



*Asesorías y Tutorías para la Investigación Científica en la Educación Puig-Salabarría S.C.  
José María Pino Suárez 400-2 esq a Lerdo de Tejada, Jalisco, Estado de México. 7223898473*

RFC: ATI120618V12

**Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.**

<http://www.dilemascontemporaneoseduccionpoliticayvalores.com/>

**Año: VII**

**Número: Edición Especial**

**Artículo no.:68**

**Período: Febrero, 2020.**

**TÍTULO:** Las empresas organizadoras de eventos sociales en el cantón Salcedo y su influencia en el colectivo.

**AUTORES:**

1. Máster. Angela Verónica Paredes Núñez.
2. Estud. Liseth Abigail Bonilla Remache.

**RESUMEN:** La ausencia de empresas dedicadas a la organización de eventos sociales y el desconocimiento ante la prestación de un servicio integral y de calidad, es puntal principal para pensar en la creación de nuevas empresas dedicadas a esta categoría. Por tanto, la caracterización a través de un estudio situacional y económico, permitió identificar la factibilidad o rentabilidad de empresas de este tipo de servicios a través del estudio de diferentes factores (mercado, organizacional, técnico y financiero), teniendo como objetivo general el análisis referente a la influencia y aceptación en el medio de empresas dedicadas a la organización de eventos sociales a través de parámetros técnicos para el proceso integral y eficiente en el cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi.

**PALABRAS CLAVES:** Eventos, negocios, financiero, social, estrategias.

**TITLE:** The companies that organize social events in the Salcedo canton and their influence on the group.

**AUTHORS:**

1. Máster. Angela Verónica Paredes Núñez.
2. Stud. Liseth Abigail Bonilla Remache.

**ABSTRACT:** The absence of companies dedicated to the organization of social events and the lack of knowledge about the provision of a comprehensive and quality service, is the main reason to think about the creation of new companies dedicated to this category. Therefore, the characterization through a situational and economic study, allowed to identify the feasibility or profitability of companies of this type of services through the study of different factors (market, organizational, technical and financial), having as general objective the analysis referring to the influence and acceptance in the environment of companies dedicated to the organization of social events through technical parameters for the integral and efficient process in the canton of Salcedo, province of Cotopaxi.

**KEY WORDS:** Events, business, financial, social, strategies.

**INTRODUCCIÓN.**

En la actualidad, se buscan acciones que respondan a las expectativas y requerimientos de posibles y futuros clientes en busca de empresas dedicadas a la organización de eventos sociales. Actualmente debido a la evolución y cambios de comportamiento de las personas, que es influenciado por la tecnología y por ende ha incidido en el mercado, se puede mencionar que se presencia una etapa de mayor consumismo y el surgimiento de nuevas necesidades, esto implica que los clientes o consumidores, cada vez son más críticos y que buscan satisfacer sus necesidades de forma más moderna y especializada. Bajo ese contexto, en el ámbito de la prestación de servicios, cada vez más se hace latente, la capacitación del personal, gestión de la comunicación aplicando la tecnología, esto con el objeto de satisfacer a un público cada vez más exigente.

El escenario para la identificación referente a la aceptación de este tipo de empresas, es el cantón Salcedo, lugar en el cual las personas tienen interés en la creación de micro empresas para la generación de actividades económicas que permitan el crecimiento y las mejoras de las condiciones de vida de los habitantes de esta localidad; sin embargo, es importante tomar en cuenta que a pesar de las oportunidades que genera es un ámbito que requiere del aporte del sistema financiero para poder surgir. Una de las principales metas que se propone, es sobresalir dentro del sector turístico a nivel nacional.

Tomando en cuenta, que según datos publicados por el INEC (2018): “La proyección a nivel nacional es incrementar el número de empleos turísticos de 137,647 a 202,762, para el año 2021” (p.84). La información presentada crea un escenario favorable para la creación de una empresa cuyo enfoque sea la creación de eventos en el Cantón Salcedo. De igual manera, de acuerdo al informe emitido por el Ministerio de Turismo (2015), en la campaña nacional “Ecuador Potencia Turística”, en conjunto con la secretaria del estado, se sostiene que el Ecuador ha sido señalado como uno de los mercados objetivos para el fomento del turismo interno, ya que genera alrededor de USD 4 millones diarios y USD 900 millones al año, además se convierte en una importante fuente de empleo en el país.

