



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Creación de una empresa organizadora de eventos sociales en el
sector norte del Distrito Metropolitano de Quito año 2015-2016**

TRABAJO DE TITULACION

AUTORA: Cazar Navas, Sylvia Elizabeth

DIRECTOR: Sarango Lalangui, Paúl Oswaldo, MSc

CENTRO UNIVERSITARIO QUITO

2016

APROBACION DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACION

MSc.

Paúl Oswaldo Sarango Lalangui

DOCENTE DE LA TITULACIÓN.

De mi consideración:

El presente trabajo titulación: Creación de una empresa organizadora de eventos sociales en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito, realizado por Sylvia Elizabeth Cazar Navas, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, octubre 2016.

.....

MSc. Paúl Oswaldo Sarango Lalangui

C.I: 1103638555

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo Sylvia Elizabeth Cazar Navas declaro ser autora del presente trabajo de titulación: Creación de una empresa organizadora de eventos sociales en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito, de la titulación de Ingeniero en Administración de Empresas, siendo el MSc. Paúl Oswaldo Sarango Lalangui director del presente trabajo; 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. 88 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 o trabajos de titulación que se realicen con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

.....

Sylvia Elizabeth Cazar Navas
1709864977

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a mis hijos, quiero dejar en ellos un ejemplo de perseverancia y que siempre recuerden que todos nuestros sueños se pueden alcanzar, lo importante es imaginarlos y plasmarlos.

Fomenten la constancia, pues es una virtud que les ayudará a lograr todas las metas que se propongan en su vida.

Con amor para:

Jonathan y Andrea.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer:

A la “Universidad Técnica Particular de Loja”, por darme la oportunidad de culminar mis estudios universitarios a través de la metodología de educación a distancia; y de esta manera cumplir mi sueño de ser un profesional.

A mi director de tesis MSc. Paúl Sarango Lalangui por su guía y dedicación, quien con sus conocimientos y experiencia me impulsó para lograr terminar mi tesis con éxito.

A mi madre y a mi hermana, quienes con su apoyo incondicional me motivaron durante mi formación universitaria.

A mi esposo por acompañarme en el camino y ser siempre mi apoyo.

A mi padre por haberme dado la vida.

A todos mis familiares por sus frases de aliento.

A cada una de mis amistades por transmitirme mucho optimismo.

Gracias, muchas gracias a todos.

ÍNDICE

DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE	vi
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	x
RESUMEN EJECUTIVO	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCION	3
CAPÍTULO I.....	5
ESTUDIO DE MERCADO.....	5
1. Plan de mercado.....	6
1.1 Objetivo general.	6
1.2 Objetivos específicos.....	6
1.3 Investigación de mercado.	6
1.3.1 Metodología.	6
1.3.2 Cálculo de la muestra.	6
1.3.3 Resultados de las encuestas.	7
CAPÍTULO II.....	5
PLAN DE MARKETING	5
2. Imagen y estructura corporativa, física y legal.	14
2.1 Nombre de la empresa.....	14
2.2 Slogan de la empresa.	14
2.3 Logo.....	14
2.4 Visión.....	14
2.5 Misión.	15
2.6 Valores.	15
2.7 Ubicación de la empresa.....	15
2.8 Planos proyectados.	15
2.9 Cobertura.....	16
2.10 El servicio.	17
2.11 Clasificación de los servicios.....	17

2.11.1 Bodas.	17
2.11.2 Cumpleaños.....	18
2.11.3 Graduaciones.....	18
2.11.4 Bautizos o primeras comuniones.	19
2.11.5 Despedida de solteros(a).	19
2.12 Estrategias a realizar.	20
2.12.1 Estrategia de producto.	20
2.12.2 Estrategia de plaza o distribución.....	20
2.12.3 Estrategia de precio.	21
2.12.4 Estrategia de promoción y comunicación.....	21
2.13 Materiales promocionales.	22
2.13.1 Tarjetas de presentación.....	22
2.13.2 Dóptico.....	22
CAPÍTULO III.....	26
PLAN ADMINISTRATIVO	26
3. Estructuras administrativas.	26
3.1 Estructura organizacional.....	26
3.1.1 Organigrama estructural.	26
3.1.2 Organigrama de posición gerencial y de personal.....	27
3.2 Manual de funciones.....	28
3.3 Estructura legal.	34
3.3.1 Marco legal.	34
3.3.1.1 Constitución de la Compañía.	34
3.3.1.2 Registro Mercantil.	34
3.3.1.3 Afiliación Cámara de Comercio de Quito.....	34
3.3.2 Marco Tributario.....	34
3.3.2.1 Patente municipal.	34
CAPÍTULO IV	26
PLAN FINANCIERO	26
4. Estudio financiero.	36
4.1 Inversión inicial proyectada.....	36
4.2 Activos tangibles proyectados.....	37
4.3 Activos intangibles proyectados.	39
4.4 Capital de trabajo proyectado.	39
4.5 Costos por servicio proyectados.	41

4.7 Ingresos proyectados.....	42
4.6 Estado de pérdidas y ganancias proyectado.....	43
4.7 Flujo de caja proyectado.	44
4.7 Índices financieros proyectados.	46
4.7 Punto de equilibrio proyectado.....	47
CONCLUSIONES	48
BIBLIOGRAFIA.....	50
ANEXOS.....	51
Anexo 1. Encuesta.....	52
Anexo 2. Trámites legales para constitución de compañías.....	53
2.1 Marco legal.	53
2.1.1 Constitución de la Compañía.	53
2.1.2 Requisitos:	53
2.1.3 Procedimiento:	53
2.1.4 Registro Mercantil.	54
2.1.5 Afiliación Cámara de Comercio de Quito.....	54
2.2 Marco Tributario.....	55
2.2.1 Patente Municipal.	55
2.2.2 Registro unico de contribuyente(RUC).....	56
2.2.3 Licencia Metropolitana de Funcionamiento.	57
2.2.4 Permiso de funcionamiento de bomberos.	58
2.2.5 Permiso de funcionamiento emitido por el Ministerio de Salud.....	58
Anexo 3. Detalle de costos.	58

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Cálculo de la muestra	7
Tabla 2: Presupuesto.....	36
Tabla 3: Activos fijos.....	37
Tabla 4: Activos intangibles	39
Tabla 5: Capital de trabajo	39
Tabla 6: Costos por servicios.....	41
Tabla 7: Ingresos Proyectados	42
Tabla 8: Estado de pérdidas y ganancias	43
Tabla 9: Flujo de caja.....	44
Tabla 10: Índices financieros	46
Tabla 11: Punto de Equilibrio	47

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Género	8
Gráfico 2: Ingresos	8
Gráfico 3: Experiencia contratación	9
<i>Gráfico 4: Uso del servicio</i>	9
Gráfico 5: Tipo de eventos	10
Gráfico 6: Variables	11
Gráfico 7: Preferencia del cliente	11
Gráfico 8: Preferencia del lugar	12
Gráfico 9: Medios de comunicación	13
Gráfico 10: Logo de la empresa	14
Gráfico 11: Planos proyectados	16
Gráfico 12: Cobertura del servicio	16
Gráfico 13: Bodas civiles	17
Gráfico 14: Bodas eclesiásticas	18
Gráfico 15: Cumpleaños	18
Gráfico 16: Graduaciones	19
Gráfico 17: Primeras comuniones o bautizos	19
Gráfico 18: Despedidas de solteros (a)	20
Gráfico 19: Tarjetas de presentación	22
Gráfico 20: Díptico de la empresa	23
Gráfico 21: Organigrama estructural	26
Gráfico 22: Organigrama de posición de personal	27

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto de tesis tiene como objetivo determinar la viabilidad para la creación de una empresa cuya actividad será organizar eventos sociales dentro del Distrito Metropolitano de Quito.

En la investigación de mercado se aplicó encuestas a un sector de la población del norte de Quito, se identificó los gustos y preferencias de los posibles clientes y se observó que es factible que la nueva propuesta de servicios tenga acogida en el mundo actual de los eventos sociales.

El análisis financiero estableció que el presupuesto para iniciar el negocio es \$40.235,00; 60% es aporte propio y el 40% es aporte de dos socios. La empresa se constituirá como “compañía limitada”, este contrato es beneficioso para pequeñas y medianas empresas porque los socios no responden con su patrimonio personal ante deudas del negocio.

El valor actual neto (VAN) dio un resultado positivo de \$17.552,46, esto indica que el negocio puede generar ingresos que aseguren el retorno del capital invertido; la tasa interna de retorno (TIR) arrojó un porcentaje del 27.03%, lo cual demuestra que el proyecto de tesis es viable.

Palabras claves: servicios; eventos sociales; empresa.

ABSTRACT

The objective of the thesis project is to determine the possibility to create a company which activity will be to organize social events within the Metropolitan District of Quito.

During the market research were applied surveys to a portion of population in the northern sector of Quito city in order to identify the preferences of probable clients. It was observed that it is feasible for the new service proposal to be accepted in the current world of social events.

The financial analysis established that the required initial Budget for the Project is US\$ 45,000.00.; 60% is own contribution and the remaining percentage is contribution of two partners. The company will be established as "limited company"; this contract is appropriate for small and medium sized companies since the shareholders do not have to pay with their personal patrimony in case of business debts.

The net present value (VAN) gave a result of \$17.552,46, which is a positive indication that the business will be able to generate income, ensuring return of the invested capital. The internal rate of return (IRR) showed a percentage of 27.03%, this demonstrates that the project is viable.

Keywords: services; social events; company.

INTRODUCCION

Este proyecto de tesis pretende crear una empresa que sea referente de la calidad, variedad y creatividad en cuanto al diseño y organización de eventos, con el fin de ofrecer asesoramiento y planificación con nuevas propuestas; el objetivo es dar una alternativa diferente a todos aquellos posibles clientes; enfocándose en la excelencia en el servicio con el propósito de que los consumidores se sientan felices y satisfechos con los resultados obtenidos.

El desarrollo del presente tema de tesis está estructurado por los siguientes capítulos:

Capítulo 1: Estudio de mercado; se presenta el análisis de la investigación mediante el cual se definió el mercado meta, así como el nivel de aceptación que tendría el negocio de organización de eventos en el sector norte de Quito.

Capítulo 2: Plan de marketing; contiene un detalle de los diferentes tipos de eventos hacia los cuales se enfocará la empresa, se determinó la imagen corporativa y se analizó cuáles serían los medios de comunicación más idóneos para presentar el nuevo proyecto de tesis al mercado objetivo.

Capítulo 3: Plan administrativo; aquí se presentó la estructura organizacional y legal que tendrá el negocio, adicional se definió los cargos y funciones para cada uno de los colaboradores.

Capítulo 4: Plan financiero; se lo hizo proyectado a cinco años el mismo sirvió para analizar por anticipado el posible comportamiento económico que tendrá la empresa, se realizó el cálculo de los índices financieros estos arrojaron valores positivos lo que demostró que el proyecto de tesis puede ser viable.

Esta investigación ha tenido un aporte importante para identificar la posibilidad de aplicar el emprendimiento en el mercado actual de los eventos, dando la seguridad de que el servicio puede ser aceptado entre los consumidores. Hoy en día las pequeñas y medianas empresas tienen gran empuje y acogida en el mundo de los negocios, en nuestro país el gobierno actual a creado algunas Instituciones que apoyan y dirigen a los emprendedores para que logren con éxito establecer sus compañías y así hacer crecer la matriz productiva del país y con esto lograr nuevas plazas de empleo.

La investigación dio respuesta al problema planteado pues permitió identificar los gustos y preferencias de los consumidores actuales de los servicios de eventos y de esta manera se pudo diseñar una serie de estrategias que ayudaran a la empresa a distinguirse de la competencia y con eso poder conquistar el mercado objetivo.

El obstáculo más relevante podría ser la dificultad de obtener información del INEC pues no hay acceso directo vía internet a las estadísticas por sectores dentro del Distrito Metropolitano de Quito.

Una de las facilidades que tuvo la investigación fue la apertura de las personas para contestar con buena predisposición a la encuesta, a partir de estas respuestas se pudo decidir cuáles serán las estrategias y acciones a seguir con el fin de cubrir las necesidades de los clientes y así conseguir posesionarse en el mercado actual de los eventos.

La metodología utilizada en esta investigación fue descriptiva se utilizó la técnica de encuestas, la misma que ayudó analizar el posible tamaño del mercado y conocer cual es el nivel de percepción de los clientes hacia los diferentes servicios ofertados en el mundo de los eventos.

