



# **UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EN LA CIUDAD DE QUITO**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PRESENTADO DE CONFORMIDAD CON LOS  
REQUISITOS PARA OBTENER EL TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL  
MENCIÓN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PROFESOR GUÍA: ECON. DIEGO RAZA CARRILLO**

**DEL CASTILLO GUERRERO MARIA SOL  
MOLINA MORETTA ANDREA GABRIELA**

**2006**

En este largo camino que hoy termina, han estado conmigo varias personas a las que hoy quiero decir Gracias: primero a Dios, por ser mi guía, a mis padres, hermana y demás familiares que han estado apoyándome día a día, a mis amigos por su aliento y a Sol mi compañera y amiga, que ha compartido conmigo este logro.

Abuelito, sé que ya no estás aquí, gracias por tu ejemplo.

*ANDREA*

Al finalizar esta etapa tan importante de mi vida, quiero agradecer a las personas que han estado a mi lado apoyándome y haciendo fuerza para que la culmine con éxito. A mis padres, mi hermana, mi familia y amigas más cercanas, gracias de corazón.

Álvaro, gracias por estar a mi lado, sé que eres incondicional. Andrea, nuestra amistad ha pasado pruebas difíciles y creo que las hemos superado, gracias por siempre estar ahí. Y principalmente a Dios por ser la luz de cada día.

*MARIA SOL*

Diego:

Para usted nuestro inmenso agradecimiento, pues supo encaminar y guiar paso a paso esta etapa final, gracias una vez más por su apoyo incondicional y amistad.

## RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto que se presenta a continuación es un plan de negocios enfocado a la creación de una empresa dedicada a la organización y concepción de eventos a nivel empresarial, mismos que pueden ser: Congresos, Seminarios, Lanzamientos de Producto, Cócteles, Fiestas para el Personal, Planes de Incentivos, entre otros.

A lo largo del desarrollo de este proyecto, se ha podido conocer el perfil del cliente y sus preferencias, lo cual permitirá que el servicio a ofertar sea novedoso, innovador, dinámico, es decir que cumpla con las exigencias y necesidades del cliente.

El contenido inicia con un análisis del entorno mediante el cual se han descubierto las oportunidades y amenazas. Posteriormente se presenta una investigación de mercados la cual refleja las necesidades y tendencias del mismo. Una vez definidas las oportunidades del negocio, se desarrolla un capítulo donde se detalla paso a paso la conformación de la empresa, su personal, estructura, estrategias, objetivos, valores, entre otros factores que en conjunto forman la identidad de este negocio. A continuación se presenta el plan de marketing, con el cual se pretende aprovechar las oportunidades del entorno y mediante estrategias, posicionar el servicio en el mercado. A partir éste plan, se realizó el análisis financiero del proyecto, el cual mediante escenarios, presupuestos, proyecciones, dio un panorama más amplio para concluir que en el caso de llevar a cabo este proyecto, sería rentable para sus inversionistas. Finalmente, se plantearon conclusiones y recomendaciones basadas en el análisis global del proyecto.

# ÍNDICE

## 1. CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. DELIMITACIÓN DEL TEMA	1
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA U OPORTUNIDAD	2
1.3 JUSTIFICACIÓN DEL TEMA	2
1.4 OBJETIVOS	4
1.4.1. OBJETIVO GENERAL	4
1.4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	5

## 2. CAPÍTULO II: ANÁLISIS DEL ENTORNO

2.1. LA INDUSTRIA	6
2.1.1. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EN EL ECUADOR	6
2.1.2. ANÁLISIS DEL SECTOR Y LA INDUSTRIA	7
2.1.2.1. DEFINICIÓN DE LA ACTIVIDAD	8
2.1.3. CLASIFICACIÓN DEL TIPO DE SERVICIOS	9
2.1.3.1. EVENTOS SOCIALES FAMILIARES	9
2.1.3.2. EVENTOS SOCIALES EMPRESARIALES	9
2.1.3.2.1. CONGRESOS	10
2.1.3.2.2. SEMINARIOS	10
2.1.3.2.3. CÓCTELES	10
2.1.3.2.4. LANZAMIENTOS DE PRODUCTO	11
2.1.3.2.5. FIESTAS PARA EL PERSONAL	11

2.1.3.2.6. PLANES DE INCENTIVOS	11
2.1.4. ASPECTOS GENERALES DEL SERVICIO DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS	12
2.1.4.1. ALQUILER DEL LOCAL	12
2.1.4.2. SERVICIO DE CATERING	13
2.1.4.3. BEBIDAS ALCOHÓLICAS Y NO ALCOHÓLICAS	13
2.1.4.4. ILUMINACIÓN Y SONIDO	13
2.1.4.5. MÚSICA	14
2.1.4.6. EQUIPOS ELECTRÓNICOS	14
2.1.4.7. FOTOGRAFÍA Y VIDEO	14
2.1.4.8. DECORACION	14
2.1.4.9. INVITACIONES, ENTREGA Y CONVOCATORIA	15
2.1.4.10. ALQUILER DE VAJILLAS, MANTELES, MESAS, SILLAS, CARPAS, TOLDOS, TARIMAS Y PERSONAL DE SERVICIO	15
2.1.4.11. CONTRATACIÓN DE MODELOS, ATACHES Y PRESENTADOR O ANIMADOR DEL EVENTO	16
2.2. MACROENTRONO	16
2.2.1. ANÁLISIS DE FACTORES ECONÓMICOS	16
2.2.1.1. PRODUCTO INTERNO BRUTO	17
2.2.1.2. INFLACIÓN	18
2.2.1.3. TASA DE INTERÉS	20
2.2.2 VARIABLES SOCIALES, CULTURALES	22
2.2.2.1 MIGRACIÓN	22
2.2.2.2. CULTURA	25
2.2.3. VARIABLES POLÍTICAS Y LEGALES	27

2.2.3.1. POLÍTICAS	27
2.2.3.2. REQUERIMIENTOS LEGALES	29
2.2.4. VARIABLES TECNOLÓGICAS	31
2.3. MICROENTORNO	33
2.3.1. RIVALIDAD ENTRE EMPRESAS COMPETIDORAS	34
2.3.2. PODER DE NEGOCIACIÓN DE PROVEEDORES	37
2.3.3. PODER DE NEGOCIACIÓN DE CONSUMIDORES	41
2.3.4. DESARROLLO POTENCIAL DE PRODUCTOS SUSTITUTOS	44
2.3.5. ENTRADA POTENCIAL DE COMPETIDORES NUEVOS	47

### **3. CAPÍTULO III: ESTUDIO DE MERCADO**

3.1 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	49
3.1.1. OBJETIVOS	49
3.1.1.1. OBJETIVO GENERAL	49
3.1.1.1.1. SITUACIÓN DE DECISIÓN	49
3.1.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	50
3.2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	51
3.2.1. DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO	51
3.2.2. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA	51
3.2.3. CREACIÓN DEL DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	53
3.2.4. PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	54
3.3. PROCESAMIENTO DE DATOS Y RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	55
3.4. CONCLUSIONES Y OPORTUNIDADES DE NEGOCIO	56

## **4. CAPÍTULO IV: LA EMPRESA**

4.1. INTRODUCCIÓN	60
4.2. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO	61
4.3. MISIÓN	62
4.4. VISIÓN	62
4.5. VALORES Y PRINCIPIOS	62
4.6. OBJETIVOS GENERALES	63
4.7. OBJETIVOS POR ÁREA	63
4.7.1. COMERCIALIZACIÓN	63
4.7.2. CONCEPCIÓN	64
4.7.3. FINANZAS	64
4.8. CADENA DE VALOR	64
4.8.1. LOGÍSTICA INTERNA	66
4.8.2. OPERACIONES	67
4.8.3. LOGÍSTICA EXTERNA	68
4.8.4. MERCADOTECNIA Y VENTAS	68
4.8.5. SERVICIO AL CLIENTE	69
4.8.6. ACTIVIDADES DE APOYO	71
4.8.6.1. RECURSOS HUMANOS	71
4.8.6.2. ADMINISTRACIÓN GENERAL	71
4.8.7. ESCALA ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA	72
4.9. ANÁLISIS ESTRATÉGICO	74
4.9.1. ESTRATEGIA GENÉRICA	74
4.9.2. MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS	75

4.9.3. MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS	76
4.9.4. MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO	77
4.9.5. MATRIZ FODA	78
4.9.6. MATRIZ INTERNA – EXTERNA	79
4.9.7. MATRIZ DEL BOSTON CONSULTING GROUP (BCG)	80
4.9.8. MATRIZ DE LA GRAN ESTRATEGIA	81
4.9.9. MATRIZ CUANTITATIVA DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA	82
4.9.10. ESTRATEGIA DE DESARROLLO DEL PRODUCTO	83
4.9.10.1. POLÍTICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE PROVEEDORES	84
4.9.11. ESTRATEGIA DE PENETRACIÓN DEL MERCADO	86
4.10. AMBIENTE ORGANIZACIONAL	86
4.10.1. CULTURA DE LA EMPRESA	86
4.10.2. ESTRUCTURA DE LA EMPRESA	87
4.10.3. INCENTIVOS	89
4.10.4. PERSONAL	89

## **5. CAPÍTULO V: PLAN DE MARKETING**

5. 1. INTRODUCCIÓN	92
5.1.1. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO	92
5.1.2. INFORMACIÓN DEL MERCADO	94
5.1.2.1. CRECIMIENTO	94
5.1.2.2. ACTORES	94
5.1.2.3. SERVICIOS	95
5.1.2.4. CLIENTES	96

5.1.2.5. FACTURACIÓN	96
5.1.3. FACTORES DESTACADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	97
5.2. FODA	99
5.2.1. OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MACROENTORNO	99
5.2.1.1. OPORTUNIDADES	99
5.2.1.2. AMENAZAS	100
5.2.2. FORTALEZAS Y DEBILIDADES DEL SERVICIO	100
5.2.2.1. FORTALEZAS	100
5.2.2.2. DEBILIDADES	100
5.3. OBJETIVOS	101
5.3.1. DE VENTAS	101
5.3.2. DE RECORDACIÓN DE MARCA	101
5.3.3. DE SATISFACCIÓN	101
5.3.4. DE FIDELIDAD	102
5.4. SEGMENTACIÓN	102
5.4.1. TAMAÑO Y SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	102
5.4.2. PERFIL DEL CLIENTE	103
5.5. POSICIONAMIENTO	103
5.5.1. EMPRESA CONCEPTO	104
5.5.2. POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO	104
5.6. MARKETING MIX	105
5.6.1. PRODUCTO	105
5.6.1.1. CICLO DE VIDA	105
5.6.1.2. CARACTERÍSTICAS	105

5.6.1.3. IDENTIDAD DE UN EVENTO	106
5.6.2. PUNTO DE VENTA	107
5.6.2.1. CANALES DE DISTRIBUCIÓN	107
5.6.3. PROMOCIÓN Y VENTA	108
5.6.3.1. MARKETING DIRECTO	110
5.6.3.2. GRADO DE COBERTURA	112
5.6.3.3. PUBLICIDAD INSTITUCIONAL	112
5.6.3.4. LOGO	112
5.6.3.5. SELECCIÓN DEL MENSAJE	112
5.6.4. PRECIO	113
5.6.4.1. NIVEL DE PRECIO	113
5.7. PRESUPUESTO	114
5.8. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	115
<b>6. CAPÍTULO VI: ANÁLISIS FINANCIERO</b>	
6.1. GENERALIDADES	116
6.1.1. INVERSIONES	116
6.1.2. GASTOS Y COSTOS	118
6.1.2.1. GASTOS GENERALES	118
6.1.2.2. NÓMINA DEL PERSONAL	118
6.1.2.3. COSTOS DIRECTOS	119
6.1.3. INGRESOS	119
6.1.4. PARÁMETROS FINANCIEROS	120
6.2. ANÁLISIS FINANCIERO	121
6.3. ÍNDICES FINANCIEROS	122

## **7. CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

7.1. CONCLUSIONES	127
7.2. RECOMENDACIONES	129
7.3. BIBLIOGRAFÍA	131

## **ANEXOS**

ANEXO 1:	PARTICIPACIÓN DEL MERCADO COMPETENCIA DIRECTA
ANEXO 2:	PARTICIPACIÓN DEL MERCADO COMPETENCIA INDIRECTA
ANEXO 3:	RANKING 1000 EMPRESAS MÁS IMPORTANTES DEL ECUADOR
ANEXO 4:	PORCENTAJE DE CADA SECTOR PARA GASTOS NO OPERACIONALES
ANEXO 5:	CALENDARIO DE EVENTOS
ANEXO 6:	ENCUESTA
ANEXO 7:	GRÁFICOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
ANEXO 8:	LOGO
ANEXO 9:	INVERSIONES
ANEXO 10:	FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN
ANEXO 11:	TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO
ANEXO 12:	GASTOS GENERALES ANUALES
ANEXO 13:	NÓMINA DEL PERSONAL
ANEXO 14:	INFORMACIÓN DE COSTOS DIRECTOS

ANEXO 15:	PROYECCIÓN DE VENTAS
ANEXO 16:	PROYECCIÓN DE VENTAS GLOBAL
ANEXO 17:	ESTADO DE FUENTES Y USOS DE FONDOS
ANEXO 18:	FLUJO DE EFECTIVO
ANEXO 19:	SITUACIÓN PATRIMONIAL AÑOS 1 AL 5
ANEXO 20:	CIIU. BALANCES DE LA INDUSTRIA 2003
ANEXO 21:	PARÁMETROS FINANCIEROS
ANEXO 22:	ÍNDICES FINANCIEROS
ANEXO 23:	COTIZACIONES
ANEXO 24:	CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS

# **CAPÍTULO I**

## **INTRODUCCIÓN**

### **1.1. DELIMITACIÓN DEL TEMA**

“Plan de negocios de una empresa dedicada a la creación y concepción de eventos corporativos en la ciudad de Quito.”

Será una empresa dedicada a la creación y concepción de eventos corporativos con especialidad en la organización de todo tipo de actos protocolarios como: congresos, reuniones de alto nivel, seminarios, actos conmemorativos, conferencias, cócteles, fiestas privadas, lanzamiento de productos, entregas de premios, viajes incentivos, entre otros, para empresas medianas y grandes que operan en la ciudad de Quito

El giro del negocio se definirá en brindar un servicio personalizado, novedoso y exclusivo en la tarea de organizar un evento dirigido a proveedores, clientes o distribuidores, así como para el personal de dichas empresas.

## **1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA U OPORTUNIDAD**

Hoy en día las relaciones humanas, sociales y de negocios, son un aspecto fundamental en el convivir diario, precisamente debido a esto, los actos y eventos donde se producen dichas relaciones han ido tomando importancia, razón por la cual con motivo de profundizarlas, se realizan una serie de actos protocolarios y eventos que las consolidan.

Debido a la relevancia que actualmente se le da a este tipo de actos y eventos, es que gran cantidad de organizaciones necesitan de la asesoría en la creación y concepción de los mismos.

La motivación principal para iniciar un plan de negocios de una empresa de creación y concepción de eventos, está en que más allá de brindar en esa ocasión una experiencia irrepetible, para sus asistentes, es la de crear un vínculo estrecho entre el anfitrión y sus invitados, ya que éstos percibirán en cada detalle, que realmente son la razón de ser de la empresa.

## **1.3 JUSTIFICACIÓN DEL TEMA**

La ventaja de contratar los servicios de una empresa dedicada a la organización y concepción de eventos, está dada principalmente por la especialización que este tipo de empresas ponen a disposición de sus clientes

en la realización de sus actividades, pues el profesionalismo que ofrece este servicio, se verá reflejado en cada uno de los detalles finales de la concepción del evento.

La decisión de encaminar un proyecto de este tipo de servicio, nace del análisis de una serie de oportunidades que se han percibido en el entorno, tales como:

- ✓ Los empresarios ecuatorianos, han tomado conciencia de que la clave del éxito de sus organizaciones radica en el vínculo que éstos puedan llegar a tener con sus clientes, proveedores, distribuidores y empleados; por esta razón, encontrarán en un evento concebido exclusivamente para ellos la forma de fidelizar sus relaciones, generando beneficios mutuos, para esto han considerado importante asignar un porcentaje de sus ingresos para este tipo de rubros, pues se estima que se realizan una serie de eventos al año, con motivo de lanzamientos de productos, planes de incentivo, fiestas de Navidad, Año Nuevo, entre otras.
  
- ✓ Ésta es una industria que en la actualidad no ha sido explotada completamente, pues al momento existen únicamente dos líderes claramente identificados en el mercado, y la parte restante del mismo se encuentra fragmentada en pequeñas empresas que no han sabido llegar al cliente y posicionar su servicio, lo que brindará la oportunidad a una

empresa que está incursionando para desarrollarse en el sector ofreciendo un servicio diferenciado, que le permita conseguir la lealtad de sus clientes.

- ✓ Se considera importante, la existencia de empresarios que quieran emprender un negocio, dentro del país que genere ingresos y fuentes de trabajo a familias ecuatorianas, contribuyendo al dinamismo y desarrollo del Ecuador, pues a pesar de vivir un panorama crítico, factores como inflación y tasas de interés activas han presentado pequeñas fluctuaciones sin existir grandes ascensos.
  
- ✓ Definir a la organización de un evento como un servicio necesario, teniendo muy clara la filosofía de la excelente atención al cliente, y su constante relación con él, por lo que existe una gran posibilidad de que se pueda implementar la cultura de organización de eventos, de una manera más marcada en el país.

## **1.4. OBJETIVOS**

### **1.4.1. OBJETIVO GENERAL**

El plan de negocios que se desarrollará a continuación, tiene como objetivo general el de crear una empresa ecuatoriana, como una nueva alternativa, con ideas innovadoras, exclusivas y profesionales, que estén dirigidas a dar un

realce a la importancia que hoy en día merecen las relaciones comerciales, a través de la realización de eventos corporativos.

#### **1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar un estudio exhaustivo del microentorno que permita determinar las oportunidades y amenazas que puedan afectar al negocio en curso.
- Realizar un estudio de mercado que permita identificar los competidores, sus estrategias, disposición al gasto, y necesidades de los clientes, para saber que estrategias se deberán adoptar.
- Mediante un Plan de Marketing bien estructurado conseguir objetivos como recordación de marca y fidelidad de los clientes.
- Realizar un Análisis Financiero que permita tomar decisiones basadas en resultados, que permitan tomar acciones definitivas con respecto al negocio.

## **CAPÍTULO II**

### **ANÁLISIS DEL ENTORNO**

#### **2.1. LA INDUSTRIA**

##### **2.1.1. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EN EL ECUADOR**

Hace 17 años, este negocio era aún desconocido, los eventos eran realizados por personas que laboraban en hoteles o restaurantes, cobrando al cliente costos altos por los insumos necesarios para el evento. Es aquí donde inicia el giro del negocio de una empresa dedicada a organizar eventos, cuya principal función, aparte de organizarlos, era la de abaratar costos para el cliente, consiguiendo los insumos a un costo mucho menor del que se conseguía directamente en un hotel.

Su principal objetivo fue el de educar al mercado, dando a conocer las ventajas de su servicio, los beneficios de poner en manos de gente especializada la organización de un evento.

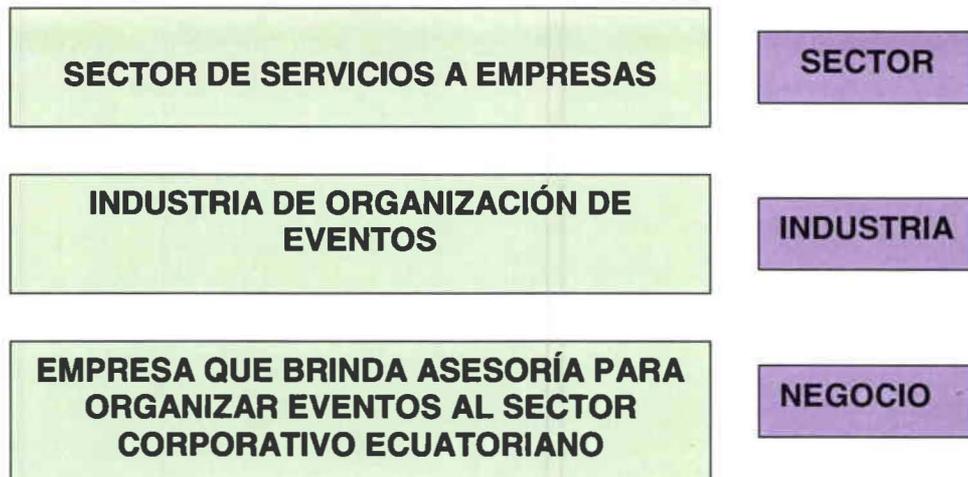
Es así como se empezaron a formar sociedades no legalmente constituidas, ni registradas con ningún ente regulador, siendo sus primeros clientes gente conocida, que les dieron la oportunidad de demostrar las ventajas de contratarlos, siendo éstos, quienes posteriormente recomiendan el servicio a otras personas, de esta forma se dio a conocer esta nueva actividad.

Con el transcurso del tiempo, se disolvieron sociedades, para dar paso a empresas independientes, legalmente constituidas, que hoy son líderes en el mercado como es el caso de BARLOVENTO y EXPO EVENTOS.<sup>1</sup>

### 2.1.2. ANÁLISIS DEL SECTOR Y LA INDUSTRIA

El objetivo de definir al negocio es el de analizar e identificar el sector y la industria a la que pertenece, lo que dará una visión más clara del servicio que se va a ofrecer y cuál será el mercado objetivo al que la empresa deberá enfocarse. El análisis realizado identifica al negocio en desarrollo ubicado de la siguiente forma:

**Cuadro 2.1**  
**SECTOR E INDUSTRIA**



Referencia: Investigación primaria  
Elaboración: Las autoras

<sup>1</sup> Entrevista Consuelo Callejas, ELITE ORGANIZACIONES.

Es importante mencionar e identificar el CIU (Clasificación Internacional Industrial Uniforme) de este negocio, basado en el giro del mismo y su mercado objetivo:

## Cuadro 2.2 CIU

CIU	
<b>83</b>	<b>Bienes Inmuebles y Servicios Prestados a las Empresas</b>
8310	Bienes inmuebles
8321	Servicios jurídicos
8322	Servicios de contabilidad, auditoría y teneduría de libros
8323	Servicios de elaboración de datos y de tabulación
8324	Servicios técnicos y arquitectónicos
8325	Servicios de publicidad
8327	Servicios prestados a las empresas n.e.p., exceptuando el alquiler y arrendamiento de maquinaria
8328	Ingenieros electrónicos, eléctricos
8329	Otros servicios prestados a empresas
8330	Alquiler y arrendamiento de maquinaria y equipo
8331	Alquiler y arrendamiento de maquinaria y equipo

Referencia: [www.google.com](http://www.google.com)

Elaboración: Las autoras

### 2.1.2.1. DEFINICIÓN DE LA ACTIVIDAD

Una empresa dedicada a la organización de eventos está conformada por un grupo de personas que se encargan de planificar y llevar a cabo eventos sociales, atendiendo todos y cada uno de los detalles necesarios, para hacer de este evento una experiencia que traiga los resultados que el cliente espera.

### **2.1.3. CLASIFICACIÓN DEL TIPO DE SERVICIOS**

#### **a. Eventos sociales familiares**

#### **b. Eventos sociales empresariales /corporativos**

**2.1.3.1. Eventos sociales familiares.-** Encierran compromisos familiares y personales, tales como: matrimonios, bautizos, primeras comuniones, aniversarios, graduaciones, aniversarios, entre otras celebraciones especiales.

**2.1.3.2. Eventos sociales empresariales.-** Dentro de esta división se pueden destacar todo tipo de eventos dedicados a consolidar relaciones comerciales y a generar negocios a corto y largo plazo, tales como:

- Congresos
- Seminarios
- Cócteles
- Lanzamientos de productos
- Fiestas para el personal
- Planes de incentivos, entre otros.

**2.1.3.2.1. CONGRESOS.-** Son eventos dedicados a reunir a una gran parte de personal perteneciente a cierta rama profesional, los mismos que se reunirán con el objetivo de discutir temas de

índole actual, que generen un interés común dentro de los presentes, se compone de alquilar un local adecuado especialmente para el evento, se servirá uno o dos coffee breaks y un almuerzo, adicionalmente consumo de bebidas, además se alquilarán equipos como infocus, laptop, pantalla, micrófonos, y finalmente se necesitará realizar una convocatoria. Éstos pueden durar uno o varios días.

**2.1.3.2.2. SEMINARIOS.-** Son eventos exclusivamente dedicados a una exposición realizada por un experto previamente contratado por la empresa anfitriona, para lo cual se deberá contar con un local, equipos para la exposición y adicionalmente se ofrecerá servicio de catering y coffee break.

**2.1.3.2.3. CÓCTELES.-** Son eventos realizados con motivo de cualquier celebración, caracterizados por el hecho de que el anfitrión ofrece un cóctel a sus invitados, compuesto por bocaditos y en algunas ocasiones se servirá cena, dado el caso de que el anfitrión así lo haya dispuesto. Se acompaña de bebidas alcohólicas y no alcohólicas. El local estará decorado de acuerdo a la ocasión, y de la misma forma, la música deberá ser la adecuada. En caso de ser necesario se contratará el servicio de modelos o atachés.

**2.1.3.2.4. LANZAMIENTOS DE PRODUCTO.-** La realización de éste tipo de eventos es muy importante para empresas de bienes o servicios, ya que de ésta manera dan a conocer y promocionan los nuevos productos a su mercado. El mismo incluye el envío de invitaciones, alquiler del local, decoración de éste con un motivo afín al producto que se está lanzando, bocaditos, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, música, iluminación, en caso de requerirse se ofrecerá equipos para exposición, y servicio de conducción del evento, modelos o atachés.

**2.1.3.2.5. FIESTAS PARA EL PERSONAL.-** Este tipo de evento se realiza internamente en las empresas donde acostumbran a celebrar fechas importantes como Navidad y Año Nuevo. Se debe alquilar un local, servicio de catering, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, música acorde al evento, iluminación.

**2.1.3.2.6. PLANES DE INCENTIVOS.-** Este tipo de evento se realiza cuando se pretende dar a conocer un incentivo dirigido por una empresa a su fuerza de ventas o sus distribuidores. Comprende alquiler de local, decoración acorde a la ocasión, servicio de bocaditos, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, música, iluminación y en caso de ser necesario, se contrata el servicio de conducción del evento, modelos o atachés.

## **2.1.4. ASPECTOS GENERALES DEL SERVICIO DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS**

La labor de organizar un evento, es una tarea que a más de generar un compromiso con el cliente, quien ha puesto toda su confianza en la empresa encargada de la organización, conlleva una gran responsabilidad, pues los detalles que hay que cuidar son diversos, y todos irán de la mano para conseguir un organización impecable y exitosa, a continuación se tiene una breve descripción de los más importantes:

### **2.1.4.1. ALQUILER DE LOCAL**

Éste es el paso inicial que requiere esta labor, consiste en escoger de entre una infinidad de lugares disponibles para realizar una celebración. Para escogerlos, se deberán tomar en cuenta factores como: el gusto del anfitrión, el clima, la hora y el tipo del evento.

Como opciones se tienen: hoteles, salones, conventos, museos, quintas, hosterías, haciendas entre otros.

#### **2.1.4.2. SERVICIO DE CATERING**

De igual forma existe una infinidad de opciones, las mismas que deberán ser escogidas de acuerdo al gusto de los anfitriones y al tema del evento, es así que en el caso de que se esté realizando un evento con tema “mexicano”, se procurará que la comida sea del mismo tipo.

#### **2.1.4.3. BEBIDAS ALCOHÓLICAS Y NO ALCOHÓLICAS**

En el caso de bebidas alcohólicas, las mismas son un rubro indispensable en cualquier evento, se manejan dos opciones, en los lugares en donde se cobra al cliente por el alquiler del local, éste puede adquirir las bebidas alcohólicas y llevarlas al lugar de la realización, a diferencia de los lugares donde no se cobra por el alquiler del salón, se cobra un valor por descorche.

Para las bebidas no alcohólicas, que incluyen: aguas, gaseosas y jugos, se factura un valor fijo por persona.

#### **2.1.4.4. ILUMINACIÓN Y SONIDO**

Es el aspecto que da, de cierta forma, vida al evento, tratando de que se instalen los equipos necesarios, luces, reflectores, shows automatizados, lasers, juegos pirotécnicos, luces en tercera dimensión, y equipos de sonido

como micrófonos inalámbricos y para podium, sistemas de amplificación para grupo musical, música ambiental.

#### **2.1.4.5. MÚSICA**

Es el complemento en cualquier celebración, las opciones que existen son variadas, dependiendo del tipo de evento.

#### **2.1.4.6. EQUIPOS ELECTRÓNICOS**

Están compuestos por diferentes aparatos necesarios para desarrollar conferencias, exposiciones en congresos o seminarios, tales como: infocus, laptop, lápiz láser, entre otros.

#### **2.1.4.7. FOTOGRAFÍA Y VIDEO**

Este es un detalle muy importante ya que permitirán tener una constancia del evento.

#### **2.1.4.8. DECORACIÓN**

La decoración en un evento juega un papel fundamental, debido a que cada uno de los detalles que la componen ayudará a crear el ambiente requerido y

determinar el nivel de formalidad del evento, para lo cual se contrata a gente especializada en crear decoraciones con flores, globos, entre otros.

#### **2.1.4.9. INVITACIONES, ENTREGA Y CONVOCATORIA**

Las invitaciones son la carta de presentación del evento, previo a su elaboración se deberá definir el tipo de evento que se va a realizar, pues éstas reflejarán lo que será la celebración.

La entrega y demás vías de convocatoria corren por cuenta de la empresa encargada de la organización.

#### **2.1.4.10. ALQUILER DE VAJILLAS, MANTELES, MESAS, SILLAS, CARPAS, TOLDOS, TARIMAS Y PERSONAL DE SERVICIO**

Este es un servicio que viene incluido en el alquiler del local, o en caso de no ser así el servicio de catering se hará cargo de incluirlos. Cabe indicar que todos estos artefactos deberán colocarse guardando armonía con el concepto del evento.

#### **2.1.4.11. CONTRATACIÓN DE MODELOS, ATACHES Y PRESENTADOR O ANIMADOR DEL EVENTO**

Este servicio es indispensable para cierto tipo de eventos, donde la presencia de estas personas dará realce al mismo, en el caso de las modelos o atachés serán necesitadas para promocionar ciertos productos o servicios, y en el caso de un presentador o animador, su función será la de conducir el programa predeterminado por el anfitrión.

### **2.2. MACROENTRONO**

Una vez delimitado el tema, analizado el negocio desde el punto de vista del sector y la industria, identificadas las oportunidades del negocio y definidos los objetivos, se realizará el estudio del Macroentorno, con el propósito de descubrir las oportunidades que podrían beneficiar al proyecto y las amenazas que se deberán eludir, para lo cual se han considerado variables económicas, sociales, culturales, políticas y tecnológicas. Las relaciones entre estas variables, las tendencias y sucesos externos afectan de manera significativa a productos, servicios y mercados.

#### **2.2.1. ANÁLISIS DE FACTORES ECONÓMICOS**

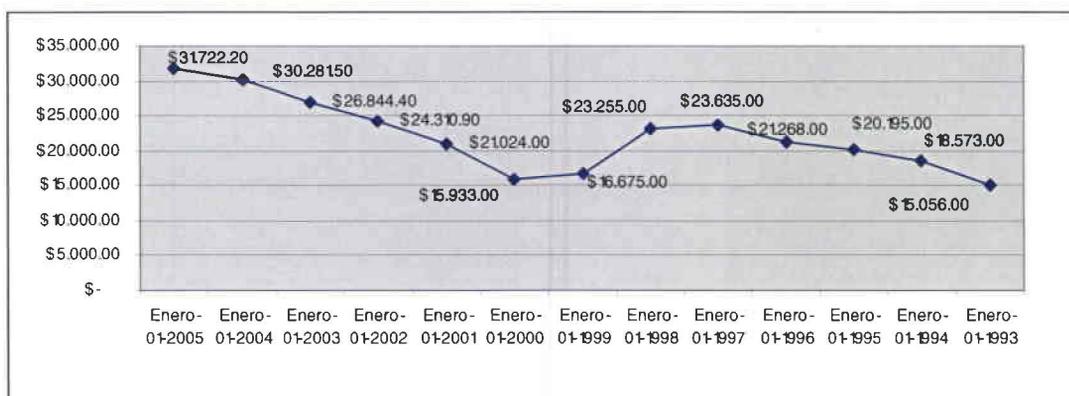
El desarrollo de cualquier empresa entre muchas otras variables depende del crecimiento del mercado y éste del crecimiento de la economía. La forma usual de medir el crecimiento de una economía, es usando indicadores tales como: el Producto Interno Bruto, la Inflación, las tasas interés

### 2.2.1.1. PRODUCTO INTERNO BRUTO

Para el caso ecuatoriano, históricamente el PIB ha crecido en promedio, un poco más que la población, lo que quiere decir que la capacidad adquisitiva de la gente ha mejorado muy poco. En los últimos años, gracias al alza del precio del petróleo y al aumento de su producción, el PIB, ha podido mantener sus cifras, convirtiéndose en una economía basada fundamentalmente en el petróleo, lo cual hasta cierto punto es beneficioso por las divisas que ingresan al país, pero perjudicial porque no estimula los sectores de producción, entre los cuales se encuentra el sector "servicios", donde se ubica la empresa que se está analizando en este proyecto.

Para esto se ha analizado el cuadro adjunto, el cual permite observar el incremento del mismo de una manera considerable. Lo cual da la pauta de que ha existido un dinamismo de la economía que ha hecho que las empresas produzcan, vendan, y el dinero circule.

**Gráfico No. 2.1**  
**PIB EN MILLONES DE DOLARES**



Referencia: [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec) / Elaboración: Banco Central del Ecuador

De acuerdo al cuadro adjunto, obtenido de los boletines del Banco Central, se puede observar que el aporte del sector de servicios al PIB total es mínimo, lo que permite deducir que este sector no contribuye significativamente al mismo ya que es un sector en crecimiento, que debería ser explotado de mejor manera.<sup>2</sup>

**Cuadro No. 2.3**  
**PIB SECTORIZADO**

PERIODO	PIB	Hoteles y restaurantes	Servicios sociales y de salud	Otras Actividades desde servicios comunitarios, sociales y personales	Hogares privados con servicio doméstico	Otros elementos del PIB
2000	15.933.666.00	198.908.00	518.027.00	<b>132.818.00</b>	68.343.00	1.613.538.00
2001	21.024.085.00	424.064.00	574.911.00	<b>180.116.00</b>	74.127.00	1.741.436.00
2002	24.310.944.00	475.164.00	646.916.00	<b>147.912.00</b>	70.745.00	1.735.191.00
2003	27.200.959.00	548.591.00	694.539.00	<b>170.497.00</b>	73.527.00	2.171.962.00
2004	30.281.504.00	576.308.00	693.632.00	<b>195.189.00</b>	72.262.00	2.380.615.00
2005	31.722.193.00	608.408.00	370.681.00	<b>137.424.00</b>	46.998.00	1.520.402.00

Referencia: [www.bce.fin.ec/](http://www.bce.fin.ec/) Boletines  
Elaboración: Banco Central del Ecuador

### 2.2.1.2. INFLACIÓN

Para poder comercializar un producto o un servicio, se deben tomar en cuenta factores importantes como la inflación, por ser el instrumento capaz de medir la variación de los precios, en el caso de una economía dolarizada, como es la

<sup>2</sup> Entrevista con Ximena López, EXPOEVENTOS y Consuelo Callejas, ELITE ORGANIZACIONES

del Ecuador, los precios no crecen de una manera considerable, su variación será siempre a un nivel similar que el de los precios de los Estados Unidos.

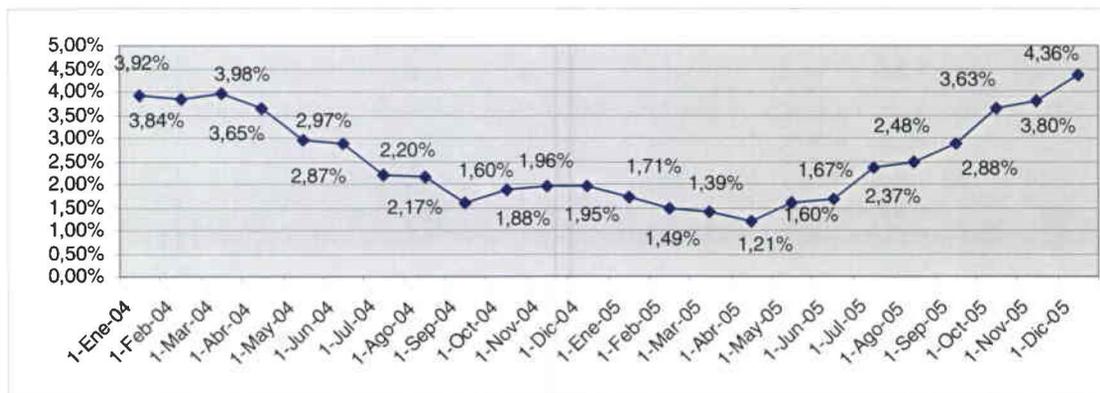
Ecuador tuvo una inflación anual de 4,36% en el 2005, cifra que superó las últimas previsiones del Banco Central, que suponían un 3,99%, sin embargo, la evolución del precio de los bienes y servicios registrada en el último cuatrimestre trastocó la planificación oficial. Ahora, con el nuevo indicador, el ex instituto emisor, realizará la actualización de las metas para el 2006, esto incluye la revisión del crecimiento del PIB.<sup>3</sup>

De acuerdo al gráfico adjunto, se puede observar que la inflación creció a partir del mes de octubre, con un 3,63%, terminando el año en 4,36%, incremento que se debe a la inestabilidad política que vive el país, paros en varios sectores, cambios de autoridades, entre otros hechos, lo que ha determinado que los precios a nivel general tengan un comportamiento variable. Sin embargo se ha considerado a la inflación como una oportunidad debido a que la misma se ha mantenido en niveles de un dígito durante un largo período lo que ha permitido que de igual forma los niveles de precios sean estables, lo que definitivamente en este sector facilitará la toma de decisiones y el establecer costos y precios.

---

<sup>3</sup> [www.comunidadandina.org](http://www.comunidadandina.org)

**Gráfico No. 2.2**  
**INFLACIÓN**



Referencia: [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)

Elaboración: Banco Central del Ecuador

### 2.2.1.3. TASA DE INTERÉS (Activa)

El precio que se paga por el dinero prestado, o tasa de interés en el Ecuador, en los últimos meses ha fluctuado normalmente, sin cambios bruscos, lo cual permite que los empresarios tiendan a buscar capital de terceros para emprender un negocio.

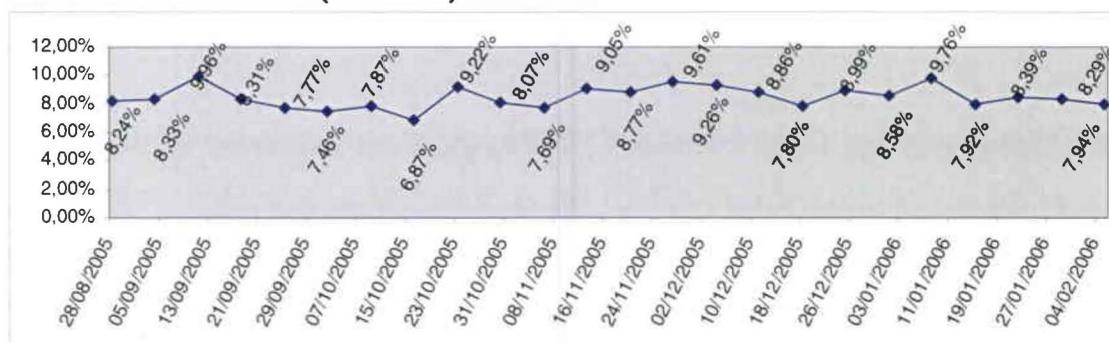
La tasa promedio de los últimos tres meses es de 8,58% teóricamente, ya que en la práctica debido al funcionamiento del Sistema Financiero, adiciona a la misma costos como impuestos de ley y comisiones, lo cual la vuelve una tasa elevada tomando en cuenta la dolarización.

“Comparando la tasa de interés activa del Ecuador, la misma que llega a ser de hasta el 12%, con la de los Estados Unidos, que se ubica en un promedio

del 6.5%, se puede observar que existe una diferencia de casi el doble, lo cual representa un inconveniente para emprender pequeños y medianos negocios. Sin embargo se está pensando apoyar a las pequeñas y medianas empresas, con tasas preferenciales, a través de créditos de la CFN, y del Banco de Fomento, pero lamentablemente este proyecto se ha detenido, debido a la inestabilidad política y jurídica que está atravesando el País”<sup>4</sup>

Se puede concluir que al momento éstas condiciones dadas por el Sector Financiero se convertirían en una oportunidad si lo que se busca es apalancar una inversión, no sólo en el sector de servicios, si no en general en el sector productivo.

**Gráfico No. 2.3**  
**TASAS DE INTERÉS (ACTIVA)**



Referencia: [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)

Elaboración: Banco Central del Ecuador

## **2.2.2 VARIABLES SOCIALES, CULTURALES**

### **2.2.2.1 MIGRACIÓN**

Se estima que cada hora, 58 habitantes de América Latina y el Caribe, salen de sus países de origen con la intención de no regresar, esto es, de convertirse en emigrantes, según el último informe de la División de Población, departamento de Asuntos Sociales y Económicos de la ONU. De acuerdo con el estudio, en los últimos cinco años Latinoamérica se convirtió en la región del mundo con mayor crecimiento en las tasas de migración: cada año una de cada 1000 personas de la región se convirtió en emigrante.

Se considera que hay dos factores determinantes en el tema, las migraciones de ecuatorianos hacia el exterior y la entrada masiva de colombianos y peruanos hacia las fronteras ecuatorianas, lo cual está suscitando graves problemas internos de tipo económico y de integración social; por otro lado, la dolarización ha brindado un panorama estable y confiable, por lo tanto ahora quienes trabajan en el Ecuador reciben sus pagos en dólares, siendo atractivo por el tipo de cambio en sus países de origen. Esto ha hecho que se produzca una migración de personas procedentes de países de la zona, fomentando el deseo de trabajar en Ecuador.

Este proceso migratorio que se vive actualmente en Ecuador en razón de la inmigración también lo viven los compatriotas ecuatorianos en otras partes del mundo, como son España, Italia y en los Estados Unidos.

Se estima que un 25 por ciento de la población ecuatoriana actualmente está en calidad de migrante, siendo la población aproximadamente 12,5 millones de habitantes. Este problema social de la migración ha golpeado a los sectores sobre todo populares del país, teniendo como consecuencias la desintegración familiar, orfandad, desequilibrio emocional en los miembros de la familia, entre otros. Sin embargo, este fenómeno ha dejado como saldo positivo la obtención de las remesas que ingresan mensualmente al país. En el año 2002, el Ecuador obtuvo aproximadamente 1.575 millones de remesas económicas, de las cuales el 58% provino de ecuatorianos residentes en la Unión Europea, y un 38% de los Estados Unidos.

Como se menciona en el texto anterior, la migración de habitantes de otros países al Ecuador, está perjudicando a los ecuatorianos desempleados, pues estas personas, están en Ecuador en búsqueda de la fortaleza del dólar, aceptando cualquier empleo, con un nivel de ingreso incluso por debajo del Salario Mínimo Vital estipulado en el Código de Trabajo, que obviamente los ecuatorianos no aceptarían, sin embargo esta situación en cierto punto beneficiaría a varios sectores, como por ejemplo en el sector de servicios, en el caso de modelos, anfitrionas, que han inmigrado al Ecuador, en busca de trabajo por un salario menor al que buscaría personal ecuatoriano, por lo tanto en esta situación se halla una ventaja ya que se abaratarían ciertos costos en personal.

