructura como en su estructura organizacional.

1.1.2. Micro localización.

CERAKEJ, está ubicado en la Provincia de Zamora Chinchipe, Cantón Yantzaza, Parroquia Yantzaza, Barrio San Francisco, Calle: Geranios entre la Av. Rafael Pullaguari y José M. Velasco I. Referencia: cerca al colegio “Primero de Mayo”



Figura 1 Ubicación

Fuente y elaboración: Google Maps 2014

Sus contactos:

- Teléfono fijo; 2324069.
- Celular; 0988096363

1.1.3. Capacidad e infraestructura.

La residencia donde funciona la microempresa, es un local propio y tiene 245.5 m² de construcción los cuales están distribuidos de la siguiente manera:

- Una bodega
- Un baño para caballeros
- Un baño para damas
- Un bar
- Una cocina
- Un escenario
- Dos pistas de baile

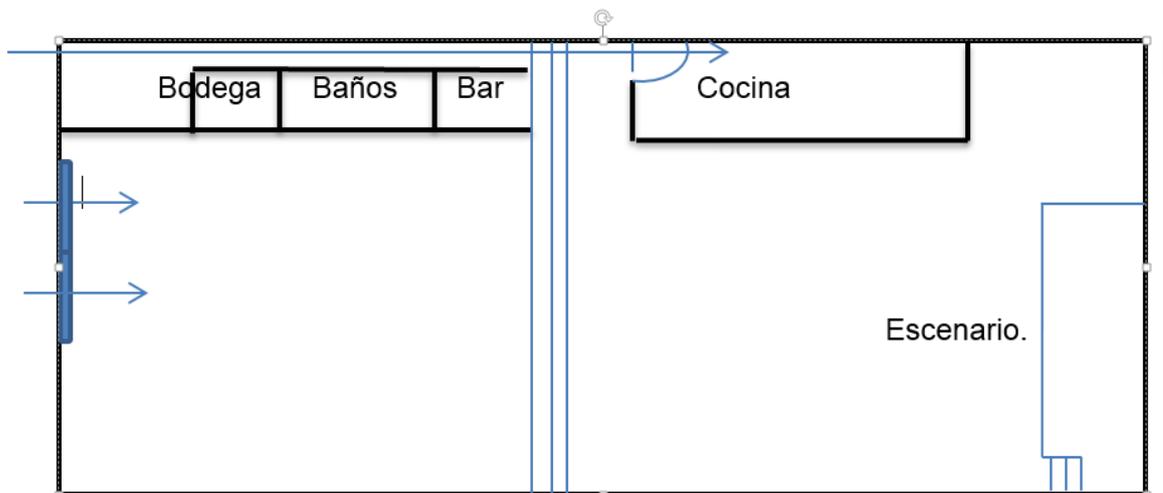


Figura 2 Distribución

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

Cuenta con capacidad de servicio hasta 250 personas, CERAKEJ, no cuenta con un inventario establecido formalmente, por tal motivo, realizamos un breve inventario para constancia de su capacidad de servicio y atención.

1.1.3.1. Inventario.

Ver anexo 1

1.1.4. Gestión y desempeño.

La gestión y el desempeño, de la microempresa es informal, define verbalmente sus reglas de comportamiento, sus formas de recompensa, sus objetivos, sus creencias y expectativas, y cada participante los asimila e integra en sus actitudes y su comportamiento, según como las entiende.

Los gerentes propietarios de CERAKEJ, han realizado gestiones pequeñas e informales para el desarrollo administrativo de esta microempresa, las principales gestiones son inversiones económicas al inventario, además de capacitación al personal y publicidad en radio.

1.1.5. Estructura organizacional.

La empresa no cuenta con una estructura formal, más bien es una estructura tradicional familiar con diversidad de funciones que recaen en las mismas personas, en esta microempresa, se trabaja conforme las disposiciones realizadas por los propietarios de la microempresa, al momento de elaborar el trabajo de la organización del evento, incluyendo decoración y la preparación del banquete, pese a ciertos beneficios de trabajar en familia, y que según los propietarios tienen muy claro la mayoría de los procesos de producción, ha

resultado nocivo para el desarrollo de la microempresa, este doble comando, ya que no existe la individualización de roles para cada uno de los integrantes de la microempresa.

1.1.6. Estructura financiera.

La contabilidad es manual, CERAKEJ es una microempresa no obligada a llevar contabilidad, sin embargo, y cumpliendo con las disposiciones tributarias, podemos obtener cuales han sido sus ingresos y sus gastos, en forma mensual a través de las declaraciones del Impuesto al Valor Agregado (IVA) y anual por la declaración del Impuesto a la Renta.

1.1.7. Servicios.

La descripción de los servicios o producto que brinda CERAKEJ, eventos y banquetes:

- El servicio es de consumo final, es la de: “Producir, montar, ejecutar, y desmontar, eventos sociales, culturales, e institucionales”. (Materiales propios: mesas, sillas, vajilla, cubertería, cristalería, de la mejor calidad, temas de decoración con mantelería, cortinas, forros de sillas, lasos, telas, flores, globos, bar: licores y cocteles, in focus y pantalla grande)

Además:

- Alquiler de los materiales y menaje para engalanar el evento.
- Alquiler de local amplio, acogedor, elegante, con un escenario, baños, dos pistas, bar.
- Banquete y servicio de catering.
- Musicalización y discomóvil.
- Personal capacitado: Chef, asistentes de cocina, meseros, barman, dj, animador.

Tabla 1 Servicio CERAKEJ

CUBIERTO ESTANDAR	CUBIERTO ESPECIAL
<ul style="list-style-type: none"> • Local decorado, con flores, mantelería, globos. • Musicalización, dj. • Banquete: una carne, guarnición, bebida, copa de champán. • Bocaditos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Local decorado, con flores, mantelería, globos, etc. • Musicalización, dj, animador. • Banquete: dos carnes, guarnición, agua, copa de champán, copa de vino. • Bocaditos, pre y pos evento.
10,00 por persona	15,00 por persona

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

1.1.8. Empleados.

Los empleados del salón de eventos y banquetes CERAKEJ, no son más de 10 y en la mayoría, dependiendo de la magnitud del evento son únicamente los integrantes de la familia Sierra Sarango propietaria de la microempresa:

Personal para la organización y preparación previo al evento:

- Preparación y compras de los alimentos a preparar: Sra. Robertina Sarango.
- Decoración y adecuamiento del local: Sr. Eddy Sierra.

Personal que presta el servicio en el evento

- Cocina

Chef: Tec. Gastronómico Junior Sierra

Sra. Robertina Sarango Jiménez

Asistentes: Sra. Aleida Alba Sarango y Emerson Sierra.

- Meseros:

Eddy Sierra.

Katherine Sierra.

Andrea Sierra.

- Musicalización:

Sr. José Chuquimarca.

1.1.9. Proveedores.

Los propietarios de CERAKEJ, tienen como todo negocio sus proveedores fijos y de confianza los cuales dotan de la materia prima, para la realización de los eventos.

La mayoría de materiales las compran en Yantzaza, y las materias primas que no hay en este cantón, viajan hasta la ciudad de Loja para adquirirlas.

- Mantelería: Las telas para los manteles, servilletas, cortinas, etc., los compran en: "Textiles Dayana" RUC: 1102251541001, Dirección: Loja, 18 de Noviembre y Rocafuerte, teléfono: 2560282.
- Cristalería y vajilla: El proveedor de vajilla, cubertería y cristalería es: "Almacén cristal" RUC: 1100785797001, dirección: Loja, Av. 18 de Noviembre entre Miguel Riofrío y Rocafuerte, teléfono: 2571663.
- Víveres: "Supermaxi", "Cafrilosa", "La italiana".
"Centro comercial Andrea" Dirección: Ubicada en Yantzaza, calle Iván Riofrío y Luis Bastidas, RUC: 1103655203001 teléfono: 2300939.
- Carnes y pescados frescos: Tilapia y ranas: "Santos Delmira Vera Pucha" Dirección: Piuntza, RUC: 1900289677001, Teléfono: 3036437.

- Pollo: “Rosa Hortensia Guamo Pacheco” Dirección: Loja, 18 de Noviembre y Rocafuerte, Teléfono: 072541245, RUC: 1103052757001.
- Pasteles y bocaditos: “SPIGA PAN”, Dirección: Yantzaza Av. Iván Riofrío y 22 de Noviembre, teléfono: 2300589, RUC: 1900303650001.
- Flores: Martha Angélica Gonza Gonzaga, dirección: Loja, 18 de Noviembre y 10 de agosto, teléfono: 2578963, RUC: 1101884789001.

1.1.10. Intermediarios.

La mayoría del servicio brindado es directo, que no es más que la vinculación productor – consumidor, así, el servicio es personalizado, en el cual el propósito principal es que el cliente disfrute su evento y no que lo realice.

Aunque existen ciertas excepciones o casos especiales en donde, nuestros clientes son justamente personas dedicadas a dar el mismo servicio que CERAKEJ, pero no cuentan con los enseres suficientes (sillas, mesas, mantelería, vajilla etc.), para realizarlos, lo cual los lleva a alquilarlos a CERAKEJ.

1.1.11. Clientes.

Los clientes seguros e identificados, para CERAKEJ, eventos y banquetes, son:

- Los pobladores de Yantzaza, y sus alrededores en general, tomando en cuenta que las ocasiones para celebrar con un evento no tiene edad límite, desde un primer cumpleaños, hasta las bodas de plata de dos ancianos mayores.
- Instituciones y sus empleados de oficinas, comerciantes, que tengan conferencias, reuniones de trabajo, etc.

1.2. Análisis externo.

1.2.1. Zamora Chinchipe.

Zamora Chinchipe una provincia intercultural con una amplia riqueza biodiversa, atractivos naturales, ríos paisajes, gastronomía. La provincia tiene los mejores escenarios naturales para el avistamiento de aves, caminatas, ascenso de montañas, camping y la práctica de los deportes extremos como el rafting, kayak, trekking, parapente, rapel, ciclismo, tubing.

A Zamora Chinchipe se accede – vía terrestre- desde las provincias de Loja y Morona Santiago; o vía aérea desde Quito hasta el aeropuerto de Cumbaratza. El clima es tropical - húmedo con una temperatura promedio de 22 grados centígrados. (Zamora Chinchipe En Minga, 2013, párr 2)

Esta provincia es conocida como minera, mineros artesanales y un número similar de actividades ilegales mineras, este ha sido el negocio principal de esta provincia, sin embargo esto terminó con el Gobierno de Rafael Correa, ya que realizó una campaña de desalojos a mineros artesanales ilegales con la intención de que se regularicen, pero la falta de dinero para la inversión y falta de conocimiento ha dejado sin trabajo a muchos zamoranos.

Pero esta provincia vive una constante lucha de poderes, entre el gobierno nacional y el local, es así como mientras el Gobierno de Rafael Correa impulsa la minería a gran escala. Para el prefecto de Zamora Chinchipe Salvador Quishpe, producir es la alternativa viable para la Amazonía en especial esta provincia, impulsa microempresas, producción, como son la producción de cacao y café, la ganadería con la inseminación de ganado, etc. (La Hora, 2013). Mientras los Zamoranos emprenden, estudian, etc., con la intención de superarse.

1.2.2. La microempresa en Zamora Chinchipe.

Zamora Chinchipe es cuna de emprendedores gente amable y trabajadora, en la actualidad reciben considerable apoyo económico, capacitación de las diferentes instituciones gubernamentales e inclusive convenios con el extranjero, es así que el apoyo empieza, no cobrando los permisos de funcionamiento, según un comunicado: “En el acuerdo 4712, se establece que los establecimientos categorizados como artesanales, microempresas y pequeños negocios, no pagaran el derecho por Permiso de Funcionamiento” (Chinchipe, 2014), si bien es cierto este acuerdo rige en todo el país, los zamoranos en especial valoran mucho esta iniciativa ya que emprender y repuntar en una provincia pequeña conlleva esfuerzo y tiempo. Sin embargo se requieren tramitar el RUC, permiso de funcionamiento de los bomberos, certificado de salud, categorización, para su funcionamiento.

En la provincia, la mayoría de las microempresas están relacionadas con el turismo, sericultura y artesanías, y negocios varios (La Hora, 2013). Siendo Yantzaza la capital comercial de la provincia, es aquí donde se alojan la mayoría, de emprendimientos.

Las microempresas son de variedad de productos y servicios pues la mayoría nacieron con la intención de aprovechar los recursos que esta tierra hermosa brinda a sus pobladores, como es el caso de:

- Ganadería: Corte y empacado de carnes, elaboración de productos lácteos y sus derivados.
- Agricultura: Cacao (elaboración de chocolate), Plátano (chifles) y productos de confitería, caña de azúcar (destilación, rectificación y mezclas de bebidas alcohólicas, elaboración de vinos, bebidas malteadas y de malta), además de exportación de frutas como la guayaba.
- Producción de aguas minerales y otras aguas embotelladas.
- Turismo: Hosterías y comidas típicas.

Las microempresas y asociaciones más destacadas en Zamora Chinchipe son:

- “Sabanilla”, “Zamora, Unidad Chinchipense”, “Asociación de Conservación vial Zumba”, y “Asociación de Conservación Vial Zamorana”, microempresas formadas por gente Zamorana Chinchipense y que mantienen contratos con el MTOP para realizar el trabajo manual del mantenimiento de las vías de la provincia, cada una con alrededor de 10 integrantes. (diariocentinel.com.ec EDISUR 2014., 2014)
- La Asociación de Productores “San José” del barrio Natentza trabaja en la elaboración de productos lácteos, al igual que la empresa pública para el desarrollo pecuario provincial de Zamora Chinchipe del Gobierno provincial de Zamora Chinchipe que produce yogures, quesos, leche, etc., está ubicada en la vía Zumbi – Yantzaza.
- Licor “7 Pingas”, vinos “Rancho Alegre”.
- La asociación de trabajadores autónomos, agrícolas y forestales del Valle de los Hachales del cantón El Pangui elaboran embutidos.
- La provincia cuenta con tres asociaciones cafetaleras como son: APEOSAE, APECAP, ACRIM. (Zamora Chinchipe En Minga, 2013)
- Producción y venta de tilapias por parte del centro piscícola de la Municipalidad de Zamora.

- “El Arenal”, “El Castillo Real”, “Tierra Dorada”, “Playa Verde” son hosterías enfocadas en el turismo y en la organización de eventos.

1.2.2.1. Gastronomía.

En esta provincia se puede degustar de platos típicos como:

- Ayampaco.- Pescado o carne, plátano o Yuca, palmito envueltos por una hoja de bijao.
- Caldo de corroncho.- Es una variedad de pez en los ríos y quebradas de la zona.
- Chicha de yuca
- Chicha de chonta
- Ancas de rana.- Existen criaderos de la rana toro, muy apetecida por propios y extraños se la prepara apanada.
- Tilapia.- Su producción se mantiene en todo el año y se la prepara frita, al ajillo, chicharon, etc.
- Caldo de gallina criolla.
- Molido de plátano verde.
- Agua de hojas de guayusa.
- Licor 7 pingas
- Leche de tigre
- Melcochas
- Miel con quesillo
- Hormigas culonas.- Típicas de Chinchipe, se las puede degustar en noviembre y diciembre.

Mukindes

Pinchimicuna.

1.2.3. Situación económica.

Las principales actividades económicas de Zamora Chinchipe, según el INEC en Zamora Chinchipe de hombres y mujeres son:

- Agricultores y trabajadores calificados 57,80%.
- Trabajadores de los servicios y vendedores 28,4%.
- Operarios y Artesanos 14,3%. (INEC, 2013)

La Agricultura y la Ganadería en Zamora Chinchipe son la principal diligencia económica en esta provincia se cultiva el café, plátano, la yuca, y frutas como la guayaba, papaya, etc., lo que permite mantenerse sobriamente estables.

1.2.4. Situación política.

Prefecto: Sociólogo Salvador Quishpe Lozano, su línea política es de izquierda y opositor al gobierno.

Vice prefecta: Ing. Karla Reátegui.

Gobernador: Ab. Diego Fernando Esparza Aguirre, de izquierda del partido socialista, lista 17.

Los alcaldes en su mayoría son de la derecha, del partido CREO.

Alcaldes: Héctor Apolo (Zamora), Bladimir Armijos(Yantzaza), Patricio Quezada (Centinela del Cóndor), José Jaramillo (Paquisha), Jorge Sarango (Yacuambi), Ángel Pavón (Chinchipe), Segundo Jaramillo (Palanda), Guillermo Zhinin (Nangaritza), Jairo Herrera (El Panguí). (Elizalde, 2014)

Dentro de la provincia se respira un aire de armonía, si bien es cierto no llevan la misma bandera política, las autoridades, prometen unir esfuerzos y ponerse la camiseta de la provincia, en general mantienen buenas relaciones.

1.2.5. Situación tecnológica.

En esta provincia la tecnología es escasa, la tecnología de la información y comunicación más utilizada es el teléfono celular 64,70%, y el uso de la computadora es del 19,20% pero con internet solo el 6,0%. (INEC, 2013).

1.2.6. Situación social.

En Zamora Chinchipe la población de hombres 51,9% es mayor a la de las mujeres 48,1%, la mayoría de su población es soltera.

Zamora Chinchipe es pluricultural, pese a que el 80,30% se identifica como mestizo, existe una importante población de Indígenas, Blancos, Afro ecuatorianos, Huaoroni y otros (INEC, 2013).

1.3. Análisis situacional de la microempresa.

1.3.1. Matriz FODA.

El análisis FODA, es enlistar las fortalezas y debilidades internas de la microempresa y las oportunidades y amenazas externas de esta, para conciliarlas y convertirla en una herramienta que ayude a desarrollar objetivos estratégicos, para la empresa. (Fred R., 2008, pag 221)

Tabla 2 FODA

FORTALESAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Recursos materiales necesarios para competir con sus similares.• Ofrece sus servicios fuera de sus instalaciones o fuera de la ciudad.• Precios por debajo de la competencia local.• La empresa es reconocida como líder en el mercado.• Buen ambiente laboral.	<ul style="list-style-type: none">• No tiene una dirección estratégica clara, lo cual impide abordar proyectos de crecimiento.• Informalidad en sus procesos.• No poseen formación de gestión empresarial.• La empresa no se encuentra al tanto de la demanda actual existente y sus requerimientos• La empresa no cuenta con un plan de comercialización.• La empresa no tiene una estructura organizacional establecida con sus funciones bien definidas.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Entidades gubernamentales no cobran permisos de funcionamiento• Capacitación constante por parte del Gobierno Provincial de Zamora Chinchipe, MIES, Gobernación.• Zamora Chinchipe es una provincia con una alta producción ganadera y agrícola.• Zamora Chinchipe tiene un alto potencial turístico.• Las vías de acceso a Zamora Chinchipe son de primer orden.	<ul style="list-style-type: none">• Competidores foráneos con menores precios.• Clima cálido – húmedo, que destruye rápidamente materiales usados para dar el servicios.• Altos costos de materiales para elaborar la mantelería, mesas, sillas, vajilla, cubertería, etc.• Facilidad de incremento de nuevos competidores.• Productos sustitutos a menor costo.

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

1.3.2. El análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter.

1.3.2.1. Rivalidad entre empresas competidoras.

“Las estrategias de cada empresa tendrán éxito solo en medida en que representen una ventaja competitiva sobre las estrategias de las empresa rivales.” (Fred R., 2008, pag 101)

Los Gerentes de la competencia y él de CERAKEJ tienen buena relación, de hecho como es un cantón pequeño donde todos son vecinos y amigos estos no son la excepción, se colaboran con mantelería, mesas, sillas, etc., CERAKEJ cuenta con ventaja en materiales para los eventos, prestar servicio de catering, en cambio sus competidores con ventaja en su infraestructura y se ayudan según necesite cada uno, pero no pasa lo mismo con los competidores foráneos los cuales ofrecen precios más bajos, aumento de la publicidad y adición de las características del servicio.

1.3.2.2. Ingreso potencial de nuevos competidores.

“Cuando las empresas pueden entrar fácilmente en una industria en particular, la intensidad de la competencia aumenta”. (Fred R., 2008, pag 102).

La facilidad y apoyo que está brindando tanto las autoridades provinciales como el Gobierno nacional, además de la estabilidad política y económica de la provincia ayuda a las microempresas existentes, pero también impulsa a nuevos emprendimientos, es así que existen nuevos emprendedores en este servicio están incursionando en el mercado con servicios similares.

1.3.2.3. Productos sustitutos.

“La presencia de productos sustitutos establece un límite al precio que se puede cobrar antes de que los consumidores cambien al producto sustituto”. (Fred R., 2008, pag 103)

El servicio sustituto sería los restaurantes que preparan banquetes a menor costo, o clientes que alquilan mantelería, vajilla, etc., y organizan el evento en su casa.

