



FACULTAD DE TURISMO Y HOSPITALIDAD

PROYECTO DE CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS,  
“EVENTOS SOL Y LUNA”

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos  
para optar por el título de Licenciada en Gastronomía

Profesor Guía:  
Lic. Hernán Dávila

Autora:  
María Soledad Almeida Cerda

Año  
2014

### **DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA**

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

.....

Licdo. Hernán Dávila

C.C. 170686531-6

### **DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE**

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

.....  
María Soledad Almeida Cerda  
C.C. 1718544453

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco primero a Dios por ser una guía en mi camino.

A mis padres por darme el estudio, el apoyo, su sabiduría y sobre todo su amor en cada paso que doy.

Mis hermanas por ser un gran apoyo en el transcurso de mi carrera.

Mi novio quien con su incondicional cariño y amor siempre me apoyo en la ejecución de este trabajo.

A mis amigos que han estado ahí en los momentos complicados ayudándome cuando perdía las esperanzas.

A mis maestros quienes fueron una inspiración para convertirme en la profesional que soy ahora.

## **DEDICATORIA**

Este trabajo de tesis está dedicado con mucho cariño para mi abuelita Ruth Loza de Cerda quien fue es la más grande inspiración el tema de esta tesis y a todas personas que siempre me apoyaron, brindándome su incondicional apoyo en los momentos más difíciles de mi carrera y me ayudaron a seguir adelante.

## RESUMEN

El proyecto nace de la necesidad de aportar una solución a las personas y empresas insatisfechas con la calidad de sus eventos y aquellas que no han realizado eventos pero si es importante para las mismas. Este es un nuevo mercado en el Ecuador, ya que antes no se ofrecía este servicio de organización y coordinación de eventos integral, el mismo que está en un crecimiento muy acelerado, este proyecto pretende crear una compañía referente de la calidad, variedad, innovación y creatividad en cuanto a diseñar y organizar eventos se refiera y brindar solución a las empresas y personas al momento de diseñar y organizar eventos sociales, empresariales y otros servicios. En este proyecto se presenta un plan de negocios para poner en una empresa de Organización de eventos, encargada en su totalidad de los detalles en el diseño, coordinación, planificación y control del mismo. Este proyecto se encuentra dirigido a empresas y personas que no poseen el tiempo necesario para organizar un evento, y prefieren dejar todo en manos de terceros especializados en el tema. La principal y específica función de este proyecto es la creación de una empresa que a través de la coordinación y organización del evento, lo diseñe y convierta el mismo en lo tan anhelado para todas las personas y empresas en una realidad, y de esta manera logramos hacer del mismo el mejor de todos. Así podemos ahorrarles el tiempo a nuestros clientes y ampliaremos las oportunidades de los proveedores.

## ABSTRACT

The project was to provide a solution to dissatisfaction with the quality of its events and those events that have not performed but it is important for individuals and the companies themselves. This is a new market in Ecuador, not since before this service organization and coordination of events offered comprehensive, it is at a very rapid growth, this project aims to create a company as to the quality, variety, innovation and creativity in terms of design and organize events and provide solution relates to companies and individuals when designing and organizing social, business events and other services. In this project, a business plan is presented to start a company of Events, in full charge of the details in the design, coordination, planning and control. This project is aimed at companies and individuals who do not have the time to organize an event, preferring to leave everything in the hands of third parties specialized in the subject. The main specific feature of this project is the creation of a company through the coordination and organization of the event, and converts the same design as longed for all individuals and businesses into a reality, and so we make the very best of all. So we can spare the time to our customers and widen opportunities for suppliers.

# ÍNDICE

<b>INTRODUCCION.....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I. PLAN ESTRATÉGICO DEL PROYECTO ....</b>	<b>2</b>
<b>1.1.Antecedentes.....</b>	<b>2</b>
<b>1.2.Justificación.....</b>	<b>2</b>
<b>1.3.Concepto del negocio.....</b>	<b>3</b>
<b>1.4.Objetivos.....</b>	<b>3</b>
1.4.1.Objetivos Administrativos.....	3
1.4.2.Objetivos Financieros .....	4
1.4.3.Objetivo de Medio Ambiente .....	4
1.4.4.Objetivo Legal .....	4
1.4.5.Objetivo Social .....	4
<b>1.5.Ubicación del negocio.....</b>	<b>4</b>
<b>1.6.Análisis FODA.....</b>	<b>5</b>
1.6.1. Fortalezas.....	5
1.6.2. Oportunidades .....	5
1.6.3. Debilidades .....	5
1.6.4. Amenazas .....	5
<b>1.7. Misión.....</b>	<b>6</b>
<b>1.8. Visión.. .....</b>	<b>6</b>
<b>1.9.Análisis de la conformación Jurídica de la empresa.....</b>	<b>6</b>
<b>1.10. Permisos de funcionamiento.....</b>	<b>7</b>
<b>CAPITULO II. PLAN DE MARKETING.....</b>	<b>8</b>
<b>2.1.Objetivos de Mercado y Ventas.....</b>	<b>8</b>
<b>2.2.Políticas del producto.....</b>	<b>8</b>

<b>2.3. Imagen corporativa</b> .....	9
2.3.1. Logotipo.....	10
2.3.2. Isotipo.....	10
2.3.3. Pantone.....	11
2.3.4. Papelería de oficina.....	12
<b>2.4. Protección legal de la marca</b> .....	12
<b>2.5. Segmento de mercado</b> .....	15
<b>2.6. Encuesta</b> .....	15
2.6.1. Formato de la encuesta.....	16
2.6.2. Análisis de resultados.....	16
2.6.3. Conclusiones de la encuesta.....	21
<b>2.7. Análisis de la competencia</b> .....	21
2.7.1.1.2. Servicios y Salones.....	22
2.7.1.1.3. Cotización.....	23
2.7.1.2. Quinta Ángel de Piedra.....	23
2.7.1.2.1. Historia.....	23
2.7.1.2.2. Capacidad y Ubicación.....	24
2.7.1.2.3. Cotización.....	25
<b>2.8. Fuerza principal de impulsión</b> .....	25
<b>2.9. Política de Precio</b> .....	25
<b>2.10. Formas de pago</b> .....	26
2.10.1.12. Tipos de tarjeta de Crédito.....	30
<b>2.11. Políticas de promoción</b> .....	30
<b>2.12. Publicidad</b> .....	30
2.12.1 Publicidad Web.....	30
<b>2.13. Merchandising</b> .....	31

<b>3.1.Razón social de la empresa.....</b>	<b>32</b>
<b>3.2.Organigrama por puestos de trabajo.....</b>	<b>32</b>
<b>3.3.Personal inicial.....</b>	<b>33</b>
<b>3.4.Análisis y descripción de cargos.....</b>	<b>35</b>
3.4.1. Gerente General.....	35
3.4.2. Director Financiero.....	36
3.4.3. Director Comercial.....	37
3.4.4.Asistente de Compras / Proveedores.....	38
<b>3.5.Horarios.....</b>	<b>41</b>
<b>3.6.Gestión de recursos humanos.....</b>	<b>43</b>
3.6.1. Objetivos.....	43
3.6.2.Capacitación.....	43
3.6.3.Proceso y sistema de contratación.....	43
3.6.4.Tipos de contratos.....	44
3.6.4.1. Contrato a Plazo Fijo.....	44
3.6.4.2. Contrato Temporal o a Destajo.....	44
3.6.5. Establecimiento de sueldos.....	45
<b>3.7.Acuerdos y contratos con otras empresas.....</b>	<b>45</b>
3.7.1.Cotización de Fotografía.....	46
3.7.2.Cotización Local.....	49
<b>3.8.Política de servicio.....</b>	<b>50</b>
<b>3.9.Cultura Organizacional.....</b>	<b>51</b>
<b>4.1.Presupuesto de Inversión.....</b>	<b>52</b>
<b>4.2. Uniformes.....</b>	<b>55</b>
<b>4.3.Menaje necesario para el Evento.....</b>	<b>55</b>
<b>4.4.Equipos de Oficina y Accesorios.....</b>	<b>58</b>

<b>4.5.Total de Inversión.....</b>	<b>59</b>
<b>4.6.Préstamo realizado en la CFN.....</b>	<b>60</b>
<b>4.7.Cálculo estimativo de la nómina salarial.....</b>	<b>60</b>
<b>4.8.Ventas Estimadas.....</b>	<b>62</b>
<b>4.9.Gastos de Funcionamiento.....</b>	<b>63</b>
<b>4.10.Estado de pérdidas y ganancias presupuestado.....</b>	<b>65</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>67</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>68</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>69</b>

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad, las empresas y personas naturales, no poseen el tiempo necesario para dedicarlo en la organización de un evento o reunión a realizar, por esta razón nuestra empresa ofrece el este servicio en una forma completa y exclusiva, para que de esta forma los clientes no tengan que ocuparse de nada más que de disfrutar de lo que ellos tanto soñaron. Esta empresa brinda aparte un asesoramiento en el evento tanto en la organización, coordinación y control del mismo, desde el primer día que el cliente busca el servicio, sin quitarle tiempo con cuestiones sin importancia, lo único que debe hacer es explicar que es lo espera de su evento, EVENTOS SOL Y LUNA se encarga de todo a partir de ese momento hasta el día del evento, por supuesto todo esto se realizara de acuerdo a los gustos y preferencia de los anfitriones, de esta manera creamos expectativa tanto en ellos como en sus invitados

## **Capítulo I. Plan estratégico del proyecto**

### **1.1. Antecedentes**

Toda idea nace de una necesidad o de una provocación de crear o recrear algo que pueda ser expuesto para el beneficio del hombre, es así que la incursión de desarrollar y ofrecer un concepto de Servicio de Eventos va de la mano a una demanda existente poco satisfecha en la relación "ciudad sociedad". Se afirmara por tanto luego de una investigación y análisis concreto que el crecimiento de la ciudad de Quito necesita paralelamente a toda su formación de ciudad cosmopolita, satisfacer algunas demandas culturales y sociales son como matrimonios, bautizos, reuniones de empresas, etc.; que en principio fueron proporcionados por establecimientos que en su mayoría eran hoteles que por su prestigio y capacidad abarcaban la gran mayoría de los contratos. Dichos establecimientos pueden cubrir un número medianamente grande de personas, clientes estos que estaban fuera del contexto de la oferta de algunos restaurantes o sala de eventos de ese entonces.

Actualmente el desarrollo de nuevas competencias laborales y profesionales ha hecho, que estas nuevas generaciones, puedan incursionar en una oferta de servicios modernos, eficientes y diferentes, a los años anteriores sumándose a esto el crecimiento poblacional de la ciudad la cual se nutre de nuevas familias migrantes de provincia, entre otros. Hace que se proponga una proyección de servicios evidentemente novedoso no solamente a la ciudad de Quito sino también a sus alrededores como son los valles más cercanos.

### **1.2. Justificación**

El proyecto nace de aportar una solución a las personas y empresas insatisfechas con la calidad de sus eventos y aquellas que no han realizado eventos por el miedo a que estos no salgan como lo esperan. Este es un nuevo mercado en el Ecuador, ya que antes no se ofrecía el servicio de organización

y coordinación completa y especializada en eventos, el mismo que está en un crecimiento muy acelerado, pretende crear una empresa referente de la calidad, variedad, innovación y creatividad en cuanto a diseñar nuevas tendencias y estilos para de esta formar brindar solución a las empresas y personas en el momento de la ejecución del evento. La principal y específica función de este proyecto es la creación de una empresa que a través de la organización del evento, cumpla las expectativas de las personas y empresas que los contrataron, y de esta manera lograr crear un evento único e inigualable. Así poder ahorrarles tiempo a los clientes.

### **1.3. Concepto del negocio**

Crear una empresa conformada por un equipo de profesionales en el área de la gastronomía y el servicio. La cual maneja convenios estratégicos con otras empresas que permitan conjuntamente satisfacer los gustos, “sueños” y preferencias únicas y posiblemente exclusivas de los clientes. Todo esto procurando crear estilos y tendencias en un segmento de mercado de clase media alta y alta.

### **1.4. Objetivos**

Realizar eventos con gran originalidad a fin de crear tendencias y estilos que garanticen ser únicos e inigualables en una relación costo-beneficio con su segmento de mercado. La atención especializada, la calidad de los productos y servicio, su eficiencia es parte de la filosofía corporativa que satisface las expectativas de los participantes.

#### **1.4.1. Objetivos Administrativos**

- Establecer una estructura organizacional adecuada a fin de poner desarrollar funciones con responsabilidad inherentes a cada necesidad

intrínseca de la empresa a fin de dar cumplimiento a su misión y objetivo general.

#### **1.4.2. Objetivos Financieros**

- Determinar el monto de inversión necesario, los costos para el desarrollo e implementación del negocio para llegar a cumplir los parámetros establecidos para iniciar el desarrollo del mismo.
- Recuperar la inversión inicial hasta finalizar el primer año.

#### **1.4.3. Objetivo de Medio Ambiente**

- Desarrollar Políticas y Procedimientos a fin de que se minimice el impacto en la naturaleza por causa de realizar un evento.

#### **1.4.4. Objetivo Legal**

- Crear la empresa en la ciudad de Quito cumpliendo con las normas y leyes que rigen.
- Normar que se re-inviertan las ganancias de la empresa para mantener a la empresa solvente y competitiva.

#### **1.4.5. Objetivo Social**

- Establecer una relación de respeto y responsabilidad ética profesional en vínculo proveedor-empresa.
- Generar y priorizar la entrega de plazas de trabajo a quienes vivan cercanos al lugar donde se desarrollará el evento.

### **1.5. Ubicación del negocio**

La oficina de atención a clientes potenciales de Eventos Sol y Luna Se encontrara ubicada en la ciudadela Los Laureles, en el Norte de Quito; es un sector estratégico donde los consumidores tendrán fácil acceso, pero en la medida de lo posible trataremos de realizar la primera reunión con nuestros

clientes en su domicilio y la segunda en el local escogido por el mismo para que lo conozca, de esta manera explicamos nuestro avance con el evento.

## **1.6. Análisis FODA**

### **1.6.1. Fortalezas**

- Personal altamente calificado en el tema eventos.
- Liderazgo en costos, precios justo por un evento personalizado.
- Manejo de una extensa base de datos de clientes potenciales.

### **1.6.2. Oportunidades**

- Encontrar un mercado insatisfecho por carencia de empresas que se dedican a la misma actividad.
- Ser una empresa joven en el medio con alto potencial de posicionamiento.
- Realizar alianzas estratégicas
- Segmento al que nos dirigimos

### **1.6.3. Debilidades**

- Poca solvencia económica.
- Contar con pocos recursos de calidad a nivel nacional en cuestiones de equipos, materiales de decoración, etc.

### **1.6.4. Amenazas**

- Aparición de otras empresas similares en el tiempo de crecimiento y posicionamiento de la empresa Eventos Sol y Luna.
- No lograr una fidelidad con nuestro segmento.
- Políticas Económicas cambiantes que regulen el mercado por parte del Gobierno.

### **1.7. Misión**

Eventos Sol y Luna es una empresa especializada en brindar sus servicios en la ciudad de Quito con atención eficiente y cordial, la cual se caracteriza por proveer una asistencia completa en cada uno de los detalles y especificidades señalados por sus clientes. Requerimientos que son entregados con originalidad, calidad y puntualidad a fin de mantenernos muy competitivos y superar las expectativas tanto de los contratantes como de los invitados o participantes; creando y generando así, tendencias y estilos únicos en cada evento a realizarse.

### **1.8. Visión**

Eventos Sol y Luna será desde el inicio de sus operaciones una empresa que marque el liderazgo en el mercado social medio alto y alto de la ciudad de Quito en cada uno de sus eventos. Siendo identificada como la más innovadora y creativa empresa que se ocupa de satisfacer por completo los requerimientos de sus contratantes a fin de poder recrear otra empresa similar como sucursal en los siguientes tres años en la ciudad de Riobamba.

### **1.9. Análisis de la conformación Jurídica de la empresa**

Eventos Sol y Luna se constituirá como una empresa de Responsabilidad Limitada para esto se tiene que cumplir con los requisitos y esperar la aprobación de la superintendencia de compañías para empezar con su actividad económica.

**“Art. 94.-** La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidos por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, seguros, capitalización y ahorro.” CODIFICACION DE LA LEY DE COMPAÑIAS. (2014).

“**Art. 95.-** La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince, si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.” CODIFICACION DE LA LEY DE COMPAÑIAS. (2014).

### 1.10. Permisos de funcionamiento

En el Ecuador es necesario tener al día 8 permisos para que la empresa no tenga ningún problema con la ley y pueda seguir con el funcionamiento de la misma. Estos permisos poseen rubros distintos y otros que no tiene costo por un tiempo determinado:

Tabla 1. Precios de permisos de funcionamiento para una empresa en el Ecuador.

Permisos	Cantidad	Rubro a Cancelar
Patente Municipal	1	45 USD
Licencia Metropolitana	1	Sin costo
Registro en Quito Turismo	1	200 USD
Permiso de Bomberos: tener extintores llenos.	1	45 USD c/u
Pago del Impuesto Predial	1	150 USD
SAYCE (derechos de autor)	1	77 USD
Permiso Ambiental: tener papeles al día	1	Sin costo por 2 años
	<b>Total:</b>	532 USD

**Nota:** En esta tabla constan los precios de los principales permisos de funcionamiento, costos que pueden variar cada año.

## **CAPITULO II. PLAN DE MARKETING**

### **2.1. Objetivos de Mercado y Ventas**

- Establecer el tamaño de mercado real para este tipo de empresas en la ciudad de Quito y de esta manera determinar el nicho de mercado en el que “Eventos Sol y Luna” se debe desenvolver.
- Demostrar la viabilidad y factibilidad económica del mercado para establecer una empresa de organización integral de eventos en la ciudad de Quito.
- Distribuir material POP que identifique nuestra organización, alternativas de eventos, precios, et. A fin de generar conocimiento y expectativa de la empresa.

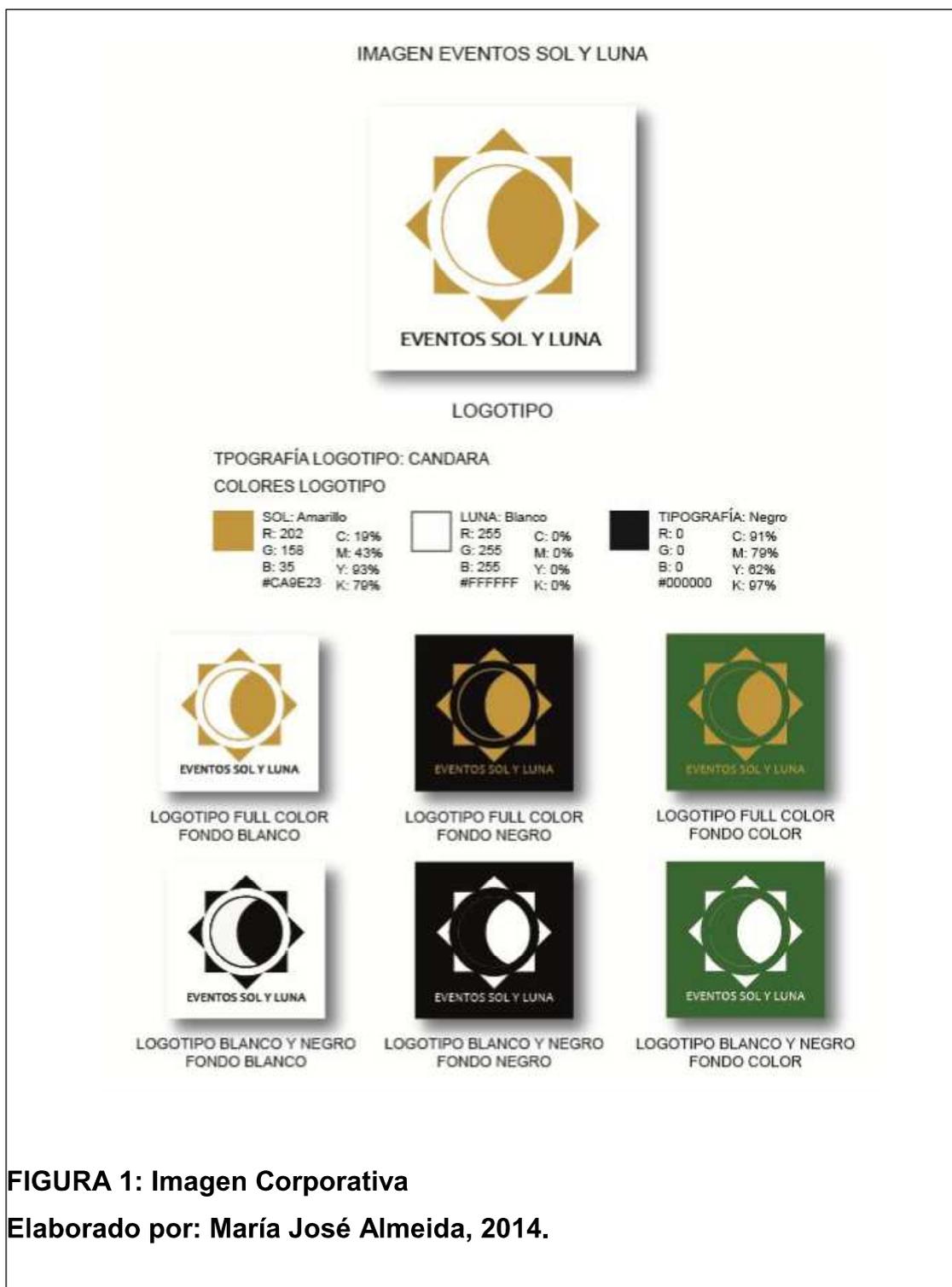
### **2.2. Políticas del producto**

La empresa, EVENTOS Sol y Luna, como su nombre lo indica se encarga de desarrollar y diseñar eventos exclusivos y originales tanto en el día como en la noche, plasmando en cada evento las preferencias y especificaciones de los clientes, para ello poseemos asesores y proveedores profesionales en el ámbito, los que se encuentran completamente equipados con todo el material que sea necesario para ofrecer un servicio único, eficiente y de calidad en lo que a eventos se trata. Pretendiendo así llegar a ser una empresa innovadora, dinámica y de total confianza para los clientes.