En el Ecuador, la posibilidad de realizar emprendimientos relacionados con el turismo es bastante eficiente, principalmente en lo que se refiere al tema comunitario, esto con el fin de lograr la transformación de la matriz productiva y generar la activación económica de las zonas menos favorecidas. Es así que la ciudad de Salcedo contará con una agencia dedicada a la prestación del servicio de organización de eventos además de mencionar que, la necesidad de contar con una empresa de este tipo en la ciudad se hace cada vez más necesaria, de esta manera se ayudará al desarrollo socioeconómico del cantón.

Según Palacios (2016), la organización de eventos es un tema de actualidad en el país y las empresas que se dedican a esta actividad de manera profesional son muy cotizadas en el mercado logrando altos niveles de competitividad y rentabilidad.

La Municipalidad del cantón Salcedo ha realizado un diseño de desarrollo e implementación de su Plan de Desarrollo Turístico, para el aprovechamiento sostenible de los sectores turísticos del cantón, que beneficie a su vez el crecimiento de su economía, y el mejoramiento del nivel de vida de la población a la vez que desarrolla destinos turísticos y microempresas de nivel competitivo (Uchupanta, 2015, como se citó en Bonilla, 2019).

Se estima que en el cantón Salcedo, según los datos proporcionados por el INEC (2010), la población total es de 51.304 personas, tomando en cuenta como segmentación de mercado a la población que se encuentra entre los 15 hasta los 70 años. Se considera además que el núcleo familiar establecido por el INEC (2010), es de 3.8 personas por familia entonces se estima un mercado potencial ( $51.304 \times 3,8$ ) de 194,955 personas.

También se calcula la existencia de 116 matrimonios en el cantón Salcedo tomando en cuenta que no solo se puede realizar este tipo de eventos si no otros, razón por la cual se pueden interesar por una agencia de eventos y pueden recurrir a este negocio y ya no a las ciudades vecinas como Ambato o Latacunga.

## **DESARROLLO.**

En base a una latente necesidad en cuanto a servicios de organización de eventos, de la ciudad de Salcedo en la provincia de Cotopaxi, se opta por la creación de una empresa de eventos que cumpla con una variedad de servicios y actividades para la satisfacción de la ciudadanía. Tomando en cuenta que, actualmente la mayor parte de personas, buscan contratar un servicio, que cumpla con las

expectativas y requerimientos, para que el evento se lleve a cabo sin ningún inconveniente o contratiempo.

Cabe recalcar; además, que en la actualidad no existen empresas que ofrecen este tipo de servicio, ya que únicamente se encuentran proveedores con un solo tipo de servicio, tradicionales y que poseen escaso conocimiento en este ámbito, ante este panorama es importante mencionar que, para organizar un evento, al menos se debe tener conocimientos técnicos, sumado a ello es primordial también el dominio del tema de etiqueta y protocolo, que permita ofrecer un servicio de calidad al cliente.

### **Métodos.**

El procedimiento para la recolección de datos necesarios para el análisis social y financiero para identificar la aceptación de instaurar una empresa de organización de eventos, a través de una logística integral para satisfacer las necesidades de personas y empresas que requieren de esta asistencia en el cantón Salcedo, se basó en la modalidad Cualitativa – Cuantitativa debido al proceso de recolección de datos para posteriormente ser medida numérica y estadísticamente. Los tipos de investigación en los que se asentó dicho análisis corresponden a una investigación descriptiva, de campo y documental.

Los métodos que se emplearon, corresponden a Analítico – Sintético, Histórico – Lógico, e Inductivo – Deductivo. Estos métodos permiten descomponer el objeto de estudio para analizar y valorar sus particularidades, de igual modo analizar la evolución histórica del fenómeno objeto de estudio a través del análisis de la particularidad a lo general y general a la particularidad.

Las técnicas que se emplearon son la encuesta y la entrevista. La encuesta con el empleo de su herramienta correspondiente a un cuestionario estructurado de preguntas cerradas, se enfoca al PEA de Salcedo, correspondiente a un total de 31.786 personas según el censo del año 2010. Para esto se aplicó el cálculo de muestra, obteniendo un resultado de 244 habitantes a ser encuestados mediante la aplicación de esta técnica con una formulación de 10 interrogantes a ser contestadas, formulando preguntas como el conocimiento de empresas dedicadas a la organización de eventos de manera

integral, medios en donde se publicitan la oferta de estos servicios, acciones que se consideran importantes para la toma de decisión al momento de contratar una empresa para la organización de eventos, falencias que se evidencian durante la contratación del servicio de eventos, y demás interrogantes, pues fueron de objeto clave para determinar la información requerida para dar cumplimiento al objetivo planteado.