CAPÍTULO I
ESTUDIO DE MERCADO

1. Plan de mercado.

El plan de mercadeo es una herramienta que permite establecer de una manera sistemática los objetivos y estrategias que persigue la empresa para su comercialización, tomando en cuenta variables como: clientes, servicios, proveedores y el mercado objetivo.

1.1 Objetivo general.

Determinar la viabilidad para la creación de una empresa organizadora de eventos en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito.

1.2 Objetivos específicos.

- 1.- Determinar las tendencias, gustos y preferencias de los consumidores actuales del servicio de eventos.
- 2.- Establecer cuáles son los factores atractivos del mercado y sobre qué elementos competitivos trabajar en función a la rentabilidad deseada para el negocio.

1.3 Investigación de mercado.

1.3.1 Metodología.

El método de la investigación es descriptivo se empleó la técnica de encuestas este procedimiento permitió obtener y recoger datos de modo rápido y eficaz, las preguntas fueron cerradas de selección múltiple.

1.3.2 Cálculo de la muestra.

Para este cálculo se tomó en cuenta un sector de la población económicamente activa que se encuentra en el rango de 30 a 59 años de edad y habitan en 4 parroquias del sector norte del Distrito Metropolitano de Quito y son: El Condado, Cotocollao, Ponceano y Carcelén, según las estadísticas realizadas por el INEC en el año 2010, el número de habitantes de esta localidad es de 81.889 personas.

Fórmula para calcular el tamaño de la muestra

$$n = \frac{z^2 \times P \times Q \times N}{e^2(N-1) + z^2 \times P \times Q}$$

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

o= Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual).

e = Límite aceptable de margen de error que, generalmente cuando no se tiene su valor, se utiliza un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

Tabla 1: Cálculo de la muestra

z =	1,96		
p=	0,5	78646,1956	
q=	0,5	204,72	0,9604
N=	81889	205,6804	
e2	0,05		
(N-1)=	81888	382	encuestas

Fuente: Mc Daniel, C. & Gates, R. (2005). Investigación de Mercados México: THOMSON. Miranda, J. (2005). Gestión de proyectos. Bogotá: MM editores.

1.3.3 Resultados de las encuestas.

Los resultados de la investigación determinaron la percepción del consumidor y el nivel de satisfacción frente al servicio que actualmente se ofrece por parte de muchas empresas en cuanto a la realización de eventos sociales.

1. Género

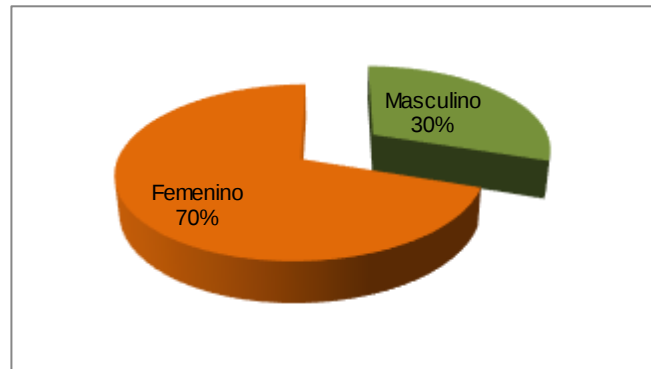


Gráfico 1: Género
Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Sylvia Cazar

Como se puede apreciar al género femenino es a quienes más llama la atención la posibilidad de una nueva propuesta de empresa de organización de eventos pues en la mayoría de los hogares son ellas quienes toman la última decisión cuando de eventos familiares se trata, por tal razón prefieren contratar los servicios de un equipo calificado para que les ayude con la organización de sus distintos acontecimientos.

2. Ingresos

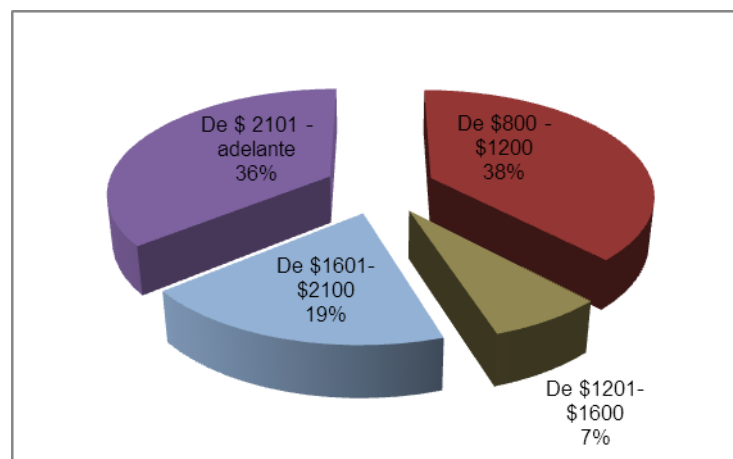


Gráfico 2: Ingresos
Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Sylvia Cazar

Como se puede evidenciar el mayor porcentaje de la población se encuentra en el rango de 800 a 1600 dólares por tal motivo este será el mercado objetivo al cual llegará la empresa con los distintos paquetes de eventos los cuales serán creados para que sean accesibles de acuerdo al presupuesto de los clientes.

3. ¿Usted a contratado una empresa organizadora de eventos?

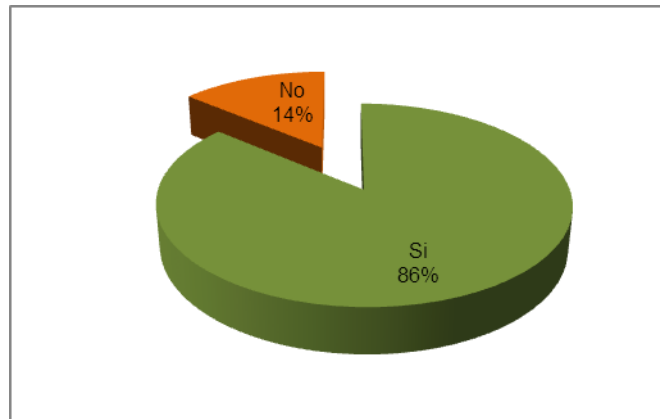


Gráfico 3: Experiencia contratación
Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Sylvia Cazar

A partir del resultado se puede concluir que existe gran demanda para el servicio de los eventos sociales, esto nos demuestra que la empresa tendría acogida dentro del posible mercado objetivo.

4. ¿Cómo calificaría los servicios recibidos de las empresas de eventos contratadas por usted?

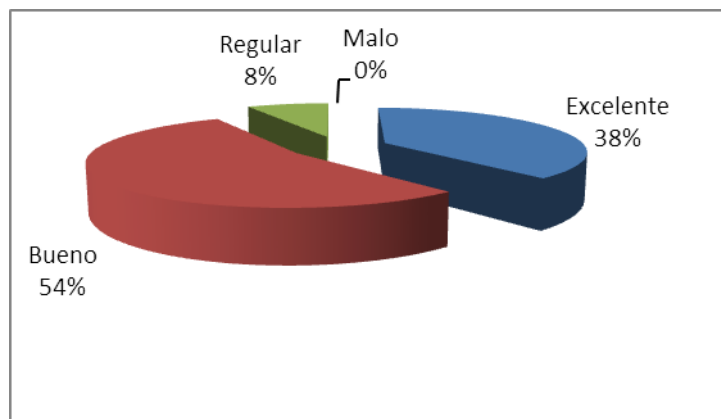


Gráfico 4: Uso del servicio
Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Sylvia Cazar

Dentro de la investigación el 54 % de los encuestados considero al servicio recibido como “bueno” por lo que se puede deducir que a pesar de la variedad de empresas que actualmente se encuentran ofreciendo este servicio, aun existen debilidades en el mismo. La empresa identificará con presicion estas falencias para convertirlas en fortalezas y asi poder ganar participación en el mercado.

5. ¿Para qué acontecimiento usted contrataría los servicios de una empresa organizadora de eventos?

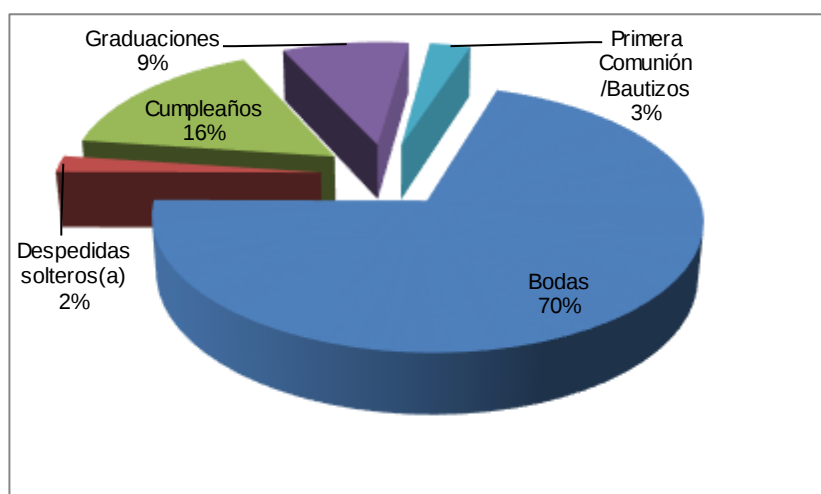


Gráfico 5: Tipo de eventos
Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Sylvia Cazar

Se pudo determinar que el evento que ocupa el mayor porcentaje de elección en los posibles usuarios del servicio son las bodas, sin embargo la empresa no descarta la posibilidad de ofrecer sus servicios para los demás eventos sociales que se consultaron, y de esta manera tener un portafolio variado de opciones ya que el mercado de los eventos esta en constante cambio.

6. ¿Cuál es la característica más importante para usted al momento de contratar un servicio de organización de eventos?

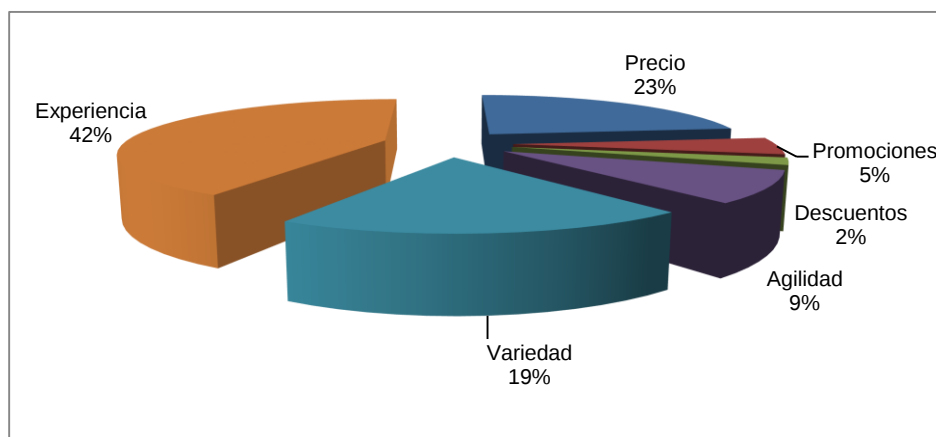


Gráfico 6: Características
Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Sylvia Cazar

En base al análisis se puede determinar que al momento de contratar servicios de eventos lo que más buscan las personas es la experiencia, esta característica se refiere a la manera más óptima de brindar el mejor servicio ofreciendo al cliente atención inmediata, completa, con total cortesía y amabilidad donde se le cumpla con todo lo prometido.

7. ¿Al contratar una empresa de servicio de eventos a usted que le gustaría?

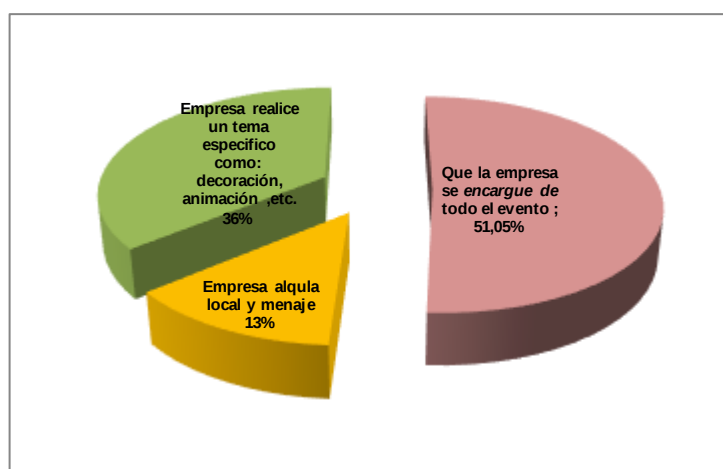


Gráfico 7:Preferencia del cliente
Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Sylvia Cazar

En los resultados se puede apreciar que el 51% de los encuestados prefiere que la empresa se encargue de todo el evento; esta respuesta del consumidor demuestra que al cliente le gusta disfrutar de su acontecimiento teniendo la tranquilidad necesaria que su evento está en buenas manos.