La emigración de elementos capaces y preparados, se ha denominado fuga de cerebros o fuga de "capital humano". Este fenómeno es característico de los llamados países subdesarrollados, ya que estas personas salen de sus países de origen en busca de oportunidades que no pueden tener en su país. Esto, en determinadas circunstancias, contribuye a retrasar aún más el proceso de desarrollo socioeconómico en esos países.

Las Naciones Unidas estimaban que hacia mediados del 2002, un promedio de 200 mil profesionales se han marchado de Ecuador para buscar mejores condiciones de vida en países como España, Estados Unidos, Italia, y en menor grado Chile y Colombia. Esta cifra seguiría aumentando, lo que puede deducirse al analizar las características de los ecuatorianos que han emigrado a partir de 1998 (y que lo siguen haciendo), pues se trata, en su mayoría, de fuerza laboral joven y relativamente calificada.

Por otro lado, al analizar a los emigrantes de la ciudad de Quito (emigración típicamente urbana), el porcentaje de jóvenes calificados aumenta, aunque en esta ciudad el porcentaje aproximado de jóvenes adultos (18 a 37 años) es menor al calculado en los cantones de la provincia de Loja, ubicándose en 60% del total. El nivel de educación sube notablemente calculándose que del total de emigrantes quiteños, el 30% tiene formación superior (20% si se considera solamente a los jóvenes adultos).

Debe considerarse que debido a la falta de fe en el país, la intención de muchos emigrantes de no regresar implicaría la pérdida definitiva de un alto porcentaje de profesionales jóvenes capacitados. Además, entre los

emigrantes no sólo se van jóvenes con estudios profesionales, sino también trabajadores capacitados: salneros, cocineros, técnicos, electricistas, carpinteros, en general personal requerido en una empresa de servicios.<sup>5</sup>

Aún cuando la emigración de habitantes de otros países al Ecuador afecta a los ecuatorianos, podría considerarse como una oportunidad para el sector de servicios, debido a que las personas que ingresan al País, están dispuestas a percibir sueldos inferiores que los que aspiran los ecuatorianos, lo que sin duda abaratarían los costos.

#### **2.2.2.2. CULTURA**

La cultura de un pueblo es la esencia de su tradición, sus símbolos, mitos, leyendas y costumbres que se transmiten a través del tiempo y en conjunto conforman la nación. Comprender y participar de las tradiciones identifica a su gente y los liga con un pasado común proyectándolos hacia el futuro.

La cultura ecuatoriana, tiene tradiciones muy marcadas, mismas que se han mantenido generación tras generación, las cuales pretenden siempre ser un símbolo de unión y fraternidad; es por esto que ésta sería una gran oportunidad de negocio, pues la celebración de estas tradiciones implicará la concepción de un evento.

---

<sup>5</sup> [www.lainsignia.org/2004](http://www.lainsignia.org/2004)

Se ha considerado a las siguientes épocas del año como motivo de posible celebración de un evento en una empresa:

- Año Nuevo (1 de enero)
- San Valentín (14 de febrero)
- Día Internacional de la mujer (8 de marzo)
- Día del trabajo (1 de mayo)
- Día de la madre (segundo domingo de mayo)
- Día del padre (tercer domingo de junio)
- Día del niño (1 de junio)
- Halloween (31 de octubre)
- Fiestas de Quito (5-6 de diciembre)
- Navidad (24 de diciembre)

Se han citado éstas fechas por ser consideradas las más importantes en el año, con un gran índice de celebración a nivel empresarial, de acuerdo a los resultados obtenidos en una investigación de fuente primaria, en empresas de diferentes sectores como telecomunicaciones, seguros, bancarias, públicas, industrial (maderera), comercial (textil), para conocer qué razón motiva a estas empresas a organizar un evento, teniendo como resultado una filosofía común entre los empresarios ecuatorianos, quienes han tomado conciencia de que la clave del éxito de sus organizaciones radica en el vínculo que estos puedan llegar a tener con sus empleados, clientes, proveedores y distribuidores. Por ésta razón, encontrarán en un evento concebido exclusivamente para ellos la

forma de fidelizar sus relaciones, generando beneficios mutuos; razón por la cuál se considera esta variable como una oportunidad.

### **2.2.3. VARIABLES POLÍTICAS Y LEGALES**

#### **2.2.3.1. POLÍTICAS**

El Ecuador es un país que desde hace aproximadamente 10 años atrás ha sufrido una crisis no sólo económica, sino política y jurídica, se ha soportado cambios de presidentes, congelación de depósitos, feriados bancarios, paros indígenas, altercados en el Congreso, destitución de gobernantes por parte del pueblo, presidentes, ministros, y demás funcionarios del Estado que han desfalcado al país aprovechando de sus funciones en el Gobierno, producto de esto el país ha sido blanco de críticas de Organismos mundiales, lo cual ha sido de gran perjuicio para el desarrollo del mismo.

Hoy varios años después las cosas no han cambiado, al contrario hoy el Ecuador se encuentra en un período de crisis y transición de un gobierno derrocado por un pueblo, en contra de la arbitrariedad, la negligencia, desgobierno, falta de ética, violación de la Constitución, atropello a la libertad de expresión, que causaron zozobra en la ciudadanía y entre los actores económicos, su falta de seriedad y conocimiento en el manejo de temas públicos, lo llevaron a declinar de una forma alarmante su liderazgo como Jefe de Estado, lo cual sin duda disminuyó su credibilidad y por consecuencia su aceptación día a día, lo que sin duda terminó con su destitución por parte del

Congreso el 20 de abril del 2005, para dar paso a la sucesión del Poder, de quien fuera su vicepresidente el Dr. Alfredo Palacio, quien ha iniciado su mandato con fuertes muestras de rechazo por parte de una población que ha sido constantemente defraudada por la clase política.

Luego de varios meses de mandato del Dr. Palacio, se han dado una serie de inconvenientes que se han provocado nuevos planteamientos por parte de ministros, los mismos que no han sido bien vistos por el Gobierno, ya que han afectado ciertos intereses, además la existencia de paros bananeros, petroleros, mismos que están ocasionando que el País una vez más se paralice y detenga su crecimiento, viéndose afectado por un entorno macroeconómico y macro-jurídico inestable, dentro del cual ninguna empresa puede iniciar y mucho menos crecer.

Dentro de este ámbito se puede analizar al TLC, o Tratado de Libre Comercio, que si bien es cierto incidiría en empresas productivas de bienes, por la competencia que llegaría a enfrentar, probablemente a una empresa de servicios le brindaría una serie de beneficios en la oferta de varias opciones de insumos para sus actividades a un costo más bajo por el mismo hecho de que existirían varias empresas oferentes.

En cuanto a la estructura impositiva, se puede decir que en el Ecuador se depende en gran magnitud de impuestos indirectos como el IVA, existiendo una

estructura con falencias, sin controles suficientes, y sin una conciencia de la importancia de responder con responsabilidad a cualquier tipo de impuesto.

En lo referente a las Instituciones representativas del Estado, como la Corte Suprema de Justicia, Tribunal Constitucional, Congreso Nacional, además instituciones como Petroecuador, IESS, han sufrido una “descomposición institucional”, a raíz de la administración del Gobierno de Lucio Gutiérrez, la cual no permite que hasta el momento las mismas puedan reincorporarse a cumplir sus funciones, hasta el punto de ser sólo un concepto de Institución, pero sin llegar a cumplir sus actividades normales.

Sin duda un ambiente de inestabilidad política, jurídica e institucional, como el que vive el Ecuador, representa una amenaza para cualquier sector productivo y de servicios.

#### **2.2.3.2. REQUERIMIENTOS LEGALES**

Los requisitos para constituir legalmente una empresa dedicada a la organización de eventos, son los siguientes:

- Nombre aprobado por la Secretaría General de la Superintendencia de Compañías, una vez cumplido el siguiente requisito: “La denominación de esta Compañía deberá contener la indicación de “Compañía Anónima” o “Sociedad Anónima”, o las correspondientes siglas. No

podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía preexistente.”<sup>6</sup>

- Otorgada la escritura de la constitución de la compañía, se presentará al Superintendente de Compañías, tres copias notariales, solicitándole, la aprobación de la constitución. Será aprobada si se hubieren cumplido todos los requisitos legales y dispondrá su inscripción en el Registro Mercantil.<sup>7</sup>
- La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas. Si interviene una institución de derecho público o derecho privado con finalidad social o pública, puede constituirse una compañía de este tipo con la participación de esa sola entidad.<sup>8</sup>

Por la naturaleza del objeto social, la compañía deberá afiliarse a una de las Cámaras de Producción, sean éstas de Industriales o de la Pequeña Industria.

---

6 Ley de Compañías. Actualizada a marzo 2000. Art. 144

7 Ley de Compañías. Actualizada a marzo 2000. Art. 151

8 Ley de Compañías. Actualizada a marzo 2000. Art. 147

#### 2.2.4. VARIABLES TECNOLÓGICAS

La actividad en la que se piensa incursionar, incluye servicios en los que se necesitará usar varios equipos de alta tecnología para cubrir las diversas necesidades del cliente tales como efectos especiales, iluminación, sonido, audio, video, fotografía, entre otros.

Para lo cual se deberá buscar los mejores proveedores de los mismos, ya que su funcionamiento y desempeño serán muchas veces factores determinantes en la logística del evento.

Es muy importante tener en cuenta que debido a que son equipos sofisticados y de determinada utilización, su avance tecnológico será un aspecto esencial, ya que por el giro del negocio la volatilidad en el cambio tecnológico afecta directamente, por lo que se deberá mantener actualizada la tecnología de cada equipo, lo que determinará la diferenciación de la misma y la certeza de que se estará entregando al cliente un servicio completo que sin duda cree una ventaja competitiva sostenible.

**Cuadro No. 2.4**  
**ARTEFACTOS USADOS EN EVENTOS Y ESPECTÁCULOS**

FOTO DEL ARTEFACTO	NOMBRE	FUNCIÓN
	<u>Equipos de Sonido</u>	Sistemas compactos, modernos, de excelente presentación.
	<u>Equipos de Video</u>	Proyectores de video y datos, pantallas gigantes, cámaras, switchers, efectos y circuito cerrado
	<u>Equipos Iluminación</u>	Sistemas Robóticos y convencionales, cabezas móviles, color mixers, dimmers.
	<u>Show de lasers</u>	Con gráficos y/o efectos aéreos. con humo y mas complementos.
	<u>Equipos promocionales</u>	Inflables luminosos, Esferas, Zepelin promocionales, Aircones, Flytubes, Proyecciones con luz de logos, iluminación de fachadas y rayos al cielo.

	<u>Show de pirotécnicos</u>	Para exteriores, fuegos pirotécnicos de la florida bajo pedido
	<u>Tercera dimensión</u>	Un show automatizado para ferias y eventos

Referencia: [www.google.com](http://www.google.com) / artefactos para eventos

Elaboración: Las autoras

Para el uso, manejo y mantenimiento de los equipos citados anteriormente se cuenta con el servicio técnico de los proveedores<sup>9</sup> especializados que disponen tanto de equipos como de sus repuestos, y mano de obra calificada lo cual garantiza el éxito del uso de los mismos.

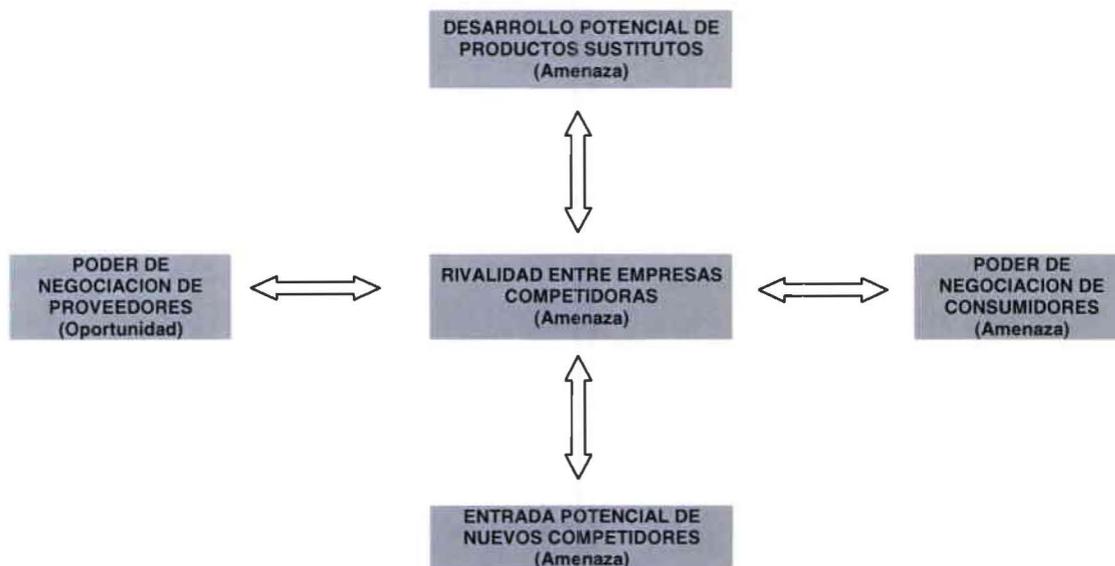
### 2.3. MICROENTORNO

Una vez analizadas las variables que externamente influyen en una organización, es necesario realizar un análisis del microentorno del sector en el cual esta empresa se va a desarrollar; para esto se ha tomado como referencia el modelo de las cinco fuerzas de Porter, mismo que permitirá analizar las variables que a continuación se presentan, con el propósito de posteriormente desarrollar estrategias:

---

<sup>9</sup> Cuadro No. 15 PROVEEDORES

## Cuadro No. 2.5 LAS CINCO FUERZAS DE PORTER



Referencia: Conceptos de Administración Estratégica, Fred David.  
Elaboración: Las autoras

### 2.3.1. RIVALIDAD ENTRE EMPRESAS COMPETIDORAS

Se ha realizado un análisis sobre la competencia en el sector de Organización de Eventos, encontrándose las siguientes empresas, catalogadas como las principales participantes en el mercado:

- GRUPO BARLOVENTO
- FORUM SU CENTRO DE EVENTOS
- MAXIEVENTOS
- EXPOEVENTOS
- EVENT SERVICE

- SEMINARIUM
- COORDINAMOS PROMOSERVICE
- GRUPO STRATEGIA
- D' MARURI (SECCION EVENTOS)

Además se han encontrado una serie de empresas pequeñas, que prestan este servicio, así:

- AVANTI-ABOLENGO-ACUARELA
- SENSATIONALS
- VENTURA Y VENTURA
- ESLABON
- FERVAL EVENTOS
- HMC
- ASSISTEC
- HJ BECDACH MARKETING INC.
- ELITE ORGANIZACIONES

Las empresas citadas están dedicadas a la organización y coordinación de eventos, teniendo dentro de sus opciones las siguientes:

- Convenciones
- Seminarios
- Congresos

- Fiestas privadas
- Lanzamientos
- Desfiles de modas y reinados
- Eventos especiales
- Stands, entre otras

Para poder concluir acerca de la participación en el mercado de las principales empresas en el mercado se ha preparado el Anexo 1, en el que se muestra la Participación en el Mercado de la Competencia Directa, mediante un análisis del número de eventos realizados al año, por las empresas mencionadas, teniendo como resultados las siguientes cifras: Expoeventos Exev con 41% , Grupo Barlovento con el 28%, Coordinamos Promoservice con el 9%. Son empresas que llevan varios años en el mercado de eventos están ya posicionadas, conocen el mercado y el giro del negocio.

Se ha determinado que dentro de los competidores se puede ubicar también a cadenas hoteleras, las cuales gracias a que poseen instalaciones adecuadas para este tipo de actos, se han dedicado a la organización de los mismos.

Para determinar su grado de participación se puede usar como referencia el Anexo 2, que muestra la Participación en el Mercado de la Competencia Indirecta, los mismos que se citan a continuación:

- Swiss Hotel
- JW Marriot

- Hilton Colón
- Sheraton

Iniciar en este sector se lo podría considerar una amenaza, debido a que se ha encontrado una cantidad considerable de empresas competidoras, que brindan el mismo servicio, con similares estrategias, permitiendo que el cliente fácilmente cambie de una marca a otra.

Incluso el mencionar a cadenas hoteleras dentro de la competencia, permite deducir que el número de competidores crece y las oportunidades de ganar un cliente se reducen para las empresas que se encuentran dentro de este mercado.

### **2.3.2. PODER DE NEGOCIACIÓN DE PROVEEDORES**

Al momento de elegir proveedores se deberá tener en cuenta ciertos preceptos muy importantes en ellos, por ejemplo:

- Empresas estables en su industria
- Precios razonables
- Desarrollo de servicios nuevos
- Puntualidad en las entregas
- Que ofrezcan productos elaborados con las más altas normas de calidad

Cabe mencionar que para elegirlos, se considerará importante el servicio post-venta que estarían dispuestos a brindar, como por ejemplo en cuestión de equipos especializados sería muy importante contar con servicio de mantenimiento posterior a la venta.

Se deberá tomar en cuenta que al momento de organizar un evento los proveedores son una parte fundamental por lo que existen ciertos aspectos que se deberá exigir en ellos, tales como: excelente calidad, confiabilidad y puntualidad en las entregas, incluso se deberá llegar a formalizar acuerdos de pago, debiendo respetar los mismos, ya que si éstos no son cumplidos a la brevedad, se podría correr el riesgo de perder un proveedor y causar un problema a la concepción y desarrollo del evento a organizar, por lo que es necesario crear fidelidad con los proveedores.

Se ha elaborado una lista, en la que se ha hecho ya una preselección de los mejores proveedores, cada uno en su ámbito, de acuerdo a sus costos y servicio:

**Cuadro No. 2.5  
PROVEEDORES**

<b>PROVEEDORES EMPRESAS DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS</b>	
<b>INSUMOS</b>	<b>PROVEEDORES</b>
Servicios de iluminación, sonido, video, efectos especiales y escenografía	-Grupo Oye 2000 - Amplificación profesional Lasser 2000
Tarimas	Multivisión
Centros Convenciones/ Congresos/ Conferencias	-Expo Century 2000 -Centro de Exposiciones Quito -Cemexpo HOTELES - Dann Carlton -Four Points Sheraton -Hostería San José -Hotel Quito -Best Western Plaza Hotel – Casino -JW Marrito -Swisshotel OTROS Restaurtan El Patio Convento San Francisco Los Zahones ( Asociación Holstein) Establo de Alejo
	Rincón de Puembo
Animación	María Mercedes Cuesta, Patricia Terán, María Mercedes Castro, Christian Del Alcázar Marissa Sánchez.
Displays, Banners, Material POP, Artículos Promocionales	Risol Producciones
Banquetes/ buffets, bocaditos	-El Gondolero -Recepciones Castrillón (ofrece local) -La Cocina Di Carlo -Mise En Place -Banquetes Condal (buffets, bocaditos ) - El Raclette -Chatre Banquetes y Convenciones (cocina gourmet y local) -Rincón La Ronda Restaurant (comida nacional e internacional) -San Ignacio de Loyola
Flores	-Fresflor

	-Fashion Flowers
Globos	-Ballon Delivery
	-Fantasías Vega
Shows	-Grupo Equinoccio
Diseño y Confeccion	-Taller Fiama
Banners	- Foto 1 - Letra Zigma
Modelos	- CN Modelos -Agencia "MCA"
Artículos Promocionales	-Target -Imagination
Fotografía/Video	- Diego Rodríguez
Invitaciones	- Necomex
Menaje /cristalería en general	-Bouquet Mesa Puesta
Licor	-Sebastián Calisto - (consignación) -Venotti Distribuciones (Guayaquil) –whisky

Referencia: Entrevista con María Augusta Endara/ Coordinadora Nacional Marketing Seguros Integral, Guía Telefónica Quito  
Elaboración: Las autoras

La lista de todos los posibles proveedores de los insumos necesarios para la concepción de un evento, se la ha realizado mediante una estricta selección de entre varios, identificados como empresas ecuatorianas exitosas, eficientes y con gran trayectoria en su mercado.

Se ha podido identificar que existe una gran cantidad de proveedores disponibles, lo cual es una oportunidad, existiendo una serie de alternativas al escoger uno de ellos, por lo tanto se concluye que el poder de negociación de los mismos es bajo, ya que si cualquiera de estos no cumple con los preceptos requeridos, se podrá optar por otra opción.

### 2.3.3. PODER DE NEGOCIACIÓN DE CONSUMIDORES

Se puede identificar los consumidores, estos serían cualquier tipo de empresas que busquen una excelente concepción de un evento, la satisfacción de sus invitados, con el objetivo de lograr concretar negocios, incentivar y satisfacer clientes, para posicionarse en su mercado.

Se está consciente que para incursionar en cualquier mercado de servicios, el valor agregado y la diferenciación juegan un papel primordial, es por esto que se procurará comprender las necesidades y hábitos de compra de los consumidores para poder generar las estrategias que permitan llegar al liderazgo.

El poder de negociación de los consumidores es fuerte cuando los productos o servicios que adquieren son estándar o no tienen diferencias <sup>10</sup>, del análisis realizado se puede concluir que al momento si existe un poder de negociación alto por parte de los consumidores, pues existe gran cantidad de oferta en cuanto a éste servicio, para poder ablandar este poder, se deberá ajustar a la necesidad individualizada de cada cliente haciendo un servicio irrepetible y exclusivo.

Para determinar de una manera más exacta el grupo de clientes potenciales se ha tomado como referencia el análisis hecho por la Superintendencia de

---

10 DAVID, Fred ,Planificación Estratégica / Análisis Competidores

Compañías, sobre el ranking de las 1000 empresas más importantes del País, en cuanto a ingresos, ventas, utilidades e indicadores financieros, obteniendo el dato de que en Quito y sus alrededores existen 466 empresas de las listadas.

Para referencia ver Anexo 3 (RANKING 1000 EMPRESAS MAS IMPORTANTES ECUADOR).

En el siguiente cuadro se puede diferenciar a las 466 empresas por Actividad Económica, ubicadas en Pichincha.

**Cuadro No. 2.6**  
**EMPRESAS EXISTENTES PICHINCHA**

 <b>Número de Compañías por Situación Geográfica y Actividad Económica</b>								
Agricultura	Minas y Canteras	Industrias	Electricidad	Construcción	Comercio	Transportes y Comunicaciones	Servicios a Empresas	Servicios Personales
28	36	113	7	32	130	38	65	17

Referencia: [www.supercias.gov.ec](http://www.supercias.gov.ec)

Elaboración: Las autoras

Para continuar con el análisis de estructura y comportamiento de los consumidores, el Anexo 4, muestra que el porcentaje que cada sector destina para gastos no operacionales varios, dentro de los cuales estaría incluido el

rubro de organización de eventos, es considerable, teniendo en cuenta que este análisis se lo ha realizado a las empresas más importantes del país.

Se puede observar en el Anexo 5, el mismo que muestra un calendario de eventos del grupo EQUATOR HOLDINGS de un período de seis meses, los mismos que deberán ser organizados por una empresa profesional en la creación y concepción de eventos.

En este calendario están especificados 36 eventos (de junio a diciembre) para ser realizados en Ecuador, dentro de los que se pueden destacar: Cócteles, desayunos, almuerzos, lanzamientos de productos, fiestas para concesionarios de vehículos, lanzamientos de planes de incentivos, firmas de convenios y fiestas privadas para empleados en caso de fechas como Navidad, demostrando que en el sector en que la empresa a emprender se desenvolvería tiene una gran oportunidad de ofrecer sus servicios.

De todo este análisis se puede concluir que en cuanto a esta variable se puede identificar una oportunidad, por el gran número de empresas existentes en el sector al que se piensa atacar, brindando un servicio diferenciado para disminuir su poder de negociación.

#### 2.3.4. DESARROLLO POTENCIAL DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

En el mercado de organización de eventos se puede distinguir sustitutos, que si bien es cierto prestan un servicio similar, pero no brindan los beneficios de una empresa especializada en la concepción de eventos.

El servicio que presta una empresa de organización de eventos es el de ocuparse de toda la logística que encierra la creación y producción de un evento, además de un asesoramiento profesional en el tema, sin embargo, puede sustituirse con otro servicio, a pesar de que este sustituto no representaría el mismo beneficio que el que otorga una empresa especializada en brindarlo.

En este caso y tomando en cuenta el comportamiento del consumidor es factible aceptar que algunos clientes podrían escoger otras alternativas, en lugar de optar por una empresa dedicada 100% a este negocio, siendo el poder de negociación alto.

Se distinguen entre ellas empresas que tienen un giro del negocio relacionado con eventos tales como banquetes y agencias de modelos, que también se han dedicado a ofrecer el servicio de organizar eventos, existiendo pocas de ellas pero que entrarían a formar parte de la competencia indirecta, así :

- BANKETES CONDAL
- BANKETES LAFAYETTE

- BANQUETES MAISON DE CAMPAGNE
- LA COCINA DI CARLO
- LA MANSION DE LA COLINA RECEPCIONES
- MISE EN PLACE
- CASTRILLON
- SHANDE ESCUELA Y AGENCIA INTERNACIONAL DE MODELOS
- CENTRO DE CONVENCIONES Y EVENTOS LA GUARDIA
- RINCON LA RONDA RESTAURANT

**Cuadro No. 2.7  
SUSTITUTOS Y SU SERVICIO**

LUGAR	SERVICIO	ESPECIALIDAD
BANKETES CONDAL	Atienden toda clase de evento social en su local o a domicilio, dentro o fuera de la ciudad	Buffets, bocaditos, parrilladas, coffe breaks
BANKETES LAFAYETTE	Recepciones y eventos a domicilio	Buffets, Banquetes, Cócteles, Parrilladas, coffe breaks, catering service
BANKETES MAISON DE CAMPAGNE	Servicio de Catering a domicilio	Cócteles, cenas, almuerzos, alquiler de menaje, toldos, saloneros
LA COCINA DI CARLO	Ofrecen la más alta y exquisita cocina, pastelería, bocaditos, cocina industrial a domicilio	Banquetes, cócteles, recepciones, buffets, comida para llevar, coffee breaks

LA MANSION DE LA COLINA RECEPCIONES	Ambiente único y exclusivo para sus recepciones	Carpas, jardines, carruajes, áreas de fotografía, atención personalizada
MISE EN PLACE	Cocina Gourmet	Cócteles, convenciones, matrimonios, coffee breaks, paellas
SHANDE ESCUELA Y AGENCIA INTERNACIONAL DE MODELOS	Eventos y modelos	Modelos, impulsadoras, servicio de anfitrionas
CASTRILLON	Locales y catering para eventos	Banquetes, cócteles, matrimonios, seminarios
CENTRO DE CONVENCIONES Y EVENTOS LA GUARDIA	Instalaciones para evento exclusivos	Seminarios, congresos, cursos de capacitación, banquetes, coffee breaks
RINCON LA RONDA RESTAURANT	Completo profesional y especializado de banquetes y recepciones a domicilio en amplios salones y fuera de la ciudad	Banquetes y recepciones

Fuente: Investigación primaria / Guía Telefónica Quito

Elaboración: Las autoras

De acuerdo al análisis del cuadro citado se puede identificar que todos los sustitutos descritos, han definido el giro de su negocio en actividades relacionadas con eventos, mas no en la creación y concepción de los mismos, por lo que es claro también que éstos no brindan el beneficio que ofrecería una empresa dedicada totalmente a este negocio, por razones como especialización y profesionalismo, es por ésto que se podría considerar la

posibilidad de que existan alianzas con los ellos en caso de requerir sus servicios, ya que como se mencionó son vinculados con eventos.

Se puede considerar a la existencia de un producto sustituto en el mercado como una amenaza, ya que brindan un servicio similar, además muchos de ellos han adquirido experiencia en la organización de ciertos eventos lo que puede hacer que el cliente opte por esta alternativa.

### **2.3.5. ENTRADA POTENCIAL DE COMPETIDORES NUEVOS**

Siempre existirá la posibilidad de que nuevas empresas ingresen a una industria en particular lo cual dependerá en gran parte de las Barreras de Entrada que esta industria presente para su ingreso:

Las barreras de entrada en esta industria, se presentan de la siguiente forma:

- Falta de experiencia en el giro del negocio
- Sólida lealtad de los clientes hacia otras Empresas ya existentes.
- Liquidez requerida, debido a que al momento de organizar un evento se recibe únicamente el 50% del valor a facturar, para cubrir los gastos se deberá contar con un flujo disponible de dinero que permita hacer frente a compromisos con proveedores.
- Respuestas de empresas bien posicionadas.

En conclusión como se ha citado las barreras de entrada a este negocio son altas, por lo que para ingresar a este mercado una empresa deberá primero contar con capital propio disponible y con un alto margen de diferenciación si lo que buscan es posicionarse en el mercado y ganar la lealtad que pueden haber creado las empresas existentes.

## **CAPÍTULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

Después de la realización del estudio del Macro y Micro entorno en el que se desenvuelve el negocio de organización de eventos, se identificó un área de oportunidad para el mismo, determinando así la necesidad de investigar a profundidad el mercado de este sector.

Como primer paso de la investigación de mercado se planteó un objetivo general y los objetivos específicos.

##### **3.1.1. OBJETIVOS**

###### **3.1.1.1. OBJETIVO GENERAL**

###### **3.1.1.1.1. SITUACIÓN DE DECISIÓN**

La Investigación de mercado se enfocará principalmente a establecer qué porcentaje del mercado objetivo atendido y no atendido, estaría dispuesto a contratar el servicio que brindaría esta empresa, tomando en cuenta los beneficios reales, los costos, la diferenciación, la especialización, la exclusividad y el profesionalismo que esta concepción abarcaría.

La idea de emprender un proyecto de una empresa dedicada a la organización de eventos corporativos, surge debido a que se ha identificado que en lo referente a este negocio existe un gran porcentaje del mercado meta que no ha sido debidamente explotado, por lo tanto se determina que existe una gran oportunidad de negocio por explotar.

### **3.1.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Identificar los principales competidores para así generar estrategias que permitan captar mercado que no ha sido atendido.
- Determinar la demanda actual que existe en el sector corporativo, de contratación de un servicio de organización de eventos como el que se ofrece.
- Determinar la predisposición al gasto de cada organización para el rubro de eventos.
- Identificar la manera de crear una necesidad en los clientes por contratar este servicio, determinando las debilidades de organizarlo por cuenta propia.
- Identificar qué le motiva al cliente a contratar este servicio, en lugar de que la organización sea interna, determinando las fortalezas de una contratación.
- Identificar qué es lo que le disgusta al cliente del servicio brindado por competidores, para aprovechar éstas debilidades y generar estrategias de diferenciación.

## **3.2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

### **3.2.1. DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO**

Para determinar el universo en el que se basará esta Investigación de mercado, se ha identificado que el segmento al que este negocio se enfocará es el sector empresarial ecuatoriano, para esto se utilizó como referencia el ranking elaborado por la Superintendencia de Compañías, de las 1000 empresas más importantes del Ecuador, en cuanto a ingresos, ventas, utilidades e indicadores financieros<sup>11</sup>, tomando en cuenta que se analizaron éstas empresas, porque al tener márgenes de utilidad altos o considerables, sí estarán en capacidad de destinar un porcentaje de sus recursos a la realización de eventos; de éstas 1000 empresas se tomará un total de 466 que se encuentran ubicadas en la provincia de Pichincha, ya que se ha considerado que el negocio planteado, en sus inicios podría partir desde ésta provincia, ya que las empresas analizadas, en su mayoría, tienen su matriz en esta ciudad, y de ésta manera el cierre del negocio será más fácil de concretarlo.

### **3.2.2. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA**

La muestra, que será aquella parte que representará de mejor manera a todo el universo escogido, se ha determinado, mediante el uso de la siguiente fórmula:

---

<sup>11</sup> Anexo 3, Ranking de las 1000 Empresas más importantes del país.

- Fórmula para cuando no existen estudios previos o investigaciones anteriores con un nivel de confianza del 95%.
- Finitas

$$4PQN$$

$$n = \text{-----}$$

$$e(N-1) + 4PQ$$

Debido a que se presenta la necesidad de determinar de una manera más exacta P y Q, se realiza una encuesta piloto mediante llamadas telefónicas a 20 empresas escogidas aleatoriamente en un "Muestreo a juicio", para que mediante la pregunta: Cuando en su empresa se realizan eventos, contratan una empresa dedicada a la organización de los mismos, o los organizan internamente?, y así poder determinar las probabilidades a favor P y las probabilidades en contra Q, cuyos resultados fueron:

Total empresas encuestadas (telefónicamente)	20	100%
Total empresas que organizan eventos internamente	3	15%
Total empresas que contratan empresas para organizarlos	17	85%

Dicho resultado permitió conocer que P, probabilidades a favor sería el 85%, lo que significa que las empresas si contratan este servicio, lo cual es una oportunidad para saber que este tipo de negocio sí está teniendo acogida en el mercado, mientras que Q, probabilidades en contra es el 15%, lo que significa que un menor porcentaje lo realiza con una organización interna.

Se llegó a determinar la siguiente muestra:

$$n = \frac{4PQN}{e(N-1) + 4PQ} = \frac{4(0.85)(0.15)466}{(0.07)(466-1) + (0.85)(0.15)} = 85$$

Se obtuvo como resultado que se deberán realizar 85 encuestas, para esto se ha escogido un muestreo Probabilístico Sistemático, para aplicarlo al listado de 466 empresas:

Población 466 / Muestra 85 = 5.48, lo que significa que se deberá escoger una empresa cada 5, para que sea esta la escogida para la aplicación de la encuesta.

### 3.2.3. CREACIÓN DEL DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Para la investigación de mercado en curso, se utilizará una Investigación Descriptiva, que como su nombre lo indica intentará describir lo más exactamente posible las variables del objeto del presente estudio, debido a que se necesitará descripciones exactas de variables como:

- Hábitos y características de los posibles clientes
- Preferencias
- Nivel de satisfacción obtenida por servicios brindados por la competencia.
- Determinar frecuencia y ocurrencia del evento causa de la investigación.

- Hacer predicciones favorables o no favorables derivadas de las encuestas.

Se ha decidido utilizar la siguiente fuente de datos:

Encuestas individuales, basadas en un cuestionario Directo Estructurado, pues se ha planteado un esquema de 8 preguntas y respuestas, tanto de opción múltiple como cerradas, en la que además se da a conocer el objetivo de la encuesta, pues es importante que las personas a las que se va a plantear ésta, conozcan el motivo de dicha entrevista, ya que así aportarán de una manera más completa a la investigación y se podrá obtener resultados más exactos, misma que se la puede observar en el Anexo 6.

Se ha escogido esta fuente básicamente porque se necesita precisión en los resultados.<sup>12</sup>

### **3.2.4. PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

Una vez completados todos los pasos antes mencionados, se ha realizado la investigación de campo, es decir se aplicaron las 85 encuestas, en las empresas previamente seleccionadas mediante un muestreo sistemático, las mismas que fueron realizadas a personas encargadas de Marketing, como gerentes de éstas áreas, coordinadores de eventos que existían en algunas

---

<sup>12</sup> Investigación de mercados 11vo. Semestre, Lic. Tamara Erazo, UDLA 2005

empresas, y en otros casos personas encargadas de las relaciones públicas, quienes son los delegados para tomar decisiones en este ámbito, y fueron además quienes con una gran predisposición contestaron las preguntas planteadas, cabe destacar que el cuestionario aplicado no fue extenso, debido a las funciones de las personas entrevistadas, para que sea mucho más fácil el desarrollo de la entrevista, ya que se pudo observar que estas personas carecían del tiempo que esta encuesta tomaría.

Además de que las encuestas son un proceso de rigor, el realizarlas permitió que muchos de los aspectos que se habían planteado en simples suposiciones puedan ser verificadas y en varios casos descartadas, siendo esto un gran aporte para la investigación de mercado, ya que por la forma de encuesta, tipo entrevista, el encuestado tenía la oportunidad de tomarse el tiempo para aclarar ciertas inquietudes extras.

### **3.3. PROCESAMIENTO DE DATOS Y RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

Finalizadas las encuestas, se procedió a la tabulación de las mismas, obteniendo resultados que fueron además base para elaborar gráficos que puedan ilustrar de una mejor manera las respuestas obtenidas como se puede observar en el Anexo 7.

A continuación se pudo elaborar conclusiones, combinando las preguntas del cuestionario, identificando otro tipo de resultado, más acertado y detallado, que permita involucrar unas respuestas con otras, éstas se enfocarán a poder descubrir las conclusiones que finalmente esta investigación de mercado arrojó, lo que sin duda será la herramienta que suministrará de la información necesaria para establecer diferentes políticas, objetivos, planes y estrategias más adecuadas a los intereses del negocio que se está planteando, teniendo la certeza de que dichas decisiones serán acertadas, pues se estarán basando en estudios exactos y precisos, tomados de fuentes primarias, que han visto de cerca y han desarrollado experiencia en este sector.

### **3.4. CONCLUSIONES Y OPORTUNIDADES DE NEGOCIO**

Luego de la Investigación de mercado realizada, se procede a determinar las siguientes conclusiones:

Se ha obtenido el dato de los competidores que ocupan el "Top of mind", los que están posicionados, siendo evidente el gran posicionamiento de "Grupo Barlovento". Es importante destacar que es una empresa que tiene una trayectoria aproximadamente de 30 años en el mercado, por lo que el 100% de las empresas encuestadas lo reconocen, mismas que en un 32.26% le han encargado la organización de su último evento, siguiéndolo muy de cerca Expoeventos con un 24.19%, lo cual da la pauta para identificar la

competencia directa y a quién se deberá atacar con estrategias mejoradas de posicionamiento, tratando de crear una fidelidad con los clientes.<sup>13</sup>

Se ha podido además observar que el negocio de organización de eventos tiene un gran mercado en el segmento corporativo ecuatoriano, pues existe un 96.47% de empresas que sí consideran este rubro en su presupuesto<sup>14</sup>, pues realizan aproximadamente 10 eventos en el año, destacándose en empresas de bienes los Lanzamientos de productos, y en empresas tanto de servicios como de productos, se destacan los cócteles y los seminarios para el personal, siendo los planes de incentivos los menos realizados, pues no conocen su concepción. Adicionalmente, el dato obtenido sobre el número y tipo de eventos anuales que se realiza en el segmento encuestado es también considerable, donde se puede observar que los eventos más realizados son los lanzamientos de productos con un 28.89%, seminarios con un 20.35% y cócteles con un 26.16%, lo que permitirá saber que son los más demandados y se podrá hacer diferenciaciones en los precios de los mismos.<sup>15</sup>

Se ha identificado que un 72.94% de las empresas encuestadas, que si consideran este rubro en su presupuesto, ha contratado para la organización de su último evento, el servicio de una empresa dedicada a este negocio, debido a la calidad del mismo, a la experiencia y exclusividad que demuestran en su concepción y obviamente por los resultados posteriores, sin embargo existe una discrepancia por parte de los clientes en relación al precio. Además

---

13 Anexo 7, Pregunta 1, Investigación de Mercados.

14 Anexo 7, Pregunta 2, Investigación de Mercados.

15 Anexo 7, Pregunta 3, Investigación de Mercados.

se obtuvo el 27.06% que al momento organizan sus eventos por cuenta propia, pues consideran que de esta manera pueden llevar un mejor control de su presupuesto, han obtenido excelentes resultados a consecuencia del mismo, teniendo como inconveniente, que las personas encargadas de organizarlo descuidan sus actividades normales por lo que se puede concluir que existe una gran oportunidad para poder incursionar en este sector, pues gracias a esta investigación de mercado, se ha podido conocer que este servicio es demandado en un gran proporción por el sector empresarial ecuatoriano.<sup>16</sup>

Por lo antes mencionado, se puede concluir que el tamaño de mercado para este negocio, está dado tanto por quienes contratan una empresa para organizar sus eventos, como por quienes no lo hacen, teniendo en cuenta que tratar de ingresar a competir en el 72,94% será mucho más accesible, porque estos clientes ya conocen las ventajas y bondades del servicio, únicamente se deberá escoger la estrategia más acertada para captar mercado. Ahora, para ingresar en el 27.06%, se deberá analizar previamente las razones por las cuales esta porción del mercado no contrata este servicio, y así generar estrategias que permitan ingresar en este nicho, que probablemente ha sido mal atendido, o no conoce el servicio.

Además con la identificación de las fortalezas y debilidades de ambas opciones, se puede obtener información exacta de cuáles de las debilidades de organizar eventos internamente deben ser atacadas, utilizando las fortalezas

---

16 Anexo 7, Pregunta 4, Investigación de Mercados.

de contratar empresas profesionales, que los encuestados han identificado, lo que sin duda permitirá tener un enfoque del cliente, satisfaciendo sus necesidades, que llevará a tener una mejora continúa y por último una ventaja competitiva.<sup>17</sup>

---

17 Anexo 7, Pregunta 6 y 7, Investigación de Mercados.

## CAPÍTULO IV

### LA EMPRESA

#### 4.1. INTRODUCCIÓN

Una vez que se ha realizado un estudio exhaustivo de las oportunidades de negocio, del macro y micro entorno que rodea a este sector, y del conocimiento de las preferencias y necesidades de los consumidores, se tiene una idea más firme de lo que será esta empresa, para lo cual se desarrollará este capítulo donde se detallará la misma.

El nombre que se ha dado a la empresa es **CORPO EVENTS S.A.** con el objetivo de que los clientes identifiquen de inmediato el segmento de mercado y giro del negocio al que está dirigida, además de que expresa seriedad, compromiso y estatus.

**Figura 4.1**  
**NOMBRE DE LA EMPRESA**



Referencia: Las autoras  
Elaboración: Las autoras

## 4.2. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

Corpoevents, ha escogido como giro de su negocio la creación y concepción de eventos corporativos en la ciudad de Quito, para efecto de sus operaciones la empresa como tal se encargará de diseñar el evento de acuerdo a las necesidades del cliente, con tendencias novedosas que darán una imagen diferente a lo ya establecido en creación de eventos, para el desarrollo del mismo, se recurrirá a la subcontratación de empresas especializadas en cada uno de los rubros necesarios para la realización exitosa del evento con el objetivo de incrementar el valor o servicio de la misión de la empresa a través del uso de estrategias, procesos, recursos y tecnologías de terceros especializados.

La mecánica del servicio es la siguiente:

- PASO 1: Contactar el cliente
- PASO 2: Identificar las necesidades del cliente para la realización del evento.
- PASO 3: Desarrollo de la idea del evento.
- PASO 4: Presentación del boceto del mismo al cliente.
- PASO 5: Una vez aprobado el proyecto, se procederá a seleccionar los proveedores necesarios para el evento.
- PASO 6: Subcontratación de los proveedores basada en las políticas a establecer.
- PASO 7: Realización del evento.

### 4.3. MISIÓN

Ser una empresa dedicada a brindar una excelente asesoría en la creación de eventos, ofreciendo a través de la concepción de los mismos, experiencias irrepetibles, creando vínculos estrechos y fortaleciendo relaciones comerciales, orientado a la satisfacción del cliente.

### 4.4. VISIÓN

Llegar a ser en tres años una empresa sólida con presencia en el mercado y una seria lealtad de sus clientes, con el objetivo de buscar un crecimiento sostenible y un mejoramiento continuo que permita obtener utilidades y beneficios.

### 4.5. VALORES Y PRINCIPIOS

Corpo Events S.A. es una empresa comprometida con normas éticas muy altas, con el objetivo de que los clientes tengan siempre presente que al momento de contratar sus servicios los resultados exitosos serán garantizados.

A continuación se detallan los valores en los cuales se hará énfasis en el servicio:

- Establecer un **compromiso** de excelencia en el servicio con el cliente.