Por esta razón Eventos Sol y Luna divide sus servicios de acuerdo al tipo de evento que el cliente desea realizar, ofreciendo paquetes diferenciados tomando en cuenta sus preferencias y especificaciones. Cada uno de estos eventos están sujetos a sus respectivo precio y gama de productos que se

ofrecen al proporcionar el servicio, algunos de los servicios de los proveedores estarán estructurados de acuerdo a su exclusividad.

### 2.3. Imagen corporativa

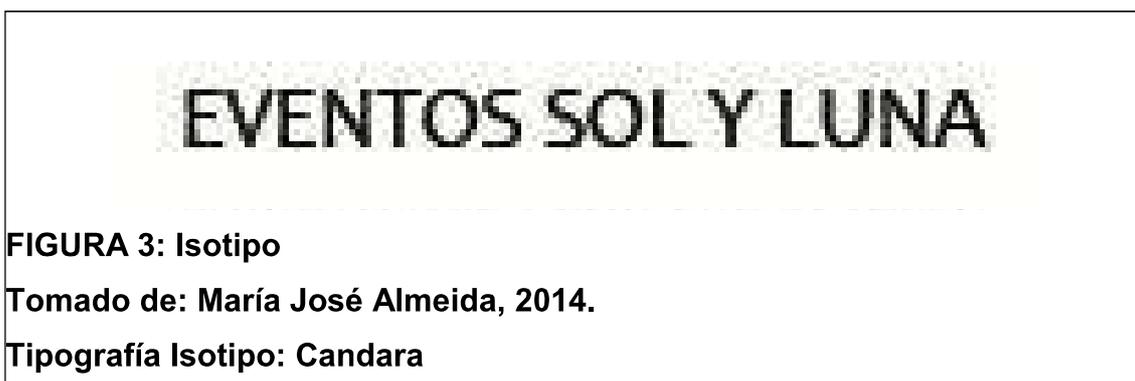


### 2.3.1. Logotipo



El logotipo es una fusión de un sol con un cuarto de luna. Se hizo una síntesis formal de ambos elementos hasta llegar a una imagen plana y fácilmente reconocible tanto del solo como de la luna. El color del sol es amarillo y la luna en blanca al igual que en la vida real. Se decide hacer esta síntesis formal para transmitir elegancia y sobriedad, características del servicio que son parte de la promesa de valor de la empresa.

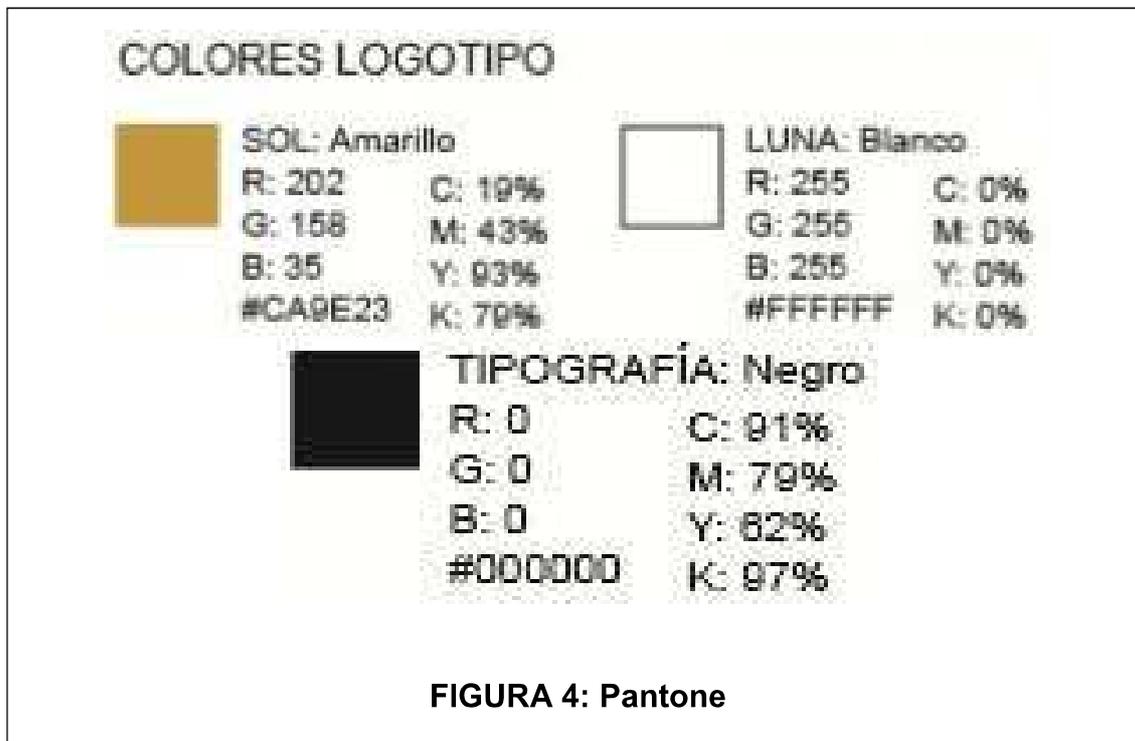
### 2.3.2. Isotipo



Se usa este tipo de letra puesto que es de fácil comprensión para los cliente, ya que es una letra agradable hacia la vista de las personas, como el texto es largo se debe usar una letra clara para que el nombre sea mucho más fácil de recordar la empresa y por último se usó el color negro para que estas no se lleguen a confundir con el logotipo sol y luna.

### 2.3.3. Pantone

Colores utilizados para la elaboración del logotipo e isotipo con los códigos



### 2.3.4. Papelería de oficina



**FIGURA 5: Tarjeta de Presentación**



**FIGURA 6: Papelería Corporativa de Eventos Sol y Luna**

## 2.4. Protección legal de la marca

Para poder obtener toda la protección legal que el gobierno ofrece a una marca tenemos que registrarla en el IEPI (Instituto Ecuatoriano de Propiedad

Intelectual), a continuación se explica todo lo que es necesario para registrar la marca y sus beneficios:

#### **2.4.1. ¿Quién puede registrar una marca?**

Puede registrar una marca cualquier persona natural o jurídica, sea nacional o extranjera. (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, 2014)

#### **2.4.2. ¿Qué se puede registrar?**

Constituye marca cualquier signo que pueda por sí sólo distinguir los productos o servicios que expende en el mercado, respecto de otros ya existentes, para lo cual deberá ser susceptible de representación gráfica. (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, 2014)

#### **2.4.3. Beneficios y Derechos que confiere el registro de una Marca**

- Derecho al uso exclusivo, solo el titular puede hacer uso del signo.
- Protección en toda la República Ecuatoriana y derecho de prioridad en los países de la Comunidad Andina de Naciones (Colombia, Perú y Bolivia), dentro de los primeros seis meses de presentada la solicitud en nuestro país.
- Derecho de presentar acciones legales civiles, penales y administrativas en contra de infractores.
- Desalienta el uso de su marca por los piratas.
- Protege su prioridad del registro de estas
- marcas en otras naciones.
- Permite restringir la importación de bienes que utilizan marcas que infringen derechos.
- Derecho de otorgar Licencias a terceros y de cobrar regalías.
- Derecho de franquiciar su producto o servicio.
- Ceder los derechos sobre su marca a terceros.
- Posibilidad de garantizar un crédito con su marca.

- Al registrar su marca la convierte en un activo intangible, el cual en muchas ocasiones llega a convertirse en el activo más valioso de su empresa. (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, 2014)

#### **2.4.4. Consejos para registrar una marca**

Previa la presentación de una solicitud, es pertinente realizar una búsqueda de antecedentes, es decir, verificar que no exista en el mercado signos parecidos o similares que impidan su registro. El costo de la búsqueda fonética asciende a la suma de USD\$ 16. (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, 2014)

#### **2.4.5. Procedimiento de registro**

Presentada la solicitud, pasa a un examen de forma, revisando que cumpla con todos los requisitos, de ser así se publica en la Gaceta de Propiedad Industrial, con la finalidad de que terceros tengan conocimiento de las peticiones efectuadas. Si no existe oposición, se efectúa el examen de registrabilidad para la posterior emisión de la resolución que acepta o rechaza el registro y en caso de concesión, el trámite concluye con la emisión del título de registro. (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, 2014)

#### **2.4.6. Tasas por registro de marca**

- Trámite por solicitud de marca, nombre comercial, lema comercial, apariencia distintiva asciende a la suma de USD\$ 116.
- Trámite de solicitud de marcas colectivas, marcas de certificación, asciende a la suma de USD\$ 252.
- Trámite de solicitud de denominaciones de origen asciende a la suma de USD\$ 228
- Trámite de registro de marca tridimensional, asciende a la suma de USD\$ 336. (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, 2014)

#### **2.4.7. ¿Qué tipo de acciones existen para defender mi marca?**

En caso de uso indebido de una marca, el titular puede iniciar acciones civiles, penales y administrativas. (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, 2014)

#### **2.4.8. Formularios para obtener una marca registrada**

Véase en el Anexo No.1

### **2.5. Segmento de mercado**

La Empresa Eventos Sol y Luna se enfoca así un segmento de mercado alto y medio alto, dirigido a todas las personas naturales que buscan celebrar sus fiestas con un estilo original y exclusivo, sin tener que preocuparse por nada, y para que esta sea cumpla buscan un organizador de eventos que resuelva todas sus inquietudes para que el evento salga de la mejor manera y de esta forma se cumplan sus sueños y expectativas que los clientes esperan en su evento.

### **2.6. Encuesta**

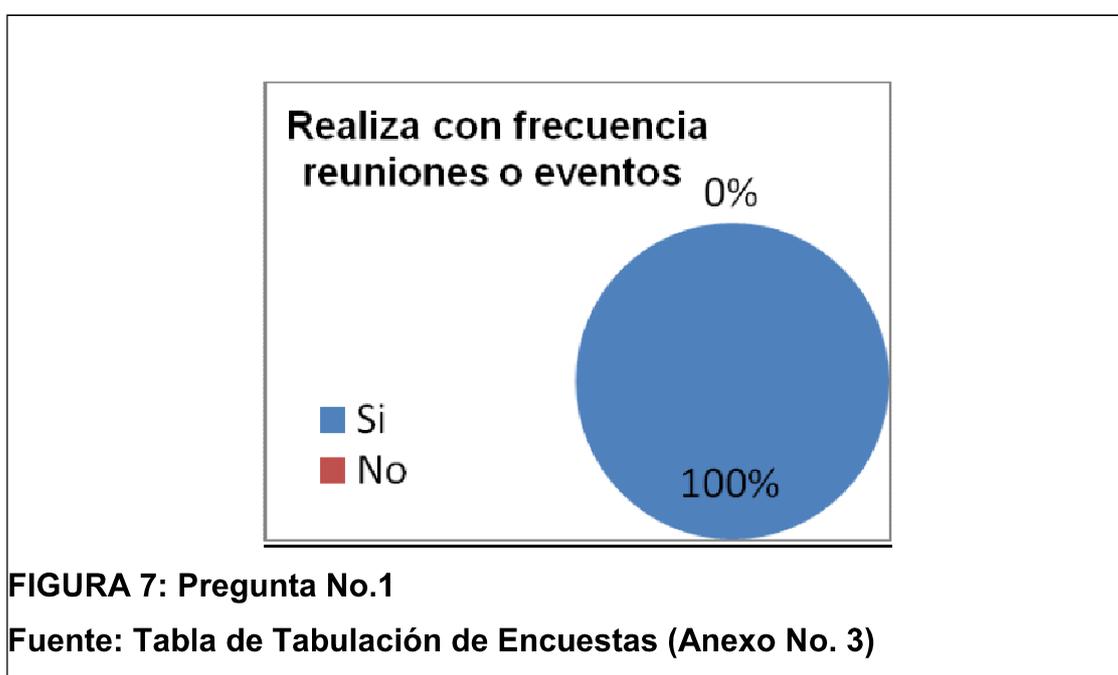
Una encuesta es un estudio observacional en el que el investigador busca recaudar datos por medio de un cuestionario previamente diseñado, sin modificar el entorno ni controlar el proceso que está en observación (como sí lo hace en un experimento). Los datos se obtienen realizando un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio, integrada a menudo por personas, empresas o entes institucionales, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos. El investigador debe seleccionar las preguntas más convenientes, de acuerdo con la naturaleza de la investigación.

### 2.6.1. Formato de la encuesta

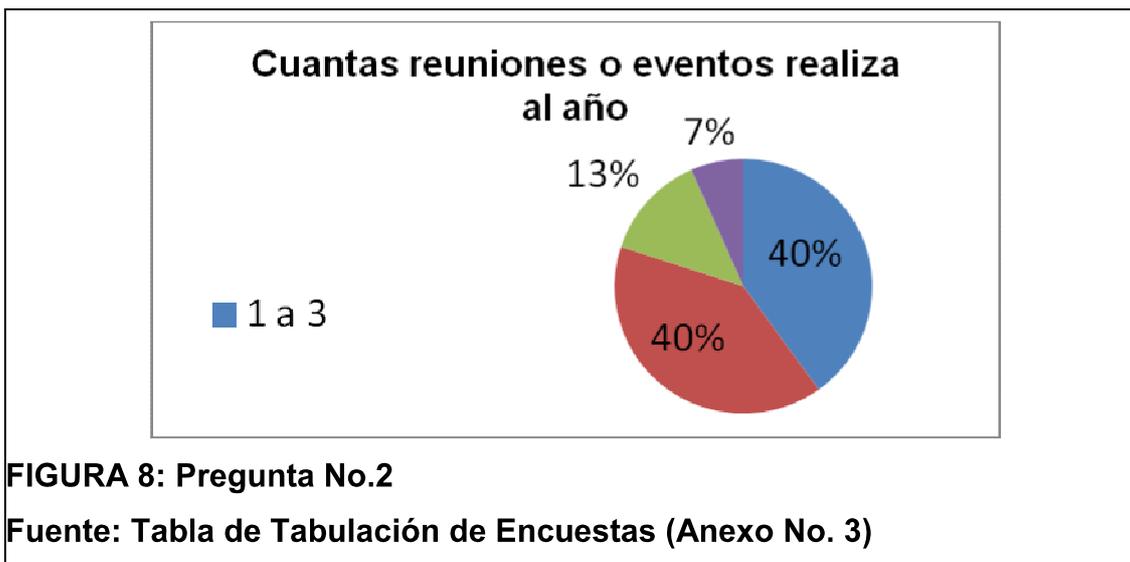
Véase en Anexo No. 2

### 2.6.2. Análisis de resultados

Aquí se presenta el análisis de resultado de las encuestas que se realizó para saber cuál es la aceptación de la empresa en el mercado actual.



**Nota.** Después de realizar la tabulación de las encuestas, realizadas en la ciudad de Quito se obtuvo como resultado que de 30 encuestas el 100% contestaron de manera positiva que realizan Reuniones o Eventos con frecuencia como podemos observar en el gráfico y en el cuadro.



**Nota.** Teniendo como resultado de la tabulación de las encuestas, realizadas en la ciudad de Quito se obtiene como resultado que de 30 encuestas el 12 personas = 40% realizan de 1-3 eventos al año, a su vez 12 personas = 40% realizan de 3-6, 4 personas = 13% de 6-9 y 2 personas = 7% de 9 a más, dando un total de 30 personas se pudo observar en el gráfico y en el cuadro



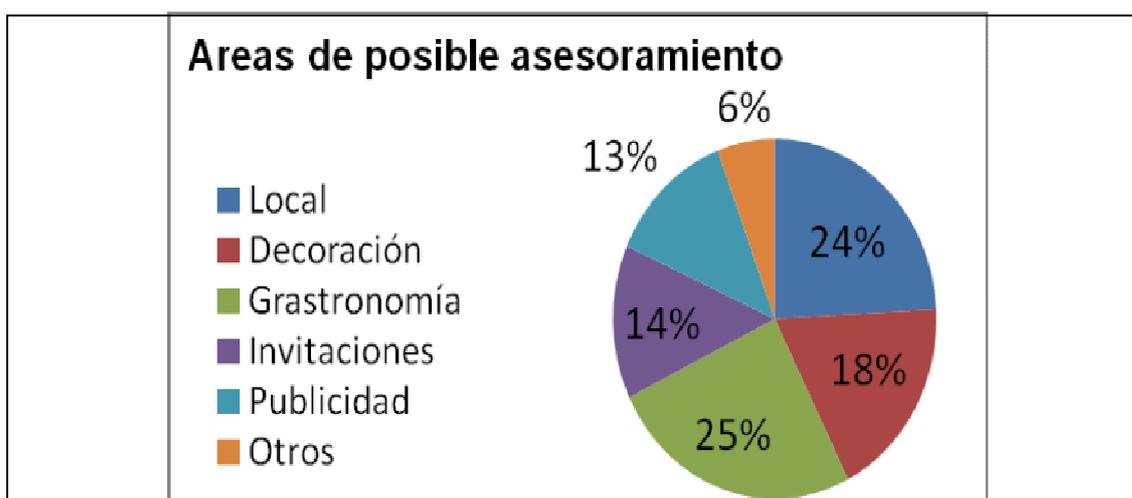
**Nota:** Gracias a la tabulación de las encuestas, realizadas en la ciudad de Quito se obtuvo como resultado de 30 encuestas el 80% realizan eventos sociales, el 7% realizan eventos empresariales, el 7% realizan eventos sociales y empresariales, el 3% realizan eventos sociales y culturales, así mismo el 3% realizan eventos sociales, empresariales y culturales como se puede observar en el gráfico y en el cuadro.