8. ¿Dónde le gustaría realizar su evento?

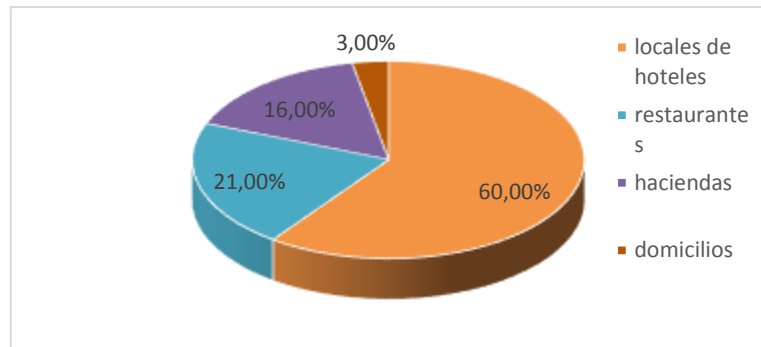


Gráfico 8: Preferencia del lugar
Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Sylvia Cazar

La preferencia de los encuestados en cuanto a la realización de eventos está en los locales en hoteles, ya que estos sitios disponen de instalaciones completas y cómodas, están bien equipados y tienen alta capacidad de recepción de clientes.

9. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría a usted conocer de la empresa de organización de eventos?

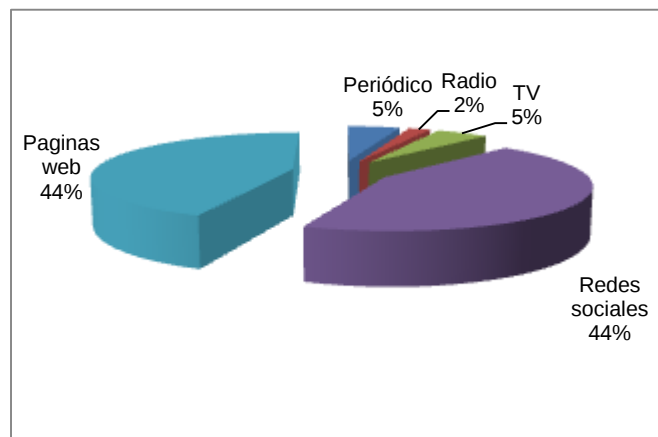


Gráfico 9: Medios de comunicación
Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Sylvia Cazar

Se identificó que los mejores medios de comunicación que se ocupan actualmente para conocer sobre nuevos emprendimientos y realizar la contratación de servicios son a través de las redes sociales y las páginas web.

CAPÍTULO II
PLAN DE MARKETING

2. Imagen y estructura corporativa, física y legal.

2.1 Nombre de la empresa.

La razón social de la empresa será : “**MARQUESA EVENTOS**”. Se escogió este nombre con la finalidad de que al ser escuchado el cliente lo relacione con la realeza, la elegancia y la distinción creando una motivación auditiva y así lograr captar la atención hacia los servicios ofrecidos por la empresa.

2.2 Slogan de la empresa.

“Porque tus momentos importan, lo hacemos único, Marquesa Eventos”

2.3 Logo.

Es el elemento gráfico que identifica a la nueva empresa, su impacto es visual y perdurable con el objetivo de captar la atención y que los posibles consumidores lo asocien rápidamente con el servicio a ofrecer.



Gráfico 10: Logo de la empresa
Elaborado por: Jonathan Guerrero Cazar

2.4 Visión.

Constituirse en una empresa líder en servicios de organización de eventos sociales, donde la innovación la diversificación y la excelencia en el servicio sean los pilares de desarrollo en cada una de sus actividades.

2.5 Misión.

Brindar un excelente servicio en la organización de eventos sociales donde la puntualidad y el profesionalismo sean la garantía para crear una experiencia única, llena de alegría, diversión y dinamismo con el fin de lograr momentos inolvidables para cada uno de los clientes y sus invitados.

2.6 Valores.

1.- Respeto: Reconocer y aceptar las distintas formas de pensar de jefes, compañeros clientes y proveedores, aceptar las normas y reglas del trabajo.

2.- Honestidad: Ser sincero con uno mismo y con el trabajo, reconocer cuando se equivoca, ser transparente.

3.- Compromiso: Tomar conciencia de la importancia de realizar las tareas con el mejor desempeño con el fin de cumplir con los objetivos propuestos por la empresa.

4.- Responsabilidad: Asumir la consecuencia de lo que se hace o se deja de hacer.

5.- Integración: Adaptarse a los cambios y crecer junto con ellos, trabajar en equipo por el mismo camino.

2.7 Ubicación de la empresa.

La empresa geográficamente se ubicara en el sector norte de Quito, en una zona comercial cerca del antiguo aeropuerto, cabe indicar que el local es propio esto facilita cualquier arreglo o cambio que se deba hacer al mismo con el fin de adaptarlo a las necesidades de la compañía.

2.8 Planos proyectados.

La empresa operará en un buen ambiente físico con el mobiliario adecuado, con los equipos necesarios y de esta manera lograr que sus colaboradores y clientes se sientan cómodos.



Gráfico 11: Planos proyectados
Elaborado por: Sylvia Cazar

2.9 Cobertura.

El Distrito Metropolitano de Quito pertenece a la provincia de Pichincha y está dividido en ocho administraciones zonales, estas zonas contienen 32 parroquias urbanas y 33 parroquias rurales y suburbanas.

Para el desarrollo del presente proyecto se tomó en cuenta cuatro parroquias que están ubicadas al sector norte de Quito, estas pertenecen a la administración zonal La Delicia y son: El Condado, Cotocollao, Ponceano y Carcelén.

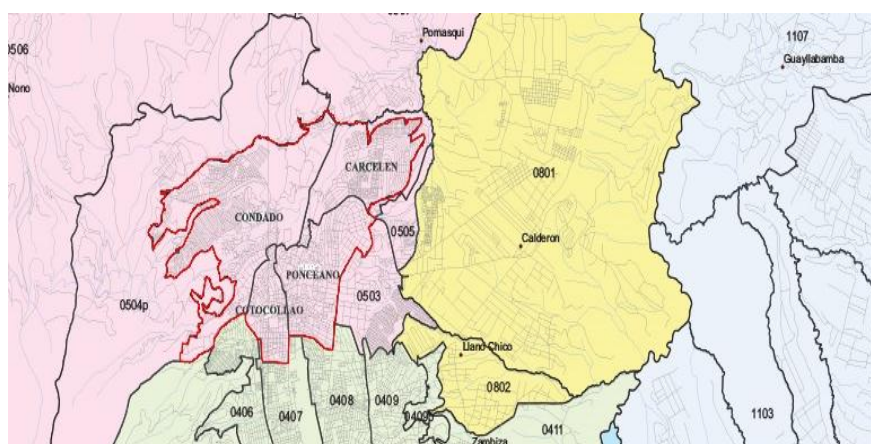


Gráfico 12: Cobertura del servicio
Fuente: DMQ 2010
Elaborado por: Sylvia Cazar

2.10 El servicio.

El servicio hoy en día es la clave para el éxito en las empresas, debe ser de lo mejor, enfocado a una atención personalizada tomando en cuenta siempre los gustos y preferencias de los consumidores.

En cada evento a realizarse el cliente debe sentirse relajado, disfrutar del mismo junto a sus invitados sin ninguna preocupación con la tranquilidad de haber sido asesorado por especialistas que le garanticen el éxito de su acontecimiento.

La empresa ofrecerá la prestación de un servicio completo, diseñado de tal manera que cubra con todas y cada una de las expectativas requeridas por los posibles potenciales clientes.

Es importante en los eventos establecer un proceso de comunicación claro, a fin de definir hasta los más mínimos detalles. La variedad de opciones permitirá acoplar la oferta según la capacidad económica que tenga cada uno de los clientes.

2.11 Clasificación de los servicios.

Esta clasificación ha sido tomada en relación directa a la investigación de mercado que se realizó, lo cual ha servido para definir qué tipos de eventos se va ofrecer.

2.11.1 Bodas.

Una boda es un momento memorable, único en el inicio de la vida en pareja, por lo que el deseo de realizar una fiesta les proporciona mucha felicidad, confort, prestigio, tanto a ellos como a sus invitados.



Gráfico 13: Bodas civiles
Fuente: Imágenes internet



Gráfico 14: Bodas eclesiásticas
Fuente: Imágenes internet

2.11.2 Cumpleaños.

Las mejores fiestas de cumpleaños son cuando se hacen llevando temáticas, estas se enfocan en ciertos temas particulares donde todos se visten de acuerdo al tema escogido, esta clase de actividades invita a los participantes actuar de una manera mucho más activa, haciendo de este momento algo bastante divertido y agradable.



Gráfico 15: Cumpleaños
Fuente: Imágenes internet

2.11.3 Graduaciones.

Las graduaciones son uno de los eventos importantes de celebración pues marcan momentos significativos en la vida de las personas.



Gráfico 16: Graduaciones
Fuente: Imágenes internet

2.11.4 Bautizos o primeras comuniones.

Estos momentos espirituales son apropiados para compartir y unir a las familias.



Gráfico 17: Primeras comuniones o bautizos
Fuente: Imágenes internet

2.11.5 Despedida de solteros(a).

Este tipo de evento está muy en auge en la actualidad la temática es especial y dependiendo del genero sea masculino o femenino se realiza los arreglos del lugar.



Gráfico 18: Despedidas de solteros (a)
Fuente: Imágenes internet

2.12 Estrategias a realizar.

La empresa definirá las estrategias en función a los objetivos que se buscan alcanzar se apoyara en base al marketing mix esto es con los cuatro elementos, que son: producto o servicio, plaza o distribución, precio y promoción; con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes y de esta manera lograr el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

2.12.1 Estrategia de producto.

La estrategia a seleccionar es la diferenciación, esta persigue que los servicios que otorgue la empresa sean percibidos como originales y novedosos, lo cual permitirá distinguirse de la competencia y será el principal motivo por el cual los consumidores prefieran los servicios de la nueva oferta de organizadora de eventos.

Acciones a seguir:

Para que el público objetivo recuerde a la empresa, ésta debe destacarse de la competencia por tal motivo la acción de la organización será hacer que sus vendedores no sea solo tomadores de pedido sino más bien asesores que guíaran al cliente para que escoja la mejor opción para su evento.

2.12.2 Estrategia de plaza o distribución.

Son las estrategias que sirven para poner los servicios a disposición de los consumidores es la forma en que la empresa realizará la comercialización de su servicio

Acciones a seguir:

Se realizará un brindis inaugural en las oficinas de la empresa donde se obsequiará esferos y chocolates con el logo de “Marquesa eventos”, habrá juegos de integración entre los presentes con música animada, todo esto con el objetivo de formar la primera base de datos a través de la información de mails de cada uno de los participantes y de esta manera empezar a promocionar los distintos paquetes.

2.12.3 Estrategia de precio.

La empresa posesionara los servicios resaltando los beneficios que sean relevantes para el consumidor y de esta manera lograr llegar al mercado objetivo.

Acciones a seguir:

Se analizará precios que cobra la competencia y la estrategia de la empresa será el lanzamiento de precios con un monto más bajo que los ofertados en el mercado.

Se realizará una revisión anual de los precios con el fin de hacer un reajuste si fuera necesario.

2.12.4 Estrategia de promoción y comunicación.

Las estrategias de comunicación que se utilizarán serán a través de las redes sociales, esto permitirá que las personas conozcan acerca de esta nueva oferta de servicios y su disponibilidad dentro del mercado.

Acciones a seguir:

Se creará una fan page en FACEBOOK ya que por esta red social se puede promocionar a la empresa de una manera más ágil y así llegar a clientes potenciales a través de los perfiles que se pueden conocer de cada usuario y con precios muy accesibles.

Se realizará una campaña de E-MAILING de este modo llegar a los posibles consumidores de una manera más directa y exitosa, esta herramienta permite difundir los servicios de la nueva empresa de una manera profesional a un gran número de personas.

2.13 Materiales promocionales.

2.13.1 Tarjetas de presentación.

Representan la imagen de la empresa, es una carta de presentación esta herramienta ayuda a posesionarse en la mente de nuestros futuros clientes.



Gráfico 19: Tarjetas de presentación
Elaborado por: Sylvia Cazar

2.13.2 Díptico.

Por este medio se comunicará ideas sencillas y claras sobre los servicios que promocionará la empresa.