Otra de las técnicas que se empleó es la entrevista, mediante la aplicación del instrumento basado en 14 interrogantes, misma que fue aplicada a personas con empresas constituidas y certificadas en cuanto a la organización de eventos con un servicio integral.

Para el procesamiento y análisis de la información se consideran 6 aspectos, siendo estos: El diseño del cuestionario, la validación del cuestionario, aplicación del cuestionario, tabulación, sistematización y análisis e interpretación de resultados.

## **Resultados.**

### ***Resultados obtenidos de la encuesta aplicada al PEA del cantón Salcedo.***

De acuerdo a la información recopilada y los datos obtenidos, la población ha mencionado que entre las empresas que se dedican a gestionar y organizar eventos en el Cantón son: Hostería Surillal, Hostería Los Molinos y la Empresas Momentos, así mismo los medio por los cuales obtiene información referente a publicidad son a través de redes sociales, mostrando así con un 79%, seguido por radio con un 16% y finalmente con un 5% a través de medios impresos, evidenciando que la influencia de las redes sociales es predominante como un medio informativo en la actualidad.

Como parte de los servicios que la población busca al momento de organizar un evento social, se manifiesta factores como la decoración, alimentos, bebidas, animación, sonido, iluminación, fotografía y video, asesoría de imagen, estructura de escenarios y la locación, demostrando que el colectivo busca un servicio integral para armar su evento. De igual manera, referente a la interrogante

enfocada al conocimiento y la preparación de estas empresas, los encuestados afirman con un 67% que no están preparados, lo cual se evidencia una variable de insatisfacción ante dicha situación. Referente a la variable de precio, el 76% de encuestados, aseguran que los eventos son costosos, mientras que el 19% mencionan ser convenientes, y el 5% aseguran que son baratos, esto puede variar de acuerdo a los gustos, preferencias y modo de vida de las personas encuestadas.

Con un 96% de encuestados, aseguran que es factible establecer empresas dedicadas a la gestión de eventos de manera integral, lo cual son varias las variables y factores que se involucran en esta gestión. Las categorías a las cuales se enfocan los eventos, se orientan con un 33% hacia la organización de matrimonios, y es evidente que esto requiere de tiempo, gusto y recursos para su ejecución. La información procesada y analizada, orienta y encamina a identificar que el colectivo tiene la tendencia a aceptar este tipo de empresas, basadas en la asesoría y la integralidad de los servicios, además de abarcar conocimiento, experiencia y precio accesible.

### **Resultados obtenidos de la entrevista aplicada a empresas organizadoras de eventos del Cantón.**

Entre los resultados obtenidos posterior a la aplicación de la entrevista, se obtiene información relevante y que sustentan la investigación, es así que la mayor parte de empresas aseguran que sus emprendimientos han nacido como una compañía basada en la experiencia y en la necesidad de satisfacer gustos particulares del colectivo, así mismo se ha identificado que estas empresas están orientadas a ofrecer un servicio integral con respecto a la organización de eventos sociales. Entre estos servicios se mencionan decoración, alimentos, bebidas, animación, sonido, iluminación, fotografía y video, asesoría de imagen, estructura de escenarios y la locación, así mismo, ya que algunos de estos establecimientos ofertan el servicio de hospedaje, pues también se ha visto importante este rubro de ingreso para las empresas.

El promedio de eventos que estas empresas realizan anualmente oscila entre los 50 y 360 eventos, siendo la Hostería Imperio Real, el establecimiento que más eventos desarrolla.

Se manifiesta también, como se mencionó anteriormente que estas empresas brindan servicios orientados en la experiencia y el gusto por la organización, mas no bajo la preparación académica o técnica. De igual manera se menciona que las personas buscan integralidad de los servicios, precautelando cada detalle de acuerdo al tipo de evento. Se indica también, que no todos los eventos son perfectos, pues los inconvenientes más particulares son el exceso de invitados no confirmados, la cantidad de personas para asistencia de invitados, el servicio de alimentación e inclusive los detalles en la decoración y los acuerdos de firmas de contratos.