**FIGURA 10: Pregunta No.4**

**Fuente: Tabla de Tabulación de Encuestas (Anexo No. 3)**

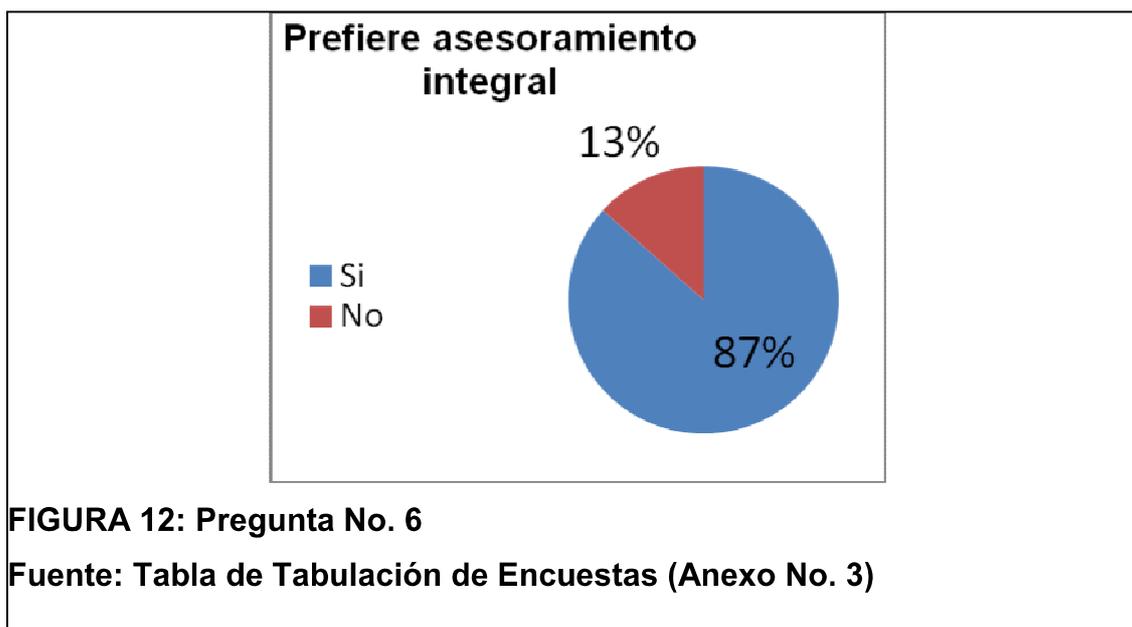
**Nota.** Después de realizar la tabulación de las encuestas, que fueron realizadas en la ciudad de Quito se obtiene como resultado de 30 encuestas, el 73% contestaron que si están dispuestos a buscar un profesional para el evento, el 27% no lo harían como se pudo observar en el gráfico y en el cuadro.



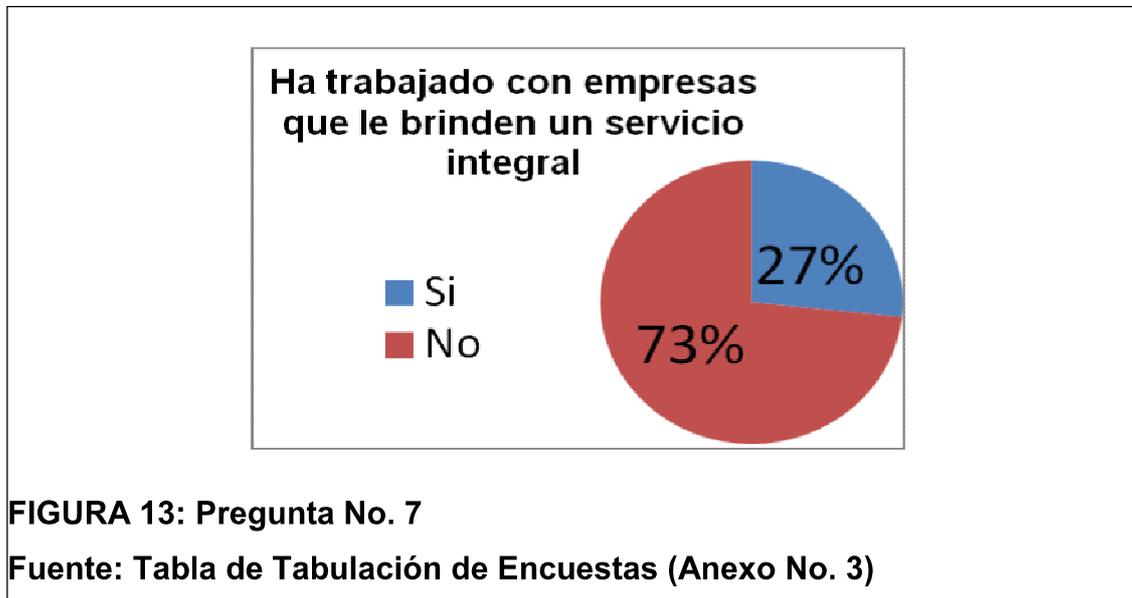
**FIGURA 11: Pregunta No.5**

**Fuente: Tabla de Tabulación de Encuestas (Anexo No. 3)**

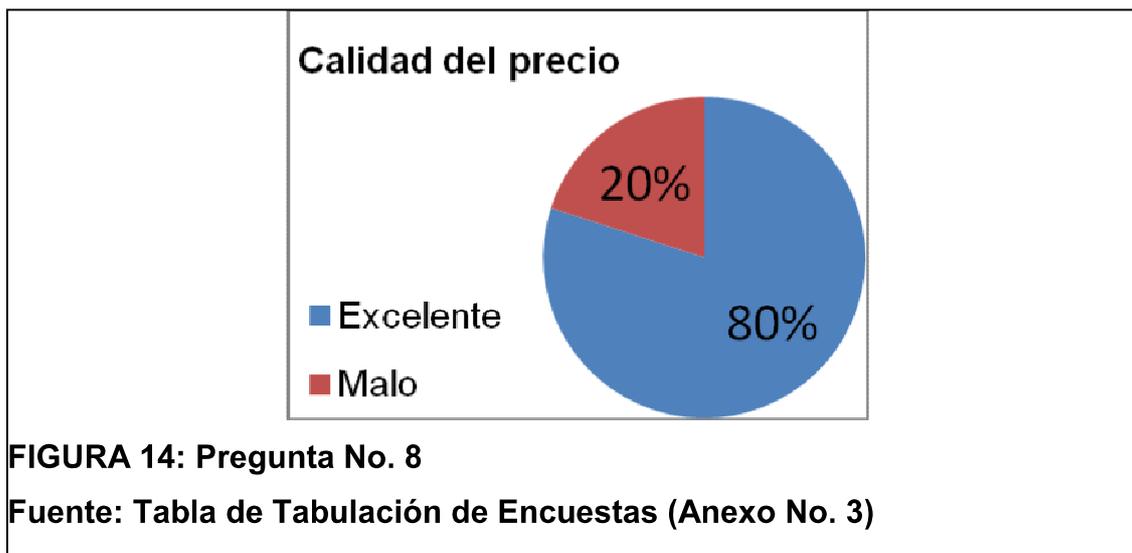
**Nota.** Obteniendo como resultado de la tabulación de las encuestas, realizadas en la ciudad de Quito como resultado de 30 encuestas el 24% lo buscan para conseguir local, el 18% por decoración, el 25% por gastronomía, el 14% por Invitaciones, el 13% por publicidad y el 6% por otras cosas así como se puede observar en el gráfico y en el cuadro.



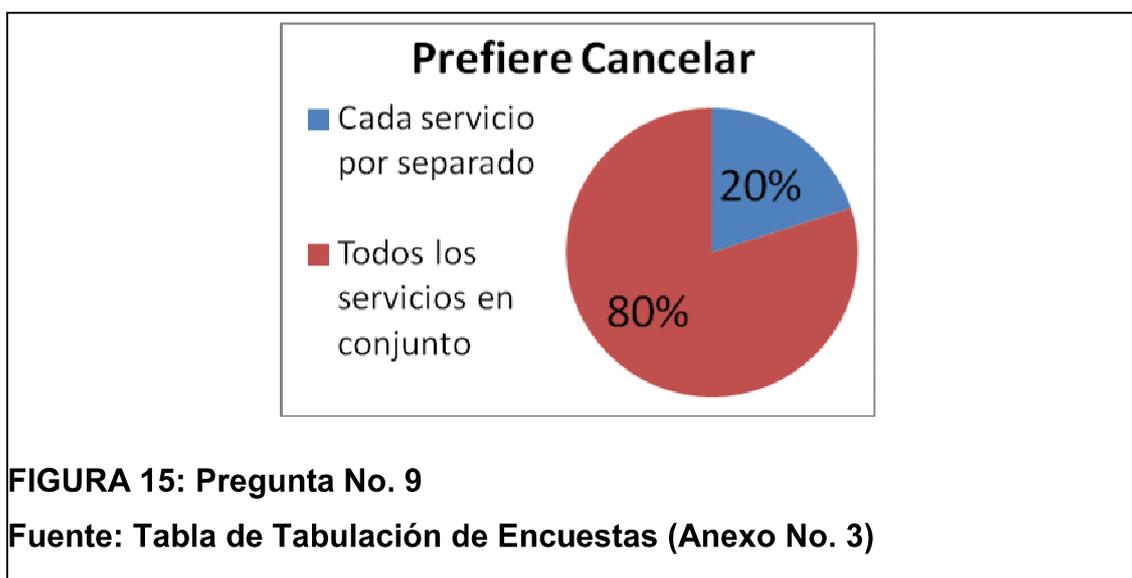
**Nota.** Teniendo como resultado de la tabulación de las encuestas, realizadas en la ciudad de Quito obtuvimos como resultado que de 30 encuestas el 87% contratarían un profesional que le brinde un asesoramiento, mientras el 13% no lo harían, como podemos observar en el gráfico y en el cuadro.



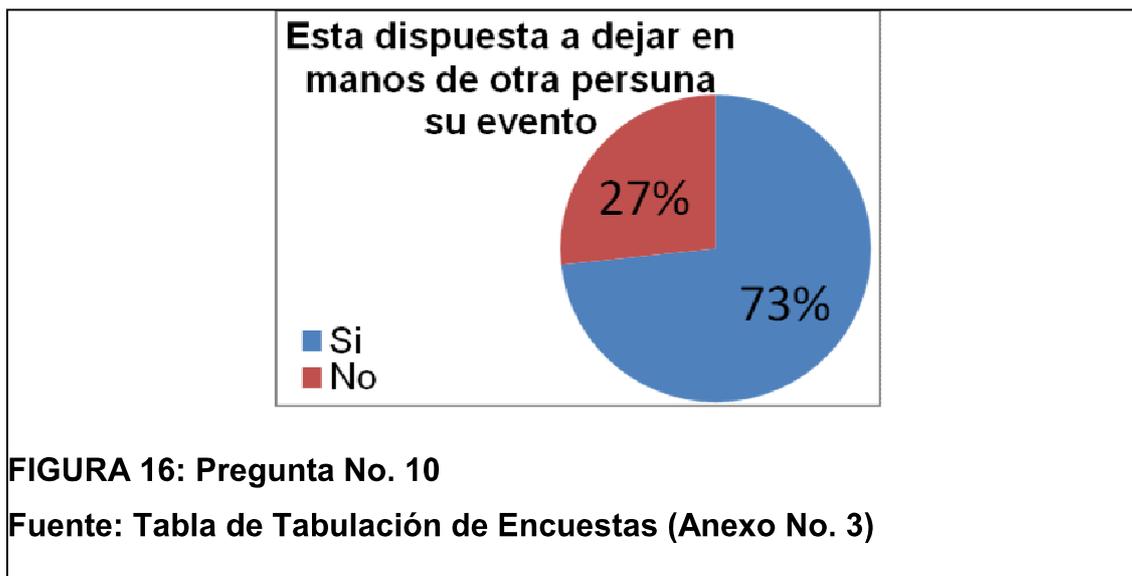
**Nota.** Gracias a la tabulación realizada de las encuestas, en la ciudad de Quito obtuvimos como resultado que de 30 encuestas el 27% si han trabajado antes con una empresa que les ofreció este servicio, mientras que el 73% no lo han hecho antes como podemos observar en el gráfico y en el cuadro.



**Nota.** Obteniendo como resultado de la tabulación de las encuestas, realizadas en la ciudad de Quito obtuvimos como resultado que de 30 encuestas el 80% recibieron un excelente servicio, y el 20% recibieron un mal servicio como podemos observar en el gráfico y en el cuadro.



**Nota.** Obteniendo como resultado de la tabulación de las encuestas, realizadas en la ciudad de Quito obtuvimos como resultado que de 30 encuestas el 80% prefieren cancelar todo el servicio en conjunto, mientras que el 20% tiene como preferencia cancelar cada servicio por separado, como podemos observar en el gráfico y en el cuadro.



**Nota:** Gracias a los resultados obtenidos de la tabulación de las encuestas, realizadas en la ciudad de Quito obtuvimos como resultado que de 30 encuestas el 73% a confiar su reunión o evento a una sola persona, mientras tanto el 27% no, así como podemos observar en el gráfico y en el cuadro.

### 2.6.3. Conclusiones de la encuesta

Después de haber finalizado la tabulación de las encuestas se llega a la conclusión de que hay una gran cantidad de personas que buscan este tipo de servicio, ya que todavía no existe este tipo de servicio en la ciudad de Quito todavía, de esta forma podemos concluir que este proyecto está muy bien dirigido al segmento de mercado que nos estamos enfocamos, de esta manera podemos decir que este proyecto si será viable y tendrá la cantidad necesaria de clientes para que la empresa sea un negocio rentable.

### 2.7. Análisis de la competencia

Las personas en la actualidad tienen un concepto diferente de lo que una empresa de organización de eventos tiene como objetivo, por esa razón piensan que nuestra competencia por ahora en el mercado son Hoteles, Hostelerías y Quintas ofrecen este tipo de servicio, pero sin darse cuenta que

estos servicios no son exclusivo ni tampoco se crean estilos únicos exigidos por los clientes y de esta manera da a la oportunidad de crecer en el medio.

### **2.7.1. Competencia directa**

La competencia directa de “Eventos Sol y Luna” es limitada; por distintas empresas que ofrecen servicios similares.

#### **2.7.1.1. Hacienda Villa Vieja**

##### **2.7.1.1.1. Historia**

“Con una antigua tradición de servicio y banquetería, Hacienda & Gran Salón Villavieja junto a Swing Mesón Cultural y Gourmet Food Service pertenecen a Grupo del Hierro, un conglomerado de tres líneas de negocio. Cuentan con toda la asesoría y servicios que usted necesita para celebrar todo tipo de eventos. Las ventajas de Hacienda & Gran Salón Villavieja son claras: un entorno campestre en plena ciudad de Quito en el sector del Condado, su funcional infraestructura física y versatilidad de los espacios que se adaptan a todas las necesidades del cliente.” (Haciendavillavieja.com, 2014)

**2.7.1.1.2. Servicios y Salones** “Nuestra atención personalizada, la calidad de nuestros menús, nuestro servicio y asesoría profesional nos permite garantizar el éxito en su evento. Todo esto, por un lado en un ambiente señorial rodeado de naturaleza y tradición; y por otro nuestra moderna infraestructura, adaptándonos a las necesidades y gustos de nuestros clientes.

El principal objetivo es brindar una solución integral para las diferentes necesidades de todos nuestros clientes, al garantizar un servicio de calidad y muy alto nivel.

Y no es para menos, los menús siempre están actualizándose y adaptándose a las necesidades del mercado. "Nuestro cliente es el que manda. Siempre estamos abiertos y nuestros chefs no solo son creadores sino intérpretes del gusto del cliente". Hacienda & Gran Salón Villa vieja se encargará de tu boda y ofrecerte opciones de: Bocaditos, Fotografía, Decoración, etc.

Hacienda & Gran Salón Villavieja, y ahora con su servicio de catering a domicilio pone a su disposición:

- Asesoría continua durante toda la planificación
- Exclusividad en el uso de cada una de sus instalaciones
- Espacio para colocación de carpas.
- Iluminación nocturna led de 2000 w
- Planta eléctrica de 125 kb (en caso de emergencia)
- Cocina Industrial
- Menaje completo
- Noche de bodas
- Auto Clásico”

(Haciendavillavieja.com, 2014)

### **2.7.1.1.3. Cotización**

Véase en el Anexo No. 4

### **2.7.1.2. Quinta Ángel de Piedra**

#### **2.7.1.2.1. Historia**

“En el pasado, la Quinta "El Ángel de Piedra", formó parte de una de las haciendas más grandes del Valle de Los Chillos. Cabe resaltar, que la construcción de la casa-hacienda y posteriormente su delimitación como

Quinta, tiene 20 años. Su arquitectura mantiene una estructura colonial con ambientes modernos tanto en su edificación como en su diseño.

La historia de su nombre comienza en 1988, ya que en ese año sus ambientes fueron el escenario de la realización de la famosa telenovela ecuatoriana, "El Ángel de Piedra", de donde proviene su nombre.

A partir del año 2004, se incrementaron algunas áreas y se adecuó la Quinta para la realización de todo tipo de eventos sociales y empresariales, convirtiéndose en la actualidad en uno de los lugares más exclusivos de recepciones." (Quintaelangeldepiedra.i8.com, 2014)

#### **2.7.1.2.2. Capacidad y Ubicación**

"La Quinta "El Ángel de Piedra" se encuentra ubicada en el Valle de los Chillos a sólo 30 minutos de la ciudad de Quito... La calidez del campo y el encanto de la naturaleza, se enlazan armoniosamente con la belleza de los ambientes interiores y exteriores, áreas verdes y jardines para albergar a usted y a sus invitados en la realización de todo tipo de eventos sociales y empresariales.

Con capacidad para 300 personas, la "Quinta El Ángel de Piedra" ofrece un nuevo concepto en la realización de su evento, con gastronomía exquisita, encantadores ambientes y finos detalles en diseño y decoración que hacen de su evento único y personal. Contamos con una pagoda para la celebración religiosa, amplias áreas verdes para la recepción y un salón interior con capacidad para 90 personas, todo esto de la mano de expertas Event & Wedding Planners que le brindarán asesoramiento constante y profesional en la coordinación de todo su evento, ocupándose de cada detalle..." (Quintaelangeldepiedra.i8.com, 2014)

### **2.7.1.2.3. Cotización**

Véase en Anexo No. 5

### **2.7.2. Competencia indirecta**

Se puede decir que tomamos como competencia indirecta los distintos Hoteles, Hosterías y Quintas, que ofrecen los servicios complementarios para la realización de los distintos eventos, podemos considerar a la competencia indirecta como nuestros proveedores para los distintos servicios que se va a necesitar en los eventos. Como son Locales, Hospedaje, Catering, etc.

## **2.8. Fuerza principal de impulsión**

Eventos Sol y Luna se posicionará en el mercado entregando a los clientes eventos únicos y exclusivos con eficiencia y puntualidad en servicio, de esta forma cada evento es incomparable con otro de los que se realizaran; se le brindara todos los servicios que solicite cumpliendo de mejor manera todas sus expectativas y sueños, manejando precios justos y convenios con los proveedores, mejorando de esta manera cada evento con un nuevo estilo y tendencia y así los clientes nos buscaran y recomendaran por los servicios diferentes y de calidad que entregamos. Para posicionar la empresa en mercado entregaremos material pop con los distintos precios que poseemos.

## **2.9. Política de Precio**

La empresa no se podrá manejar con un precio fijo puesto que este varía dependiendo de los requerimientos y especificaciones del cliente para desarrollar el evento como el cliente tanto lo espero y soñó, de esta forma podemos dar la exclusividad necesaria, los precios se fijaran con los proveedores necesarios para los distintos eventos, ya que como explicamos ningún evento será en su totalidad parecido a otro. Cada evento tendrá su

estilo único y exclusivamente diseñado por profesionales especializados en el medio de los eventos.

## **2.10. Formas de pago**

La empresa se maneja con una forma de pago en efectivo, cheque, tarjeta de crédito o mediante transferencia bancaria los cuales se dividirán de la siguiente manera el 70% al momento de firmar el contrato de los cuales se recibirá el 50% en efectivo y el otro 50% con la forma de pago con el que el cliente elija realizar su pago, este adelanto ayudará a la empresa a realizar los primeros contratos con sus proveedores y de esta manera reservar fechas, y así conseguir los mejores precios en las especificaciones que son requeridas por el cliente para la realización del evento, el 30% restante tendrá que estar cancelado antes del inicio del evento para de esta manera el cierre del evento sea más fácil de realizar con los gastos totalmente pagados.

Después de realizar el cierre del evento sabremos faltantes en cristalería y si existe la necesidad de reposición de mantelería o si se ha producido algún daño en la locación del evento. Para que este rubro sea más fácil de cobrar es necesario que el cliente deje un cheque o un voucher en blanco de garantía, el cual será devuelto al cliente en el caso de que no exista ningún valor por pagar aparte del mismo, el día en el que se le presente el informe del evento.