1.3.2.4. Capacidad de negociación con los proveedores.

“La capacidad de negociación de los proveedores afecta la intensidad de la competencia en una industria, sobre todo cuando existen un gran número de proveedores, cuando solo existen unas cuantas materias primas sustitutas o cuando el costo de cambiar la materia prima por otra es especialmente alto”. (Fred R., 2008, pag 103)

El poder de negociación es muy bueno ya que Zamora Chinchipe es una provincia agrícola y ganadera y en especial Yantzaza es la capital comercial de esta provincia, esto facilita la negociación y más aún CERAKEJ ha mantenido a sus proveedores casi desde sus inicios, así mantiene un lazo de confianza mutua.

1.3.2.5. Capacidad de negociación con los consumidores.

Cuando los clientes son muchos, están concentrados o compran en volumen, su capacidad de negociación representa una importante fuerza que afecta la intensidad de la competencia en una industria". (Fred R., 2008, pag 104)

En este caso los consumidores en relación con los oferentes son muchos, por tal motivo representa una fuerza importante que conlleva a los competidores ofrecer servicios adicionales, facilidades de pagos para captar clientes.

CAPÍTULO DOS: ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Objetivos.

Establecer los gustos y preferencias de los consumidores sobre la presentación, el tipo, la calidad de del servicio de CERAKEJ, eventos y banquetes, es así que el estudio de mercado serviría para alcanzar los siguientes objetivos:

- Confirmar la posibilidad de brindar un mejor servicio que los existentes en Yantzaza.
- Determinar la aceptación de los servicios brindados actualmente y que servicios nuevos la población estaría dispuesta a adquirir.
- Determinar cuáles son los canales de distribución para hacer llegar el servicio a la población.
- Establecer un plan de comercialización acorde a las necesidades de la microempresa.

2.2. Diseño.

No existen datos específicos sobre el micro entorno de CERAKEJ, mediante una encuesta a la población urbana de Yantzaza (lugar donde se encuentra ubicada esta microempresa) y entrevistas a los gerentes propietarios de la competencia directa de CERAKEJ y a los propietarios de CERAKEJ, se realizará un estudio de mercado, el cual permita establecer y conocer la situación actual de la microempresa y datos del entorno relacionados directamente con esta.

2.2.1. Muestra.

- Porcentaje de error: 5%
- Nivel de confianza: 95%
- Tamaño de la población: 5171 (Número de hogares del cantón Yantzaza) (INEC, 2013)
- Distribución de la respuesta: 50%
- Muestra recomendada a realizarse: 358

Realizaremos **369 encuestas**, para afirmar la información dada.

2.2.2. Encuesta:

Ver Anexo 2

Resultados

DATOS GENERALES:

A. PERSONA

1. Nacionalidad

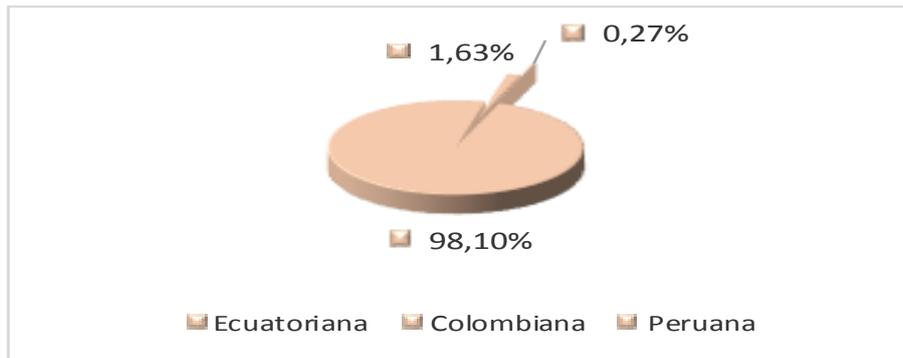


Figura 3 Nacionalidad

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

En la ciudad de Yantzaza, el 98.10% de población encuestada es de nacionalidad ecuatoriana, el 0,27% de la población es de nacionalidad Colombiana y un pequeño porcentaje del 0.27% es de nacionalidad peruana.

2. Su ciudad de origen

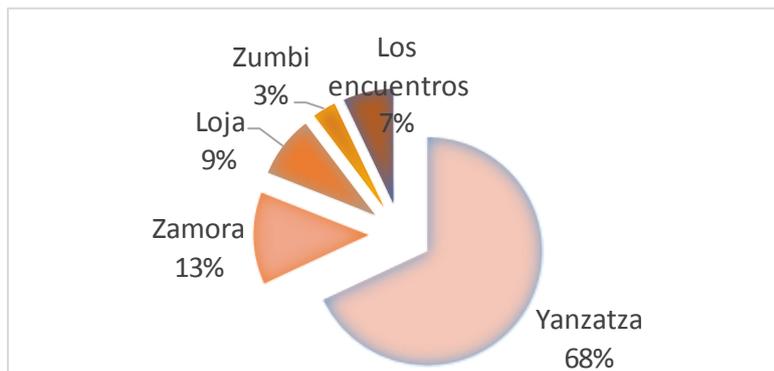


Figura 4 Ciudad de origen

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

Yantzaza está llena de habitantes cuyo origen es del mismo cantón, en un 68%, de la ciudad de Zamora un 13%, de la ciudad de Loja, el 9%, de Zumbi el 3% y de los encuentros el 7%, indicándose que su población es originaria de algunas poblaciones aledañas.

3. Su ciudad de residencia actual

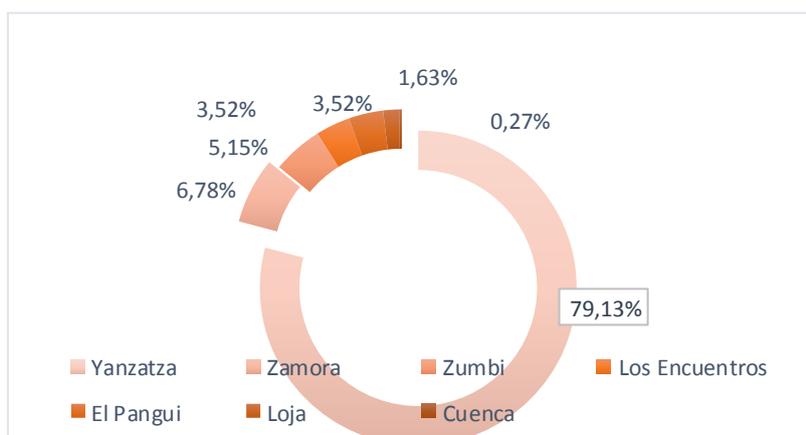


Figura 5 Residencia actual
Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

De la población encuestadas, son residentes en esta ciudad de Yantzaza el 79,13%, el resto residen en sus alrededores como Zamora 6,78%, Centinela del Cóndor 5,15%, Los Encuentros 3,52%, El Pangui 3,52%, Loja 1,63% y Cuenca 0,27%

4. Género F() M()

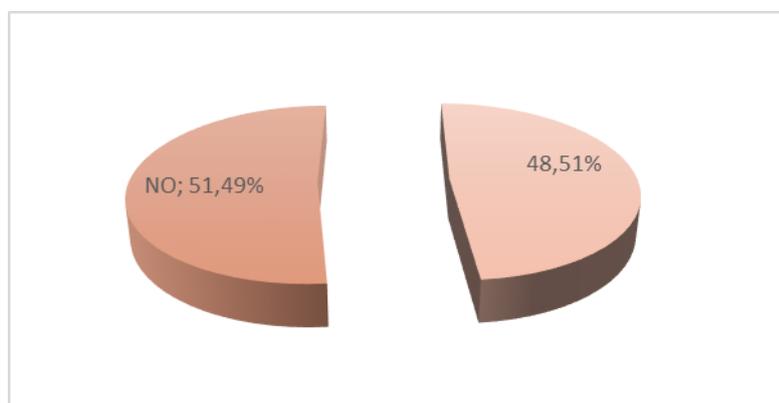


Figura 6 Género
Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

El género de la población de Yantzaza, es casi paralelo, puesto que existe una mínima diferencia entre la cantidad de hombres y mujeres, sin embargo los hombres superan en número a las mujeres en un 2,98 %.

5. ¿Cuántos años cumplidos tiene?

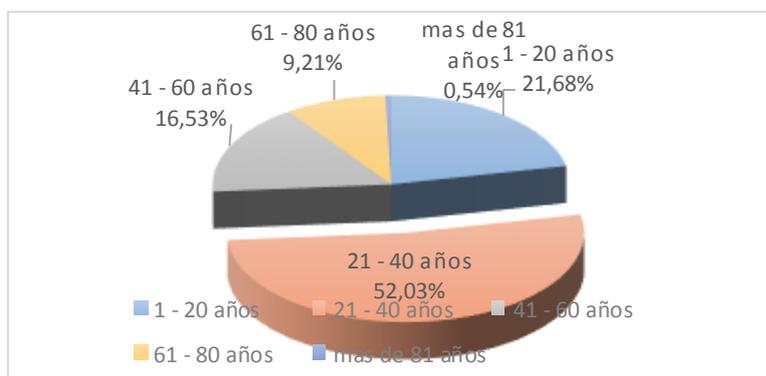


Figura 7 Edad promedio

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

En el cantón Yantzaza, según el INEC, la edad promedio es de 25 años de edad, la edad promedio de la población encuestada es de 33 años, es así que la mayoría de nuestra población encuestada, y la cual puede dar con conocimiento, las respuestas requeridas, fue la población de entre 21 a 40 años, sin dejar de lado la opinión de una minoría, menores a 21 años y mayores a los 41 años.

6. Seleccione su ocupación



Figura 8 Ocupación

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

Conforme la encuesta realizada a la población de la ciudad de Yantzaza, el 1.36% son miembros del Poder Ejecutivo el 8,94% son empleados de oficina, el 33,88% de la población se dedica a actividades como la agricultura, silvicultura y la pesca, representándose como el grupo mayoritario, otro grupo importante del 23,85% son los trabajadores informales o no calificados como comerciantes y tareas simples, la población de Yantzaza también cuenta con un gran grupo de 14,09%, de artesanos, los mineros, y operadores de máquinas etc., un 4% pertenece a las Fuerzas Armadas y el

13.82 % se dedican a otras actividades que no se encuentran especificadas. Evidenciándose que la mayor parte de la población trabaja, con lo que se considera que cuentan con recursos para que adquieran cualquier tipo de producto o puedan hacer uso de algún bien que se les ofrezca.

7. Seleccione cuál es su nivel de instrucción:

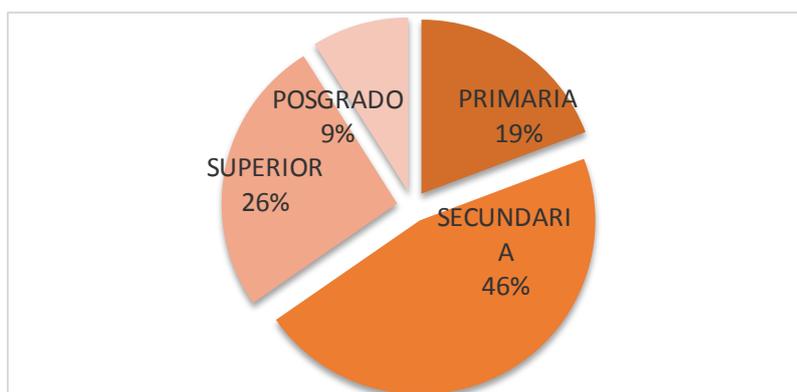


Figura 9 Nivel de instrucción
Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

Ya que la población de Yantzaza, se dedica a la agricultura y comercio (profesiones heredadas), poca es la población que cuenta con educación superior (26%), o postgrado (9%). El 46% de Yantzacenses, cuenta con estudios secundarios, y el 19% tan solo cumplió con la primaria.

8. ¿Según su ingreso, usted considera su situación socio económica?

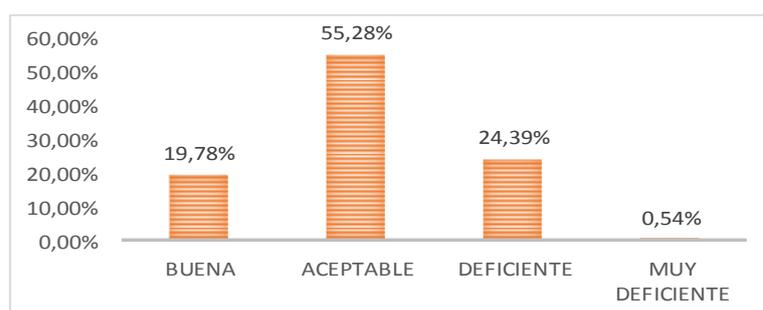


Figura 10 Situación socioeconómica
Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

La situación socio- económica de Yantzaza es buena según el 19,78% de nuestros encuestados, y aceptable según la mayoría de sus pobladores 55, 28%, mientras que menos de cuarta parte de su población admite ser de escasos recursos económicos, siendo esta deficiente y muy deficiente.

B. PLAZA

9. ¿Con que frecuencia usted realiza un evento o fiesta para celebrar una fecha u ocasión importante?

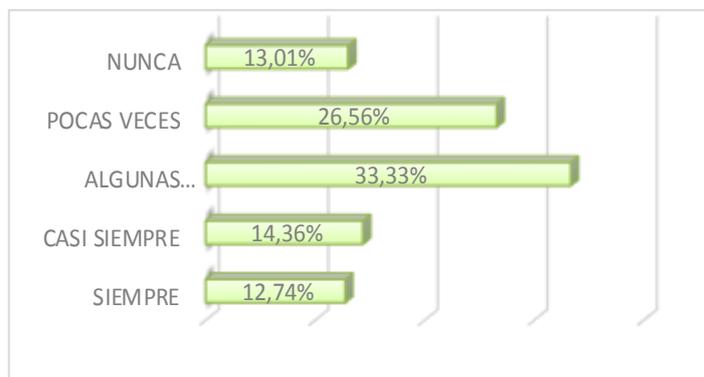


Figura 11 Demanda potencial

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

Tabla 3 demanda potencial

SIEMPRE	12,74%	47
CASI SIEMPRE	14,36%	53
ALGUNAS VECES	33,33%	123
POCAS VECES	26,56%	98
NUNCA	13,01%	48
	100,00%	369

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

Las personas que siempre realizan un evento y constituyen la demanda potencial son el 12%, mientras que la realización de un evento para el resto de la población no es siempre, en pocas veces o nunca, depende de su economía u otros factores.

10. ¿Cuándo usted realiza un evento social, usted: Contrata una microempresa organizadora de eventos, con local, banquete, que organice todo?

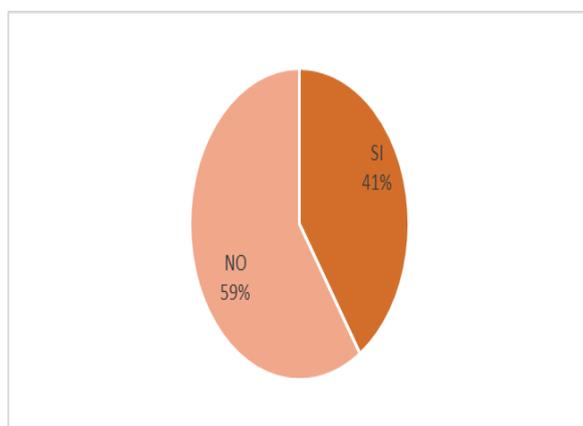


Figura 12 Demanda real

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

Tabla 4 Demanda real

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	132	41%
No	189	59%
TOTAL	321	100

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

La presente pregunta nos permite evidenciar que el 59% de la población encuestada no tiene la costumbre de contratar a empresas organizadoras de eventos sociales y el 41% si tiene esa costumbre; por lo tanto se considera como Demanda real solamente el 41% de la población encuestada.

- a) Lo realiza, en su domicilio con sus enseres Si () b No ()
 b) Si lo realiza en su casa, ¿Alquila ciertos enseres? Si () No ()

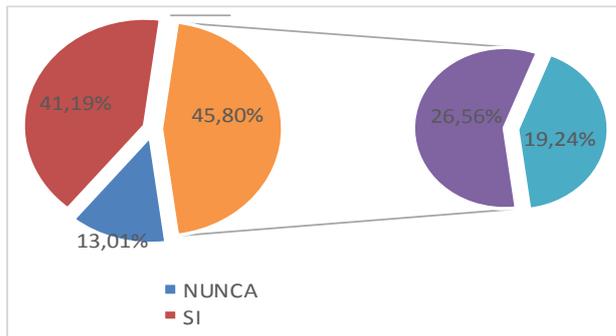


Figura 13 Demanda

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

Tabla 5 Demanda

		369
NUNCA	13,01%	48
SI	41,19%	152
		169
LO REALIZA EN SU CASA	26,56%	98
ALQUILA CIERTOS ENCESRES	19,24%	71
	100,00%	

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

El 41,19% de la población al realizar un evento social, prefiere delegar su organización a una empresa organizadora de eventos, en cambio los que prefieren realizarla en su hogar están: los que la realizan con sus enseres (26,56%) y los que alquilan enceres como mesas, sillas, vajilla (19,24%).

- c) ¿Cocina su banquete a servirse? Si () No ()
 d) Si no cocina, ¿Paga para que le preparen el banquete? Si () No ()

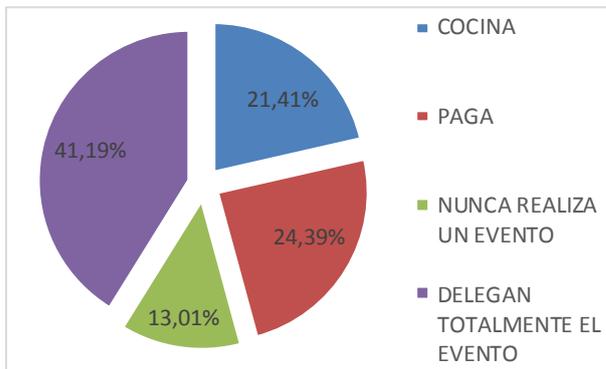


Figura 14 Banquete

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

Tabla 6 Banquete

	Ventas	169
COCINA	21,41%	79
PAGA	24,39%	90
NUNCA REALIZA UN EVENTO	13,01%	48
DELEGAN TODO EL EVENTO	41,19%	152

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

Del 45,80% de la población que realiza el evento en su domicilio, el 21,41% cocina su propio banquete para sus invitados, y el 24,39% paga para que le alguien le cocine.

11. ¿Cuántos eventos realiza al año?

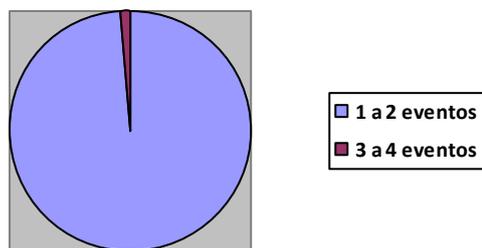


Figura 15 Uso per cápita

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

Tabla 7 Uso per cápita

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 2 eventos	150	98,68%
3 a 4 eventos	2	1,32%
TOTAL	152	100

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

Como se evidencia en la presente pregunta, del total de las personas encuestadas el 98,68% tiene la costumbre de contratar de 1 a 2 eventos al año y muy pocas el 1,32% restante contrata de 3 a 4 eventos al año, con ello se podrá sacar el uso promedio anual de eventos por persona.

- a. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que preste una microempresa organizadora de eventos, además de Local decorado y el banquete?

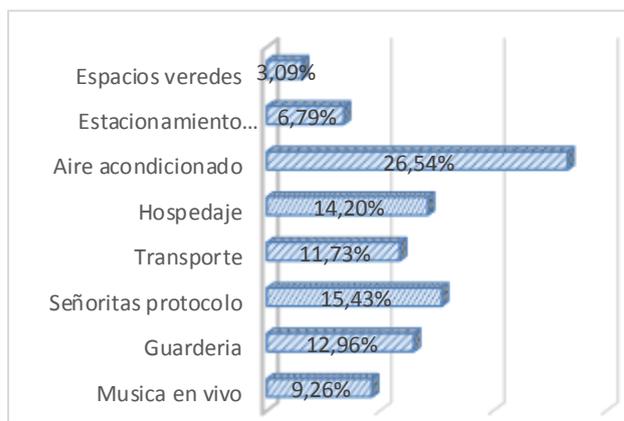


Figura 16: Servicios adicionales

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

Tabla 8 Servicios adicionales

	Columna1	
Música en vivo	9,26%	15
Guardería	12,96%	21
Señoritas protocolo	15,43%	25
Transporte	11,73%	19
Hospedaje	14,20%	23
Aire acondicionado	26,54%	43
Estacionamiento privado	6,79%	11
Espacios verdes	3,09%	5
		162

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

La población, que ha usado los servicios de una microempresa organizadora de eventos, el 26,54% manifestó: que es importante que el lugar de la fiesta preste aire acondicionado o la correcta ventilación, también que es vital en un evento las Señoritas protocolo (15,43%). Entre las sugerencias más populares se encuentran, el hospedaje (14,20%), transporte (11,73%), La guardería también es solicitada, ya que los niños son un impedimento para asistir o disfrutar del evento (12,96%). En el caso de realizarse un evento la mayoría prefiere contratar personalmente su artista preferido, pero cierta población (9,25%) prefiere que la organizadora de eventos ya incluya música en vivo. Para el (3,09%), son importante y decorativo los espacios verdes.