Gráfico 20: Díptico de la empresa
Elaborado por Sylvia Cazar

CAPÍTULO III
PLAN ADMINISTRATIVO

3. Estructuras administrativas.

3.1 Estructura organizacional.

3.1.1 Organigrama estructural.

El organigrama estructural representa el esquema sobre el cual está determinada la organización de la empresa, permite conocer las unidades administrativas y la relación que existe entre ellas. Estará representado por pocos departamentos y estos serán los siguientes:

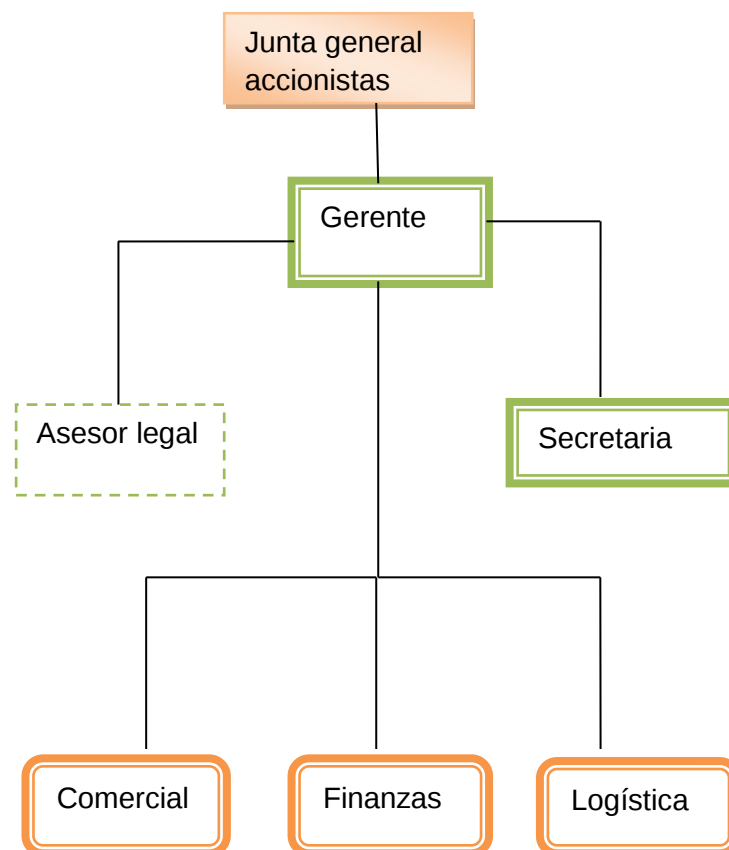


Gráfico 21: Organigrama estructural
Elaborado por Sylvia Cazar

3.1.2 Organigrama de posición gerencial y de personal.

Este organigrama muestra la distribución del personal por cargos y funciones. Aquí, se indica el número de personas que estarán a cargo de cada una de las áreas correspondientes al funcionamiento y operatividad de la empresa.

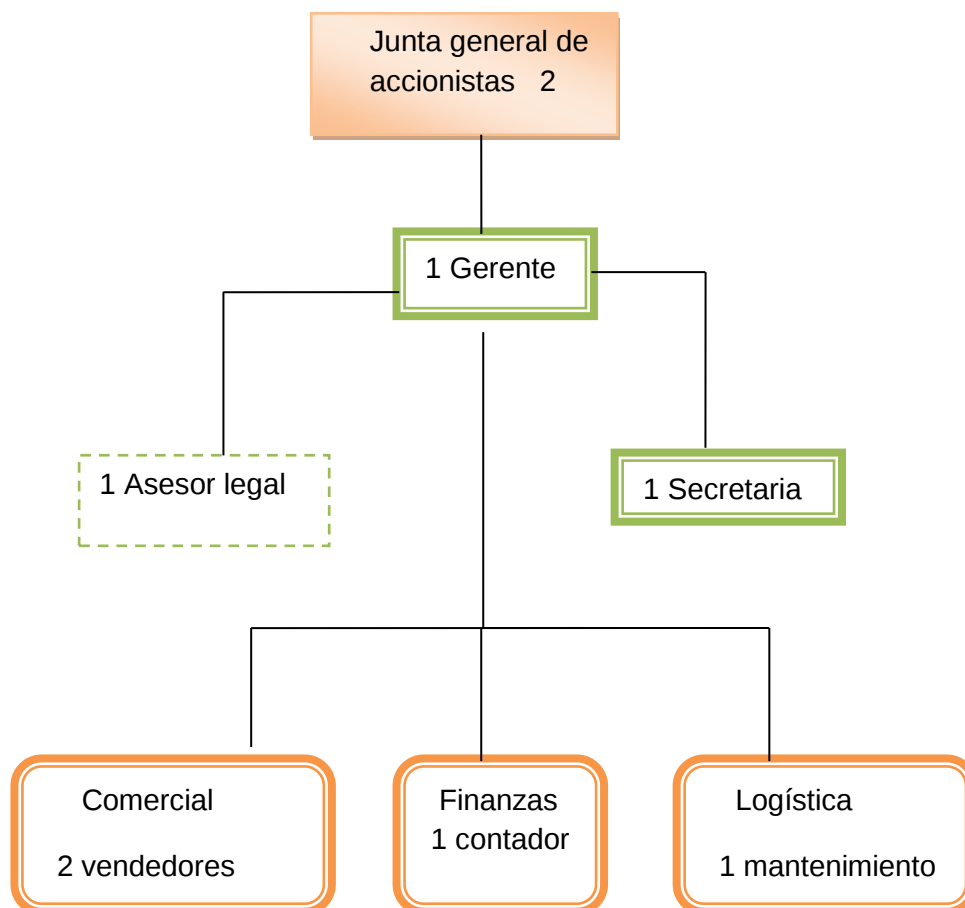


Gráfico 22: Organigrama de posición de personal
Elaborado por: Sylvia Cazar

3.2 Manual de funciones.

“MARQUESA EVENTOS” 	MANUAL DE FUNCIONES	FECHA APROBACIÓN
		15/04/2016
1.- DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
Denominación del Cargo	GERENTE GENERAL	
Área	Administrativa	
Inmediato Superior	Junta general de accionistas	
2.-NATURALEZA DEL PUESTO		
Su labor está en la adecuada toma de decisiones y en la planeación empresarial, se encarga de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades administrativas y operacionales de la empresa.		
3.-FUNCIONES PRINCIPALES		
• Es responsable por la dirección, organización, administración y control de los bienes y recursos que posee la empresa. • Da instrucciones sobre el desarrollo de cada uno de los cargos a todos los colaboradores de la empresa, coordina y orienta alternativas de mejora en los procesos, vigilando el cumplimiento de los mismos. • Proponer los controles necesarios para una adecuada utilización del tiempo y los recursos de cada área de la empresa. • Vela porque los miembros de la compañía actúen de acuerdo a los objetivos trazados. • Verifica que el servicio que ofrecerá la empresa sea de calidad y cumpla con los estándares promedio del mercado. • Debe buscar mecanismos de financiamiento y publicidad para el desarrollo de la actividad de la empresa. • Debe negociar con clientes y proveedores.		
4.-PERFIL DEL CARGO		
• Ser profesional en Administración de Empresas o Carreras afines. • Tener conocimientos en finanzas, presupuestos, ventas, proyecciones y mercadeo. • Indispensable haber manejado personal. • Experiencia en cargos anteriores, mínimo tres (3) años. • Edad: mínima 25 – máximo 55 años.		

“MARQUESA EVENTOS” 	MANUAL DE FUNCIONES	FECHA APROBACIÓN
		15/04/2016
1.- DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
Denominación del Cargo	SECRETARIA- ASISTENTE ADMINISTRATIVO	
Área	Administrativa	
Inmediato Superior	Gerente General	
2.-NATURALEZA DEL PUESTO		
Responsable de dar apoyo total a la jefatura en tareas administrativas y de organización. Aplica técnicas secretariales. Desarrolla habilidades como: organización del tiempo, comunicación asertiva, etc.		
3.-FUNCIONES PRINCIPALES		
• Contestar los teléfonos, pasar comunicaciones y anotar recados. • Coordinación de compra de boletos aéreos, reservaciones de hoteles. • Redacción de correspondencia. • Administración del archivo (general y personal). • Organización de agendas, directorios, tarjeteros, etc. • Tramitar correspondencia de entrada y salida.		
4.-PERFIL DEL CARGO		
• Excelente Presencia edad: 20 a 30 años • Título de secretariado o cursando últimos años de administración de empresas • Experiencia mínima tres (1) año en cargos similares.		

 Marquesa Eventos	MANUAL DE FUNCIONES	FECHA APROBACIÓN
15/04/2016		
1.- DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
Denominación del Cargo	ASESOR LEGAL	
Área	Administrativa	
Inmediato Superior	Gerente General	
2.-NATURALEZA DEL PUESTO		
Asesoría legal como profesional independiente, apoyo en contratos frente a todo tipo de organizaciones tanto públicas como privadas.		
3.-FUNCIONES PRINCIPALES		
Redacción de escritos para todo tipo de procedimientos Asesoramiento fiscal		
4.-PERFIL DEL CARGO		
Excelente Presencia Edad: 25 en adelante Título de abogado Experiencia mínima uno (1) año en cargos similares.		

“MARQUESA EVENTOS” 	MANUAL DE FUNCIONES	FECHA APROBACIÓN
		15/04/2016
1.-DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
Denominación del Cargo	CONTADOR	
Área	Financiera	
Inmediato Superior	Gerente General	
2.-NATURALEZA DEL PUESTO		
Responsable de la organización y coordinación de las actividades relacionadas con el área contable, con el objetivo de obtener la consolidación de los estados financieros requeridos por la empresa.		
3.-FUNCIONES PRINCIPALES		
• Debe llevar el registro de todas las operaciones contables y financieras de la empresa. • Presentar al día los informes financieros al gerente de la empresa. • Manejo y supervisión de la contabilidad y responsabilidades tributarias. • Presentar los estados financieros en los plazos requeridos por las distintas disposiciones legales e Instituciones del Estado.		
4.-PERFIL DEL CARGO		
• Contador (a) de Profesión o CPA (Contador Público Autorizado) • Conocimientos financieros y tributarios • Experiencia mínima cinco (2) años en cargos similares. • Edad mínima 25 años- máxima 55 años		

“MARQUESA EVENTOS” 	MANUAL DE FUNCIONES	FECHA APROBACIÓN
15/04/2016		
1.- DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
Denominación del Cargo	AUXILIAR DE MANTENIMIENTO	
Área	Logística	
Inmediato Superior	Gerente General	
2.-NATURALEZA DEL PUESTO		
Apoya en la limpieza de oficina, mobiliarios y equipos de la empresa. Apoya con la logística de mobiliario y materiales de eventos.		
3.-FUNCIONES PRINCIPALES		
• Barrer, trapear, lavar paredes, puertas, ventanas, sanitarios y otros. • Trasladar equipos, mobiliario según instrucciones • Distribución de correspondencia • Realizar diligencias en bancos		
4.-PERFIL DEL CARGO		
• Ser bachiller • Experiencia no indispensable		

3.3 Estructura legal.

3.3.1 Marco legal.

3.3.1.1 Constitución de la Compañía.

3.3.1.2 Registro Mercantil.

3.3.1.3 Afiliación Cámara de Comercio de Quito.

3.3.2 Marco Tributario.

3.3.2.1 Patente municipal.

3.3.2.2 Registro único de contribuyente (RUC).

3.3.2.3 Licencia Metropolitana de Funcionamiento.

3.3.2.4 Permiso de funcionamiento de bomberos.

3.3.2.5 Permiso de funcionamiento emitido por el ministerio de salud

El desarrollo de cada tema se encuentra en el anexo 2.

CAPÍTULO IV
PLAN FINANCIERO

4. Estudio financiero.

4.1 Inversión inicial proyectada.

En el presupuesto de inversión se desglosan los recursos materiales, humanos y económicos que son necesarios para la puesta en marcha del negocio, se llegó a determinar aquellos bienes que serán propiedad de la empresa y aquellos gastos corrientes que se debe incurrir para iniciar las actividades operacionales, se estimó los aportes de los socios, en dinero y en especie y se realizó el cálculo, en base a los precios de mercado y del primer mes de gastos corrientes aquí se observa todos aquellos rubros que debe realizar la empresa para poner en marcha al negocio.