Las empresas dedicadas a la organización de eventos están estructuradas jerárquicamente de manera empírica, teniendo como parte de su organigrama a un gerente, gerente de banquetes o alimentos, decorador y equipo de logística. La mayor parte de empresas entrevistadas, aseguran que su trabajo es través de alianzas estratégicas, pues son diversos los proveedores y las categorías que deben ser solventadas para montar un evento.

Las fechas en donde se desarrollan la mayor parte de eventos son diciembre, aunque indistintamente, siempre hay eventos de cualquier índole que la gente realiza. Entre los precios que oscilan los servicios de eventos, varían desde los \$15.00, llegando hasta los \$29.00, lógicamente esto se modifica de acuerdo al presupuesto de los clientes, los servicios incluidos y las necesidades de los mismos, trabajando bajo un contrato de cancelación de los valores con un 50% antes del evento (a la reserva) y el restante 50% un día antes del evento. Los clientes potenciales de estas empresas son diversos, siendo entre estos las cooperativas de créditos, establecimientos educativos y personas particulares. Los medios que utilizan estas empresas para darse a conocer son la radio, la prensa, redes sociales y las recomendaciones personales. Estas empresas, se esmeran en cumplir las necesidades y las expectativas de los clientes, pues están conscientes que, ante una falla, hay clientes perdidos.



**Discusión.**

Posterior al proceso de análisis de resultados obtenidos, se evidenció las aportaciones y decisiones planteadas a través de acciones consideradas para identificar la aceptación de las empresas organizadoras de eventos en el medio social. Para ello se inició desde el análisis de la caracterización de las empresas, es decir la forma de constitución a través del Marco referencial y legal de empresa que lo instaura la Superintendencia de Compañías del Ecuador.

Es importante también asignar un nombre de referencia comercial a la empresa, pues esto permite identificar y diferenciar del mercado de competencia. Toda empresa debe estar sustentada en una base legal, misma que para este caso, nace bajo la Ley de Compañías (Honorable Congreso Nacional, 1999), indicando como referencia que, para constituirse como compañía limitada, su capital debe contar con un mínimo de \$400 y como mínimo 3 socios y máximo 15. Esto es lo que estipula al Art. 92 como datos principales.

Es importante recalcar también, que el trabajo eficaz se lo obtiene a través del diseño de alianzas estratégicas con empresas dedicadas a la prestación de servicios para la realización de eventos, mismos que demuestren características de calidad, responsabilidad y eficiencia permitiendo destacar la coordinación y efectividad en la logística de cada uno de los eventos, mencionando proveedores como: Decoración y mobiliario, bebidas y alimentos, animación, sonido, iluminación y equipo técnico, fotografía y video, asesoría de imagen, estructuras y escenarios, locación (salones, y espacios abiertos).

Encausar a la empresa hacia el éxito y la aceptación en el medio social, depende del planteamiento correcto y eficaz del direccionamiento estratégico, que permite trazar objetivos y logros a futuro, a través de la misión, visión y valores corporativos.

**Descripción del producto o servicio que ofrece.**

Se pretende ofrecer un servicio enfocado en eventos sociales de calidad, eficacia, eficiencia, creatividad, excelencia e innovación continua; por lo que cada evento cuenta con una planificación previa acorde a los requerimientos de los clientes, revisando detalladamente a través de una logística sistemática antes, durante y después del evento.

Para las alianzas se seleccionará a las empresas que oferten productos de calidad, precios justos, y se comprometan a cumplir con la logística que se desarrolla en este tipo de eventos basado en un servicio integral que se refiere a realizar de manera eficaz y calidad los eventos sociales, incluyendo personal calificado, materiales e insumos requeridos para la prestación del servicio; por lo tanto, los clientes contarán con un servicio integral, atractivo, creativo, y precios adecuados según los eventos, siendo competitivo con el mercado. Los servicios que oferta la empresa son: Matrimonios, Bautizos, Graduaciones, Quince años y otros eventos de carácter social.

**Clientes actuales y potenciales.**

Debido a que la empresa aún no está constituida, no cuenta con clientes actuales; no obstante, para conocer los clientes potenciales de este sector se considera la pregunta 4 de la encuesta, lo que ayuda a identificar el perfil de los clientes potenciales en referencia a las características como el interés, requerimientos, gustos y preferencias; connotando el mercado que se pretende captar o cubrir respecto a la oferta de un servicio integral enfocado en eventos sociales.