C. PRECIO

12. ¿Cuánto usted estaría dispuesto a pagar por la organización de su evento que incluya: local amplio y decorado (mesas, sillas, mantelería, globos, flores), discomóvil (DJ)?

Tabla 9 Precio promedio

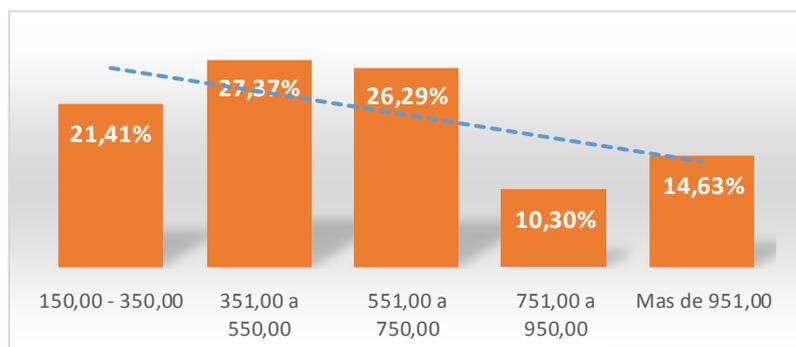


Figura 17 Precio evento

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

Tabla 10 Precio del evento

DOLARES		
150,00 - 350,00	21,41%	79
351,00 a 550,00	27,37%	101
551,00 a 750,00	26,29%	97
751,00 a 950,00	10,30%	38
Más de 951,00	14,63%	54
	100,00%	369

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

El precio promedio sugerido por la población encuestada es de 594,00 dólares (218.860/369).

150	0	0
175	2	350
180	2	180
200	9	1800
225	2	450
250	8	2000
280	8	2240
300	19	5700
330	6	1980
350	23	8050
380	18	6840
400	21	8400
450	24	10800
500	31	15500
520	7	3640
560	14	7840
580	6	3480
600	37	22200
650	25	16250
700	15	10500
760	6	4560
800	13	10400
900	11	9900
950	8	7600
1000	30	30000
1100	6	6600
1200	18	21600
	368	218860

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cubierto, en el caso de realizar un evento, para brindar a sus invitados?

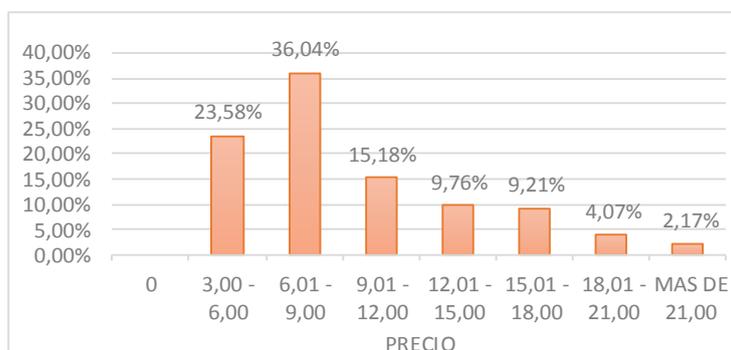


Figura 18 Precio de comida

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

Tabla 11 Promedio del precio del banquete

\$ 3,00	20	\$ 60,00
\$ 5,00	67	\$ 335,00
\$ 6,50	43	\$ 279,50
\$ 7,00	10	\$ 70,00
\$ 7,50	2	\$ 15,00
\$ 8,00	75	\$ 600,00
\$ 9,00	3	\$ 27,00
\$ 10,00	36	\$ 360,00
\$ 12,00	20	\$ 240,00
\$ 15,00	36	\$ 540,00
\$ 17,00	3	\$ 51,00
\$ 18,00	31	\$ 558,00
\$ 20,00	15	\$ 300,00
\$ 22,00	2	\$ 44,00
\$ 23,00	1	\$ 23,00
\$ 25,00	3	\$ 75,00
\$ 30,00	2	\$ 60,00
	369	\$ 3.637,50

Tabla 12 Precio del banquete

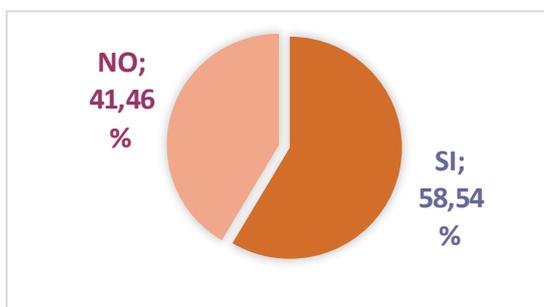
3,00 - 6,00	23,58%	87
6,01 - 9,00	36,04%	133
9,01 - 12,00	15,18%	56
12,01 - 15,00	9,76%	36
15,01 - 18,00	9,21%	34
18,01 - 21,00	4,07%	15
MAS DE 21,00	2,17%	8
	100,00%	369

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

El precio promedio, que la población, estaría dispuesta a cancelar por cubierto, para brindar a sus invitados es de 9,86 USD (3637,50/369)

D. PRODUCTO

14. ¿Usted conoce, que en la ciudad de Yantzaza existen microempresas organizadoras de todo tipo de eventos sociales?



Un importante porcentaje de la población, es decir el 58.54%, al momento de realizar un evento recurre a ciudades más grandes para contratar los servicios de una organizadora de eventos, ya que desconoce de la existencia de éstas en Yantzaza.

a. ¿Qué microempresas organizadoras de eventos conoce, que den el servicio de organización de eventos y preparación del banquete en la ciudad?

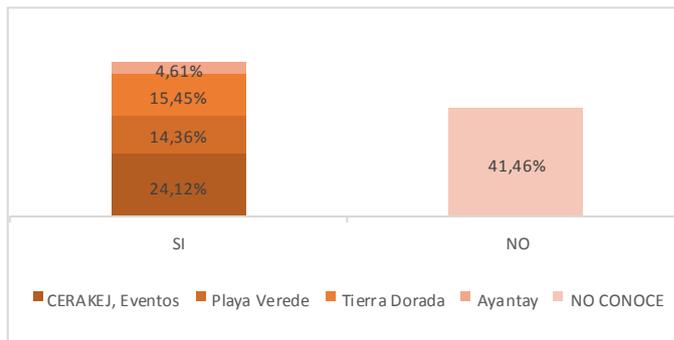


Figura: 19 Oferentes

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

La microempresa, más popular es CERAKEJ, con el 24,12%, le sigue la hostería Tierra Dorada 15,45%, la hostería Playa Verde 14,36% y la inaugurada recientemente Ayantai con el 4,61% de popularidad.

15. ¿Qué familiaridad tienen con CERAKEJ eventos y banquetes?

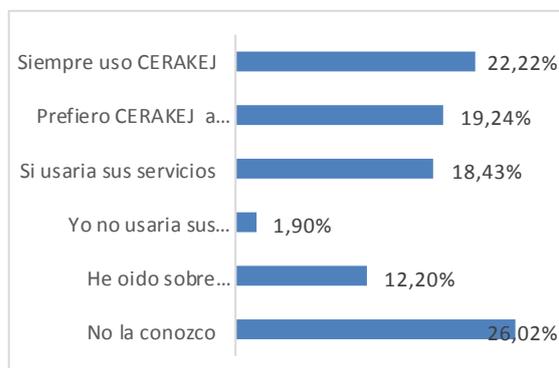


Figura 20 Familiaridad con CERAKEJ
Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

No la conozco	26,02%	39
He oído sobre CERAKEJ	12,20%	18
Yo no usaría sus servicios	1,90%	3
Si usaría sus servicios	18,43%	28
Prefiero CERAKEJ a otros	19,24%	29
Siempre uso CERAKEJ	22,22%	34
	100,00%	151

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

Del 41% población que realiza eventos, tiene una clientela fija la cual representa el 22,22%, más los que la prefieren que son el 19,24% y los que están dispuestos a usar sus servicios alguna vez en su vida que son el 18,43%. Así mismo del otro lado están los que no la conocen ni han escuchado de ella, que son el 26,02% de la población, y las que quizá escucharon pero, no tienen las posibilidades ni el ánimo de realizar un evento en esta, población equivalente al 1,90%.

a. ¿Qué ocasión le parece importante para celebrar con una fiesta o evento formal?

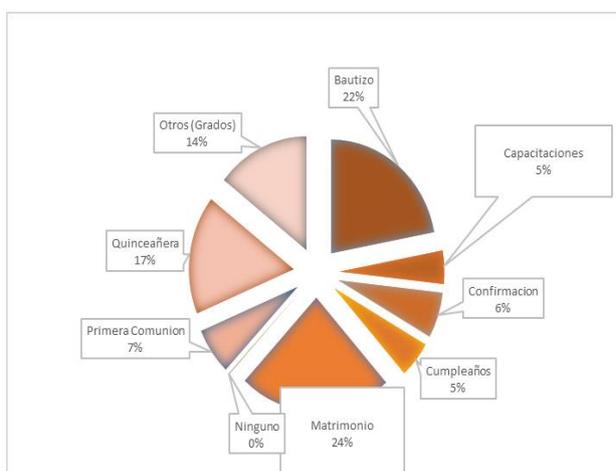


Figura 21 Ocasión
Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

Tabla 13 Ocasión para celebrar

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Matrimonio	29	24%
Grados	17	14%
Bautizo	26	22%
Capacitaciones	6	5%
Confirmación	7	6%
Cumpleaños	6	5%
Primera comunión	8	7%
Quinceañera	20	17%
F TOTAL	119	100

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

b. ¿El servicio de CERAKEJ, le pareció?:

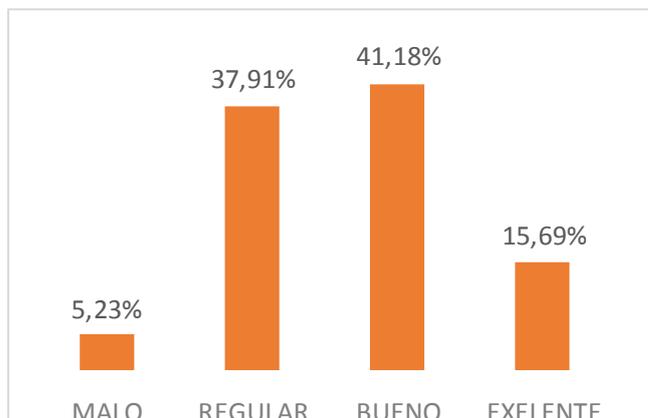


Figura 22 Calidad percibida

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

Tabla 14 Calidad percibida

CALIDAD DEL SERVICIO		
MALO	5,23%	6
REGULAR	37,91%	45
BUENO	41,18%	48
EXELENTE	15,69%	20
	100,00%	119

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

c. ¿Qué servicios de éstos, sabía que ofrece CERAKEJ?

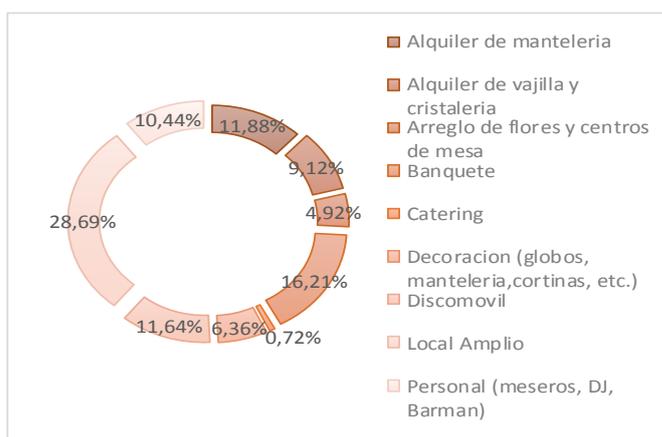


Figura 23 Servicios adicionales

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

Tabla 15 Conocimiento de servicios

Alquiler de mantelería	11,88%
Alquiler de vajilla y cristalería	9,12%
Arreglo de flores y centros de mesa	4,92%
Banquete	16,21%
Catering	0,72%
Decoración (globos, mantelería, cortinas, etc.)	6,36%
Discomóvil	11,64%
Local Amplio	28,69%
Personal (meseros, DJ, Barman)	10,44%
TOTAL	100,00%

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

De la población que conoce la microempresa CERAKEJ, pocos son los servicios bien percibidos por sus clientes como Local amplio (28,69%), Banquete (16,21%), sus clientes más lo conocen como un local de eventos y no, como una microempresa con los servicios indispensables para la organización de eventos. El servicio menos conocido y muy importante para la economía de la microempresa es la de servicio de Catering (0,72%).

d. ¿Sabía que CERAKEJ ofrece sus servicios en otras ciudades?

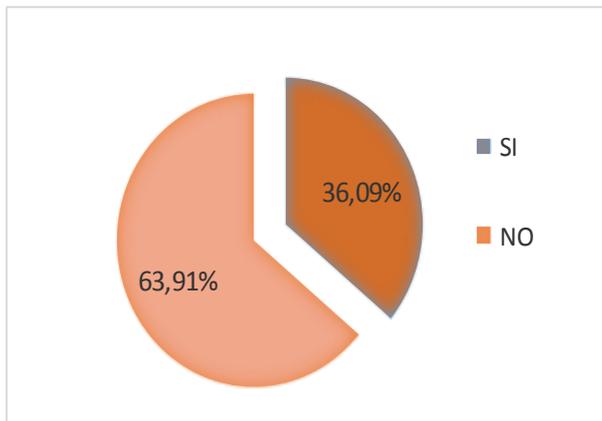


Tabla 16 Servicios en otras ciudades

SI	36,09%	43
NO	63,91%	76
	100,00%	119

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

Figura 25: Servicios en otras ciudades

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

De la misma manera de la población que conoce a CERAKEJ, o ha sido su cliente, más del 63% desconoce que CERAKEJ, también se desplaza y brinda sus servicios en otros lugares.

E. PROMOCIÓN

16. ¿Cómo se enteró de la existencia de CERAKEJ, eventos y banquetes?

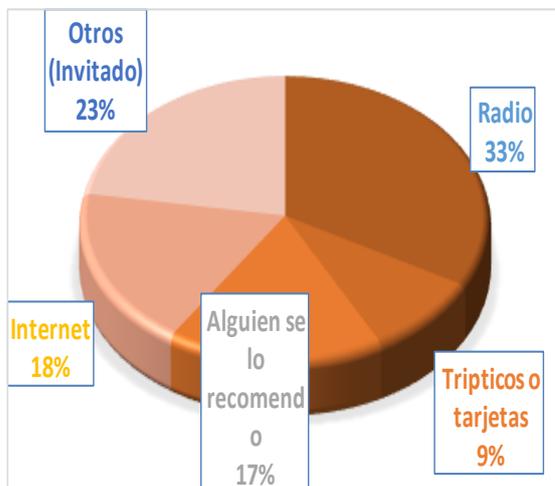


Tabla 17 Promoción

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	39	33%
Trípticos o tarjetas	11	9%
Internet	21	18%
Invitados	28	23%
Recomendaciones	2	17%
TOTAL	119	100

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

Figura 26 Promoción

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

CERAKEJ, cuenta con publicidad diaria en la Radio Amazonas, por tal motivo, el 33% conoce de sus servicios a través de esta, también conocen sus servicios una vez que son invitados a un evento social, representando el 23%, además los servicios de esta microempresa se conocen de boca a boca obteniendo un 17%.

17. ¿Cómo se ha enterado usted de la existencia de los servicios de una organización de eventos?

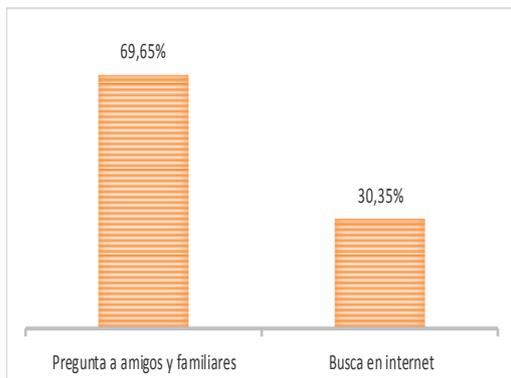


Figura 27 Promoción 2

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

Tabla 18 Propaganda

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Pregunta a familiares y amigos	83	69.65%
Búsqueda en internet	36	30.35%
TOTAL	119	100

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

El 69% de la población encuestada indica que Además de la publicidad radial y brindar un buen servicio, hace falta crear cuentas en las redes sociales como Facebook, twitter, Instagram y una página web en donde el cliente pueda conocer los servicios brindados por CERAKEJ y realizar reservaciones.

2.3. Análisis de la demanda.

“Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”. (Urbina, 2001, 2006, pag 17).

La finalidad de realizar el análisis de la demanda es determinar en los demandantes sus características esenciales como: el poder adquisitivo, la cantidad de consumo, los días de concurrencia al establecimiento, etc., a continuación se presentan los detalles de los resultados

2.3.1. Demanda potencial.

La demanda de potencial se considera a las personas que acostumbran a realizar eventos sociales en la ciudad de Yantzaza, se lo define en base a los resultados obtenidos en el trabajo de campo realizado a la población de la ciudad de Yantzaza, en el año 2013

La demanda potencial del presente proyecto se obtiene, tomando en cuenta la totalidad de la población de familias en el cantón Yantzaza, que es 5171, a cuya cantidad se multiplica por el 12,74% de los informantes positivos que indican que siempre realizan eventos sociales, en la pregunta nueve de nuestra encuesta; es así que se obtiene una demanda potencial de personas; conforme se detalla en el siguiente cuadro.

Tabla 19 Demanda potencial

DEMANDA POTENCIAL		
Población de familias en Yantzaza	% de personas que realizan eventos sociales	Demanda Potencial (en el cantón)
5171	12,74%	659

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

2.3.2. Demanda Real

Para determinar la demanda real o actual, se considera los potenciales clientes que para el presente caso son 659 familias, cuya cantidad se multiplicada por los que

contratan una organizadora de eventos 41% estableciendo una demanda real de clientes al año, conforme la encuesta realizada; así tenemos

Tabla 20 Demanda real clientes

DEMANDA REAL		
Demanda potencial	% de familias que utilizan las empresas organizadoras de eventos	Demanda real anual (en el cantón)
659	41%	270

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

2.3.3. Uso per cápita anual.

Es muy importante obtener el dato promedio per cápita de eventos que cada familia realiza al año; para lo cual se realiza lo siguiente:

Para el determinar el uso per cápita se recurrió a la pregunta que indica ¿con que frecuencia usted contrata los servicios de una organizadora de eventos al año?; pregunta que respondieron solo el 41% que si realiza eventos, así:

Tabla 21 Uso per cápita

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	XM	F.XM
De 1 a 2	150	1,5	225
De 3 a 4	2	3,5	7
TOTAL	152		232

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

Para obtener el promedio de eventos sociales por familia, se divide los 232 eventos totales anuales, para el número de familias que usan los servicios de una organizadora de eventos que son 152; lo cual nos da como resultado un promedio de 1.5 eventos al año por familia.

$$\text{Uso per cápita} = \frac{F.XM}{F}$$

F

En donde:

F= Frecuencia

XM= Promedio

F.XM= Frecuencia. Promedio

$$\text{Uso per cápita} = \frac{232}{152}$$

Uso per cápita = 1,5 eventos por familia al año

Por lo tanto transformaremos el número de clientes a eventos, multiplicando la población real por el consumo per cápita así:

Tabla 22 Demanda real de eventos

DEMANDA REAL EN EVENTOS AL AÑO		
Demanda real anual	Promedio de uso per cápita	Demanda real de eventos anuales en el cantón
270	1,5	405

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

2.3.4. Demanda efectiva

Para establecer la demanda efectiva del presente proyecto, se parte del total de la demanda real de eventos al año que son 405 y se lo multiplica por el porcentaje de los que siempre usan CERAKEJ, lo cual representa el 22,22% conforme la pregunta ¿Qué familiaridad tiene con CERAKEJ? obteniendo una demanda efectiva de eventos al año

Tabla 23 Demanda efectiva

DEMANDA EFECTIVA DE EVENTOS SOCIALES ANUALES		
Demanda real eventos anuales en el cantón	Porcentaje de informantes positivos que utilizan el servicio de nuestra empresa	Demanda efectiva (eventos anuales para CERAKEJ)
405	22,22%	90

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

2.3.5. Proyección de la demanda futura.

Para la proyección de la demanda durante la vida útil del presente proyecto, se toma como base el crecimiento de población de la ciudad de Yantzaza, que es de 3,26% (INEC, 2014) así como también la demanda potencial, demanda real o actual, la demanda efectiva y promedio per cápita anual, de lo cual se desprende la siguiente información.