Tabla 2: Presupuesto

PRESUPUESTO INVERSIÓN DEL PROYECTO	
Activos Tangibles	Valor
Local propio	\$ 20.000,00
Vehículo	\$ 7.000,00
Muebles y enseres	\$ 1.170,00
Maquinaria y equipos	\$ 1.300,00
Suministros de oficina	\$ 533,13
Mobiliario para bodega	\$ 1.850,00
Equipos de computación	\$ 1.300,00
Adecuaciones	\$ 1.000,00
Total	\$ 34.153,13
Activos intangibles	Valor
Gastos constitución	\$ 1.500,00
Difusión Promoción y Publicidad	\$ 2.500,00
Total	\$ 4.000,00
Capital de trabajo	Valor
Mano de obra directa	\$ 1.566,87
Mano de obra indirecta	\$ 280,00
Servicios básicos y otros	\$ 235,00
Total	\$ 2.081,87
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	\$ 40.235,00

Elaborado por: Sylvia Cazar

4.2 Activos tangibles proyectados.

Estos serán los activos tangibles que tendrá la empresa en su inicio, con una vida útil mayor a un año y que se deprecian conforme pasa el tiempo por el método de línea recta, estos activos no son destinados a la venta dentro del giro normal del movimiento económico del negocio y serán utilizados para la prestación de los servicios. Se solicitaron cotizaciones para determinar el costo de los activos que suman un total de USD 34.153,13.

Tabla 3: Activos tangibles

DETALLE DE ACTIVOS TANGIBLES PROYECTADOS				
Edificio	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	
Instalación - Local propio	1	\$ 20.000,00	\$	20.000,00
Total Edificio			\$	20.000,00
Vehículo	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	
Vehículo	1	\$ 7.000,00	\$	7.000,00
Total Vehículo			\$	7.000,00
MUEBLES Y ENSERES				
Mobiliario de Oficina	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	
Mesa redonda	1	\$ 180,00	\$	180,00
Escritorios	2	\$ 150,00	\$	300,00
Archivador	2	\$ 70,00	\$	140,00
Sillas de estar	4	\$ 50,00	\$	200,00
Mesa de centro (muebles de estar)	1	\$ 50,00	\$	50,00
Sillas ejecutivas	3	\$ 100,00	\$	300,00
			\$	1.170,00
Mobiliario de bodega	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	
Estanterías	2	\$ 80,00	\$	160,00
Mesas plásticas	3	\$ 60,00	\$	180,00
Sillas plásticas	20	\$ 10,00	\$	200,00
Carpas 1 pequeña 2*2	1	\$ 200,00	\$	200,00
Carpas 1 pequeña 5*5	2	\$ 500,00	\$	1.000,00
Escalera	1	\$ 110,00	\$	110,00
		\$ -	\$	-
			\$	1.850,00
Equipos de Computación	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	
Computador Pentium IV	1	\$ 900,00	\$	900,00
Impresora Multifunción	1	\$ 400,00	\$	400,00
			\$	1.300,00
Maquinarias y Equipos	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	
Tv Sony 21"	1	\$ 450,00	\$	450,00
Radios comunicadores	3	\$ 100,00	\$	300,00
Equipo de sonido y karaoke	1	\$ 550,00	\$	550,00
			\$	1.300,00
Adecuaciones	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	
Adecuaciones	1	\$ 1.000,00	\$	1.000,00
			\$	1.000,00
Suministros de Oficina	Cant	Costo Unitario	Costo Total	
Perforadora	2	\$ 2,28	\$	4,56
Grapadora	2	\$ 2,00	\$	4,00
Saca grapas	2	\$ 2,00	\$	4,00
Porta esferos	1	\$ 5,00	\$	5,00
Porta papeles	1	\$ 10,00	\$	10,00
Pinzas	12	\$ 0,50	\$	6,00
Clips mariposa	5	\$ 0,63	\$	3,17
Sobres Manila A4	120	\$ 0,20	\$	24,00
Sobres tipo carta	100	\$ 0,10	\$	10,00
Carpetas A4	100	\$ 0,30	\$	30,00
Carpetas Bene	12	\$ 1,00	\$	12,00
Esferograficos	20	\$ 0,70	\$	14,00
Resma de hojas	30	\$ 4,80	\$	144,00
Toner para impresora	6	\$ 40,00	\$	240,00
Caja de clips	4	\$ 0,50	\$	2,00
Arhivadores	1	\$ 5,00	\$	5,00
Sellos	1	\$ 5,00	\$	5,00
Resaltadores	2	\$ 1,00	\$	2,00
Lapiz corrector - bic	1	\$ 1,60	\$	1,60
Lapiz	8	\$ 0,50	\$	4,00
Borrador	4	\$ 0,70	\$	2,80
			\$	533,13
TOTAL DE ACTIVOS TANGIBLES			\$	34.153,13

Elaborado por: Sylvia Cazar

4.3 Activos intangibles proyectados.

Los activos intangibles son aquellos bienes que la empresa necesita para generar beneficios económicos futuros y que no son percibidos físicamente, en este caso se requerirá gastos de publicidad de lanzamiento por USD 2.500,00 y los gastos de constitución por USD 1.500,00. Para determinar los gastos de publicidad, que son servicios adquiridos para el arranque de la empresa se solicitó proformas de los ítems que forman parte de este gasto.

Tabla 4: Activos intangibles

DIFUSIÓN, PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD		
Descripción	Cantidad	Valor
Mailing (2000 personas)	1	500,00
Página web	1	800,00
Mercadeo en facebook	1	300,00
Presentación (pagina)	1	200,00
Dípticos	5600	560,00
Banners	2	100,00
Chompas con logo	2	40,00
TOTAL		2500,00

Elaborado por: Sylvia Cazar

4.4 Capital de trabajo proyectado.

La empresa debe tener la capacidad para desarrollar sus actividades a corto plazo para lo cual requiere cubrir el gasto del personal y los servicios básicos, recursos que son necesarios para las operaciones diarias del negocio. Se calculó lo correspondiente a un mes de operaciones del personal y de los servicios básicos.

Tabla 5: Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Concepto	Valor
Personal	
Gerente General	\$ 639,65
Asistente	\$ 463,61
Vendedor	\$ 463,61
Sub total Personal fijo	\$ 1.566,87
Contador	\$ 56,00
Limpieza	\$ 112,00
Asesoría Legal	\$ 112,00
Sub total personal ocasional	\$ 280,00
Servicios básicos y otros	
Agua potable	\$ 15,00
Energía Eléctrica	\$ 20,00
Servicio Telefónico	\$ 30,00
Útiles de limpieza	\$ 30,00
Internet	\$ 40,00
Otros	\$ 100,00
Sub total servicios básicos y otros	\$ 235,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 2.081,87

Elaborado por: Sylvia Cazar

4.5 Costos por servicio proyectados.

Se tomó valores para proyectar en base a cotizaciones del mercado , el detalle de los mismos están en el anexo 3.

Tabla 6: Costos por servicios

COSTOS Y PRECIO POR SERVICIO							
Servicio ofertado	Costo Neto	IVA Compras (proveedores)	Costo + IVA Compras	Margen de Utilidad sobre Costo Neto	Costo + IVA Compras + Margen de Utilidad	IVA Ventas	PVP
Boda completa - 200 personas- quinta aire libre	\$ 10.400,00	\$ 1.248,00	\$ 11.648,00	\$ 2.080,00	\$ 12.480,00	\$ 1.497,60	\$ 13.977,60
Boda Económica -70 personas - domicilio	\$ 2.320,00	\$ 278,40	\$ 2.598,40	\$ 464,00	\$ 2.784,00	\$ 334,08	\$ 3.118,08
Cumpleaños -50 personas - local hotel	\$ 1.012,00	\$ 121,44	\$ 1.133,44	\$ 202,40	\$ 1.214,40	\$ 145,73	\$ 1.360,13
Graduación- 70 personas - local restaurante	\$ 3.297,60	\$ 395,71	\$ 3.693,31	\$ 659,52	\$ 3.957,12	\$ 474,85	\$ 4.431,97
Primera Comunión/Bautizos - 40 personas- domicilio	\$ 800,00	\$ 96,00	\$ 896,00	\$ 160,00	\$ 960,00	\$ 115,20	\$ 1.075,20
Despedidas de solteros (a) - 30 personas- domicilio	\$ 880,50	\$ 105,66	\$ 986,16	\$ 176,10	\$ 1.056,60	\$ 126,79	\$ 1.183,39

Notas Explicativas:

1) Cálculo Costo por Servicio: Para obtener el costo de cada uno de los servicios se identificó los gastos relacionados a la ejecución de los eventos ofertados, solicitando cotizaciones de posibles proveedores como catering, fotografía, equipo técnico, decoración, y movilización, de acuerdo a un número estimado de asistentes y número de horas de duración al evento.

2) Cálculo del precio por servicio: Una vez determinado el costo unitario (CU) de los eventos se aplica la fórmula del precio de venta al público ($PVP = CU + \% \text{margen de utilidad} + \text{impuestos}$). El margen de utilidad que se considero es de 20% y el impuesto al valor agregado que es del 12%, por lo tanto, el PVP es el resultado de multiplicar el costo del evento por 20% de margen de utilidad y por 12% de IVA.

Elaborado por: Sylvia Cazar

4.7 Ingresos proyectados.

Este rubro se refiere al total de ventas que se calcula tomando en cuenta el valor del margen de utilidad así como las temporalidades, como son: los meses de graduación de colegios y universidades (marzo y julio), los meses de mayor índices de bodas según el INEN (febrero, julio, agosto y diciembre), igualmente las primeras comuniones que se realizan en los meses de mayo y septiembre, así se obtuvo el número de paquetes por evento que se pueden realizar en un período de un año, se proyectó en base a un supuesto, para el año 2017 con un incremento en ventas del 15% y para los restantes años un incremento del 10%.

Tabla 7: Ingresos Proyectados

INGRESOS PROYECTADOS					
DESCRIPCION	DOLARES				
INGRESOS POR VENTAS EVENTOS	2016	2017	2018	2019	2020
Boda Completa	\$ 16.640,00	\$ 19.136,00	\$ 21.049,60	\$ 23.154,56	\$ 25.470,02
Boda Económica	\$ 7.888,00	\$ 9.071,20	\$ 9.978,32	\$ 10.976,15	\$ 12.073,77
Cumpleaños	\$ 7.286,40	\$ 8.379,36	\$ 9.217,30	\$ 10.139,03	\$ 11.152,93
Graduación	\$ 3.297,60	\$ 3.792,24	\$ 4.171,46	\$ 4.588,61	\$ 5.047,47
Primera Comunión/Bautizos	\$ 1.600,00	\$ 1.840,00	\$ 2.024,00	\$ 2.226,40	\$ 2.449,04
Despedidas de Solteras (os)	\$ 4.226,40	\$ 4.860,36	\$ 5.346,40	\$ 5.881,04	\$ 6.469,14
TOTAL INGRESOS PROYECTADOS	\$ 40.938,40	\$ 47.079,16	\$ 51.787,08	\$ 56.965,78	\$ 62.662,36

CALCULO DE INGRESOS AÑO 2016														No. Unidades a producir
DETALLE	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGOS	SEPT	OCT	NOV	DIC	ING. AÑO	
Boda Completa		\$ 2.080,00	\$ 2.080,00	\$ 2.080,00	\$ 2.080,00			\$ 4.160,00			\$ 4.160,00		\$ 16.640,00	8
Boda Económica		\$ 928,00	\$ 928,00	\$ 928,00	\$ 928,00	\$ 464,00	\$ 464,00	\$ 928,00	\$ 464,00	\$ 464,00	\$ 928,00	\$ 464,00	\$ 7.888,00	17
Cumpleaños	\$ 607,20	\$ 607,20	\$ 607,20	\$ 607,20	\$ 607,20	\$ 607,20	\$ 607,20	\$ 607,20	\$ 607,20	\$ 607,20	\$ 607,20	\$ 607,20	\$ 7.286,40	36
Graduación			\$ 1.319,04				\$ 1.978,56						\$ 3.297,60	5
Primera Comunión/Bautizos					\$ 800,00				\$ 800,00				\$ 1.600,00	10
Despedidas de Solteras (os)	\$ 352,20	\$ 352,20	\$ 352,20	\$ 352,20	\$ 352,20	\$ 352,20	\$ 352,20	\$ 352,20	\$ 352,20	\$ 352,20	\$ 352,20	\$ 352,20	\$ 4.226,40	24
TOTAL	\$ 959,40	\$ 3.967,40	\$ 5.286,44	\$ 3.967,40	\$ 4.767,40	\$ 1.423,40	\$ 3.401,96	\$ 6.047,40	\$ 2.223,40	\$ 1.423,40	\$ 6.047,40	\$ 1.423,40	\$ 40.938,40	100

CANTIDAD EVENTOS ESPERADOS					
DESCRIPCION	DOLARES				
INGRESOS POR VENTAS LOCALES	2016	2017	2018	2019	2020
Boda Completa	8	9	10	11	12
Boda Económica	17	20	22	24	26
Fiesta de Cumpleaños Adulto	36	41	46	50	55
Graduación	5	6	6	7	8
Primera Comunión	10	12	13	14	15
Despedidas	24	28	30	33	37
TOTAL INGRESOS PROYECTADOS	100	115	127	139	153

4.6 Estado de pérdidas y ganancias proyectado.

Este estado nos ayuda a calcular la utilidad que tendrá la empresa para un periodo determinado, reflejando sus ingresos y gastos; primero se disminuyó de los ingresos proyectados los costos fijos y variables proyectados, de donde se obtuvo la utilidad bruta a la que se restó lo correspondiente a gastos operacionales y se reflejó la utilidad antes de impuestos, a esto se calcula el 15% de participación de trabajadores y 22% de impuesto a la renta, finalmente se obtiene la utilidad neta del periodo y la respectiva proyección a 5 años.