### **2.10.1 Tarjetas de Crédito**

#### **2.10.1.1 Requisitos para negocios.**

Para que los locales o empresas puedan vender con tarjeta de crédito deben presentar al banco emisor o a la operadora los siguientes requisitos:

- La cédula de identidad del propietario o del representante legal de empresa.
- El RUC.

- Una cuenta corriente o de ahorros.
- Datos sobre el negocio que evidencien su solvencia y rentabilidad. (El comercio, 2014)

#### **2.10.1.2. Visita de verificación**

Después de que se presentan los requisitos expuestos anteriormente, una persona de las operadoras procede a visitar el local para comprobar:

- La regularidad en las ventas.
- Su ubicación correcta.
- El tipo de mercadería que ofertan al cliente.

También verifican que el precio de los productos que comercializa esté entre los USD 30 y USD 35, monto que justificaría el pago con tarjeta de crédito. (El comercio, 2014)

#### **2.10.1.3. Trabajar con operadoras.**

El propietario puede alquilar la terminal que es una máquina donde se registra la compra con tarjeta que tiene un costo mensual de USD 16. El local debe cumplir con una cantidad mínima de ventas al mes, caso contrario deberá pagar USD 12 de multa. Además, la empresa o propietario de la maquina mejor llamado como "Datafast" deberá entregar una garantía por el equipo que oscila entre USD 200 y USD 300. (E comercio, 2014)

#### **2.10.1.4. Compra de la terminal.**

Otra de las opciones que tiene el comerciante es comprar la máquina terminal, cuyo costo aproximado es de USD 600. Con esta adquisición no tiene que cumplir una cuota mínima de ventas al mes. (El comercio, 2014)

#### **2.10.1.5. Trabajo con los bancos.**

Los almacenes puede trabajar sin necesidad de máquinas electrónicas, pero eso implica registrar manualmente las compras. Para aprobar una transacción se debe pedir una autorización por teléfono, lo que resta dinamismo a la transacción. (El comercio, 2014)

#### **2.10.1.6. Las comisiones para el local.**

Cuando un local comercial hace una venta con tarjeta de crédito el emisor le cobra una comisión que oscila entre el 6% – 10% de la venta, cuando es en crédito corriente o diferido con intereses, según la normativa vigente. Cuando la compra es diferida sin intereses la comisión puede llegar al 15%. (El comercio, 2014)

#### **2.10.1.7. Los costos de la comisión.**

La comisión que cobran los emisores de tarjetas a los locales comerciales incluyen los costos del mantenimiento del sistema que aglutina las bases de datos de las tarjetas de crédito, además de servicios para los comercios como alertas contra fraudes. (El comercio, 2014)

#### **2.10.1.8. Entrega de dinero al local.**

Si la venta es en crédito corriente, el emisor de la tarjeta depositará en la cuenta del comerciante, en un plazo de entre 2 y 15 días, el valor de la compra menos la comisión. Ello queda a elección del propietario del local. El pago también se puede dar en partes, cuando el crédito es diferido. (El comercio, 2014)

### **2.10.1.9. Los reportes de los locales**

Al final del cada día, los locales comerciales envían un reporte electrónico a los emisores para que les acrediten las ventas. (El comercio, 2014)

### **2.10.1.10. Pagos en diferido.**

Si la venta se hizo con pagos en diferido, el local comercial puede pedir que el pago total se le entregue de manera inmediata. En ese caso, sin embargo, el costo de la comisión del emisor será mayor. El local también puede acceder a un sistema de pagos diferido con el cual la comisión del emisor será más baja. (El comercio, 2014)

### **2.10.1.11. Recargos adicionales.**

Algunos locales aumentan sus precios hasta en el 10% a las personas que compran con tarjeta para que asuman la comisión del emisor. Pero la normativa establece que esa comisión no debe trasladarse al cliente. La normativa vigente. La reglamentación que rige a los establecimientos comerciales y las tarjetas está establecida en el Libro I, Título I, Capítulo V, de Normas Generales Para La Aplicación De La Ley General De Instituciones Del Sistema Financiero, y las resoluciones de la Junta Bancaria del Ecuador. (El comercio, 2014)

### 2.10.1.12. Tipos de tarjeta de Crédito



### 2.11. Políticas de promoción

Eventos Sol y Luna se maneja con promociones que de esta forma podemos tendremos un plus contra la competencia, estos son:

- Propuesta del menú con las sugerencias del cliente.
- Costos más bajos mientras el número de personas aumente.
- Descuentos por cliente frecuente.
- Cortesías.
- Revive tu fiesta después del año.

### 2.12. Publicidad

#### 2.12.1. Publicidad Web

La Principal publicidad que va a tener la empresa va a ser en la web como principal puesto que hoy en día es uno de los principales medios de comunicación, con una empresa que nos ofrece diferentes tipos de publicidad digital en línea, pero otra forma de publicidad será presentando a los clientes carpetas con los servicios que se ofrecen con los precios de los paquetes y con las respectivas promociones con las que la empresa trabaja para mejorar y mantener a los clientes contentos, no dejando que estos se olviden de los servicios exclusivos que posee la empresa.

### 2.12.1.1. Tarifario de Batanga para el 2014

Véase en Anexo No. 6

### 2.12.2. Publicidad ATL en distintos medios

Como otras opciones de publicidad que la empresa puede realizar tendrá: Vallas, Cunas en radios, Periódicos, Revistas y Cine, enfocándose el segmento de mercado al que está dirigido.

Tabla 2. Publicidad en distintos medios.

Medio	Formato/Tiempo	
	1 pagina	½ pagina
Prensa	\$8.000,00	\$4.000,00
Revista	\$2.500,00	\$1.350,00
	<b>Cuña cada 30 seg C/U</b>	
Radio	\$14,00	
	<b>Semana</b>	
Cine	\$500,00	
	<b>Unidad</b>	<b>Rotativa</b>
Vallas	\$15.000,00	\$17.000,00

### 2.13. Merchandising

Para posicionar la marca de Eventos Sol y Luna en el cliente se entregara los menús que sobran en empaques con el logo de la empresa y con este se le entregara un pequeño obsequio, que tendrá bocaditos diferentes a los fueron escogidos para el evento.

## **CAPITULO III. Estructura Organizacional**

### **3.1. Razón social de la empresa**

‘La razón social o la denominación de cada compañía, que deberá ser claramente distinguida de la de cualquiera otra, constituye una propiedad suya y no puede ser adoptada por ninguna otra compañía.’ CODIFICACION DE LA LEY DE COMPAÑIAS. (2014).

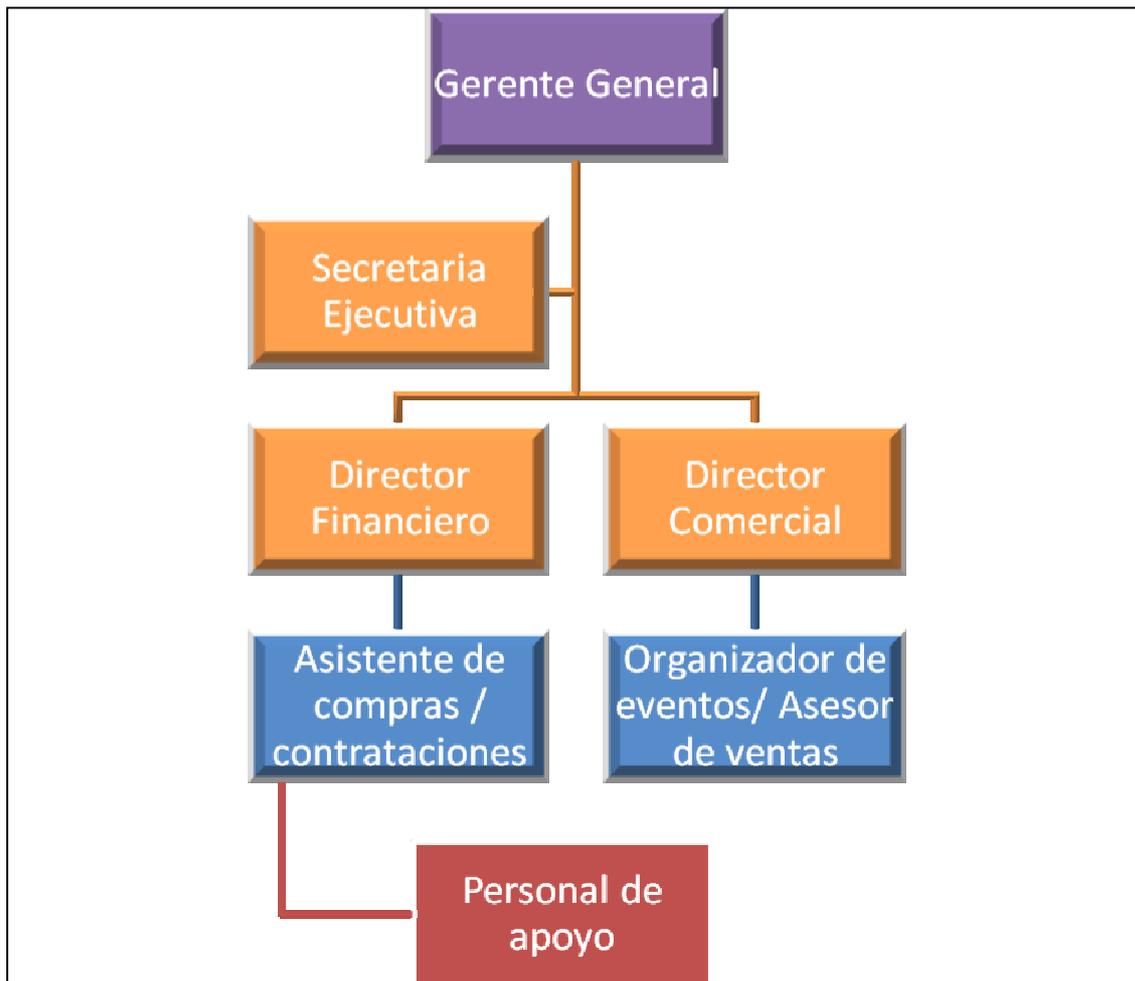
EVENTOS SOL Y LUNA CIA. LTDA.

“La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente.” CODIFICACION DE LA LEY DE COMPAÑIAS. (2014).

### **3.2. Organigrama por puestos de trabajo**

Este proyecto busca formar una empresa y conformarla por un equipo poli funcional de profesionales que se encargaran de velar el cumplimiento de los compromisos adquiridos con los clientes y de esta manera cumplir con los valores y normas dictadas para un mejorar el cumplimiento de la empresa.

Por ser una empresa pequeña en su iniciación se considera que no es necesario un excesivo personal como se encuentra expuesto en el siguiente organigrama estructural:



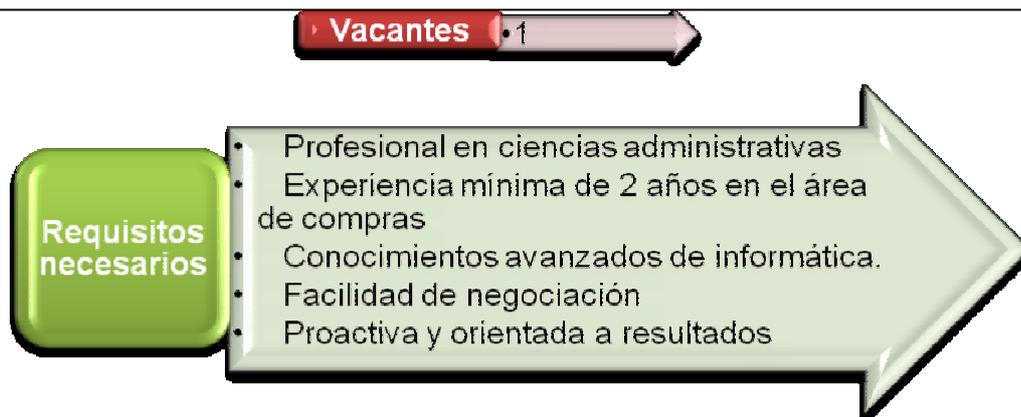
**FIGURA 18: Organigrama estructura**

**Fuente: (Contreras Moscol and Zerna Flores et al., 2010)**

### 3.3. Personal inicial

El número de puestos de trabajo que vamos a ofertar para iniciar el funcionamiento de la empresa serán de 7 a 9, explicados en los gráficos del 11 al 14 detallado con sus respectivos requisitos y horario de trabajo.

Siendo que estos horarios pueden ser rotativos de acuerdo a los eventos que la empresa genere en ese mes, puesto que si tenemos un evento el sábado en la noche el organizador y el personal de apoyo necesitan estar presentes en el evento hasta que este finalice. Para esto el día libre de este personal se lo cambiara.



**FIGURA 19 : Asesor de Compras**

Fuente: (Contreras Moscol and Zerna Flores et al., 2010)



**FIGURA 20 : Organizador de eventos.**

Fuente: (Contreras Moscol and Zerna Flores et al., 2010)



**FIGURA 21: Secretaria Ejecutiva**

Fuente: (Contreras Moscol and Zerna Flores et al., 2010)



### 3.4. Análisis y descripción de cargos

De esta forma la persona que se encuentre desempeñando en el cargo sabe cuáles son sus funciones específicas y quien es su jefe inmediato superior.

#### 3.4.1. Gerente General

Se encarga de las siguientes actividades:

- Definir la dirección estratégica de la empresa y sus políticas.
- Representante legal de la empresa.
- Controla el desarrollo de los planes de cada uno de los departamentos de la empresa para lograr los objetivos propuestos.
- Mantiene informada a la junta directiva del funcionamiento de la empresa.
- Atiende a los clientes importantes de la empresa.
- Autoriza pagos de personal y proveedores que presenta el Director Financiero.
- Acude indistintamente a eventos para verificar que se cumpla con los objetivos propuestos.
- Aprueba el presupuesto anual de la empresa y de los eventos a realizar.
- Toma de decisiones administrativas, de financiamiento.

- Busca alianzas estratégicas con proveedores.
- Orienta la elaboración de políticas, objetivos corporativos, manuales de procesos, procedimientos y reglamentos necesarios para un buen funcionamiento de la empresa.
- Realiza actividades de integración y motivación con el equipo de trabajo.
- Selecciona el talento humano dentro de la empresa.
- Elabora el sueldo de los empleados.
- Define y supervisa los procesos de selección de personal para la realización del evento.
- Atiende personalmente las opiniones del personal de la empresa y de los clientes. . (ROBBINS / COULTER,2005)

### **3.4.2. Director Financiero**

Es la persona encargada del área financiera y contable, es decir que se encarga de generar, los presupuestos, balances, manejo de cuentas de la empresa. Además, todos los movimientos financieros, de liquidez o crédito no podrán realizarse sin que el Director Financiero esté enterado. Deberá encargarse de que los clientes paguen puntualmente ya que sin el pago no se realiza el evento y de que toda la facturación esté en orden ya que también se encargará del área contable y de hacer las declaraciones y pagos de impuestos correspondientes. Sus actividades detalladas son:

- Elaborar y controlar el presupuesto anual de la empresa.
- Analizar los ingresos y gastos.
- Elaborar proyecciones financieras.
- Garantizar la liquidez de la empresa para el desarrollo de sus actividades
- Entregar informes financieros al gerente general y a la junta directiva.
- Verificar el pago de las deudas y obligaciones tributarias de la empresa.
- Realizar auditoría interna, para verificar que los procedimientos y políticas establecidos por la empresa se estén aplicando de manera correcta.

- Evaluar alternativas de inversión para el crecimiento de la empresa.
- Liquidación de nómina.
- Arqueo diario y recepción del efectivo recibido por parte de los clientes.
- Elaboración de los informes de la recaudación y depósitos semanales.
- Realizar depósitos diarios de los ingresos recibidos en efectivo.
- Liquidación proveedores.
- Liquidación anticipos.
- Liquidación préstamos. . (ROBBINS / COULTER,2005)

### **3.4.3. Director Comercial**

Se encarga de todo lo relacionado con la comercialización, imagen y mercadeo de la empresa. Es quien está encargado de la participación de mercado que tenga la compañía. El Director Comercial es responsable por la forma en que los clientes vean a la empresa, se encarga de diseñar, contratar o alquilar bienes y servicios para el mercadeo y publicidad, desde volantes, publicidad en prensa escrita, hasta vallas publicitarias. También de realizar campañas y/o promociones que permitan dar a conocer o aumentar la participación de nuestra empresa y/o servicio.

- Realizar planes de marketing.
- Búsqueda constante de nuevos clientes.
- Evaluar la competitividad de la empresa y analizar la competencia.
- Apoyo al proceso de definición de precios.
- Formular y evaluar indicadores para medir el nivel de satisfacción del cliente a través del servicio post-venta.
- Diseñar e implementar estrategias promocionales y comerciales.

Encargado de: formular planes estratégicos para satisfacer los gustos del mercado objetivo esto se realiza planeando, organizando y verificando la calidad y puntualidad en la prestación del servicio; aportar ideas nuevas e innovadoras para la promoción y comercialización del servicio; mantener

contacto permanente con clientes actuales y potenciales. . (ROBBINS / COULTER,2005)

#### **3.4.4. Asistente de Compras / Proveedores**

Es la persona encargada de realizar las siguientes actividades correspondientes al área de compras:

- Recopila todas las solicitudes de adquisición de bienes y Servicios para organizar las compras.
- Efectúa las cotizaciones a nivel nacional de los bienes y servicios que requiera la empresa para desarrollar el evento y velar los proveedores cumplan con las especificaciones requeridas.
- Atiende racional y oportunamente las necesidades de materiales, equipos y servicios que solicita el departamento de ventas-diseños.
- Establece el sistema de planificación de las compras.
- Mantiene el control de los archivos de órdenes de compras y toda la documentación relacionada a la adquisición de bienes y servicios.
- Dar seguimiento a las compras recibida y las que estén pendientes.
- Establece procedimiento para la Adquisición de bienes y servicios de la empresa.
- Coordinar la adquisición de suministros necesarios para la compañía.
- Coordinar y mantener una estrecha relación con el área de ventas-diseño para programar adquisiciones.
- Compra de artículos o servicio para satisfacer las necesidades.
- Obtención del material en el tiempo indicado.
- Lograr el mejor precio, con el fin de reducir costos.
- Establecer sistema de cotizaciones.
- Análisis y seguimiento de materiales.
- Preparación y seguimiento de las órdenes de compras.
- Tramitar las facturas correspondientes.

- Chequear y controlar las mercancías recibidas.
- Contactos continuos con diferentes proveedores.
- Aprobación de órdenes de compras.
- Actualización de archivo de proveedores.
- Seguimiento de los reclamos a proveedores por fallas de entregas, bien sea por calidad o cantidad.
- Seguimiento de cancelación de las diversas facturas, por demora del pago.
- Gestión y control de contratos.
- Colaborar con las actividades del Director Financiero. (ROBBINS / COULTER,2005),

#### **3.4.5. Asesor de ventas y diseño**

Encargado de: Organizar y evaluar el proceso completo de prestación del servicio, a partir del momento de recibir la información por parte del cliente hasta la realización del evento. Tiene la responsabilidad de promocionar la variedad de diseños, decoraciones, servicios que ofrece la empresa y crear un nuevo evento que se ajuste a los requerimientos del cliente, a continuación se muestra un detalle de estas actividades:

- Realizar las acciones necesarias para la captación de nuevos clientes y seguimiento a clientes antiguos.
- Supervisar cotizaciones.
- Organizar y programar los eventos de acuerdo a los requerimientos y necesidades del cliente.
- Mantener informado al Director Comercial de la empresa sobre las actividades programadas semanalmente.
- Dar soluciones a inconvenientes que se presenten con los clientes.
- Ofrecer y promocionar el portafolio de servicios.