- Mantener estándares de **calidad** que garanticen el éxito del evento.
- Implementar una cultura de **puntualidad** tanto con el cliente interno como con el externo.
- Se garantizará una organización basada en preceptos de **responsabilidad, honradez y confianza**.
- Se desarrollará una cultura de **trabajo en equipo** con el objetivo de que cada área de la empresa aporte con el éxito final de la organización.

## 4.6. OBJETIVOS GENERALES

Lograr un reconocimiento dentro del segmento de mercado al cual esta empresa está dirigida, en un plazo no menor a un año, basados en una filosofía de excelencia y calidad de servicio, lo cual asegurará relaciones comerciales a largo plazo con los clientes.

## 4.7. OBJETIVOS POR ÁREA

### 4.7.1. COMERCIALIZACIÓN

- Brindar una atención personalizada y exclusiva a cada cliente.
- Crear alianzas estratégicas con proveedores para obtener precios preferenciales.

- Lograr un reconocimiento de marca en el mercado en base a la diferenciación y constante innovación del servicio brindado.

#### **4.7.2. CONCEPCIÓN**

- Crear eventos exclusivos que vayan acorde con la necesidad de cada uno de los clientes.
- Desarrollar un proceso de control de calidad que permita reducir el margen de error en la organización de los eventos al mínimo.

#### **4.7.3. FINANZAS**

- Al término del primer año obtener un rendimiento sobre la inversión que permita cumplir con las obligaciones para con los acreedores y continuar con el eficiente funcionamiento de la empresa.

### **4.8. CADENA DE VALOR**

**Figura No. 4.2**  
**DIAGRAMA DE CADENA DE VALOR DEL NEGOCIO**

<b>INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA</b>					
ADMINIS. RRHH		BUSQUEDA, CONTRATACIÓN, ENTRENAMIENTO		BUSQUEDA, CONTRATACIÓN, ENTRENAMIENTO	BUSQUEDA, CONTRATACIÓN, ENTRENAMIENTO
DESARR. TECNOLO- GICO	DISEÑO DEL SISTEMA	DESARROLLO DE LOS SERVICIOS DISEÑO DE CALIDAD	PROGRAMACIÓN DEL CALENDARIO DE TRABAJO	INVESTIGACIÓN DE MERCADO	CREACIÓN DE MANUALES Y PROCEDIMIENTOS
ABASTECI- MIENTO	COMPRA DE MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA	BASE DE DATOS CREATIVIDAD INNOVACIÓN EXPERIENCIA	AREA COMERCIAL	PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DEL SERVICIO PRESTADO	SISTEMA DE SERVICIO POST VENTA
	ADMINISTRACIÓN DE BASE DE DATOS DE CLIENTES Y PROVEEDORES  IDENTIFICACION DE CLIENTES POTENCIALES  REFERIDOS  SISTEMA DE SEGUIMIENTO A CLIENTES	DESARROLLO DE LOS DIFERENTES TIPOS DE SERVICIOS  PLAN DE ACCION/VENTAS	PROSPECCION Y ACERCAMIENTO A CLIENTES POR PARTE DE LA FUERZA DE VENTAS  SEGUIMIENTO A NEGOCIACIONES	DISEÑO DE ARTES PARA PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN  SELECCIÓN DE MEDIOS PUBLICITARIOS APROPIADOS  CAPACITACIÓN EN VENTAS	VERIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN Y RESULTADOS DEL EVENTO REALIZADO  MARKETING RELACIONAL  ACCIONES QUE GARANTICEN UNA NUEVA CONTRATACIÓN
	<b>LOGISTICA INTERNA</b>	<b>OPERACIONES</b>	<b>LOGISTICA EXTERNA</b>	<b>MERCADOTECNIA Y VENTAS</b>	<b>SERVICIO</b>

Referencia: Michael E.Porter, Ventaja Competitiva  
Elaboración: Las autoras

#### 4.8.1 LOGÍSTICA INTERNA

Dentro de esta categoría de actividades se han considerado los siguientes aspectos:

- **Administración de base de datos de clientes y proveedores.-** A través de esto se podrá tener el control de una base de datos consolidada que permita identificar los clientes potenciales, y los mejores proveedores.
- **Identificación de clientes potenciales.-** Guiados en la base de datos, se podrá reconocer a qué clientes se deberá dirigir los esfuerzos del área de comercialización para generar negocios, a través de contactos telefónicos y personales.
- **Referidos.-** Se deberá poner énfasis en el acercamiento que se haga con los clientes “referidos” de otros clientes, ya que al ser éstos quienes realizan el contacto demuestran así su aceptación y confianza en el servicio.
- **Sistema de seguimiento a clientes.-** Se deberá mantener un contacto constante tanto con los clientes potenciales como no potenciales, para que siempre estén informados de los nuevos servicios y beneficios disponibles.

#### 4.8.2. OPERACIONES

Las actividades relacionadas con este punto son las siguientes:

- **Desarrollo de los diferentes tipos de servicio.-** Tomando como referencia las necesidades del cliente y la oferta actual del mercado, se diseñará y desarrollará un estándar de cada uno de los diferentes tipos de eventos que Corpo Events ofrecerá a sus clientes, incluyendo en los mismos un toque de exclusividad y diferenciación.

- **Plan de acción/ventas.-** Teniendo como punto de partida una base de datos obtenida de las empresas más importantes del País, conociendo el abanico de productos de que dispone la empresa, además teniendo en cuenta el movimiento del mercado, se realizará una planeación de la comercialización de los mismos.

La misma estará basada en una segmentación de clientes por orden de importancia, de acuerdo a juicios de valor hechos en base a tendencias del sector, de ésta forma, ya de una manera más detallada se definirán fechas y horas con sus respectivas estrategias, para poder realizar el acercamiento.

### 4.8.3. LOGÍSTICA EXTERNA

La logística externa estará basada en los siguientes aspectos:

- **Prospección y acercamiento a clientes por parte del área de comercialización.-** El coordinador comercial se encargará de buscar nuevos clientes y realizar el acercamiento a los mismos para generar relaciones de negocios. Es muy importante la relación estrecha que se pueda generar entre esta área y los clientes ya que a partir de esto se podrá mantener un negocio a largo plazo basado en la fidelidad y confianza.
- **Seguimiento a negociaciones.-** Una vez que se entregue propuestas a los diferentes clientes, el coordinador comercial se deberá encargar de realizar un seguimiento al posible negocio ya que de esta manera se demostrará interés por iniciar una relación comercial.

### 4.8.4. MERCADOTECNIA Y VENTAS

El plan de mercadotecnia y ventas se apoyará en las siguientes actividades:

- **Diseño de artes para publicidad y promoción.-** Apoyados en profesionales especializados en diseño, se realizará el arte con el cual se dará inicio al plan de publicidad y promoción.
- **Selección de medios publicitarios apropiados.-** Debido al segmento de mercado al cual está dirigida la empresa, se deberá hacer una selección de los medios publicitarios apropiados para poder llegar a los clientes, tales como: revistas de negocios, telemarketing, mailing, lanzamiento, tarjetas de presentación.
- **Capacitación en ventas.-** Se hará un calendario de capacitación mensual, con el fin de que estén actualizados en el negocio y sus actividades afines, además es importante que tengan habilidad en cuanto a técnicas de negociación.

#### **4.8.5. SERVICIO AL CLIENTE**

Estando conscientes que en este tipo de negocio el trato y el servicio que se le da al cliente es muy importante, se analizarán los siguientes puntos:

- **Verificación de la organización y resultados del evento realizado.-**  
El servicio ofrecido por la empresa no termina con la realización del evento, en Corpo Events, se ha pensado ofrecer un servicio adicional, que consistirá en que al inicio de la contratación se pedirá que el cliente detalle cuales son los resultados que quiere lograr con el evento, de

acuerdo a esto también se planeará el mismo, y una vez realizado, la empresa deberá siempre conocer si éstos resultados fueron logrados.

- **Marketing relacional.-** Una nueva tendencia en el mercado, que está dando buenos resultados, es la aplicación de Marketing Relacional, mediante el cual, la empresa, en este caso Corpo Events, deberá mantener además de su base de datos general una base adicional de los contactos de las empresas que son sus clientes, en la que pueda verificar fechas importantes de la persona, como cumpleaños, aniversario, entre otras, para que se haga presente en dichas ocasiones, logrando consolidar una relación un poco más directa y personalizada con sus clientes.
- **Acciones que garanticen una nueva contratación.-** Se ha pensado que incluir elementos que aporten con valor agregado al servicio ofrecido, traerán buenos resultados a la empresa, en este caso se hará énfasis en asesorar al cliente antes, durante y después del evento, brindando así la seguridad de que su evento está en manos de profesionales, y será un éxito garantizado.

#### 4.8.6. ACTIVIDADES DE APOYO

##### 4.8.6.1. RECURSOS HUMANOS

El personal que integrará la nómina será el siguiente:

- Coordinador comercial
- Coordinador creativo de concepción
- Asistente

Se ha definido de esta manera la estructura de la nómina, tomando en cuenta que la empresa está iniciando sus actividades. Conforme el negocio crezca, se espera de igual manera incrementar el personal a medida de las necesidades.

##### 4.8.6.2. ADMINISTRACIÓN GENERAL

Se contará con un sistema contable, financiero, y una base de datos de las empresas registradas en la Superintendencia de Compañías.

- **Sistema Contable:** Se llevará contabilidad mensual para de esta manera, a fin de año contar con un balance general de la misma.
- **Sistema Financiero:** Se efectuará semestralmente un análisis financiero con el objetivo de tener una visión exacta de la situación de la empresa.

- **Base de Datos:** La empresa contará con una base de datos que será actualizada periódicamente de las empresas registradas en la Superintendencia de Compañías, la misma que cuenta con la siguiente información:

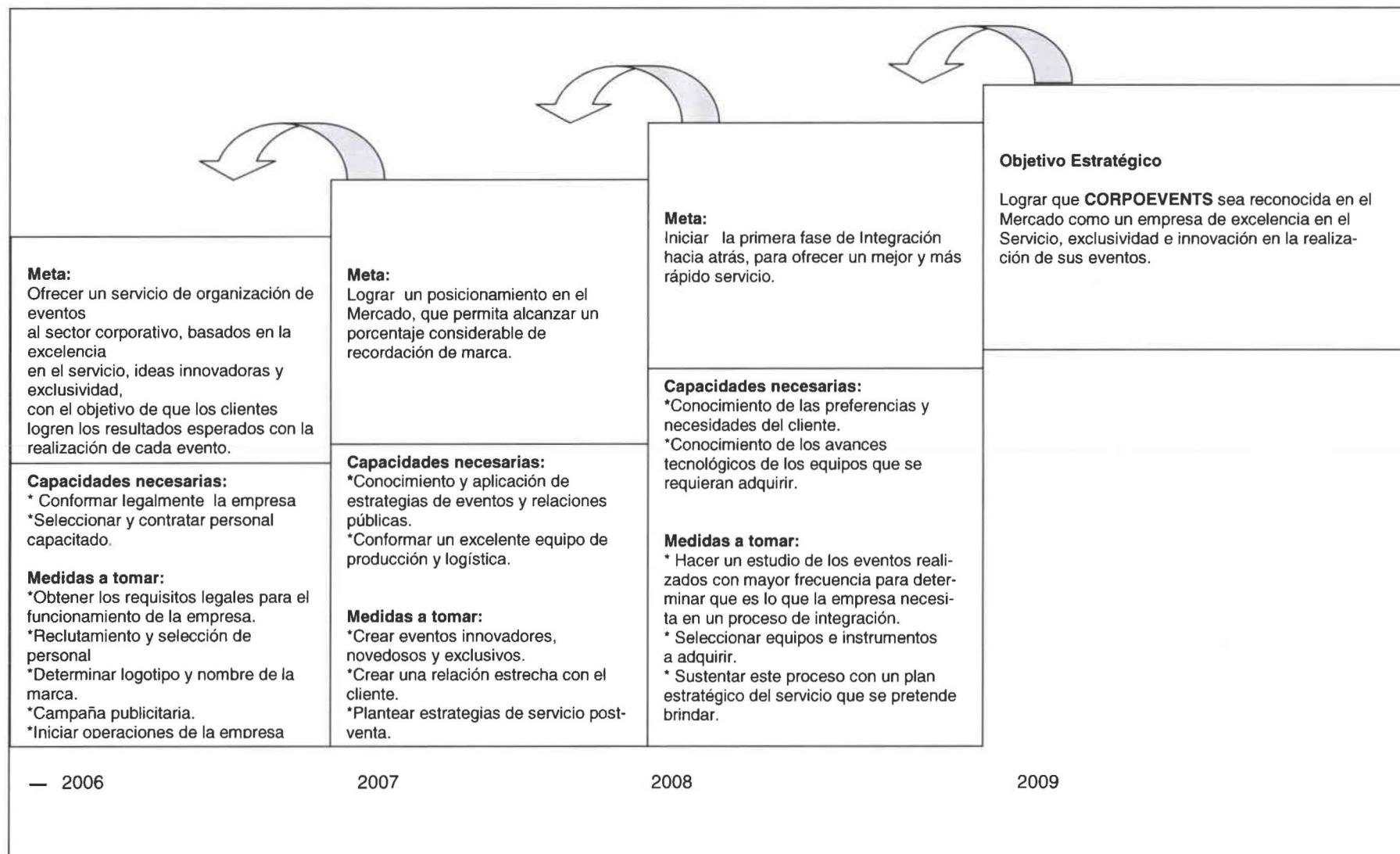
- Nombre de la Compañía
- Ubicación geográfica
- Actividad
- Dirección y teléfono

#### **4.8.7. ESCALA ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA**

Para obtener una Ventaja Competitiva, es necesario desarrollar una escala estratégica con el objeto de identificar las nuevas destrezas y capacidades que la empresa irá desarrollando.

A continuación se detallará la escala estratégica.

**Figura No. 4.3**  
**ESCALA ESTRATEGICA**



Referencia: Malkides Constantino, en la Estrategia está el éxito

Elaboración: Las autoras

## **4.9. ANÁLISIS ESTRATÉGICO**

### **4.9.1. ESTRATEGIA GENÉRICA**

#### **Enfoque en Diferenciación**

Se ha decidido optar por esta estrategia debido a que el mercado de Organización de Eventos está dirigido a ser un mercado de servicios, más no de costos, es decir el cliente buscará siempre obtener un servicio excelente, en lugar de pagar un precio más bajo, por un evento que no satisfaga sus necesidades

La empresa se basará en una estrategia genérica de Enfoque en Diferenciación ya que, se buscará brindar un servicio exclusivo y diferente a un segmento determinado, que en este caso es el sector empresarial ecuatoriano.

Posterior a un análisis de las necesidades y preferencias de los clientes, se ha determinado incorporar características diferentes para el servicio que se ofrecerá, así, éstas iniciarán a partir de la mentalización del evento como tal, para esto se contará con un equipo de creativos, especializado en crear un evento exclusivo de acuerdo a la necesidad del cliente, buscando siempre ser innovadores en sus ideas, para concluir con la satisfacción tanto del anfitrión como de sus invitados.

#### 4.9.2. MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS

No.	Factores determinantes del Éxito	Peso	Calificación	Peso Ponderado
<b>OPORTUNIDADES</b>				
1	Amplio segmento de mercado para explotar	0,14	4	0,56
2	Concientización de empresarios de la necesidad de crear vínculos con sus clientes y proveedores	0,07	3	0,21
3	Tradiciones ecuatorianas que representan oportunidad de eventos	0,06	3	0,18
4	Fenómeno de inmigración incrementa mercado laboral	0,08	4	0,32
5	Gran parte del mercado desatendida	0,13	4	0,52
6	Se está incrementando la cultura de realizar eventos con el objetivo de conseguir resultados en ventas	0,11	3	0,33
<b>AMENAZAS</b>				
1	Inestabilidad política y jurídica del país.	0,06	1	0,06
2	Gran cantidad de empresas competidoras que brindan el mismo servicio	0,09	3	0,27
3	Presencia de empresas sustitutas que se dedicarían a realizar eventos aún sin contar con especialización	0,11	2	0,22
4	Poder de negociación de los consumidores alto	0,07	2	0,14
5	Altas Barreras de entrada	0,08	2	0,16
<b>TOTAL PONDERADO</b>		<b>1</b>		<b>2,97</b>

Para realizar el análisis de los factores externos se han tomado 6 oportunidades y 5 amenazas, pudiendo destacar como la oportunidad de mayor peso el hecho de que exista un amplio segmento de mercado desatendido por explotar. En cuanto a las amenazas, la que tiene mayor peso es la que indica la presencia de empresas que se dedican a realizar eventos, sin contar con una especialización en esta rama, para lo cual se ha pensado contrarrestar este efecto con el profesionalismo y estrategias para una completa y detallada organización de eventos.

### 4.9.3. MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS

No.	Factores determinantes del Éxito	Peso	Calificación	Peso Ponderado
<b>FORTALEZAS</b>				
1	Servicio exclusivo, diferenciado y novedoso.	0,15	4	0,60
2	Alianzas estratégicas con proveedores /precios bajos	0,14	3	0,42
3	Marketing relacional, fidelización, servicio post venta	0,10	3	0,30
4	Base de datos confiable	0,10	4	0,40
5	Experiencia y profesionalismo en la creación y concepción de eventos	0,12	4	0,48
<b>DEBILIDADES</b>				
1	Ausencia de imagen corporativa dentro del mercado	0,12	1	0,12
2	Período extenso necesario de introducción al mercado	0,10	2	0,20
3	Falta de experiencia del personal operativo	0,08	3	0,24
4	Tiempo requerido para posicionar la empresa dentro de las preferidas de los clientes.	0,09	2	0,18
<b>TOTAL PONDERADO</b>		<b>1</b>		<b>2,94</b>

El servicio exclusivo, diferenciado y novedoso, que se plasme en cada uno de los eventos organizados, se ha tomado como la fortaleza de mayor peso, ya que esto será lo que marque una ventaja competitiva. En cuanto a las debilidades, se presenta el hecho de carecer de una imagen corporativa dentro del mercado, lo cual requerirá de un proceso bien organizado que dependerá de un exitoso plan de marketing.

#### 4.9.4. MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO

			CORPO EVENTS		GRUPO BARLOVENTO		EXPO EVENTOS
	Peso	Calificación	Peso Ponderado	Calific ación	Peso Ponderado	Calific ación	Peso Ponderado
Experiencia y profesiona lismo	0.18	4	0.72	4	0.72	4	0.72
Amplio segmento de mercado por explotar	0.19	3	0.57	3	0.57	3	0.57
Servicio personalizad o y diferenciado	0.14	3	0.42	2	0.28	3	0.42
Lealtad de los clientes	0.13	1	0.13	3	0.39	3	0.39
Presencia de imagen corporativa en el mercado	0.10	1	0.10	3	0.30	3	0.30
Competivid ad en los precios	0.09	3	0.27	3	0.27	3	0.27
Calidad de servicio	0.17	4	0.68	4	0.68	3	0.51
<b>Total</b>	<b>1.00</b>		<b>2.89</b>		<b>3.21</b>		<b>3.18</b>

Entre los factores críticos del éxito se consideraron como más importantes: el amplio segmento de mercado por explotar, la experiencia y profesionalismo en la organización de cada uno de los eventos, y la calidad de servicio que se brinde a los clientes. Para CORPO EVENTS, el hecho de contar con personal capacitado, con amplia experiencia y profesionalismo, se convierte en una fortaleza al momento de compararse con sus principales competidores, ya que a pesar de que se estaría iniciando en el mercado, lo estaría haciendo con bases sólidas.

#### 4.9.5. MATRIZ FODA

La matriz FODA, detalla las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas además de las estrategias combinadas a seguir.

	<p><b>FUERZAS – F</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Servicio exclusivo, diferenciado y novedoso.</li> <li>2. Alianzas estratégicas con proveedores/precios bajos.</li> <li>3. Marketing relacional, fidelización.</li> <li>4. Base de datos confiable.</li> <li>5. Experiencia y profesionalismo en la creación y concepción de eventos.</li> </ol>	<p><b>DEBILIDADES – D</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ausencia de imagen corporativa dentro del mercado.</li> <li>2. Período extenso necesario para la introducción al mercado.</li> <li>3. Falta de experiencia del personal operativo.</li> <li>4. Tiempo requerido para posicionar la empresa dentro de las preferidas de los clientes.</li> </ol>
<p><b>OPORTUNIDADES – O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Amplio segmento de mercado por explotar.</li> <li>2. Concientización de empresarios de la necesidad de crear vínculos con sus clientes y proveedores.</li> <li>3. Tradiciones ecuatorianas que representan oportunidad de eventos.</li> <li>4. Fenómeno de inmigración incrementa mercado laboral.</li> <li>5. Gran parte del mercado desatendido.</li> <li>6. Se está incrementando la cultura de realizar eventos con el objetivo de conseguir resultados en ventas.</li> </ol>	<p><b>ESTRATEGIAS – FO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penetración en el mercado (F1,O1, O5)</li> <li>2. Desarrollo del producto (F2, F3, O2, O3)</li> <li>3. Desarrollo del mercado (F3, O1, O6)</li> </ol>	<p><b>ESTRATEGIAS – DO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Integración hacia atrás. (D3, O4)</li> </ol>
<p><b>AMENAZAS – A</b></p>	<p><b>ESTRATEGIAS – FA</b></p>	<p><b>ESTRATEGIAS – DA</b></p>

1. Inestabilidad política y jurídica del país.	3. Diversificación concéntrica (F1, F3, A3)	1. Inversión en campaña publicitaria. (D1, D2, A3)
2. Gran cantidad de empresas competidoras que brindan el mismo servicio en el país.		
3. Presencia de empresas sustitutas que se dedicarían a realizar eventos aún sin contar con especialización.		
4. Poder de negociación de los consumidores alto.		
5. Altas barreras de entrada.		

#### 4.9.6. MATRIZ INTERNA - EXTERNA

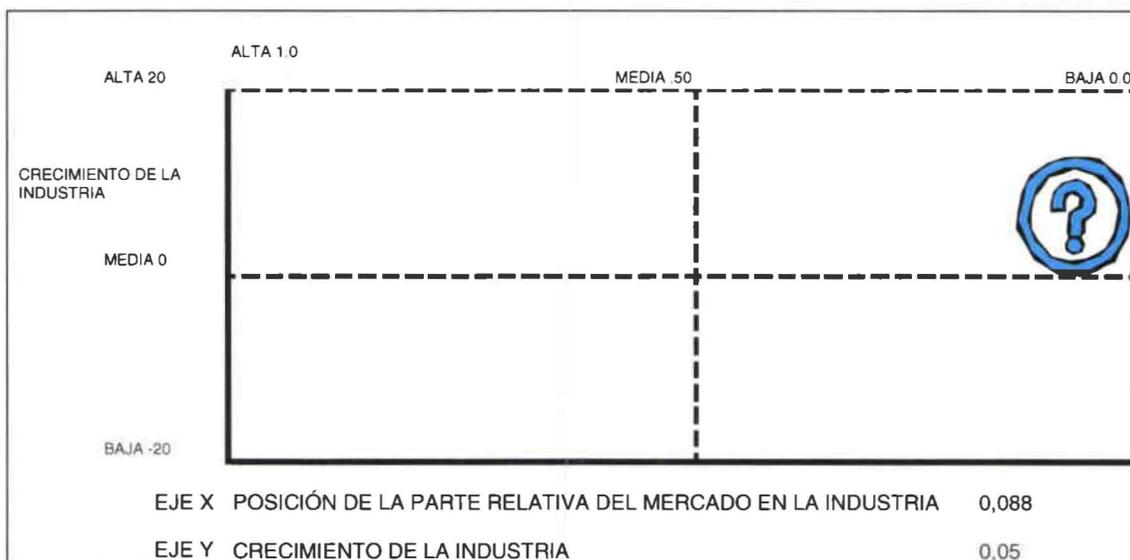
		Total Ponderado del EFI		
		Fuerte 3.0 a 4.0	Promedio 2.0 a 2.99	Débil 1.0 a 1.99
Total Ponderado del EFE	Alto 3.0 a 4.0	I	II	III
	Media 2.0 a 2.99	IV	<b>CORPOEVENTS "Retener y Mantener"</b>	VI
	Bajo 1.0 a 1.99	VII	VIII	IX

**EFE: 2,97** (eje Y)

**EFI : 2,94** (eje X)

Según el resultado obtenido por la Matriz Interna - Externa, se puede concluir que las mejores estrategias para Retener y Mantener son la Penetración en el Mercado y Desarrollo del Producto con la finalidad de aumentar la participación del mercado, apoyados en el área de comercialización. Por estar en etapa de introducción, la inversión en publicidad debe ser alta. Además se ofrecerá un servicio exclusivo y diferenciado, usando un sistema de calidad total y mejoramiento continuo.

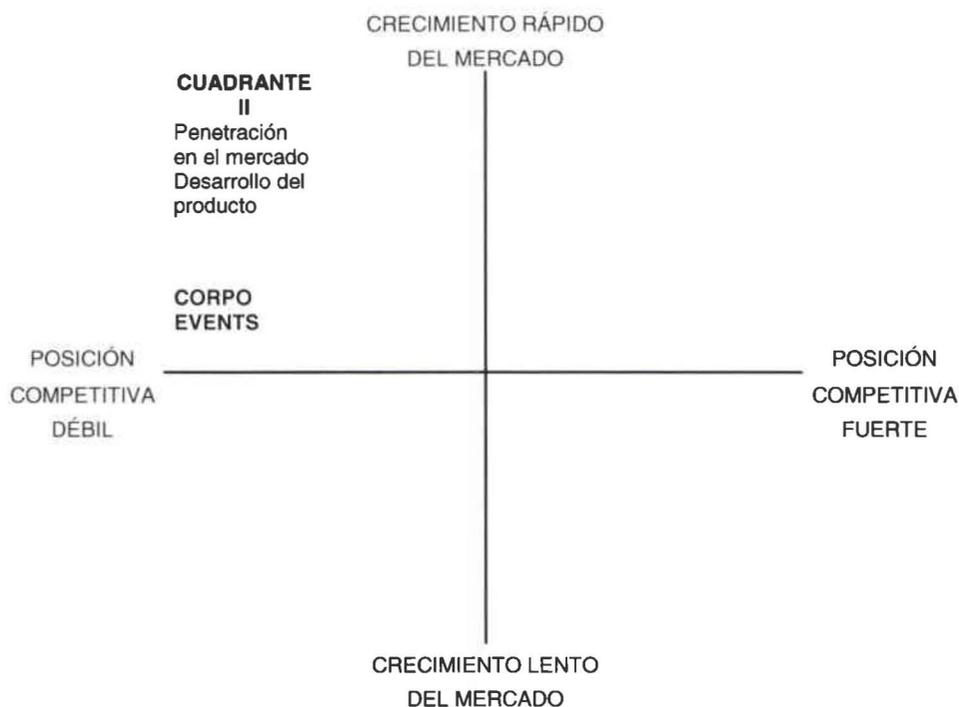
#### 4.9.7. MATRIZ DEL BOSTON CONSULTING GROUP (BCG)



Por ser una empresa nueva, que cuenta con poca participación en el mercado, se sitúa en el cuadrante I, de la Interrogante. Para captar un número considerable de clientes en un corto plazo, se implementarán estrategias como la Penetración del mercado y Desarrollo del Producto, además de una fuerte inversión en publicidad.

La industria de la organización de eventos goza de un crecimiento considerable, tomando como ejemplo el crecimiento de ventas en un 5% que tuvo el líder del mercado, Grupo Barlovento, entre el último trimestre del 2004, y el primer trimestre del 2005.

#### 4.9.8. MATRIZ DE LA GRAN ESTRATEGIA



CORPOEVENTS, se encuentra localizada en el Cuadrante II, debido a que es una empresa que está iniciando en el mercado, con poca participación del mismo, lo que implica que su desenvolvimiento no será eficaz desde el comienzo. Por encontrarse en una industria en crecimiento, las estrategias a utilizar serán de penetración en el mercado y desarrollo del producto.

#### 4.9.9. MATRIZ CUANTITATIVA DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Factores determinantes del Éxito	Peso	Penetración del mercado		Desarrollo del producto	
		CA	TCA	CA	TCA
<b>FORTALEZA</b>					
Servicio exclusivo, diferenciado y novedoso.	0,09	4	0,36	4	0,36
Alianzas estratégicas con proveedores / bajos precios.	0,08	2	0,16	2	0,16
Marketing relacional / fidelización.	0,06	3	0,18	2	0,12
Base de datos confiable.	0,06	3	0,18	2	0,12
Experiencia y profesionalismo en la creación y concepción de eventos.	0,07	3	0,21	4	0,28
<b>DEBILIDADES</b>					
Ausencia de imagen corporativa dentro del mercado.	0,05	2	0,10	1	0,05
Período extenso necesario de introducción al mercado.	0,04	2	0,08	2	0,08
Tiempo requerido para posicionar la empresa dentro de las preferidas de los clientes.	0,04	1	0,04	2	0,08
Personal requerirá tiempo de adaptación y capacitación.	0,03	3	0,09	2	0,06
<b>OPORTUNIDADES</b>					
Amplio segmento de mercado por explotar.	0,08	4	0,32	4	0,32
Concientización de empresarios de la necesidad de crear vínculos con sus clientes y proveedores.	0,04	3	0,12	3	0,12
Tradiciones ecuatorianas que representan oportunidad de eventos.	0,03	3	0,09	3	0,09
Fenómeno de inmigración incrementa mercado laboral.	0,02	3	0,06	4	0,08
Gran parte del mercado desatendida.	0,07	3	0,21	3	0,21
Se está incrementando la cultura de realizar eventos con el objetivo de conseguir resultados en ventas.	0,06	3	0,18	3	0,18
<b>AMENAZAS</b>					
Inestabilidad política y jurídica del país.	0,02	2	0,04	1	0,02
Gran cantidad de empresas competidoras que brindan el mismo servicio en el país.	0,05	2	0,10	2	0,10
Presencia de empresas sustitutas que se dedicarían a realizar eventos aún sin contar con especialización.	0,03	2	0,06	1	0,03
Poder de negociación de los consumidores alto.	0,05	2	0,10	1	0,05
Altas barreras de entrada.	0,01	2	0,02	2	0,02
<b>TOTAL:</b>			<b>2.70</b>		<b>2.53</b>

De acuerdo el resultado de la matriz MCPE se deberán aplicar las estrategias de penetración en el mercado con el objetivo de aumentar la participación de CORPOEVENTS en el mismo, por medio de un esfuerzo en la comercialización, y desarrollo del producto mediante una mejora continua en el desarrollo de los servicios, para de esta manera buscar una diferenciación entre los competidores y obtener un incremento en ventas.

#### **4.9.10. ESTRATEGIA DE DESARROLLO DEL PRODUCTO**

Con el propósito de desarrollar un producto o servicio que sea competitivo y llene las expectativas de un mercado atendido de una manera convencional, se creará esta estrategia basada fundamentalmente en el conocimiento y aplicación de una estrategia en eventos y relaciones públicas, combinada con un excelente equipo de producción y logística, enfocado siempre en proporcionar el marco idóneo para la celebración de cualquier tipo de acto, lo cual permitirá asesorar a cada cliente de acuerdo a sus necesidades y diseñar cada acto de una manera exclusiva e individualizada.

Además para garantizar la calidad del servicio ofrecido por los proveedores a los que se subcontrataría se han desarrollado varias políticas que respalden dicho proceso y permitan entregar al cliente un evento de excelente calidad, mismas que se detallan a continuación:

#### 4.9.10.1. POLÍTICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE PROVEEDORES

- **EMPRESAS RECONOCIDAS EN SU INDUSTRIA.-** Se considera importante que la contratación sea hecha a empresas estables y reconocidas dentro de su mercado de tal forma que garanticen la calidad de sus productos y servicios.
- **PRECIOS.-** Los precios establecidos deben estar dentro de los estándares del mercado, y adicionalmente deben ser acordes al servicio brindado.
- **PUNTUALIDAD.-** Todo proveedor, sea cual fuere su especialidad, deberá cumplir con la puntualidad en las entregas de su servicio o producto, pues este factor es considerado uno de los más importantes de la realización del evento, ya que de su cumplimiento dependerá la satisfacción del cliente lo cual garantizará negocios futuros.
- **CALIDAD.-** Se exigirán servicios y productos de la más alta calidad, es decir se requerirá que cada proveedor garantice su calidad con políticas internas de calidad total y de excelencia en sus productos.
- **SERVICIO POST-VENTA.-** Se considerará importante el servicio que brinden durante la realización del evento y posterior al mismo, pues con éste se dará un valor agregado al producto o servicio entregado.

- **IMAGEN.-** Se exigirá que cada proveedor cuide al detalle la imagen del servicio o producto ofrecido, misma que se reflejará en la excelente presentación de sus alimentos, servicio de bebidas, meseros, local, decoración y ambiente, entre otros.
- **RC PRODUCTOS.-** Se exigirá a medida de lo posible, que los proveedores, en especial los de alimentos y bebidas posean una póliza de Responsabilidad Civil – Productos, la cual cubra las lesiones o daños que puedan causar a terceros los productos ofertados.

Para verificar el buen curso de la organización del evento se exigirá a los proveedores lo siguiente:

- Degustación de los alimentos a servirse.
- Verificación de la imagen de los meseros.
- Verificación del correcto funcionamiento de los equipos en caso de necesitarlos.
- Verificación de las seguridades del local.

Es importante mencionar que para garantizar el fiel cumplimiento de estas políticas, se firmará un contrato de Prestación de Servicios con cada uno de los proveedores, previo al desarrollo del mismo. Anexo 24.

#### **4.9.11. ESTRATEGIA DE PENETRACIÓN DEL MERCADO**

El objetivo de desarrollar una estrategia de Penetración en el mercado es que el servicio que se está comercializando logre incursionar en un mercado llegando a posicionarse en el mismo, es así que Corpo Events, ha visto su mejor estrategia de Penetración en el brindar un servicio novedoso, exclusivo y profesional en cada uno de sus eventos, el mismo que será su carta de presentación y su mejor estrategia de generar fidelidad en sus clientes y lograr posicionarse en su mercado.

#### **4.10. AMBIENTE ORGANIZACIONAL**

El ambiente organizacional está compuesto por cuatro elementos fundamentales:

- Cultura
- La Estructura
- Los incentivos
- El personal

##### **4.10.1. CULTURA DE LA EMPRESA**

Está formada por una serie de aspectos motivacionales que son compartidos por los miembros de la organización, los mismos que servirán de soporte para

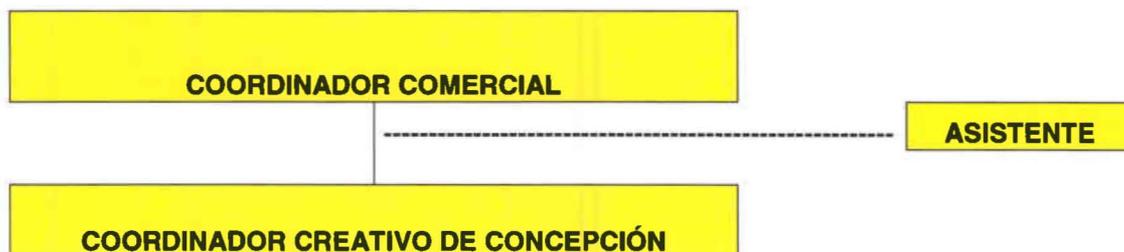
orientar a brindar un servicio de excelencia, para preocuparse por su gente, y para innovar y crecer con la finalidad de obtener resultados.

La cultura organizacional, estará basada en los siguientes principios:

- La empresa será la encargada de transmitir una sensación de identidad a sus integrantes, lo cual generará un sentimiento de compromiso con los objetivos trazados por la organización.
- Se incentivará al personal de tal manera que puedan desarrollar sus habilidades a favor de la organización.
- El personal de la empresa tendrá la facultad de tomar decisiones con respecto a acciones encaminadas a satisfacer a un cliente.
- Crear y mantener un ambiente laboral, que permita que el personal cumpla con sus funciones de una manera agradable y motivadora.

#### 4.10.2. ESTRUCTURA DE LA EMPRESA

**Figura No. 4.4**  
**ORGANIGRAMA**



Referencia: Las autoras  
Elaboración: Las autoras

### **1. Establecer las características requeridas del puesto:**

- El Coordinador Comercial, deberá tener un nivel de educación superior, manejo de mínimo dos idiomas, experiencia de mínimo 3 años en una empresa de servicios, además de haber manejado personal, tener rasgos de liderazgo, y una gran capacidad de resolver problemas y enfrentar inconvenientes que se puedan presentar en la empresa.
- El Coordinador Creativo de Concepción, deberá tener un nivel de educación superior, mínimo 3 años de experiencia en el área comercial de una empresa de organización de eventos, conocimiento de las características de cada uno de los servicios que se ofrecerán, además poseer cualidades como proactividad, organización, capacidad de trabajar bajo situaciones de presión, habilidades de negociación y conocimiento del mercado.
- La Asistente, deberá tener un nivel educación medio o superior, conocimientos avanzados de computación, habilidades en relaciones humanas y atención al cliente.

### **2. Identificar las Fuentes:**

- Para reclutar el personal requerido por la empresa, se colocarán anuncios en los principales diarios de la ciudad, especificando los requisitos de cada uno de los perfiles.

### **3. Selección de candidatos que cumplan con los requisitos solicitados.**

#### **4. Contratar personal**

**5. Integrar al personal a la empresa. Se deberá explicar a cada empleado los valores, objetivos y normas de la empresa.**

El ambiente organizacional de la empresa se encontrará resumido en la Figura 4.5.

#### **4.10.3. INCENTIVOS**

Los incentivos que se aplicarán en beneficio de los empleados y de la empresa son los siguientes:

- Se remunerará al personal de acuerdo a lo que se ha fijado en la Ley, y según el grado de dificultad de la actividad que esté a su cargo.
- Constantemente se reconocerá el aporte o valor agregado que el empleado brinde a su trabajo.
- Se establecerá una tabla de bonos que vaya en relación al número de eventos organizados y a la utilidad que generen los mismos.
- Se realizarán reuniones para celebrar fechas especiales como: navidad, año nuevo, cumpleaños del personal, entre otros.

La esencia de la motivación en esta empresa se basará en los siguientes puntos:

- Reconocer las diferencias individuales, tratando de entender que cada persona es diferente y tiene necesidades diferentes, y de esta forma se

tratará de individualizar las metas, y la forma como recompensar su trabajo.

- Metas y retroalimentación, los empleados tendrán metas específicas, que requieran su participación y esfuerzo, y de la misma forma ser reconocidos.
- Permitir a los empleados participar en las decisiones que los afecten, de esta forma se podrá incrementar la satisfacción y compromiso con los objetivos de la organización.
- Vincular remuneraciones y desempeño, se remunerará a los empleados de acuerdo a su esfuerzo, estableciendo criterios de desempeño.
- Verificar la equidad del sistema, el método de remuneración será equitativo, de acuerdo a su desempeño y capacidades.

#### **4.10.4. PERSONAL**

La empresa realizará los siguientes pasos para la capacitación, contratación e integración del personal.

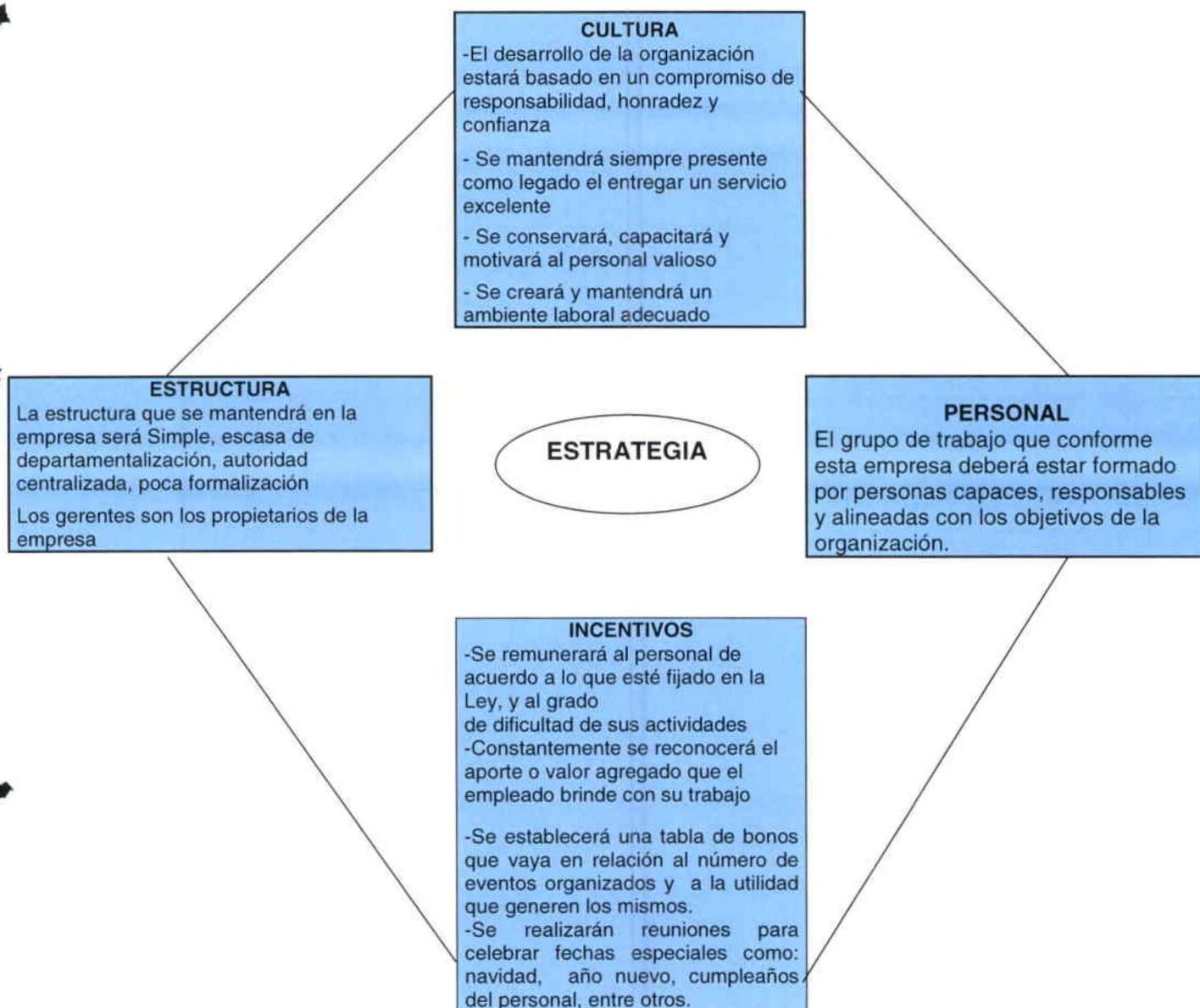
##### **1. Determinar el número de personas que se requieren:**

- El Área Comercial, requerirá de una persona que tenga conocimientos en el ámbito de eventos, la misma que se encargará de coordinar todas las actividades relacionadas con el giro del negocio, además se encargará de la relación comercial, con clientes y proveedores.

- Se requerirá de un Coordinador Creativo de Concepción, especializado en concebir un evento, impecable e innovador.

Figura No. 4.5

### AMBIENTE ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA



Referencia: Markides Constantinos, en la Estrategia está el éxito

Elaboración: Las autoras

## **CAPÍTULO V**

### **PLAN DE MARKETING**

Luego de desarrollar paso a paso la empresa, se ha definido la necesidad de plantear un Plan de Marketing, con la finalidad de dar a conocer las bondades y beneficios de la empresa y del servicio, el mismo que se describe a continuación.