Tabla 24 Proyección de la población por familia

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN		PROMEDIO	
Año	Población	Personas por familia	Número de familias
2013	21411	4,14	5171
2014	22106	4,14	5340
2015	22810	4,14	5510
2016	23525	4,14	5682
2017	24246	4,14	5856
2018	24973	4,14	6032

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

Tabla 25 Proyección de la demanda

DEMANDA FUTURA						
Año	Población Yantzaza	Demanda potencial	Demanda real	Consumo Per cápita	Demanda real servicios	Demanda efectiva
		12,74%	41%	1,5		22,22%
0	5171	659	270	1.5	405	90
1	5340	680	278	1.5	418	93
2	5510	702	287	1.5	432	96
3	5682	724	296	1.5	446	99
4	5856	747	306	1.5	460	102
5	6032	771	316	1.5	475	105

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

2.4. Análisis de la oferta

“Oferta es la cantidad de bienes o servicios que en un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.” (Urbina, 2001, 2006, pag 48)

En Yantzaza la oferta de organización de eventos y preparación de banquetes para eventos sociales, institucionales y culturales es una oferta de mercado libre y está determinada por la calidad, el precio y el servicio de cada oferente, ya que existen otras microempresas, como hosterías, que brindan el mismo servicio. Según nuestro estudio de mercado: el número, la localización, la capacidad, calidad, etc., de las la microempresas más destacadas que ofertan organización de eventos y preparación de banquetes además de CERAKEJ, son los siguientes:

Tierra Dorada.- Según el estudio de mercado realizado, el 26,39% de la población conoce esta hostería. La hostería Tierra Dorada ofrece también el servicio de organización de eventos y preparación de banquetes. En una entrevista (ver anexo 3) realizada al Señor George Salvador Fernández Quezada, Gerente propietario de la hostería cuyos servicios están enfocados principalmente en hotelería y turismo, nos dio a conocer los siguientes datos:

Localización: Se ubica a 1km ½ de distancia desde la terminal terrestre de Yantzaza, vía al barrio los Achos.

Capacidad: Local con capacidad de 80 personas más, espacio y pasillos junto a la piscina, capacidad total 300 personas.

Precios: El valor mínimo del paquete total por la organización del evento, incluido el banquete, por persona es de 17,00 dólares. El valor máximo del paquete de organización del evento y banquete es de 23,00 dólares por persona. En el caso de eventos de capacitaciones, talleres, reuniones, etc., el valor del local con capacidad hasta 80 personas es de 60,00 dólares por hora, más el valor del precio del plato de comida, precios que varía desde 6,00 a 12,00.

Servicios ofrecidos: Organización de eventos, incluye: transporte, hospedaje, recreación (piscina, turco, sauna, hidromasaje), áreas verdes, amplio parqueadero, local de eventos, banquete, decoración (mantelería, cristalería, flores), animación y musicalización, incluye DJ, banquete.

No ofrece sus servicios fuera de sus instalaciones.



Figura 28 Evento: Tierra dorada

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014



Figura 29 Turismo: Tierra Dorado

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

Playa Verde: Según el estudio de mercado realizado, el 14,36% de la población conoce los servicios que brinda, la cual también ofrece el servicio de organización de eventos y preparación de banquetes. En la entrevista (ver anexo 3) realizada a la Sra. Fanny Imaicela, nos comentó los siguientes datos:

Localización: El centro turístico Playa Verde, ubicado en el barrio Pitá al norte de la ciudad.

Capacidad: capacidad de 100 personas, para eventos sociales.

Precio: Los precios son variados depende a que servicios necesite, los clientes pero van desde 20,00 dólares a 50 dólares, si incluyen servicios como hospedaje, transporte, etc.

Servicios ofrecidos: Organización de eventos:, hospedaje, parqueadero, servicio de transporte, local para eventos con amplificación, banquete, recreación (piscina, juegos infantiles, pesca deportiva, paseos a caballo, ordeños de ganado y caminatas por los senderos selváticos con guías del lugar), servicios que ponen a disposición de los invitados a las recepciones o eventos además del público en general, En el caso de eventos sociales, esta microempresa solo presta el servicio durante el día, en el horario de las 13 horas a las 18:30

Playa verde tiene un restaurante con una variedad de especialidades gastronómicas nacional e internacional.

- No ofrece sus servicios fuera de sus instalaciones.



Figura 31 Evento: Playa verde
Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014



Figura 30 Turismo: Playa verde
Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

Ayamtai Según el estudio de mercado realizado, el 4,61% de la población conoce los servicios que brinda esta microempresa, la cual también ofrece el servicio de organización de eventos y preparación de banquetes. En la entrevista (ver anexo 3) realizada a la Sra. Silvia Sánchez, nos informó datos de su microempresa y los servicios que ofrece:

Localización: ubicado en el barrio San Pedro, vía a el Pangui, su número de teléfono 3038256.

Capacidad: 150 personas en el local de eventos.

Precio: el cubierto sencillo 13,00 dólares, el cubierto especial, 18,00

Servicios ofrecidos: Organización de eventos, este centro turístico cuenta con: piscina, restaurant de comidas típicas y amplios espacios verdes, pese a ser una microempresa recientemente inaugurada, está creciendo a pasos agigantados, empezó como un restaurante de paso en la carretera ahora es un centro turístico, además cuenta con un local para el servicio de organización de eventos, y servicio de banquete, incluye decoración en mantelería, forros de silla, lasos, además la amplificación, solo equipos, no incluye el personal como DJ, ni maestro de ceremonias.

- No ofrece sus servicios fuera de sus instalaciones.



Figura 32 Ayamtai

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

2.4.1. Importaciones del producto.

Competencia indirecta. La competencia Indirecta está dada por organizadoras de eventos, radicadas en otras ciudades como Loja, las cuales al contar con más inversión y experiencia, brindan el servicio en otras ciudades incluyendo Zamora, Yantzaza, El Pangui, etc.:

- Sol Eventos
- Eventos Dña. Chelita

2.4.2. Comportamiento histórico de la oferta.

Para determinar el comportamiento histórico de la oferta se recopiló información con fuentes primarias, en una entrevista personal con los Gerentes propietarios de las otras microempresas que también prestan el servicio de organizar eventos y preparar banquetes en un solo paquete en el Cantón Yantzaza, pudimos recopilar el número de eventos organizados según sus libros diarios y facturas emitidas.

Tabla 26 Comportamiento histórico de la oferta

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<i>CERAKEJ</i>	17	21	17	25	25	28
<i>Tierra Dorada</i>	10	10	17	20	28	28
<i>Playa Verde</i>	0	0	12	17	2	16
<i>Ayamtai</i>	0	0	5	11	18	10
<i>Total eventos anuales.</i>	27	31	51	73	73	82

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

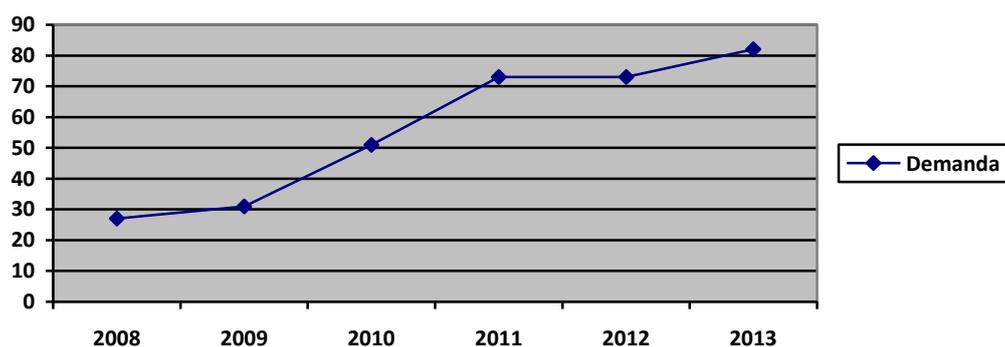


Figura 33 Comportamiento histórico de la oferta

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

La oferta es progresiva y está directamente relacionada con la estabilidad de la economía del país ya que la demanda de este servicio es de consumo suntuario, así el consumo de este servicio es con la intención de satisfacer un gusto mas no una necesidad

Después del estudio de mercado, llegamos a la conclusión de las fortalezas de CERAKEJ, eventos y banquetes, las cuales ayudan a esta empresa a mantenerse en pie, y las debilidades de la misma, las cuales deberán mejorarse o cambiar.

2.5. Análisis de la oferta y la demanda

El análisis de la oferta y la demanda permite determinar la demanda insatisfecha para el servicio de eventos sociales

En este estudio se determinó que la oferta existente para el servicio de eventos sociales para el año 2012 es de 110 al año.

El comportamiento de la oferta y la demanda se puede analizar de la siguiente forma: la demanda del servicio actualmente es alta en el cantón, debido a los potenciales turísticos que tiene la provincia de Zamora Chinchipe, en los últimos años ha incentivado al turista a conocer la riqueza natural y cultural que posee el Ecuador

Tabla 27 Demanda insatisfecha

AÑO	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA TOTAL	DEMANDA INSATISFECHA
2013	90	28	62

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 21014

2.6. Análisis de precios.

El precio debe ser determinado, previo considerar los costos de producción y que además sea un precio el cual esté dispuesto a pagar. El cliente, tomando en cuenta que es un servicio no necesario, pero que las personas están dispuestas a pagar por satisfacer sus deseos de recreación y socializar.

Para la población de Yantzaza, los precios que estarían dispuestos a gastar en un evento y en un banquete según nuestro estudio de mercado, son los siguientes:

- **Precio para el Evento:**

Promedio: 593,74

Moda: 600,00

- **Precio para el Banquete:**

Promedio: 9,86

Moda: 8,00

Tabla 28 Precios referenciales

MICROEMPRESA	INVITADOS	VALOR MAXIMO	VALOR MINIMO	PRECIO DISPUESTO A PAGAR
CERAKEJ	120	1800,00	1440,00	1.776,94
PLAYA VERDE		6000,00	2400,00	
TIERRA DORADA		2760,00	2400,00	
AYANTAI		2160,00	1560,00	

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

2.7. Plan de comercialización.

La comercialización es el conjunto de actividades realizadas por una organización o entidad destinadas a la venta de un producto hacia el consumidor final. Al combinar servicio y comercialización, se obtienen las utilidades económicas básicas de forma, de tiempo (Utilidad de tiempo significa disponer del servicio cuando el cliente lo desee), de lugar (Utilidad de lugar significa disponer del servicio donde el cliente lo desee) y de posesión (Utilidad de posesión significa obtener un servicio y tener el derecho de usarlo), necesarias para satisfacer al usuario. (monografia.com, 2014)

El Plan de Comercialización nunca debe improvisarse sino debe obedecer a una planificación global y sistemática, que permita proyectar a la empresa hacia la creación y conquista del mercado.

2.7.1. Participación de la Competencia

La participación de la competencia es un factor importante para colocar a la venta el producto, en este caso se cuenta con competencia alta conforme se analizó en las fuerzas de Porter y en las encuestas aplicadas a los demandantes, además existen productos similares como restaurantes comunes que ofrecen un tipo de servicio un poco similar y a un precio muy bajo; además ha aparecido otro tipo de competencia que son personas que se han graduado de Chef y se encuentran prestando este servicio a domicilio, utilizando los propios utensilios de cocina de los demandantes y así mismo a costos muy bajos.

El Plan de Comercialización implica acciones coordinadas y congruentes sobre el servicio, tomando en cuenta las 4Ps, las mismas que fueron analizadas en las encuestas a la demanda y en la entrevista a los oferentes:

- Producto,
- Precio,
- Plaza
- Promoción

2.7.2. Producto.

El producto o servicio presentado en el caso de este estudio es el servicio de eventos sociales, se pretende con ello conocer los gustos y preferencias del consumidor, para mejorar el servicio conforme a las necesidades de las personas

El producto debe indicar exactamente lo que se va a vender, qué beneficios se ofrecerán a los clientes, definir claramente las características del servicio de eventos sociales, nombre, entrega, atención, tiempo, entre otros.

El servicio es de consumo final, es la de: “Producir, montar, ejecutar, y desmontar, eventos sociales, culturales, e institucionales”. (Materiales propios: mesas, sillas, vajilla, cubertería, cristalería, de la mejor calidad, Temas de decoración con mantelería, cortinas, forros de sillas, lasos, telas, flores, globos, bar: licores y cocteles, in focus y pantalla grande)

Además:

- Alquiler de los materiales y menaje para engalanar el evento.
- Alquiler de local amplio, acogedor, elegante, con un escenario, baños, dos pistas, bar.
- Banquete y servicio de catering.
- Musicalización y discomóvil.
- Personal capacitado: Chef, asistentes de cocina, meseros, barman, dj, animador.

Presentación del producto.



Figura 34 Presentación del producto
Fuente y Elaboración: Sierra Andrea 2014

2.7.3. Precio

En cualquier plaza, toda persona busca el mejor precio en un producto o servicio, aunque la demanda de un producto sea muy diferente de acuerdo a los grupos sociales, económicos y otros.

El servicio de eventos sociales, se concentrará en la relación a la ley de la demanda y oferta, precio-calidad; ya que en la toma de decisión al momento de elegir un buen producto o servicio, siempre prima el costo como un indicador de calidad, el precio debe basarse también en los costos de producción y margen de utilidad, de acuerdo a los precios fijados por la competencia en el mercado, en este caso los productos similares, porque el precio no puede estar muy elevado o por debajo de la competencia.

Luego de analizar los costos de producción, se espera que el precio fluctúe entre 1.440,00 hasta 1800,00 dólares conforme a los requerimientos de la demanda, que están dispuestos a cancelar un precio de 1.766,94 dólares por servicio.

2.7.4. Plaza

Las estrategias de distribución tendrán su soporte en los contenidos del marketing mix así como del análisis e identificación de puntos de referencia exitosos del mercado local para productos industriales.

La empresa CERAKEJ para llevar el servicio hasta el consumidor final, utilizará el siguiente canal de distribución

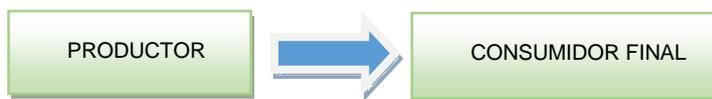


Figura 35 Canal de distribución de la empresa
Fuente y Elaboración: Sierra Andrea 2014

Este canal será utilizado para toda la zona urbana de la ciudad de Yantzaza, a fin de que esté a disposición de todas las personas que gustan de utilizar este tipo de servicios, con el tiempo se espera expandirse hacia otras ciudades de la provincia de Zamora Chinchipe

2.7.5. Promoción del producto

Es un elemento básico dentro del marketing, para llegar a los clientes y poder persuadir y recordar al mercado sobre imagen de la organización y el producto, está la emplearemos para dar a conocer las ventajas del servicio de eventos sociales y el valor agregado que se ofrece al consumidor, el mismo se lo realizará utilizando medios de comunicación como es la radio de mayor sintonía en la provincia de Zamora Chinchipe y diario la Hora; pero en mayor escala se realizará en utilizando el medio electrónico como es el internet, a través de creación de cuentas en las redes sociales más utilizadas como son el Facebook y el Twitter.

La empresa CERAKEJ realizará una campaña de publicidad y promoción bajo los siguientes parámetros:

Promocionar el servicio a todas las familias e instituciones de la ciudad de Yantzaza, participar en ferias; repartir hojas volantes, utilizar los medios de comunicación en los horarios de mayor acogida por los encuestados y hacer uso masivo de las nuevas Tics; para lo cual se ha contratado un especialista en informática para la creación de una página Web para la empresa.

Una de las estrategias para promocionar el producto es la atención al cliente, de esta manera los demandantes se irán satisfechos y volverán a utilizar el servicio

Se repartirán hojas volantes en calles y avenidas de la ciudad de Yantzaza, con el fin de que el cliente potencial, conozca el servicio. De igual forma la publicidad se apoyará con posters llamativos, todo esto con la finalidad de que el cliente tenga un constante recordatorio de la existencia de la empresa CERAKEJ, hasta lograr un mayor posicionamiento de la misma.

Publicidad en internet: redes sociales



Figura 36 Publicidad en Facebook

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014.

Publicidad para medios de publicidad radio y televisión

YANZATZA - ZAMORA CHINCHIPE - ECUADOR
TELEFONO FIJO: 2324069
CELULAR: 0988096363
BARRIO SAN FRANCISCO, CALLE GERANIOS.

ROBERTA Y EDDY SIERRA
GERENTES PROPIETARIOS

PRODUCCIÓN, MONTAJE, EJECUCIÓN Y DESMONTAJE DE TODO TIPO DE EVENTO SOCIAL, EN NUESTRO LOCAL O FUERA DE ÉL.

CERAKEJ, EVENTOS Y BANQUETES




LOCAL AMPLIO.
12 TEMAS O COLORES DE DECORACION.
DISCOMOVIL, DJ.
CENTROS FLORALES
DECORACION EN GLOBOS
DECORACION DE LA IGLESIA
BANQUETE.
CHEF, MESEROS, BARMAN.
VAJILLA, CRISTALERIA, Y
CUBERTERIA DE PRIMERA

Figura 37 Publicidad para la radio

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014.

CAPÍTULO TRES: DISEÑO ORGANIZACIONAL PROPUESTO

3.1. Estructura organizacional propuesta.

El diseño organizacional y su implementación se realizarán, definiendo las líneas de mando y agrupación de equipos de trabajo, a través de un organigrama y un flujograma, los cuales permitan incrementar la productividad de la microempresa, gracias a la especialización y delegación de los equipos en unidades. Además proponemos la misión, visión, políticas, objetivos, etc., en base a la intención del servicio brindado por la microempresa y se delimitará las funciones por empleado y los procesos por áreas, mediante manuales administrativos: manual organizacional y manual de funciones.

La estructura organizacional, utilizada para CERAKEJ, será la estructura funcional, la cual permite agrupar las tareas y actividades por función y conveniencia del servicio, así, se agruparan en cuatro unidades o equipos de producción: Administración – contable, Cocina, Eventos y Servicios.

El diseño y la implementación de esta estructura organizacional permitirán implementar nuevas estrategias y facilitará la manera de lograr cambios positivos para la microempresa.

3.1.1. Unidades de trabajo.

El personal de cada equipo de trabajo, designados deberán tener especialización y/o experiencia, y trabajar en equipo que incluirá un jefe inmediato que organice, delegue y controle, para cumplir con los objetivos de cada unidad, serán cuatro equipos o unidades de trabajo:

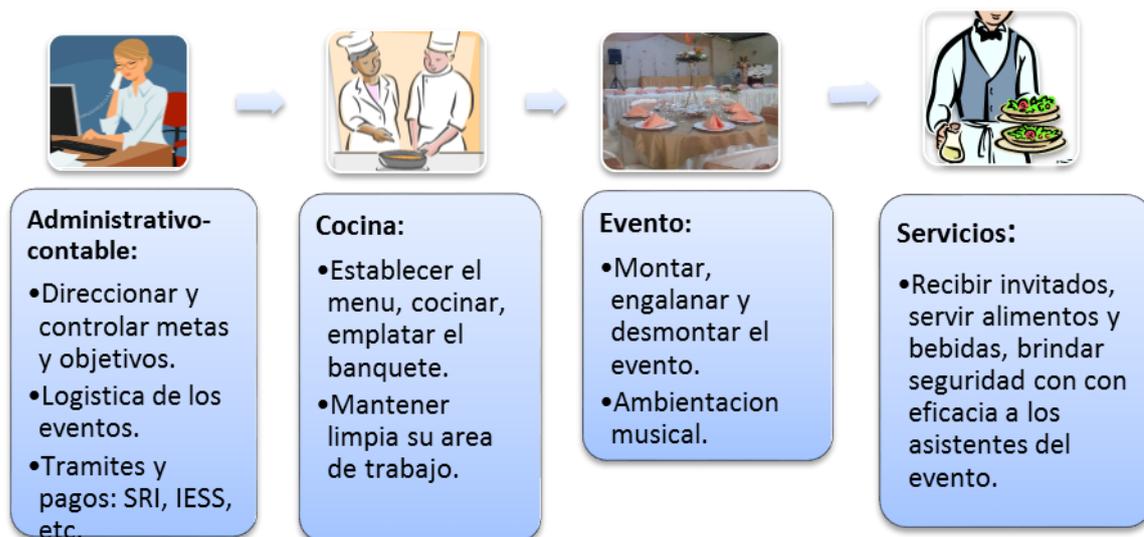


Figura 38 Unidades de trabajo

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

3.1.2. Flujograma.

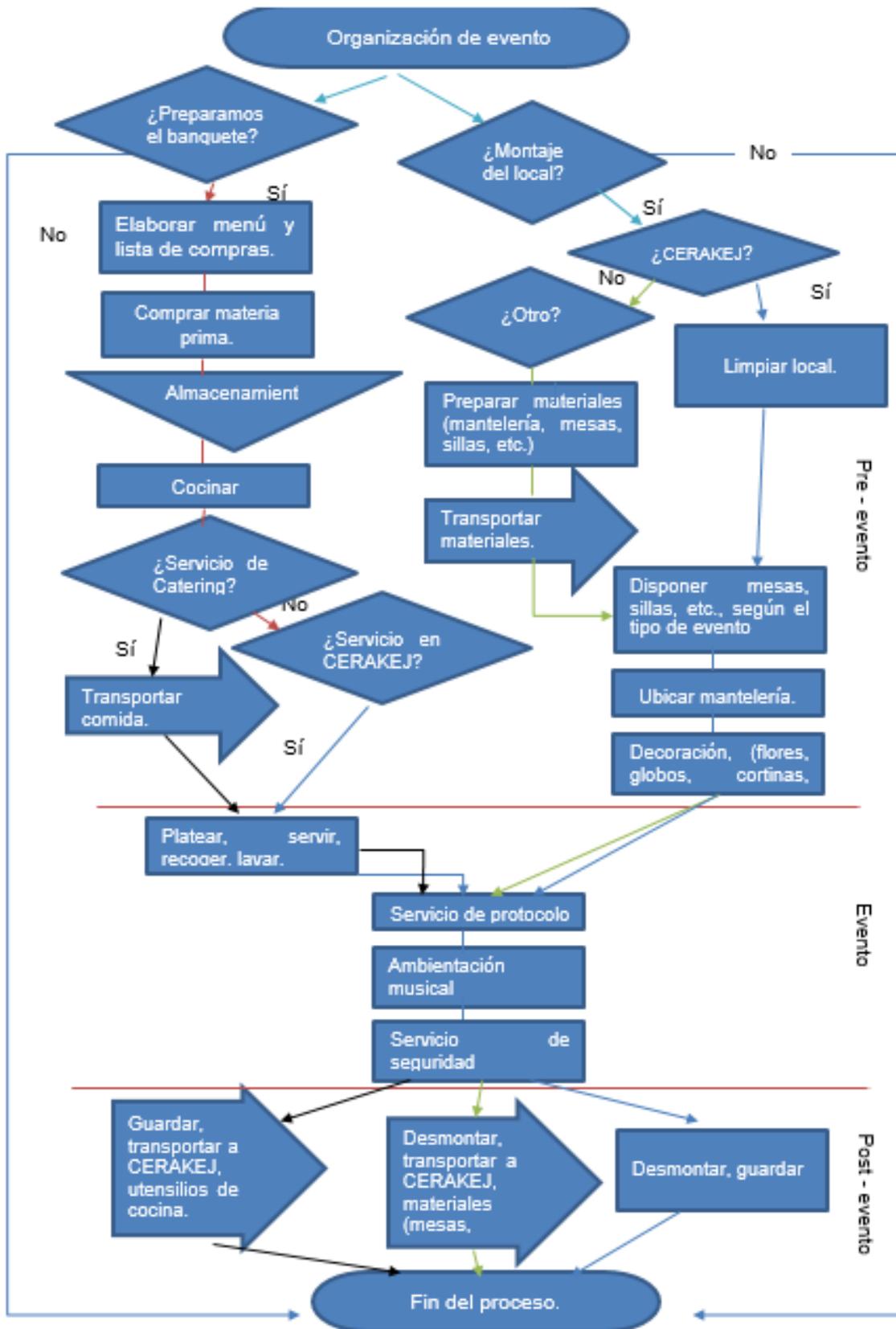


Figura 39 Flujograma

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

3.1.3. Organigrama.

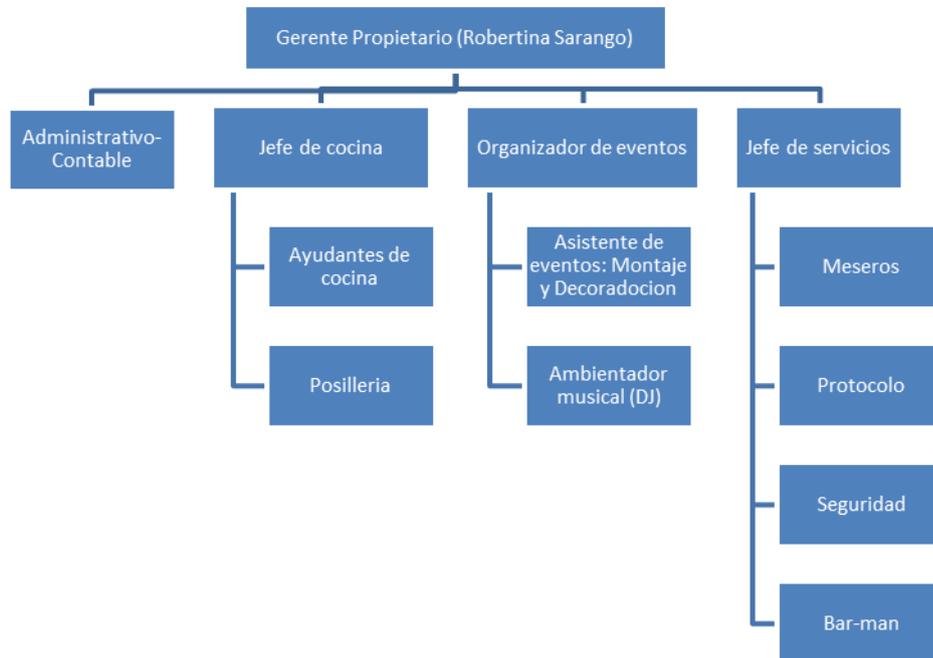


Figura 40 Organigrama

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

3.1.4. Misión.



La **misión** define principalmente, cual es nuestra labor o actividad en el mercado (Espinosa, 2014)

Figura 41 Misión

Fuente: Systems Suporta 2014

Producción, montaje, ejecución y desmontaje de todo tipo de evento social, cultural y empresarial, acorde a la exigencia del cliente.

3.1.5. Visión.



La visión define las metas que pretendemos conseguir en el futuro. Estas metas tienen que ser realistas y alcanzables, de carácter inspirador y motivador. (Espinosa, 2014)

Figura 42 Visión

Fuente: Systems Suporta 2014

Ser una empresa líder en organización de todo tipo de eventos y banquetes en Zamora Chinchipe.

3.1.6. Valores empresariales.

Los valores, son principios éticos sobre los que se asienta la cultura de nuestra empresa y nos permiten crear nuestras pautas de comportamiento. (Espinosa, 2014)



Figura 43 Valores empresariales
Fuente: Systems Suporta 2014

- **Orientación al servicio.**- Encaminar nuestros esfuerzos a satisfacer las necesidades y requerimientos de nuestros clientes.
- **Competitividad.**- Ofrecemos un servicio de calidad con eficiencia, eficacia y con los mejores precios
- **Responsabilidad.**- Responder eficazmente a las obligaciones y compromisos adquiridos.
- **Honestidad.**- Proceder con coherencia y rectitud entre lo que pensamos, decimos y hacemos, cumpliendo con los principios morales y respetando la propiedad material e intelectual.
- **Respeto.**- Tratar a todos nuestros clientes, amigos, familiares y personas en general con absoluto sentido de cordialidad y asertividad.
- **Calidad.**- Buscamos calidad, en nuestros servicios prestados.
- **Adaptación.**- flexibilidad y disposición al cambio
- **Aprendizaje.**- motivación para aprender de nuestras experiencias y para capacitarnos.

3.1.7. Objetivos Estratégicos.



Figura 44 Objetivos estratégicos
Fuente: Systems Suporta 2014

Se denomina objetivos estratégicos a las metas y estrategias planteadas por una organización para lograr determinadas metas, es decir los resultados que la empresa espera alcanzar en un tiempo mayor a un año, realizando acciones que le permitan cumplir con su misión, inspirados en la visión. (wikipedia, 2014)

Analizada y conocida la situación actual de CERAKEJ, eventos y banquetes en la ciudad de Yantzaza, a través de la herramienta FODA se determinaron los objetivos estratégicos para lo cual a continuación se enlistan. Los objetivos estratégicos, están basados en cuatro ejes principales.

CLIENTES

1. Atender los requerimientos de los demandantes conforme al estudio de mercado realizado a fin de satisfacer y servir de acuerdo a las necesidades, preferencias y gustos del cliente, mediante el plan de comercialización propuesto.
2. Atender la demanda insatisfecha existente en la actualidad y en lo posterior ampliar su cobertura a toda la población de Zamora Chinchipe como nicho de mercado.

PRODUCCIÓN

3. Innovación tecnológica y competitividad en producción y marketing
4. Proveerse de un mayor número de mobiliario y equipo para atender la demanda insatisfecha y ser proveedor de nuevas empresas organizadoras de eventos.

MARKETING

5. Obtener fidelidad de nuestros clientes.
6. Incrementar promoción y publicidad, de nuestros servicios.

FINANZAS

7. Defender los intereses generales de la empresa.
8. Incrementar la rentabilidad.
9. Ser reconocidos por nuestros excelentes precios

3.1.8. Objetivos Institucionales.



Es el cambio esperado en el **corto plazo**, que reflejan los propósitos que en materia de servicios, administración, recursos humanos, infraestructura y equipamiento desarrollará la institución.

Figura 45 Objetivos institucionales

Fuente: Systems Suporta 2014

- Mejorar ambiente laboral y crear cultura de superación.
- Impulsar el crecimiento y expansión de nuestros servicios, con base a la eficiencia y eficacia a diario.
- Incrementar publicidad en medios escritos, televisados y radio.
- Optimizar y analizar costos y utilidades, para invertir las ganancias en el crecimiento material de la microempresa.
- Adquirir y dotar de conocimientos y aptitudes al personal.

3.1.9. Políticas.



Las políticas son los medios que permiten alcanzar los objetivos anuales (Fred R., 2008, pág. 13)

Figura 46 Políticas

Fuente: Plantilla Watermark.

- **Eficiencia y eficacia en su tarea.**- Los gerentes, empleados y colaboradores de esta microempresa, deberán realizar sus funciones encomendadas, con eficiencia, eficacia, y con la mejor actitud posible.
- **Crecimiento profesional continuo.**- Aprender de la experiencia diaria, disposición a capacitarse, escuchar recomendaciones de sus superiores e incrementarlas a sus aptitudes necesarias para su trabajo.
- **Voluntad de crear buen ambiente laboral.**- La cordialidad y buenos modales son indispensables en sus horas laborables.

El personal de CERAKEJ, no podrá regar comentario o tener actitud maliciosa, de otro compañero o superior. En caso de querer realizar una queja o sugerencia deberá hacérsela por escrito a la gerencia administrativa.

- **Buena disposición al cambio.**- CERAKEJ es una microempresa, en busca de superación, por tal motivo sus funcionarios y empleados deben aceptar cambios establecidos, ya sean tecnológicos, administrativos, etc.

3.1.10. Spot publicitario.

“Tú disfruta, nosotros trabajamos”.

3.2. Manual de organización propuesto.

3.2.1. Portada.



MANUAL ORGANIZACIONAL

***CERAKEJ,
eventos y
banquetes,
producción,
montaje,
ejecución y
desmontaje de
todo tipo de
evento social.***

Andrea Sierra

Enero 2015

3.2.2. Introducción.

Es un manual organizacional general, en donde se especifica la organización de manera formal, y se define su estructura organizacional y funcional, de toda la microempresa.

En este manual se detallará: estructura orgánica, niveles jerárquicos, funciones generales, entre otros datos importantes, los cuales darán solución a la problemática referente al desempeño y cumplimiento de las funciones, lo que redundará en la eficiencia y eficacia aplicadas en las actividades laborales que se desarrollan en esta microempresa de servicios.

3.2.3. Objetivos del manual.

- Implementar e informar de una manera clara y concisa los objetivos, funciones y niveles de responsabilidad del personal de la microempresa.
- Contribuir a la ejecución correcta de labores, y evitar duplicidad de funciones.

3.2.4. Descripción de áreas de producción.

Es el conjunto de actividades necesarias para la obtención del servicio, y se las realiza por encargo o pedido

3.2.4.1. Evento.

Objetivo.- Asignar personal para, engalanar, dar comodidad, y un lugar acorde, al evento.

Proceso.-

PRODUCCION.- Es la planeación, asignación de tareas y materiales previos al evento

MONTAJE.- La instalación, adecuación y decoración de los materiales y enseres en el lugar del evento.

DESMONTAJE.- Retirar los materiales y enseres post evento, asear, ordenar el lugar donde se realizó el evento.

Producto alcanzado:

Un lugar cómodo, acogedor y elegante, afín y disponible para la realización del evento.

3.2.4.2. Banquete.

Objetivo: Preparar y servir el banquete, bocaditos, catering, etc., para el evento, con calidad y eficiencia.

Proceso.-

COMPRAS.- Adquirir la materia prima para el banquete.

COCINA.- Cocinar y preparar el banquete.

SERVICIO.- Servir el Banquete

ASEO.- Limpiar el área de cocina y el área donde se sirvió el banquete.

Producto alcanzado:

Alimentos, deliciosos y atractivos para deleite de invitados al evento.

3.2.5. Descripción de puestos.

DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

Título del puesto: **Administrativo contable**

Inmediato superior: Gerente propietario

Razón del puesto:

Garantizar el adecuado registro de los ingresos y gastos, implementar líneas de acción y estrategias que contribuyan a la optimización de los recursos humanos y materiales de CERAKEJ, Eventos y Banquetes

Funciones principales:

- Es una microempresa no obligada a llevar la contabilidad, el Administrador monitoreará los ingresos y gastos, y hará las declaraciones mensuales y anuales al SRI.
- Administrar los insumos y materiales requeridos para el evento y banquete.
- Contar con el personal suficiente, profesional y competente requerido para el evento y banquete
- Comunicar los resultados en función de las metas trazadas.
- Trabajar de manera eficiente y eficaz.
- Garantizar que se dé el mantenimiento adecuado y oportuno a las instalaciones, mobiliario y equipo, así como a otros activos de la microempresa.
- Verificar la eficiencia de la publicidad e modernizar formas de marketing.
- Analizar y comprender el mercado donde se mueva la empresa, identificar las necesidades de los clientes y desarrollar una demanda de los servicios de la empresa.

Ubicación del puesto dentro de la estructura organizacional:



Perfil del puesto:

- Escolaridad mínima: Licenciatura o Ingeniería titulado en Administración o Contabilidad.
- Conocimientos básicos: Administración y planeación, manejo de recursos humanos, contabilidad y trámites bancarios.

- Edad: Mayor de 18 años.
- Sexo y estado civil: indistintas
- Experiencia mínima: dos años en cargos similares

Habilidades específicas necesarias para desarrollar el puesto:

- Establecer y fomentar las relaciones interpersonales positivas del personal.
- Capacidad para solucionar problemas y conflictos de forma no violenta.
- Disposición para formar equipos de trabajo y trabajar en equipo.
- Capacidad de supervisión y coordinación de proyectos.
- Capaz de atender tareas múltiples, capacidad para la toma de decisiones.
- Conocimientos sólidos para proporcionar capacitación y actualización al personal.
- Capacidad para fomentar el orden y la disciplina en las actividades diarias.
- Desarrollar la comunicación asertiva.

Recomendaciones:

- Acoger sugerencias y gustos del cliente
- Respeto de políticas y colaboración con el cumplimiento de los objetivos de la microempresa.
- Presentación personal adecuada.
- Puntualidad

Horarios

Horas al día laborables: 8 horas.

Horas laborables a la semana: 48.

Realizado por: Administrador	Firma:
Revisado y aprobado por: Gerente propietario	Firma:

DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

TÍTULO DEL PUESTO: **JEFE DE COCINA**

INMEDIATO SUPERIOR: GERENTE PROPIETARIO

Razón del puesto:

Colaborar en la elaboración de los alimentos y bebidas que consumen los asistentes a los eventos organizados por CERAKEJ, Eventos y Banquetes

Funciones principales:

- Coordinar y asignar tareas al personal de cocina, de tal manera que aumente su productividad.
- Diseñar y coordinar con el cliente el menú del Banquete.
- Responsable, de elaborar, presupuestar y comprar, lista de productos, previa aprobación del Administrador.
- Chequear, inventarios de productos congelados y refrigerados
- Chequear el buen término del aseo general de cocina y apagado de maquinaria (hornos, microondas), refrigeradores encendidos y gas cortado

Ubicación del puesto dentro de la estructura organizacional:



Perfil del puesto:

- Escolaridad mínima: Carrera Técnica en gastronomía o equivalente
- Conocimientos básicos: Mantenimiento del área de cocina, Cocción y elaboración de alimentos, Nutrición, Garnish.
- Edad: Mayor de 18 años.
- Sexo y estado civil: indistintas
- Experiencia mínima: dos años en cargos similares

Habilidades específicas necesarias para desarrollar el puesto:

- Trabajo en equipo
- Vocación de servicio
- Trabajo bajo presión
- Administración de los alimentos

- Orden y limpieza en el área de trabajo
- Disponibilidad para viajar

Recomendaciones:

- Acoger sugerencias y gustos del cliente
- Respeto de políticas y colaboración con los objetivos de la microempresa.
- Buena actitud y cordialidad
- Presentación personal adecuada
- Puntualidad
- Cuidar los utensilios de cocina y maquinas entregados

Horario

El chef y jefe de cocina solo trabaja los días en los que hay programado un banquete.

Horas laborales al día: 8 horas

<p>Realizado por: Administrador</p>	<p>Firma:</p>
<p>Revisado y aprobado por: Gerente propietario</p>	<p>Firma:</p>

DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

Título del puesto: **Ayudantes de cocina**

Inmediato superior: Jefe de cocina

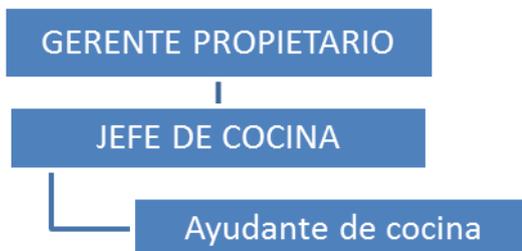
Razón del puesto:

Auxiliar al chef, en la preparación y distribución de los alimentos, así como mantener en orden y limpio todo el equipo de cocina.

Funciones principales:

- Auxiliar al chef en todo lo relacionado con la preparación de los alimentos.
- Cumplir con las normas de higiene y seguridad necesarias para preservar la salud y evitar accidentes.
- Distribuir los alimentos en platos de acuerdo con los menús y las raciones indicadas en ellos.
- Servir y recoger el servicio del comedor.
- Mantener en perfecta limpieza y orden la cocina, equipo e instalaciones, incluyendo vajillas, cubiertos, platos de cocina, etc.
- Controlar la vajilla, cubiertos, etc.

Ubicación del puesto dentro de la estructura organizacional:



Perfil del puesto:

- Escolaridad mínima: Primaria
- Conocimientos básicos: Manejo de aparatos de cocina, Cocción y elaboración de alimentos,
- Edad: Mayor de 18 años.
- Sexo y estado civil: indistintas
- Experiencia mínima: un año en cargos similares

Habilidades específicas necesarias para desarrollar el puesto:

- Trabajo en equipo
- Vocación de servicio
- Trabajo bajo presión
- Administración de los alimentos
- Orden y limpieza en el área de trabajo
- Disponibilidad para viajar

Recomendaciones:

- Acoger disposiciones del inmediato superior.
- Respeto de políticas y colaboración con los objetivos de la microempresa.
- Buena actitud y cordialidad
- Presentación personal adecuada
- Puntualidad
- Cuidar los utensilios de cocina y maquinas entregados

Horario

El chef y jefe de cocina solo trabaja los días en los que hay programado un banquete.

Horas laborales al día: 8 horas

Realizado por: Administrador	Firma:
Revisado y aprobado por: Gerente propietario	Firma:

DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

Título del puesto: **Mesero**

Inmediato superior: Jefe de servicios

Razón del puesto:

Otorgar el servicio de mesero(a) a los(a) invitados(as) del evento, a través de proporcionar una atención amable y personalizada, con la finalidad de lograr en los comensales una estancia cordial.

Funciones principales:

- Realizar el montaje de mesas y acondicionamiento de espacios a utilizarse en los eventos con dos horas de anticipación, con la finalidad de otorgar una atención eficiente.
- Auxiliar en el mantenimiento de los inmuebles, muebles y utensilios ocupados en los eventos y áreas designadas por el Jefe de cocina.
- Elaborar el inventario de bebidas que se ofrecen en los eventos, a través de un registro en una base de datos, con la finalidad de tener un control de entradas y salidas de los mismos.

Ubicación del puesto dentro de la estructura organizacional:



Perfil del puesto:

- Escolaridad mínima: Bachiller
- Conocimientos básicos: Conocimientos básicos para el montaje de una mesa, servicio de banquetes, manejo de alimentos y bebidas, normas de etiqueta.
- Edad: Mayor de 18 años.
- Sexo y estado civil: indistintas

Habilidades específicas necesarias para desarrollar el puesto:

- Vocación de servicio
- Facilidad de expresión verbal y escrita
- Amabilidad y limpieza

- Proactivo
- Sentido del orden en la ejecución de actividades

Recomendaciones:

- Acoger sugerencias y gustos del cliente
- Respeto de políticas y colaboración con los objetivos de la microempresa.
- Buena actitud y cordialidad
- Presentación personal adecuada
- Puntualidad
- Cuidar los utensilios de cocina y maquinas entregados

Horario

Los meseros, trabajan los días en los que hay banquete, bocaditos, catering etc.