- Programar y realizar visitas a empresas, asociaciones, colegios, etc. mediante tele mercadeo, presentando un informe escrito de la gestión.
- Prestar el servicio post - venta y su respectiva evaluación.
- Diseño e implementación permanente de estrategias de promoción y comercialización del servicio.
- Participar activamente en la realización de planes de acción, de mercadeo y de mejoramiento continuo. . (ROBBINS / COULTER,2005)

### **3.4.6. Organizador de Eventos**

Es la persona que se encargará de las siguientes actividades:

- Es quien dirige la realización del evento y al personal de apoyo encargado de la correcta realización y desarrollo del evento. Se asegura de que todas las órdenes y contratos de eventos se cumplan a cabalidad. Debe tener conocimiento de muchas cosas y estar atento a todo lo que el personal a su cargo realice.
- Esta Área es la más atareada porque es quien va ser el supervisor de cada evento por lo cual debe estar muy bien capacitado para poder controlar, manejar y aportar en el desarrollo del evento. Además será el encargado de enviar las invitaciones al evento y confirmar la asistencia de los invitados.
- Cabe recalcar que se necesitará personal de apoyo en el evento, solo si está estipulado en el contrato, ya que hay proveedores como catering que cuenta con su propio personal.
- En caso de ser necesario y según el contrato el personal de apoyo realizará las distintas actividades desde servicio al cliente, transportación de equipos, montaje de escenarios, recepción del evento, técnicos de audio y video, entre otras cosas y deben estar en capacidad de cubrir cualquier falta de alguno de ellos. . (ROBBINS / COULTER,2005)

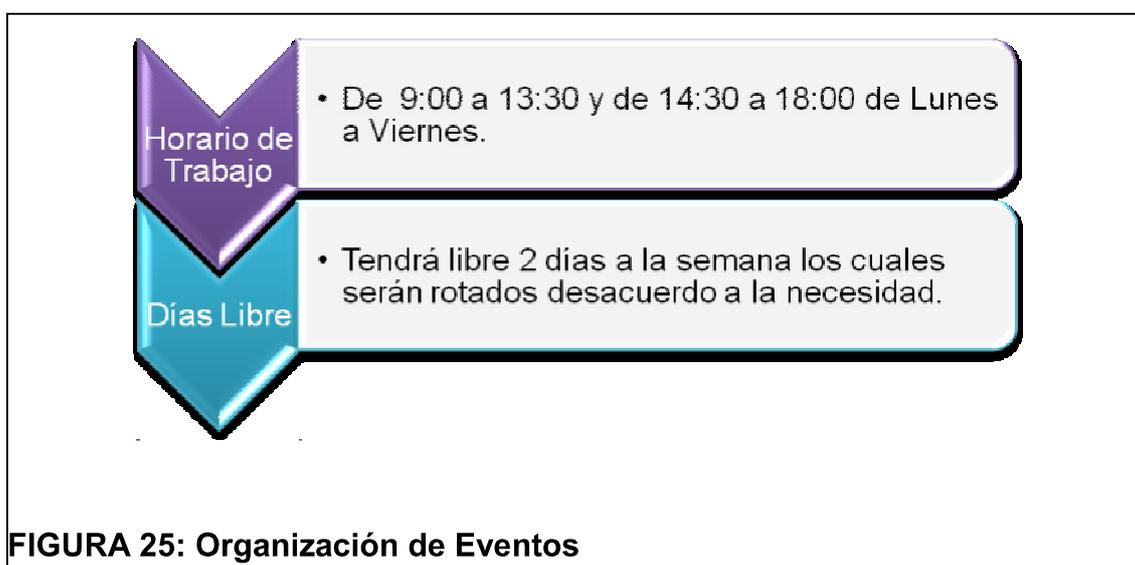
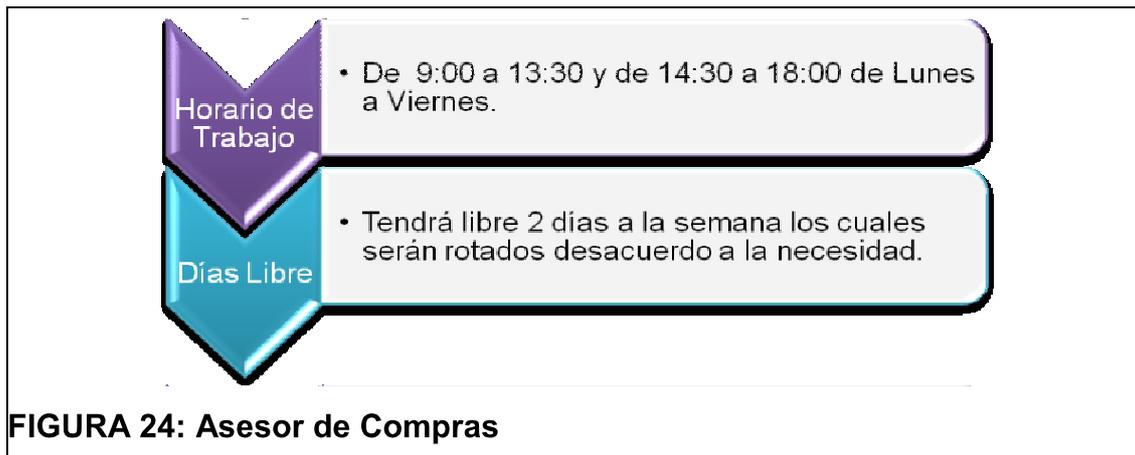
### 3.4.7. Secretaria Ejecutiva

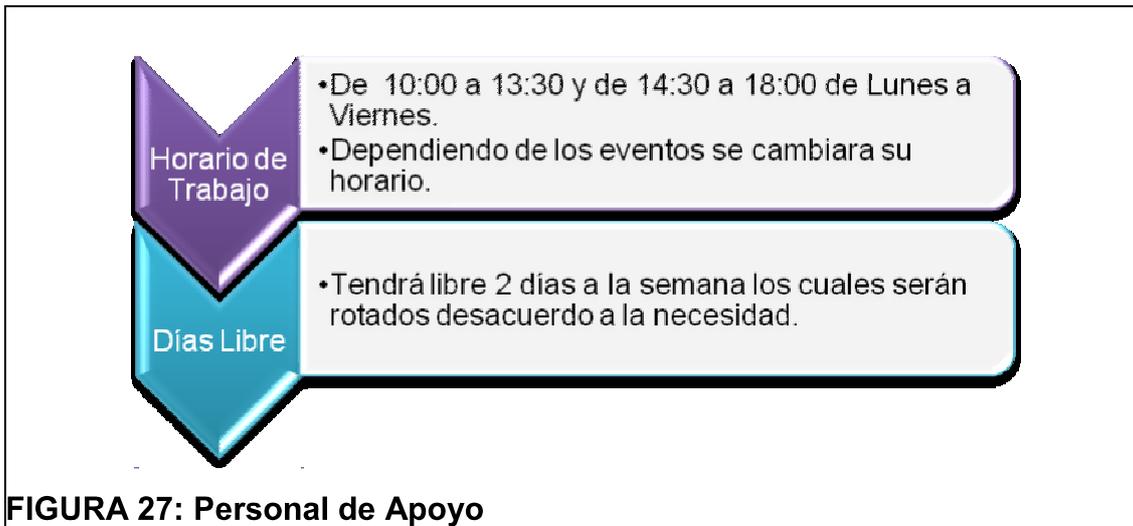
Encargada de recibir y transmitir la información de los servicios que requiere el cliente; así mismo brindar apoyo durante el desarrollo del esquema completo de la prestación del servicio:

- Llevar debidamente actualizado el formulario de contactos de clientes.
- Archivar y clasificar correspondencia recibida y enviada.
- Revisar diariamente el correo electrónico para dar respuesta oportuna a las solicitudes de los clientes.
- Atención de llamadas telefónicas, envió de faxes, correos electrónicos.
- Informar al Director Comercial y Asesores de ventas acerca de los servicios que requiere el cliente.
- Participar en la elaboración y ejecución de planes de acción.
- Asistir al Gerente General en todos los trámites documentales a que hubiere lugar en el desarrollo de los programas y proyectos de la organización. (Contreras Moscol and Zerna Flores et al., 2010)
- 

### 3.5. Horarios







### 3.6. Gestión de recursos humanos

#### 3.6.1. Objetivos

Eventos Sol y Luna reclutara el talento humano de acuerdo al lugar en donde se realizara el evento, para incentivar el recurso humano de las zonas de los eventos, aprovechando su capacidad y su mano de obra al máximo. De esta forma ahorramos personal.

#### 3.6.2. Capacitación

Cada semestre proporcionara capacitaciones, diferenciando las aéreas que la empresa desea capacitar es decir de acuerdo al cargo que vaya la persona a desempeñar en la misma. Buscando de tal forma el mejoramiento de las habilidades y actitudes del personal para que la atención al cliente sea mejor cada día

#### 3.6.3. Proceso y sistema de contratación

Realizara el proceso de selección de personal, obteniendo una base de datos para la preselección del personal. Los que luego se presentaran a pruebas psicotécnicas y sicológicas para todos los cargos y el caso que aspire a un

cargo de directorio o administrativo aparte de las primeras pruebas se le tomaran pruebas de conocimientos. Si el personal pasa las pruebas entra en el segundo paso que es la entrevista de personal, para poder escoger al mejor capacitado para el cargo solicitado, cuando la persona haya pasado todo el proceso de selección, se procederá a firmar el contrato si el personal está de acuerdo con lo estipulado en el mismo, el cual se explicara los horarios de trabajo del personal tanto fijo de oficina como del temporal o a destajo, su sueldo y todo lo que se necesita especificar.

#### **3.6.4. Tipos de contratos**

Trabjará con dos modelos de contrato que se firmaran de acuerdo al cargo que va a desempeñar los contratos del personal fijo y el otro que será del personal temporal o a destajo, cumpliendo en los distintos contratos con todo lo estipulado en la ley del Ministerio de Relaciones Laborales.

##### **3.6.4.1. Contrato a Plazo Fijo**

Véase en Anexo No. 8

##### **3.6.4.2. Contrato Temporal o a Destajo**

Véase en Anexo No. 9.

### 3.6.5. Establecimiento de sueldos

Tabla 3. Nómina Salarial

<b>NOMINA SALARIAL</b>		
<b>PUESTO</b>	<b>Vacantes</b>	<b>SUELDO</b>
<b>Gerente</b>	1	530,00
<b>Director Financiero</b>	1	500,00
<b>Director Comercial</b>	1	500,00
<b>Asesor en Compras</b>	2	680,00
<b>Organizador de eventos</b>	2	680,00
<b>Personal de Apoyo</b>	2	680,00
<b>Secretaria Ejecutiva</b>	1	340,00
<b>Total Nómina Salarial</b>	<b>10</b>	<b>3910,00</b>

### 3.6.6. Equipo directivo

El equipo directivo con el que cuenta la empresa consta de tres puesto los que se encargaran de administrar la misma con las diferentes funciones y personal a su cargo. Estos cargos vendrían a ser:

- Gerente General
- Director Financiero
- Director Comercial

### 3.7. Acuerdos y contratos con otras empresas

La Empresa buscara acuerdos especiales con los proveedores para mejor los precios de los servicios que se ofrecen y de esta manera los clientes seguirán contratando estos servicios exclusivos para la realización de los eventos.

### 3.7.1. Cotización de Fotografía

**Ing. Santiago Sánchez**

Fotógrafo Profesional

Fotografía de Moda, Productos, Publicidad, Catálogos, Bodas, Quince Años, otros.

**Proforma # 0084**

**Ambato, 20 de Febrero del 2014**

**Srta.**

**Soledad Almeida**

**Presente.**

#### **PAQUETES DE BODA**

Hemos preparado para ustedes Paquetes completos de Fotografía y de Video para ese día tan especial. Es posible además personalizar el paquete de acuerdo a sus propios requerimientos. Todos nuestros paquetes consideran una cobertura completa que incluye:

- Sesión fotográfica de la Novia (de acuerdo al paquete).
- Casa de la novia
- Ceremonia
- Recepción – Celebración - Sesión de los recién casados.

#### ● **PACK 1 FOTOGRAFIA**

(Cobertura de 1 fotógrafo)

- 100 Fotografías impresas en tamaño 10 x 15cm ó 13 x 18cm en papel fotográfico mate o brillante entregadas en álbum tradicional de novios.
- 2 Ampliaciones 20 x 25cm a color, blanco y negro o sepia.
- 1 CD con todas las fotografías en resolución web (aprox. 250 fotos).
- 1 CD con todas las fotografías retocadas del álbum en resolución web (100 fotos que van en el álbum).

**PRECIO PACK 1 Fotografía..... \$ 700,00 usd.**

#### ● **PACK 2 FOTOGRAFIA Y VIDEO**

(Cobertura de 1 fotógrafo y 2camarógrafos)

- 100 Fotografías impresas en tamaño 10 x 15cm ó 13 x 18cm en papel fotográfico mate o brillante entregadas en álbum tradicional de novios.
- 2 Ampliaciones 20 x 25cm a color, blanco y negro o sepia.
- 1 CD con todas las fotografías en resolución web (aprox. 250 fotos).
- 1 CD con todas las fotografías retocadas del álbum en resolución web (100fotos).
- 2 DVD's del video del compromiso.

**PRECIO PACK 2: Fotografía y Video..... \$ 1400,00 usd.**

Principal: Av. Cevallos y Mera, Mutualista Ambato Local #1.

Sucursal: Av. Rodrigo Pachano, frente club de Jardinería Ambato, Ficoa Los Quindes. Teléfono: (03) 2821-171

Celular: 0992719528

Ambato - Ecuador

- **PACK 3 FOTOGRAFIA CON LIBRO 20x30cm o 25x25cm (FOTOLIBROS)**

- Libro 20 x30 cm o 25x25cm pasta de Lienzo con 140 fotos.
- Sesión fotográfica Preboda o Postboda de los novios o novia.
- 2 Ampliaciones 20 x 25cm a color, blanco y negro o sepia.
- 1 CD con todas las fotografías en resolución web (aprox. 250 fotos).
- 1 CD con todas las fotografías retocadas del álbum en resolución web (140fotos).

**PRECIO PACK 3: Fotografía..... \$ 1000,00 usd.**

- **PACK 4 FOTOGRAFIA CON LIBRO 30x40cm o 30x30cm.**

- Libro 30X40cm o 30x 30cm, pasta de Lienzo con 200 fotos
- Sesión fotográfica Preboda o Postboda de los novios o novia.
- 2 Ampliaciones 20 x 25cm a color, blanco y negro o sepia.
- 1 CD con todas las fotografías en resolución web (aprox. 250 fotos).
- 1 CD con todas las fotografías retocadas del álbum en resolución web (200fotos).

**PRECIO PACK 5: Fotografía..... \$ 1300,00 usd.**

Para cualquiera de estos dos packs de fotolibros, si desea el servicio de video este tiene un costo adicional de **\$750,00 usd.**

El video Hightlight cuya producción consiste en contar la historia de la boda con la mayor cantidad de detalles en le día de la boda. Videografía + cobertura + slide de fotos. Entrega de material en DVD + archivo en alta definición para subirlo en redes sociales.

Copia de los CDs de fotografías indicadas anteriormente, \$ 25,00 usd. Por c/u.

Copia del Video DVD, \$ 50,00 usd.

Fotos extras para el álbum o copias de las fotos impresas, \$5,00 usd c/u. (del mismo tamaño de las fotos que van en el álbum).

CD con fotos EN RESOLUCION ORIGINAL: \$ 300,00 usd.

Para los dos paquetes se considera una cobertura aproximada de 6 horas, desde donde se inicie la realización de las fotografías sea casa de los novios o desde la iglesia o desde la recepción. Indicarnos previamente si requieren de una cobertura mayor. Si se realizan las sesiones fotográficas pre o postboda consultar los tiempos.

Cabe indicar que estos valores son para la ciudad de Quito y ya incluyen viáticos y movilización.

---

Los precios indicados no incluyen 12% de IVA, por favor contactarnos para cualquier consulta de la forma de pago y de los precios finales en caso de requerir factura.

**FORMA DE PAGO:**

50% para reservar la fecha, firmándose el contrato. El otro 50% 5 días antes de realizarse el compromiso.

**TIEMPO DE ENTREGA:**

Fotos: 1 mes aproximadamente luego de elegidas las fotos; Video: 1 mes aproximadamente luego del evento.

*“Recuerde la única inversión de su evento que le durará para siempre es la Fotografía y el Video, y más cuando lo realizan profesionales como nosotros que harán de su confianza, sus recuerdos imborrables y para siempre...”.*

*Agradecemos de antemano habernos contactado y nos ponemos a sus órdenes para cualquier duda o comentario.*

*Atentamente.*

*Ing. Santiago Sánchez  
Fotógrafo Profesional*

### 3.7.2. Cotización Local



RECEPCIONES

Puebo: Crespo Toral Oe2-45 / Telf: (593) 022 390 019  
 Celular: 087 879 133 / 087 396 721  
 jp.alquiertoldos@yahoo.com

[www.eventoselromance.com](http://www.eventoselromance.com)

Estimada

Sol

Presente.-

Luego de presentar el más cordial saludo, pongo a su consideración los siguientes servicios.

**EVENTOS EL ROMANCE, pone a su disposición nuestro paquete de \$ 19.85 Por persona. En el cual incluye lo detallado a continuación.**

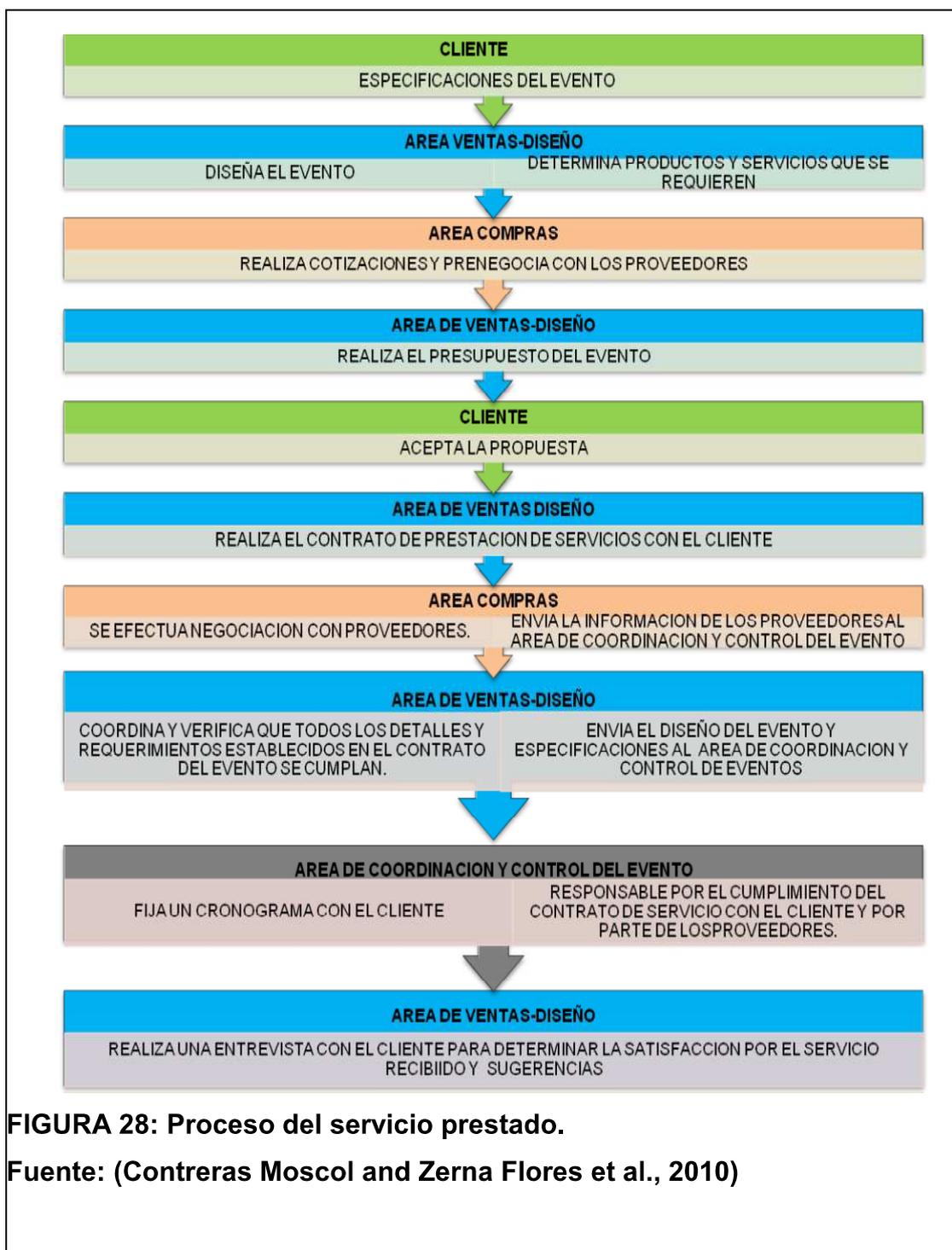
- Uso de las Instalaciones de la Quinta
- Montaje de Toldos 6x6x2,70 con paredes e iluminación
- Pista de baile
- Mesas cuadradas o madera redondas para 8 personas, mantelería, mesas auxiliares
- Sillas Tiffany vestidas con forro y lazo
- Disco móvil (8 horas)
- No incluye decoración.