#### **5. 1. INTRODUCCIÓN**

##### **5.1.1. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO**

En el desarrollo del Plan de Marketing de este negocio, es de gran importancia analizar la incidencia de los factores que forman parte del Macroentorno que rodean a este sector, teniendo en cuenta que para estudiar el crecimiento de un mercado, en este caso el de servicios, se analizan variables como el Producto Interno Bruto, el cual en el Ecuador ha tenido un crecimiento muy poco considerable, desde el punto de vista de producción, convirtiéndose en una economía dependiente del petróleo, lo que ha producido una falta de incentivo en el sector productivo, dentro del cual se encuentra el sector servicios, lo que sin duda perjudica cualquier iniciativa de querer incursionar en un nuevo proyecto. Además, en cuanto a lo referente a Inflación se puede hablar de que existe estabilidad de los precios en el Ecuador, siendo éste un factor importante al iniciar un negocio, pues será más fácil elaborar

presupuestos, escenarios y predicciones de un mercado. Por otro lado se puede destacar la estabilidad también de las tasas de interés, las mismas, que aunque no son las más bajas, se han mantenido, permitiendo la obtención de créditos destinados a la financiación de pequeñas y medianas empresas.

En cuanto a la emigración e inmigración, los cuales son factores que también afectan a este sector se puede destacar, que la emigración de ecuatorianos hacia otros países ha perjudicado al país, debido a que la emigración de elementos capaces y preparados, ha contribuido a retrasar aún más el proceso de desarrollo socioeconómico. Y en lo referente a la inmigración de extranjeros en el Ecuador está perjudicando a los ecuatorianos desempleados, pues éstas personas, están en Ecuador en búsqueda de la fortaleza del dólar, un nivel de ingreso incluso por debajo del Salario Mínimo Vital estipulado en el Código de Trabajo, que obviamente los ecuatorianos no aceptarían, sin embargo esta situación en cierto punto beneficiaría a varios sectores, como por ejemplo en el sector de servicios, por lo tanto en esta situación se halla una ventaja ya que se abaratarían ciertos costos en personal.

Otro factor importante es la Cultura ecuatoriana, que tiene tradiciones muy marcadas, las cuales son un símbolo de unión, identificadas como una gran oportunidad de negocio, pues la celebración de estas tradiciones implicará la concepción de un evento.

Por último se puede mencionar el inestable estado del Ecuador, el mismo que tanto política como jurídicamente, aún no ha logrado alcanzar niveles de estabilidad que permitan dirigirse al país por vías de desarrollo, lo que implica un gran problema de estancamiento no sólo a niveles de grandes capitales, sino también de pequeñas y medianas empresas.

## **5.1.2. INFORMACIÓN DEL MERCADO**

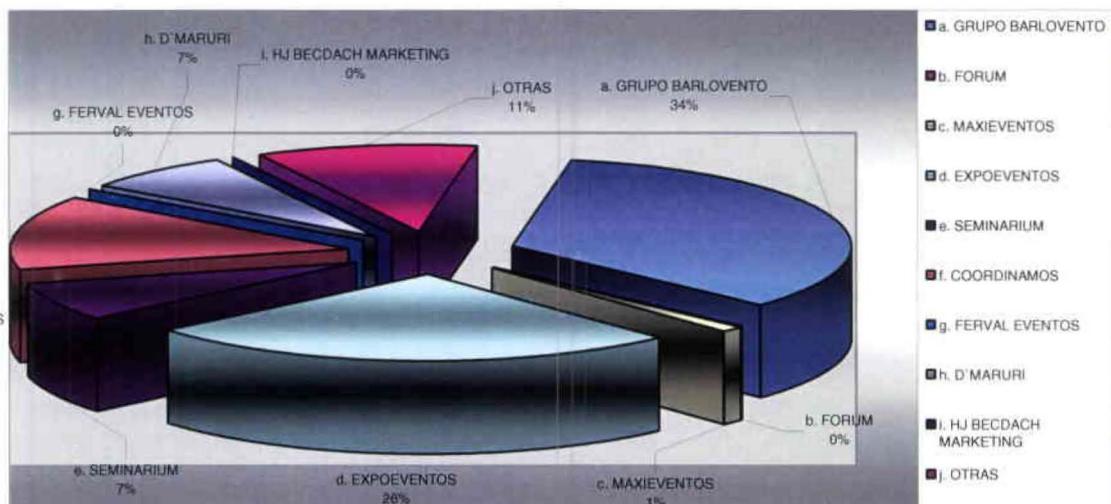
**5.1.2.1. CRECIMIENTO.-** La industria de organización de eventos, tiene una larga trayectoria, teniendo en cuenta que hoy en día la forma de atender al cliente se ha especializado, ha adquirido mayor fuerza y profesionalismo, lo que ha permitido que este sector crezca, conforme crecen las necesidades del cliente.

**5.1.2.2. ACTORES.-** Dentro del mercado de organización de eventos se identifican como actores, empresas dedicadas a este negocio, las mismas que tienen a su favor una gran cantidad del segmento de mercado al que se han dirigido, dentro de las cuales se pueden enumerar las más importantes, seguidas de su participación en el mercado:

- GRUPO BARLOVENTO
- FORUM SU CENTRO DE EVENTOS
- MAXIEVENTOS
- EXPOEVENTOS

- EVENT SERVICE
- SEMINARIUM
- COORDINAMOS PROMOSERVICE
- EVENTOS GALANT (GUAYAQUIL)
- GRUPO STRATEGIA
- D' MARURI (SECCION EVENTOS)

**Figura No. 5.1**  
**PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO DE LOS ACTORES**



Referencia: Investigación de Mercados  
Elaboración: Las autoras

### 5.1.2.3. SERVICIOS

El sector de Organización de Eventos, al momento presta servicios, que están vinculados directamente con organizar un evento, su logística, una perfecta y profesional concepción del mismo, buscando que en cada uno de ellos el cliente obtenga lo que buscaba así como sus resultados, entre el tipo de servicios que brindan se pueden destacar:

- Eventos
- Ferias
- Convenciones
- Lanzamientos
- Cócteles
- Fiestas empresariales en general
- Seminarios
- Congresos

#### **5.1.2.4. CLIENTES**

Como principales clientes figuran principalmente: empresas de telefonía, concesionarios de vehículos, farmacéuticas, aseguradoras, y empresas alimenticias.

#### **5.1.2.5. FACTURACIÓN**

La facturación mensual en este sector está dada por las siguientes cifras aproximadas:

- **Empresas pequeñas:**            **Aprox. USD. 7.000**
- **Empresas grandes:**            **Aprox. USD. 25.000<sup>18</sup>**

---

<sup>18</sup> Entrevista Ximena López, EXPOEVENTOS

### 5.1.3. FACTORES DESTACADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Durante el proceso de Investigación de Mercados realizado, se pudo obtener varias pautas que permitirán dilucidar si existen o no oportunidades de negocio, entre las conclusiones más relevantes se pueden destacar las siguientes:

- Se encuestaron a 85 empresas (muestra), de las cuales un 96.47%, si consideran el rubro de eventos en su presupuesto de gastos, lo que permite definir que si existe una disposición de compra del servicio que esta empresa ofrecerá, además un 3.53% de estas empresas no lo hacen debiendo tener en cuenta que ésta es una porción del mercado a la que se deberá atacar<sup>19</sup>

**Cuadro No. 5.1  
DISPOSICIÓN DE COMPRA**

<b>Disposición de Compra</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Mercado Potencial (empresas)</b>
Considera el rubro de eventos en el presupuesto	96.47%	450
No considera el rubro de eventos en el presupuesto	3.53%	16

Referencia: Investigación de Mercados  
Elaboración: Las autoras

Nota: En el cuadro se mencionan 450 empresas, pues el universo en el que se basó esta investigación fue el ranking de las 1000 empresas más

<sup>19</sup> Anexo 7, Pregunta 2, Investigación de Mercados

importantes del Ecuador, de las cuales se escogieron 466 empresas que se ubican en la provincia de Pichincha, y la muestra fue de 85 empresas, obteniendo estos porcentajes que fueron aplicados directamente al universo.

- Del resultado de las encuestas a las 85 empresas, se pudo obtener que al año realizan aproximadamente 10 eventos por empresa, siendo los más realizados: Lanzamientos de productos, seminarios y cócteles.<sup>20</sup>
- Se identificó además que el servicio que ofrecen las empresas de organización de eventos, sí tiene acogida en el segmento empresarial ecuatoriano, pues se obtuvo un porcentaje del 72.94% de empresas que si contratan servicios de este tipo, y un 27.06% de clientes por atacar<sup>21</sup>
- La competencia directa, está claramente definida, éstas son empresas con gran trayectoria en el Mercado, con excelente servicio, como: Grupo Barlovento, Expoeventos y Coordinamos<sup>22</sup>
- Los motivos por lo que las empresas encuestadas contratan los servicios de una empresa que organiza eventos son la calidad y los resultados que obtienen de los mismos y las razones por la que el porcentaje restante no contratan este servicio, es el precio y en algunas ocasiones

---

20 Anexo 7, Pregunta 3, Investigación de Mercados.

21 Anexo 7, Pregunta 4, Investigación de Mercados.

22 Anexo 7, Pregunta 5, Investigación de Mercados.

tuvieron malas experiencias con el tema de puntualidad, lo que permite identificar las debilidades que tienen las empresas al momento y tratar de atacarlas<sup>23</sup>

- Las características más comunes que el cliente busca en una empresa de eventos son experiencia, precios acordes al servicio y exclusividad, cualidades que se deberán acentuar y tratar de que sean un lema en el giro del negocio.

## **5.2. FODA**

### **5.2.1. OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MACROENTORNO**

#### **5.2.1.1. OPORTUNIDADES**

- Estabilidad de los precios en el país.
- Estabilidad de las tasas de interés.
- Cultura ecuatoriana, que encierra varias celebraciones, las mismas que se pueden convertir en realización de eventos.
- Inmigración de extranjeros, dispuestos a percibir salarios más bajos, especialmente personal requerido en una empresa de eventos, como modelos, attachés, saloneiros, entre otros.

---

<sup>23</sup> Anexo 7, Pregunta 6, Investigación de Mercados.

### **5.2.1.2. AMENAZAS**

- PIB, basado únicamente en una producción petrolera, que ha dejado de estimular al sector productivo.
- Emigración de personal capacitado y calificado.
- Estructura política y jurídica inestable.

## **5.2.2. FORTALEZAS Y DEBILIDADES DEL SERVICIO**

### **5.2.2.1. FORTALEZAS**

- Marketing relacional, fidelización, servicio post venta.
- Atención al cliente personalizada.
- Eventos creados por profesionales, apoyados en logística, medios y recursos tecnológicos de última generación
- Eventos exclusivos, concebidos de acuerdo a la necesidad de cada cliente.
- Organización impecable.

### **5.2.2.2. DEBILIDADES**

- Posibles errores en la concepción de eventos por falta de experiencia.
- Falta de reconocimiento en el mercado.

### **5.3. OBJETIVOS**

#### **5.3.1. DE VENTAS**

- Obtener el 3% de la participación del mercado a lo largo del primer año de actividad, lo que sería equivalente a la realización de 25 eventos anuales aproximadamente, según los datos obtenidos en la Investigación de Mercados.

#### **5.3.2. DE RECORDACIÓN DE MARCA**

- Conseguir al final del primer año un porcentaje de recordación de marca del 35%.

#### **5.3.3. DE SATISFACCIÓN**

- Conseguir al final del primer año un nivel de satisfacción en los clientes atendidos del 80%.

#### **5.3.4. DE FIDELIDAD**

- Conseguir al final del primer año un porcentaje de fidelidad y lealtad de los clientes atendidos durante este período del 70%, es decir que se pretende que en base a los estándares de calidad y de servicio que se

espera ofrecer, 7 de cada 10 clientes que contrataron a la empresa, vuelvan a hacerlo.

## **5.4. SEGMENTACIÓN**

### **5.4.1. TAMAÑO Y SEGMENTACIÓN DEL MERCADO**

El universo, en el que se ha basado este proyecto, es el sector empresarial ecuatoriano, para esto se utilizó un ranking elaborado por la Superintendencia de Compañías, de las 1000 empresas más importantes del Ecuador, en cuanto a ingresos, ventas, utilidades e indicadores financieros; de éstas 1000 empresas se tomará un total de 466 empresas que se encuentran ubicadas en la provincia de Pichincha.<sup>24</sup>

Determinando que la segmentación de este mercado se la ha hecho en base a la ubicación, pues en los inicios de éste proyecto, se operará básicamente con las empresas ubicadas en Quito, las mismas que por lo general tienen sucursales o agencias en otras ciudades del país.

### **5.4.2. PERFIL DEL CLIENTE**

El grupo objetivo está claramente definido en el sector empresarial ecuatoriano, tomando en cuenta que el servicio estaría dirigido a empresas que estarían en capacidad de contratar este tipo de servicios, empresas que gusten de una

---

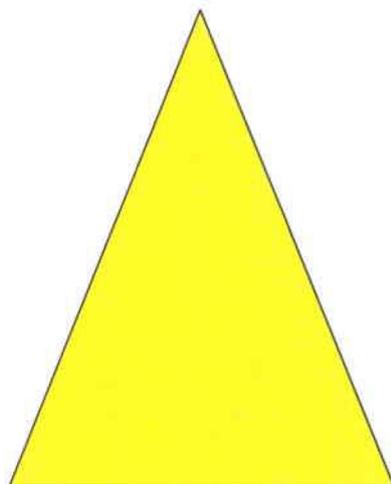
<sup>24</sup> Anexo 3, Ranking de las 1000 Empresas más importantes del país.

excelente concepción de un evento, que además encuentren en los detalles la satisfacción de sus invitados, y que como consecuencia de esto logren concretar negocios, incentivar y satisfacer clientes, posicionarse en un mercado, mantener y fortalecer dichas relaciones.

## 5.5. POSICIONAMIENTO

**Figura 5.2**  
**EL TRIÁNGULO DEL POSICIONAMIENTO**

**NECESIDADES**



**EMPRESA**

**COMPETENCIA**

Referencia: Marketing Estratégico de Lambin

Elaboración: Las autoras

### 5.5.1. EMPRESA CONCEPTO

El concepto principal de una empresa de creación y concepción de eventos, más allá de brindar en esa ocasión una experiencia irrepetible, para sus asistentes, es la de crear un vínculo estrecho entre el anfitrión y sus invitados,

ya que éstos percibirán en cada detalle, que realmente son la razón de ser de la empresa.

### **5.5.2. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO (ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN EN SERVICIO Y PRODUCTO)**

Las estrategias de diferenciación que Corpo Events adoptará, para diferenciarse de los demás de su especie, será ofrecer realizaciones de eventos novedosos, innovadores y exclusivos, que vayan más allá de una simple organización o de una concepción tradicional, además se implementarán estrategias para crear una relación estrecha con cada cliente con el objetivo de mantener y fidelizar a cada uno de ellos, inclusive se plantearán estrategias de servicio post-venta.

## **5.6. MARKETING MIX**

### **5.6.1. PRODUCTO**

#### **5.6.1.1. CICLO DE VIDA**

El servicio de organización de eventos en el Ecuador se encuentra en la etapa de fortalecimiento, debido a que es ahora cuando los empresarios han empezado a tomar conciencia de la necesidad de crear vínculos con

proveedores y clientes, con el objeto de obtener resultados, además con la implementación de diversas estrategias como ISO 9000, Justo a Tiempo (JIT), entre otras, donde se da gran importancia en el proceso a los clientes, pues el mejoramiento de la calidad de los servicios, se lo hace enfocado a satisfacer sus necesidades, y en cuanto a proveedores se los ha comenzado a considerar como un socio estratégico, mas no como una parte aislada del proceso.

#### **5.6.1.2. CARACTERÍSTICAS**

El servicio que Corpo Events ofrece, como ya se mencionó estará basado en ser especialistas en la organización de eventos corporativos, en los cuales se podrán distinguir las siguientes características: profesionalismo, que se verá reflejado en cada uno de los detalles finales de la concepción del evento, organización impecable, concepción exclusiva, atención personalizada, valor agregado como servicio post-venta, resultados, precio acorde al mercado y al evento.

Todos estos factores se los ha podido ubicar gracias a la Investigación de Mercados, donde se ha podido identificar las necesidades básicas del cliente, las mismas que han sido consideradas al momento de diseñar el servicio que se ofrecerá.

### **5.6.1.3. IDENTIDAD DE UN EVENTO**

Al hablar de la identidad de un certamen o evento se refiere a definir los puntos claves de los cuales constará un evento realizado por Corpo Events, el cual se presenta a continuación:

#### **IDENTIDAD DE UN EVENTO**

- CONTENIDOS
- DESARROLLO
- PROGRAMA TENTATIVO
- LUGAR
- INVITADOS

#### **COMPONENTES DE UN EVENTO**

- Participantes/ Conferencistas/ Invitados
- Sede/ Fechas
- Salones/ Equipos
- Alimentos y bebidas
- Eventos sociales y complementarios
- Decoración y ambientes
- Modelos y atachés
- Hoteles y pasajes aéreos
- Recreación

- Souvenirs/ placas / regalos
- Audio/ video/ Fotografía
- Nombre del Evento
- Material impreso del evento

## **5.6.2. PUNTO DE VENTA**

### **5.6.2.1. CANALES DE DISTRIBUCIÓN**

Se ha decidido optar por un Canal de Distribución Directo, esto es las personas encargadas de comercializar y dar a conocer el servicio, serán las encargadas de vender directamente el servicio al consumidor final, por el tipo de negocio, y por la necesidad de controlar dicho proceso, además se ha considerado importante en su fase de lanzamiento, el contacto que se hará inicialmente con los clientes, para desarrollar una estrecha relación comercial.

### **5.6.3. PROMOCIÓN Y VENTA**

Con el objeto de dar a conocer las cualidades distintivas del servicio que brindará Corpo Events S.A., se efectuará una publicidad promocional basada en una introducción especial, diferente, la cual constará de una campaña de visitas a clientes potenciales por parte del Área Comercial, quienes se dirigirán a la persona encargada de tomar decisiones en cuestiones de Marketing o Relaciones Públicas, a quienes se les entregará un fólder de presentación del

servicio, el cual contendrá, una especie de brochure de 3 caras, donde se mencionarán los servicios y beneficios de la empresa y un cd interactivo, con esto se pretenderá primero iniciar el contacto directo con el cliente y entregarle una presentación para que sea él quien la analice. Para continuar con la introducción se tiene planeado estructurar un plan de mercadeo, utilizando un estilo agresivo, donde por encontrarse en el período de introducción en el mercado, el personal del área comercial será el encargado de dirigirse a los clientes potenciales y no potenciales e iniciar una relación con ellos, esperando un resultado de corto plazo, con el objeto de empezar a dar a conocer la marca y posteriormente la calidad del servicio al concretar la venta.

Debido a que se ha identificado que el mercado en el que esta empresa se desarrollará está dividido en dos secciones:

- 1.- Empresas que realizan sus eventos contratando empresas especializadas en organizarlos, y
- 2.- Empresas que realizan sus eventos por cuenta propia

Se deberá escoger dos tipos diferentes de estrategia comercial para cada uno de ellos:

- Grupo 1: Debido a que es un grupo de clientes que conoce ya las bondades de contratar una empresa profesional y especializada en realizar eventos, será más accesible dirigirse a ellos, para esto se aplicará la campaña antes mencionada, haciendo énfasis en las ventajas

de este tipo de servicio calidad de evento, experiencia, exclusividad y resultados posteriores.

- Grupo 2: Al ser este un grupo que presenta cierta resistencia a contratar este tipo de empresas, por aspectos como el precio cobrado por la organización de los mismos, ya que en la Investigación de Mercado se identificó que la mayor razón por la que no contratan el servicio es porque lo consideran “costoso”, se tratará de resaltar el beneficio de un evento excelentemente concebido, en lugar de un evento organizado tradicionalmente, bajo en costos, sin planificación, realizado por personas que carecen de experiencia en este ámbito, lo cual no solo beneficiará en el sentido de los resultados, si no además se deberá recalcar que una empresa dedicada a este negocio, tiene el conocimiento necesario al escoger los proveedores de manera que representen un ahorro en costos para el consumidor final.

Además, también dentro de la Investigación de Mercados se encontró un factor importante, negativo de la organización interna de eventos y es el hecho de que las actividades normales de quien lo organiza se ven afectadas, dentro del slogan de Corpo Events se trató precisamente de vender la idea de dejar en manos de esta empresa toda la organización de un evento, es así como se puede usar este aspecto para promocionar el servicio, atacando la debilidad encontrada en la organización interna.

### 5.6.3.1. MARKETING DIRECTO

El marketing directo es una herramienta estratégica del marketing que implica la relación directa e interactiva entre la empresa y el cliente. De ello se deriva el hecho de que bajo este concepto se agrupan actividades comerciales que se podrían denominar tradicionales y actividades comerciales que aprovechan los nuevos avances en las Tecnologías de la Información.<sup>25</sup>

La posibilidad de establecer relaciones interactivas y continuas en el tiempo con los clientes generan a Corpo Events un gran volumen de datos susceptibles de ser analizados, de tal forma que se pueda obtener una información elaborada y compleja que aporte el conocimiento deseado sobre las necesidades y deseos de los clientes, revele necesidades insatisfechas, perfiles de clientes, oportunidades de negocio, factores de competencia, potencialidades de los distintos mercados, entre otras.

Toda esta información, permitirá desarrollar las estrategias, a corto, medio y largo plazo, que posibilitan una mayor fidelidad de los clientes, que es lo que se busca en el primer año de servicios.

Para esto se ha decidido adoptar para Corpo Events S.A., técnicas de Marketing Directo, tales como:

---

<sup>25</sup>ALFARO RIUZ, M: "Marketing relacional. La gestión de los clientes". IPMARK, No459 / Diciembre 1995

- **Fólder de presentación del servicio:** Fólder que contendrá un brochure con la información detallada de los servicios y beneficios que ofrecerá Corpo Events, y un cd interactivo.
- **Mailing:** Contando con una base de datos de los contactos de empresas que serían clientes potenciales, se elaborará un arte donde se pueda observar los datos de Corpo Events, y los beneficios del servicio que se va a ofrecer, esto permitirá llegar directamente al cliente y permitir que éstos conozcan de cerca a la empresa.
- **Tarjetas de presentación y brochures:** Éstas serán usadas por el área comercial, al momento de dirigirse al cliente, y poder de esta forma presentar personalmente la imagen y los beneficios de la empresa y del servicio.
- **Anuncios en Revistas Corporativas:** Una vez diseñado y elaborado el arte y logo para Corpo Events, se contratará un espacio en revistas que van dirigidas a empresas y empresarios, para de esta manera tratar de seguir con el acercamiento directo con el cliente.
- **Ferias:** Se procurará tener presencia en ferias y eventos relacionados con el sector empresarial, lo cual permitirá lograr una identificación de la marca por parte de clientes.

#### **5.6.3.2. GRADO DE COBERTURA**

Se pretende abarcar al público objetivo, es decir los clientes potenciales susceptibles de ser alcanzados con la estrategia escogida.

### **5.6.3.3. PUBLICIDAD INSTITUCIONAL**

El objeto de realizarla es el de ir creando la imagen de Corpo Events, describir el perfil de la misma como una empresa especializada, fresca, nueva, con ideas exclusivas, tratando de crear expectativas, que se traducirán en resultados a largo plazo, imagen que se plasmará en el logo escogido para la empresa.

### **5.6.3.4. LOGO**

Ver Anexo 8

### **5.6.3.5. SELECCIÓN DEL MENSAJE**

Se ha seleccionado un slogan que encierre las características tanto de la empresa, como del producto, que despierte el interés y defina la decisión de compra:

**Marca: Corpo Events S.A.**

**Slogan: Busca un evento exclusivo...Lo haremos por usted.**

## 5.6.4. PRECIO

### 5.6.4.1. NIVEL DE PRECIO

El precio que se está manejando en el mercado se lo considera estándar, no existe diferencia, a no ser que se trate de un evento con características extraordinarias.

A continuación se detalla la forma de facturar este tipo de servicio:

- Realizar una factura en la que se desglosen todos los rubros que formarán parte del evento, más un rubro que se trata de honorarios por el servicio de concebir y crear el mismo, de esta forma se podrá liquidar a los proveedores y obtener un porcentaje por la organización, el mismo que irá del 20% al 25%, dependiendo de la complejidad del evento. Ver Anexo 23.
- Adicionalmente se pactará alianzas con proveedores, las mismas que consistirán en descuentos por volumen de número de eventos o facturación anuales, con lo que se obtendrá un margen del 10 al 15% de ganancia.

En cuanto a la forma de cobro, hay que tener en cuenta que, Corpo Events, cobrará a la firma del contrato un 50% del precio pactado, y el 50% restante, se lo cobrará una vez realizado el mismo, después incluso de conocer el nivel de satisfacción del cliente por la organización, el plazo para este pago será de

15 días a partir de la fecha del evento. El porcentaje de anticipo diferirá dependiendo del evento y serán en casos ocasionales.

## 5.7. PRESUPUESTO

### PRESUPUESTO DE MARKETING PARA CORPO EVENTS PARA EL AÑO 2006

	\$	% del presupuesto total
<b>Actividades de Marketing (lanzamiento)</b>		<b>50,96%</b>
Fólder de presentación del servicio		
Carpetas	500	4,81%
Brochure 3 caras (diseño e impresión)	1.700,00	16,35%
Tarjetas de presentación / PINS	100	0,96%
Logo e impresión de papelería	3.000,00	28,85%
<b>Acciones en los medios</b>		<b>39,42%</b>
Diseño web para mailing	500	4,81%
Anuncios en revistas corporativas (3)	3.600,00	34,62%
<b>Acciones fuera de los medios</b>		<b>9,62%</b>
Presencia en ferias y eventos	1.000,00	9,62%
<b>Total</b>	<b>10.400,00</b>	<b>100%</b>
Proyección de ventas	257.505,00	
Porcentaje del presupuesto en las ventas	<b>4%</b>	



## **CAPÍTULO VI**

### **ANÁLISIS FINANCIERO**

Una vez concluido el Plan de Marketing donde se plantearon las estrategias necesarias para iniciar en el mercado, utilizando las oportunidades que éste presenta, nace la necesidad de plantear un análisis financiero, así:

#### **6.1. GENERALIDADES**

- El análisis financiero estará basado en adquirir, financiar y administrar activos, de esta manera guiar las acciones de la empresa, con una meta global, generar utilidades.
- El análisis realizado contempla una planificación a 5 años, plazo en el cual se pretende cumplir con las expectativas del proyecto.

##### **6.1.1. INVERSIONES**

Es la decisión más importante en la empresa, pues determina los activos necesarios para el funcionamiento de la misma.

De acuerdo al Anexo 9, se han considerado rubros tales como:

- Muebles, equipos de oficina y equipos de computación, los mismos que serán necesarios para el desarrollo diario de las actividades de la empresa.
- Inversión publicitaria, la misma que servirá para dar a conocer a la empresa y de esta manera conseguir los porcentajes de participación de mercado planteados.
- Gastos de Constitución, los mismos que se destinarán a la legalización necesaria para el funcionamiento de la empresa.

La inversión total de la empresa es de \$15.789, la misma que está compuesta en un 24% (\$3.789) por aportes hechos por los socios, y el 76% restante (\$12.000) será apalancado por medio de un crédito solicitado a una institución financiera, cuyo costo es 12%, a 5 años plazo con pagos semestrales, lo que dará inicio al pasivo de la empresa. Ver Anexos 10 y 11.

El costo de oportunidad es aquel que corresponde al rendimiento mínimo aspirado de un proyecto. Como se mencionó anteriormente, la inversión proveniente de los socios es del 24%, valorados al costo de oportunidad de la industria en el Ecuador: 20% y, el 76% financiados por el sistema a un costo del 12% siendo así el costo de oportunidad del proyecto el 14.70%.

En cuanto al financiamiento del capital de trabajo con los recursos provenientes de la inversión corresponde a 2 meses de gastos operativos y 1 mes de nómina del personal.

## **6.1.2. GASTOS Y COSTOS**

### **6.1.2.1. GASTOS GENERALES**

Son los gastos en los cuales incurre la empresa mensualmente para el funcionamiento de la misma, como: pagos de servicios básicos, gastos de publicidad y promoción, mismos que permitirán dar a conocer la empresa en los medios escogidos de acuerdo al plan de marketing. Ver Anexo 12.

### **6.1.2.2. NÓMINA DEL PERSONAL**

La nómina de la empresa estará compuesta por 3 personas: Coordinador Comercial, Coordinador Creativo de Concepción, y una Asistente, para quienes se han fijado sueldos categorizados de acuerdo a sus actividades, de la misma forma gozarán de beneficios y prestaciones conforme indica el Código de Trabajo. Ver Anexo 13.

### **6.1.2.3. COSTOS DIRECTOS**

Para establecer el margen de costos directos se han tomado en cuenta los rubros de los cuales estará compuesta la organización de cada uno de los eventos a realizarse, tales como: Alquiler de local y personal de servicio, servicio de Catering, Coffee Breaks y bocaditos, valor de descorche, consumo de bebidas no alcohólicas y alcohólicas, música, equipos electrónicos, decoración y escenario, invitaciones, modelos y presentador.

La sumatoria de todos estos rubros restada del precio de venta dará como resultado el margen de contribución que deja el proyecto, siendo ésta una relación positiva, con un valor situado en un rango del 25 al 30% dependiendo del producto. La distribución de estos costos se ve a detalle en el Anexo 14.

### **6.1.3. INGRESOS**

- De acuerdo a la investigación de mercados se ha podido identificar los tipos de eventos que realizan las empresas y su frecuencia (ver pregunta 3, Encuesta de Investigación de Mercados). En base a esto se determinó los productos que se van a ofrecer, la cantidad de eventos estimado que se realizarán el primer año y el precio que se asignará a cada uno de acuerdo a su naturaleza y su demanda, los mismos que se determinaron basados en los precios del mercado. Ver Anexo 15.

- Para el segundo año se habrá logrado posicionar la empresa, por lo que se estima que las ventas para este año se incrementarán en un 30%, confiados en el servicio de excelente calidad que se va a ofrecer y el nivel de satisfacción que se conseguirá en la realización de los eventos durante el primer año.
- En el tercer año, se planea partir mínimo con el mismo porcentaje de crecimiento que en el segundo año, tomando en cuenta que el posicionamiento de la empresa en este año será aún más firme que en el año anterior.
- La realización de eventos para el cuarto año llegará a su máxima capacidad, manteniéndose de esta manera para los años siguientes. Ver Anexo 15.
- Los precios considerados para la proyección de ventas incluyen IVA, el mismo que será pagado al fisco anualmente. Ver Anexo 16.

#### **6.1.4. PARÁMETROS FINANCIEROS**

Los parámetros que se han determinado para la elaboración del flujo de efectivo son los siguientes:

- Imprevistos: El porcentaje que se ha definido es de 1,5%, tomando en cuenta que se está iniciando en el negocio, por lo cual se deberá mantener un margen de dinero para prever cualquier eventualidad.
- Índice de apalancamiento financiero: Involucra el uso de financiamiento de costo fijo. El porcentaje que se usará en el proyecto es de 1.5, tomando como referencia 2.67 que presenta la industria en sus balances del año 2003. Ver Anexo 20. El 1.5 indica que los fondos obtenidos al emitir una deuda con una tasa de interés fija contribuirán a que el capital propio sea más rentable que si no existiría endeudamiento.
- Plazo de Ventas a crédito en días: En las políticas de pago se ha establecido que el 50% inicial deberá ser cancelado por el cliente al momento de firmar el contrato, por lo que se ha considerado importante manejar un plazo para el pago del 50% restante de 15 días contados a partir de la fecha de realización del evento.

## 6.2. ANÁLISIS FINANCIERO

- La tasa interna de retorno significa “aceptar un proyecto de inversión si el coste de oportunidad es menor que ésta”<sup>26</sup>. Por lo tanto, realizado el análisis se concluye que la expectativa del proyecto en curso es buena

---

26 BREALEY – MYERS, Principios de Finanzas Corporativas, séptima edición, pág. 68.

debido a que se ha obtenido una TIR del 54,05% que al compararla con la tasa del costo de oportunidad de capital del 14,70%, arrojarán un VAN positivo cuando se descuenta al coste de oportunidad del capital. Ver Anexo 17.

- Se ha obtenido un Valor Actual Neto positivo de \$60.455, mismo que viene dado por la diferencia entre el valor descontado al 14,70% de los flujos de caja futuros y el importe de la inversión inicial, \$15.789, este criterio indica que el proyecto es rentable, y debería llevarse a cabo. Ver Anexo 18.
- Los balances presentados por la empresa evidencian la inversión en activos de \$15.789, que representa \$12.000 de pasivo, frente a un patrimonio de \$3.789, donde, al inicio del proyecto notoriamente el pasivo tiene un porcentaje elevado debido a la financiación que se obtuvo de una entidad financiera, y a medida que avance el mismo, éste se irá disminuyendo conforme la deuda se va cancelando, el patrimonio se irá incrementando, y el negocio generará utilidades respecto a las ventas a partir del segundo año. Ver Anexo 19.

### **6.3. ÍNDICES FINANCIEROS**

De acuerdo al Anexo 21 de los índices financieros, se realizará la siguiente explicación a detalle de cada uno de ellos:

- **Liquidez General**

Mide la capacidad que tiene la empresa para pagar deudas contraídas a corto plazo, siendo la fórmula la siguiente:

$$\text{Ratio de Liquidez} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

El estudio en curso presenta valores que van desde 1,46 en el primer año, hasta 1,48 en el quinto año, lo cual indica que la empresa está en capacidad de hacer sus pagos a corto plazo, la misma que va creciendo a medida que lo hace el coeficiente resultante.

- **Prueba Ácida**

Éste índice sirve como complemento del índice de liquidez, con excepción de que excluye los inventarios. Muestra la habilidad que tiene la empresa para enfrentar a los pasivos circulantes con sus activos que tengan mayor liquidez.

La fórmula se plantea así:

$$\text{Prueba Ácida} = \frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

El estudio muestra un índice igual de liquidez debido a que por ser una empresa de servicios y no de productos no mantiene inventarios.

- **Apalancamiento Financiero**

Mide la rentabilidad del capital invertido por los socios frente al costo del capital de terceros. Siendo la fórmula la siguiente:

$$\text{Apalancamiento Financiero} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Patrimonio}}$$

Los índices del presente análisis varían desde 3,95 en el primero año, hasta 2,95 en el quinto año, lo cual indica un fuerte apalancamiento al inicio del proyecto, el mismo que va disminuyendo a medida que transcurre el tiempo y se ha ido bajando el grado de endeudamiento con terceros.

- **Rentabilidad sobre patrimonio**

Éste índice mide la rentabilidad que el proyecto ofrece a los socios sobre el capital invertido en el negocio, de acuerdo a la siguiente fórmula:

$$\text{Rendimiento sobre el Patrimonio} = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Patrimonio}}$$

Las cifras presentadas en éste índice de acuerdo al estudio realizado, demuestran que el negocio es rentable a partir del tercer año, ya que la empresa logra una estabilidad con respecto a sus ventas debido a la experiencia que se ha ganado en el mercado.

- **Endeudamiento del Activo**

Mide el riesgo financiero y la dependencia que la empresa tiene con los acreedores, frente a una posible quiebra del proyecto. La fórmula es presentada de la siguiente manera:

$$\text{Endeudamiento del activo} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$$

El presente estudio indica en el primer año que el 75% de los activos están financiados con deuda, misma que a medida que avanza el proyecto baja, llegando al 68% en el quinto año, en el cual la magnitud del riesgo financiero es menor.

- **Endeudamiento Patrimonial**

Éste índice representa las proporciones de la aportación de capital hecha tanto por los acreedores como por los dueños. La fórmula se presenta de la siguiente manera:

$$\text{Endeudamiento patrimonial} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}}$$

En el presente estudio, las cifras van desde 2,95 en el primer año, lo que indica que la dependencia del proyecto a la aportación de capital de terceros en sus inicios es alta debido al préstamo realizado, hasta llegar a 2,00 en el segundo,

tercer, cuatro y quinto año, demostrando así que la empresa estaría nuevamente en capacidad de obtener un crédito en el caso de ser necesario.

- **Rotación de Ventas**

Indica la eficiencia con que la empresa utiliza sus activos totales para genera ventas. La fórmula se plantea así:

$$\text{Rotación de Ventas} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$$

El proyecto presenta muy buenos resultados que van desde 6,37 en el año 1, siendo positivos durante los 5 años analizados, lo que indica que la empresa está siendo eficiente en la utilización de sus activos totales para generar nuevas ventas.

## **CAPÍTULO VII**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **7.1 CONCLUSIONES**

- De acuerdo a la investigación de mercados realizada, se puede concluir que existe una gran oportunidad de atender a una porción del mercado que actualmente se encuentra desatendida.
  
- Para las empresas, encargarse internamente de la organización de un evento implica que el personal que destinen para esta actividad, deberá descuidar sus actividades normales, por lo que se ha visto una gran predisposición de compra de quienes serían los clientes potenciales.
  
- Existe una gran oportunidad de negocio, en el hecho de que actualmente los empresarios están dando importancia al beneficio que obtendrán de generar relaciones comerciales a largo plazo tanto con clientes como con proveedores, mismas que se consolidarían con la realización de este tipo de eventos.
  
- Se puede concluir que para las empresas suena atractivo el ofrecer una experiencia irrepetible para sus invitados lo cual crearía un vínculo entre

éstas y sus invitados, y de esta forma se logrará que el servicio de Corpo Events genere fidelidad con sus clientes.

- Se ha determinado que existen empresas cuyo giro del negocio es alguna actividad relacionada con eventos como hoteles, restaurantes, y demás negocios similares, que se han dedicado a ofrecer este servicio, sin ser su especialidad, lo cual representa una amenaza para una empresa dedicada netamente a la organización de eventos.
- Actualmente el Ecuador, atraviesa por una etapa de inestabilidad política, económica y jurídica lo cual representa una amenaza para iniciar cualquier tipo de negocio.
- El poder de negociación por parte de los clientes es alto, ya que existe en el mercado una gran cantidad de empresas que ofrecen un servicio estándar, por lo que para lograr una diferenciación, se deberá ofrecer un servicio exclusivo, acorde a la necesidad de cada uno de los clientes.
- Siendo éste un negocio de relaciones personales dentro del plan de marketing se ha considerado como estrategia principal utilizar el marketing directo, y de esta manera lograr un contacto personalizado con los clientes.

- De acuerdo al análisis financiero del proyecto, se pueden extraer datos como la TIR y el VAN, los cuales reflejan que es un negocio rentable que se debería llevar a cabo.

## 7.2 RECOMENDACIONES

- El desarrollo de este proyecto deberá efectuarse siguiendo a cabalidad el plan impuesto para la misma, de manera que sus resultados sean exitosos.
- Será importante desarrollar minuciosamente la estrategia de diferenciación que defina la decisión de compra del cliente.
- Se recomienda que constantemente se realicen estudios de las preferencias de los consumidores, de sus necesidades y de los nuevos tipos de servicios que ofrece el mercado lo que contribuirá a una constante innovación.
- Se deberá poner énfasis en conseguir crear vínculos estrechos con los clientes, mediante un contacto directo inicial, marketing relacional, y servicios post-venta de manera que se pueda comenzar a fidelizar a los clientes.

- La estructura inicial de la empresa es reducida, debido a que está comenzando en el negocio, se recomienda que conforme el número de clientes vaya incrementándose y logre posicionarse en el mercado, se deberá incrementar contratar personal, incluso crecer en sus instalaciones para brindar un mejor servicio.
- Debido a que ésta es una empresa cuyo giro del negocio se desenvuelve entorno a relaciones interpersonales, constantemente se deberá capacitar al personal en técnicas de atención al cliente y de negociación.
- Será fundamental perseguir alinearse siempre a ofrecer un servicio excelente, una concepción impecable del evento, manteniendo estándares de calidad muy altos, con miras a marcar una diferencia y a lograr posicionamiento.