Tabla 8: Estado de pérdidas y ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO					
INGRESOS					
Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
Boda Completa	\$ 16.640,00	\$ 19.136,00	\$ 21.049,60	\$ 23.154,56	\$ 25.470,02
Boda Económica	\$ 7.888,00	\$ 9.071,20	\$ 9.978,32	\$ 10.976,15	\$ 12.073,77
Cumpleaños	\$ 7.286,40	\$ 8.379,36	\$ 9.217,30	\$ 10.139,03	\$ 11.152,93
Graduación	\$ 3.297,60	\$ 3.792,24	\$ 4.171,46	\$ 4.588,61	\$ 5.047,47
Primera Comunión/Bautizos	\$ 1.600,00	\$ 1.840,00	\$ 2.024,00	\$ 2.226,40	\$ 2.449,04
Despedidas de Solteras (os)	\$ 4.226,40	\$ 4.860,36	\$ 5.346,40	\$ 5.881,04	\$ 6.469,14
TOTAL INGRESOS	\$ 40.938,40	\$ 47.079,16	\$ 51.787,08	\$ 56.965,78	\$ 62.662,36
EGRESOS					
Costos fijos	\$ 1.620,00	\$ 1.701,00	\$ 1.786,05	\$ 1.875,35	\$ 1.969,12
Costos variables	\$ 4.200,00	\$ 4.410,00	\$ 4.630,50	\$ 4.862,03	\$ 5.105,13
TOTAL COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS	\$ 5.820,00	\$ 6.111,00	\$ 6.416,55	\$ 6.737,38	\$ 7.074,25
UTILIDAD BRUTA	\$ 35.118,40	\$ 40.968,16	\$ 45.370,53	\$ 50.228,41	\$ 55.588,12
GASTOS OPERACIONALES					
Gastos Personal	\$ 24.009,32	\$ 22.162,44	\$ 23.270,57	\$ 24.434,10	\$ 25.655,80
Gastos de Amortización	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00
Gastos de Depreciación	\$ 2.793,73	\$ 2.793,73	\$ 2.793,73	\$ 2.506,30	\$ 2.506,30
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	\$ 27.603,05	\$ 25.756,17	\$ 26.864,30	\$ 27.740,40	\$ 28.962,10
TOTAL EGRESOS	\$ 33.423,05	\$ 31.867,17	\$ 33.280,85	\$ 34.477,77	\$ 36.036,35
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 7.515,35	\$ 15.211,99	\$ 18.506,23	\$ 22.488,01	\$ 26.626,02
Participación empleados 15%	\$ 1.127,30	\$ 2.281,80	\$ 2.775,93	\$ 3.373,20	\$ 3.993,90
Impuestos a la Renta 22%	\$ 1.405,37	\$ 2.844,64	\$ 3.460,66	\$ 4.205,26	\$ 4.979,06
UTILIDAD NETA	\$ 4.982,68	\$ 10.085,55	\$ 12.269,63	\$ 14.909,55	\$ 17.653,05

4.7 Flujo de caja proyectado.

Se elabora con proyecciones de valores estimados sobre futuros ingresos y egresos para un periodo de 5 años, ayuda anticiparse para tomar las medidas adecuadas con respecto a los flujos de ingresos y egresos de efectivo, se calcula en base a la resta de ingresos proyectados menos todos los gastos y costos proyectados para ese período, adicional se calculan los impuestos de ley y se obtiene la utilidad neta, una vez que se obtiene la utilidad se adiciona los gastos de depreciación y amortización, que se disminuyeron por efectos tributarios. Y en el año 0 se adiciona la inversión inicial con signo negativo por ser una salida de dinero.

Tabla 9: Flujo de caja

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
INGRESOS	0	2016	2017	2018	2019	2020
Boda Completa		\$ 16.640,00	\$ 19.136,00	\$ 21.049,60	\$ 23.154,56	\$ 25.470,02
Boda Económica		\$ 7.888,00	\$ 9.071,20	\$ 9.978,32	\$ 10.976,15	\$ 12.073,77
Fiesta de Cumpleaños Adulto		\$ 7.286,40	\$ 8.379,36	\$ 9.217,30	\$ 10.139,03	\$ 11.152,93
Graduación		\$ 3.297,60	\$ 3.792,24	\$ 4.171,46	\$ 4.588,61	\$ 5.047,47
Primera Comunión		\$ 1.600,00	\$ 1.840,00	\$ 2.024,00	\$ 2.226,40	\$ 2.449,04
Despedidas		\$ 4.226,40	\$ 4.860,36	\$ 5.346,40	\$ 5.881,04	\$ 6.469,14
TOTAL INGRESOS		\$ 40.938,40	\$ 47.079,16	\$ 51.787,08	\$ 56.965,78	\$ 62.662,36
INVERSION INICIAL						
Instalación - Local propio	\$ 20.000,00					
Vehículo	\$ 7.000,00					
Mobiliario de Oficina	\$ 1.170,00					
Mobiliario de bodega	\$ 1.850,00					
Equipos de Computación	\$ 1.300,00					
Maquinarias y equipos	\$ 1.300,00					
TOTAL INVERSION INICIAL	\$ 32.620,00					
GASTOS						
Gastos de Constitución	\$ 1.500,00					
TOTAL GASTOS	\$ 1.500,00					
TOTAL GASTOS DE IMPLEMENTACIÓN	\$ 34.120,00					
UTILIDAD BRUTA		\$ 40.938,40	\$ 47.079,16	\$ 51.787,08	\$ 56.965,78	\$ 62.662,36
GASTOS OPERACIONALES						
Costos Directos de Operación		\$ 1.620,00	\$ 1.701,00	\$ 1.786,05	\$ 1.875,35	\$ 1.969,12
Costos Indirectos de Operación		\$ 4.200,00	\$ 4.410,00	\$ 4.630,50	\$ 4.862,03	\$ 5.105,13
Costo Personal		\$ 24.009,32	\$ 22.162,44	\$ 23.270,57	\$ 24.434,10	\$ 25.655,80
Gasto Depreciación		\$ 2.793,73	\$ 2.793,73	\$ 2.793,73	\$ 2.506,30	\$ 2.506,30
Gasto Amortización		\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00
TOTAL GASTOS OPERACIONALES		\$ 33.423,05	\$ 31.867,17	\$ 33.280,85	\$ 34.477,77	\$ 36.036,35
TOTAL GASTOS		\$ 33.423,05	\$ 31.867,17	\$ 33.280,85	\$ 34.477,77	\$ 36.036,35
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 7.515,35	\$ 15.211,99	\$ 18.506,23	\$ 22.488,01	\$ 26.626,02
Participación empleados 15%		\$ 1.127,30	\$ 2.281,80	\$ 2.775,93	\$ 3.373,20	\$ 3.993,90
Impuestos a la Renta 22%		\$ 1.405,37	\$ 2.844,64	\$ 3.460,66	\$ 4.205,26	\$ 4.979,06
UTILIDAD NETA		\$ 4.982,68	\$ 10.085,55	\$ 12.269,63	\$ 14.909,55	\$ 17.653,05
Adición Gasto Depreciación		\$ 2.793,73	\$ 2.793,73	\$ 2.793,73	\$ 2.506,30	\$ 2.506,30
Adición Gasto Amortización		\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00
FLUJO NETO DE EFECTIVO	\$ (40.235,00)	\$ 13.576,41	\$ 13.679,28	\$ 15.863,36	\$ 18.215,85	\$ 20.959,35
FACTOR DEL VALOR PRESENTE	12%					
VAN	\$ 17.552,46					
TIR	27,03%					

4.7 Índices financieros proyectados.

En base al flujo de caja proyectado se calcula el VAN y el TIR del proyecto, de acuerdo a la siguiente descripción:

Tabla 10: Índices financieros

INDICES FINANCIEROS:		
1) VAN: Valor Actual Neto, en este cálculo se consideró el valor de la inversión inicial por USD 40.235,00, con un flujo de caja proyectado a cinco años, dando un resultado del VAN positivo de \$17.552,46, en este caso el proyecto es viable, es decir se tiene la certeza de que ganamos más dinero con este proyecto que invirtiendo en otros productos de renta fija.		
2) TIR: Tasa Interna de Retorno, al realizar el cálculo de la tasa obtenemos una TIR de 27,03%, que representa un rendimiento mayor al factor de valor presente (12%). El cálculo se basa en el Flujo de Caja proyectado.		
3) ANÁLISIS COSTO/BENEFICIO: El análisis de costo-beneficio sustenta que el proyecto es factible, puesto que se obtiene un índice de 1,53, lo que significa que por cada dólar invertido se obtiene 0,53 centavos de rentabilidad.		
AÑO	INGRESOS	EGRESOS
2016	\$ 40.938,40	\$ 33.423,05
2017	\$ 47.079,16	\$ 31.867,17
2018	\$ 51.787,08	\$ 33.280,85
2019	\$ 56.965,78	\$ 34.477,77
2020	\$ 62.662,36	\$ 36.036,35
TOTAL	\$ 259.432,78	\$ 169.085,19
Cálculo costo/beneficio	Ingresos / Egresos	
	259.432,78 / 169.085,19	1,53

Fuente: Estado de pérdidas y ganancias proyectado

Elaborado por: Sylvia Cazar

4.7 Punto de equilibrio proyectado.

Es el punto en el cual la empresa ni gana ni pierde y sirve para conocer el mínimo nivel de ventas a partir del cual se puede conseguir beneficios e iniciar lograr recuperar la inversión. Para obtener el punto de equilibrio se identificó el comportamiento de los costos y se calculó en base a la fórmula del punto de equilibrio donde el costo fijo total se divide entre la resta del precio de venta unitario menos el costo variable unitario, este resultado da el número de unidades necesarias para llegar al punto de equilibrio.