Horas laborales al día: 8 horas

Realizado por: Administrador	Firma:
Revisado y aprobado por: Gerente propietario	Firma:

DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

Título del puesto: **Posillero**

Inmediato superior: Jefe de cocina

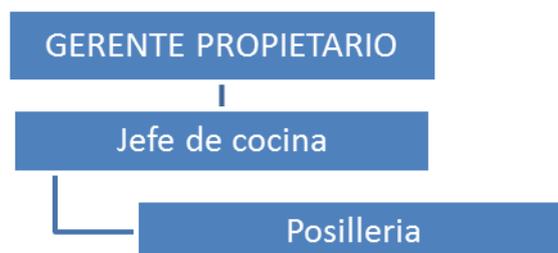
Razón del puesto:

Lavar vajilla, cristalería, cubertería y utensilios de cocina en general, utilizando los equipos y materiales correspondientes para mantenerlos en condiciones óptimas de limpieza.

Funciones principales:

- Abrillantar y desinfectar vajilla, cristalería, cubertería, etc., utilizada para el servicio de banquete.
- Lavar vajilla, cristalería, cubertería y utensilios de cocina en general.
- Colaborar con el mantenimiento y aseo de mesones y pisos de la cocina.
- Informar al administrador de intendencia de cualquier irregularidad que se presente durante el desarrollo de sus actividades y, si es el caso, solicitar la reparación de cualquier desperfecto ocurrido al equipo o mobiliario.
- Solicitar oportunamente al área administrativa los artículos y materiales de limpieza requeridos para el desarrollo de las actividades.

Ubicación del puesto dentro de la estructura organizacional:



Perfil del puesto:

- Escolaridad mínima: Primaria
- Conocimientos básicos: Limpieza en general
- Edad: Mayor de 18 años.
- Sexo y estado civil: indistintas
- Experiencia mínima: un año en cargos similares

Habilidades específicas necesarias para desarrollar el puesto:

- Amabilidad y disposición
- Vocación de servicio
- Capacidad para fomentar el orden, limpieza y organización.
- Optimizar y controlar los recursos materiales asignados.

Recomendaciones:

- Acoger disposiciones del inmediato superior.
- Respeto de políticas y colaboración con los objetivos de la microempresa.
- Buena actitud y cordialidad
- Presentación personal adecuada
- Puntualidad
- Cuidar los utensilios de cocina y maquinas entregados

Horario

Horas laborables al día: 8

Horas laborables a la semana: 40

Realizado por: Administrador	Firma:
Revisado y aprobado por: Gerente propietario	Firma:

DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

Título del puesto: **Organizador de eventos**

Inmediato superior: Gerente propietario

Razón del puesto:

Planificar, gestionar actividades y disponer de todos los recursos humanos, económicos y técnicos necesarios para el evento social, cultural e institucional; según especificaciones y gustos del cliente.

Funciones principales:

- Convenir con el Gerente detalles del evento e incorporarlos como: número de invitados, lugar, fecha, gustos y preferencias, del cliente.
- Controlar y coordinar recursos económicos y materiales necesarios para el evento.
- Disponer y organizar personal para el montaje y desmontaje del evento.
- Evaluar el resultado final del evento realizado, a fin de comprobar su eficaz desarrollo.

Ubicación del puesto dentro de la estructura organizacional:



Perfil del puesto:

- Escolaridad mínima: Licenciatura o Ingeniería titulado en una carrera afín al puesto.
- Conocimientos básicos: Organización de eventos, Hotelería y turismo.
- Edad: Mayor de 18 años.
- Sexo y estado civil: indistintas
- Experiencia mínima: dos años en cargos similares.

Habilidades específicas necesarias para desarrollar el puesto:

- Creatividad
- Organización
- Responsable
- Saber manejar el tiempo
- Facilidad de comunicación
- Liderazgo, trabajo en equipo

- Toma de decisiones, manejo y solución de conflictos.
- Disponibilidad para viajar.

Recomendaciones:

- Acoger sugerencias y gustos del cliente
- Respeto de políticas y colaboración con el cumplimiento de los objetivos de la microempresa.
- Presentación personal adecuada
- Puntualidad

Horarios

El Organizador de eventos trabaja los días en los que hay programado o reservado un evento.

Horas al día laborables: 8 horas.

<p>Realizado por: Administrador</p>	<p>Firma:</p>
<p>Revisado y aprobado por: Gerente propietario</p>	<p>Firma:</p>

DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

Título del puesto: **Asistente organizador de eventos**

Inmediato superior: Organizador de eventos

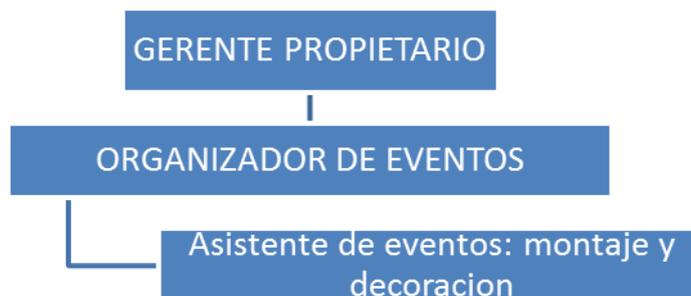
Razón del puesto:

Apoyar en el servicio de logística para la realización de eventos sociales, culturales e institucionales.

Funciones principales:

- Asistir en el acondicionamiento de los espacios físicos para la realización de los eventos, de acuerdo a las órdenes y especificaciones dadas.
- Apoyar el traslado de materiales, equipo o insumos solicitados para la realización de eventos.
- Colaborar en la preparación de insumos o materiales a fin de proporcionar los apoyos que estén incluidos en las órdenes de servicio turnadas por su jefe inmediato.
- Verificar la suficiencia de material, reportando a su jefe inmediato las necesidades de suministro para la atención adecuada de los eventos.
- Reportar las necesidades de mantenimiento y reparación de los equipos y mobiliario necesario para el desahogo de los trabajos asignados.

Ubicación del puesto dentro de la estructura organizacional:



Perfil del puesto:

- Escolaridad mínima: Bachiller.
- Conocimientos básicos: Elaboración de materiales e insumos para la realización de eventos.
- Edad: Mayor de 18 años.
- Sexo y estado civil: indistintas.
- Experiencia mínima: un año en cargos similares

Habilidades específicas necesarias para desarrollar el puesto:

- Habilidad manual.
- Creatividad
- Responsable
- Disponibilidad para viajar.

Recomendaciones:

- Respeto de políticas y colaboración con el cumplimiento de los objetivos de la microempresa.
- Higiene y limpieza personal
- Puntualidad

Horarios

Los asistente del Organizador de eventos trabaja los días en los que hay programado o reservado un evento.

Horas al día laborables: 8 horas.

Realizado por: Administrador	Firma:
Revisado y aprobado por: Gerente propietario	Firma:

DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

Título del puesto: **Protocolo**

Inmediato superior: Organizador de eventos

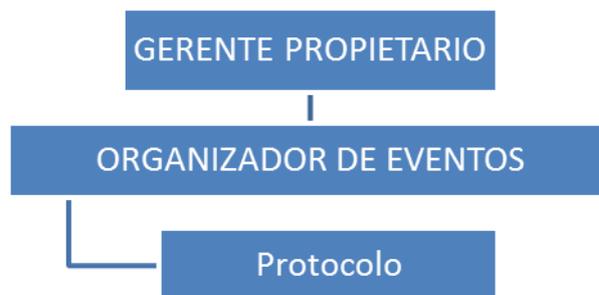
Razón del puesto:

Planificar, organizar y ubicar en un lugar específico todas aquellas personas o invitados que participan en un evento.

Funciones principales:

- Coordinar todo lo referente al protocolo a ejecutarse en un acto académico.
- Conocer la jerarquía que poseen las personalidades participantes, en un evento y darle su respectiva ubicación protocolar.
- Coordinar, con el maestro de ceremonia, actividades a realizarse en el evento.

Ubicación del puesto dentro de la estructura organizacional:



Perfil del puesto:

- Escolaridad mínima: Bachiller.
- Conocimientos básicos: Elaboración de materiales e insumos para la realización de eventos.
- Edad: Mayor de 18 años.
- Sexo y estado civil: indistintas
- Experiencia mínima: dos años en cargos similares

Habilidades específicas necesarias para desarrollar el puesto:

- Puntual, amable y responsable, paciente, discreto y educado.
- Sobrio y pulcro en su arreglo personal.
- Asertivo, con capacidad para resolver situaciones imprevistas.
- Ecuánime, capaz de mantener en todo momento autocontrol y conducta intachable a la hora de dirigirse a cualquier personalidad presente en el acto.

Recomendaciones:

- Respeto de políticas y colaboración con el cumplimiento de los objetivos de la microempresa.
- Higiene y limpieza personal
- Puntualidad

Horarios

El personal de protocolo, para eventos trabaja los días en los que hay programado o reservado un evento.

Horas al día laborables: 8 horas.

Realizado por: Administrador	Firma:
Revisado y aprobado por: Gerente propietario	Firma:

DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

Título del puesto: **Maestro de ceremonias**

Inmediato superior: Organizador de eventos

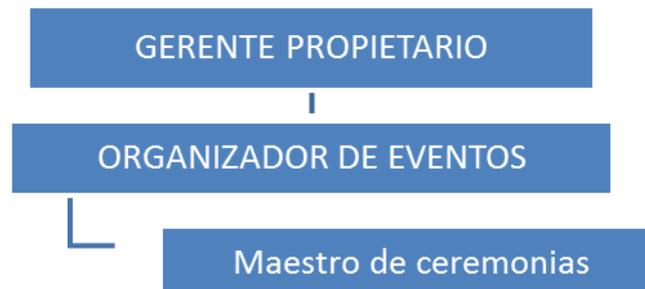
Razón del puesto:

Es aquel profesional que tiene como tarea conducir el guion previamente elaborado y conjuntamente con el personal de protocolo, tiene la responsabilidad de garantizar al máximo en lo posible el éxito de un acto protocolar. Es el responsable de que los actos tengan solemnidad.

Funciones principales:

- Coordinar directamente con el cliente, y elaborar un programa del orden de los sucesos a realizarse en el evento.
- Dirigir o Animar de acuerdo las circunstancias del evento lo requiera.
- Colaborar con el protocolo.
- Coordinar y colaborar con el DJ, el orden, la música, etc.

Ubicación del puesto dentro de la estructura organizacional:



Perfil del puesto:

- Escolaridad mínima: Licenciatura en comunicación, o tres años de experiencia en animación y locución.
- Conocimientos básicos: Locución, animación, etiqueta.
- Edad: Mayor de 18 años.
- Sexo y estado civil: indistintas
- Experiencia mínima: dos años en cargos similares.

Habilidades específicas necesarias para desarrollar el puesto:

- Discreto, disciplinado, y tener una excelente imagen.
- Limitarse a mantener una compostura de seriedad.
- Debe poseer conocimientos de oratoria, dominio y conocimiento pleno del acto.
- No debe utilizar palabras rebuscadas, ni coloquiales.
- Debe estar a la expectativa de cualquier imprevisto.

- No debe expresarse nunca en primera persona.
- Apegarse estrictamente al programa elaborado

Recomendaciones:

- Respeto de políticas y colaboración con el cumplimiento de los objetivos de la microempresa.
- Higiene y limpieza personal
- Puntualidad

Horarios

El maestro de ceremonias, trabaja los días en los que hay programado o reservado un evento.

Horas al día laborables: 8 horas.

Realizado por: Administrador	Firma:
Revisado y aprobado por: Gerente propietario	Firma:

DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

Título del puesto: **Ambientador musical (DJ)**

Inmediato superior: Organizador de eventos

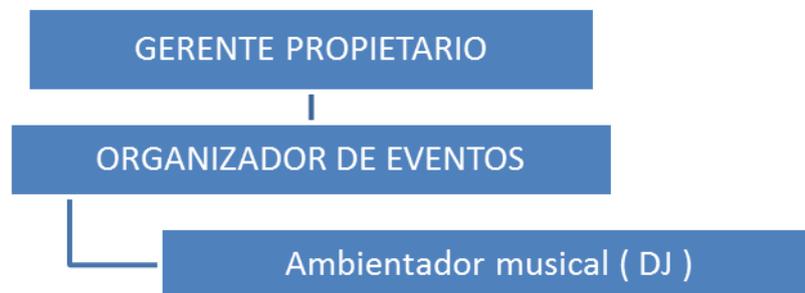
Razón del puesto:

En los eventos se necesita ambientar y seleccionar la música adecuada para cada escena o secuencia que lo requiera, considerando la particularidad de cada evento.

Funciones principales:

- Debe tener armonía rítmica para mezclar teniendo una medida de psicología para que resulte agradable en el ambiente teniendo en cuenta volúmenes, además del tipo de público que hay en la sala.
- Crear un ambiente continuo y progresivo de baile mediante la conexión coordinada de música contenida en varios discos o fuentes.
- Coordinar, con el maestro de ceremonias actividades y preparar música acorde al proceso del evento.
- Es el responsable, del cuidado de los equipos musicales, que se le entreguen, como micrófonos, parlantes, consola, computadora, etc.

Ubicación del puesto dentro de la estructura organizacional:



Perfil del puesto:

- Escolaridad mínima: Bachiller.
- Conocimientos básicos: Mezclar música en consola y en programas de computadora como Virtual DJ.
- Edad: Mayor de 18 años.
- Sexo y estado civil: indistintas
- Experiencia mínima: dos años.

Habilidades específicas necesarias para desarrollar el puesto:

- Creatividad.
- Coordinación motora.
- Conocimiento de los diferentes estilos musicales.
- Debe estar a la expectativa de cualquier imprevisto.
- Apegarse estrictamente al programa elaborado.

Recomendaciones generales:

- Respeto de políticas y colaboración con el cumplimiento de los objetivos de la microempresa.
- Higiene y limpieza personal.
- Puntualidad

Horarios:

El DJ, trabaja los días en los que hay programado o reservado un evento.

Horas al día laborables: 8 horas.

Realizado por: Administrador	FIRMA:
Revisado y aprobado por: Gerente propietario	FIRMA:

3.2.6. Recomendaciones generales

- Se recomienda que CERAKEJ, eventos y banquetes tome en consideración esta propuesta, entregue y requiera su cumplimiento a sus empleados.
- Actualizar este manual organizacional, al menos una vez por año.
- Las funciones están generalizadas, dependiendo del evento, el gerente especificará actividades, formas, lugar, etc., según gustos y especificaciones del cliente.

3.3. Manual de procedimientos propuesto.

3.3.1. Portada.



MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

*CERAKEJ,
eventos y banquetes,
producción, montaje,
ejecución y
desmontaje de todo
tipo de evento social.*

Enero 2015

Andrea Sierra

3.3.2. Introducción.

El presente manual de procedimientos tiene como propósito contar con una guía clara y específica que garantice la óptima operación y desarrollo de las diferentes actividades, de CERAKEJ, contiene en forma ordenada, y detallada las operaciones de los procedimientos a seguir para cada actividad laboral, promoviendo el correcto desarrollo de las diferentes actividades realizadas para prestar el adecuado servicio a clientes de la microempresa.

3.3.3. Objetivos del manual.

- Orientar al personal de la microempresa a realizar el procedimiento correcto para cada proceso.
- Validar la estructura del puesto con el fin de mejorar la productividad.
- Facilitar el cumplimiento del objetivo de servicio de la microempresa.

3.3.4. Procedimiento por Área de Producción.

3.3.4.1. Área Administrativa y Contable.

Administración.

Área: Administrativa y contable	Proceso: Administración
Objetivo: Implementar líneas de acción y estrategias que contribuyan a la optimización de los recursos humanos y materiales de CERAKEJ, Eventos y Banquetes	
Responsable: Administrador contable	
<p style="text-align: center;">Funciones</p> <ul style="list-style-type: none">• Planificar y establecer objetivos empresariales a corto, mediano y largo plazo• Organizar, y definir de qué manera la empresa enfrentará los proyectos planteados, quienes son los responsables, etc.• Dirigir y guiar de manera de lograr conseguir motivación y gran participación de los empleados de la empresa.• Controlar: Verificar que los parámetros fijados se estén cumpliendo, así como corregir las desviaciones del plan <p style="text-align: center;">Proceso por evento</p> <ul style="list-style-type: none">• Explicar y dar a conocer los servicios ofrecidos por CERAKEJ, al cliente anfitrión del evento.• Acordar términos en los cuales se darán nuestros servicios: <p style="margin-left: 40px;">Local del evento, menú, número de invitados, tema de decoración, hora de inicio y hora de término, etc. Ver anexo 1</p>• Coordinar y planificar el evento de la forma más eficiente:<ol style="list-style-type: none">1. Recursos necesarios: materiales y humanos.2. Coordinar el personal para: los preparativos del evento, el evento y post evento, socializar y delegar tareas y funciones.• Hacer conocer al personal hora y lugar de trabajo.• Controlar, y motivar al personal durante los preparativos para el evento.• Guiar y organizar actividades durante el evento.• Controlar inventario.• Agradecer y concluir trato con el anfitrión.	

Contabilidad.

Área: Administrativa y contable	Proceso: Contabilidad
Objetivo: Garantizar el adecuado registro de los ingresos y gastos, declarar impuestos fiscales.	
Responsable: Administrador contable	
<ul style="list-style-type: none">• Llevar un archivo cronológico de los comprobantes de venta de los ingresos y gastos.• Llevar un registro de ingresos y gastos, considerando que el propietario de CERAKEJ es una persona natural no obligada a llevar contabilidad.• Cumplir hasta la fecha 24 de cada mes, con la obligación Tributaria: IVA mensual.• En el caso del Impuesto a la Renta, hasta el 24 de marzo del año siguiente al periodo declarado.• Convertirse en un asesor para su cliente.	

3.3.4.2. Área de Cocina.

OBJETIVO: Preparar el menú, comprar, cocinar alimentos, servir en un ambiente limpio, y con personal capacitado.

Menús

Área: Cocina	Proceso: Elaboración de menú.
Objetivo: Elaborar un menú personalizado según el gusto, exigencia y tipo de evento de cada cliente.	
Responsable: El chef, jefe de cocina.	
<ul style="list-style-type: none">• Asistir a la reunión de trabajo con el cliente anfitrión del evento y el gerente.• Coordinar el menú, basándose en la necesidad del cliente y sugerir según la experiencia y criterio propio.• Elaborar un menú, tomando en cuenta: presupuesto, cantidad de invitados, tipo de evento, gustos o costumbres de los invitados, hora del evento.• Establecer precios, orden de servicio de los platos, y términos en los cuales se va a servir el banquete con el cliente, tomando en cuenta que los platos de menos sabor se sirven primero y los de sabor fuerte se sirven después.• Presentar por escrito al gerente, el menú detallado, para adjuntar a la proforma presentada al cliente.• Realizar y presentar por escrito al gerente para realizar la compra, una lista de los ingredientes, necesarios para la elaboración del menú, que incluya cantidad, marcas sugeridas, etc.• Ver anexo 2	

Compras

Área: Cocina	Proceso: Compras
Objetivo: Comprar los ingredientes necesarios para la elaboración del menú.	
Responsable: Gerente propietario	
<ul style="list-style-type: none">• Planificar fechas y formas de adquisición de los ingredientes, los cuales deben estar frescos, mínimo cinco horas antes de la hora del evento.• Reservar y hacer pedido a proveedores de los ingredientes necesarios y especificados por el jefe de cocina, para la cocción del menú.• Verificar la entrega de compras con los ingredientes recibidos, además de fechas de caducidad, estado de calidad, etc.• Ya comprados todos los ingredientes, mantener y tratar los ingredientes correctamente, cuidando su integridad, calidad y frescura.	

Cocción de alimentos

Área: Cocina	Proceso: Cocción de alimentos
Objetivo: Cocinar los alimentos, para servir en el evento.	
Responsable: Jefe de cocina	
<ul style="list-style-type: none">• Recibir y verificar que los ingredientes estén correctos en cantidad y calidad.• Organizar y delegar tareas a los asistentes de cocina, de tal manera que el proceso de cocinar el banquete sea eficiente.• Verificar y mantener altos estándares de higiene en la cocina.• Preparar su estación de trabajo, llevando todos los ingredientes y recipientes a la línea.• Cocinar el menú, acordado con el cliente• Preparar en samovares, listo para servir.• Emplatado el banquete durante el evento.• Recoger los desperdicios adecuadamente.• Lavar y ordenar utensilios y vajilla utilizada para servir el banquete <p style="text-align: center;">En caso de que el servicio sea fuera de las instalaciones de la microempresa:</p> <ul style="list-style-type: none">• Arreglar la comida para llevar en samovares• Arreglar y verificar la cantidad necesaria de vajilla, cristalería y cubiertos.• Emplatado durante el evento a la hora indicada por el cliente.• Recoger los desperdicios apropiadamente.• Lavar, contar y guardar la vajilla, cristalería y cubiertos para llevarlos de regreso a CERAKEJ. <p style="text-align: center;">NOTA: En caso de faltantes, novedades o sugerencias, comunicar al GERENTE</p>	

Aseo y limpieza

Área: Cocina	Proceso: Aseo y limpieza
Objetivo: Verificar y realizar la limpieza pre y post banquete.	
Responsable: Jefe de cocina	
<p style="text-align: center;">Pre – evento</p> <ul style="list-style-type: none">• Realizar limpieza del área de cocina previa al evento.• Verificar que la vajilla, cristalería, cubertería y utensilios de cocina estén correctamente limpios, previo cocinar y emplatar. <p style="text-align: center;">Post - evento</p> <ul style="list-style-type: none">• Luego de servir el banquete, recoger los desperdicios adecuadamente.• Lavar vajilla de loza con cuidado, y detergente adecuado, en caso de comida pegada dejar en remojo con agua caliente y detergente y enjuagar.• Lavar y pulir la cristalería, de las más grandes a las más chicas y en grupos según su forma.• Remojar la cubertería en detergente con agua caliente, secar y abrillantar con un trapo de algodón y alcohol.• Lavar, secar y ordenar utensilios de cocina utilizados para preparar y servir el banquete.• Limpiar mesones y pisos con detergente y cloro.	