**COSTO POR PERSONA ES EN BASE A UN MINIMO DE 60 PERSONAS.**



### 3.8. Política de servicio

En el gráfico No.20 se describe brevemente el proceso para organizar y diseñar los distintos eventos según las peticiones específicas y precisas de los futuros clientes:



**FIGURA 28: Proceso del servicio prestado.**

**Fuente: (Contreras Moscol and Zerna Flores et al., 2010)**

### 3.9. Cultura Organizacional

- **Respeto:** Valorar y reconocer las capacidades, habilidades y esfuerzos de las personas que colaboran en el desarrollo y crecimiento de la organización, permitiéndoles ir más allá del cumplimiento de sus labores cotidianas a través de la comunicación y recepción de ideas que impliquen procesos de mejoramiento.
- **Eficiencia:** Hacer lo correcto oportunamente implica involucrar al cliente interno a trabajar por el cumplimiento de los requerimientos y especificaciones de los clientes externos logrando la eficiencia de los procesos y servicios.
- **Honestidad:** La organización regida por este valor, logrará que sus miembros interactúen de manera ética y profesional con todas las personas, clientes y proveedores, con lo cual contribuirán a desarrollar y alcanzar las metas trazadas.
- **Compromiso:** Lograr que el equipo de trabajo cumpla eficientemente las tareas asignadas, poniendo en práctica sus conocimientos y habilidades, permitiendo la entrega y disponibilidad total de su laboriosidad, para alcanzar con entusiasmo y dinamismo los objetivos propuestos. (Contreras Moscol and Zerna Flores et al., 2010)

## CAPITULO IV. Plan Financiero

### 4.1. Presupuesto de Inversión

Tabla 4: Presupuesto Inversión por 1re.Semestre

Presupuesto Inversión Primer Semestre							
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	TOTAL 1re. Sem.
<b>Gastos Totales</b>	5884,27	5574,27	5633,27	5569,27	5539,27	5906,27	34106,64
<b>Utilidades</b>	39115,73	39425,73	39366,73	39430,73	39460,73	61593,73	258393,36
<b>INGRESOS</b>							
<b>Ventas</b>	45000,00	45000,00	45000,00	45000,00	45000,00	67500,00	292500,00
<b>Aporte capital social</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Total</b>	\$ 45.000,00	\$ 45.000,00	\$ 45.000,00	\$ 45.000,00	\$ 45.000,00	\$ 67.500,00	\$ 292.500,00
<b>GASTOS</b>							
<b>Gastos Fijos</b>							
<b>Internet</b>	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00
<b>Seguridad</b>	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
<b>Salario</b>	3870,25	3870,25	3870,25	3870,25	3870,25	3870,25	3870,25
<b>Préstamo</b>	204,02	204,02	204,02	204,02	204,02	204,02	204,02
<b>13ro</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>14to</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Vacaciones</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Total Gastos Fijos</b>	\$ 4.399,27	\$ 4.399,27	\$ 4.399,27	\$ 4.399,27	\$ 4.399,27	\$ 4.399,27	\$ 26.395,64
<b>Gastos Generales</b>							
<b>Teléfono</b>	18,00	24,00	18,00	19,00	20,00	18,00	18,00

Agua	37,00	39,00	42,00	40,00	41,00	41,00	38,00
Luz	40,00	42,00	44,00	41,00	39,00	41,00	41,00
Limpieza	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Imprevistos	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Útiles de Aseo	0,00	30,00	0,00	30,00	0,00	30,00	30,00
Insumos de oficina	0,00	0,00	15,00	0,00	0,00	0,00	15,00
Publicidad	400,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Capacitación	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	250,00
Lavandería	0,00	0,00	75,00	0,00	0,00	0,00	75,00
Proveedores	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
<b>Total Gastos Generales</b>	<b>\$ 685,00</b>	<b>\$ 375,00</b>	<b>\$ 434,00</b>	<b>\$ 370,00</b>	<b>\$ 340,00</b>	<b>\$ 707,00</b>	<b>\$ 2.911,00</b>

Tabla 5: Presupuesto Inversión por 2do.Semestre

	<b>Presupuesto Inversión Segundo Semestre</b>							TOTAL 2do. Sem.
	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC		
<b>Gastos Totales</b>	5939,27	7565,27	9077,27	5623,27	5586,27	9873,27	43664,64	
<b>Utilidades</b>	84060,73	82434,73	50922,73	54376,73	84413,73	80126,73	436335,36	
	<b>INGRESOS</b>							
<b>Ventas</b>	90000,00	90000,00	60000,00	60000,00	90000,00	90000,00	480000,00	
<b>Aporte capital social</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
<b>Total</b>	<b>\$ 90.000,00</b>	<b>\$ 90.000,00</b>	<b>\$ 60.000,00</b>	<b>\$ 60.000,00</b>	<b>\$ 90.000,00</b>	<b>\$ 90.000,00</b>	<b>480000,00</b>	
	<b>GASTOS</b>							
	<b>Gastos Fijos</b>							

Internet	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00
Seguridad	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
Salario	3870,25	3870,25	3870,25	3870,25	3870,25	3870,25	3870,25	3870,25
Préstamo	204,02	204,02	204,02	204,02	204,02	204,02	204,02	204,02
13ro	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3910,00	0,00
14to	0,00	0,00	3400,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Vacaciones	0,00	1955,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	32486,49
<b>Total Gastos Fijos</b>	<b>\$ 4.399,27</b>	<b>\$ 6.354,27</b>	<b>\$ 7.799,27</b>	<b>\$ 4.399,27</b>	<b>\$ 4.399,27</b>	<b>\$ 4.399,27</b>	<b>\$ 8.309,27</b>	<b>\$ 35.660,64</b>
<b>Gastos Generales</b>								
Telefono	19,00	17,00	19,00	22,00	16,00	19,00	19,00	19,00
Agua	40,00	36,00	37,00	38,00	40,00	42,00	42,00	42,00
Luz	41,00	38,00	42,00	44,00	41,00	43,00	43,00	43,00
Limpieza	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Imprevistos	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Útiles de Aseo	0,00	30,00	0,00	30,00	0,00	30,00	0,00	30,00
Insumos de oficina	0,00	0,00	15,00	0,00	0,00	0,00	15,00	0,00
Publicidad	400,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Capacitación	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	250,00	0,00
Lavandería	0,00	0,00	75,00	0,00	0,00	0,00	75,00	0,00
Proveedores	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
<b>Total Gastos Generales</b>	<b>\$ 740,00</b>	<b>\$ 411,00</b>	<b>\$ 478,00</b>	<b>\$ 424,00</b>	<b>\$ 387,00</b>	<b>\$ 764,00</b>	<b>\$ 764,00</b>	<b>\$ 3.204,00</b>

## 4.2. Uniformes

El personal de Eventos Sol y Luna tendrá uniformes para los eventos mientras que para horarios de oficina no tendrán un uniforme específico. La empresa les brindará dos uniformes, se les entregará un tercero pero descontando el valor de su sueldo.

Para el personal temporal se les entregará el día del evento una corbata la cual tendrá el logotipo de la empresa, el mesero tendrá que devolverla al final del evento.

Tabla 6. Uniformes

AREA	DETALLE	CANTIDAD	VALOR U.	VALOR TOT.
Personal en general	Pantalón vestir negro	4	11,80	47,2
	Camiseta tipo polo	2	8,26	16,52
Organizador de eventos	Chaqueta chef gabard con diseños	2	20,09	40,18
General	Mallas	5	2,67	13,35
			<b>TOTAL</b>	<b>422,62</b>

Fuente: Uniformes (Anexo No. 7)

## 4.3. Menaje necesario para el Evento

El menaje para el evento que la empresa va a usar será alquilado para cada evento, basándonos en los siguientes precios para el cliente.

Tabla 7. Precios de Alquiler

CANT	ARTICULO	\$ UNIT	CANT	ARTICULO	\$ UNIT
<b>CARPAS</b>			<b>CUBIERTOS</b>		
	CARPA 6X6	\$ 40,00		CUCHARA	\$ 0,08
	CARPA 6X4	\$ 25,00		CUCHARITA	\$ 0,10
	CARPA 6X3	\$ 25,00		CUCHILLO TRINCHERO	\$ 0,10
	CARPA 4X4	\$ 20,00		CUCHILLO ENTRADA	\$ 0,10
	CARPA 3X3	\$ 15,00		TENEDOR TRINCHERO	\$ 0,10
	PARED 6M	\$ 10,00		TENEDOR ENTRADA	\$ 0,10
	PARED 4M	\$ 4,00		TENEDOR POSTRE	\$ 0,10
	PARED 3M	\$ 3,00	<b>CRISTALERIA</b>		
	LAMPARA PARA CARPA	\$ 10,00		COPA COCTAIL CAMARON	\$ 0,08
	<b>SILLAS</b>			COPA KALIX AGUA	\$ 0,12
	SILLAS CROMADAS NUEVAS	\$ 0,40		COPA KALIX CHAMPAGNE	\$ 0,12
	SILLAS CROMADAS REGULARES	\$ 0,35		COPA KALIX VINO BLANCO	\$ 0,12
	SILLAS PLASTICAS	\$ 0,25		COPA KALIX VINO TINTO	\$ 0,08
	SILLAS TIFFANI	\$ 2,50		COPA MARTINI	\$ 0,12
	<b>FORROS Y LAZOS</b>			COPA NORMANDIE AGUA	\$ 0,12
	FORRO SILLAS	\$ 0,50		COPA NORMANDIE CHAMPAGNE	\$ 0,12
	LAZO DIF COLORES	\$ 0,25		COPA NORMANDIE VINO BLANCO	\$ 0,12
	<b>MESAS Y TABLEROS</b>			COPA NORMANDIE VINO TINTO	\$ 0,12
	TABLERO 10 PAX	\$ 3,00		COPA SAVOIE AGUA	\$ 0,08
	MESA cuadrada 8 pax	\$ 3,50		COPA SAVOIE CHAMPAGNE	\$ 0,08
	MESA REDONDA 6 PAX	\$ 1,50		COPA SAVOIE VINO BLANCO	\$ 0,08
	MESA REDONDA 8 PAX	\$ 3,00		COPA SAVOIE VINO TIENTO	\$ 0,08
	<b>MANTELERIA</b>			COPA TEQUILA	\$ 0,10

MANTELES 3,7*2,4	\$ 4,00	COPA HELADO	\$ 0,07
MANTELES 3*1,5	\$ 2,50	VASOS	\$ 0,10
MANTELES 1,8*1,8	\$ 1,50	VASO WHISKY	\$ 0,07
MANTELES 1,5*1,5	\$ 1,50	<b>ACCESORIOS</b>	
MANTELES 2,7 DIAMETRO	\$ 2,50	AZUCARERA DE ACERO	\$ 5,00
MANTELES 3 DIAMETRO	\$ 4,00	AZUCARERA DE PORCELANA	\$ 0,50
CUBREMANTELES 1,1*1,1	\$ 1,50	CAFETERA 40TZS	\$ 3,40
CUBREMANTELES 1,5*1,5	\$ 1,50	CALENTADORES	\$ 4,50
CUBREMANTELES 2,1*2,1	\$ 3,00	CENICEROS	\$ 0,08
FALDONES	\$ 3,00	CHAROL RECT- OVALADO-REDONDO	\$ 1,00
SERVILLETAS DIF COLORES	\$ 0,14	CUCHARETAS	\$ 0,30
<b>VAJILLA</b>		FONDUE CHOCOLATE	\$ 8,00
CEVICHEROS	\$ 0,07	HIELERAS CON PINZA	\$ 0,50
CEVICHEROS CUADRADOS	\$ 0,15	JARRAS	\$ 0,65
CONSOMERAS	\$ 0,08	PALETAS MANT- MERMELADA	\$ 0,07
PLATO BASE LUMINAR	\$ 0,20	PIREX	\$ 0,50
PLATO CUADRADO POSTRE	\$ 0,15	SALSERA	\$ 0,50
PLATO CUADRADO SOPERO	\$ 0,20	TETERA ACERO INOXIDABLE	\$ 1,00
PLATO CUADRADO TAZA DE CAFÉ	\$ 0,18	TETERA CERAMICA	\$ 0,50
PLATO CUADRADO TENDIDOS	\$ 0,15	SALEROS	\$ 0,30
PLATO POSTRE- ENTRADA	\$ 0,12	RAMIQUINES	\$ 7,00
PLATO TAZA CAFÉ ARCOPAL	\$ 0,15	LAMPARAS	\$ 5,00
PLATOS TENDIDOS	\$ 0,12	CUCHILLO Y PALETA	\$ 1,00

			PASTEL	
PLATO TINTO	\$ 0,07		CAFETERA 100TZS	\$ 7,00
ARCOPAL				
PLATO TINTO	\$ 0,15		BANDEJAS	\$ 2,00
CUADRADO			OVALADAS	
			PINZAS	\$ 0,30

#### 4.4. Equipos de Oficina y Accesorios

Eventos Sol y Luna Comenzara sus actividades con pocos Equipos y accesorios de Oficina para luego seguir adquiriendo Muebles de oficina dependiendo del crecimiento de la misma. Los accesorios de oficina se los adquiere de acuerdo a la necesidad de la empresa al igual que la papelería de oficina.

Tabla 8. Equipos de Oficia

ITEM	CANTIDAD	VALOR U.	VALOR TOTAL
Computadora	3	650,00	1950,00
Impresora	1	270,00	270,00
Teléfono	2	16,50	33,00
Escritorio	3	250,00	750,00
Archivador	1	100,00	100,00
	<b>TOTAL</b>		<b>3103,00</b>

Tabla 9. Papelería de Oficina

ITEM	DETALLE	CANT.	V. U.	V. TOT.
<b>Tarjetas de Presentación</b>	9 x 5 en couche mate de 250 gr.	100	\$ 0,09	\$ 8,50
<b>Hojas membretadas</b>	Full Color	100	\$ 0,30	\$ 30,00
<b>Sobres Impresos</b>	Full Color	100	\$ 0,25	\$ 25,00
<b>Flyres</b>	A6 Full Color	100	\$ 0,19	\$ 18,75
<b>Facturero</b>	A5 a un color Block	1	\$17,50	\$ 17,50
<b>Sub Total</b>				\$ 99,75
<b>IVA 12%</b>				\$ 11,97
<b>Total</b>				\$1.194,01

#### 4.5. Total de Inversión

La inversión inicial de la empresa no será muy alta detalla en el siguiente cuadro:

Tabla 10. Inversión Inicial

<b>Total Inventario</b>	
<b>Insumo</b>	<b>Total</b>
<b>Uniformes</b>	\$ 422,62
<b>Papeleria</b>	\$ 1.194,01
<b>Suministros de oficina</b>	\$ 86,50
<b>Equipo de oficina</b>	\$ 3.103,00
<b>Total inventario</b>	<b>\$ 4.806,13</b>

#### 4.6. Préstamo realizado en la CFN

La empresa va a realizar un préstamo que hará en la CFN. Con el cual comenzara sus actividades como compañía cancelando en su totalidad la inversión inicial.

Tabla 11. Préstamo CFN

Préstamo a 3 años	
<b>Préstamo</b>	\$ 5.000,00
<b>Interés anual</b>	22%
<b>Período del préstamo en años</b>	3
<b>Pago anual deuda</b>	\$ 2.448,29
<b>Pago mensual deuda</b>	\$ 204,02

Tabla 12. Pago anual préstamo

Tabla de pago anual					
Año	Pago inicial	Pago anual	Capital	Interés	Saldo
1	\$ 5.000,00	\$ 2.448,29	\$1.348,29	\$1.100,00	\$3.651,71
2	\$ 3.651,71	\$ 2.448,29	\$1.644,91	\$ 803,38	\$2.006,80
3	\$ 2.006,80	\$2.448,29	\$2.006,80	\$ 441,49	\$ -
<b>TOTAL FINAL</b>		<b>\$ 7.344,87</b>	<b>\$5.000,00</b>	<b>\$2.344,87</b>	

#### 4.7. Cálculo estimativo de la nómina salarial

Eventos Sol y Luna pagara a sus trabajadores el sueldo total pagado cada 15 días, con sus respectivos aportaciones al IESS, fondos de reserva y aportaciones de ley pagadas en el mes que la ley la estipula

Tabla 13. Rol de Pagos

ROL DE PAGOS							
JORNAD A	CARGO	Vacante s	SUELD O	PATRONA L 12.15%	PERSONA L 9,35%	FONDO DE RESERV A	VALOR A PAGA R
Completo	Gerente	1	530,00	64,395	49,555	44,17	524,61
Completo	Director Financiero	1	500,00	60,75	46,75	41,67	494,92
Completo	Director Comercial	1	500,00	60,75	46,75	41,67	494,92
Completo	Asesor en Compras	1	340,00	41,31	31,79	28,33	336,54
Completo	Asesor en Compras	1	340,00	41,31	31,79	28,33	336,54
Completo	Organizado r de eventos	1	340,00	41,31	31,79	28,33	336,54
Completo	Organizado r de eventos	1	340,00	41,31	31,79	28,33	336,54
Completo	Personal de Apoyo	1	340,00	41,31	31,79	28,33	336,54
Completo	Personal de Apoyo	1	340,00	41,31	31,79	28,33	336,54
Completo	Secretaria Ejecutiva	1	340,00	41,31	31,79	28,33	336,54
<b>TOTAL</b>			3910,00	475,07	365,59	325,83	3870,2 5

\*Se descontara el impuesto a la renta a los empleados que ganen mensualmente más \$867,00

\*Los empleados solicitaron el pago del fondo de reserva sea mensualmente

\*Los empleados recibirán horas extras después de cumplir sus 8 horas diarias si se encuentran en un evento

\*sueldo básico año2014 \$340

Tabla 14. Obligaciones de Ley

<b>Obligaciones de ley</b>			
	<b>14to Ago</b>	<b>13ro Dic</b>	<b>Vacaciones</b>
<b>Gerente</b>	340	530	265
<b>Director Financiero</b>	340	500	250
<b>Director Comercial</b>	340	500	250
<b>Asesor en Compras</b>	340	340	170
<b>Asesor en Compras</b>	340	340	170
<b>Organizador de eventos</b>	340	340	170
<b>Organizador de eventos</b>	340	340	170
<b>Personal de Apoyo</b>	340	340	170
<b>Personal de Apoyo</b>	340	340	170
<b>Secretaria Ejecutiva</b>	340	340	170
<b>Total</b>	<b>3400,00</b>	<b>3910</b>	<b>1955</b>

#### 4.8. Ventas Estimadas

Las Ventas estimadas de la empresa se basan en la cantidad promedio de eventos que se van a realizar por la cantidad promedio por evento al mes



Tabla 17. Gastos Generales

<b>Gastos Generales</b>							
<b>Teléfono</b>	18,00	24,00	18,00	19,00	20,00	18,00	
<b>Agua</b>	37,00	39,00	42,00	40,00	41,00	38,00	
<b>Luz</b>	40,00	42,00	44,00	41,00	39,00	41,00	
<b>Limpieza</b>	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	
<b>Imprevistos</b>	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	
<b>Útiles de Aseo</b>	0,00	30,00	0,00	30,00	0,00	30,00	
<b>Insumos de oficina</b>	0,00	0,00	15,00	0,00	0,00	15,00	
<b>Publicidad</b>	400,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	
<b>Capacitación</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	250,00	
<b>Lavandería</b>	0,00	0,00	75,00	0,00	0,00	75,00	
<b>Proveedores</b>	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	
<b>Total Gastos Generales</b>	\$ 685,00	\$ 375,00	\$ 434,00	\$ 370,00	\$ 340,00	\$ 707,00	\$ 2.911,00

#### 4.10. Estado de pérdidas y ganancias presupuestado

Se presenta el estado de pérdidas y ganancias estimadas para 5 años demostrando que la empresa es factible y viable durante los próximos años.