### 7.3 BIBLIOGRAFÍA

- DAVID, Fred, Conceptos de Administración Estratégica, Prentice Edición, 5ta. Edición, 1997
- GUIZAR, Rafael, Desarrollo Organizacional, Mc. Graw Hill, 1998
- ROBBINS Stephen, Comportamiento Organizacional, Prentice Hall, 1986
- LAMBIN, Jean Jacques, Marketing Estratégico, Mc. Graw Hill, 1997
- RUIZ, Alfaro, Marketing Relacional La gestión de los clientes, 1995
- CONSTANTINOS, Markides, En la Estrategia está el éxito, 1998.
- SAMUELSON, Paul A. Nordhaus William, Economía, Mc. Graw Hill, España 1998
- BREALY Richard, MYERS Stewart, Principios de Finanzas Corporativas, Mc. Graw Hill, 1999
- VAN HORNE, James, WACHOWICZ, John, Fundamentos de Administración Financiera, 1999
- GALINDO Edwin, Estadística Aplicada, 1999
- Ley de Compañías, Marzo 2000

### INTERNET

- [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)
- [www.ccq.org.ec](http://www.ccq.org.ec)
- [www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec)
- [www.sri.gov.ec](http://www.sri.gov.ec)

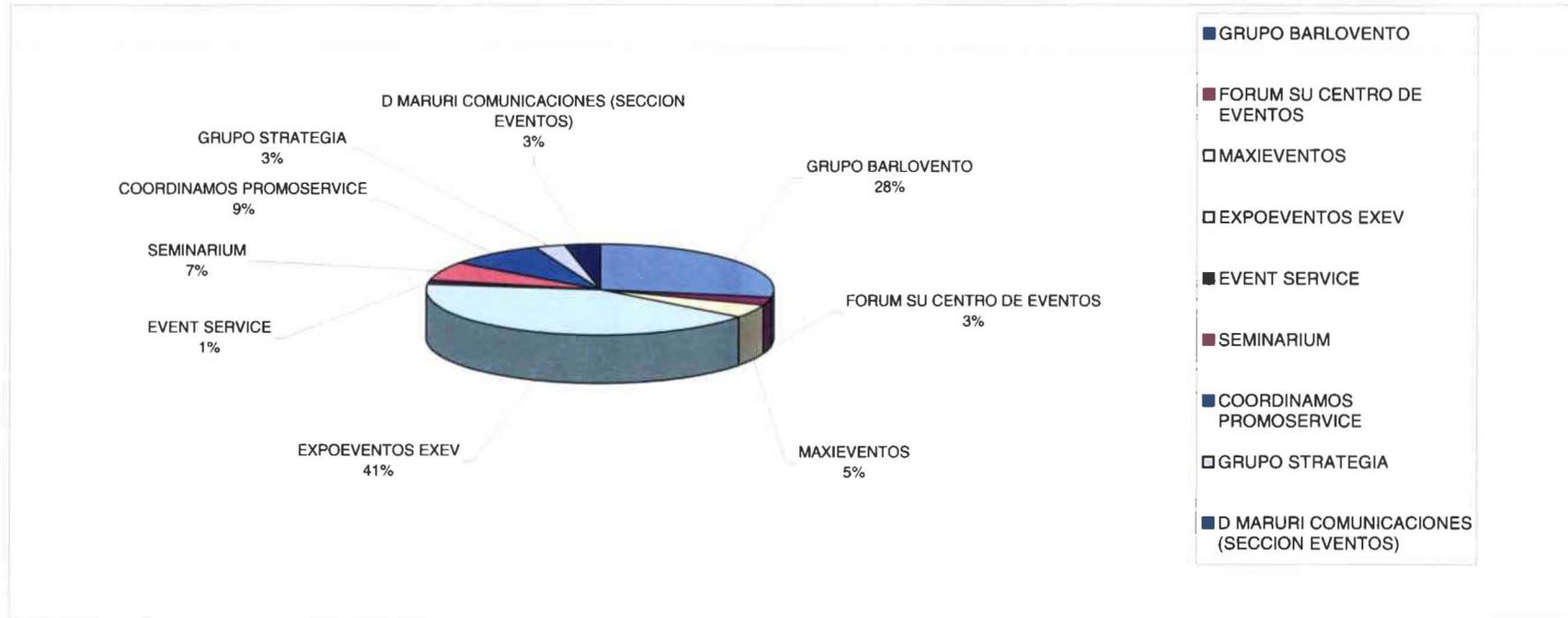
- [www.supercias.gov.ec](http://www.supercias.gov.ec)
- [www.google.com](http://www.google.com)
- [www.lainsignia.org](http://www.lainsignia.org)
- [www.comunidadandina.org](http://www.comunidadandina.org)
- [www.dlh.lahora.com.ec](http://www.dlh.lahora.com.ec)

# ANEXOS

**ANEXO 1**

**PARTICIPACION EN EL MERCADO DE LA COMPETENCIA**

EMPRESA	No. DE EVENTOS (AÑO-PROMEDIO)	TELEFONO	PRINCIPALES CLIENTES	TRAYECTORIA EN EL MERCADO
GRUPO BARLOVENTO	480	2239682	TODO TIPO EMPRESAS / PARTICULARES	34 AÑOS
FORUM SU CENTRO DE EVENTOS	50	2245161	TODO TIPO EMPRESAS / PARTICULARES	4 AÑOS
MAXIEVENTOS	84	2530410	EMPRESAS EN GENERAL	8 AÑOS
EXPOEVENTOS EXEV	720	2520825	AUTOMOTOR/ GANADERIA / BELLEZA / FLORICULTURA	13 AÑOS
EVENT SERVICE	24	2462756	TODO TIPO EMPRESAS	4 MESES
SEMINARIUM	120	2262715	TODO TIPO EMPRESAS	5 AÑOS
COORDINAMOS PROMOSERVICE	150	2526819	FARMACEUTICAS / SOCIEDADES MEDICAS	18 AÑOS
GRUPO STRATEGIA	48	2247147	LABORATORIOS FARMACEUTICOS / ONG	4 AÑOS
D MARURI COMUNICACIONES (SECCION EVENTOS)	60	42888120	TELEFONIA/ SEGUROS/ UBD. ALIMENTICIA	10 AÑOS

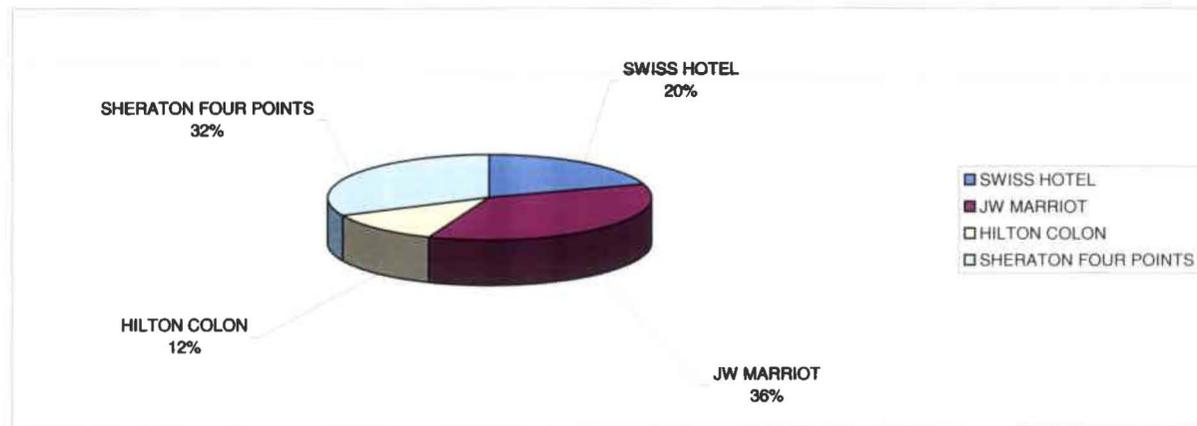


Fuente: Investigación Primaria  
 Elaboración: Las autoras

## ANEXO 2

### PARTICIPACION EN EL MERCADO DE LA COMPETENCIA INDIRECTA

HOTEL	No. EVENTOS (AÑO - PROMEDIO)
SWISS HOTEL	600
JW MARRIOT	1080
HILTON COLON	360
SHERATON FOUR POINTS	960



Fuente: Investigación Primaria  
Elaboración: Las autoras

## ANEXO 3



## RANKING DE LAS 1000 EMPRESAS

## MAS IMPORTANTES DEL ECUADOR

	NOMBRE DE LA COMPAÑÍA	PROVINCIA	CIUDAD	TELÉFONO	ACTIVIDAD	CIU
1	ANDINATEL S.A.	PICHINCHA	QUITO	2553923	TRANSPORTE	7
2	COMPAÑIA DE GENERACION HIDROELECTRICA PAUTE HIDROPAUTE S.A.	AZUAY	CUENCA	2875191	ELECTRICIDAD	4
3	PACIFICTEL S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2565214	TRANSPORTE	7
4	COMPAÑIA NACIONAL DE TRANSMISION ELECTRICA TRANSELECTRIC S.A,	PICHINCHA	QUITO	2529373	ELECTRICIDAD	4
5	AEC ECUADOR LTD.	PICHINCHA	QUITO	269154	MINAS Y CANTERAS	2
6	OLEODUCTO DE CRUDOS PESADOS (OCP) ECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	2973200	CONSTRUCCION	5
7	OCCIDENTAL EXPLORATION AND PRODUCTION COMPANY	PICHINCHA	QUITO	2993700	MINAS Y CANTERAS	2
8	TECHINT INTERNATIONAL CONSTRUCTION CORPORATION TENCO	PICHINCHA	QUITO	2986154	CONSTRUCCION	5
9	SUPERMERCADOS LA FAVORITA CA	PICHINCHA	QUITO	2401140	COMERCIO	6
10	COMPAÑIA DE GENERACION HIDROELECTRICA AGOYAN HIDROAGOYAN S.A.	TUNGURAHUA	AMBATO	2421719	ELECTRICIDAD	4
11	EMPRESA ELECTRICA QUITO SA EEQ	PICHINCHA	QUITO	2525244	ELECTRICIDAD	4
12	OTECEL S.A.	PICHINCHA	QUITO	2227700	TRANSPORTE	7
13	LA CEMENTO NACIONAL C.A	GUAYAS	GUAYAQUIL	871900	SERVICIOS A EMPRESAS	8
14	CONSORCIO ECUATORIANO DE TELECOMUNICACIONES S.A. CONECEL	GUAYAS	GUAYAQUIL	2693693	TRANSPORTE	7
15	PROCESADORA NACIONAL DE ALIMENTOS C.A. PRONACA	PICHINCHA	QUITO	2263651	AGRICULTURA	1
16	COMPAÑIA DE GENERACION TERMOELECTRICA GUAYAS ELECTROGUAYAS S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2870771	ELECTRICIDAD	4
17	INDUSTRIAS ROCACEM S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	871900	INDUSTRIAS	3
18	AGIP OIL ECUADOR B.V.	PICHINCHA	QUITO	2268985	MINAS Y CANTERAS	2
19	OMNIBUS BB TRANSPORTES SA	PICHINCHA	QUITO	2977700	INDUSTRIAS	3
20	IMPORTADORA EL ROSADO CIA LTDA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2322000	COMERCIO	6
21	COMPAÑIA DE CERVEZAS NACIONALES C.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	893088	INDUSTRIAS	3
22	EXPORTADORA BANANERA NOBOA SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	442055	AGRICULTURA	1
23	REYBANPAC REY BANANO DEL PACIFICO CA	GUAYAS	GUAYAQUIL	208670	AGRICULTURA	1
24	DISTRIBUIDORA ROCAFUERTE DISENSA S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	871900	COMERCIO	6
25	REPSOL-YPF ECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	2976600	MINAS Y CANTERAS	2
26	REPSOL YPF COMERCIAL DEL ECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	2976600	SERVICIOS A EMPRESAS	8
27	ECUADOR BOTTLING COMPANY CORP.	PICHINCHA	QUITO	412590	INDUSTRIAS	3
28	NEGOCIOS INDUSTRIALES REAL N.I.R.S.A. S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2284010	INDUSTRIAS	3
29	OVERSEAS PETROLEUM AND INVESTMENT CORPORATION	PICHINCHA	QUITO	2986115	MINAS Y CANTERAS	2

30	NESTLE ECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	2232400	INDUSTRIAS	3
31	GENERAL MOTORS DEL ECUADOR SA	PICHINCHA	QUITO	2977700	TRANSPORTE	7
32	UNILEVER ANDINA ECUADOR S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2417025	SERVICIOS A EMPRESAS	8
33	EMPRESA ELECTRICA MANABI SA EMELMANABI	MANABI	MANTA	622881	ELECTRICIDAD	4
34	PETROLEOS Y SERVICIOS PYS C.A.	PICHINCHA	QUITO	2521670	COMERCIO	6
35	UNION DE BANANEROS ECUATORIANOS SA UBESA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2204850	SERVICIOS A EMPRESAS	8
36	SCHLUMBERGER SURENCO SA	PICHINCHA	QUITO	2268480	SERVICIOS A EMPRESAS	8
37	EMPRESA ELECTRICA REGIONAL CENTRO SUR CA	AZUAY	CUENCA	2809111	ELECTRICIDAD	4
38	LUBRICANTES Y TAMBORES DEL ECUADOR CA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2445340	INDUSTRIAS	3
39	LA FABRIL S.A.	MANABI	MANTA	920091	INDUSTRIAS	3
40	EXXONMOBIL ECUADOR CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2266312	COMERCIO	6
41	SOCIEDAD AGRICOLA E INDUSTRIAL SAN CARLOS SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2329255	INDUSTRIAS	3
42	HIDALGO & HIDALGO SA	PICHINCHA	QUITO	2408038	CONSTRUCCION	5
43	YPF ECUADOR INC	PICHINCHA	QUITO	2976600	MINAS Y CANTERAS	2
44	HERDOIZA CRESPO CONSTRUCCIONES S.A.	PICHINCHA	QUITO	2445400	CONSTRUCCION	5
45	GMAC DEL ECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	2981728	SERVICIOS A EMPRESAS	8
46	COMPANIA DE GENERACION TERMoeLECTRICA ESMERALDAS TERMOESMERALDAS S.A.	ESMERALDAS	ESMERALDAS	06700216	ELECTRICIDAD	4
47	FARMACIAS Y COMISARIATOS DE MEDICINAS SA FARCAMED	PICHINCHA	QUITO	2283200	COMERCIO	6
48	PERENCO ECUADOR LIMITED	PICHINCHA	QUITO	2433255	MINAS Y CANTERAS	2
49	CARTONES NACIONALES S.A. I CARTOPEL	AZUAY	CUENCA	2860600	INDUSTRIAS	3
50	COMPANIA AZUCARERA VALDEZ SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2691755	INDUSTRIAS	3
51	PROVEEDORA ECUATORIANA SA PROESA	PICHINCHA	QUITO	2441000	COMERCIO	6
52	ACERIA DEL ECUADOR CA ADELCA.	PICHINCHA	QUITO	2260500	INDUSTRIAS	3
53	ALMACENES DE PRATI SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	327620	COMERCIO	6
54	ELECTRO GENERADORA DEL AUSTRO ELECAUSTRO S.A.	AZUAY	CUENCA	822515	ELECTRICIDAD	4
55	EDC ECUADOR LTD.	PICHINCHA	QUITO	25046418	MINAS Y CANTERAS	2
56	KIMBERLY - CLARK ECUADOR S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2352250	COMERCIO	6
57	MACHALAPOWEE CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	250464	ELECTRICIDAD	4
58	EMPRESA ELECTRICA AMBATO REGIONAL CENTRO NORTE S.A.	TUNGURAHUA	AMBATO	2825733	ELECTRICIDAD	4
59	CEMENTOS SELVA ALEGRE S.A.	PICHINCHA	QUITO	2459712	INDUSTRIAS	3
60	INDUSTRIAS ALES CA	PICHINCHA	QUITO	402600	INDUSTRIAS	3
61	ALMACENES JUAN ELJURI C LTDA	AZUAY	CUENCA	2862111	COMERCIO	6
62	HIDROELECTRICA NACIONAL HIDRONACION S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2393918	ELECTRICIDAD	4
63	HELMERICH PAYNE DE ECUADOR INC	PICHINCHA	QUITO	2555511	MINAS Y CANTERAS	2
64	INMOBILIARIA LAVIE SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	322555	SERVICIOS A EMPRESAS	8
65	LAN CHILE S.A.	PICHINCHA	QUITO	2453102	TRANSPORTE	7
66	DISTRIBUIDORA FARMACEUTICA ECUATORIANA (DIFARE) S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2289500	INDUSTRIAS	3
67	ELECTROQUIL S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2871005	ELECTRICIDAD	4
68	CORPORACION MULTIBG S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	517100	SERVICIOS A EMPRESAS	8
69	NESLANDINA S.A.	PICHINCHA	QUITO	2232400	SERVICIOS A EMPRESAS	8
70	CRS RESOURCES (ECUADOR) LDC	PICHINCHA	QUITO	2254323	MINAS Y CANTERAS	2
71	EMPRESA ELECTRICA REGIONAL NORTE SA EMELNORTE	IMBABURA	IBARRA	955860	ELECTRICIDAD	4
72	INDURAMA SA	AZUAY	CUENCA	2882900	INDUSTRIAS	3
73	TEOJAMA COMERCIAL SA	PICHINCHA	QUITO	2400500	COMERCIO	6
74	AGRIPAC SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	560400	COMERCIO	6
75	ECUDOS S.A.	CANAR	LA TRONCAL	0000000	SERVICIOS A EMPRESAS	8
76	ENCANEQUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	2988500	MINAS Y CANTERAS	2

77	INTERNATIONAL WATER SERVICES ( GUAYAQUIL ) INTERAGUA C. LTDA.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2874030	SERVICIOS A EMPRESAS	8
78	INDUSTRIAS GUAPAN SA	CANAR	AZOGUES	2240477	INDUSTRIAS	3
79	BURLINGTON RESOURCES ORIENTE LIMITED	PICHINCHA	QUITO	2261252	MINAS Y CANTERAS	2
80	INDUSTRIAL DANEC SA	PICHINCHA	QUITO	2330301	INDUSTRIAS	3
81	YANBAL ECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	2263188	INDUSTRIAS	3
82	KIMTECH S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	681799	COMERCIO	6
83	PETROBRAS ENERGIA ECUADOR	PICHINCHA	QUITO	2985300	MINAS Y CANTERAS	2
84	FABRICA DE ENVASES S.A. FADESA	GUAYAS	GUAYAQUIL	445266	INDUSTRIAS	3
85	PREUSSAG ENERGIE GMBH	PICHINCHA	QUITO	2561710	MINAS Y CANTERAS	2
86	EMPRESA ELECTRICA REGIONAL DEL SUR SA EERSSA	LOJA	LOJA	570339	ELECTRICIDAD	4
87	COLGATE PALMOLIVE DEL ECUADOR SOCIEDAD ANONIMA INDUSTRIAL Y COMERCIAL	GUAYAS	GUAYAQUIL	891800	INDUSTRIAS	3
88	COMPANIA ECUATORIANA DEL CAUCHO S.A. ERCO	AZUAY	CUENCA	2862155	INDUSTRIAS	3
89	INMOBILIARIA DEL SOL S.A. MOBILSOL	GUAYAS	GUAYAQUIL	2690100	SERVICIOS A EMPRESAS	8
90	BRISTOL-MYERS SQUIBB ECUADOR CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2265625	COMERCIO	6
91	CERVESURSA, CERVECERIA SURAMERICANA S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	895959	INDUSTRIAS	3
92	EMPRESA ELECTRICA RIOBAMBA SA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	2960283	ELECTRICIDAD	4
93	ACERIAS NACIONALES DEL ECUADOR SOCIEDAD ANONIMA (A.N.D.E.C)	GUAYAS	GUAYAQUIL	482833	INDUSTRIAS	3
94	TIENDAS INDUSTRIALES ASOCIADAS SA TIA	GUAYAS	GUAYAQUIL	533087	COMERCIO	6
95	IMPORTADORA TOMBAMBA S.A.	AZUAY	CUENCA	2806144	COMERCIO	6
96	CONSERVAS ISABEL ECUATORIANA SA	MANABI	MANTA	621120	INDUSTRIAS	3
97	TELECOMUNICACIONES MOVILES DEL ECUADOR, TELECSA S.A.	PICHINCHA	QUITO	2990000	TRANSPORTE	7
98	PRODUCTORA CARTONERA SA PROCARSA	GUAYAS	ELOY ALFARO	800035	INDUSTRIAS	3
99	CONSTRUCTORA NORBERTO ODEBRECHT S. A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2227068	CONSTRUCCION	5
100	FERTISA, FERTILIZANTES, TERMINALES I SERVICIOS S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	484632	INDUSTRIAS	3
101	IDEAL ALAMBREC SA	PICHINCHA	QUITO	2690674	COMERCIO	6
102	COMPANIA ANONIMA EL UNIVERSO	GUAYAS	GUAYAQUIL	490000	INDUSTRIAS	3
103	QUIFATEX SA	PICHINCHA	QUITO	2477400	INDUSTRIAS	3
104	ECUADORTLC S.A	PICHINCHA	QUITO	2985300	SERVICIOS A EMPRESAS	8
105	EMPACADORA GRUPO GRANMAR S.A. EMPAGRAN	GUAYAS	GUAYAQUIL	291500	AGRICULTURA	1
106	PRODUCTOS FAMILIA SANCELA DEL ECUADOR S.A	PICHINCHA	QUITO	2484359	COMERCIO	6
107	INDUSTRIAL SURINDU S.A.	PICHINCHA	QUITO	22232400	INDUSTRIAS	3
108	ECUAQUIMICA ECUATORIANA DE PRODUCTOS QUIMICOS CA	GUAYAS	GUAYAQUIL	682050	COMERCIO	6
109	EMPRESA ELECTRICA PROVINCIAL COTOPAXI SA ELEPCOSA	COTOPAXI	LATACUNGA	2842640	ELECTRICIDAD	4
110	AUTOMOTORES Y ANEXOS SA AYASA	PICHINCHA	QUITO	222740	COMERCIO	6
111	MURPHY ECUADOR OIL COMPANY LTD	PICHINCHA	QUITO	2254323	MINAS Y CANTERAS	2
112	EXPALSA EXPORTADORA DE ALIMENTOS SA	GUAYAS	ELOY ALFARO	2515999	AGRICULTURA	1
113	IMPORTADORA INDUSTRIAL AGRICOLA SA IIASA	GUAYAS	GUAYAQUIL	237000	COMERCIO	6
114	CANAM OFFSHORE LIMITED	PICHINCHA	QUITO	2254323	MINAS Y CANTERAS	2
115	COMERCIAL INMOBILIARIA SA CISA	GUAYAS	GUAYAQUIL	322555	SERVICIOS A EMPRESAS	8

116	MANUFACTURAS ARMADURIAS Y REPUESTOS ECUATORIANOS SA MARESA	PICHINCHA	QUITO	2396178	INDUSTRIAS	3
117	CRISTALERIA DEL ECUADOR SA CRIDESA	GUAYAS	GUAYAQUIL	893700	INDUSTRIAS	3
118	INDUSTRIA ECUATORIANA PRODUCTORA DE ALIMENTOS CA INEPACA	MANABI	MANTA	624584	INDUSTRIAS	3
119	METROCAR SA	PICHINCHA	QUITO	2985555	COMERCIO	6
120	CERVECERIA ANDINA SA	PICHINCHA	QUITO	2891906	INDUSTRIAS	3
121	GERARDO ORTIZ E HIJOS C LTDA	AZUAY	CUENCA	2887766	COMERCIO	6
122	PAPELERA NACIONAL SA	GUAYAS	ARCELINO MA	2729008	INDUSTRIAS	3
123	EXPORKLORE S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2455005	COMERCIO	6
124	EMPRESA ELECTRICA SANTO DOMINGO S. A.	PICHINCHA	NGO DE LOS	2750156	ELECTRICIDAD	4
125	CASABACA S.A.	PICHINCHA	QUITO	2223871	COMERCIO	6
126	EMPRESA ELECTRICA REGIONAL DE ESMERALDAS S.A. EMELESA	ESMERALDAS	ESMERALDAS	2722241	ELECTRICIDAD	4
127	CREDITOS ECONOMICOS CREDICOSA SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2275400	COMERCIO	6
128	MABE ECUADOR S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	893500	INDUSTRIAS	3
129	CONAUTO CA AUTOMOTRIZ	GUAYAS	GUAYAQUIL	2681900	COMERCIO	6
130	HOLDINGDINE S.A. CORPORACION INDUSTRIAL Y COMERCIAL	PICHINCHA	QUITO	2223580	SERVICIOS A EMPRESAS	8
131	CARTORAMA S.A.	AZUAY	CUENCA	2893716	INDUSTRIAS	3
132	INDUSTRIAL MOLINERA CA	GUAYAS	GUAYAQUIL	442060	INDUSTRIAS	3
133	EMPRESA ELECTRICA PENINSULAR SANTA ELENA CA	GUAYAS	SALINAS	785858	ELECTRICIDAD	4
134	AEKIA S.A.	PICHINCHA	QUITO	2548813	COMERCIO	6
135	AUTOMOTORES CONTINENTAL SA	PICHINCHA	QUITO	436080	COMERCIO	6
136	DURAGAS SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	873963	COMERCIO	6
137	EMPRESA PESQUERA ECUATORIANA S.A. EMPESEC	GUAYAS	GUAYAQUIL	2115007	INDUSTRIAS	3
138	EMETEL S.A.	PICHINCHA	QUITO	2200720	TRANSPORTE	7
139	IPAC S.A	GUAYAS	GUAYAQUIL	2110260	INDUSTRIAS	3
140	COMPANIA GENERAL DE COMERCIO Y MANDATO SOCIEDAD ANONIMA	GUAYAS	GUAYAQUIL	296300	COMERCIO	6
141	COMPANIA DE DESARROLLO BANANERO DEL ECUADOR BANDECUA SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	693323	AGRICULTURA	1
142	PLASTICAUCHO INDUSTRIAL S.A.	TUNGURAHUA	AMBATO	2854717	INDUSTRIAS	3
143	COMPANIA ANONIMA EL COMERCIO	PICHINCHA	QUITO	670999	INDUSTRIAS	3
144	INVERSANCARLOS S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2329255	SERVICIOS A EMPRESAS	8
145	EDESA SA	PICHINCHA	QUITO	2671717	INDUSTRIAS	3
146	NOVACERO ACEROPAXI S.A	PICHINCHA	QUITO	2269944	INDUSTRIAS	3
147	PRODUCTOS PARAISO DEL ECUADOR SA	PICHINCHA	TAMBILLO	2228018	INDUSTRIAS	3
148	HOTEL COLON INTERNACIONAL CA	PICHINCHA	QUITO	2563731	COMERCIO	6
149	CONSTRUCTORA DEL LITORAL SA COLISA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2120153	CONSTRUCCION	5
150	COMOHOGAR SA	PICHINCHA	QUITO	2410625	COMERCIO	6
151	CARTONERA ANDINA SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	208670	INDUSTRIAS	3
152	CONFITES ECUATORIANOS CA CONFITECA	PICHINCHA	QUITO	2676980	INDUSTRIAS	3
153	POOL INTERNATIONAL LTD	PICHINCHA	QUITO	2446336	MINAS Y CANTERAS	2
154	GRUNENTHAL ECUATORIANA CIA LTDA	PICHINCHA	POMASQUI	2351980	INDUSTRIAS	3
155	INDUSTRIA CARTONERA ECUATORIANA SA ICE	GUAYAS	GUAYAQUIL	482745	INDUSTRIAS	3
156	PANAMERICANA VIAL S.A. PANAVIAL	PICHINCHA	QUITO	2258223	CONSTRUCCION	5
157	AMANCO PLASTIGAMA S.A.	GUAYAS	ELOY ALFARO	805100	INDUSTRIAS	3
158	MARCIMEX S.A.	AZUAY	CUENCA	2831911	COMERCIO	6
159	HOTEL COLON GUAYAQUIL S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2689250	COMERCIO	6
160	GRAIMAN CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	2862255	INDUSTRIAS	3

161	ECUAJUGOS SA	PICHINCHA	QUITO	22232400	INDUSTRIAS	3
162	MASGAS S.A.	PICHINCHA	QUITO	2508587	COMERCIO	6
163	AGRICOLA Y GANADERA REYSAHIWAL AGR S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2208680	AGRICULTURA	1
164	EMPRESA ELECTRICA DEL ECUADOR INC	GUAYAS	GUAYAQUIL	248000	ELECTRICIDAD	4
165	CORPORACION INTERNACIONAL PALACIOS CIPAL S.A.	EL ORO	EL GUABO	962800	AGRICULTURA	1
166	COMPANIA DE ELABORADOS DE CAFE ELCAFE C.A.	MANABI	MONTECRIST	2606210	INDUSTRIAS	3
167	OPERADORA Y PROCESADORA DE PRODUCTOS MARINOS OMARSA SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2220100	INDUSTRIAS	3
168	ENVASES DEL LITORAL SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2101400	INDUSTRIAS	3
169	URAZUL S.A.	PICHINCHA	QUITO	2977600	CONSTRUCCION	5
170	H.O.V. HOTELERA QUITO SA	PICHINCHA	QUITO	2567600	COMERCIO	6
171	LA INTERNACIONAL SA	PICHINCHA	QUITO	663805	INDUSTRIAS	3
172	ICESA-ORVE S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	261000	COMERCIO	6
173	AGIP ECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	2232603	SERVICIOS A EMPRESAS	8
174	PICA PLASTICOS INDUSTRIALES CA	GUAYAS	GUAYAQUIL	327950	INDUSTRIAS	3
175	PROMARISCO SA	GUAYAS	ELOY ALFARC	801910	INDUSTRIAS	3
176	INDUSTRIAL PESQUERA SANTA PRISCILA S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	256157	AGRICULTURA	1
177	COMBUSTIBLES INDUSTRIALES OILTRADER S.A.	PICHINCHA	QUITO	2976600	COMERCIO	6
178	VEPAMIL S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2201226	COMERCIO	6
179	FERRERO DEL ECUADOR S.A. INDUSTRIA DE DULCES Y ALIMENTOS	PICHINCHA	TUMBACO	370206	INDUSTRIAS	3
180	TABACALERA ANDINA SA TANASA	PICHINCHA	QUITO	2441000	INDUSTRIAS	3
181	AGLOMERADOS COTOPAXI SOCIEDAD ANONIMA	PICHINCHA	QUITO	2460045	INDUSTRIAS	3
182	KRAFT FOODS ECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	2271233	INDUSTRIAS	3
183	AUTOMOTORES DE LA SIERRA SA	TUNGURAHUA	AMBATO	2840090	COMERCIO	6
184	AMAZONASHOT (HOTELERIA, ORGANIZACIONES Y TURISMO) S.A.	PICHINCHA	QUITO	2972101	COMERCIO	6
185	AGRICOLA GANADERA REYNELORE S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2208670	AGRICULTURA	1
186	ARTEFACTOS ECUATORIANOS PARA EL HOGAR S.A. ARTEFACTA	PICHINCHA	QUITO	2248394	COMERCIO	6
187	COMPANIA ANONIMA ECUATORIANA DE CERAMICA	AZUAY	CUENCA	2836171	INDUSTRIAS	3
188	PROAUTO C.A.	PICHINCHA	QUITO	2262110	COMERCIO	6
189	IMPSATEL DEL ECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	2264101	TRANSPORTE	7
190	MAQUINARIAS Y VEHICULOS S.A. MAVESA	GUAYAS	GUAYAQUIL	272600	COMERCIO	6
191	BAKER HUGHES SERVICES INTERNATIONAL INC	PICHINCHA	QUITO	2493401	MINAS Y CANTERAS	2
192	THE TESALIA SPRINGS COMPANY S.A.	PICHINCHA	QUITO	2655714	INDUSTRIAS	3
193	SUPERDEPORTE CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2483914	COMERCIO	6
194	PINTURAS CONDOR SA	PICHINCHA	QUITO	2671115	INDUSTRIAS	3
195	EMPRESA ELECTRICA MILAGRO CA	GUAYAS	MILAGRO	970532	ELECTRICIDAD	4
196	EMPRESA DE TELEVISION SATELCOM SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2611050	SERVICIOS PERSONALES	9
197	BOPP DEL ECUADOR CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2478610	INDUSTRIAS	3
198	ECUATORIANA DE GRANOS SA ECUAGRAN	PICHINCHA	QUITO	2465597	INDUSTRIAS	3
199	CONDUTO ECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	477303	CONSTRUCCION	5
200	COMPANIA DE VIVIENDA PROVINCIAL COVIPROV S.A.	PICHINCHA	QUITO	2228990	SERVICIOS A EMPRESAS	8
201	INT FOOD SERVICES CORP	PICHINCHA	QUITO	2227924	COMERCIO	6
202	LA GANGA R.C.A. C LTDA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2325810	COMERCIO	6
203	AUTOMOTORES LATINOAMERICANOS SA AUTOLASA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2282170	COMERCIO	6
204	AGA S.A.	PICHINCHA	QUITO	2673011	ELECTRICIDAD	4

205	URBANIZADORA NACIONES UNIDAS SA	PICHINCHA	QUITO	2464526	SERVICIOS A EMPRESAS	8
206	TEVECABLE S. A.	PICHINCHA	QUITO	2440825	SERVICIOS PERSONALES	9
207	ECUACOBRE F.V .SA	PICHINCHA	SANGOLQUI	2332233	INDUSTRIAS	3
208	PRODUCTOS METALURGICOS SA PROMESA	GUAYAS	GUAYAQUIL	255333	COMERCIO	6
209	IMBAUTO S.A	IMBABURA	IBARRA	2605100	COMERCIO	6
210	MOTRANSA CA	GUAYAS	GUAYAQUIL	248666	COMERCIO	6
211	ENCHAPES DECORATIVOS SA ENDESA	PICHINCHA	QUITO	2676700	AGRICULTURA	1
212	HORMIGONES ROCAFUERTE (HORMIFORT) S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	871900	INDUSTRIAS	3
213	OCEANBAT S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2201226	TRANSPORTE	7
214	ECUATORIANA DE SAL Y PRODUCTOS QUIMICOS CA (ECUASAL)	GUAYAS	GUAYAQUIL	325666	INDUSTRIAS	3
215	INDUSTRIAS LACTEAS TONI SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	250711	INDUSTRIAS	3
216	FISA FUNDICIONES INDUSTRIALES SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	326768	INDUSTRIAS	3
217	CONSTRUCTORA ANDRADE GUTIERREZ SA	PICHINCHA	QUITO	2464441	CONSTRUCCION	5
218	PLASTICOS DEL LITORAL SA PLASTLIT	GUAYAS	GUAYAQUIL	100600	INDUSTRIAS	3
219	PALMERAS DE LOS ANDES SA	PICHINCHA	QUITO	2459036	AGRICULTURA	1
220	SALUDSA SISTEMA DE MEDICINA PRE-PAGADA DEL ECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	2465740	SERVICIOS PERSONALES	9
221	NAVIPAC SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	296592	TRANSPORTE	7
222	ECUANVESTOR S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2871900	INDUSTRIAS	3
223	ROCHE ECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	2464934	COMERCIO	6
224	BRENNTAG ECUADOR S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2110500	COMERCIO	6
225	INDUSTRIAL PESQUERA IBEROAMERICANA S.A. IBEROPESCA	MANABI	MANTA	621157	AGRICULTURA	1
226	PETROLEOS DE LOS RIOS PETROLRIOS C.A.	PICHINCHA	NGO DE LOS	2751566	COMERCIO	6
227	TECPECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	254323	MINAS Y CANTERAS	2
228	SEAFMAN SOCIEDAD ECUATORIANA DE ALIMENTOS Y FRIGORIFICOS MANTA CA	MANABI	MANTA	622370	INDUSTRIAS	3
229	ALMACENES JAPON ALJAPON S.A.	PICHINCHA	QUITO	2800523	COMERCIO	6
230	CITY ORIENTE LIMITED	PICHINCHA	QUITO	269154	MINAS Y CANTERAS	2
231	CONSORCIO SANTOSMI S.A.	PICHINCHA	QUITO	2503628	CONSTRUCCION	5
232	BRIGHTSTAR ECUADOR CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2483830	COMERCIO	6
233	CORPORACION MARESA HOLDING S.A.	PICHINCHA	QUITO	2396178	SERVICIOS A EMPRESAS	8
234	SIGMAPLAST S.A.	PICHINCHA	QUITO	2471114	INDUSTRIAS	3
235	AYMESA S.A.	PICHINCHA	QUITO	2673166	INDUSTRIAS	3
236	COMPANIA TELEVISION DEL PACIFICO TELEDOS SA	PICHINCHA	QUITO	2262222	SERVICIOS PERSONALES	9
237	PYCCA S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	327950	COMERCIO	6
238	VALLEJO ARAUJO S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	200333	COMERCIO	6
239	FERTILIZANTES DEL PACIFICO FERPAFIC S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2442055	COMERCIO	6
240	INMOBILIARIA BRAQUIL SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	322555	SERVICIOS A EMPRESAS	8
241	KLM CIA REAL HOLANDESA DE AVIACION SA	PICHINCHA	QUITO	986828	TRANSPORTE	7
242	NORTHTOP, CORPORACION NORTE S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2111033	INDUSTRIAS	3
243	PRODUCTOS AVON (ECUADOR) S.A.	PICHINCHA	QUITO	2979800	COMERCIO	6
244	EL ROSARIO ERSA SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	22441000	AGRICULTURA	1
245	HIDROPASTAZA S.A.	TUNGURAHUA	AMBATO	2421187	CONSTRUCCION	5
246	BAYER S.A.	PICHINCHA	QUITO	2567581	INDUSTRIAS	3
247	QUITO MOTORS SA COMERCIAL E INDUSTRIAL	PICHINCHA	QUITO	2561726	COMERCIO	6

248	EMELSUCUMBIOS EMPRESA ELECTRICA REGIONAL SUCUMBIOS S.A.	SUCUMBIOS	NUEVA LOJA	2830220	ELECTRICIDAD	4
249	EXPOCARGA S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	690199	COMERCIO	6
250	ETICFARM S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2446520	COMERCIO	6
251	AEROLANE LINEAS AEREAS NACIONALES DEL ECUADOR S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2324360	TRANSPORTE	7
252	COMPANIA ALLEGRO ECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	2483914	SERVICIOS A EMPRESAS	8
253	ERICSSON DE ECUADOR C.A.	PICHINCHA	QUITO	2457077	TRANSPORTE	7
254	MARBELIZE S.A.	MANABI	JARAMIJO	921283	AGRICULTURA	1
255	EMPRESA ELECTRICA LOS RIOS CA	LOS RIOS	BABAHOYO	735233	ELECTRICIDAD	4
256	AUTEC S.A.	PICHINCHA	QUITO	2807830	COMERCIO	6
257	CASA COMERCIAL TOSI CA	GUAYAS	GUAYAQUIL	325594	COMERCIO	6
258	CAYMAN INTERNATIONAL EXPLORATION COMPANY S.A.	PICHINCHA	QUITO	2244491	MINAS Y CANTERAS	2
259	DIPAC MANTA C LTDA	MANABI	MANTA	620839	INDUSTRIAS	3
260	EUROFISH S.A.	MANABI	MANTA	920316	AGRICULTURA	1
261	TECNICA Y COMERCIO DE LA PESCA C.A. TECOPESCA	MANABI	MANTA	629800	AGRICULTURA	1
262	MIRASOL SA	AZUAY	CUENCA	2835699	COMERCIO	6
263	MERCANTIL DISMAYOR SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2275145	COMERCIO	6
264	CONCESIONARIA NORTE CONORTE S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2390782	CONSTRUCCION	5
265	LABORATORIOS INDUSTRIALES FARMACEUTICOS ECUATORIANOS LIFE	PICHINCHA	QUITO	2263805	INDUSTRIAS	3
266	FEBRES CORDERO COMPANIA DE COMERCIO SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2561700	COMERCIO	6
267	INVERSION Y DESARROLLO - INVEDE S.A.	PICHINCHA	QUITO	2980300	CONSTRUCCION	5
268	PETROBELL INC.	PICHINCHA	QUITO	2439330	MINAS Y CANTERAS	2
269	INAMAZONAS, INMOBILIARIA AMAZONAS S.A.	PICHINCHA	QUITO	2972101	SERVICIOS A EMPRESAS	8
270	CONJUNTO CLINICO NACIONAL CONCLINA CA	PICHINCHA	QUITO	2269030	SERVICIOS PERSONALES	9
271	ELECTROCABLES SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2100800	INDUSTRIAS	3
272	HILSEA INVESTMENTS LIMITED	PICHINCHA	QUITO	2387330	AGRICULTURA	1
273	GLAXOSMITHKLINE ECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	2262084	COMERCIO	6
274	TRANSPORTES MARITIMOS BOLIVARIANOS SA TRANSMABO	GUAYAS	GUAYAQUIL	2489197	TRANSPORTE	7
275	IBM DEL ECUADOR C.A.	PICHINCHA	QUITO	2565100	COMERCIO	6
276	COMERCIAL KYWI SA	PICHINCHA	QUITO	2501713	COMERCIO	6
277	AGRICOLA CHIMBORAZO CHIMSA SA	CANAR	LA TRONCAL	2420150	AGRICULTURA	1
278	AUTOLANDIA SA	PICHINCHA	QUITO	3202040	COMERCIO	6
279	TRIAIRI S.A.	GUAYAS	ELOY ALFARO	2800500	INDUSTRIAS	3
280	INMOBILIARIA RIVAD SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	322555	SERVICIOS A EMPRESAS	8
281	COMBUSTIBLES DEL ECUADOR S.A. COMDECSA	PICHINCHA	QUITO	2986872	COMERCIO	6
282	EMPRESA DURINI INDUSTRIA DE MADERA CA EDIMCA	PICHINCHA	QUITO	2465004	COMERCIO	6
283	ECUA AUTO SA ECAUSA	PICHINCHA	QUITO	2473440	COMERCIO	6
284	MOLINOS DEL ECUADOR C. A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2445988	SERVICIOS A EMPRESAS	8
285	JOHNSON & JOHNSON DEL ECUADOR SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	630692	COMERCIO	6
286	SIEMENS SA	PICHINCHA	QUITO	2943900	TRANSPORTE	7
287	NOVARTIS ECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	2227575	COMERCIO	6
288	IBERIA LINEAS AEREAS DE ESPANA SA	PICHINCHA	QUITO	2508319	TRANSPORTE	7
289	M-I OVERSEAS LIMITED	PICHINCHA	QUITO	255104	COMERCIO	6
290	GONDI S.A.	MANABI	MANTA	922554	INDUSTRIAS	3
291	PALMERAS DEL ECUADOR SA	PICHINCHA	QUITO	2459036	AGRICULTURA	1
292	ECUATORIANA DE MOTORES MOTOREC C.L.	TUNGURAHUA	AMBATO	2844700	COMERCIO	6

293	DYGOIL CONSULTORIA Y SERVICIOS PETROLEROS C.L.	PICHINCHA	QUITO	248261	SERVICIOS A EMPRESAS	8
294	INVERSIONES INDUSTRIALES Y CARTERA S.A. INICASA	PICHINCHA	QUITO	2433370	SERVICIOS A EMPRESAS	8
295	FOPECA S.A.	AZUAY	CUENCA	2810758	CONSTRUCCION	5
296	GRAFICOS NACIONALES SA GRANASA	GUAYAS	GUAYAQUIL	201111	INDUSTRIAS	3
297	BANAFRESH S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2687778	AGRICULTURA	1
298	TEJIDOS PINTEX SA	PICHINCHA	QUITO	2448333	INDUSTRIAS	3
299	LETERAGO DEL ECUADOR S.A	GUAYAS	GUAYAQUIL	2281102	COMERCIO	6
300	DUKE ENERGY INTERNATIONAL DEL ECUADOR CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2562680	SERVICIOS A EMPRESAS	8
301	INMOBILIARIA GOREN SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	322555	SERVICIOS A EMPRESAS	8
302	LAS FRAGANCIAS CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	2835853	COMERCIO	6
303	EMPACADORA ECUATORIANO DANESA ECUADASA SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	285500	INDUSTRIAS	3
304	BOSQUES TROPICALES S.A. BOTROSA	PICHINCHA	QUITO	2676700	AGRICULTURA	1
305	AGREGADOS ROCAFUERTE (AGREFORT) S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	870274	MINAS Y CANTERAS	2
306	DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS JUAN CARLOS CRESPO CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	2806333	COMERCIO	6
307	COMPANIA AGRICOLA LA JULIA S. A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2442055	AGRICULTURA	1
308	AGRICOLA AGROGUAYAS S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2870280	AGRICULTURA	1
309	CIA DE ECONOMIA MIXTA SERVICIOS AEROPORTUARIOS DEL ECUADOR EMSAAIRPORT	PICHINCHA	QUITO	2263787	TRANSPORTE	7
310	ABBOTT LABORATORIOS DEL ECUADOR CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2569971	INDUSTRIAS	3
311	SOCIEDAD INTERNACIONAL PETROLERA S.A.	PICHINCHA	QUITO	2223384	MINAS Y CANTERAS	2
312	COMPANIA VERDU SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	870410	SERVICIOS A EMPRESAS	8
313	AQUAMAR SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	455200	AGRICULTURA	1
314	CORPORACION AGRICOLA SAN JUAN C.A CASJUCA	GUAYAS	GUAYAQUIL	110312	AGRICULTURA	1
315	INMOBILIARIA NUEVO MUNDO INMOMUNDO S.A.	PICHINCHA	QUITO	2464526	SERVICIOS A EMPRESAS	8
316	CORPORACION ECUATORIANA DE ALUMINIO SA CEDAL	COTOPAXI	LATACUNGA	2812610	INDUSTRIAS	3
317	ANGLO AUTOMOTRIZ SOCIEDAD ANONIMA (ANAUTO)	GUAYAS	GUAYAQUIL	281119	COMERCIO	6
318	INDUAUTO SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2202600	COMERCIO	6
319	SNACKS AMERICA LATINA ECUADOR CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2485099	INDUSTRIAS	3
320	HARBERT INTERNATIONAL ESTABLISHMENT S.A	PICHINCHA	QUITO	2461042	CONSTRUCCION	5
321	IMPORTADORA CREDITOS QUEZADA C LTDA	EL ORO	MACHALA	933647	COMERCIO	6
322	PRODUCTOS QUIMICOS Y ANEXOS PROQUIMSA SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2893220	COMERCIO	6
323	CORPORACION ECUATORIANA DE TELEVISION SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2562444	SERVICIOS PERSONALES	9
324	METRO CELULAR METROCEL S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2321717	COMERCIO	6
325	FUNDICIONES NACIONALES FUNASA SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	480815	INDUSTRIAS	3
326	CEPSA S.A.	PICHINCHA	QUITO	2562262	COMERCIO	6
327	DISTRIBUIDORA FARMACEUTICA ROMERO DIFROMER S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	233778	COMERCIO	6
328	INGSA INGENIO LA TRONCAL S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL		INDUSTRIAS	3
329	TRANSPORTADORA ECUATORIANA DE VALORES TEVCOL S.A.	PICHINCHA	QUITO	2293440	TRANSPORTE	7
330	LA PORTUGUESA SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	441400	AGRICULTURA	1
331	LABORATORIOS FABELL S.A. (FABELL)	GUAYAS	GUAYAQUIL	2893000	INDUSTRIAS	3