De igual manera, para conocer el mercado potencial se utiliza la pregunta 8 de la encuesta referente a la aprobación de la implementación de esta empresa que corresponde al 96% de las personas y la pregunta 9 de la encuesta relacionada con si contrataría estos servicios, representando el 83,61% de los encuestados. Con esta información se calcula el mercado potencial en cantidad de personas anual; es decir, del total de la PEA de Salcedo (48.063 personas), de esto se obtiene el 96% (46.093

personas); de esta última cifra se calcula que el 83,61% contrataría el servicio, obteniendo 38.537 clientes potenciales; no obstante, es importante identificar el mercado potencial en cantidad de servicios, es así que se considera la pregunta 11 respecto al presupuesto destinado para la organización de eventos, evidenciando que según González (2017), se registra una demanda del 40% para este tipo de empresas. Mientras que el ingreso promedio anual es de \$8.825,64 (Insituto Nacional de Estadística y Censos, 2019 como se citó en Bonilla, 2019).

El gasto promedio anual en función de la tasa de crecimiento del 40% por el ingreso promedio anual, generando \$3.351. Después, se procede a obtener el promedio del presupuesto para cada alternativa de la misma pregunta. El consumo per cápita se calcula de la división del gasto promedio para cada alternativa del promedio del presupuesto, al final se suma dichos resultados y se obtiene un total de 13 en consumo per cápita.

Tabla 1. Perfil de clientes potenciales.

<b>VARIABLE</b>	<b>CARACTERÍSTICA</b>
<b>Género</b>	Femenino
<b>Nivel social</b>	Medio
<b>Servicios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Decoración.</li> <li>• Catering.</li> <li>• Animación</li> <li>• Sonido, iluminación y equipo técnico.</li> <li>• Fotografía y video.</li> <li>• Asesoría de imagen.</li> <li>• Estructura y escenarios.</li> <li>• Locación (salones, y espacios abiertos).</li> </ul>
<b>Necesidades primordiales según la contratación del servicio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplimiento de los estándares requeridos del servicio.</li> <li>• Catering oportuno y de calidad.</li> <li>• Confirmación de invitados.</li> <li>• Sonido, iluminación y equipo técnico óptimo.</li> </ul>

<b>Tipos de evento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Matrimonio</li> <li>• Bautizos</li> <li>• Graduaciones</li> <li>• Quince años</li> </ul>
<b>Presupuesto</b>	Promedio estimado mínimo de \$3.383 *Costos implican a un determinado servicio, pero no al conjunto que oferta una empresa de evento.
<b>Medio</b>	Redes sociales

Fuente: Encuesta. Elaborado por: Liseth Bonilla (2019).

### Competidores directos.

La competencia directa se refiere a las empresas que ofertan iguales productos o servicios. En este caso la competencia directa es toda empresa organizadora de eventos sociales, ubicadas en la ciudad de Salcedo. A continuación, se presenta el detalle de la competencia directa para la empresa:

Tabla 3. Competidores directos.

<b>ESTABLECIMIENTOS QUE OFRECEN SERVICIO INTEGRAL DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS</b>			
<b>N°</b>	<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>LOCALIZACIÓN</b>	<b>SERVICIO</b>
1	Hostería “Imperio Real”	Av. Jaime Mata y Mario Mogollo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización de sociales – empresariales.</li> <li>• Paquetes de \$15 y \$30 por persona.</li> <li>• Costo: \$3.000 - \$ 6.000</li> <li>• Evento mensual: 30</li> <li>• Invitados: 200 personas</li> </ul>
2	Hostería “El Surilla”	Barrio Yanayacu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizadora de eventos sociales</li> <li>• Tres paquetes de \$23, \$27 y \$29 por persona.</li> <li>• Costo: \$4.600 - \$ 5.400 - \$5.800.</li> <li>• Evento mensual: 4 – 5</li> <li>• Invitados: 200 personas</li> </ul>
4	Quinta Jesbaral Eventos	Vía Anchilivi km 1 1/2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización de eventos sociales</li> <li>• Paquetes de \$30 por persona.</li> <li>• Costo: \$6.000</li> <li>• Evento mensual: 5.</li> <li>• Invitados: 200 personas</li> </ul>

5	Eventos Hacienda Nagsiche	Mulalillo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización de sociales – empresariales.</li> <li>• Paquetes de \$30 por persona.</li> <li>• Costo: \$6.000</li> <li>• Evento mensual: 4</li> <li>• Invitados: 200 personas</li> </ul>
6	Astros Eventos	Calles Rocafuerte y Abdón Calderón	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización de sociales</li> <li>• Paquetes de \$28 por persona</li> <li>• Costo: \$5.600</li> <li>• Evento mensual: 20</li> <li>• Invitados: 200 personas</li> </ul>

Fuente: Investigación de campo. Elaborado por: Liseth Bonilla (2019).