Tabla 18. Estado de Pérdidas y Ganancias de 5 años

<b>ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS</b>					
<b>Año</b>	<b>1er</b>	<b>2do</b>	<b>3ro</b>	<b>4rto</b>	<b>5to</b>
<b>Aumento % en ventas</b>		<b>15%</b>	<b>10%</b>	<b>11%</b>	<b>10%</b>
<b>Aumento % Sueldo</b>		<b>3,40%</b>	<b>3,40%</b>	<b>3,40%</b>	<b>3,40%</b>
<b>Ventas</b>	<b>\$772.500,00</b>	<b>\$888.375,00</b>	<b>\$849.750,00</b>	<b>\$857.475,00</b>	<b>\$849.750,00</b>
<b>(-)Devolución en ventas</b>	<b>\$ 192,00</b>				
<b>Aporte capital</b>	<b>\$ 6.000,00</b>				
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$778.308,00</b>	<b>\$894.183,00</b>	<b>\$855.558,00</b>	<b>\$863.283,00</b>	<b>\$855.558,00</b>
<b>(-)Gastos operacionales</b>	<b>\$ 56.089,05</b>	<b>\$ 58040,59</b>	<b>\$ 59814,20</b>	<b>\$ 59273,32</b>	<b>\$ 61221,35</b>
<b>G. ventas</b>	<b>\$ 1.191,00</b>	<b>\$ 1.369,65</b>	<b>\$ 1.310,10</b>	<b>\$ 1.322,01</b>	<b>\$ 1.310,10</b>
<b>Luz</b>	<b>\$ 495,00</b>	<b>\$ 569,25</b>	<b>\$ 544,50</b>	<b>\$ 549,45</b>	<b>\$ 544,50</b>
<b>Agua</b>	<b>\$ 470,00</b>	<b>\$ 540,50</b>	<b>\$ 517,00</b>	<b>\$ 521,70</b>	<b>\$ 517,00</b>
<b>Teléfono</b>	<b>\$ 226,00</b>	<b>\$ 259,90</b>	<b>\$ 248,60</b>	<b>\$ 250,86</b>	<b>\$ 248,60</b>
<b>G. administrativo</b>	<b>\$ 52.449,76</b>	<b>\$ 54.222,65</b>	<b>\$ 56.055,81</b>	<b>\$ 57.951,31</b>	<b>\$ 59.911,25</b>
<b>Sueldos</b>	<b>\$ 46.442,98</b>	<b>\$ 48.022,04</b>	<b>\$ 49.654,79</b>	<b>\$ 51.343,05</b>	<b>\$ 53.088,72</b>
<b>aporte patronal</b>	<b>\$ 5.700,78</b>	<b>\$ 5.894,61</b>	<b>\$ 6.095,02</b>	<b>\$ 6.302,25</b>	<b>\$ 6.516,53</b>
<b>sum de oficina.</b>	<b>\$ 306,00</b>				
<b>G. financieros</b>	<b>\$ 2.448,29</b>	<b>\$ 2.448,29</b>	<b>\$ 2.448,29</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b>Pago préstamo</b>	<b>\$ 2.448,29</b>	<b>\$ 2.448,29</b>	<b>\$ 2.448,29</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b>Utilidad operacional</b>	<b>\$722.218,95</b>	<b>\$836.142,41</b>	<b>\$795.743,80</b>	<b>\$804.009,68</b>	<b>\$794.336,65</b>

## CONCLUSIONES

Después de la realización, investigación y análisis de los datos recopilados para demostrar la factibilidad y viabilidad de la empresa. Se ha llegado a la conclusión de que Eventos Sol y Luna es una empresa única en el mercado y que podrá ofrecer todos los servicios que ofrece a los clientes, con los precios justos por el trabajo que se realizara cumpliendo con las especificidades del cliente.

- La inversión requerida para EVENTOS SOL Y LUNA no es muy elevada con lo cual no hay pérdida de dinero por lo que los inversionistas podrán recuperar en un corto plazo la inversión en tres años.
- El estudio económico y financiero del proyecto, basado en un criterio conservador orienta a ventajas y posibilidades de llevar a cabo las actividades del negocio, logrando obtener resultados de exitosos por altos valores de retornos obtenidos al mínimo esperado fundamentado en un monto positivo del valor actual neto del proyecto (VAN).

Por otro lado, también podemos concluir, gracias al Estudio de Mercado que

:

- El resultado de la investigación nos dio a conocer que existe un amplio mercado al cual dirigarnos, ya que la mayoría de personas y empresas que hay en la ciudad de Quito realizan eventos constantemente, para los cuales siempre necesitarán a alguien que les proporcione asesoramiento y ayuda en la organización de eventos.
- Existe una demanda insatisfecha para la cual es necesaria la creación de este tipo de empresas encaminadas a la realización de eventos de exclusivos y elegantes, que brinden un servicio de calidad enfocados a cubrir las necesidades e intereses del mercado.

## RECOMENDACIONES

A continuación procedemos a dar ciertas recomendaciones que consideramos son importantes a tomar en cuenta para la futura ejecución del proyecto

- Para alcanzar los resultados proyectados, es necesario que se apliquen estrategias agresivas para las venta (el primer año) con el objetivo de captar a los clientes potenciales, pues son éstas las determinantes para que el negocio continúe y los volúmenes en venta crezcan.
- Para que la empresa consiga mantenerse líder en el mercado de Eventos, se recomienda la actualización constante de nuevos estilos y tendencia tanto del equipamiento y la infraestructura física de la oficina, para de esta manera no sentirse amenazada por la competencia.
- Trabajar con la política basada en la satisfacción total de los empleados y trabajadores; mantenido un ambiente de armonía en el trabajo diario, contando con la información y experiencia del giro del negocio, pueda crear competencia.
- Dado que en el negocio existen periodos de estacionalidad o de recesión como temporadas en las cuales no es rentable el giro del negocio; se analiza tener cautela en el manejo de las utilidades, ya que por ejemplo existen meses con ingreso bajos.

## REFERENCIAS

Recuperado el 15 de Febrero de 2014. ROBBINS / COULTER, 2005, Administración, octava edición, Pearson Prentice Hall, México.

Recuperado el 18 de Febrero de 2014. Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual. 2014. Signos Distintivos. <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/signos-distintivos/>

Recuperado el 18 de febrero del 2014: Foros Ecuador. p. 17-27 <http://www.forosecuador.ec/>.  
[http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd\\_supercias/descargas/ss/LEY\\_DE\\_COMPANIAS.pdf](http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd_supercias/descargas/ss/LEY_DE_COMPANIAS.pdf)

Recuperado el 22 de febrero de 2014: Quintaelangeldepiedra.i8.com. 2014. Sobre Nosotros. <http://www.quintaelangeldepiedra.i8.com/index.html>

Recuperado el 22 de Febrero del 2014: Haciendavillavieja.com. 2014. Hacienda & Gran Salón Villavieja. <http://www.haciendavillavieja.com/servicios.html>

Recuperado el 23 de Febrero de 2014. Google.com. 2014. tarjetas de crédito ecuador - Google Search. <https://www.google.com/search?q=tarjetas+de+credito+ecuador&es>

Recuperado el 23 de febrero de 2014: El comercio. 2014. Establecimientos las reglas entre los locales y las tarjetas. [http://www.elcomercio.com/negocios/establecimientos-reglas-locales-tarjetas\\_0\\_540546138.html](http://www.elcomercio.com/negocios/establecimientos-reglas-locales-tarjetas_0_540546138.html).

## **ANEXOS**

# Anexo No. 1: Formularios del IEPI

## SOLICITUD DE BÚSQUEDA DE DERECHO DE AUTOR

 <p>Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual</p>	<p><i>INSTITUTO ECUATORIANO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL - IEPI - DIRECCIÓN NACIONAL DE DERECHO DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS</i></p>	<p>FECHA: .....</p>												
<p>A: Experta Principal en Registro. Solicito se me certifique si en la base de datos de la Unidad de Registro de la Dirección Nacional de Derecho de Autor y Derechos Conexos consta lo que a continuación detallo:</p>														
<p>SOLICITANTE: .....</p>														
<p style="text-align: center;"><b>TIPO DE OBRA:</b></p> <table border="0" style="width: 100%;"><tr><td>Literaria</td><td>[ ]</td><td>Fonograma</td><td>[ ]</td></tr><tr><td>Programa de Ordenador</td><td>[ ]</td><td>Artística o Musical</td><td>[ ]</td></tr><tr><td>Publicaciones Periódicas</td><td>[ ]</td><td>Audiovisual</td><td>[ ]</td></tr></table>			Literaria	[ ]	Fonograma	[ ]	Programa de Ordenador	[ ]	Artística o Musical	[ ]	Publicaciones Periódicas	[ ]	Audiovisual	[ ]
Literaria	[ ]	Fonograma	[ ]											
Programa de Ordenador	[ ]	Artística o Musical	[ ]											
Publicaciones Periódicas	[ ]	Audiovisual	[ ]											
<p>REGISTRADA: [año:      mes:      día: ]      NÚMERO DE REGISTRO: [      ]</p>														
<p>NOMBRE DEL AUTOR y/o AUTORES: .....</p>														
<p>TÍTULO DE LA OBRA: .....</p>														
<p>ANEXOS:</p> <p>[ ] Comprobantes pago N°:</p> <p>Otro si:</p> <p>NOTA: El valor de la tasa debe ser depositado en el Banco del Pacifico Cta. Cte. N° 742852-9, a nombre del IEPI</p>	<p>.....</p> <p style="text-align: center;">Firma solicitante</p> <p>C.C.....</p> <p>Teléfono: .....</p> <p>Correo Electrónico: .....</p>													

Favor llenar el presente formulario a máquina o con letra legible

## SOLICITUD PAGO TASA TITULO

<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p><i>República del Ecuador</i></p> <p><b>Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual –IEPI– Unidad de Gestión de Signos Distintivos</b></p> </div> <div style="text-align: center;">  <p><b>Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual</b></p> </div> </div>	<p><b>* Fe de presentación</b></p>																				
<p>A: Director Nacional de Propiedad Industrial. Adjunto pago por concepto de tasa oficial para obtención de título de registro:</p>																					
<p><b>Denominación:</b></p> <table style="width: 100%; margin-top: 10px;"> <tr> <td style="width: 50%;">Marca de Producto</td> <td style="width: 5%;">( )</td> <td style="width: 50%;">Marca de Servicios</td> <td style="width: 5%;">( )</td> </tr> <tr> <td>Lema Comercial</td> <td>( )</td> <td>Nombre Comercial</td> <td>( )</td> </tr> <tr> <td>Denominación de Origen</td> <td>( )</td> <td>Apariencia Distintiva</td> <td>( )</td> </tr> <tr> <td>Marca de Certificación</td> <td>( )</td> <td>Marca Colectiva</td> <td>( )</td> </tr> </table> <p>Trámite No.:</p> <p>Publicado en la Gaceta:</p> <p>Solicitante:</p> <p>Resolución No.:</p> <p>Fecha Resolución:</p> <p>Concedido por:</p> <table style="width: 100%; margin-top: 10px;"> <tr> <td style="width: 80%;">Dirección Nacional de Propiedad Industrial / Unidad de Signos Distintivos</td> <td style="width: 20%;">( )</td> </tr> <tr> <td>Comité de Propiedad Intelectual, Industrial, Obtenciones Vegetales</td> <td>( )</td> </tr> </table>		Marca de Producto	( )	Marca de Servicios	( )	Lema Comercial	( )	Nombre Comercial	( )	Denominación de Origen	( )	Apariencia Distintiva	( )	Marca de Certificación	( )	Marca Colectiva	( )	Dirección Nacional de Propiedad Industrial / Unidad de Signos Distintivos	( )	Comité de Propiedad Intelectual, Industrial, Obtenciones Vegetales	( )
Marca de Producto	( )	Marca de Servicios	( )																		
Lema Comercial	( )	Nombre Comercial	( )																		
Denominación de Origen	( )	Apariencia Distintiva	( )																		
Marca de Certificación	( )	Marca Colectiva	( )																		
Dirección Nacional de Propiedad Industrial / Unidad de Signos Distintivos	( )																				
Comité de Propiedad Intelectual, Industrial, Obtenciones Vegetales	( )																				
<p>Recaudos anexos:</p> <p>[ ] Comprobante pago N°:</p>	<div style="text-align: center; margin-top: 20px;"> <p>_____</p> <p>Firma petitionerario</p> </div> <p>Casillero IEPI :          Casillero judicial :          Estudio jurídico :          Teléfonos :          Correo electrónico:</p>																				

Favor llenar el presente formulario a máquina o con letra legible

## Anexo No. 2: Encuesta

### Encuesta

Este cuestionario está diseñado para conocer las necesidades de las personas que realizan reuniones o eventos, ya sean estos de tipo social, empresarial, cultural, entre otros.

Edad: \_\_\_\_\_

Ocupación: \_\_\_\_\_

Sexo: \_\_\_\_\_

#### 1. ¿Realiza con frecuencia Reuniones o Eventos?

Si

No

(Si su respuesta es negativa terminar aquí con el cuestionario,  
Gracias)

#### 2. ¿Cuántas Reuniones o Eventos realiza al año?

 3 6 9

9 o mas

#### 3. ¿Qué tipo de Reuniones o Eventos realiza?

Sociales (Fiestas, Reuniones familiares, entre otros)

Empresariales (Capacitaciones, Cursos, Talleres, entre otros)

Culturales (Conciertos, Teatros, Presentaciones artísticas, entre otros)

#### 4. ¿Está dispuesto a buscar asesoramiento profesional para la organización de sus reuniones o eventos?

Si

No

**(Si su respuesta es negativa terminar aquí con el cuestionario,  
Gracias)**

**5. ¿En qué aspectos buscaría un organizador profesional para sus eventos?**

- |                          |              |
|--------------------------|--------------|
| <input type="checkbox"/> | Local        |
| <input type="checkbox"/> | Decoración   |
| <input type="checkbox"/> | Gastronomía  |
| <input type="checkbox"/> | Invitaciones |
| <input type="checkbox"/> | Publicidad   |
| <input type="checkbox"/> | Otros        |

(Especifique): \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**6. ¿Consideraría usted la posibilidad de que el profesional le brinde un asesoramiento integral en la organización de su reunión o evento? (teniendo en cuenta que por integral nos referimos a todos los servicios que usted requiere en este tipo de reuniones o eventos)**

- Si  No

**7. ¿Ha trabajado ya con alguna empresa que le ofrezca el servicio de organización de eventos integral?**

- Si  No

**(Si su respuesta es negativa no contestar la pregunta 8, Gracias)**

**8. ¿Qué le pareció el servicio que le ofrecieron en la organización de su evento?**

Excelente

Malo

**(De acuerdo a su respuesta explique por qué, Gracias)**

---

---

---

---

---

**9. ¿Cómo está dispuesto a cancelar el pago de su reunión o evento?**

Cada servicio por separado

Todos los servicios en conjunto

**(Si su respuesta es todos los servicios no contestar la siguiente pregunta, Gracias)**

**10. ¿Está dispuesto a confiar su reunión o evento a una sola persona para que se encargue de todo su evento?**

Si

No

### Anexo No. 3: Tabla de Tabulación de Encuestas

Tabla de Tabulación de Encuestas

Tabla de Tabulación de Encuestas													
1. Realiza con frecuencia reuniones o eventos	2. Cuantas reuniones o eventos realiza al año			3. Tipos de reuniones		4. Busca asesoramiento		5. Áreas de posible asesoramiento					
	Si	30	1 a 3	12	Sociales	24	Si	22	Local	21			
No	0	3 a 6	12	Empresariales	2	No	8	Decoración	16				
Total	30	6 a 9	4	Culturales	0	Total	30	Gastronomía	22				
		9 o más	2	Sociales y Culturales	1					Invitaciones	12		
				Sociales y Empresariales	2							Publicidad	11
				Sociales, empresariales y culturales	1								
6. Prefiere asesoramiento integral	7. Ha trabajado con empresas que le brinden un servicio integral	8. Calidad del precio		9. Prefiere Cancelar		10. Esta dispuesta a dejar en manos de otra persona su evento							
Si	26	Si	8	Excelente	8	Cada servicio	6	Si	22				

No	4	No	22	Malo	2	por separado Todos los servicios en conjunto	24	No	8
Total	30	Total	30	Total	10	Total	30	Total	30

# Anexo No.4: Cotización Villa vieja



## COTIZACIÓN

CLIENTE: Maria del Carmen Sanchez  
CELULAR:   
EMAIL: mariadelc.sanchez.7@hotmail.com  
FECHA: por definir Junio 2014  
EVENTO: Graduación  
HORA: 19:00hs  
LUGAR: Salón  
ASISTENTES: 400pax

## PAQUETE PREMIUM

En las diferentes sugerencias que encontrará a continuación esta incluido lo siguiente:

- Aseoramiento continuo para la realización del evento
- Calentadores de ambiente a gas sin costo
- Mesas cuadradas de vidrio iluminadas de 10 personas
- Sillas Tiffany con forro y lazo del color de la mantelería
- Servilletas
- platos base de vidrio
- Arreglos florales bajos para cada mesa
- Cristalería
- Vajilla
- Cubertería
- Bebidas gaseosas, agua mineral, agua natural, hielo ilimitadas
- Discorche de Cortesía
- 2 bocaditos de sal por persona, antes de la comida. (recepción de invitados)
- Fresas al servicio del Champagne (brindis)
- Exquisitos panes de nuestra pastelería para cada mesa (cena)
- Estación permanente de café, té, aromáticas y mini chocolates de menta y café.
- Para la noche loco Villa Vieja, caldo de pastas, o consomé.
- Menú de niños a mitad de precio
- Menú vegetarianos o dietas especiales pedidos con anterioridad
- Opciones de menú detalladas posteriormente a escoger
- Degustación para seis personas del menú escogido.
- Servicio de meseros por 8 horas
- Disco móvil por 8 horas
- Instalaciones de Hacienda Villavieja por ocho horas. El horario podrá extenderse hasta la 05:00, sin opción a prórroga
- Guardia necesaria para el aparcamiento de vehículos.
- Personal de limpieza permanente para los baños
- Planta eléctrica de emergencia
- Cisterna de emergencia con capacidad de 4000 galones de agua
- 15.000 Watts de iluminación decorativa con más de 100 reflectores de colores arquitectónicamente distribuidos.

### Sugerencia 1

Mil hoja rellena de camarones y champiñones al gratin  
Châteaus –brind de lomo fino de cerdo a las finas hierbas  
Sofomillo de pollo a la plancha en salsa teriyaki con ajonjolí  
Zucchini saltados con romero a la provenzal  
Papa noisette con almendras tostadas  
Crocante de frambuesas

### Sugerencia 2

Timbal mediterráneo con prosciutto y queso de cabra  
Medallón de lomo fino en salsa de tres pimentas flameadas al vodka  
Ataditos de corvina con cebolla y salsa de azafrán  
Vegetales escondidos  
Mix Quill de papas, yuca, zanahoria y Fideños chinos  
Twin towers tiramisú

### Sugerencia 3

Casa limeña de cangrejo y camarón en salsa de maracuyá  
Lomo Wellington relleno de espinaca, champiñones, nueces cebolla y queso en salsa de vino tinto  
Papa Cecilia saltada

Hacienda & Gran Salón Villavieja: Río Solanga E38-N1 y Juan Procel, Sector El Condado  
Teléfonos: 249.8469 / 249.4635 / 0991.901.111 / 0998.228.648  
www.haciendavillavieja.com



Guarnici6n mediterr6nea: humus de garbanzo, pimiento rojo al horno, espartero, berenjena marinada y aceitunas negras  
Crema Br6l6e con hilos de caramelo y frutas

**Sugerencia 4**

Portobello relleno de frutos del mar en salsa de azafr6n gratinado  
Enrollado de pollo a la florentina con salsa de queso  
Chuletero de ternera en salsa natural de tres champi6nes  
Perlas de vegetales  
Muchines de yuca rellenas de queso fontine  
Abonico de pera al vino al tino con helado de vainilla, almendra tostada y canela

**Sugerencia 5**

Ensalada de pulpo a la gallega  
Matambre de cerdo con queso provolone y cebolla  
Ch6teau -brand de lomo fino de res en salsa de whiskey y romero  
Gratin de papa dauphinois  
Ataditos de vegetales  
Mering6n con helado de vainilla, crema chantilly, guan6bana fresca en salsa de uvilla y mora decorado con frutas ex6ticas

Precio:  
USD \$62.00 + 12% de IVA

**SERVICIOS ADICIONALES**

Sala Lounge de 7 puestos USD \$180.00 + IVA c/u  
Iluminaci6n (luces led) USD \$20.00 + IVA c/u

**PROVEEDORES**

Flora Fashion	Decoraci6n/Flores	2453185 / 0998018280
Vatel /Maria Jos6 Ter6n	Decoraci6n /Flores	2445960 /0999728365
Fialo /Lorena Fiallo	Decoraci6n /Flores	/ 0990404215
Remo Galiano	Jazz	2379371 / 0992763359
Guillermo Lasso	Saxo y voz	2892176 / 0997705682
Fernando Saavedra	Fuegos Pirot6cnicos Frios	2405732 / 095378069
Rommel Pasquel	Fot6grafo	2453673 / 0992902529
Pablo Cervantes	Fot6grafo	2075455 / 0999564522
Plenitimo / Cristina P6rez	Cotill6n	2244481 / 0998529708
Diego Cerda	Juegos infantiles	0995986008
Andrea Flores	Licores	2226109 / 0999304234

**HORAS EXTRAS**

Hora extra por mesero a su servicio \$ 8.00 + IVA  
Hora extra del jard6n \$ 100.00 + IVA  
Hora extra disco m6vil \$ 40.00 + IVA

**FORMA DE PAGO**

La forma de pago es 100% hasta una semana antes del evento. Si hubiese piezas rotas de vajilla, cristaleria, manteles quemados o estropeados, si hubiere cualquier faltante o deterioro de los implementos instalados y usados durante el evento se facturari6n a precio de reposici6n al cliente, para este efecto se realizar6 la respectiva constataci6n del estado de las cosas a la culminaci6n del evento.