332	ZAIMELLA DEL ECUADOR SOCIEDAD ANONIMA	PICHINCHA	QUITO	2470669	INDUSTRIAS	3
333	CONCESIONARIA DEL GUAYAS CONCEGUA S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2390778	CONSTRUCCION	5
334	INDUSTRIAL BANANERA ALAMOS SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	442055	AGRICULTURA	1
335	ELASTO SA	PICHINCHA	QUITO	2470332	INDUSTRIAS	3
336	ECUATORIANA DE REFRESCOS S.A. ECUREFSA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2111033	INDUSTRIAS	3
337	B.J. SERVICES COMPANY S.A.	PICHINCHA	QUITO	2448605	SERVICIOS A EMPRESAS	8
338	NORLOP THOMPSON ASOCIADOS S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	451811	SERVICIOS A EMPRESAS	8
339	LA LLAVE SOCIEDAD ANONIMA DE COMERCIO	GUAYAS	GUAYAQUIL	682900	COMERCIO	6
340	BAKER HUGHES INTERNATIONAL BRANCHES INC	PICHINCHA	QUITO	271881	COMERCIO	6
341	EMPRESA ELECTRICA DE BOLIVAR SA	BOLIVAR	GUARANDA	2980225	ELECTRICIDAD	4
342	ECUATORIANA DE ARTEFACTOS SA ECASA	PICHINCHA	QUITO	2671340	INDUSTRIAS	3
343	COMPANIA FERREMUNDO S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2291714	COMERCIO	6
344	TROPIFRUTAS S.A	GUAYAS	GUAYAQUIL	2255300	INDUSTRIAS	3
345	CHAIDE Y CHAIDE SA	PICHINCHA	QUITO	2675753	INDUSTRIAS	3
346	TIOSA S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2100433	INDUSTRIAS	3
347	EMPRESAS PINTO S.A.	IMBABURA	OTAVALO	2920345	INDUSTRIAS	3
348	ATUNERA DE MANTA S.A. ATUMSA	MANABI	MANTA	621120	AGRICULTURA	1
349	PETROLEOS SUD AMERICANOS DEL ECUADOR PETROLAMEREC S.A.	PICHINCHA	QUITO	2252385	MINAS Y CANTERAS	2
350	DEVIES CORP S.A.	GUAYAS	MILAGRO	2973166	COMERCIO	6
351	AJECUADOR S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	9421320	COMERCIO	6
352	XEROX DEL ECUADOR SA	PICHINCHA	QUITO	2439955	COMERCIO	6
353	AGRICOLA BANANERA CLEMENTINA SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	442055	AGRICULTURA	1
354	ARCGOLD DEL ECUADOR S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2888812	SERVICIOS A EMPRESAS	8
355	DISTRIBUIDORA DISPACIF SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2440777	COMERCIO	6
356	RECORDMOTOR SA	PICHINCHA	QUITO	2414506	COMERCIO	6
357	NATURISA S. A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2450848	AGRICULTURA	1
358	IMPOCOMJAHER CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	2887092	COMERCIO	6
359	DELLTEX INDUSTRIAL SA	PICHINCHA	QUITO	2438864	INDUSTRIAS	3
360	CARGOLUX AIRLINES INTERNATIONAL S.A.	PICHINCHA	QUITO	2904563	TRANSPORTE	7
361	ENKADOR SA	PICHINCHA	SANGOLQUI	2870813	INDUSTRIAS	3
362	MOLINOS CHAMPION SA MOCHASA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2446500	INDUSTRIAS	3
363	ECUACOLOR LABORATORIO FOTOGRAFICO S. A.	PICHINCHA	QUITO	265520	SERVICIOS PERSONALES	9
364	ECUAESTIBAS S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	517360	TRANSPORTE	7
365	OBSA ORO BANANA S.A.	EL ORO	MACHALA	930977	COMERCIO	6
366	ELECTROLUX C.A.	PICHINCHA	QUITO	2474775	COMERCIO	6
367	PETRRORIVA S.A.	PICHINCHA	QUITO	222416	MINAS Y CANTERAS	2
368	SALINOPOLIS S. A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2688000	SERVICIOS A EMPRESAS	8
369	EXBANECUA S.A. EXPORTADORES BANANEROS ECUATORIANOS	GUAYAS	ELOY ALFARO	2861974	AGRICULTURA	1
370	MANUFACTURAS DE CARTON SA MACARSA	GUAYAS	GUAYAQUIL	482745	INDUSTRIAS	3
371	ARROW AIR INC.	PICHINCHA	QUITO	2272249	TRANSPORTE	7
372	GRUPASA GRUPO PAPELERO SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2101780	INDUSTRIAS	3
373	GRUPO FUTURO GRUFUSA S.A.	PICHINCHA	QUITO	2988290	SERVICIOS A EMPRESAS	8
374	BASF ECUATORIANA SA	PICHINCHA	QUITO	2541100	COMERCIO	6
375	HALLIBURTON LATIN AMERICA S.A.	PICHINCHA	QUITO	2262586	SERVICIOS A EMPRESAS	8
376	TECNOMEGA C.A.	PICHINCHA	QUITO	2228218	COMERCIO	6
377	PRODUCARGO S.A. PRODUCTORA DE ALCOHOLES	GUAYAS	GUAYAQUIL	651258	INDUSTRIAS	3
378	EUCALYPTUS PACIFICO S.A EUCAPACIFIC	PICHINCHA	QUITO	2462094	AGRICULTURA	1

379	PYDACO PRODUCTORES Y DISTRIBUIDORES COMERCIALES C LTDA	PICHINCHA	QUITO	2411415	COMERCIO	6
380	ASIAUTO S.A	PICHINCHA	QUITO	2550125	COMERCIO	6
381	INMOBILIARIA MAZAL SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	322555	SERVICIOS A EMPRESAS	8
382	EICA, EMILIO ISAIAS COMPANIA ANONIMA DE COMERCIO	GUAYAS	GUAYAQUIL	2251200	COMERCIO	6
383	TEXTILES NACIONALES SA TENASA	PICHINCHA	QUITO	2472000	INDUSTRIAS	3
384	INMOBILIARIA INVESTA SA	PICHINCHA	QUITO	2483914	SERVICIOS A EMPRESAS	8
385	CONCERROAZUL S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2874048	CONSTRUCCION	5
386	TORRESOL S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2691888	SERVICIOS A EMPRESAS	8
387	CHANGQING PETROLEUM EXPLORATION BUREAU (CPEB)	PICHINCHA	QUITO	2440890	MINAS Y CANTERAS	2
388	CENTRO DE RADIO Y TELEVISION CRATEL C.A.	PICHINCHA	QUITO	2430350	SERVICIOS PERSONALES	9
389	QUICORNAC S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2681980	COMERCIO	6
390	SERVAMAIN S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	277515	AGRICULTURA	1
391	PARMALAT DEL ECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	2277045	SERVICIOS A EMPRESAS	8
392	ORIENTAL INDUSTRIA ALIMENTICIA "O.I.A." CIA. LTDA.	LOS RIOS	QUEVEDO	750511	COMERCIO	6
393	TELEVISION Y VENTAS TELEVENT S.A.	PICHINCHA	QUITO	2448850	COMERCIO	6
394	LECHE COTOPAXI LECOCEM COMPANIA DE ECONOMIA MIXTA	COTOPAXI	LASSO	719012	INDUSTRIAS	3
395	BOEHRINGER INGELHEIM DEL ECUADOR CIA LTDA	PICHINCHA	QUITO	2264308	COMERCIO	6
396	ISRARIEGO C LTDA	PICHINCHA	QUITO	2464516	AGRICULTURA	1
397	SUMESA S. A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2101100	INDUSTRIAS	3
398	SOCIEDAD NACIONAL DE GALAPAGOS CA	GUAYAS	GUAYAQUIL	483661	INDUSTRIAS	3
399	EMPRESA ELECTRICA AZOGUES C.A.	CANAR	AZOGUES	2240377	ELECTRICIDAD	4
400	ROEMMERS S.A.	PICHINCHA	QUITO	2552940	INDUSTRIAS	3
401	LEVAPAN DEL ECUADOR SA	PICHINCHA	QUITO	2677010	INDUSTRIAS	3
402	UNIORO SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	490000	SERVICIOS A EMPRESAS	8
403	HOTEL ORO VERDE S.A. HOTVER	GUAYAS	GUAYAQUIL	522530	COMERCIO	6
404	MERCK SHARP DOHME (INTER AMERICAN) CORPORATION	PICHINCHA	EL TINGO	861691	INDUSTRIAS	3
405	J.P. CONSTRUCCIONES CA	GUAYAS	GUAYAQUIL	873720	CONSTRUCCION	5
406	JABONERIA WILSON SA	PICHINCHA	QUITO	2449512	INDUSTRIAS	3
407	MERCANTIL GARZOZI & GARBU S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	893000	INDUSTRIAS	3
408	INGASEOSAS INDUSTRIA DE GASEOSAS SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2691660	SERVICIOS A EMPRESAS	8
409	UNION TEXTIL UNITEX C.A.	PICHINCHA	QUITO	2252517	INDUSTRIAS	3
410	CENTROS COMERCIALES DEL ECUADOR CA	PICHINCHA	QUITO	2264788	SERVICIOS A EMPRESAS	8
411	FARMACIAS DEL NORTE INTERNACIONAL CRUZ AZUL S.A. FARNORIZ	GUAYAS	GUAYAQUIL	2289500	INDUSTRIAS	3
412	MILANTOP S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2899380	INDUSTRIAS	3
413	AUTOMOTORES ANDINA SA	PICHINCHA	QUITO	2241222	COMERCIO	6
414	AVICOLA VITALOA S.A. AVITALSA	PICHINCHA	TUMBACO	2370770	AGRICULTURA	1
415	PROVEFRUT PROCESADORA DE VEGETALES Y FRUTAS TROPICALES S.A.	PICHINCHA	QUITO	2465083	INDUSTRIAS	3
416	HYUNMOTOR S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	808848	COMERCIO	6
417	PAPELESA CIA LTDA	GUAYAS	GUAYAQUIL	262780	COMERCIO	6
418	CONSTRUCCIONES Y SERVICIOS DE MINERIA CONSERMIN S.A.	PICHINCHA	QUITO	257162	CONSTRUCCION	5
419	COMPANIA NACIONAL DE GAS CONGAS CA	PICHINCHA	QUITO	2673445	ELECTRICIDAD	4
420	PINTURAS UNIDAS S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	893128	INDUSTRIAS	3
421	PLASTICOS ECUATORIANOS S.A	GUAYAS	GUAYAQUIL	250370	INDUSTRIAS	3
422	OPERVASA S.A.	GUAYAS	MILAGRO	2712032	COMERCIO	6

423	ELECTRONICA SIGLO XXI ELECTROSIGLO S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2328999	COMERCIO	6
424	LABORATORIOS BAGO DEL ECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	2542064	COMERCIO	6
425	LANAFIT SA	PICHINCHA	QUITO	2268696	INDUSTRIAS	3
426	PETROMANABI S.A.	PICHINCHA	QUITO	2244441	MINAS Y CANTERAS	2
427	MARTINAIR HOLLAND N.V.	PICHINCHA	QUITO	3303349	TRANSPORTE	7
428	CONDUIT DEL ECUADOR SA	PICHINCHA	QUITO	2691131	INDUSTRIAS	3
429	CNPC INTERNATIONAL (AMAZON) LTD.	PICHINCHA	QUITO	2250635	MINAS Y CANTERAS	2
430	COMERCIAL ETATEX C.L.	PICHINCHA	QUITO	2483090	COMERCIO	6
431	ECONOFARM S.A.	PICHINCHA	QUITO	2233705	COMERCIO	6
432	PHYEC PHYLLIS PETROLEUM ECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	2440887	MINAS Y CANTERAS	2
433	INMOBILIARIA NELBACOR S.A.	GUAYAS	SALINAS	2206154	SERVICIOS A EMPRESAS	8
434	GALAPESCA S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2115007	INDUSTRIAS	3
435	EMBOTELLADORA AZUAYA SA EASA	AZUAY	CUENCA	2862888	COMERCIO	6
436	BANANAPUERTO PUERTO BANANERO S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	204850	TRANSPORTE	7
437	REPRESENTACIONES ORTIZ CEVALLOS S.A.	IMBABURA	IBARRA	06645255	COMERCIO	6
438	AEROVIAS NACIONALES DE COLOMBIA CA AVIANCA	PICHINCHA	QUITO	262726	TRANSPORTE	7
439	MC CANN ERICKSON ECUADOR PUBLICIDAD SA	PICHINCHA	QUITO	2468401	SERVICIOS A EMPRESAS	8
440	PUERTO TRINITARIA TRINI PUERTO S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2601952	TRANSPORTE	7
441	DISCARNA S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2369852	COMERCIO	6
442	MAGNETOCORP S.A.	GUAYAS	SALINAS	42771533	COMERCIO	6
443	LATINOAMERICANA DE VEHICULOS CA LAVCA	PICHINCHA	QUITO	255744	COMERCIO	6
444	ENACA SEAFOOD S.A.	PICHINCHA	QUITO	2263651	AGRICULTURA	1
445	COTECNA INSPECTION S.A.	PICHINCHA	QUITO	463101	SERVICIOS A EMPRESAS	8
446	PANALPINA ECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	2413999	TRANSPORTE	7
447	I.A.E. INDUSTRIA AGRICOLA EXPORTADORA INAXPO C.A.	PICHINCHA	QUITO	2263651	INDUSTRIAS	3
448	CORPORACION DISTRIBUIDORA DE ALIMENTOS S.A. CORDIALSA	PICHINCHA	QUITO	2474900	COMERCIO	6
449	COMPANIA PANAMENA DE AVIACION S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	303000	TRANSPORTE	7
450	NOVOPAN DEL ECUADOR SA	PICHINCHA	QUITO	678756	INDUSTRIAS	3
451	SERVICIOS CYBERCELL S.A.	PICHINCHA	QUITO	2551388	COMERCIO	6
452	INPROEL S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	245600	COMERCIO	6
453	PINTURAS ECUATORIANAS SA PINTEC	GUAYAS	GUAYAQUIL	281700	INDUSTRIAS	3
454	HIDROCOM COMERCIAL HIDROBO C. LTDA.	IMBABURA	IBARRA	06955333	COMERCIO	6
455	LUFTHANSA LINEAS AEREAS ALEMANAS SA	PICHINCHA	QUITO	2466335	TRANSPORTE	7
456	E. MAULME C.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	291600	COMERCIO	6
457	JULPHARMA DEL ECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	2350255	INDUSTRIAS	3
458	ECUASANITAS SA	PICHINCHA	QUITO	2547066	SERVICIOS PERSONALES	9
459	INGESA S.A.	PICHINCHA	QUITO	2582149	INDUSTRIAS	3
460	INGENIERIA ANDINA BROMCO INA-BROMCO CIA LTDA	PICHINCHA	QUITO	2556270	CONSTRUCCION	5
461	TUNLO S.A.	GUAYAS	SANTA ELENA	529941	INDUSTRIAS	3
462	LACTEOS SAN ANTONIO CA	CANAR	CANAR	862127	AGRICULTURA	1
463	MERCK C.A	PICHINCHA	QUITO	981677	INDUSTRIAS	3
464	INMOBILIARIA PLAZA 500 INMOPLAZA S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2296130	SERVICIOS A EMPRESAS	8
465	RIVAS & HERRERA PUBLICIDAD S.A.	PICHINCHA	QUITO	2266003	SERVICIOS A EMPRESAS	8
466	AGRILSA AGRICOLA INDUSTRIAL DEL LITORAL SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	893088	INDUSTRIAS	3
467	PLYCEM-ROOFTEC, PLYTEC S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2893788	INDUSTRIAS	3

468	CORRUGADORA NACIONAL CRANSA S.A.	PICHINCHA	QUITO	2678733	INDUSTRIAS	3
469	INTEROC S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2561500	COMERCIO	6
470	MEDICAMENTA ECUATORIANA SA	PICHINCHA	QUITO	2279925	COMERCIO	6
471	CERAMICA RIALTO SA	AZUAY	CUENCA	2836171	INDUSTRIAS	3
472	POLLO FAVORITO SA POFASA	PICHINCHA	QUITO	2418054	INDUSTRIAS	3
473	ECUAWAGEN S.A.	PICHINCHA	QUITO	2447410	COMERCIO	6
474	SCHERING PLOUGH DEL ECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	2505607	INDUSTRIAS	3
475	B.L. HARBERT INTERNATIONAL L.L.C.	PICHINCHA	QUITO	2462672	CONSTRUCCION	5
476	TELEVISORA NACIONAL COMPANIA ANONIMA TELENACIONAL CA	PICHINCHA	QUITO	2448100	SERVICIOS PERSONALES	9
477	CYEDE CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2507961	COMERCIO	6
478	IVAN BOHMAN C.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2254111	COMERCIO	6
479	CONTINENTAL AIRLINES INC	PICHINCHA	QUITO	2557290	TRANSPORTE	7
480	TUBERIA GALVANIZADA ECUATORIANA S.A.	AZUAY	CUENCA	2862255	INDUSTRIAS	3
481	BIC ECUADOR (ECUABIC) S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	354562	COMERCIO	6
482	POLIGRAFICA C.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	566733	INDUSTRIAS	3
483	MONTERREY AZUCARERA LOJANA CA MALCA	LOJA	AMAYO (LA T)	677153	INDUSTRIAS	3
484	RELAD S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2680222	TRANSPORTE	7
485	DIFARNOVA S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2289500	INDUSTRIAS	3
486	CONSORCIO DEL PICHINCHA S.A. CONDELPI	PICHINCHA	QUITO	2542906	SERVICIOS A EMPRESAS	8
487	PACO COMERCIAL E INDUSTRIAL SA	PICHINCHA	QUITO	2520905	COMERCIO	6
488	CADENA ECUATORIANA DE TELEVISION CA CANAL 10 CETV	GUAYAS	GUAYAQUIL	2293211	SERVICIOS PERSONALES	9
489	CANODROS SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	285711	TRANSPORTE	7
490	PGS ONSHORE INC.	PICHINCHA	QUITO	2269595	SERVICIOS A EMPRESAS	8
491	VIAL FABARA Y ASOCIADOS C LTDA	PICHINCHA	CALDERON	2491544	CONSTRUCCION	5
492	EXTRACTORA Y PROCESADORA DE ACEITES EPACEM SA	PICHINCHA	QUITO	2226287	INDUSTRIAS	3
493	MAMUT ANDINO CA	GUAYAS	GUAYAQUIL	874048	TRANSPORTE	7
494	PREDIMASA PREDIAL DIANA MARIA SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	241353	SERVICIOS A EMPRESAS	8
495	TOYOCOSTA S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2201599	COMERCIO	6
496	LICORES NACIONALES Y EXTRANJEROS LIQUOR'S CIA LTDA	PICHINCHA	QUITO	474039	COMERCIO	6
497	REDA DEL ECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	2268480	SERVICIOS A EMPRESAS	8
498	SOCIEDAD ANONIMA IMPORTADORA ANDINA SAIA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2285217	COMERCIO	6
499	COMPANIA AGRICOLA E INDUSTRIAL ECUAPLANTATION S.A.	GUAYAS	ELOY ALFARO	814446	AGRICULTURA	1
500	INDUSTRIA LICORERA IBEROAMERICANA ILSA S.A.	PICHINCHA	QUITO	674350	INDUSTRIAS	3
501	IMPORTADORA DE RULIMANES HIVIMAR CIA LTDA	GUAYAS	GUAYAQUIL	681100	COMERCIO	6
502	SIEMBRANUEVA S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	204850	COMERCIO	6
503	PLANTACIONES DE Balsa PLANTABAL SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2565770	AGRICULTURA	1
504	MULTICINES S.A.	PICHINCHA	QUITO	2555616	SERVICIOS PERSONALES	9
505	QMAXECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	2245214	MINAS Y CANTERAS	2
506	ASISERVY S.A.	MANABI	JARAMIJO	923152	SERVICIOS A EMPRESAS	8
507	LAMINADOS Y TEXTILES LAMITEX S. A.	AZUAY	CUENCA	2804371	INDUSTRIAS	3
508	INDUSTRIA ECUATORIANA DE CABLES INCABLE S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	110815	INDUSTRIAS	3
509	INMOBILIARIA DEL PACIFICO, IMPACSA S.A.	PICHINCHA	QUITO	655186	CONSTRUCCION	5
510	EMPRESA PESQUERA POLAR SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2441398	INDUSTRIAS	3
511	INDUSTRIAS DEL TABACO ALIMENTOS Y BEBIDAS S.A. ITABSA	PICHINCHA	QUITO	2441000	AGRICULTURA	1
512	FARMACEUTICA ESPINOSA CIA. LTDA	PICHINCHA	QUITO	2202500	COMERCIO	6

513	KERAMIKOS S.A.	AZUAY	CUENCA	2861677	INDUSTRIAS	3
514	INTCOMEX DEL ECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	2223050	SERVICIOS A EMPRESAS	8
515	BAKER RTC (DELAWARE), INC	PICHINCHA	QUITO	493372	COMERCIO	6
516	FLEXIPLAST S.A.	PICHINCHA	CALDERON	2823902	INDUSTRIAS	3
517	CORPORACION ECUATORIANA DE LICORES Y ALIMENTOS SA CELYASA	AZUAY	CUENCA	2862888	COMERCIO	6
518	AEROMASTER AIRWAYS S.A.	PICHINCHA	QUITO	491597	TRANSPORTE	7
519	EMPAQPLAST S.A.	PICHINCHA	SANGOLQUI	330553	INDUSTRIAS	3
520	PLYWOOD ECUATORIANA SA	PICHINCHA	QUITO	2672250	INDUSTRIAS	3
521	3M ECUADOR CA	GUAYAS	ELOY ALFARO	800777	INDUSTRIAS	3
522	MOLINO SUPERIOR MOSUSA SA	PICHINCHA	QUITO	2469369	INDUSTRIAS	3
523	CORPCYS, CONSORCIO DE CONSTRUCCIONES Y SERVICIOS S.A.	PICHINCHA	QUITO	2460117	SERVICIOS A EMPRESAS	8
524	DELCORP S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2630788	COMERCIO	6
525	AMCOR PET PACKAGING DEL ECUADOR S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2245575	INDUSTRIAS	3
526	ITALPISOS SA	AZUAY	CUENCA	2862111	INDUSTRIAS	3
527	FONTESPAI S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2296300	SERVICIOS A EMPRESAS	8
528	BASESURCORP S.A.	GUAYAS	ELOY ALFARO		COMERCIO	6
529	REFRESHMENT PRODUCT SERVICES ECUADOR (R.P.S.E.) S.A.	PICHINCHA	QUITO	2970438	SERVICIOS A EMPRESAS	8
530	S.J. JERSEY ECUATORIANO C. A.	PICHINCHA	QUITO	2472407	INDUSTRIAS	3
531	CARVAJAL S.A. ECUADOR COMERCIALIZADORA CARVAJALTRADE	PICHINCHA	QUITO	2401857	COMERCIO	6
532	CONGASEOSAS S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2533337	SERVICIOS A EMPRESAS	8
533	MAXIGRAF S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2201110	INDUSTRIAS	3
534	FABRICA JURIS CIA LTDA	PICHINCHA	QUITO	2598921	INDUSTRIAS	3
535	TELECUATRO GUAYAQUIL CA	GUAYAS	GUAYAQUIL	640520	SERVICIOS PERSONALES	9
536	COMPANIA DE PESCA MANTA S.A COPEMA	MANABI	MANTA	621120	AGRICULTURA	1
537	VAN OORD ACZ MARINE CONTRACTORS B.V.	GUAYAS	GUAYAQUIL		CONSTRUCCION	5
538	ECUAPET ECUATORIANA DE PETROLEOS CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2238528	SERVICIOS A EMPRESAS	8
539	PRISMASA S.A.	PICHINCHA	QUITO	2255130	INDUSTRIAS	3
540	ATU ARTICULOS DE ACERO SA	PICHINCHA	QUITO	2546122	INDUSTRIAS	3
541	SOUTHEXP S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2710640	AGRICULTURA	1
542	PONCE YEPES CIA DE COMERCIO S.A.	PICHINCHA	QUITO	2410650	COMERCIO	6
543	SALICA DEL ECUADOR S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2364128	AGRICULTURA	1
544	ALVAREZ BARBA SA	PICHINCHA	QUITO	2408023	COMERCIO	6
545	FALCONFARMS DE ECUADOR S.A.	IMBABURA	COTACACHI	06915797	AGRICULTURA	1
546	PERFOREC PERFORACIONES ECUATORIANAS SA	PICHINCHA	QUITO	2256304	MINAS Y CANTERAS	2
547	COMPANIA NACIONAL DE PLASTICOS CONAPLAS S. A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2482775	INDUSTRIAS	3
548	TRECX CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2530912	COMERCIO	6
549	CERAMICA ANDINA CA	AZUAY	CUENCA	2862222	INDUSTRIAS	3
550	LICORES DE EXPORTACION SA LICORESA	PICHINCHA	QUITO	2505699	INDUSTRIAS	3
551	OFFSETEC SA	PICHINCHA	QUITO	2401857	INDUSTRIAS	3
552	ETERNIT ECUATORIANA SA	PICHINCHA	QUITO	2691361	INDUSTRIAS	3
553	MACOSA S.A	PICHINCHA	QUITO	2564444	COMERCIO	6
554	PETROCEANO S.A.	MANABI	MANTA	922899	COMERCIO	6
555	ECUAVEGETAL SA	LOS RIOS	BABAHOYO	05735046	AGRICULTURA	1
556	INDUSTRIAL INMOBILIARIA TEOTON SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2286963	CONSTRUCCION	5
557	DISTRIBUIDORA DEPORTIVA DIDE S.A.	PICHINCHA	QUITO	2484272	COMERCIO	6
558	TECNISTAMP CEM	PICHINCHA	QUITO	2353776	INDUSTRIAS	3
559	MARZAM CIA. LTDA.	MANABI	MANTA	626445	COMERCIO	6
560	SOLUBLES INSTANTANEOS COMPANIA ANONIMA (S.I.C.A)	GUAYAS	GUAYAQUIL	202220	INDUSTRIAS	3
561	COMPANIA DE CEREALES NACIONALES S.A. (CELNASA)	GUAYAS	GUAYAQUIL	255468	INDUSTRIAS	3

562	PLASTICOS DE EXPORTACION EXPOPLAST C.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	893559	COMERCIO	6
563	PLANTACIONES MALIMA CIA. LTDA.	AZUAY	EL CABO	2203120	AGRICULTURA	1
564	DRILLFOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	2270990	MINAS Y CANTERAS	2
565	DISTRIBUIDORA GEYOCA CA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2110971	COMERCIO	6
566	UNIDAL ECUADOR S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2242950	COMERCIO	6
567	ROADTRACKING ECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	2461444	SERVICIOS A EMPRESAS	8
568	IMPORTADORA ORO AUTO IMOAUTO C. LTDA.	EL ORO	MACHALA	931504	COMERCIO	6
569	PRIDE SOUTH AMERICA LTD.	PICHINCHA	QUITO	2261802	CONSTRUCCION	5
570	INTERPHARM DEL ECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	463061	COMERCIO	6
571	CORPORACION BUSTOS CORBUSTOS S.A.	PICHINCHA	QUITO	2456600	COMERCIO	6
572	INDUSTRIA DE ENLATADOS ALIMENTICIOS CIA LTDA IDEAL	MANABI	MONTECRIST	606377	INDUSTRIAS	3
573	OTEO S.A	GUAYAS	GUAYAQUIL	2252521	COMERCIO	6
574	FIBROACERO S.A.	AZUAY	CUENCA	2806828	INDUSTRIAS	3
575	REPARTOS ALIMENTICIOS REPARTI C LTDA	PICHINCHA	QUITO	2673904	COMERCIO	6
576	TUBOSCOPE VETCO INTERNATIONAL INC	PICHINCHA	QUITO	2243212	SERVICIOS A EMPRESAS	8
577	CODANA S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2564690	INDUSTRIAS	3
578	AMBACAR CIA. LTDA.	TUNGURAHUA	AMBATO	2820320	COMERCIO	6
579	UNITED PARCEL SERVICE, CO.	PICHINCHA	QUITO	561706	TRANSPORTE	7
580	FRUTERA JAMBELI FRUJASA C.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2442055	COMERCIO	6
581	HIDROINSTALACIONES Y SERVICIOS AFINES (HIDROSA) S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	684279	COMERCIO	6
582	PRODUCTOS ALIMENTICIOS Y LICORES PROALCO CIA. LTDA.	GUAYAS	GUAYAQUIL	253709	COMERCIO	6
583	CONSTRUCTORA HIDROBO ESTRADA CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	263763	CONSTRUCCION	5
584	CORPETROLSA S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2277515	TRANSPORTE	7
585	FUROCA SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	871900	INDUSTRIAS	3
586	TECNANDINA SA TENSA	PICHINCHA	QUITO	2351980	INDUSTRIAS	3
587	SINTOFIL C.A.	PICHINCHA	QUITO	458104	INDUSTRIAS	3
588	TERRA SOL CORP S.A.	PICHINCHA	NGO DE LOS	2750173	AGRICULTURA	1
589	INDUSTRIAL Y COMERCIAL TRILEX SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2200500	INDUSTRIAS	3
590	MITSUMOTOR S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2292999	COMERCIO	6
591	SODERAL SOCIEDAD DE DESTILACION DE ALCOHOLES S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	42566572	AGRICULTURA	1
592	FLORYCAMPO S.A.	PICHINCHA	CAYAMBE	2364025	AGRICULTURA	1
593	INGENIO AZUCARERO DEL NORTE COMPANIA DE ECONOMIA MIXTA IANCEM	IMBABURA	IBARRA	06648310	INDUSTRIAS	3
594	TALLERES METALURGICOS 21 TALME SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2110222	INDUSTRIAS	3
595	EQUINOX S.A.	PICHINCHA	QUITO	2255021	COMERCIO	6
596	DILIPA, DISTRIBUIDORA DE LIBROS Y PAPELERIA C.LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2647271	COMERCIO	6
597	AGROINDUSTRIAS DAJAHU S.A.	GUAYAS	ELOY ALFARO	2805807	COMERCIO	6
598	FERRO TORRE SA	PICHINCHA	QUITO	2556970	COMERCIO	6
599	SIDERURGICA ECUATORIANA SA SIDEC	PICHINCHA	QUITO	2595100	INDUSTRIAS	3
600	TETRA PAK CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2232432	COMERCIO	6
601	SEMADE SERVICIOS EMPRESARIALES ADMINISTRATIVOS CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2569633	SERVICIOS A EMPRESAS	8
602	INDUSTRIAS ALIMENTICIAS ECUATORIANAS S.A. INALECSA	GUAYAS	GUAYAQUIL	893355	INDUSTRIAS	3
603	AGRICOLA OFICIAL S.A. (AGROFICIAL)	GUAYAS	(GENERAL V	99427167	AGRICULTURA	1
604	DISTRIBUIDORA DITONI QUITO C LTDA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2250370	COMERCIO	6
605	EQUIPOS Y TRANSPORTES S.A. EQUITRANSA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2870160	SERVICIOS A EMPRESAS	8
606	MARCHELOT SA	GUAYAS	AMBORONDO	2836446	SERVICIOS A EMPRESAS	8

607	SERVICIOS AGRICOLAS SOCIEDAD ANONIMA COMERCIAL SERVAGRO	GUAYAS	GUAYAQUIL	293500	COMERCIO	6
608	PROMOTORA INDUSTRIAL COMERCIAL SA PROCOMFI	PICHINCHA	QUITO	2332233	SERVICIOS A EMPRESAS	8
609	MEDANITO DEL ECUADOR ECUAMEDANITO S.A.	PICHINCHA	QUITO	2923941	SERVICIOS A EMPRESAS	8
610	MOLINO Y PASTIFICIO ECUADOR SA MOPASA	AZUAY	CUENCA	2806400	INDUSTRIAS	3
611	DE MARURI PUBLICIDAD DMP S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2888120	SERVICIOS A EMPRESAS	8
612	AIR FRANCE SUCURSAL EN ECUADOR	PICHINCHA	QUITO	524201	TRANSPORTE	7
613	GUS MANAGEMENT S.A.	PICHINCHA	QUITO	227924	COMERCIO	6
614	PLASTIEMPAQUES S.A.	GUAYAS	ELOY ALFARO	2801600	INDUSTRIAS	3
615	CONFECCIONES RECREATIVAS FIBRAN CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2476841	COMERCIO	6
616	PHARMACIA INTER-AMERICAN CORPORATION	PICHINCHA	QUITO	265313	COMERCIO	6
617	CAMPOSANTOS DEL ECUADOR S.A. CAMPOECUADOR	GUAYAS	GUAYAQUIL	243778	SERVICIOS A EMPRESAS	8
618	CIMENTACIONES GENERALES Y OBRAS PORTUARIAS CIPT SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	680485	CONSTRUCCION	5
619	PAT PRIMO ECUADOR COMERCIALIZADORA S.A.	PICHINCHA	QUITO	2806938	COMERCIO	6
620	SCHERING ECUATORIANA C.A.	PICHINCHA	QUITO	2543930	INDUSTRIAS	3
621	YPF SOCIEDAD ANONIMA	PICHINCHA	QUITO	254323	MINAS Y CANTERAS	2
622	ACERO COMERCIAL ECUATORIANO S.A.	PICHINCHA	QUITO	2524450	COMERCIO	6
623	CARRO SEGURO CARSEG S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2291065	SERVICIOS A EMPRESAS	8
624	IMPORTADORA COMERCIAL EL HIERRO CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	2831211	COMERCIO	6
625	ALMACENES BOYACA S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	681600	COMERCIO	6
626	DEFENCE SYSTEMS ECUADOR DSE CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2981590	SERVICIOS A EMPRESAS	8
627	GELATI S.A.	GUAYAS	ELOY ALFARO	809100	INDUSTRIAS	3
628	LINEAS AEREAS NACIONALES ECUADOR SA LAN-ECUADOR	GUAYAS	GUAYAQUIL	280898	TRANSPORTE	7
629	B.BRAUN-MEDICAL S.A.	PICHINCHA	QUITO	2481200	COMERCIO	6
630	DENMAR SA	PICHINCHA	QUITO	2258199	AGRICULTURA	1
631	NORTEL NETWORKS DEL ECUADOR S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	693210	COMERCIO	6
632	VITROACEROS S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2286555	SERVICIOS PERSONALES	9
633	NELBACOR S.A.	GUAYAS	SALINAS	2206120	CONSTRUCCION	5
634	KLEINTURS Y REPRESENTACIONES C LTDA	PICHINCHA	QUITO	2267000	TRANSPORTE	7
635	MACASA MAQUINAS Y CAMIONES SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	244471	COMERCIO	6
636	SEVILLA Y MARTINEZ INGENIEROS CA SEMAICA	PICHINCHA	QUITO	2520862	CONSTRUCCION	5
637	INDUSTRIA DE ACERO DE LOS ANDES SA	PICHINCHA	QUITO	2503600	INDUSTRIAS	3
638	IMPRESA MARISCAL CIA LTDA	PICHINCHA	QUITO	2449710	INDUSTRIAS	3
639	DHL INTERNACIONAL DEL ECUADOR	PICHINCHA	QUITO	2485300	TRANSPORTE	7
640	COMPANIA AGRICOLA PALACIOS CIAEGPA CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	2862030	AGRICULTURA	1
641	PROLOCEKI S.A.	PICHINCHA	QUITO	2471412	INDUSTRIAS	3
642	PRODUCTOS ROCAFUERTE CA	GUAYAS	GUAYAQUIL	871900	INDUSTRIAS	3
643	MONTEAVENTINO INVESTMENT S.A.	PICHINCHA	QUITO	2472000	SERVICIOS A EMPRESAS	8
644	MARISCOS SAN FRANCISCO MARFRISCO SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	205401	AGRICULTURA	1
645	AUTOS Y SERVICIOS DE LA SIERRA AUTOSIERRA S.A.	TUNGURAHUA	AMBATO	2420446	COMERCIO	6
646	CONTRACHAPADOS DE ESMERALDAS SA CODESA	PICHINCHA	QUITO	2561095	INDUSTRIAS	3
647	NEW YORKER S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	283219	INDUSTRIAS	3
648	JUAN MARCET COMPANIA LIMITADA	GUAYAS	GUAYAQUIL	322990	COMERCIO	6

649	PAYLESS SHOESOURCE ECUADOR CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2544144	COMERCIO	6
650	GENERAL PIPE SERVICE INC	PICHINCHA	QUITO	2541541	CONSTRUCCION	5
651	AGROINDUSTRIA CASTEMAR SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	889743	AGRICULTURA	1
652	CREDITOS Y CONSTRUCCIONES SA CRECOSA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2275400	SERVICIOS A EMPRESAS	8
653	CUBIERTAS DEL ECUADOR KUBIEC S.A.	PICHINCHA	QUITO	2480430	INDUSTRIAS	3
654	AERO CONTINENTE S.A.	PICHINCHA	QUITO	902160	TRANSPORTE	7
655	FARMAGRO S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2254535	COMERCIO	6
656	PARADIS S.A	GUAYAS	GUAYAQUIL	2201226	INDUSTRIAS	3
657	CONTINEX CIA LTDA	COTOPAXI	MULALO	23858119	AGRICULTURA	1
658	REPRESENTACIONES Y VENTAS S.A. REYVENTAS	GUAYAS	GUAYAQUIL	2331035	COMERCIO	6
659	CASA MOELLER MARTINEZ CA	PICHINCHA	QUITO	2401480	COMERCIO	6
660	INTERAMERICANA DE PRODUCTOS QUIMICOS DEL ECUADOR S.A. INTERQUIMEC	PICHINCHA	QUITO	2690988	INDUSTRIAS	3
661	SOCIEDAD AGRICOLA GANADERA HEROCA SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	380411	AGRICULTURA	1
662	ADHEPLAST C.A	AZUAY	CUENCA	2862018	INDUSTRIAS	3
663	PRODUCTOS LACTEOS CUENCA S.A. PROLACEM	AZUAY	CUENCA	862284	INDUSTRIAS	3
664	INVENACA INVERSIONES NACIONALES COMPANIA ANONIMA	GUAYAS	GUAYAQUIL	455005	SERVICIOS A EMPRESAS	8
665	COMPANIA COMERCIALIZADORA CORPMUNAB CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2269475	COMERCIO	6
666	PRODPAC PRODUCTOS DEL PACIFICO SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2565770	COMERCIO	6
667	AGRICOLA EL RIACHUELO S.A. AGRICHUELO	EL ORO	EL GUABO	930335	AGRICULTURA	1
668	SOLIPET SA	PICHINCHA	QUITO	2441889	CONSTRUCCION	5
669	DESTILERIA ZHUMIR C LTDA	AZUAY	CUENCA	2806333	INDUSTRIAS	3
670	WARTSILA ECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	2811215	COMERCIO	6
671	QUALITAT S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	42886380	SERVICIOS A EMPRESAS	8
672	MARDEX MARISCOS DE EXPORTACION C. LTDA.	MANABI	MANTA	620250	AGRICULTURA	1
673	MARRIOTT S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	327888	COMERCIO	6
674	COLINEAL CORPORATION CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	2805122	COMERCIO	6
675	SEGUNDO ELOY CORRALES E HIJOS SECOHI CIA. LTDA.	COTOPAXI	LATACUNGA	811456	COMERCIO	6
676	AGRICOLA SAN FRANCISCO DE YAGUACHI AGRICOLSA SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	295900	SERVICIOS A EMPRESAS	8
677	TELEFONIA Y COMUNICACION CELULAR TECOCEL S.A.	PICHINCHA	QUITO	2445205	COMERCIO	6
678	EXPORTADORA MACHALA CIA LTDA	EL ORO	MACHALA	930300	COMERCIO	6
679	EDITORES NACIONALES SOCIEDAD ANONIMA (ENSA)	GUAYAS	GUAYAQUIL	327200	INDUSTRIAS	3
680	INMOBILIARIA MOTKE S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2322555	SERVICIOS A EMPRESAS	8
681	PALMAR DE LOS ESTEROS EMA S.A. PALESEMA	ESMERALDAS	SAN LORENZO	2780575	AGRICULTURA	1
682	MANHOST S.A.	MANABI	MANTA		COMERCIO	6
683	RESIQUIM S. A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2110846	COMERCIO	6
684	APARTAMENTOS Y HOTELES ECUATORIANOS APARTEC SA	PICHINCHA	QUITO	2562345	COMERCIO	6
685	MOLINOS POULTIER SA	COTOPAXI	LATACUNGA	447770	INDUSTRIAS	3
686	MODERNA ALIMENTOS S.A.	PICHINCHA	QUITO	2232737	INDUSTRIAS	3
687	HILACRIL S.A.	PICHINCHA	TUMBACO	2371414	INDUSTRIAS	3
688	AGENCIA MARITIMA GLOBAL MARGLOBAL SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2453009	TRANSPORTE	7
689	ETICA EMPRESA TURISTICA INTERNACIONAL CA	GUAYAS	GUAYAQUIL	284666	TRANSPORTE	7
690	SIKA ECUATORIANA SA	GUAYAS	ELOY ALFARO	2817900	INDUSTRIAS	3

691	S.G.S. SOCIETE GENERALE DE SURVEILLANCE S.A.	PICHINCHA	QUITO	2252300	SERVICIOS A EMPRESAS	8
692	HYUNDAI DEL ECUADOR HYUNDEC CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2272509	COMERCIO	6
693	COMWARE S.A.	PICHINCHA	QUITO	2266777	SERVICIOS A EMPRESAS	8
694	CONCESIONARIA DHM S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2630250	COMERCIO	6
695	REMATEC S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2874048	SERVICIOS A EMPRESAS	8
696	CONSTRUCTORA DE LOS ANDES COANDES C LTDA	PICHINCHA	QUITO	2464724	CONSTRUCCION	5
697	PRODUCCION AGROINDUSTRIAL, DISTRIBUCION Y SERVICIOS PROADSER CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2560415	SERVICIOS A EMPRESAS	8
698	GILLETTE DEL ECUADOR S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	693070	COMERCIO	6
699	INDUSUR INDUSTRIAL DEL SUR SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2201177	COMERCIO	6
700	OCEANADVENTURES S.A.	PICHINCHA	QUITO	3226549	TRANSPORTE	7
701	INMOBILIARIA GUANGALA SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2236749	SERVICIOS A EMPRESAS	8
702	EQUIPOS Y COMPLEMENTOS EQUIPCOM S.A.	PICHINCHA	QUITO	2485288	COMERCIO	6
703	PANATLANTIC LOGISTICS S.A.	PICHINCHA	QUITO	2413260	TRANSPORTE	7
704	ELABORADOS CARNICOS SA ECARNI	PICHINCHA	QUITO	2453408	INDUSTRIAS	3
705	POLYCHEMICAL S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2110232	INDUSTRIAS	3
706	CABLES ELECTRICOS ECUATORIANOS CABLEC C.A.	PICHINCHA	QUITO	2829750	COMERCIO	6
707	SANTILLANA S.A.	PICHINCHA	QUITO	2446656	COMERCIO	6
708	INCUBADORA ANHALZER CIA LTDA	PICHINCHA	AMAGUANA	2878108	AGRICULTURA	1
709	COMPANIA DE COMERCIO INDUSTRIA Y SERVICIOS PETROLEROS PETROWORLD S.A.	PICHINCHA	QUITO	2248261	COMERCIO	6
710	QUASAR NAUTICA EXPEDITIONS S.A.	PICHINCHA	QUITO	2446996	TRANSPORTE	7
711	CAMPUESA S.A.	PICHINCHA	NGO DE LOS	2759830	SERVICIOS A EMPRESAS	8
712	SOCIEDAD DE TURISMO SODETUR SA	PICHINCHA	QUITO	2261693	TRANSPORTE	7
713	SURAMERICANA DE TELECOMUNICACIONES S.A. (SURATEL)	GUAYAS	GUAYAQUIL	2611050	CONSTRUCCION	5
714	ECOFROZ S.A.	PICHINCHA	MACHACHI	2316293	COMERCIO	6
715	EVEREADY ECUADOR C.A.	PICHINCHA	QUITO	2506370	COMERCIO	6
716	FARMAYALA SA	GUAYAS	ELOY ALFARO	815910	INDUSTRIAS	3
717	EQUIDOR S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	206120	CONSTRUCCION	5
718	INVERCOMSA SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	282532	SERVICIOS A EMPRESAS	8
719	ROSINVAR S.A.	PICHINCHA	QUITO	2256500	AGRICULTURA	1
720	COLONIAL COCOA DEL ECUADOR COCOAECUADOR S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	252179	AGRICULTURA	1
721	BALROSARIO S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2873554	COMERCIO	6
722	CORPORACION EMPRESARIAL S.A. CORPESA	PICHINCHA	QUITO	2432521	SERVICIOS A EMPRESAS	8
723	DISTRIBUIDORA NACIONAL DE AUTOMOTORES S.A. DINA	PICHINCHA	QUITO	923725	COMERCIO	6
724	CORTINAS Y VISILLOS CORTYVIS C LTDA	PICHINCHA	CALDERON	821792	INDUSTRIAS	3
725	WACKENHUT DEL ECUADOR SA	PICHINCHA	QUITO	2945421	SERVICIOS A EMPRESAS	8
726	INDUSTRIAL Y AGRICOLA CANAS CA	GUAYAS	GUAYAQUIL	447448	AGRICULTURA	1
727	PROVEALI C LTDA	GUAYAS	ELOY ALFARO	42811102	COMERCIO	6
728	MOLINO ELECTRO MODERNO SA MEMSA	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	2961175	INDUSTRIAS	3
729	UNIVISA S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2683150	SERVICIOS PERSONALES	9
730	GROPAGRO S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2682076	AGRICULTURA	1
731	DISOR DISTRIBUIDORES DEL ORIENTE CIA. LTDA.	SUCUMBOS	NUEVA LOJA	830482	COMERCIO	6
732	BALMANTA SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2565770	INDUSTRIAS	3
733	LOOR S.A. OBRAS Y PROYECTOS	GUAYAS	GUAYAQUIL	398301	CONSTRUCCION	5
734	PREDUCA SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	852075	SERVICIOS PERSONALES	9
735	ALAMBRES ANDINOS S.A. ALANSA	PICHINCHA	QUITO	2690674	SERVICIOS A EMPRESAS	8
736	AGENCIA DE TRANSPORTES C. LTDA. TRANSAGENT	GUAYAS	GUAYAQUIL	489590	TRANSPORTE	7