Área de Servicios

Servir el banquete

Área: Cocina	Proceso: Servir el banquete
Objetivo: Servir el banquete con las normas generales de etiqueta.	
Responsable: Meseros	
<ul style="list-style-type: none">• Presentarse puntual a la hora indicada por el Gerente, cuidando su presentación e higiene personal: Uniforme limpio y planchado, zapatos limpios, para los Meseros con cabello corto y rasurado, para las Meseras con cabello recogido y sin accesorios.• Ubicarse en posición erguida cerca a la mesa saludar al invitado: “Muy buenos días Señores o Señoras, bienvenidos al evento _ _ _, seré su mesera el día de hoy, y es un gusto servirles”.• Servir el menú establecido, previamente para ofrecer en el evento, hay que verificar que el plato y cristalería esté en perfectas condiciones y que la presentación de los alimentos sea la adecuada.• Servir por el lado derecho diciendo a la o el invitado “con permiso Sr/Sra.”, una vez servida toda la mesa desear “Buen provecho”.• Consultar al invitado si desea algo más, y servir inmediatamente.• Se retira por el lado izquierdo, diciendo ¿Con permiso Sr/Sra., me permite retirar?• En caso de que se vaya a ofrecer bebidas alcohólicas, servir de forma y cantidad según especificaciones del cliente anfitrión del evento.	
NOTA: Los meseros deberán coordinar actividades con su inmediato superior previo el evento, y acatar estrictamente sus disposiciones.	

Protocolo

Área: Servicios	Proceso: Protocolo
Objetivo: Recibir, dar la bienvenida y ubicar a los invitados, según hoja de ubicación de invitados.	
Responsable: Señores o Señoritas protocolo.	
<ul style="list-style-type: none">• Presentarse puntual a la hora indicada por el Gerente, cuidando su presentación e higiene personal: Traje limpio y planchado, zapatos limpios, para los Señores con cabello corto y rasurado, para las Señoritas con cabello recogido y accesorios discretos.• Estar al tanto del orden de actividades del evento.• Recibir y revisar hoja de la ubicación de invitados.• El personal de protocolo deben ser mínimo dos personas, para no dejar sola la entrada. <ol style="list-style-type: none">3. Ubicarse en posición erguida, en la puerta.4. Saludar y dar la bienvenida a los invitados.5. Preguntar amablemente su nombre.6. Basándose en la hoja de ubicación de invitados, acompañar y dirigir al invitado a su mesa. <ul style="list-style-type: none">• En el caso de no haber hoja de ubicación de invitados:<ol style="list-style-type: none">1. Ubicarse en posición erguida, en la puerta.2. Saludar y dar la bienvenida a los invitados.3. Ubicar según el número o relación, como llegan los invitados y el espacio disponible en el local o auditorio.• Una vez iniciado el evento, organizarse para que la mitad del personal de protocolo se quede en la puerta y la otra mitad servir de apoyo y estar pendiente en el transcurso del evento, por si se requiere de sus servicios.	

Servicio de Bar.

Área: Servicios	Proceso: Servicio de bar
Objetivo: Servir cocteles y bebidas durante el evento.	
Responsable: Bar tender.	
<ul style="list-style-type: none">• Realizar, previo pedido del Gerente, una lista de ingredientes, según número de invitados, tipos de cocteles a servir y tipo de evento, la cual deberá contar con cantidades, marcas, etc., las mismas que faciliten la compra al Gerente.• Por evento se ofrecerá mínimo tres bebidas alcohólicas y una no alcohólica.• Presentarse puntual a la hora indicada por el Gerente, cuidando su presentación e higiene personal: Uniforme limpio y planchado, zapatos limpios.• Verificar y recibir lista de ingredientes: cantidad, calidad, etc., necesarias para garantizar, la exquisitez de los cocteles y bebidas a servirse.• Comprobar la limpieza del bar, utensilios y equipos, en caso de no estar correctamente limpios realizar la limpieza, los utensilios no deben tener restos de combinaciones anteriores.• El servicio de Bar se dará, detrás de una barra a la cual se acercaran los invitados a solicitar la bebida, o pedirán al mesero le traiga una, por lo cual el Bar tender, no podrá abandonar el Bar, durante el evento.• Saludar amablemente al invitado: “Buenas noches Señor / Señora, ¿me permite ofrecerle una bebida?”.• El hielo debe estar en una hielera, no manipular con las manos, se usará una pinza o una pala.• Los adornos serán a base de frutas, ramitas de menta, sombrillitas, etc. <p>1. Preparar rápidamente la bebida, y entregar al cliente amablemente, “Es un placer atenderle”.</p> <p>Post – evento</p> <ul style="list-style-type: none">• Almacenar correctamente sobrantes.• Limpiar su área de trabajo y lavar correctamente utensilios usados. Ver anexo 4	

3.3.4.3. Área Organización del evento.

Aseo y Limpieza.

Área: Decoración de local	Proceso: Aseo y limpieza pre-evento.
Objetivo: Realizar la limpieza del lugar a efectuarse el evento.	
Responsable: Organizador del evento.	
<ul style="list-style-type: none">• Pre – evento• Revisar que el local sea el apropiado para el tipo de evento a realizarse, en tamaño, forma y ubicación.• Verificar limpieza dentro del local y fuera de él, en caso de que estén sucios, limpiar con el detergente y forma adecuada para cada área.• Post - evento• Luego de engalanar y organizar el local del evento, limpiar y abrillantar pisos, recoger materiales utilizados.	

Organización.

Área: Decoración de local	Proceso: Organización.
Objetivo: Montaje de mesas, sillas, etc., según la necesidad del evento.	
Responsable: Organizador del evento.	
<ul style="list-style-type: none">• Verificar el buen estado de muebles y enseres utilizados para el montaje del evento.• Tomar en cuenta el tipo de evento para el montaje, en caso de que sea una:<ol style="list-style-type: none">1. Capacitación, seminario o talleres se puede realizar montaje en “U”, “C”, montaje tipo escuela, montaje en auditorium.2. Reuniones: montaje en “O”, montaje en “I”, montaje en “T”, montaje en “E”, montaje ruso.3. Para eventos sociales con banquete, puede ser: con una mesa principal y mesas redondas con seis a nueve sillas, distribuidas en el salón.  <p>Los diagramas muestran seis tipos de montaje de mesas representados por puntos azules:</p> <ul style="list-style-type: none">Russo: Una mesa rectangular rodeada por sillas.Escuela: Dos filas paralelas de sillas.Imperial: Una mesa rectangular con sillas distribuidas a lo largo de los lados.Auditorio: Una sola fila de sillas.Herradura: Una mesa en forma de herradura rodeada por sillas.Banquete: Una mesa redonda rodeada por sillas. <ul style="list-style-type: none">• Es importante, tomar en cuenta el gusto y sugerencias del cliente, sin dejar de lado la funcionalidad y éxito del evento.<ol style="list-style-type: none">1. Dejar un pasillo entre mesa y mesa, para que el personal trabaje con comodidad.2. Se debe montar mínimo para un 10% más de las plazas reservadas, para usar en el caso que se presenten más invitados.3. Colocar mesas de apoyo para las mesera y/o meseros.4. Tomar en cuenta que entre los comensales debe haber una separación de 60 cm.	

Decoración.

Área: Decoración de local	Proceso: Decoración para evento social.
Objetivo: Engalanar el evento.	
Responsable: Organizador del evento.	
<ul style="list-style-type: none">• La ubicación de la mantelería debe ser muy delicada y cuidadosa.• Antes de la ubicación de la mantelería se debe verificar que esté limpia y planchada.• Cubrir la mesa o tablero con el mantel largo, su tamaño dependerá del tamaño de la mesa debe quedar a 2 cm del piso.• Colocar el sobremantel, de manera alineada es decir al mismo nivel y forma, tomando en cuenta que quede completamente extendido sin grumos y arrugas.• Forrar sillas y hacer un moño con el lazo.• Tomar en cuenta la armonía y tipo de evento para la mantelería.• Realizar decoración con globos: arcos, pilares, flores etc.• Realizar arreglos florales: Bouquets, centro de mesa altos, etc. (Ver anexo 2 "A")• Colocar el centro de mesa, de metal o vidrio, con flores, frutas, ramas etc., y deben ser proporcionales a al tamaño de la mesa.• Colocar los platos base enfrente de la ubicación de cada silla, coincidiendo con el borde de la mesa a unos 2cm del mismo.• Doblar las servilletas y ubicar sobre el plato base. (Ver anexo 3 "B" del manual)	

Área: Decoración de local	Proceso: Decoración para evento institucional
Objetivo: Engalanar el evento.	
Responsable: Decorador del evento.	
<ul style="list-style-type: none"> • La ubicación de la mantelería debe ser muy delicada y cuidadosa. • Antes de la ubicación de la mantelería se debe verificar que esté limpia y planchada. • Cubrir la mesa o tablero con el mantel largo, su tamaño dependerá del tamaño de la mesa debe quedar a 5 cm del piso. • Colocar el sobremantel, de manera alineada es decir al mismo nivel y forma, tomando en cuenta que quede completamente extendido sin grumos y arrugas. • Forrar sillas y hacer un moño con el lazo. • Tomar en cuenta la armonía y tipo de evento para la mantelería. • Decorar discretamente con bouquets de flores. • Colocar material didáctico, copas y botellas de agua. • Dejar la pantalla, mesa para el proyector y una de apoyo para el capacitador o conferencista. • Verificar el perfecto estado del sonido, micrófonos e iluminación previo el evento. • Ubicar una estación de bebidas y bocaditos. • En caso de servirse refrigerios, almuerzos o algún tipo de comida, preparar mesas redondas en la segunda pista del local. 	

Ubicación y situación de la cristalería.

Área: Decoración de local	Proceso: Ubicación y situación de la cristalería.
Objetivo: Ubicar en el sitio, orden y cantidad correcto la cristalería y cubertería necesaria, en caso de haber banquete.	
Responsable: Organizador del evento.	
<ul style="list-style-type: none">• Verificar que la cubertería este abrigantada y pulida.• Los cubiertos en la mesa se colocaran según los platos a servirse: los primeros que se utilizan de acuerdo al orden en que se sirven los platos son los de afuera (de derecha a izquierda, es decir, en dirección hacia el plato) son: cuchara de sopa, cuchillo "A" para pescado o ensalada, cuchillo "B" para carne. Los cubiertos que van del lado izquierdo del comensal (de izquierda a derecha) son: tenedor de pescado y ensalada, seguido del tenedor de carne, en posición horizontal, o sea, transversal a los demás cubiertos que se encuentran a los lados del plato, se colocan la cucharita y el tenedor de postre.• En el caso de una comida informal o refrigerios, los cubiertos se ubicaran juntos, a la derecha de cada plato base, ambos protegidos por una servilleta doblada de papel, y serán en la cantidad y forma según exija el menú a servir.• Revisar que la cristalería no este quebrada, y que este pulida.• La cristalería se ubicará según las bebidas que vayan a servirse en el banquete. Primero se sitúa la copa de champagne, a su izquierda, la de vino blanco, este vino acompañará a entradas o pescados, a continuación, se sitúa la copa de vino tinto, más grande, que se sirve normalmente con las carnes o los platos principales potentes, más a la izquierda, se coloca el vaso o copa para el agua• En caso de haber licor, la cristalería para ésta se colocará, después del banquete, una vez retirada el resto de vajilla. Cubertería y cristalería. <p>Ver anexo 3</p>	

Musicalización y Animación.

Área: Decoración de local	Proceso: Musicalización y animación.
Objetivo: Ambientar musicalmente el evento.	
Responsable: DJ	
<ul style="list-style-type: none">• Eventos• Presentarse puntual a la hora indicada por el Gerente, cuidando su presentación e higiene personal: Uniforme limpio y planchado, zapatos limpios.• Armar los equipos, cables, parlantes, etc., con prolijidad cuidando la estética del local.• Preparar la música y ambientación de acuerdo a: el orden del día, tipo de evento, cantidad de invitados, hora del día, etc.• Evento social• Coordinar actividades con el Maestro de ceremonias.• Crear un ambiente continuo y progresivo de baile mediante la conexión coordinada de música contenida en varios discos o fuentes.• Eventos institucionales: Conferencias / Talleres• Cubrir necesidades como son: micrófonos, inalámbricos corbateros o de mano, parlantes de no más de 12", proyectores y pantallas de video, reproductores de DVD, power point, diapositivas.• Eventos culturales• Ambientar según tipo y necesidad del evento.• La musicalización cumple un papel netamente secundario, donde su única función será de crear un clima agradable y de acompañamiento para los visitantes.	

3.3.4.4. ANEXOS de manual de procedimientos

Anexo del manual 1: Datos del evento.

Tabla 29 Datos del evento

DATOS PERSONALES DEL CLIENTE		
Nombres y apellidos:		
CI:	Teléfonos:	
Dirección:		
DATOS DEL EVENTO		
Tipo de evento:		
Lugar:		
Número de invitados:		
Fecha:	Hora:	
ORGANIZACION DEL EVENTO		
DETALLE		Si/No
Local:	Meseros	
Tema/colores de decoración:	Srtas./Sres. Protocolo	
Iglesia:	Maestro de ceremonias	
Arreglos florales:	DJ	
Globos:	Seguridad	
Discomóvil:	Otros:	
MENU EVENTO SOCIAL		
Entrada:		
Plato fuerte:		
Bebida:		
Postre:		
Estación de bebidas frías:		
Estación de bebidas calientes:		
MENU EVENTO INSTITUCIONAL		
Desayunos:		
Refrigerios en la mañana:		
Almuerzos:		
Refrigerios en la tarde:		
Merienda:		
OTROS		

Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

Anexo del manual 2: Ejemplo de menú.

ENTRADA:

1. Roseta en costrón de pan al perfume de orégano.

PLATO FUERTE:

Lomo en salsa de pimienta

1. Sellar el lomo, previamente salpimentado.
2. Hervirlo con verduras (cebolla, pimientos, ajo, etc.) hasta que este suave.
3. Retirlo y rebanar (ancho mínimo 10cm.)
4. Cernir el caldo donde hirvió, poner una cucharadita de maicena, crema de leche.

Papitas aliñadas:

1. Cocinar las papas con cascara al dente, con sal y pelarlas.
2. Aliñar las papas, con cebollín en mantequilla, espolvorear perejil.

Stroganoff de pollo:

1. Cortar la pechuga de pollo deshuesada en cuadritos y salpimentar los trozos de pechuga.
2. Refreír en mantequilla, cebolla perla y champiñones, luego poner vino blanco.
3. Guisar en el refrito los trozos de pechuga.
4. Poner crema de leche.

Ensalada fresca

1. Lavar correctamente, los ingredientes.
2. Mesclar: Lechuga troceada, tomates cortados en octavos o cherry, pepinillos rebanados, maíz dulce, alfalfa germinada.
3. Para la vinagreta: Vinagre, aceite de oliva, mostaza, limón, agua.

Bebida: crema de coco:

1. Licuar, leche condensada, leche evaporada, esencia de coco, azúcar.
2. Poner hielo.

POSTRE:

1. Pastel

Anexo del manual: 3

A. Buoquets:

Comprar flores frescas, escoger un recipiente que sea pequeño. Corta un trozo de espuma floral, en forma de rectángulo, encajarlo cómodamente en el envase ya seleccionado. Corta cinco rosas de tallo de 10



Figura 47 arreglo floral
Fuente y elaboración: Andrea Sierra

centímetros, introduce los tallos en línea horizontal hasta llegar a los bordes exteriores

de la espuma., corta dos rosas del mismo tamaño y colócalas en forma vertical, una en cada borde de la espuma. Escoge un tipo nuevo de flor con el mismo color o con uno diferente. Corta dos tallos (12 centímetros) de longitud y colócalos en el medio de la espuma, corta tallos florales de (20 a 25 centímetros) para colocarlos en el extremo del arreglo, dándole una forma alargada. Añade flores más pequeñas en cualquier área abierta del arreglo floral. Esto te da un centro de mesa mayor que es más pequeño que la mesa. Los comensales serán capaces de ver sin la obstrucción de los tallos y de las flores que son demasiado altas.

B. Doblado de servilletas:

1. Para comidas informales o refrigerios:

Abrir la servilleta de papel en dos hojas tipo cuaderno, llevar la punta izquierda hasta la mitad de abajo, queda doblada diagonalmente, cerrar con la hoja doblada la servilleta, doblar hacia atrás ambos lados, para que quede un espacio para meter los cubiertos.



Figura 48 Servilleta de papel
Fuente y elaboración: Investigación de Mercado

2. Servilleta de tela:

Doble la servilleta por la mitad, en diagonal. Lleve los ángulos derecho e izquierdo hacia abajo, al centro del triángulo. Gire la servilleta, Doble hacia arriba al ángulo inferior para formar un triángulo pequeño. Dé la vuelta a la servilleta y doble las



esquinas situadas a derecha e izquierda del triángulo, marque los pliegues apretando ligeramente el tejido,

Figura 49 Servilleta de tela
Fuente y elaboración: Investigación de Mercado

introduzca una esquina en la otra de manera que el pliegue no se deshaga y se mantenga bien en la forma.

Anexo del manual 4: **Posición de vajilla, cristalería y cubertería.**



Figura 50 Posición de vajilla, cristalería, cubertería
Fuente: Google imágenes

Anexo del manual 5:

Martini:

2 onzas de gin

1 onza de vermut blanco

Agregar los ingredientes en un vaso coctelera con hielo, batir por 15 segundos, servir en copa de Martini bien fría, decorar con aceitunas.



Margarita:

2 onzas de tequila blanco

1 onza de licor de naranja

1/2 onza de jugo de limón

Escarchar la copa con limón y sal, luego agregar los ingredientes en vaso coctelera con hielo. Batir por 15 segundos, servir frío sin hielo (colarlo). Decorar con rodaja de limón y removedor.



Mojito Cubano

1 onza de jarabe natural

1 onza de ron cubano

1/2 onza de jugo de limón

6 onzas de agua mineral

1 ramita de hierbabuena

En vaso corto sin hielo agregar los ingredientes, machacar la hierbabuena y por último agregar hielo y agua mineral.