**CONDICIONES**

- > A la firma del Contrato el cliente deber6 dejar un cheque en garant6a.
- > Para reservar la fecha se requiere un abono de \$2000.00, no reembolsables en caso de suspensi6n o cambio de fecha reservada del evento y que ser6 imputada al valor total del evento.
- > La presente cotizaci6n tiene un tiempo de validez de quince d6as, por la alta demanda de nuestros jard6nes para la fecha solicitada
- > Los precios en esta cotizaci6n podr6n variar y actualizarse a la fecha del evento por efectos de la inflaci6n y probables incrementos en los costos de nuestros proveedores.
- > Hacienda VillaVieja no reembolsara el valor abonado antes del evento en caso de suspender el evento. Esto se negociara conjuntamente con el cliente para definir nueva fecha.
- > Esta cotizaci6n esta elaborada en base a 400 personas, en el caso de que este n6mero var6, los valores ser6n recotizados.

Atentamente,

Claudia Capelo  
[www.haciendavillavieja.com](http://www.haciendavillavieja.com)

Hacienda & Gran Sal6n Villavieja: R6o Solanga E38-N1 y Juan Procel, Sector El Condado  
Tel6fonos: 249.8469 / 249.4635 / 0991.901.111 / 0998.228.648  
[www.haciendavillavieja.com](http://www.haciendavillavieja.com)

## Anexo No. 5: Cotización “Quinta Ángel de Piedra”



Quito, 24 de Febrero de 2014

Estimados,

*Es muy grato para quienes hacemos “El Ángel de Piedra”, Quinta-Recepciones poner a su disposición nuestras instalaciones y servicios en la Coordinación y Organización de Eventos sociales y empresariales, en un ambiente campestre, cálido y cómodo a sólo 30 minutos de la ciudad de Quito, en el hermoso Valle de los Chillos.*

*Contamos con áreas verdes, bellos jardines y áreas internas integradas armoniosamente, las que son propicias para realización de todo tipo de eventos en el día y la noche.*

*La coordinación y realización total de su recepción, está en manos de expertos profesionales, lo que nos permite dar realce y distinción a su evento.*

Atentamente,

Cristina Yaselga G.  
Event Planner  
Quinta “El Ángel de Piedra”

## Paquete Cena de Graduación

### *Menú 1*

Plato fuerte:

Tournedos de lomo a las finas hierbas

Medallón de pollo florentino

Budín de choclo

Ensalada mediterránea

Arroz florentino (Opcional)

Postre: Seducción de chocolate en coulis de mora

**PRECIO POR PERSONA: 47,00 USD. + IVA**

### *Menú 2*

Plato fuerte:

Medallones de cerdo en salsa de vino tinto

Cordon Bleu de pollo en salsa oriental

Patatas al pimentón

Jardinera de legumbres al balsámico

Arroz pilaf (Opcional)

Postre: Panacota de vainilla en coulis de chocolate

**PRECIO POR PERSONA: 47,00 USD. + IVA**

### *Menú 3*

Plato fuerte:

Lomo fino en salsa de tres pimientos

Medallones de pavo en salsa de albaricoque

Papas a la crema gratinadas

Ensalada oriental

Arroz de Champiñones (Opcional)

Postre: Creppe Suzette

**PRECIO POR PERSONA: 49,00 USD. + IVA**

*Precio por persona, incluye:*

- ✓ Cualquiera de los tres menús a su elección *(Se pueden modificar de acuerdo a su gusto)*
  - ✓ Uso exclusivo de las instalaciones de la Quinta, por 6 horas. *(Horario puede extenderse por costo hora adicional)*
  - ✓ Área exterior (Jardines) para montaje de recepción
  - ✓ Montaje de toldos altos de lujo para recepción
  - ✓ Área de pista de baile delimitada en cerámica
  - ✓ Servicio de meseros por 6 horas.
  - ✓ 10% de servicio incluido en el valor por persona.
  - ✓ El descorche de bebidas sin costo adicional.
  - ✓ Bebidas soft ilimitadas. (Aguas y bebidas gaseosas)
  - ✓ Servicio de café y aromáticas permanente.
  - ✓ Vajilla, cubertería y cristalería
  - ✓ Mesas vestidas con fina mantelería a su elección. *(Mesas de vidrio iluminadas con costo adicional)*
  - ✓ Sillas tifanny con forro y lazo a su elección.
  - ✓ Arreglo de flores bajo, en cada mesa.
  - ✓ Calentadores de ambiente, altos tipo hongo.
  - ✓ Parqueadero privado con guardia de seguridad.
  - ✓ Planta eléctrica de emergencia. (No apta para orquesta)
  - ✓ Jardines, áreas verdes, pozo, pila, lago, puentes, arcos y más, con iluminación para la noche.
  - ✓ Servicio de ropero para abrigos de sus invitados.
  - ✓ Atención constante en el tocador y baños.
  - ✓ Montaje y desmontaje del evento.
-

✓ *Costos Adicionales:*

- Servicio de DJ (Por 6 horas): 285 usd.
- Hora extra de local: 100 usd.
- Hora extra de meseros: 10 usd. (Por hora, por mesero)
- Hora extra de DJ: 50 usd.
- Transporte (Bus de turismo de 40 pax.) Quito-Quinta-Quito \$ 210,00

*Otros servicios:*

La Quinta "El Ángel de Piedra", también le ofrece todos los servicios adicionales o extras que usted requiera:

- \* Invitaciones
  - \* Decoración de otras áreas de la Quinta
  - \* Ambientación con luces
  - \* Pirotecnia fría o caliente
  - \* Torta en fondant diseño y sabor a su elección
  - \* Estaciones de:
    - Fuente de chocolate y frutas
    - Picadas
    - Quesos
    - Sushi
  - \* Bocaditos de sal o dulce.
  - \* Barman show.
  - \* Música en vivo, orquestas, banda de pueblo, conjuntos, mariachis, tríos, violines, etc.
  - \* Fotografía y video.
  - \* Y más...
-

## *Forma de Pago*

- \* 1000 usd. de reserva de local (No forman parte de los pagos, sirven para la liquidación del evento)
  - \* 1000 usd. de garantía (Cheque se devuelve al final del evento)
  - \* 50% del valor del contrato a la firma del mismo
  - \* 50% del valor del contrato, 8 días antes del evento.
- 
- Los valores adjuntos de servicios son para un mínimo de 150 adultos, si fuesen menos habrá un recargo adicional.
  - Cotización válida por 30 días.
  - Precios no incluyen IVA.

## Anexo No. 6: Cotización Batanga

Tarifarios 2014 (Enero)

PRODUCTO	MEDIO	MODELO DE VENTA	PRECIO	
			US\$	
Display	Sitios Propios y Premium Display Network	CPM (Formatos tradicionales) web y mobile	\$	6,00
		CPM (Rich Media) web (4)	\$	11,00
	Sitios Propios	CPM (Formatos tradicionales) web presencias fijas	\$	4,80
		CPM (Rich Media) web presencias fijas expandibles y otros formatos **	\$	8,00
	Contextual targeting	CPM (Rich Media) web presencias fijas Skin Site	\$	10,00
		CPM (valor adicional que se le suma al formato seleccionado) (2)	\$	2,00
	Behavioral targeting	CPM (valor adicional que se le suma al formato seleccionado) (2)	\$	2,00
		CPM (valor adicional que se le suma al formato seleccionado) (2)	\$	0,50
	Vce (verificación de audiencias)	CPM Web	\$	11,00
		CPC Web		
Mobiles	Sitios Propios y Premium Display Network	CPM (Formatos tradicionales) mobile	\$	6,00
		CPM (Rich Media) Mobile (5)	\$	10,00
	Mobile Network	CPC Mobiles (6)	\$	4,80
		CPC Tablets (6)	\$	8,00
Video	Video Network	CPM Mobiles	\$	8,00
		CPM Tablets	\$	11,00
		CPM (in banner video)	\$	16,00
		CPMV (100% 1000 videos vistos, video interstitial, Pre Roll)	\$	16,00

## Anexo No.7: Uniformes



CONFECCIONAMOS UNIFORMES PARA INSTITUCIONES  
HOTELERAS, GASTRONOMICAS  
Y MEDICAS

Telefax: 2401 144(Fabrica)  
Almacén Quito 2464 567  
Almacén Guayaquil 042 682 834  
[www.mychefcity.com](http://www.mychefcity.com)  
[chefcity2000@yahoo.com](mailto:chefcity2000@yahoo.com)

### COTIZACION

FECHA: 19 de Octubre del 2013,  
DE: Chef City Clothing  
PARA:  
ATENCION: Srta. Grece Lora  
FAX / TELF 987793638  
e-mail [mswadelciel@ccfite.net](mailto:mswadelciel@ccfite.net) / [secremdc@hotmail.com](mailto:secremdc@hotmail.com)

CANT.	ARTICULO COCINA	P. UNID.	TOTAL
3	Chaqueta Narda color/BL.	28,00	84,00
3	Pantalón tipo calentador / NG. Hasta la T 42	17,00	51,00
3	Gorros Champiñon BL.	5,00	15,00
3	Delantal Frances BL.	14,00	42,00
3	Delantal en v color NG.	8,00	24,00
		<b>TOTAL</b>	<b>216,00</b>

Validez 30 días calendario  
IVA: Tarifa 0 ( cero ) Empresa Artesanal  
Entrega 10 días laborables.  
Forma de 75 entrada 25% contra entrega  
DEPOSITOS Bco. Pichincha Cha. Cte. # 3367319804 Gladys Iza  
confirmar depositos o transferencias a [chefcity2000@yahoo.com](mailto:chefcity2000@yahoo.com)

Magali Merchán  
2464-567

# Anexo No. 8: Contrato a Plazo Fijo

## CONTRATO DE TRABAJO A PLAZO FIJO

Comparecen, ante el señor Inspector del Trabajo, por una parte....., a través de su representante legal,..... (en caso de personas jurídicas); en su calidad de **EMPLEADOR** y por otra parte el señor ..... portador de la cédula de ciudadanía # ..... su calidad de **TRABAJADOR**. Los comparecientes son ecuatorianos, domiciliados en la ciudad de..... y capaces para contratar, quienes libre y voluntariamente convienen en celebrar un contrato de trabajo a PLAZO FIJO con sujeción a las declaraciones y estipulaciones contenidas en las siguientes cláusulas:

El EMPLEADOR y TRABAJADOR en adelante se las denominará conjuntamente como "Partes" e individualmente como "Parte".

### PRIMERA. OBJETO DEL CONTRATO:

El EMPLEADOR para el cumplimiento de sus actividades y desarrollo de las tareas propias de su actividad necesita contratar los servicios laborales de ..... (Nota explicativa: Un solo cargo Ejemplo: Mecánico, secretaria), revisados los antecedentes del(de la) señor(a)(ita) ....., éste(a) declara tener los conocimientos necesarios para el desempeño del cargo indicado, por lo que en base a las consideraciones anteriores y por lo expresado en los numerales siguientes, el EMPLEADOR y el TRABAJADOR (a) proceden a celebrar el presente Contrato de Trabajo.

### SEGUNDA.- JORNADA ORDINARIA Y HORAS EXTRAORDINARIAS.-

El TRABAJADOR (a) se obliga y acepta, por su parte, a laborar ocho horas diarias por jornadas de trabajo, las máximas diarias y semanal desde las..... hasta las....., en conformidad con la Ley, en los horarios establecidos por el EMPLEADOR de acuerdo a sus necesidades y actividades. Así mismo, las Partes podrán convenir que, el TRABAJADOR labore tiempo extraordinario y suplementario cuando las circunstancias lo ameriten y tan solo por orden escrita del EMPLEADOR.

(Nota: Especificar horario de acuerdo al Art. 47 del Código de Trabajo. Ejemplo: De lunes a Viernes de 08:00 a 17:00, con una hora de almuerzo, y de ser el caso citar el Art.49 del mismo cuerpo legal correspondiente a la jornada nocturna.

### TERCERA.- REMUNERACIÓN.-

El EMPLEADOR pagará al TRABAJADOR (a) por la prestación de sus servicios la remuneración convenida de mutuo acuerdo en la suma de..... DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (USD\$ ...,00).

El EMPLEADOR reconocerá también al TRABAJADOR las obligaciones sociales y los demás beneficios establecidos en la legislación ecuatoriana.

### CUARTA.- DURACIÓN DEL CONTRATO:

El presente contrato tendrá una duración de ..... (Puede estipularse un plazo no inferior a un año ni superior a dos años). (Es facultativo estipular un periodo de prueba de hasta 90 días conforme lo establecido en el Art. 15 del Código de Trabajo).

Este contrato podrá terminar por las causales establecidas en el Art. 169 del Código de Trabajo en cuanto sean aplicables para este tipo de contrato.

**QUINTA.- LUGAR DE TRABAJO.-**

El TRABAJADOR (a) desempeñará las funciones para las cuales ha sido contratado en las instalaciones ubicadas en..... ( Dirección), en la ciudad de .....(Quito), provincia de ..... (Pichincha), para el cumplimiento cabal de las funciones a él encomendadas.

**SEXTA.- Obligaciones de los TRABAJADORES Y EMPLEADORES:**

En lo que respecta a las obligaciones, derecho y prohibiciones del empleador y trabajador, estos se sujetan estrictamente a lo dispuesto en el Código de Trabajo en su Capítulo IV de las obligaciones del empleador y del trabajador, a más de las estipuladas en este contrato. Se consideran como faltas graves del trabajador, y por tanto suficientes para dar por terminadas la relación laboral.

**SEPTIMA. LEGISLACIÓN APLICABLE**

En todo lo no previsto en este Contrato, cuyas modalidades especiales las reconocen y aceptan las partes, éstas se sujetan al Código del Trabajo.

**OCTAVA.- JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.-**

En caso de suscitarse discrepancias en la interpretación, cumplimiento y ejecución del presente Contrato y cuando no fuere posible llegar a un acuerdo amistoso entre las Partes, estas se someterán a los jueces competentes del lugar en que este contrato ha sido celebrado, así como al procedimiento oral determinados por la Ley.

**NOVENA.- SUSCRIPCIÓN.-**

Las partes se ratifican en todas y cada una de las cláusulas precedentes y para constancia y plena validez de lo estipulado firman este contrato en original y dos ejemplares de igual tenor y valor, en la ciudad de..... el día \_\_\_ del mes de \_\_\_\_\_ del año \_\_\_\_\_

**EL EMPLEADORA**

**EL TRABAJADOR (a)**  
**C.C.**

---

# Anexo No. 9: Contrato a Destajo

## CONTRATO DE TRABAJO A DESTAJO

Comparecen, ante el señor Inspector del Trabajo, por una parte....., a través de su representante legal,..... **(en caso de personas jurídicas)**; en su calidad de EMPLEADOR y por otra parte el señor \_\_\_\_\_ portador de la cédula de ciudadanía # \_\_\_\_\_ su calidad de TRABAJADOR. Los comparecientes son ecuatorianos, domiciliados en la ciudad de..... y capaces para contratar, quienes libre y voluntariamente convienen en celebrar un contrato de trabajo a Destajo con sujeción a las declaraciones y estipulaciones contenidas en las siguientes cláusulas.

Al EMPLEADOR y TRABAJADOR en adelante se las denominará conjuntamente como "Partes" e individualmente como "Parte".

### PRIMERA. OBJETO DEL CONTRATO:

El TRABAJADOR es \_\_\_\_\_ o tiene título que lo acredita como tal por lo cual declara tener los conocimientos necesarios para ejecutar la labor por la cual es contratado. En virtud de lo cual, el EMPLEADOR, contrata los servicios lícitos y personales del TRABAJADOR para que ejecute la labor que se detalla a continuación:

**(Nota explicativa: Aquí se debe especificar si el contrato de trabajo se realiza por piezas, trozos, medidas de superficie y, en general, por unidades de obra, la cantidad de unidades y la remuneración que se pacta para cada una de las unidades de obra, sin tomar en cuenta el tiempo invertido en la labor contratada).** Por cada \_\_\_\_\_ elaborada el valor a cancelarse será de \_\_\_\_\_ DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMÉRICA dando un total de \_\_\_\_\_ DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMÉRICA.

### SEGUNDA.- REMUNERACIÓN Y FORMA DE PAGO:

Conforme quedo establecido en la cláusula anterior la remuneración total a pagarse será de \_\_\_\_\_ DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMÉRICA, que serán cancelados de la siguiente forma \_\_\_\_\_

### TERCERA.- DURACIÓN DEL CONTRATO:

El presente contrato tendrá una duración de \_\_\_\_\_. Por no sujetarse a la estabilidad mínima establecida en el Art. 14 este contrato podrá darse por terminado a la conclusión del contrato sin necesidad de desahucio.

Este contrato podrá terminar por las causales establecidas en el Art. 169 del Código de Trabajo en cuanto sean aplicables para este tipo de contrato.

### CUARTA.- LUGAR DE TRABAJO:

Las labores indicadas en el objeto de este contrato, se las ejecutará en..... **(Nota explicativa: Dirección)**, en la ciudad de..... **(Nota explicativa: Ejemplo: Quito)**, provincia de..... **(Nota explicativa: Ejemplo: Pichincha)**.

**(Nota explicativa: Para ser legalizado en Pichincha se debe citar lugar dentro de la provincia, no fuera de ella)**

### QUINTA.- Obligaciones de los TRABAJADORES Y EMPLEADORES:

En lo que respecta a las obligaciones, derecho y prohibiciones del empleador y trabajador, estos se sujetan

estrictamente a lo dispuesto en el Código de Trabajo en su Capítulo IV de las obligaciones del empleador y del trabajador, a más de las estipuladas en este contrato.

**SEXTA.- LEGISLACIÓN APLICABLE**

En todo lo no previsto en este Contrato, cuyas modalidades especiales las reconocen y aceptan las partes, éstas se sujetan al Código del Trabajo.

**SÉPTIMA.- JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.-**

En caso de suscitarse discrepancias en la interpretación, cumplimiento y ejecución del presente Contrato y cuando no fuere posible llegar a un acuerdo amistoso entre las Partes, estas se someterán a los jueces competentes del lugar en que este contrato ha sido celebrado, así como al procedimiento oral determinados por la Ley.

**OCTAVA.- SUSCRIPCIÓN.-**

Las partes se ratifican en todas y cada una de las cláusulas precedentes y para constancia y plena validez de lo estipulado firman este contrato en original y dos ejemplares de igual tenor y valor, en la ciudad de..... el día \_\_\_ del mes de \_\_\_\_ del año \_\_\_\_\_

**EL EMPLEADOR**

**EL TRABAJADOR (a)  
C.C.**

---