737	EXPOFORESTAL INDUSTRIAL S.A.	PICHINCHA	QUITO	2463338	SERVICIOS A EMPRESAS	8
738	COMERCIAL ORGU S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	207078	COMERCIO	6
739	ELECTRO ECUATORIANA SA COMERCIAL E INDUSTRIAL	PICHINCHA	QUITO	2459277	COMERCIO	6
740	GRUPO DRAGADOS S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2630250	CONSTRUCCION	5
741	MEGABANANA S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL		COMERCIO	6
742	ELECTROECUADOR INC.	GUAYAS	GUAYAQUIL	248000	ELECTRICIDAD	4
743	LANDUNI S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	691888	COMERCIO	6
744	LUBRIVAL S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	480980	COMERCIO	6
745	AVESCA AVICOLA ECUATORIANA CA	PICHINCHA	TAMBILLO	2317008	AGRICULTURA	1
746	SWEDTEL ECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	2435603	SERVICIOS A EMPRESAS	8
747	ALIMENTSA DIETAS Y ALIMENTOS S.A	GUAYAS	ELOY ALFARO	2800888	INDUSTRIAS	3
748	BATERIAS LUX SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	200500	INDUSTRIAS	3
749	MAINT CIA LTDA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2311145	SERVICIOS A EMPRESAS	8
750	EXTERNALIZACION DE SERVICIOS S.A. EXSERSA	PICHINCHA	QUITO	2233677	SERVICIOS A EMPRESAS	8
751	COMERCIAL SALVADOR PACHECO MORA S.A.	AZUAY	CUENCA	2842388	COMERCIO	6
752	ELECTRO DIESEL GUAYAQUIL SOCIEDAD ANONIMA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2200500	COMERCIO	6
753	BUREAU VERITAS INSPECTION VALUATION ASSESMENT AND CONTROL BIVAC B.V.	PICHINCHA	QUITO	2921020	SERVICIOS A EMPRESAS	8
754	CAMARONES Y LANGOSTINOS DEL MAR CALADEMAR SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2284010	AGRICULTURA	1
755	ALESPALMA S.A.	ESMERALDAS	SAN LORENZO	2402600	AGRICULTURA	1
756	GRANT GEOPHY SICAL (INT'L) INC.	PICHINCHA	QUITO	2807757	CONSTRUCCION	5
757	LABORATORIOS DR A BJARNER CA	GUAYAS	GUAYAQUIL	413748	INDUSTRIAS	3
758	PYGANFLOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	2508048	AGRICULTURA	1
759	FRIGORIFICO Y LABORATORIO SAN MATEO, FRIGOLAB SAN MATEO CIA. LTDA.	MANABI	MANTA	628701	AGRICULTURA	1
760	DISTRISSEL, DISTRIBUIDORA DE DIESEL S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	343168	COMERCIO	6
761	VIPA VIAS PUERTOS Y AEROPUERTOS SA	MANABI	MANTA	622308	CONSTRUCCION	5
762	MOTORES DEL ECUADOR ECUAMOTORS S.A	PICHINCHA	QUITO	2445391	COMERCIO	6
763	GELEC SA	TUNGURAHUA	PELILEO	2748123	INDUSTRIAS	3
764	SUPERMERCADOS SANTA ISABEL (ECUADOR) SISABEL S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	641008	COMERCIO	6
765	INTEGRACION AVICOLA ORO CIA. LTDA	PICHINCHA	QUITO	2505984	COMERCIO	6
766	ARTES GRAFICAS SENEFELDER CA	GUAYAS	GUAYAQUIL	440077	INDUSTRIAS	3
767	SOCIALFARMA S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2440095	COMERCIO	6
768	GISIS S.A.	GUAYAS	ELOY ALFARO	809491	SERVICIOS A EMPRESAS	8
769	FRENOSEGURO CIA LTDA	GUAYAS	GUAYAQUIL	254500	COMERCIO	6
770	CHOCOLATES FINOS NACIONALES COFINA S.A.	GUAYAS	ELOY ALFARO	2513420	COMERCIO	6
771	BEIERSDORF S.A.	PICHINCHA	QUITO	2473473	COMERCIO	6
772	MONSALVE MORENO C LTDA	AZUAY	CUENCA	2858800	INDUSTRIAS	3
773	MADERAS SECAS CA MASECA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2110695	AGRICULTURA	1
774	BAXTER ECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	540357	COMERCIO	6
775	PROMOTORA HOTEL DANN CARLTON QUITO, PROMODANN CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2249008	COMERCIO	6
776	WESTERN PHARMACEUTICAL S.A.	PICHINCHA	QUITO	2250222	INDUSTRIAS	3
777	MICHELIN DEL ECUADOR CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2563855	COMERCIO	6
778	REPRESENTACIONES CELULARES GUERRERO & RODRIGUEZ CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2439369	COMERCIO	6
779	ESTAR CA	GUAYAS	ELOY ALFARO	801461	COMERCIO	6
780	TECNICA GENERAL DE CONSTRUCCIONES S.A.	PICHINCHA	QUITO	2986225	CONSTRUCCION	5
781	CETIVEHICULOS S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	564186	COMERCIO	6

782	LINEAS AEREAS COSTARRICENSES SA	PICHINCHA	QUITO	2923170	TRANSPORTE	7
783	COMPANIA NAVIERA AGMARESA SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	204850	TRANSPORTE	7
784	AGROPRISMA S.A.	EL ORO	MACHALA	921065	SERVICIOS A EMPRESAS	8
785	EDITORES E IMPRESORES EDIMPRES SA	PICHINCHA	QUITO	2490888	SERVICIOS PERSONALES	9
786	FLORES DEL VALLE FLODELVA CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	2884100	AGRICULTURA	1
787	GRANTMINING S.A.	PICHINCHA	QUITO	2222057	MINAS Y CANTERAS	2
788	TRANSOCEANICA C. LTDA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2324360	TRANSPORTE	7
789	FRUSHI S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	442055	AGRICULTURA	1
790	ESAIN SA	PICHINCHA	QUITO	2504850	ELECTRICIDAD	4
791	MADRIGAL SPORT MASOT CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2483914	COMERCIO	6
792	DEMACO, DISTRIBUIDORA DE EQUIPOS Y MATERIALES DE CONSTRUCCION GOMEZ C LTDA.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2396052	COMERCIO	6
793	AUTOVENTAS WAY W AMADOR Y SA	IMBABURA	IBARRA	645066	COMERCIO	6
794	PFIZER CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2492374	INDUSTRIAS	3
795	CONSTRUCTORA E INMOBILIARIA CONSTRUUECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	2507400	SERVICIOS A EMPRESAS	8
796	ECUANAVE CA	GUAYAS	GUAYAQUIL	293808	TRANSPORTE	7
797	CONAZUL S.A.	PICHINCHA	QUITO	2977600	CONSTRUCCION	5
798	CORPIDE CORPORACION PUBLICITARIA INTEGRAL DELTA C LTDA	PICHINCHA	QUITO	2505535	SERVICIOS A EMPRESAS	8
799	PROGECON S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	295450	CONSTRUCCION	5
800	HEWLETT-PACKARD ECUADOR CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2244474	COMERCIO	6
801	CONSTRUCTORA NACIONAL S.A.	PICHINCHA	QUITO	2501299	CONSTRUCCION	5
802	CONCRETO Y PREFABRICADOS CIA LTDA	GUAYAS	GUAYAQUIL	324612	INDUSTRIAS	3
803	EXPLOCEN C.A.	PICHINCHA	QUITO	2458594	INDUSTRIAS	3
804	FLORES ECUATORIANAS DE CALIDAD S.A. FLORECAL	PICHINCHA	CAYAMBE	2360143	AGRICULTURA	1
805	ALFARICORP S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2881301	AGRICULTURA	1
806	INDUSTRIAL POLITEX SA	PICHINCHA	QUITO	2440161	INDUSTRIAS	3
807	OWENS ILLINOIS PLASTICOS ECUADOR S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL		COMERCIO	6
808	INMOFYBE S.A.	PICHINCHA	QUITO	2224494	SERVICIOS A EMPRESAS	8
809	UNIDADES Y REPUESTOS S.A. UNIREPUESTOS	GUAYAS	GUAYAQUIL	2289100	COMERCIO	6
810	PRETTY LIZA FRUIT S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2204281	AGRICULTURA	1
811	SOCIEDAD PREDIAL Y MERCANTIL MILATEX S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	326456	COMERCIO	6
812	HOTEL BOULEVARD (ELBOULEVARD) S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	566700	COMERCIO	6
813	VECONSA S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	267317	AGRICULTURA	1
814	COMISARIATOS VELEZ BONILLA SOCIEDAD ANONIMA	MANABI	MANTA	621716	COMERCIO	6
815	EXPORTADORA DE PRODUCTOS DEL OCEANO OCEANPRODUCT CIA. LTDA.	EL ORO	ARENILLAS	909677	AGRICULTURA	1
816	ROCHE VITAMINAS ECUADOR S.A	PICHINCHA	QUITO	2477623	INDUSTRIAS	3
817	PLASTICOS DEL SUR S.A. PLASTISURSA	AZUAY	CUENCA	2887766	INDUSTRIAS	3
818	COMPANIA DE ECONOMIA MIXTA AUSTROGAS	AZUAY	LLACAO	2875008	ELECTRICIDAD	4
819	CORPORACION AUTOMOTRIZ Sociedad Anónima	GUAYAS	GUAYAQUIL	2280200	SERVICIOS PERSONALES	9
820	QUEVEEXPORT S.A.	LOS RIOS	QUEVEDO	751153	COMERCIO	6
821	ECUADORTELECOM S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	515555	TRANSPORTE	7
822	COLONCORP S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	689247	COMERCIO	6
823	METROPOLITAN TOURING CA	PICHINCHA	QUITO	2988200	TRANSPORTE	7

824	INDUSTRIA DE ALIMENTOS LA EUROPEA CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	2860770	INDUSTRIAS	3
825	SUCESORES DE JACOBO PAREDES M. S.A.	PICHINCHA	QUITO	677668	INDUSTRIAS	3
826	COMPANIA ANDINA DE ALIMENTOS, VINOS Y ESPIRITOSOS CAVES S.A. E.M.A.	PICHINCHA	QUITO	2374382	COMERCIO	6
827	FARMACIA FARVICTORIA COMPANIA LIMITADA	GUAYAS	GUAYAQUIL	516520	COMERCIO	6
828	FABRICA DE ALUMINIO UMCO SA	PICHINCHA	QUITO	2655720	INDUSTRIAS	3
829	INDUSTRIAL PESQUERA JUNIN S.A. JUNSA	GUAYAS	CHANDUY	2690464	AGRICULTURA	1
830	DIBSA DESARROLLO INDUSTRIAL BIOACUATICO SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2446500	AGRICULTURA	1
831	TECNOPLAST DEL ECUADOR CIA LTDA	GUAYAS	GUAYAQUIL	893600	INDUSTRIAS	3
832	INTACO ECUADOR S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	256333	COMERCIO	6
833	GEOPETSA SERVICIOS PETROLEROS S.A.	PICHINCHA	QUITO	2256626	MINAS Y CANTERAS	2
834	EXPODELTA S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	201226	COMERCIO	6
835	WYETH COMSUMER HEALTHCARE LTD.	PICHINCHA	QUITO	2908257	COMERCIO	6
836	TAENSA S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2492929	COMERCIO	6
837	TUBASEC C.A.	CHIMBORAZO	RIOBAMBA	2961466	INDUSTRIAS	3
838	BLASTI S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2442055	SERVICIOS A EMPRESAS	8
839	AEROVIC C.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	208670	AGRICULTURA	1
840	HENKELECUATORIANA S.A.	PICHINCHA	QUITO	2460741	COMERCIO	6
841	INDUSTRIAL DE GASEOSAS S.A.	PICHINCHA	QUITO	2412690	SERVICIOS A EMPRESAS	8
842	ETINAR S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	693200	SERVICIOS A EMPRESAS	8
843	EMPRESA DE DESARROLLO DEL CENTRO HISTORICO DE QUITO CEM EMD	PICHINCHA	QUITO	2583833	CONSTRUCCION	5
844	REEDHYCALOG DEL ECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	2268480	COMERCIO	6
845	MUEBLES EL BOSQUE S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	254066	INDUSTRIAS	3
846	COMPANIA ECUATORIANA DE BALSA SOCIEDAD ANONIMA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2244358	INDUSTRIAS	3
847	AVENTIS PHARMA S.A.	PICHINCHA	QUITO	2994300	INDUSTRIAS	3
848	GALAXYECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	2431180	TRANSPORTE	7
849	LUCEGA S.A. ELECTRIC	AZUAY	CUENCA	0000000	ELECTRICIDAD	4
850	AVICOLA FERNANDEZ S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	98270324	COMERCIO	6
851	HABATECH S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	221295	SERVICIOS A EMPRESAS	8
852	AGRICOLA AGRIFLORSA SA	GUAYAS	NARANJAL	2322403	AGRICULTURA	1
853	SERVICIOS Y TRABAJOS FORESTALES SETRAFOR CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2686941	AGRICULTURA	1
854	PLANTADOR CIA LTDA	PICHINCHA	QUITO	2554767	AGRICULTURA	1
855	PARQUES MONTE OLIVO MONTOLIVO C.A.	PICHINCHA	QUITO	2240461	SERVICIOS A EMPRESAS	8
856	INDUSTRIAS OMEGA SA	PICHINCHA	QUITO	2675772	INDUSTRIAS	3
857	KOBREC CORPORACION ECUATORIANA DEL COBRE S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2873536	COMERCIO	6
858	R.D.F. PANAMERICANA BUSINESS S.A	PICHINCHA	QUITO	2417290	SERVICIOS A EMPRESAS	8
859	TELBEC S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	513283	SERVICIOS A EMPRESAS	8
860	LABORATORIOS GENERICOS FARMACEUTICOS ECUATORIANOS S.A. GENFAR ECUADOR	GUAYAS	GUAYAQUIL	354877	COMERCIO	6
861	AGROSERVICIOS LEONARDO ANDRADE S.A. "AGROSELA"	GUAYAS	GUAYAQUIL	2287526	COMERCIO	6
862	AGROINDUSTRIAL LA SEXTA S.A. AGROSEXTASA	PICHINCHA	PUERTO QUITO	2750693	AGRICULTURA	1
863	PASAMANERIA SA	AZUAY	CUENCA	2832388	INDUSTRIAS	3
864	IMPORTADORA COMERCIAL LARTIZCO C.L.	AZUAY	CUENCA	2860498	COMERCIO	6
865	JORCORP S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	450999	CONSTRUCCION	5
866	JOYERIA GUILLERMO VAZQUEZ SA	AZUAY	CUENCA	2831583	INDUSTRIAS	3

867	AGROPESA INDUSTRIA AGROPECUARIA ECUATORIANA SA	PICHINCHA	COTOGCHOA	2996506	INDUSTRIAS	3
868	DELGADO TRAVEL DELGATRAVEL CIA. LTDA.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2510580	TRANSPORTE	7
869	MANTAORO HOTELERA MANTA S.A.	MANABI	MANTA	629200	COMERCIO	6
870	IAGSA S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	871040	INDUSTRIAS	3
871	TORDASCO S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2415908	INDUSTRIAS	3
872	TALLERES NISSAN S.A.	PICHINCHA	QUITO	2460039	SERVICIOS PERSONALES	9
873	NINTANGA S.A.	PICHINCHA	QUITO	2465083	AGRICULTURA	1
874	PETROBRAS ENERGIA OPERACIONES ECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	2985300	MINAS Y CANTERAS	2
875	PALMERAS DE LOS CIEN S.A. PALCIENSA	ESMERALDAS	ZARATE (QUI	06736445	AGRICULTURA	1
876	SONDA DEL ECUADOR ECUASONDA S.A.	PICHINCHA	QUITO	2468412	SERVICIOS A EMPRESAS	8
877	LAVANDERIAS ECUATORIANAS CA	PICHINCHA	QUITO	3508484	SERVICIOS PERSONALES	9
878	AGROINDUSTRIAL BALANFARINA SA	GUAYAS	ELOY ALFAR	2811616	INDUSTRIAS	3
879	LATINOAMERICANA DE ENVASES (LATIENVASES) S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2491657	INDUSTRIAS	3
880	CONSTRUCTORA NARANJO ORDONEZ CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2267580	SERVICIOS A EMPRESAS	8
881	KOTSKA PROFESORES REUNIDOS DEL ECUADOR SA	PICHINCHA	QUITO	2401896	SERVICIOS PERSONALES	9
882	PROCTER & GAMBLE ECUADOR COMPANIA ANONIMA	PICHINCHA	QUITO	2268367	COMERCIO	6
883	EXPORTADORA E IMPORTADORA COMERCIAL ORELLANA EXIMORE C LTDA	GUAYAS	ELOY ALFAR	801744	COMERCIO	6
884	CORREA & HERMANOS C LTDA DE COMERCIO COHECO	PICHINCHA	QUITO	2434820	CONSTRUCCION	5
885	PESCADO FRESCO DE EXPORTACION PEFREXPORT S.A.	MANABI	MANTA	922293	COMERCIO	6
886	BIRA BIENES RAICES SA	EL ORO	ZARUMA	972227	MINAS Y CANTERAS	2
887	IMPORTAGRIFLOR CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2261342	COMERCIO	6
888	CARTIMEX S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2283700	SERVICIOS A EMPRESAS	8
889	SUMITOMO CORPORATION DEL ECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	2261751	COMERCIO	6
890	NEVADO ECUADOR ROSAS DE EXPORTACION NEVAECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	2222057	AGRICULTURA	1
891	ARBECUADOR CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2264933	CONSTRUCCION	5
892	NEGOCIOS AUTOMOTRICES NEOHYUNDAI S.A.	AZUAY	CUENCA	2843565	COMERCIO	6
893	DUPOCSA PROTECTORES QUIMICOS PARA EL CAMPO S. A.	GUAYAS	ELOY ALFAR	2809450	INDUSTRIAS	3
894	AGENCIAS Y REPRESENTACIONES CORDOVEZ SA	PICHINCHA	QUITO	2400506	COMERCIO	6
895	COMPANIA GENERAL DE CONSTRUCCIONES C LTDA	GUAYAS	GUAYAQUIL	282960	CONSTRUCCION	5
896	TELEDOMESTIC SERVICIO DE TELEFONIA CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2904378	TRANSPORTE	7
897	MEDICINA PARA EL ECUADOR MEDIECUADOR-HUMANA S.A.	PICHINCHA	QUITO	2434831	SERVICIOS PERSONALES	9
898	OCEANINVEST S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2110557	INDUSTRIAS	3
899	DISTRIBUIDORA FARMACEUTICA ETIPHARMA S.A.	PICHINCHA	QUITO	2551515	COMERCIO	6
900	ACADEMIA NAVAL ALMIRANTE ILLINGWORTH SA ANAI	GUAYAS	GUAYAQUIL	42250586	SERVICIOS PERSONALES	9
901	ALIMENTOS RAPIDOS ALIRAP C LTDA	GUAYAS	GUAYAQUIL	286286	COMERCIO	6
902	SERVICIOS DE COMBUSTIBLES AEREOS S.A. SERCASA	GUAYAS	GUAYAQUIL	399723	COMERCIO	6
903	MOTORISA SA	AZUAY	CUENCA	2865515	COMERCIO	6
904	ORIFLAME DEL ECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	2277755	COMERCIO	6
905	INDUSTRIA EXPORTADORA SAN-PIETRO S.A.	PICHINCHA	SANGOLQUI	2330400	INDUSTRIAS	3

906	FUPEL C LTDA	PICHINCHA	QUITO	472755	INDUSTRIAS	3
907	OSRAM DEL ECUADOR SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	893609	INDUSTRIAS	3
908	ULTRAMARES CORPORACION CA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2246058	COMERCIO	6
909	ROYALFLOWERS S.A.	PICHINCHA	QUITO	2923333	AGRICULTURA	1
910	AGRITALISA, AGRICOLA TALISMAN S. A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2321280	AGRICULTURA	1
911	SANTA BARBARA AIRLINES C.A. (AEROBARBARA)	PICHINCHA	QUITO	2252558	TRANSPORTE	7
912	BEBELANDIA S.A.	PICHINCHA	QUITO	2411709	COMERCIO	6
913	COMERCIALIZADORA DARPA SA	EL ORO	MACHALA	931612	COMERCIO	6
914	AUTOMOTORES Y COMERCIO AUTOCOM CIA LTDA	PICHINCHA	QUITO	2269456	COMERCIO	6
915	QUIMIPAC S.A.	PICHINCHA	QUITO	450562	INDUSTRIAS	3
916	INVERNEG INVERSIONES Y NEGOCIOS C LTDA	GUAYAS	GUAYAQUIL	290500	COMERCIO	6
917	ALCATEL DEL ECUADOR SA	PICHINCHA	QUITO	2223399	COMERCIO	6
918	MENATLAS QUITO CA	PICHINCHA	QUITO	2241057	CONSTRUCCION	5
919	L. HENRIQUEZ & CIA. S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	880533	COMERCIO	6
920	IBEROAMERICANA DE CONSTRUCCIONES IBERHABITAT S.A.	PICHINCHA	QUITO	2905905	SERVICIOS A EMPRESAS	8
921	MEGADATOS S.A.	PICHINCHA	QUITO	2250905	TRANSPORTE	7
922	SERVIENTREGA ECUADOR S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2313103	TRANSPORTE	7
923	INDURA ECUADOR S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	893746	COMERCIO	6
924	COLEGIO MENOR CMSFQ CIA. LDA.	PICHINCHA	CUMBAYA	893391	SERVICIOS PERSONALES	9
925	INVERSIONES Y PREDIOS SELBOR SA INPSSA	GUAYAS	GUAYAQUIL	490000	SERVICIOS A EMPRESAS	8
926	EXTRACTORA AGRICOLA RIO MANSO EXA S.A.	MANABI	MONTECRIST	2700125	INDUSTRIAS	3
927	INMOBILIARIA EL BATAN BATINMO S.A	PICHINCHA	QUITO	2255976	SERVICIOS A EMPRESAS	8
928	FLORES EQUINOCCIALES SA FLOREQUISA	PICHINCHA	QUITO	2554491	AGRICULTURA	1
929	ECUACOTTON S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2251617	INDUSTRIAS	3
930	IMPORTADORA VEGA S.A.	PICHINCHA	QUITO	2507525	COMERCIO	6
931	COHERVI S.A.	GUAYAS	MILAGRO	2971979	COMERCIO	6
932	TEXTIL SAN PEDRO SA	PICHINCHA	QUITO	2660918	INDUSTRIAS	3
933	DISTRIBUIDORA SOLIS & SOLIS C. LTDA.	GUAYAS	GUAYAQUIL	893702	SERVICIOS A EMPRESAS	8
934	HOHESA HORMIGONES HERCULES SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2273262	INDUSTRIAS	3
935	CENTRO MEDICO QUIRURGICO PICHINCHA CENMEP SA	PICHINCHA	QUITO	2560794	SERVICIOS PERSONALES	9
936	INGENIEROS CONTRATISTAS ASOCIADOS SA (ICASA)	GUAYAS	GUAYAQUIL	2310627	CONSTRUCCION	5
937	PROMOTORA INMOBILIARIA L.F.G. S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	206300	SERVICIOS A EMPRESAS	8
938	AGROINDUSTRIAS QUININDE AIQUISA SA	ESMERALDAS	ZARATE (QUI	06736345	INDUSTRIAS	3
939	INMOBILIARIA BELLA MARIA SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	234455	SERVICIOS A EMPRESAS	8
940	CINEMARK DEL ECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	2260304	SERVICIOS PERSONALES	9
941	LICORES DEL ECUADOR LICORDE S.A.	PICHINCHA	QUITO	2565798	COMERCIO	6
942	COMPANIA EMPACADORA DUFER CIA. LTDA.	MANABI	IA DE CARAQ	399413	INDUSTRIAS	3
943	INMOBILIARIA HELVETIA SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	681960	SERVICIOS A EMPRESAS	8
944	COMPUTADORES Y EQUIPOS COMPUEQUIP DOS S.A.	PICHINCHA	QUITO	2992900	COMERCIO	6
945	TECNICENTRO DEL AUSTRO SA TEDASA	AZUAY	CUENCA	2862173	COMERCIO	6
946	OLEAGINOSAS TROPICALES OLYTRASA S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	110440	COMERCIO	6
947	AUTOFENIX S.A.	PICHINCHA	SANGOLQUI	2338668	SERVICIOS A EMPRESAS	8
948	LIBRERIA CERVANTES CIA LTDA	GUAYAS	GUAYAQUIL	327084	COMERCIO	6
949	ZOGU S.A.	PICHINCHA	QUITO	2232626	INDUSTRIAS	3
950	INDUSTRIAS LACTEAS CHIMBORAZO CIA LTDA INLECHE	GUAYAS	GUAYAQUIL	444580	INDUSTRIAS	3

951	AGRICOLA BATAN SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	2835360	AGRICULTURA	1
952	FRUTERA DEL LITORAL CIA. LTDA.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2808390	COMERCIO	6
953	OLEAGINOSAS DEL CASTILLO OLEOCASTILLO S.A.	PICHINCHA	QUITO	2402600	INDUSTRIAS	3
954	LA INDUSTRIA HARINERA SA LAIHA	PICHINCHA	QUITO	670757	INDUSTRIAS	3
955	CORPORACION QUIPORT S.A.	PICHINCHA	QUITO	2430462	SERVICIOS A EMPRESAS	8
956	ORACLE ECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	2231000	SERVICIOS A EMPRESAS	8
957	ESFEL S.A.	AZUAY	CUENCA	2898600	INDUSTRIAS	3
958	INDUSTRIAL FABRICA GUAYAQUIL HISPANOAMERICANA F.G.H. C LTDA	GUAYAS	GUAYAQUIL	111056	COMERCIO	6
959	SANOFI - SYNTHELABO DEL ECUADOR S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2233019	COMERCIO	6
960	FARMACID S.A.	PICHINCHA	SAN RAFAEL	2343390	INDUSTRIAS	3
961	FAIRIS CA	TUNGURAHUA	AMBATO	2850741	INDUSTRIAS	3
962	PROBRISA S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	448840	COMERCIO	6
963	ANILISA S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	284903	AGRICULTURA	1
964	DATADOSMIL S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2321717	COMERCIO	6
965	EXPOCOLOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	26171115	COMERCIO	6
966	FRANZ VIEGENER S.A INDUSTRIA DE PORCELANA SANITARIA	PICHINCHA	SANGOLQUI	2332233	INDUSTRIAS	3
967	TRANS AMERICAN AIR LINES S.A.	PICHINCHA	QUITO	2923170	TRANSPORTE	7
968	CONSORCIO NACIONAL DE CEMENTOS CONCEN C LTDA	PICHINCHA	QUITO	2447124	COMERCIO	6
969	URBANIZADORA MALAGA SA	PICHINCHA	QUITO	2268686	AGRICULTURA	1
970	INDUSTRIAS IEPESA ECUATORIANA DE PRODUCTOS ELECTRONICOS SA	PICHINCHA	QUITO	2671700	INDUSTRIAS	3
971	ASESORIA TECNICA E INGENIERIA ASTECNIA C.L.	PICHINCHA	QUITO	2560666	SERVICIOS A EMPRESAS	8
972	DATAPRO S.A	PICHINCHA	QUITO	2548548	INDUSTRIAS	3
973	ISEYCO CA	PICHINCHA	QUITO	2277666	COMERCIO	6
974	PREDIAL DOBLEEQUIS SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	886816	SERVICIOS A EMPRESAS	8
975	EMPORSA EMPACADORA Y EXPORTADORA SA	GUAYAS	AMBORONDO	836446	AGRICULTURA	1
976	INDUSTRIAL FRUIT DEL ECUADOR COMPANIA ANONIMA	PICHINCHA	CONOCOTO	2343708	INDUSTRIAS	3
977	OPERACIONES TECNICAS ELECTRICAS OTESA SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	201400	COMERCIO	6
978	DISTRIBUIDORA PAEZ MALDONADO CIA LTDA	MANABI	MANTA	921455	COMERCIO	6
979	DIPRELSA DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS TECNICOS SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	245600	COMERCIO	6
980	CEIBO CAPITAL LIMITED CEIBCAPITAL S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2101086	SERVICIOS A EMPRESAS	8
981	LA FAMILIAR SOCIEDAD ANONIMA	LOS RIOS	BABAHOYO	385766	AGRICULTURA	1
982	METROPOLITAN EXPRESO CIA LTDA	PICHINCHA	QUITO	2475733	TRANSPORTE	7
983	SERVICIOS TECNOLOGICOS ROAD TRACK CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2461444	COMERCIO	6
984	HORMIGONERA QUITO HORQUITO CIA. LTDA.	PICHINCHA	NAYON	2898770	COMERCIO	6
985	NEYPLEX CIA LTDA	PICHINCHA	QUITO	2533021	INDUSTRIAS	3
986	ALIMENTOS ECUATORIANOS SA ALIMEC	PICHINCHA	QUITO	2552311	INDUSTRIAS	3
987	DISTRIBUIDORA MANABITA DIMANCIA COMPANIA ANONIMA	MANABI	PORTOVIEJO	933553	COMERCIO	6
988	IQF AGROINDUSTRIAL DEL ECUADOR S.A.	PICHINCHA	QUITO	2528945	AGRICULTURA	1
989	NAPORTEC S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2204850	SERVICIOS A EMPRESAS	8
990	CONSTRUCTORA VILLACRECES ANDRADE CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	2921985	CONSTRUCCION	5
991	INDUSTRIAL TEXTILANA SA	PICHINCHA	QUITO	2268696	INDUSTRIAS	3
992	ECUAELECTRICIDAD S.A.	AZUAY	CUENCA	2814516	ELECTRICIDAD	4
993	CASALUKER DEL ECUADOR S.A	GUAYAS	ELOY ALFARO	2513519	INDUSTRIAS	3
994	CELLSHOP S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2611345	INDUSTRIAS	3
995	MEGAMICRO S.A.	PICHINCHA	QUITO	3341091	SERVICIOS A EMPRESAS	8

996	TESCA INGENIERIA DEL ECUADOR SA	PICHINCHA	QUITO	2454960	CONSTRUCCION	5
997	JOHNSONWAX DEL ECUADOR S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	2280777	INDUSTRIAS	3
998	<b>ROYALTEX S.A.</b>	PICHINCHA	QUITO	2473472	INDUSTRIAS	3
999	DINECOM'S C.A.	PICHINCHA	SANGOLQUI	2334150	COMERCIO	6
1000	HILANTEX SA	GUAYAS	GUAYAQUIL	251617	INDUSTRIAS	3

## ANEXO 4

## PORCENTAJE DISPONIBLE DE GASTO DESTINADO A OTROS RUBROS

	Total	Agricultura	Minas y Canteras	Industrias	Electricidad	Construcción	Comercio	Transportes y comunicaciones	Servicios a empresas	Servicios personales
GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS Y FINANCIEROS	5.927.551.100,00	209.314.622,00	731.243.507,00	1.138.795.251,00	600.362.468,00	246.358.570,00	1.267.582.632,00	1.118.072.708,00	470.875.649,00	144.945.693,00
GASTOS NO OPERACIONALES VARIOS	382.239.720,00	19.870.086,00	108.220.210,00	63.546.347,00	24.396.232,00	52.202.121,00	29.014.947,00	26.073.401,00	57.682.724,00	1.233.652,00
TOTAL	6.309.790.820,00	229.184.708,00	839.463.717,00	1.202.341.598,00	624.758.700,00	298.560.691,00	1.296.597.579,00	1.144.146.109,00	528.558.373,00	146.179.345,00
PORCENTAJE DISPONIBLE DE GASTO DESTINADO A OTROS RUBROS	6%	9%	13%	5%	4%	17%	2%	2%	11%	1%

Fuente: [www.supercias.gov.ec](http://www.supercias.gov.ec)  
 Elaboración: Las autoras

# JUNIO

LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
	1. DESAYUNO DE CAUCIONES PARA 40 BROKERS PISO 8 /PERU VS URUGUAY PISO 8 TRAGOS U PIQUEOS	2. COCKTAIL FIRMA DE CONTRATO CON EL COLEGIO DE INGENIEROS 07:00 P.M.	3	4	5	6. VENEZUELA VS. PERU ESTADIO MONUMENTAL
7	8. I TORNEO DE BOWLING SUL AMERICA SEGUROS / BOWLING PLAZA /// 250 FOLLETOS 07:00 COLEGIO DE INGENIEROS	9	10 INICIO PRESENTACIÓN CONSECNARIOS SEGURO/// 07:00 250 FOLLETOS COLEGIO DE ING	11. FIRMA DE CONVENIO INTEGRAL CAMARA DE CONSTRUCCION MANABÍ 12H00	12	13
14	15. I TORNEO DE BOWLING SUL AMERICA SEGUROS / BOWLING PLAZA	16. PREMIACION 09:30 A.M. ODON DE LA CRUZ Y A LAS 5:00 A VISION	17 INAUGURACIÓN DE SEDE IQUITOS	18. INAGURACION DE SEDE IQUITOS	19	20
21	22. VISITA DE H.G Y G.A. A LA OFINA DE AREQUIPA	23. VISITA DE H.G. Y G.A. A LA OFICINA DE AREQUIPA	24. BATALLA DE CARABOBO	25. Firma del convenio del SOAT en Iquitos	26	27. CHIVA APS INTEGRAL SANTO DOMINGO
28	29. FERIADO SAN PEDRO Y SAN PABLO - DESAYUNO DE LANZAMIENTO PI INTEGRAL AMBATO 19H30	30. GANADOR PARTIDO 25 12:45 P.M. (50 PAX) TIME OUT // Cocktail, casa del Sr. Avila				

**EVENTOS PERÚ**  
 EVENTOS ECUADOR  
 EVENTOS EQUATOR HOLDINGS  
 FERIADOS VENEZUELA  
 FERIADOS PERÚ  
 FERIADOS ECUADOR

## JULIO

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
			1. COCKTAIL DE LANZAMIENTO PI INTEGRAL QUITO 19H30	2. LANZAMIENTO SUL SOAT	3	4
5. LANZAMIENTO DE SUL SOAT EN PROVINCIAS TODAS EN SIMULTANEO - INDEPENDENCIA DE VENEZUELA	6. DESAYUNO DE LANZAMIENTO PI INTEGRAL CUENCA 08H00	7. COCKTAIL PARA MARSH CASA DEL SR. AVILA // COMITÉ EJECUTIVO - COCKTAIL DE LANZAMIENTO PI INTEGRAL GUAYAQUIL 19H00 - COMITÉ EJECUTIVO SAP (LIMA)	8. LANZAMIENTO AUTO FÁCIL	9	10	11
12. VISITA PARA VER LOCAL DE HUANCAYO - COMITÉ EJECUTIVO ECUADOR (CARACAS)	13. DESAYUNO DE LANZAMIENTO PI INTEGRAL SANTO DOMINGO 08H00	14. LANZAMIENTO DE CONCESIONARIO SEGURO	15. LANZAMIENTO DE CONCESIONARIO SEGURO - DESAYUNO DE LANZAMIENTO PI INTEGRAL MANTA 09H00	16	17	18
19. VISITA H.G. PIURA	20. VISITA H.G. PIURA // COCKTAIL PARA J H "TENTATIVO" - DESAYUNO DE LANZAMIENTO PI INTEGRAL IBARRA 08H00 - ASAMBLEA DE ACCIONISTAS EH (CARACAS)	21. VISITA H.G. CHICLAYO LANZAMIENTO CONCESIONARIO SEGURO	23. LANZAMIENTO ESCALA DE COMISIONES - CONCESIONARIO SEGURO - ALMUERZO DE LANZAMIENTO PI INTEGRAL ESMERALDAS 12H30	23	24. NATALICIO DE SIMON BOLIVAR	25. FINAL ESATIO NACIONAL - FERIADO GUAYAQUIL POR FUNDACION DE LA CIUDAD
26	27	28. FIESTAS PATRIAS	29. FIESTAS PATRIAS	30. MUDANZA	31. MUDANZA	

**EVENTOS PERÚ**  
**EVENTOS ECUADOR**  
**EVENTOS EQUATOR HOLDINGS**  
**FERIADOS VENEZUELA**  
**FERIADOS PERÚ**  
**FERIADOS ECUADOR**

## AGOSTO

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
						1
	3. LANZAMIENTO AUTO PLUS	4. VISITA H.G. CAJAMARCA - FIESTA VENDEDORES DE CONCESIONARIOS INTEGRAL GUAYAQUIL	5. VISITA H.G. CAJAMARCA			8
2				6	7	
9 - COMITÉ EJECUTIVO ECUADOR (QUITO) - COCKTAIL PARA REHDER	10. OPEN HOUSE PARA BROKERS NUEVO EDIFICIO Y EXPO DE HERRAMIENTAS TECNOLOGICAS	11. VER MERCADO, VISITA DE LOCALES Y PROGRAMAR A PERTURA EN CUZCO	12. OPEN HOUSE PARA BROKERS Y EXPO DE HERRAMIENTAS TECNOLOGICAS //CUZCO IDEM 11/08	13. COMITÉ EJECUTIVO SAP (CUZCO) - FERIADO NACIONAL POR DÍA DE LA INDEPENDENCIA		15
					14	
16. APERTURA TACNA	17. OPEN HOUSE PARA BROKERS Y EXPO DE HERRAMIENTAS TECNOLOGICAS. IDEM TACNA 16/08	18. OPEN HOUSE PARA BROKERS Y EXPO DE HERRAMIENTAS TECNOLOGICAS - FIESTA VENDEDORES DE CONCESIONARIOS INTEGRAL QUITO	19. RE LANZAMIENTO DE AREQUIPA	20. RE LANZAMIENTO DE AREQUIPA		22
					21	
23	24	25. APERTURA HUANCAYO	26. APERTURA HUANCAYO			29
				27	28	
30. SANTA ROSA DE LIMA						31

**EVENTOS PERÚ**  
**EVENTOS ECUADOR**  
**EVENTOS EQUATOR HOLDINGS**  
**FERIADOS VENEZUELA**  
**FERIADOS PERÚ**  
**FERIADOS ECUADOR**

## SEPTIEMBRE

LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
			2. LANZAMIENTO LINEAS PERSONALES // ASISTENCIA MÉDICA 1			
			9. COMITÉ EJECUTIVO ECUADOR (GUAYAQUIL) - COMITÉ EJECUTIVO SAP (LIMA) 8			
6	7			10	11	12
	14. COMITÉ EJECUTIVO SAP (LIMA) 13		16. LANZAMIENTO LATINA Y PRESENTACIÓN DEL DR. BARRIOS - FIESTA APS SUL AMERICA MACHALA 15	17. INAUGURACION FERIA MACHALA SUL AMERICA	18. ALMUERZO VENEDORES DE CONCESIONARIOS INTEGRAL CUENCA	
						19
	21. FIESTA APS INTEGRAL ESMERALDAS 20		23. FIESTA APS INTEGRAL IBARRA 22			
				24	25	26
	28. ASAMBLEA DE ACCIONISTAS EH (CARACAS) 27	29. LANZAMIENTO PRODUCTOS PYMES		30		

**EVENTOS PERÚ**

**EVENTOS ECUADOR**

**EVENTOS EQUATOR HOLDINGS**

**FERIADOS VENEZUELA**

**FERIADOS PERÚ**

**FERIADOS ECUADOR**

# OCTUBRE

LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
				1	2	3
4	5	6	7. LANZAMIENTO ÁNGEL DE LA GUARDA	8. DIA DE LA MARINA - ALMUERZO APS FIANZAS INTEGRAL CUENCA	9. FERIADO NACIONAL POR INDEPENDENCIA DE GUAYAQUIL	10
11	12. DIA DE LA RAZA	13. COMITÉ EJECUTIVO SAP (LIMA)	14. FIESTA APS SUL AMERICA GUAYAQUIL	15	16	17
18	19	20	21. KARAOKE APS INTEGRAL MANTA	22	23	24
25	26	27	28. LANZAMIENTO DE LA CAMPAÑA DEL 3% ADICIONAL DE CIERRE DE AÑO	29 - FIESTA VENEDORES DE CONCESIONARIOS INTEGRAL AMBATO	30	

**EVENTOS PERÚ**  
**EVENTOS ECUADOR**  
**EVENTOS EQUATOR HOLDINGS**  
**FERIADOS VENEZUELA**  
**FERIADOS PERÚ**  
**FERIADOS ECUADOR**

# NOVIEMBRE

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
1. DIA DE TODOS LOS MUERTOS	2. DIA DE LOS SANTOS DIFUNTOS	3. FERIADO NACIONAL POR INDEPENDENCIA DE CUENCA	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15. COMITÉ EJECUTIVO SAP (LIMA)	16. CEVICHADA APS SUL AMERICA GYE (RIFA DE OPTRA)	17	18	19	20	21
22	23	24. FIESTA APS INTEGRAL CUENCA	25	26. ALMUERZO CAMPESTRE APS SUL AMERICA QUITO / COCTEL APS INTEGRAL RIOBAMBA (FIRMA DE CONVENIO CC)	27	28
29	30					

**EVENTOS PERÚ**  
**EVENTOS ECUADOR**  
**EVENTOS EQUATOR HOLDINGS**  
**FERIADOS VENEZUELA**  
**FERIADOS PERÚ**  
**FERIADOS ECUADOR**

## DICIEMBRE

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
			1 2. CENA APS SUL AMERICA LOJA		3 4. INVITACION DE INTEGRAL A CORRIDAS DE TOROS A APS - FIESTAS DE QUITO	5
6. INVITACION DE INTEGRAL A CORRIDAS DE TOROS A APS - FIESTAS DE QUITO	7. SORTEO SUL SOAT - INVITACION DE INTEGRAL A CORRIDAS DE TOROS A APS - FIESTAS DE QUITO	8. INVITACION DE INTEGRAL A CORRIDAS DE TOROS A APS - FIESTAS DE QUITO	9. FIESTA APS SUL AMERICA MACHALA / INVITACION DE INTEGRAL A CORRIDAS DE TOROS A APS - FIESTAS DE QUITO	10. INVITACION DE INTEGRAL A CORRIDAS DE TOROS A APS - FIESTAS DE QUITO	11. FIESTAS DE QUITO	12. FIESTAS DE QUITO
13	14. PREMIACION DE FIN DE AÑO A CONCESIONARIO // COMITÉ EJECUTIVO	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25. NAVIDAD	26
27	28		30	31		

**EVENTOS PERÚ**  
**EVENTOS ECUADOR**  
**EVENTOS EQUATOR HOLDINGS**  
**FERIADOS VENEZUELA**  
**FERIADOS PERÚ**  
**FERIADOS ECUADOR**

## ANEXO 6

### EMPRESA DE CREACION Y CONCEPCION DE EVENTOS CORPORATIVOS

La presente encuesta tiene la finalidad de aportar con la investigación de mercados para la elaboración de un Plan Negocios de dos estudiantes de la Universidad de Las Américas, la cual busca determinar que porcentaje del mercado objetivo atendido y desatendido por este sector, estaría dispuesto a contratar los servicios que brinda una empresa dedicada al negocio de organización de eventos corporativos.