### **Productos sustitutos.**

“Un producto sustituto es parecido a otro, es decir, puede ser consumido o se suplantan la función que realizan los otros bienes o servicios” (González, 2012).

- **Bares:** Space Disco Bar, Krovs, Summer Club, etc.
- **Cafeterías:** Café Tradición, Café Torre – Eiffel París, El Café Pendiente, entre otros.
- **Restaurantes:** Di Fragole Restaurant, El Champerito, El Alabado Restautant & Grill, etc.
- **Discotecas:** Zona Fría, La Vagancia, Casa de Madera, etc.

Cabe mencionar que una empresa que organiza eventos sociales de manera completa o integral es de mayor preferencia que otras entidades que pueden ofrecer un servicio parecido, pues, las organizadoras de eventos ayudan a los clientes desde el más mínimo detalle para entregar un servicio de calidad con protocolos y logística previamente planificada.

### **Demanda actual.**

Para la demanda potencial de la empresa de eventos sociales se toma como referencia los resultados de la encuesta aplicada a la PEA del cantón Salcedo. Por lo que se considera la pregunta 8 referente a la aprobación de la implementación de esta empresa que corresponde al 96% de las personas y la

pregunta 9 relacionada con si contrataría estos servicios, representando el 83,61% de los encuestados.

Con esta información se calcula la demanda o mercado potencial según la cantidad de personas:

Tabla 4. Demanda en personas (anual).

DETALLE		VALOR
PEA Salcedo		48.063
Aprobación empresa	96%	46.093
Contraría servicios	83,61%	38.537
<b>DEMANDA EN PERSONAS</b>		<b>38.537</b>

Fuente: Encuesta. Elaborado por: Liseth Bonilla (2019).

Tabla 5. Demanda en cantidad de eventos.

DETALLE	% SEGÚN ENCUESTA	DEMANDA CALCULADA	NÚMERO DE EVENTOS	DEMANDA EN EVENTOS
\$500 - \$1000	27%	10.266	5	51.330
\$1.000 - \$1.500	18%	6.791	4	27.165
\$1.500 - \$3.000	47%	18.005	2	36.010
\$3.000 - \$5.000	5%	1.895	1	1.895
\$5.000 - \$10.000	4%	1.579	1	1.579
Más de \$10.000	0%	0	0	0
<b>TOTAL</b>		<b>38.537</b>	<b>13</b>	<b>117.979</b>

Fuente: Encuesta. Elaborado por: Liseth Bonilla (2019)

La demanda actual de eventos sociales es de 117.979 servicios anuales que requieren las personas; denotando que existe un mercado potencial que pueda ser aprovechado por la empresa de eventos.

### **Estrategias de promoción y difusión.**

#### ***Metas específicas.***

- Transmitir y propagar la marca de la nueva empresa en los clientes potenciales, ofreciendo servicios de calidad para recuerdos inolvidables.
- Lograr un posicionamiento oportuno en el mercado a través de una campaña de publicidad masiva.

- Brindar atención y asesoramiento personalizado a los clientes con la finalidad de persuadir a la adquisición de un servicio integral de organización de eventos sociales.

### **Mercado.**

#### ***Producto – servicio.***

Los servicios que ofertará la empresa son los siguientes: Matrimonios, Bautizos, Graduaciones, Quince años y otros.

#### ***Precio.***

En este ámbito, se efectúa un análisis de los costos, sobre esto se determina el margen de utilidad para obtener el precio final, el cual debe relacionarse al de la competencia y el presupuesto que destinan los clientes potenciales para la organización de eventos sociales.