Anexo del manual 7

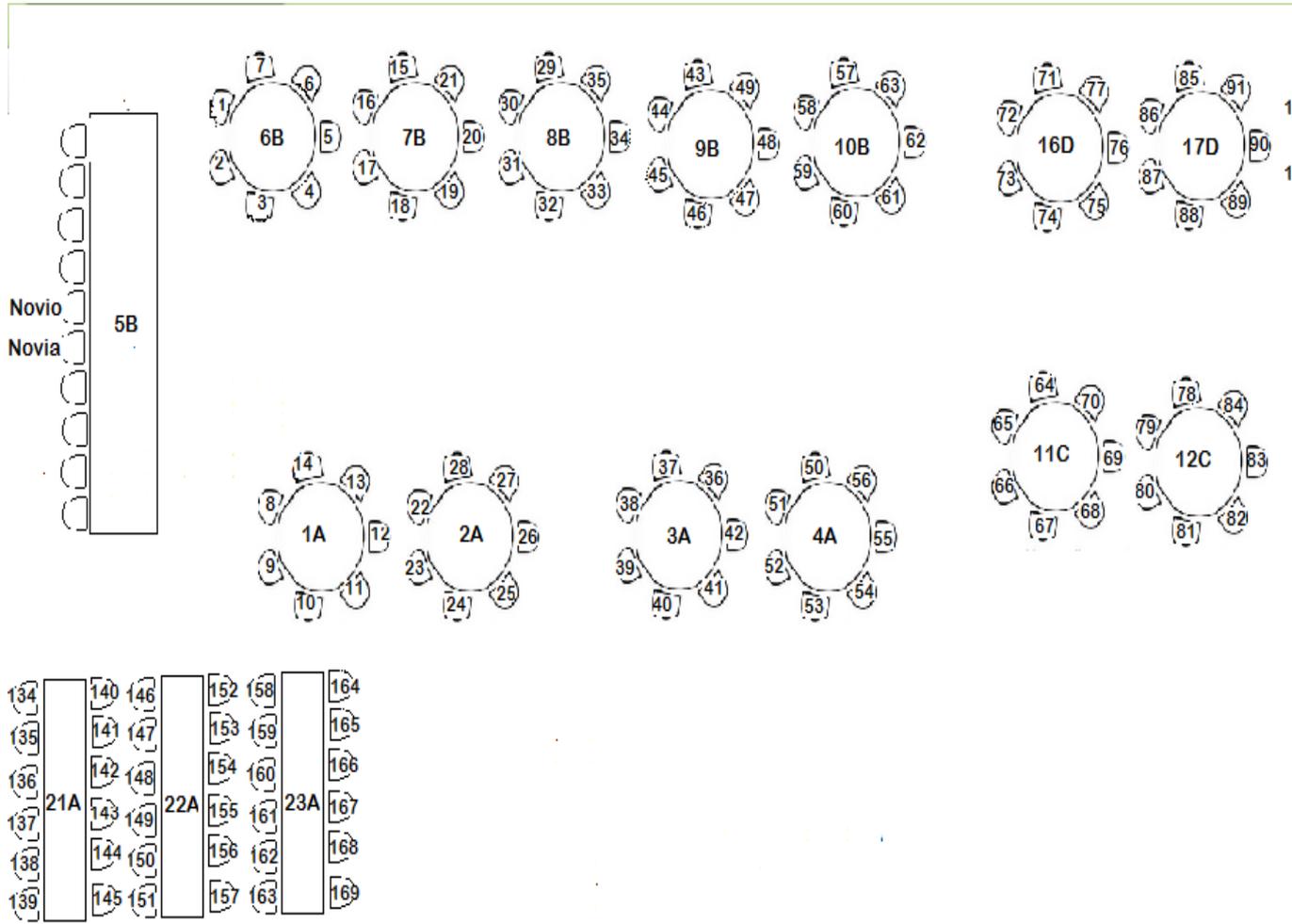


Figura 51 Posición de los invitados.
Fuente y elaboración: Sierra Andrea 2014

CONCLUSIONES

- En Zamora Chinchipe ya que es una provincia agrícola y ganadera da la oportunidad de adquirir la materia prima para la preparación de los banquetes a muy bajos costos, pero de la misma manera es una provincia pequeña en donde los materiales para el montaje de los eventos es cara.
- La provincia al igual que todo el país tiene una situación económica y política en general buena.
- Análisis del micro entorno: en Yantzaza la situación socio-económica es buena, sus pobladores se destacan por ser comerciantes. CERAKEJ es líder en el mercado como microempresa organizadora de eventos, con importante competencia nueva en el mercado.
- El producto que ofrece CERAJEK y las demás empresas de eventos tiene muy similares características.
- El precio del servicio de eventos sociales tiene un promedio de 1.700 dólares por evento.
- En cuanto a la plaza, La ciudad de Yantzaza tiene una demanda efectiva, ósea solo para ERAKEJ anual es de 90 servicios de eventos sociales al año.
- La oferta anual de servicios de eventos sociales es muy baja, entre cuatro empresas brindan la cantidad de 110 eventos al año
- La demanda insatisfecha para el año base de la presente tesis que es el año 2013 es de servicios de eventos sociales al año es de 62 eventos.
- La promoción y difusión de este tipo de empresas únicamente es radial y mayoritariamente por recomendaciones personas y de invitados que han asistido a los eventos ofrecidos por las mismas.
- La microempresa CERAKEJ, tiene gran potencial, con precios competitivos, buena acogida en el mercado, una gama de servicios acordes a lo solicitado por la población, una vez implementado los manuales, la microempresa se beneficiará mejorando sus procesos y podrá emprender nuevos proyectos de crecimiento y ampliación de mercado. A demás mejorar su ambiente laboral, sus técnicas de marketing, sus ganancias, etc.
- Los manuales administrativos: manual organizacional y manual de procedimiento reflejan y proponen formalmente: la organización y proceso a realizarse para mejorar tanto el servicio como las utilidades de la microempresa.
- Con la intención de ahorrar un importante porcentaje de la población no delega su evento a una organizadora de eventos, pero alquila materiales como mesas, sillas, vajilla, o únicamente delega el banquete.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a la empresa CERAKEJ considerar la demanda insatisfecha existente, ya que se encuentra latente y es una oportunidad muy fuerte que deberá aprovecharla en la actualidad.
- Considerar las proyecciones de la demanda, oferta y demanda insatisfecha, que son datos reales y fidedignos.
- Es muy importante considerar el precio de la competencia para colocar el precio de venta al público de nuestro producto o servicio.
- Se recomienda buscar otro tipo de publicidad, como el internet, la televisión, pantallas led, gigantografías, a fin de que llame la atención del cliente y le invite a hacer uso del servicio que ofrece CERAKEJ.
- Distinguirse de la competencia considerando las 4 Ps analizadas en el presente estudio de mercado.
- Aplicar el plan de comercialización de tal manera que sus fortalezas y oportunidades sean una sobrilla para sus amenazas y debilidades.
- Hacer conocer al personal de CERAKEJ e implementar rigurosamente los manuales administrativos aquí propuestos, e incrementar los manuales necesarios según el crecimiento y necesidad de la microempresa.
- Que la administración replantee anualmente, haga un seguimiento y retroalimentación a los objetivos, estrategias, políticas, etc. plateadas.
- Se recomienda capacitarse constantemente a gerentes y personal en general que se relacionan directamente con los clientes, en servicio y atención al cliente, además incrementar un sistema para receptar y dar solución a quejas y reclamos en caso de existir.
- Es necesario, crear una página web en donde se dé a conocer de manera ordenada y formal: paquetes, promociones, ofertas etc.
- Sugiero invertir en un vehículo grande, ya que CERAKEJ es una microempresa que también organiza eventos fuera de su local, y necesita transportar los materiales y enseres, así evitara contratiempos y ahorrar dinero.
- Se recomienda a medida de sus posibilidades incrementar ciertos servicios que según nuestro estudio de mercado a la población le parece importante y CERAKEJ no tiene como: Aire acondicionado, hospedaje, guardería y transporte para los invitados.
- Ser flexibles con los servicios: ofrecer como un solo paquete o sea la organización de todo el evento y además: Preparar solo el banquete, servicio del personal como meseros, protocolo, etc., decoración del local, alquiler de mantelería.

- Las ocasiones más importantes para celebrar según nuestro estudio de mercado son: Matrimonios, bautizos, quinceañeras y grados, por lo tanto es indispensable contar con los materiales como el color acorde de la mantelería para estas ocasiones.

ANEXOS.

Anexo 1: Inventario

Tabla 31 Inventario

ARTÍCULO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Ajiceras	de loza, blancos	12
Atril	de madera	1
Bases metálicas	para arco de globos	2
Bases metálicas	para arreglo floral grande	2
Bases metálicas	para pilares de globos	2
Ceniceros	de loza, blancos	12
Centro de mesa	metal, dorado	20
Centro de mesa	cilíndrico, cristal	24
Charol	de madera, cuadrados	2
Charol	de metal, redondos	3
Cocina	de aluminio, grandes	2
Copas de champagne	flauta, de cristal	150
Copas de vino blanco	de cristal	100
Copas de vino tinto	de cristal	100
Copas de agua	De cristal	150
Cortina	Crema	15m
Cucharas grande	tramontina de mesa	150
Cucharas pequeña	tramontina de mesa	175
Cuchillos	tramontina de mesa	165
Cuchillos grandes	tramontina de cocina	5
Forros de silla	color blanco marfil	150
Hieleras	de cristal	1
Jarras	de cristal	30
Jarras	de loza, blancos	22
Lazos	color blanco	100
Lazos	color rojo	100
Lazos	color dorado	130
Lazos	color verde	100
Lazos	color azul turquesa	100
Lazos	color fucsia	130
Licorera grande	de madera	1
Mantel largo	color blanco marfil	5
Mantel redondo	color blanco marfil	24
Mesa	redonda de madera	21
Mesa	larga de madera	5
Mezcladora		1
Micrófonos		4
Parlantes		4
Platos base para tasas	de loza, blancos	55
Platos cevicheros	de loza, blancos	150
Platos ovalados	de loza, blancos	70
Platos para postre	de loza, blancos	150

Platos redondos	de loza, blancos	148
Platos redondos (para postre)	de loza, blancos	150
Platos redondos(base del	de loza, blancos	150
Platos base	plateados	150
Platos base	rojos	100
Platos soperos	de loza, blancos	146
Refrigerador	Exhibidora	2
Salseras	de loza, blancos	20
Servilleta	color blanca	150
Servilleta	color rojas	100
Servilleta	color mostaza	100
Servilleta	color amarillo	120
Servilleta	color concho de vino	100
Sillas	de plástico pica	170
Sobremantel	color blanco	24
Sobremantel	color rojo	24
Sobremantel	color plateado	20
Sobremantel	color crema	24
Sobremantel	color fucsia	28
Sobremantel	color naranja	28
Sobremantel	color azul turquesa	30
Sobremantel	color dorado	20
Sobremantel	Color rosado	24
Sobremantel	color plateado	24
Sobremantel	color verde	30
Tasas	de loza, blancos	55
Telas	para decorar, verde limón 9m	
Telas	para decorar, tornasol naranja	
Tenedor	Tramontina	180
Tules	para decorar, tornasol fucsia 9m	
Tules	azul turquesa 9m	
Vasos	de cristal	170
Vasos de wiski	de cristal	60
Vasos cervecedores	de cristal	60

FUENTE: Investigación de mercado

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja



A. DATOS GENERALES.

1. **Nacionalidad:**
2. **Su ciudad de origen:**
3. **Su ciudad de residencia actual:**
4. **Sexo:** F () M ()
5. **¿Cuántos años cumplidos tiene?**
6. **Seleccione su ocupación:**

Miembros del Poder Ejecutivo y de los Cuerpos Legislativos y Personal Directivo de y de Empresas	
Empleados de Oficina	
Agricultores y Trabajadores Calificados Agropecuarios y Pesqueros	
Operadores de Instalaciones y Máquinas y montadores	
Trabajadores no Calificados	
Fuerzas Armadas	
Otros; estudiantes	

7. **Selecciones cuál es su nivel de instrucción:**

Ninguna	
Primaria	
Secundaria	
Superior	
Posgrado	

8. **¿Según su ingreso, usted considera su situación socio económica?**

Buena	
Aceptable	
Deficiente	
Muy deficiente	

B. PLAZA

9. ¿Con que frecuencia usted realiza un evento o fiesta por celebrar una fecha u ocasión importante?

Siempre 100%	
Casi siempre 75%	
Algunas veces 50%	
Pocas veces 25%	
Nunca 0%	

10. **Cuándo usted realiza un evento social, usted:** ¿Contrata una microempresa organizadora de eventos, con local, banquete, que organice todo? Si () b No () 1, 3, 4
1. Lo realiza, en su domicilio con sus enseres Si () 2 No ()
 2. Si lo realiza en su casa, ¿Alquila ciertos enseres? Si () No ()
 3. ¿Cocina su banquete a servirse? Si () No () 4
 4. Si no cocina, ¿Paga para que le preparen el banquete? Si () No ()
- a. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que preste una microempresa organizadora de eventos, además de Local decorado y el banquete?

11. ¿Cuántos eventos realiza al año?

EVENTOS	
1 a 2	
3 a 4	
5 a 6	

C. PRECIO

12. ¿Cuánto usted estaría dispuesto a pagar por la organización de su evento que incluya: local amplio y decorado (mesas, sillas, mantelería, globos, flores), discomóvil (DJ)?
13. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en un plato de comida, en el caso de realizar un evento, para brindar a sus invitados?

D. PRODUCTO

14. ¿Usted conoce, que en la ciudad de Yantzaza existen microempresas organizadoras de todo tipo de eventos sociales?
- Si () (a)
No ()
- b. ¿Qué microempresas conoce, que den el servicio de organización de eventos y preparación del banquete en la ciudad?
15. ¿Qué familiaridad tiene con CERAKEJ, Eventos y Banquetes?
- No la conozco () (a)
He oído sobre CERAKEJ () (a, c, d)
Yo no usaría sus servicios () (a)
Si usaría sus servicios () (a, c, d)
Prefiero CERAKEJ a otros () (a, b, c, d)
Siempre uso los servicios de CERAKEJ () (a, b, c, d)

a. ¿Qué ocasión le parece importante para celebrar con una fiesta o evento formal?

b. ¿El servicio de CERAKEJ, le pareció:

Malo		1
Regular		2
Bueno		3
Excelente		4

c. ¿Qué servicios de estos, sabía que ofrece CERAKEJ?

Alquiler de mantelería		1
Alquiler de vajilla y cristalería		2
Arreglo de flores y centro de mesas		3
Banquete		4
Catering		5
Decoración (globos, mantelería, cortinas etc.)		6
Discomóvil		7
Local amplio		8
Personal(Meseros,DJ,Barman)		9

d. ¿Sabía que ofrece sus servicios en otras ciudades?

Si ()
 No ()

E. PROMOCIÓN

16. ¿Cómo se enteró de la existencia de CERAKEJ, Eventos y Banquetes u otras microempresas de organización de eventos?

Radio		1
Trípticos o tarjetas		2
Alguien se lo recomendó		3
Internet		4
Otros		5

Especifique:

17. ¿Cuándo usted necesita contratar los servicios de una organizadora de eventos usted?

Pregunta a amigos y familiares ()
 Busca en internet ()

Otros: _____

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja



Entrevista a los propietarios de la competencia de CERAKEJ, eventos y banquetes.

1. ¿Cuál es su dirección?
2. ¿Qué servicios ofrece?
3. ¿Con respecto a la organización de eventos, que servicios incluye?
4. ¿Cuáles, son sus precios referenciales?
5. ¿Ofrece sus servicios fuera de sus instalaciones?

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja



Entrevista a los propietarios de la microempresa CERAKEJ, eventos y banquetes.

1. ¿De dónde nace la idea de negocio, y cómo se concretó?
2. ¿Nombre y tipo de la microempresa?
3. ¿Qué actividad económica tiene o que servicio ofrece?
4. ¿Dónde está ubicado CERAKEJ, Eventos y Banquetes?
5. ¿Cuál es su capacidad de oferta:
6. ¿Cuántos eventos por semana promedio?
7. ¿Para cuántas personas, por evento?
8. ¿Con que recursos (inventario) cuenta para realizar su trabajo?
9. ¿Cuenta con una estructura organizacional formal, y de ser así como está estructurada?
10. ¿Cuenta con una estructura financiera formal, y de ser así a cargo de quien está y como está estructurada?
11. ¿Cuántos empleados laboran en su microempresa?
12. ¿La materia prima o materiales para realizar su trabajo lo adquiere a:
13. ¿Qué gestión administrativa realizan y cada qué periodo, para realizar mejoras, tanto en la infraestructura, como en su desempeño?
14. Especifique los servicios que ofrece y sus precios.

BIBLIOGRAFÍA

- (PAY). (15 de Julio de 2013). *Ecuador inmediato.com*. Recuperado el 31 de Octubre de 2013, de El periodico inmediato del Ecuador: http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_vie w&id=200934&umt=se_suspenden_areas_mineras_en_zamora_chinchipe_por_incu mplimiento_normativa
- Avalos Lliguin, D. M. (2011). *Estructura de productos turísticos para la implementación de un nuevo servicio complementario en la cadena hotelera "Harrison Edwardian"*. Riobamba: Escuela Politecnica Superior de Chimborazo.
- Baca Urbina, G. (2006). *Evaluacion de proyectos*. Mexico: McGRAW-HILL.
- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (MARZO de 2013). *ESTADISTICAS MACROECONOMICAS*. Recuperado el 25 de SEPTIEMBRE de 2013, de <http://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacro032013.pdf>
- Bernal, J. L. (19 de Noviembre de 2012). *PDCA Home*. Obtenido de <http://www.pdcahome.com/>
- Carrasco, C. M., Andino, M., Arias, D., Carpio, R., Chiliquinga, D., Olivia, N., . . . Rodas, M. (2012). *SERVICIO DE RENTAS INTERNAS*. Recuperado el 08 de 10 de 2013, de Una nueva politica fiscal para el buen vivir: https://cef.sri.gob.ec/virtualcef/file.php/43/Estudios_Fiscales/Nueva_politica_fiscal_1_09_2012.pdf
- Chinchipe, G. d. (13 de 04 de 2014). *Gobernación Zamora*. Obtenido de <http://www.gobernacionzamora.gob.ec/microempresas-no-cancelaran-valor-por-permisos-de-funcionamiento/>
- CONSULAT. (2013). *Estudio de imapcto ambiental Expost para la comercializadora EXPODELTA S.A. con énfasis en un Plan de contingencias para sus operaciones de comercialización y transporte para el segmento asfaltos a nivel nacional*. Quito: Consulat. Liderando el desarrollo sustentable.
- diariocentinela.com.ec EDISUR 2014. (11 de Agosto de 2014). MTOP firmo contratos con microempresas. *Diario Centinela*.
- El Comercio.com. (6 de Julio de 2012). La distribución de la riqueza en el Ecuador. *El Comercio*.

El Emprendedor. (20 de julio de 2014). *el Emprendedor.ec*. Obtenido de <http://www.emprendedor.ec/pago-de-impuestos-en-ecuador/>

El Telegrafo. (23 de julio de 2012). Microempresas crecen un 41% este año. *El telegrafo*. Obtenido de El telegrafo.

El Telegrafo. (23 de Septiembre de 2013). Recuperado el 30 de Septiembre de 2013, de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/masqmenos/item/como-funcionara-el-nuevo-modelo-economico-del-ecuador.html>

Elizalde, P. M. (01 de Junio de 2014). Obtenido de Sala de redacción de la UTPL: <http://www.utpl.edu.ec/saladeredaccion/?p=35113>

En America del Sur, Ecuador causa mayor impacto ambiental. (Agosto de 2010). *El Universo*.

Espinosa, R. (2014). *blog de marketing y ventas robertoespinosa*. Obtenido de <http://robertoespinosa.es/2012/10/14/como-definir-mision-vision-y-valores-en-la-empresa/>

EuroditosWiki. (23 de 09 de 2013). *Euroditos.net*. Recuperado el 18 de 10 de 2013, de <http://www.eruditos.net/mediawiki/index.php?title=Imagen:24zamoracyantzazapur.gif>

Fred R., D. (2008). *CONCEPTOS DE ADMINISTRACION ESTRATEGICA*. Mexico: PEARSON EDUCACION.

FTCS. (s.f.). *Funcion de transparencia y control social*. Recuperado el 18 de 10 de 2013, de <http://www.ftcs.gob.ec/index.php/conformacion.html>

INEC. (2013). *ECUADOR EN CIFRAS*. Recuperado el 30 de Septiembre de 2013, de <http://www.inec.gob.ec/estadisticas/>

La Hora. (9 de Septiembre de 2013). Recuperado el 31 de Octubre de 2013, de http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101202037/-1/Impulsan_la_microempresa_y_el_desarrollo_pecuario_.html#.UnJqgnBLMrM

LABORDA, & ZUANI, D. (2009). *FUNDAMENTOS DE GESTION EMPRESARIAL*. FLORIDA: Valleta Ediciones.

Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad. (s.f.). Recuperado el 24 de 09 de 2013, de Ecuador, ama la vida.

monografia.com. (20 de 09 de 2014). *monografias.com*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos14/crecimentoecon/crecimentoecon.shtml>

- Patricia, I. I., & Suleyca, S. M. (01 de Agosto de 2014). *Universidad Tecnica del Norte*.
Obtenido de
<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/1386/1/05%20FECYT%201475%20TESIS.pdf>
- Peñañiel Cevallos, M. (2003). *Flora y Vegetación de Cuicocha* (1ra. edición ed.). Quito: Abya Yala.
- SECOM. (20 de Abril de 2014). *el ciudadano*. Recuperado el 15 de Septiembre de 2014, de Noticias: <http://www.elciudadano.gob.ec/ecuador-define-sus-limites-maritimos-con-costa-rica/>
- Urbina, G. B. (2001, 2006). *EVALUACIÓN DE PROYECTOS*. Corea: McGraw-Hill/Interamericana.
- Valencia, A. M. (18 de Septiembre de 2013). *EiComercio.com*. Recuperado el 30 de Octubre de 2013, de El Comercio: http://www.elcomercio.ec/tecnologia/Tecnologia-Ecuador-avances-Internet-mejoras-desarrollo_0_995300525.html
- Villareal, C. (23 de Octubre de 2001). Situación de los Recursos NATurales en el Ecuador y sus Perspectivas. *Asuntos Económicos*, 4(5), 97-106.
- Villasis, B., & Carrillo, D. (2010). *Pais atrevido: La nueva cara sociodemografica del Ecuador*. Recuperado el 28 de Octubre de 2013, de Revista Analitica : http://www.inec.gob.ec/publicaciones_libros/Nuevacarademograficadeecuador.pdf
- Wiki Ecuador*. (2012). Recuperado el 28 de Octubre de 2013, de Flora y Fauna de Ecuador: <https://sites.google.com/site/wikiecuador/>
- wikipedia. (20 de Marzo de 2014). *wikipedia*. Obtenido de http://es.wikipedia.org/wiki/Objetivos_estrat%C3%A9gicos
- Wikipedia. (Enero de 2014). *WIKIPEDIA*. Recuperado el 25 de Septiembre de 2013, de http://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_de_eventos
- Zamora Chinchipe En Minga. (5 de septiembre de 2013). *Zamora Chinchipe*. Obtenido de <http://zamorachinchipe1.blogspot.com/2013/09/empresa-publica-de-desarrollo-pecuario.html>