Tabla 11: Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO							
Descripción	Boda Completa	Boda Económica	Cumpleaños	Graduación	Primera Comunión /Bautizos	Despedidas de Solteros (a)	TOTALES
Unidades a producir	8	17	36	5	10	24	100
Costos variables unitarios:							
Costos directos	\$ 10.400,00	\$ 2.320	\$ 1.012	\$ 3.298	\$ 800	\$ 881	\$ 18.710
Costos indirectos	\$ 728	\$ 347	\$ 166	\$ 1.215	\$ 617	\$ 175	\$ 3.248
Total costos	\$ 11.128	\$ 2.667	\$ 1.178	\$ 4.513	\$ 1.417	\$ 1.056	\$ 21.958
Costos fijos totales: Arrendamiento, depreciación, salarios básicos	\$ 6.847	\$ 6.847	\$ 6.847	\$ 6.847	\$ 6.847	\$ 6.847	\$ 41.081
Precio de venta unidad	\$ 12.480	\$ 2.784	\$ 1.214	\$ 3.957	\$ 960	\$ 1.057	\$ 22.452
Margen de contribución unitario (precio de venta menos costos variable unitario)	\$ 1.353	\$ 117	\$ 36	(\$ 556)	(\$ 457)	\$ 1	\$ 494
Precio de venta unidad por cantidad	\$ 99.840	\$ 47.328	\$ 43.718	\$ 19.786	\$ 9.600	\$ 25.358	\$ 245.630
Porcentaje de participación de cada producto	41%	19%	18%	8%	4%	10%	100%
Precio según porcentaje	\$ 5.073	\$ 536	\$ 216	\$ 319	\$ 38	\$ 109	\$ 6.291
Costos según porcentaje	\$ 4.523	\$ 514	\$ 210	\$ 363	\$ 55	\$ 109	\$ 5.774
Proporcional costo fijo	\$ 2.783	\$ 1.319	\$ 1.219	\$ 552	\$ 268	\$ 707	\$ 6.847
Punto de equilibrio USD	16.698,05	7.915,52	7.311,82	3.309,10	1.605,58	4.241,14	\$ 41.081
Punto de equilibrio en Unidades	1	3	6	1	2	4	17

Elaborado por: Sylvia Cazar

CONCLUSIONES

- Del análisis realizado a través de la investigación de mercado, mediante la recolección de datos con las encuestas aplicadas, se pudo constatar que la empresa si tendría acogida dentro del mercado de los servicios de eventos.
- Se pudo identificar el nivel promedio de ingresos económicos de los posibles potenciales clientes, con esta información se podrá crear paquetes con presupuestos accesibles para ese mercado meta.
- Se determinó que aun cuando existen otras empresas que actualmente ofertan el servicio de eventos, éstas mantienen ciertas falencias. Esto es una ventaja para la nueva empresa que se va crear pues la clave será ingresar al mundo de los eventos con nuevas y mejores opciones y así lograr posesionar el negocio en el mercado actual de la organización de eventos.
- Se evidenció que la experiencia tiene un peso importante y está ligada a la calidad de los servicios recibidos. El cliente es el activo más valioso que posee una empresa y por tal motivo el nivel de servicio que se le otorgue debe ser excelente, es importante recordar que la fidelidad de los clientes es temporal pues siempre hay un competidor que está interesado en obtenerlo.
- Se determinó que la mejor forma de promocionar una nueva empresa es a través de las redes sociales pues con un presupuesto no tan elevado se puede llegar a varios segmentos de la población y de esta manera hacer conocer la nueva oferta de servicios para eventos.
- A través del análisis financiero se pudo determinar que la creación de la empresa es viable, pues las cifras proyectadas dieron positivas, esto permitió evaluar la rentabilidad del proyecto.

RECOMENDACIONES

- Realizar análisis constantes de las tendencias del mercado sobre la variedad de gustos y preferencias que tienen los clientes pues el sector de los eventos cambia constantemente, mientras más opciones actualizadas se presenten a los consumidores mayor será la posibilidad de que estos contraten los servicios de “Marquesa eventos”.
- Capacitar a los colaboradores periódicamente sobre temas como : excelencia en el servicio y ventas; y de esta manera asegurar que todo el personal se encuentre calificado para brindar a los clientes el mejor servicio y adicional adquieran conocimientos y habilidades con el fin de incrementar las ventas y llegar a cumplir los presupuestos que la empresa se proponga.
- Mantener una base de datos de los mejores proveedores para ofrecer variedad de opciones a los clientes.
- Ejecutar las estrategias de marketing propuestas con la finalidad de captar a los posibles consumidores potenciales y así lograr cumplir los objetivos que se proponga la compañía.
- Crear una base de referidos con los contactos de familiares y amigos de los clientes a quienes la empresa vaya otorgado sus servicios.
- Lanzar promociones que sean atractivas al cliente.
- Se recomienda antes de llevar a cabo un emprendimiento elaborar un plan de negocios, pues a través de este se podrá identificar el mercado objetivo, el valor de inversión inicial , las diferentes estrategias a seguir; en fin todo lo que se requiere para saber si es viable o no poner en marcha un negocio.

BIBLIOGRAFIA

- Arellano, R. (2000). *Marketing*. Mexico: Mc Graw-Hill.
- Bonini, C., Hausman, W. & Bierman, H.. (2000). *Análisis cuantitativo para los negocios*. Bogotá: McGraw-Hill.
- Cateora, P. & Graham, J. (2006). *Marketing internacional*. México: McGraw-Hill.
- Chiavenato, I. (2003). *Gestión del talento humano*. Bogotá: McGraw-Hill.
- Emery, D. R., Finnerty, J. D., & Stowe, J. D. (2000). *Administración financiera*. Mexico: Pearson Educación .
- Fischer, L., & Espejo, J. Á. (2004). *Mercadotecnia*. Mexico: Mc Graw-Hill.
- García, O. L. (1999). *Administración Financiera fundamentos y aplicaciones*. Cali-Colombia: Prensa Moderna Impresores S.A.
- Hellriegel, D., Jackson, S. & Slocum, J.. (2002). *Administración, un enfoque basado en competencias* . México: THOMSON.
- Hernandez, M., Aranda, M., Marquez, A., Moreno, M. & Vallejo, M.. (2000). *Casos prácticos de administración y organización de empresas*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Ildfonso, Esteban. (2005). *Marketing de los servicios*. Madrid: ESIC.
- Mc Daniel, C. & Gates, R. (2005). *Investigación de mercados*. México: THOMSON.
- Miranda, J. (2005). *Gestión de proyectos*. Bogotá: MM editores.
- Palepu, K. G., Healy, P. M., & Bernard, V. L. (2002). *Análisis y valuación de negocios*. Mexico: Thomson Learning .
- Pelton, L., Strutton, D. Lumpkin, J.. (2005). *Canales de marketing y distribución comercial* . México: McGraw-Hill.
- Robbins, S. (1998). *La administración en el mundo de hoy*. México: Pearson educación.
- Thompson, A., & Strickland III, A. (2004). *Administración Estratégica*. Mexico: Mc Graw Hill.

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta.

1. ¿Cuál es su Género?

- ☐ Femenino ☐ Masculino

2. ¿Cuál es su nivel de Ingresos?

- ☐ De \$ 800 - \$1200 ☐ De \$ 1201 - \$ 1600
☐ De \$1601 - \$ 2100 ☐ De \$ 2101 - adelante

3. ¿Usted a contratado una empresa organizadora de eventos?

- ☐ Sí ☐ No

4. ¿Para cuál acontecimiento usted contrataría los servicios de una empresa organizadora de eventos?

- ☐ Cumpleaños ☐ Bodas
☐ Bautizos ☐ primeras comuniones
☐ despedidas de soltero(a) ☐ graduaciones

5. ¿Cuál es la característica más importante para usted al momento de contratar un servicio de organización de eventos?

- ☐ Precio ☐ Promociones
☐ Descuentos ☐ Agilidad
☐ Variedad ☐ Experiencia

6. ¿Cómo calificaría los servicios recibidos de las empresas de eventos contratadas por usted?

- ☐ Excelente ☐ Bueno
☐ Regular ☐ Malo

7. ¿Al contratar una empresa de servicio de eventos a usted que le gustaría?

- ☐ Que la empresa se encargue de todo el evento
☐ Que la empresa le alquile el local y el menaje
☐ Que la empresa se encargue de un tema específico como: decoración, animación, etc.

8. ¿Dónde le gustaría realizar su evento?

- ☐ Restaurantes ☐ Domicilio
☐ haciendas ☐ Locales en hoteles

9. ¿Qué medio es de su preferencia para ofertar los servicios de organización de eventos?

- ☐ Periódico ☐ Radio
☐ Tv ☐ Redes sociales
☐ Páginas web

Anexo 2. Trámites legales para constitución de compañías.

2.1 Marco legal.

Los aspectos legales para la creación de una empresa están determinados por:

- La constitución legal a través de la superintendencia de compañías
- Registro Mercantil

2.1.1 Constitución de la Compañía.

Para realizar el proceso se debe acudir a las oficinas de la superintendencia de compañías en la ciudad de Quito, la misma que se encuentra ubicada en las calles roca 660 y av. amazonas, frente al hotel mercure.

2.1.2 Requisitos¹:

- Carta de apertura de la Cuenta de Integración de Capital.
- Documento de Denominación en línea.
- Escritura pública (4 testimonios entrega la Notaria).
- Carta del abogado que ingresa las escrituras.

2.1.3 Procedimiento:

El presente procedimiento inicia cuando el centro de atención al usuario (CAU) recibe la documentación requerida para el trámite, que en el caso de ser aprobado se genera una resolución aprobación de constitución que es entregada al usuario en las ventanillas del CAU junto con la documentación necesaria para cumplir con las disposiciones mencionadas en dicha resolución. Una vez cumplido con lo mencionado, la superintendencia de compañías emitirá y entregará al usuario los siguientes certificados:

- Nómina de accionistas.
- Hoja de datos generales.
- Cumplimiento de Obligaciones (CCO).
- Hoja de actos jurídicos de constitución.

En caso de que el trámite no haya sido aprobado, se entregará al usuario a través de las ventanillas de CAU una carta indicando las observaciones encontradas, devolviéndole toda la documentación recibida para que sea corregida y reingresada.

¹ Los requisitos y demás información se la ha obtenido de la página WEB: <http://www.tramitesciudadanos.gob.ec/tramite.php?cd=4305>, Extraído el 10 de Septiembre de 2013

El costo de este proceso es gratuito para todos quienes procedan a constituirse en persona jurídica, el tiempo estimado de entrega es de 72 horas.

2.1.4 Registro Mercantil.

Los requisitos en la ciudad de Quito son los siguientes:

- 4 ejemplares resolución de superintendencia de compañías
- 4 ejemplares de escritura
- El precio es según la cuantía del capital

Para inscripción de nombramientos se requiere presentar:

- 3 ejemplares del contrato
- depende de la cuantía

2.1.5 Afiliación Cámara de Comercio de Quito.

Los requisitos para afiliarse a la cámara de comercio de Quito son los siguientes:

- Copia de la escritura de constitución o estatutos aprobados
- Copia del RUC
- Copia de la resolución emitida por la superintendencia de compañías, y/o en el caso de bancos y financieras, la resolución emitida por la superintendencia de bancos
- Sentencia del juez, acuerdo ministerial o acta de aprobación si son sociedades colectivas o civiles
- Copia del Registro Mercantil
- Copia del Nombramiento de representante legal
- Copia de la cédula y papeleta de votación del representante legal, o a su vez, copia de la cédula o pasaporte y el censo del representante legal si es extranjero.

Para afiliarse como persona jurídica es necesario realizar el pago del valor de la inscripción y cinco cuotas sociales mensuales.

2.2 Marco Tributario.

A más de los aspectos y/o trámites legales que se puedan llevar a cabo en la creación de una empresa, las actividades tributarias son fundamentales dentro de todo el proceso reglamentario a seguir para el buen cumplimiento de la ley. Los permisos o documentos a obtener son los siguientes:

- Patente municipal
- Registro único de contribuyente (RUC).
- Licencia Metropolitana de Funcionamiento
- Permiso de funcionamiento de bomberos
- Permiso de funcionamiento emitido por el ministerio de salud

2.2.1 Patente Municipal².

Los requisitos para obtener la Patente Municipal son los siguientes

- Razón social
- Representante legal
- Número de cédula
- Dirección donde va a ejercer la actividad económica
- Clave catastral (es un dato importante respecto del predio donde se va a ejercer la actividad)
- Número telefónico
- Actividad económica principal con la que se inscribe la patente
- Además, se debe adjuntar una copia de la cédula y papeleta de votación de la persona que va a realizar la actividad económica.
- Constitución de la empresa o acuerdo ministerial para personas jurídicas que también deberán acompañar una copia de cédula, papeleta de votación y nombramiento del representante legal.

Luego se ingresa el formulario para generar el número de la patente. La validación de la misma estará lista en 24 horas a fin de que el contribuyente cancele el valor generado. El pago se lo puede realizar en todos los puntos de recaudación municipal localizados en las mismas administraciones zonales, balcones de servicios e instituciones bancarias con las cuales rigen convenios con la municipalidad.

² La información ha sido obtenida de la Página WEB:

http://www.noticiasquito.gob.ec/Noticias/news_user_view/patente_municipal_es_un_nuevo_requisito_para_obtener_el_ruc--2894, Extraído el 13 de Septiembre de 2013

2.2.2 Registro unico de contribuyente(RUC).

Para las personas jurídicas los requisitos son los siguientes:

- Llenar el Formulario RUC-01-A y RUC -01-B suscritos por el representante legal
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el registro mercantil
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución inscrita en el registro mercantil
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el registro mercantil.
- Original y copia de la hoja de datos generales otorgada por la superintendencia de compañías
- Identificación de representante legal y gerente general:
 - ecuatorianos: copia de la cédula de identidad y presentar el certificado de votación del último proceso electoral.
 - extranjeros residentes: copia de la cédula de identidad, si no tuvieran cédula presentan copia del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa 10 vigente.
 - extranjeros no residentes: copia del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa 12 vigente.

Para la verificación correspondiente de los establecimientos donde se realiza su actividad económica se solicita lo siguiente:

- Planilla de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de registro; o, comprobante del pago del impuesto predial, puede corresponder al del año en que se realiza la inscripción, o del inmediatamente anterior; o,
- Copia del contrato de arrendamiento legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato vigente a la fecha de inscripción.