#### ***Plaza.***

Se determina el canal de distribución con el propósito de que el servicio llegue al nicho de mercado potencial. Por lo tanto, la empresa de eventos, aplicará el siguiente canal de distribución:

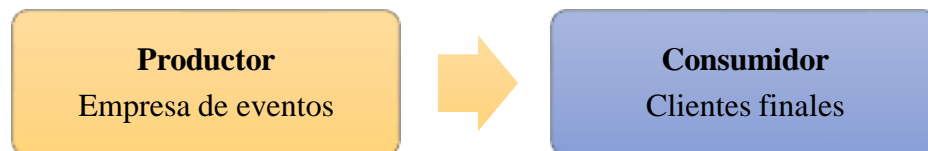


Figura 1. Canal de distribución. Elaborado por: Liseth Bonilla (2019).

La empresa maneja un canal directo, en el que los servicios de la organización de eventos se ofertan sin intermediarios. Además, se toma en cuenta las alianzas estratégicas que gestiona la empresa, es decir, los proveedores que ayudan a la entrega de un servicio de calidad.

### **Promoción y publicidad.**

Las estrategias para la promoción y publicidad se relacionan con los objetivos propuestos. A continuación, se detallan las estrategias: Diseñar página web para la empresa de eventos, establecer alianzas estratégicas con proveedores que permiten el desarrollo de eventos según los requerimientos

de los clientes, promocionar los servicios de la empresa a través de redes sociales y venta directa, participar con stands en ferias para nuevos emprendimientos enfocados en la organización de eventos, abrir espacios para que en los eventos se promocióne los servicios de los proveedores o las organizaciones aliadas a la empresa de eventos Cía. Ltda.

## **CONCLUSIONES.**

La elaboración del modelo de negocios planteado, permitió conocer los factores relevantes para la implementación de la empresa de eventos, para esto se conoció la forma de constituir el negocio, incluyendo estudios de mercado y aceptación en el medio.

En la ciudad de Salcedo se evidencia la falta de empresas especializadas en la organización de eventos sociales que brinden un servicio integral, pues, las que están actualmente en el mercado muestran falencias respecto a la gestión e implementación de técnicas para desarrollar esta actividad, pues, lo realizan de rutinaria o por experiencia adquirida, denotando la inexistencia de una gestión oportuna que requiere una empresa organizadora de eventos integral.

El estudio se fundamentó teóricamente en base al criterio establecido por diferentes autores relacionados con el tema propuesto, es decir, se identificó aspectos como el turismo MICE, demanda turística, plan de negocios, empresas organizadoras de eventos, entre otros; facilitando el desarrollo de la base conceptual de la investigación.

Con la utilización de técnicas y métodos se recabó información a través de una encuesta estructurada aplicada a 244 individuos pertenecientes a la PEA del cantón Salcedo, arrojando resultados del 96% de aprobación, el 86% contrataría en servicio de la empresa, con mayor preferencia por contratar eventos relacionados con matrimonio y bautizos. En cambio, la entrevista se identificó que la mayoría de negocio son pequeños emprendimientos, efectúan alianzas estratégicas, y los problemas más



frecuentes suele ser la acumulación de eventos para un solo día, superan el número de invitados y el transporte de arreglos florales gigantes.

## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.**

1. Bonilla, L.A. (2019). Modelo de Negocio para la creación de una empresa de organización de eventos sociales en el Cantón Salcedo, Provincia de Cotopaxi. Repositorio Universidad Regional Autónoma de los Andes- UNIANDES.
2. González, J. (2012). Franquicia de comida rápida mexicana “Guacamole”. Quito: USFQ.
3. González, P.C. (10 de junio de 2017). Mayor demanda de servicios para eventos entre mayo y agosto. El Comercio. Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/actualidad/demanda-servicios-eventos-graduaciones-primeracomunion.html>
4. Honorable Congreso Nacional. (1999). Ley de Compañías. Registro Oficial: 312. Recuperado de: [https://www.supercias.gob.ec/bd\\_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf](https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf)
5. Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). Ficha cifras generales. Salcedo. [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/.%20FICHAS%20F/0505\\_SALCEDO\\_COTOPAXI.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/.%20FICHAS%20F/0505_SALCEDO_COTOPAXI.pdf).
6. Instituto Nacional de Estadística y Censos. (junio de 2018). Plan estratégico institucional PEI 2018-2021. Ecuador en cifras. Recuperado de: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/LOTAIP/2018/DIPLA/agosto/Plan%20Estrat%C3%A9gico%20Institucional%202018-2021.pdf>
7. Ministerio de Turismo. (07 de mayo de 2015). Arranca en el país la campaña nacional “Ecuador Potencia Turística. Recuperado de: <https://www.turismo.gob.ec/arranca-en-el-pais-la-campana-nacional-ecuador-potencia-turistica/>

8. Palacios, J. (2016). Creación de una empresa de organización de eventos en la ciudad de Cuenca en el periodo 2012 – 2016. Cuenca: Universidad de Cuenca.