2.2.3 Licencia Metropolitana de Funcionamiento.

Es el documento habilitante para el ejercicio de cualquier actividad económica dentro del distrito metropolitano de Quito, que integra las diferentes autorizaciones administrativas tales como: uso y ocupación de suelo (ICUS), sanidad, prevención de incendios, publicidad exterior, ambiental, turismo, y por convenio de cooperación ministerio de gobierno (Intendencia de Policía).

Requisitos Generales:

- Formulario único de solicitud de licencia metropolitana única para el ejercicio de actividades económicas - LUAE, debidamente llenado y suscrito por el titular del RUC o representante legal
- Copia de RUC actualizado
- Copia de cédula de ciudadanía o pasaporte y papeleta de votación de las últimas elecciones (persona natural o representante legal)
- Informe de compatibilidad de uso de suelo (cuando se requiera)
- Certificado ambiental (cuando se requiera)

Para Personas Jurídicas:

- Copia de escritura de constitución de la empresa (con resolución de la Superintendencia de compañías o la sentencia del juez según sea el caso).
- Copia del nombramiento del actual representante legal.
- Copia de cédula de ciudadanía y papeleta de votación del representante legal.
- Copia de estatutos y acuerdo ministerial (entidades sin fines de lucro)
- Copia de la resolución emitida por la dirección metropolitana financiera
- Tributaria, aprobando la exoneración del impuesto de patente municipal para las entidades sin fines de lucro
- Original de la declaración del 1.5 X mil sobre los activos totales del año inmediato anterior.

2.2.4 Permiso de funcionamiento de bomberos.

De acuerdo al marco legal vigente en el reglamento de prevención, mitigación y protección contra incendios del registro oficial edición especial N° 114 del jueves 2 de abril de 2009, para la obtención del permiso ocasional de funcionamiento se deberá cumplir con el artículo:

Art. 350.- El propietario del local o la persona interesada para obtener el permiso de funcionamiento debe presentar al cuerpo de bomberos la siguiente documentación:

- Solicitud de inspección del local;
- Informe favorable de la inspección;
- Copia de RUC

2.2.5 Permiso de funcionamiento emitido por el Ministerio de Salud.

No todos los requisitos solicitados son indispensables. Estos varían conforme la actividad que la empresa realice, para la empresa, los elementos indispensables son los siguientes:

- Solicitud de permiso de funcionamiento
- Planilla de inspección
- Copia del título profesional del responsable en caso de ser industria y pequeña industria
- Copia del RUC del establecimiento
- Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos

Anexo 3. Detalle de costos.

Evento:	BODA COMPLETA			
Lugar:	QUINTA AIRE LIBRE EN LA MAÑANA			
No. Invitados:	200			
Duración evento:	7 horas			
Descripción		Cant	P. Unit	P. Total
Menu 1				
Mousse de cangrejo con palta		200	\$ 50,00	\$ 10.000,00
sorbet de limon				
enrollado de pavo en salsa de manzana				
medallon de lomo fino en salsa oporto				
croqueta de papa				
ensalada waldort				
arroz con nueces				
postre Tiramisu				
PAQUETE INCLUYE :				
Alimentos y bebidas incluidas				
Consumo de bebidas soft gaseosas, hielo, agua sin gas				
Estación de bebidas calientes (café , aromaticas)				
Decoración mesa de dulces, 4 tipos bocaditos por persona				
Descorche cortesia				
Protocolo				
Logistica total del evento				
Chef a cargo del evento y personal de cocina				
Capitan de servicio y equipo de salonereros				
Equito tecnico				
Disco movil por 7 horas				
Decoración con flores				
Centro de mesa				
OTROS				
Fotografo		1	\$ 150,00	\$ 150,00
Hora Loca		1	\$ 250,00	\$ 250,00
		Subtotal		\$ 10.400,00
		IVA	12%	\$ 1.248,00
		TOTAL PROVEEDORES		\$ 11.648,00
		Comisión por venta		\$ 2.080,00
		Subtotal (2)		\$ 13.728,00
		IVA Ventas	12%	\$ 1.647,36
		TOTAL EVENTO		\$ 15.375,36

Evento:	BODA ECONÓMICA			
Lugar:	LOCAL PRIVADO			
No. Invitados:	70			
Duración evento:	7 horas			
Descripción		Cant	P. Unit	P. Total
Menu 1				
Crema de Zucchini a la menta		70	\$ 25,00	\$ 1.750,00
Paupiette de Pollo a las finas hierbas				
Papa a la crema con cebollin				
Sinfonía de Legumbres de estación				
Ravioli de manzana al calvados				
Postre nube de chocolate				
PAQUETE INCLUYE :				
Logística				
Mesas Sillas Vajilla y Meseros				
Brindis				
Pastel de Bodas				
Pastel		1	\$ 100,00	\$ 100,00
Equito tecnico				
Disco movil por 7 horas		1	\$ 150,00	\$ 150,00
Decoración con flores				
Centro de mesa		7	\$ 10,00	\$ 70,00
Decoración local		1	\$ 100,00	\$ 100,00
OTROS				
Fotografo		1	\$ 150,00	\$ 150,00
		Subtotal		\$ 2.320,00
		IVA	12%	\$ 278,40
		TOTAL PROVEEDORES		\$ 2.598,40
		Comisión por venta		\$ 464,00
		Subtotal (2)		\$ 3.062,40
		IVA Ventas	12%	\$ 367,49
		TOTAL EVENTO		\$ 3.429,89

Evento:	CUMPLEAÑOS		
Lugar:	Local en hotel		
No. Invitados:	50		
Duración evento:	5 horas		
Descripción	Cant	P. Unit	P. Total
Bocaditos de sal			
· Bolita de papa con tocino y queso	50	\$ 0,75	\$ 37,50
· Mini pincho de pollo	50	\$ 0,75	\$ 37,50
· Bolitas de carne con salsa napolitana	50	\$ 0,75	\$ 37,50
· Bolita de queso con salsa de especias	50	\$ 0,75	\$ 37,50
· Rollitos de jamón con queso y verduras	50	\$ 0,75	\$ 37,50
Bocaditos de dulce			
· Tartaleta de champiñones al ajillo	25	\$ 1,00	\$ 25,00
· Huevito chileno	50	\$ 0,65	\$ 32,50
· Brownie de chocolate	50	\$ 0,65	\$ 32,50
· Mini Donas	50	\$ 0,65	\$ 32,50
Adicional			
Tabla de quesos maduros, fiambres y aceitunas	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Decoración			
Adornos varios	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Decoración de globos	2	\$ 30,00	\$ 60,00
SHOW			
Hora loca (3 personajes)	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Descorche			
Licores	3	\$ 5,00	\$ 15,00
Vinos/ champagne	9	\$ 3,00	\$ 27,00
DJ			
Disco movil 5 horas	1	\$ 250,00	\$ 250,00
	Subtotal		\$ 1.012,00
	IVA	12%	\$ 121,44
	TOTAL PROVEEDORES		\$ 1.133,44
	Comisión por venta		\$ 202,40
	Subtotal (2)		\$ 1.335,84
	IVA Ventas	12%	\$ 160,30
	TOTAL EVENTO		\$ 1.496,14

Evento:	GRADUACIONES			
Lugar:	Hotel/Restaurante			
No. Invitados:	70			
Duración evento:	6 horas			
Descripción		Cant	P. Unit	P. Total
Menu 1				
Crepe de Champiñones Fondue		70	\$ 45,08	\$ 3.155,60
Miñonetas de lomo fino de res al vino tinto				
Papa William				
Zanahoria baby				
Postre a elección del chef				
PAQUETE INCLUYE:				
Alimentos y bebidas incluidas				
Consumo de bebidas soft gaseosas, hielo, agua sin gas				
Estación de bebidas calientes (café , aromáticas)				
Equipo tecnico				
Disco movil por 5 horas				
Decoración con flores				
Hermoso arreglo floral para la mesa				
Adicionales				
servicio de ropero				
amenities para baños				
valet parking de cortesia				
Descorche				
Licores		3	\$ 5,00	\$ 15,00
Vinos/ champagne		9	\$ 3,00	\$ 27,00
Otros				
Fotografo		1	\$ 100,00	\$ 100,00
		Subtotal		\$ 3.297,60
		IVA 12%		\$ 395,71
		TOTAL PROVEED		\$ 3.693,31
		Comisión por venta		\$ 659,52
		Subtotal (2)		\$ 4.352,83
		IVA Ventas 12%		\$ 522,34
		TOTAL EVENTO		\$ 4.875,17

Evento:	PRIMERA COMUNION /O/ BAUTIZOS			
Lugar:	Domicilio			
No. Invitados:	40			
Duración evento:	4 horas			
Descripción		Cant	P. Unit	P. Total
BOCADITOS				
Fondue de queso (en pan)		40	\$ 0,50	\$ 20,00
Huevitos de codorniz/salsa rosada		40	\$ 0,50	\$ 20,00
Dips de anchoas o atún		40	\$ 0,35	\$ 14,00
Empanaditas horneadas		40	\$ 0,35	\$ 14,00
Mini pastelitos de pollo o carne		40	\$ 0,45	\$ 18,00
Brochetitas de lomo		40	\$ 1,00	\$ 40,00
Brochetitas de pollo BBQ		40	\$ 1,00	\$ 40,00
Brochetitas de camaró con piña		40	\$ 1,00	\$ 40,00
Mini quiche de brocoli		40	\$ 1,50	\$ 60,00
Mouse de atún con tostadas		40	\$ 1,50	\$ 60,00
BEBIDAS				
Botellas de agua Dasani		40	\$ 0,30	\$ 12,00
PASTEL				
Torta decoración primera comunión		1	\$ 65,00	\$ 65,00
BEBIDAS				
Botellas de agua Dasani		40	\$ 0,30	\$ 12,00
DECORACION				
Adornos varios			\$ 100,00	\$ 100,00
Arreglos florales		3	\$ 30,00	\$ 90,00
EQUIPO TECNICO				
Micrófono (mesa, podium pie y de mano inalámbricos)		1	\$ 25,00	\$ 25,00
Sonido, amplificación, iluminación		1	\$ 50,00	\$ 50,00
PERSONAL DE APOYO				
Meseros		1	\$ 30,00	\$ 30,00
Guardias de Seguridad		1	\$ 40,00	\$ 40,00
OTROS				
Traslado de equipos		1	\$ 20,00	\$ 20,00
Traslado de personal de apoyo		1	\$ 30,00	\$ 30,00
		Subtotal		\$ 800,00
		IVA	12%	\$ 96,00
		TOTAL PROVEEDORES		\$ 896,00
		Comisión por venta		\$ 160,00
		Subtotal (2)		\$ 1.056,00
		IVA Ventas	12%	\$ 126,72
		TOTAL EVENTO		\$ 1.182,72

Evento:	DESPEDIDAS DE SOLTEROS (A)			
Lugar:	LOCAL PRIVADO			
No. Invitados:	30			
Duración evento:	4 horas			
Descripción		Cant	P. Unit	P. Total
Bocaditos dulce				
· Bolita de chocolate		30	\$ 0,65	\$ 19,50
· Pristiños		30	\$ 0,65	\$ 19,50
· Flan de coco		30	\$ 0,65	\$ 19,50
· Frutillas rellenas de chocolate		30	\$ 0,65	\$ 19,50
Bocaditos de sal				
· Pastelito de queso con tocino		30	\$ 0,85	\$ 25,50
· Pastelito de vegetales		30	\$ 0,85	\$ 25,50
· Pastelito de carne		30	\$ 0,85	\$ 25,50
· Pastelito de espárrago y jamón		30	\$ 0,85	\$ 25,50
· pastelito de pollo		30	\$ 0,85	\$ 25,50
DJ				
Disco movil		1	\$ 200,00	\$ 200,00
Show				
Striper		1	\$ 300,00	\$ 300,00
DECORACION				
Adornos varios			\$ 100,00	\$ 100,00
EQUIPO TECNICO				
Micrófono (mesa, podium pie y de mano inalámbricos)		1	\$ 25,00	\$ 25,00
Sonido, amplificacion, iluminación		1	\$ 50,00	\$ 50,00
		Subtotal		\$ 880,50
		IVA	12%	\$ 105,66
		TOTAL PROVEEDORES		\$ 986,16
		Comisión por venta		\$ 176,10
		Subtotal (2)		\$ 1.162,26
		IVA Ventas	12%	\$ 139,47
		TOTAL EVENTO		\$ 1.301,73