## **BIBLIOGRAFÍA.**

1. Agudelo, D.A. & Beltrán, J.N. (2013). Estudio de factibilidad para la creación de Santor Eventos S.A.S. una empresa de eventos sociales y entretenimiento en Zarzal (Valle de Cauca). Zarzal, Colombia: Repositorio Universidad Tecnológica de Pereira.
2. Almoguera, J. (2006). Plan de Negocios. Madrid: ESINE.
3. Asesores en Turismo para Empresas e Instituciones Públicas. (24 de noviembre de 2016). Demanda Turística. Turismo. Consultado el 20 de mayo de 2019, en: <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/>
4. Banco Central del Ecuador. (29 de marzo de 2019). La economía ecuatoriana creció 1,4% en 2018. Consultado el 10 de Julio de 2019, en: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1158-la-economia-ecuatoriana-crecio-14-en-2018>
5. Brito, L.V. & Parapi, M.P. (2013). Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la organización de eventos infantiles en la ciudad de Cuenca para el período 2011-2014. Cuenca: Repositorio Institucional de la Universidad de Cuenca.
6. Cerón, R.E. (2015). El marketing y la demanda insatisfecha: Cómo conocer y entender al cliente tan bien que el producto se venda solo. España: EAE.
7. El Telégrafo. (29 de agosto de 2012). Ecuador será sede de los más grandes eventos turísticos en América. Recuperado de: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/6/ecuador-sera-sede-de-los-mas-grandes-eventos-turisticos-en-america>

8. Instituto Mediterráneo Estudios de Protocolo. (6 de agosto de 2018). ¿Qué hace un organizador de eventos o event manager? Recuperado de: <https://www.protocoloimep.com/articulos/que-hace-un-organizador-de-eventos-o-event-manager/>
9. Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2018). Proyección de la población ecuatoriana, por años calendario según cantones 2010-2020. Quito.
10. Largo, L.F. & López, A.L. (2012). Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa de Eventos Dedicada a la Organización de Eventos Especiales y Corporativos en la Ciudad de Cali. Cali-Colombia: Universidad del Valle.
11. Radio Huancavilca. (6 de enero de 2019). Nuevo año, nuevas reglas tributarias. Recuperado de: <https://radiohuancavilca.com.ec/cifras/2019/01/06/nuevo-ano-nuevas-reglas-tributarias/>
12. Sánchez, C. (2015). Investigación de Mercado de una nueva empresa de fiestas para estudiantes. Madrid: Repositorio Universidad Pontificia Comillas.
13. Satellite Pro. (10 de marzo de 2019). Vista satelital de San Miguel de Salcedo. Consultado el 8 de Julio de 2019, en: <https://satellites.pro/mapa-de-San-Miguel-de-Salcedo#-1.030814,-78.581686,14>
14. Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021, Toda una Vida. Recuperado de: [http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL\\_0K.compressed1.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf)
15. UNIR EMPRENDE. (13 de mayo de 2013). Desarrollo Plan de negocio. Recuperado de: <http://emprende.unir.net/creatuempresa/desarrollo-plan-de-negocio/index.html>

**DATOS DE LOS AUTORES.**

**1. Angela Verónica Paredes Núñez.** Magister en Gerencia Empresarial. Docente de la Carrera de Turismo. Universidad Regional Autónoma de Los Andes, Uniandes, Matriz Ambato – Ecuador.

E-mail: [ua.angelaparedes@uniandes.edu.ec](mailto:ua.angelaparedes@uniandes.edu.ec)

**2. Liseth Abigail Bonilla Remache.** Estudiante egresada de la Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras. Universidad Regional Autónoma de Los Andes, Uniandes, Matriz Ambato – Ecuador.

E-mail: [lis1996remache@gmail.com](mailto:lis1996remache@gmail.com)

**RECIBIDO:** 7 de enero del 2020.

**APROBADO:** 19 de enero del 2020.