#### ENCUESTA

1.- MARQUE CON UNA X LAS EMPRESAS QUE SE DEDIQUEN A ORGANIZACIÓN DE EVENTOS QUE USTED CONOCE:  
(OPCION MULTIPLE)

- a. GRUPO BARLOVENTO \_\_\_\_\_
- b. FORUM \_\_\_\_\_
- c. MAXIEVENTOS \_\_\_\_\_
- d. EXPOEVENTOS \_\_\_\_\_
- e. SEMINARIUM \_\_\_\_\_
- f. COORDINAMOS \_\_\_\_\_
- g. FERVAL EVENTOS \_\_\_\_\_
- h. D`MARURI \_\_\_\_\_
- i. HJ BECDACH MARKETING \_\_\_\_\_

2.- DENTRO DEL PRESUPUESTO ANUAL DE SU ORGANIZACIÓN, ESTA CONSIDERADO EL RUBRO DE EVENTOS?

- a. SI \_\_\_\_\_ b. NO \_\_\_\_\_

3.- CUÁNTOS EVENTOS REALIZA SU EMPRESA AL AÑO Y DE QUÉ TIPO?  
Ubique la cantidad debajo de cada tipo de evento.

a. CONGRESOS	b. SEMINARIOS	c. COCKTAILS	d. LANZAMIENTOS DE PRODUCTOS	e. FIESTAS PARA EL PERSONAL	f. PLANES DE INCENTIVOS	g. OTROS

4.- EN EL ULTIMO EVENTO REALIZADO EN SU EMPRESA COMO FUE SU ORGANIZACIÓN?

(SI SU RESPUESTA ES a. PASE A LA PREGUNTA 7, SI SU RESPUESTA ES b., CONTINUE CON LA SIGUIENTE PREGUNTA)

- a. SE ORGANIZO INTERNAMENTE \_\_\_\_\_ b. SE CONTRATO SERVICIOS EXTERNOS \_\_\_\_\_

5.- MARQUE CON UNA X EL NOMBRE DE LA EMPRESA ENCARGADA DE LA ORGANIZACIÓN DEL ÚLTIMO EVENTO REALIZADO EN SU EMPRESA, SI ES QUE ESTA CONSTA EN LA SIGUIENTE LISTA: (ESCOGER SOLO UNA RESPUESTA)

- a. GRUPO BARLOVENTO \_\_\_\_\_
- b. FORUM \_\_\_\_\_
- c. MAXIEVENTOS \_\_\_\_\_
- d. EXPOEVENTOS \_\_\_\_\_
- e. SEMINARIUM \_\_\_\_\_
- f. COORDINAMOS \_\_\_\_\_
- g. FERVAL EVENTOS \_\_\_\_\_
- h. D`MARURI \_\_\_\_\_
- i. HJ BECDACH MARKETING \_\_\_\_\_
- j. OTRAS \_\_\_\_\_

6.- SEÑALE CON UNA X LOS ASPECTOS QUE USTED CONSIDERE POSITIVOS O NEGATIVOS DE LA ORGANIZACIÓN QUE LLEVO A CABO LA EMPRESA CONTRATADA:

	Positivo	Negativo
a. TIEMPO EMPLEADO EN DICHA ORGANIZACIÓN	-----	-----
b. PUNTUALIDAD	-----	-----
c. RESULTADOS DEL EVENTO	-----	-----
d. CALIDAD DEL EVENTO	-----	-----
e. PRECIO	-----	-----

7.- DURANTE LA REALIZACION DEL ÚLTIMO EVENTO EN SU EMPRESA, SI LA ORGANIZACIÓN FUE INTERNA MARQUE CON UNA X LOS ASPECTOS POSITIVOS O NEGATIVOS ENCONTRADOS:

	Positivo	Negativo
a. TIEMPO EMPLEADO EN DICHA ORGANIZACIÓN	-----	-----
b. LAS ACTIVIDADES NORMALES DE QUIEN LO REALIZO SE VIERON AFECTADAS	-----	-----
c. MANEJO DE PRESUPUESTO	-----	-----
d. PUNTUALIDAD	-----	-----
e. RESULTADOS DEL EVENTO	-----	-----
f. CALIDAD DEL EVENTO	-----	-----

8.- MARQUE CON UNA X LA CARACTERÍSTICA QUE UD. CONSIDERA ES LA MÁS IMPORTANTE EN UNA EMPRESA DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS:

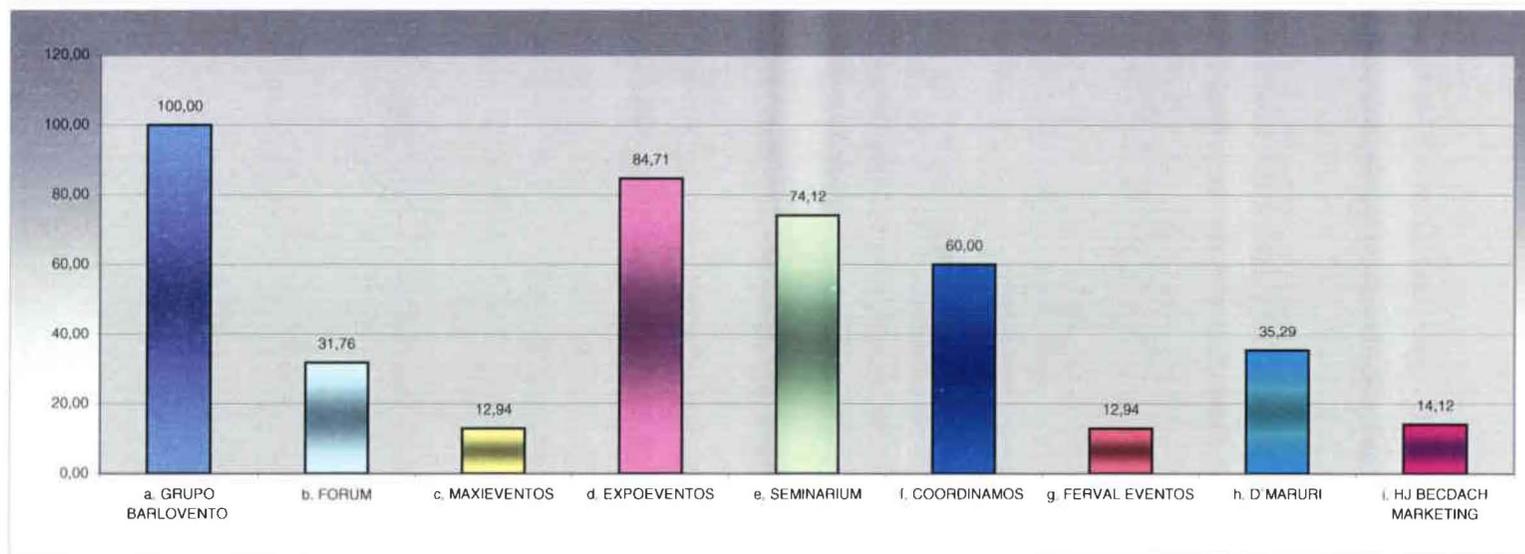
- a. EXPERIENCIA \_\_\_\_\_
- b. EXCLUSIVIDAD \_\_\_\_\_
- c. PROFESIONALISMO \_\_\_\_\_
- d. PRECIOS ACORDES AL SERVICIO \_\_\_\_\_
- e. CREATIVIDAD \_\_\_\_\_
- f. FILOSOFIA DE SERVICIO \_\_\_\_\_

**EMPRESA ENCUESTADA:**

**ANEXO 7  
RESULTADOS DEL PROCESAMIENTO DE DATOS**

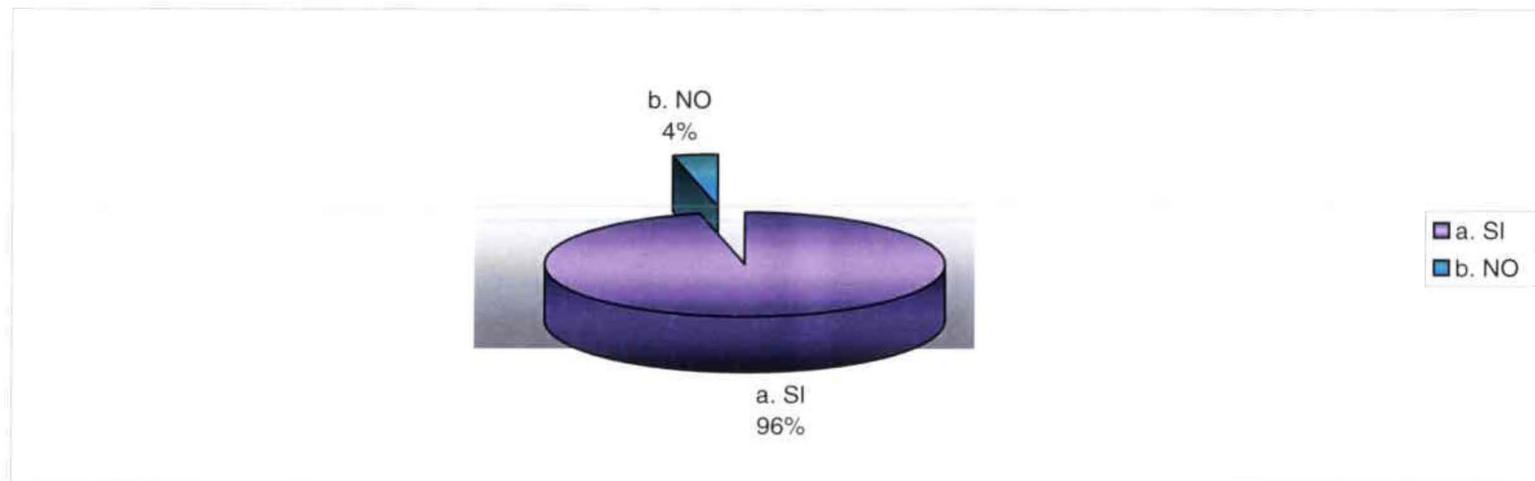
1.- MARQUE CON UNA X LAS EMPRESAS QUE SE DEDIQUEN A ORGANIZACIÓN DE EVENTOS QUE USTED CONOCE:  
(OPCION MULTIPLE)

EMPRESAS	PORCENTAJE
a. GRUPO BARLOVENTO	100,00
b. FORUM	31,76
c. MAXIEVENTOS	12,94
d. EXPOEVENTOS	84,71
e. SEMINARIUM	74,12
f. COORDINAMOS	60,00
g. FERVAL EVENTOS	12,94
h. D`MARURI	35,29
i. HJ BECDACH MARKETING	14,12



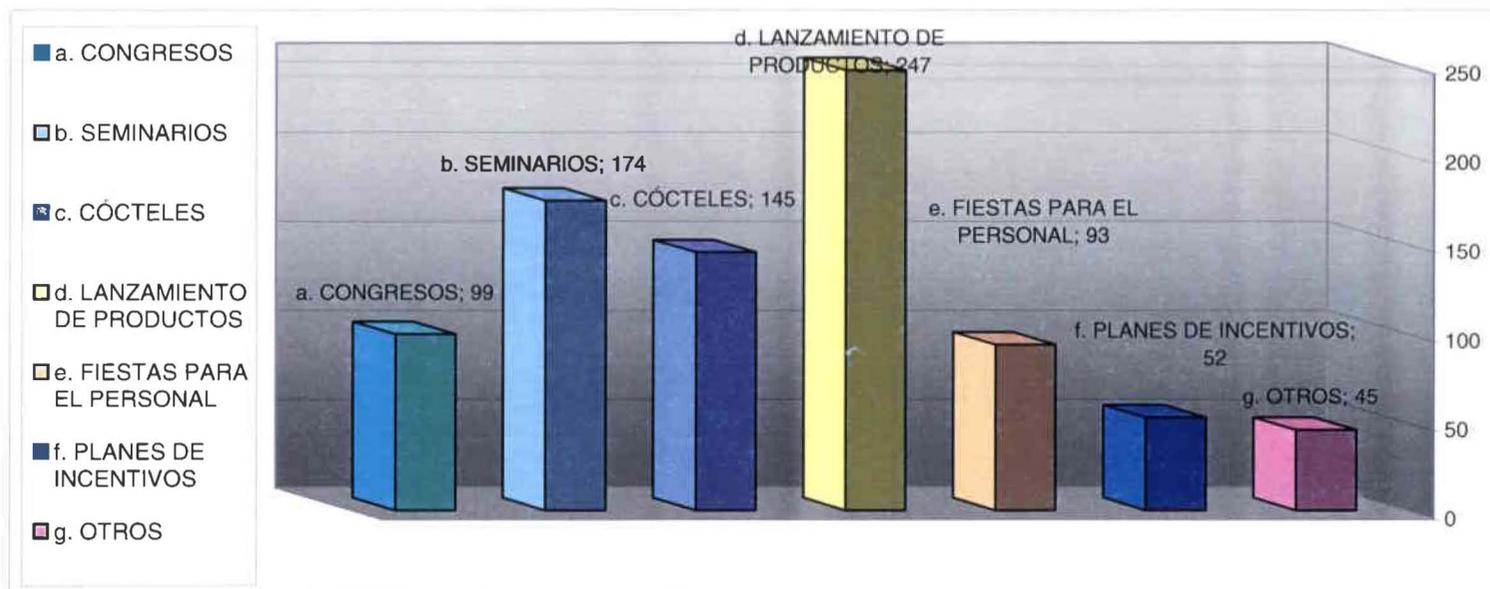
2.- DENTRO DEL PRESUPUESTO ANUAL DE SU ORGANIZACIÓN, ESTA CONSIDERADO EL RUBRO DE EVENTOS?

OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. SI	82	96,47
b. NO	3	3,53
<b>TOTAL DE RESPUESTAS OBTENIDAS</b>	<b>85</b>	<b>100</b>



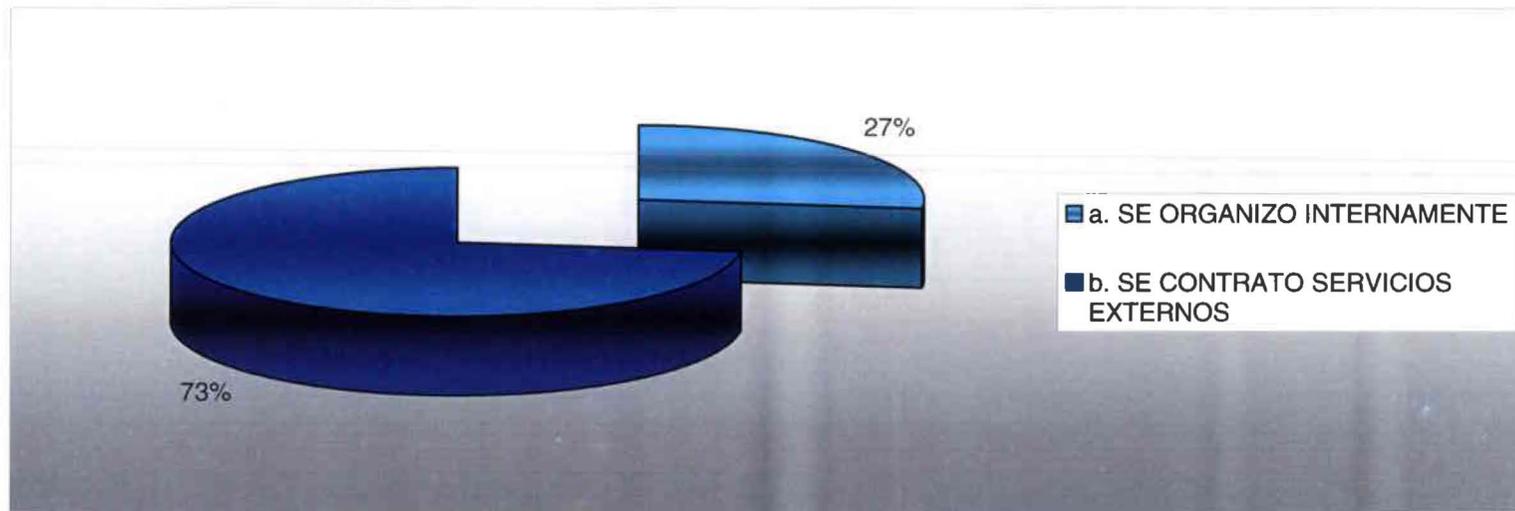
3.- CUÁNTOS EVENTOS REALIZA SU EMPRESA AL AÑO Y DE QUÉ TIPO?

EVENTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. CONGRESOS	99	11,58
b. SEMINARIOS	174	20,35
c. CÓCTELES	145	16,96
d. LANZAMIENTO DE PRODUCTOS	247	28,89
e. FIESTAS PARA EL PERSONAL	93	10,88
f. PLANES DE INCENTIVOS	52	6,08
g. OTROS	45	5,26
<b>TOTAL DE RESPUESTAS MARCADAS</b>	<b>855</b>	<b>100</b>



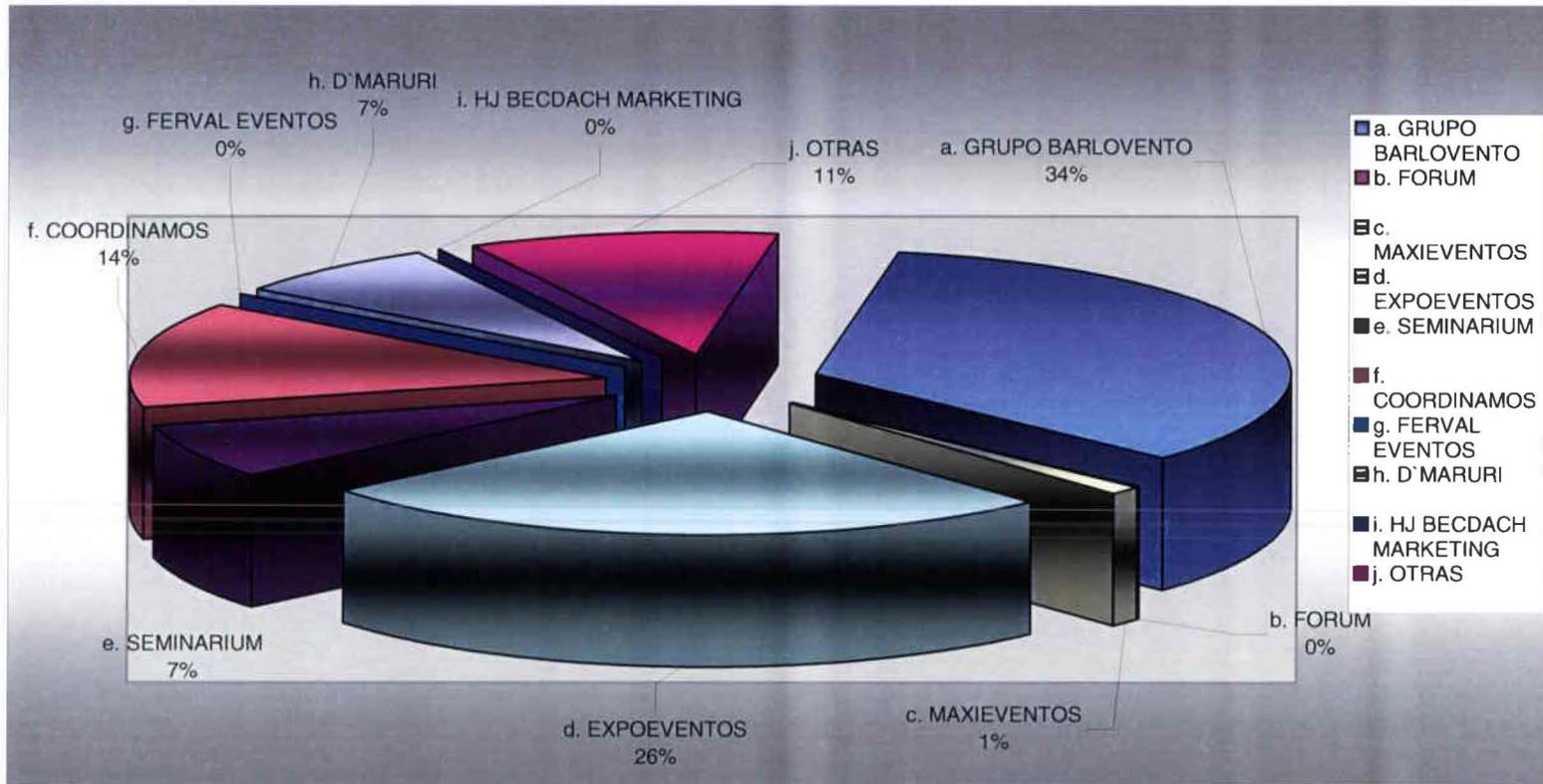
4.- EN EL ÚLTIMO EVENTO REALIZADO EN SU EMPRESA, CÓMO FUE SU ORGANIZACIÓN?

OPCION	PORCENTAJE
a. SE ORGANIZO INTERNAMENTE	27,06
b. SE CONTRATO SERVICIOS EXTERNOS	72,94
<b>TOTAL DE RESPUESTAS OBTENIDAS</b>	<b>100</b>



5.- MARQUE CON UNA X EL NOMBRE DE LA EMPRESA ENCARGADA DE LA ORGANIZACIÓN DEL ÚLTIMO EVENTO REALIZADO EN SU EMPRESA, SI ES QUE ESTA CONSTA EN LA SIGUIENTE LISTA:

<b>EMPRESA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
a. GRUPO BARLOVENTO	29	34,12
b. FORUM	0	0,00
c. MAXIEVENTOS	1	1,18
d. EXPOEVENTOS	22	25,88
e. SEMINARIUM	6	7,06
f. COORDINAMOS	12	14,12
g. FERVAL EVENTOS	0	0,00
h. D`MARURI	6	7,06
i. HJ BECDACH MARKETING	0	0,00
j. OTRAS	9	10,59
<b>TOTAL DE RESPUESTAS OBTENIDAS</b>	<b>85</b>	<b>100</b>



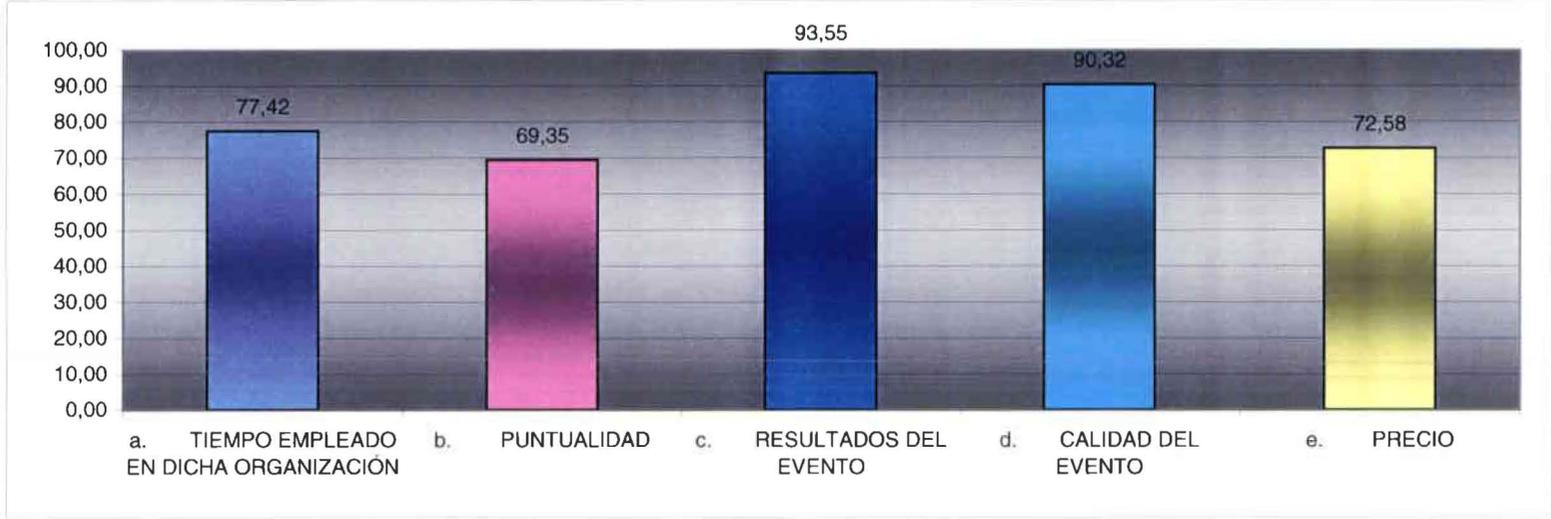
6.- SEÑALE CON UNA X LOS ASPECTOS QUE USTED CONSIDERE POSITIVOS O NEGATIVOS DE LA ORGANIZACIÓN QUE LLEVO A CABO LA EMPRESA CONTRADA:

**TABULACIÓN REALIZADA SOBRE 62 EMPRESAS QUE CONTRATAN SERVICIOS DE ORGANIZACIÓN EXTERNOS**

OPCIONES	FRECUENCIA		PORCENTAJE	
	Positivo	Negativo	Positivo	Negativo
a. TIEMPO EMPLEADO EN DICHA ORGANIZACION	48	14	77,42	22,58
b. PUNTUALIDAD	43	19	69,35	30,65
c. RESULTADOS DEL EVENTO	58	4	93,55	6,45
d. CALIDAD DEL EVENTO	56	6	90,32	9,68
e. PRECIO	45	17	72,58	27,42
<b>TOTAL DE RESPUESTAS OBTENIDAS</b>	<b>250</b>	<b>60</b>		

OPCIONES	Positivo
a. TIEMPO EMPLEADO EN DICHA ORGANIZACION	77,42
b. PUNTUALIDAD	69,35
c. RESULTADOS DEL EVENTO	93,55
d. CALIDAD DEL EVENTO	90,32
e. PRECIO	72,58

**Aspectos Positivos de la organización de la empresa contratada**



OPCIONES	Negativo
a. TIEMPO EMPLEADO EN DICHA ORGANIZACIÓN	22,58
b. PUNTUALIDAD	30,65
c. RESULTADOS DEL EVENTO	6,45
d. CALIDAD DEL EVENTO	9,68
e. PRECIO	27,42

**Aspectos Negativos de la organización de la empresa contratada**



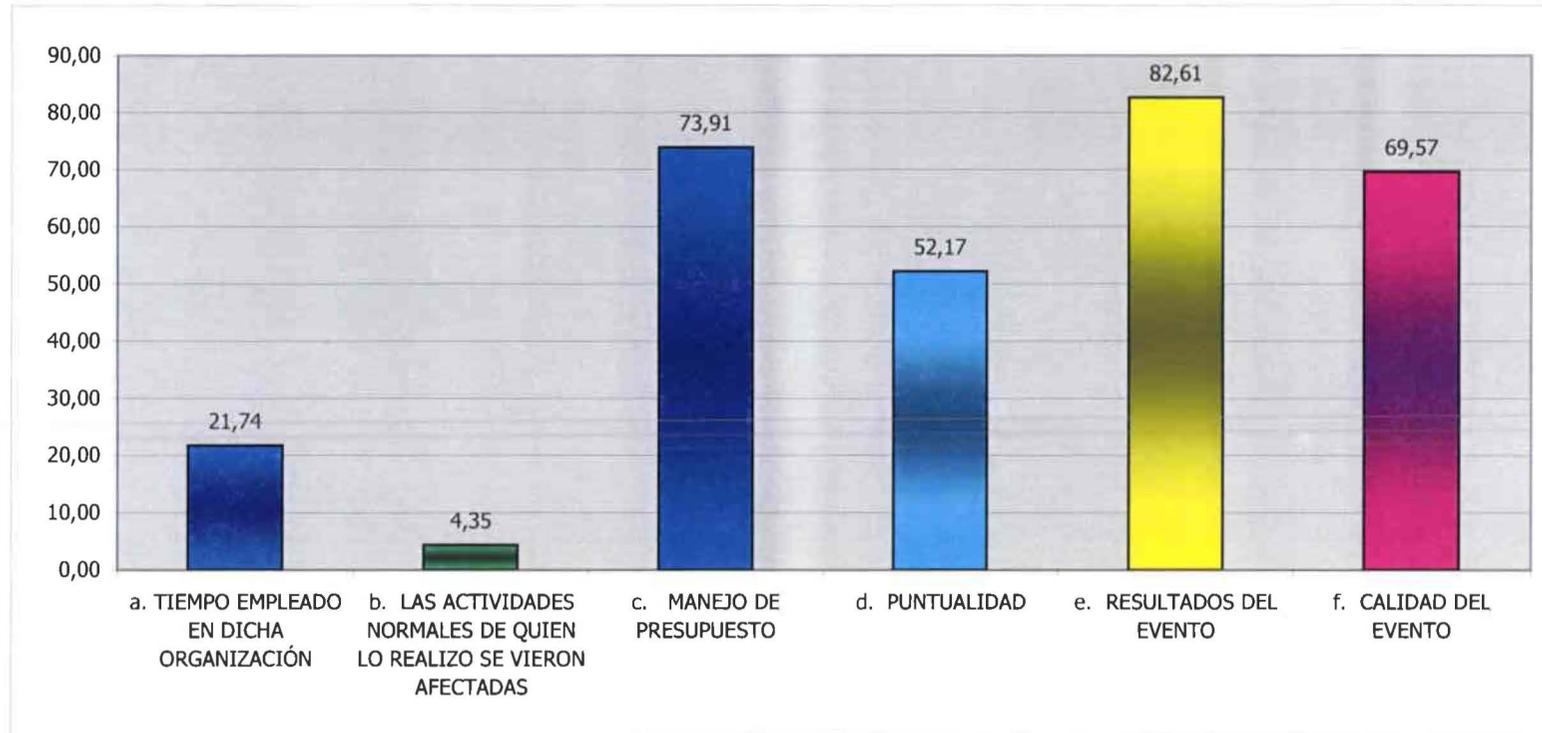
7.- DURANTE LA REALIZACIÓN DEL ÚLTIMO EVENTO EN SU EMPRESA, SI LA ORGANIZACIÓN FUE INTERNA MARQUE CON UNA X LOS ASPECTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS ENCONTRADOS:

**TABULACIÓN REALIZADA SOBRE 23 EMPRESAS QUE ORGANIZAN INTERNAMENTE SUS EVENTOS**

OPCIONES	FRECUENCIA		PORCENTAJE	
	Positivo	Negativo	Positivo	Negativo
a. TIEMPO EMPLEADO EN DICHA ORGANIZACIÓN	5	18	21,74	78,26
b. LAS ACTIVIDADES NORMALES DE QUIEN LO REALIZO SE VIERON AFECTADAS	1	22	4,35	95,65
c. MANEJO DE PRESUPUESTO	16	7	73,91	30,43
d. PUNTUALIDAD	12	11	52,17	47,83
e. RESULTADOS DEL EVENTO	19	4	82,61	17,39
f. CALIDAD DEL EVENTO	17	6	69,57	26,09
<b>TOTAL DE RESPUESTAS OBTENIDAS</b>	<b>70</b>	<b>68</b>		

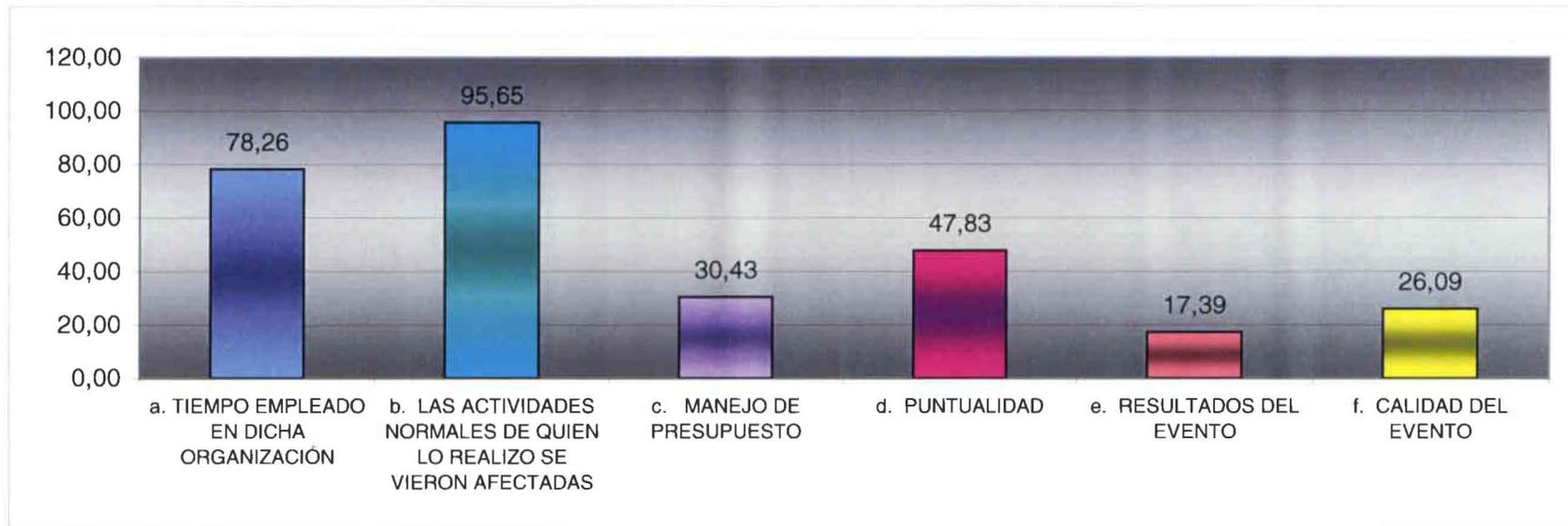
OPCIONES	Positivo
a. TIEMPO EMPLEADO EN DICHA ORGANIZACIÓN	21,74
b. LAS ACTIVIDADES NORMALES DE QUIEN LO REALIZO SE VIERON AFECTADAS	4,35
c. MANEJO DE PRESUPUESTO	73,91
d. PUNTUALIDAD	52,17
e. RESULTADOS DEL EVENTO	82,61
f. CALIDAD DEL EVENTO	69,57

### Aspectos Positivos de la organización interna



OPCIONES	Negativo
a. TIEMPO EMPLEADO EN DICHA ORGANIZACION	78,26
b. LAS ACTIVIDADES NORMALES DE QUIEN LO REALIZO SE VIERON AFECTADAS	95,65
c. MANEJO DE PRESUPUESTO	30,43
d. PUNTUALIDAD	47,83
e. RESULTADOS DEL EVENTO	17,39
f. CALIDAD DEL EVENTO	26,09

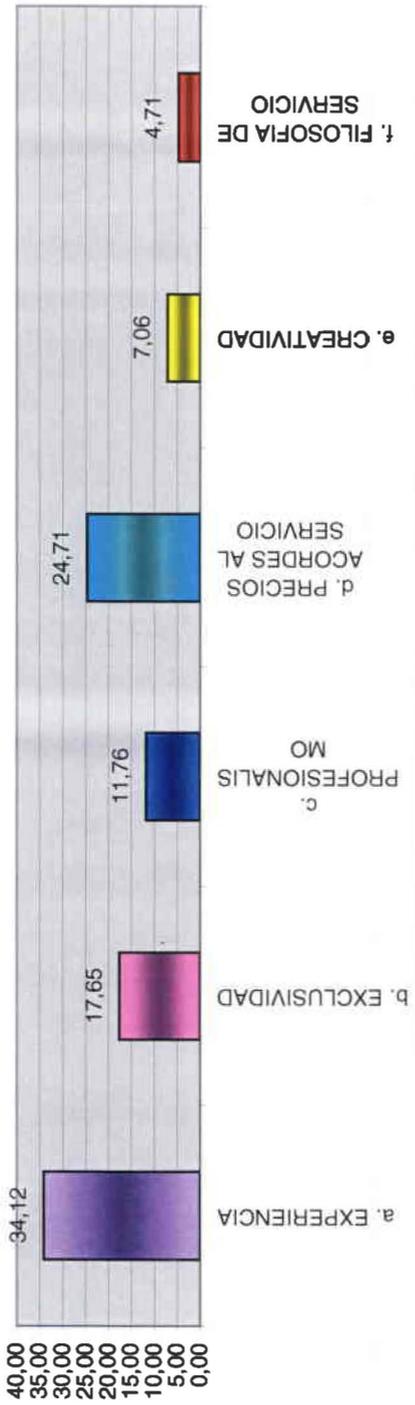
#### Aspectos Negativos de la organización interna

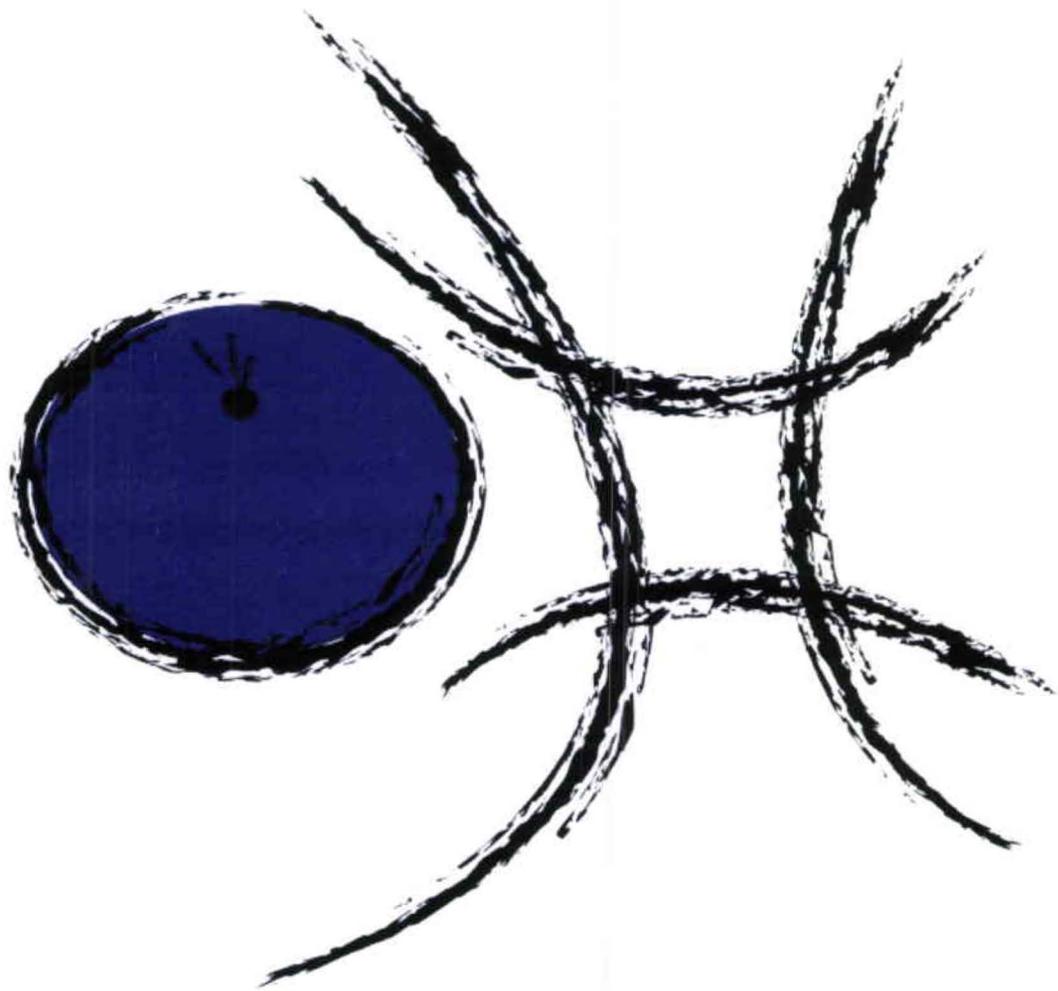


8.- MARQUE CON UNA X LA CARACTERÍSTICA QUE UD. CONSIDERE LA MÁS IMPORTANTE EN UNA EMPRESA DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS:

CARACTERISTICAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. EXPERIENCIA	29	34,12
b. EXCLUSIVIDAD	15	17,65
c. PROFESIONALISMO	10	11,76
d. PRECIOS ACORDES AL SERVICIO	21	24,71
e. CREATIVIDAD	6	7,06
f. FILOSOFIA DE SERVICIO	4	4,71
<b>TOTAL DE RESPUESTAS OBTENIDAS</b>	<b>85</b>	<b>100</b>

CARACTERISTICAS	PORCENTAJE
a. EXPERIENCIA	34,12
b. EXCLUSIVIDAD	17,65
c. PROFESIONALISMO	11,76
d. PRECIOS ACORDES AL SERVICIO	24,71
e. CREATIVIDAD	7,06
f. FILOSOFIA DE SERVICIO	4,71





**CORPOEVENTS S.A**

**CUADRO N° 2 (ANEXO 9)**  
**CORPO EVENTS S.A**  
**INVERSIONES**

RUBRO	VALOR USD.
TERRENO	-
OBRAS CIVILES	-
EQUIPOS	-
HERRAMIENTAS E IMPLEMENTOS	-
MUEBLES Y EQ. DE OFICINA	213
VEHICULOS	-
CAPITAL DE TRABAJO	2.796
INVERSION PUBLICITARIA	10.400
GASTOS DE CONSTITUCION	1.000
EQUIPOS DE COMPUTACION	660
OTROS COSTOS PREINV.	-
INTERESES DURANTE LA CONSTRUCCION	720
<b>TOTAL</b>	<b>15.789</b>

**CUADRO N° 1 (ANEXO 10)**  
**CORPO EVENTS S.A**  
**FINANCIAMIENTO DE INVERSION**

FUENTE	VALOR	%
CAPITAL PROPIO	3.789	24%
CREDITO	12.000	76%
TOTAL	15.789	100%

CUADRO N° 5 (ANEXO 11)

CORPO EVENTS S.A

TABLA DE AMORTIZACION DEL CREDITO

MONTO USD.	12.000	PLAZO	5	SERVICIO US \$.	1.630
TASA INTERES	12%	PAGOS ANUALES	2		
PERIODO	DESBOLSO	INTERES	PRINCIPAL	SERVICIO	SALDO
0	12.000				12.000
1		720	910	1.630	11.090
2		665	965	1.630	10.125
3		607	1.023	1.630	9.102
4		546	1.084	1.630	8.017
5		481	1.149	1.630	6.868
6		412	1.218	1.630	5.650
7		339	1.291	1.630	4.358
8		261	1.369	1.630	2.989
9		179	1.451	1.630	1.538
10		92	1.538	1.630	0

**CUADRO N° 3 (ANEXO 12)**  
**CORPO EVENTS S.A**  
**GASTOS GENERALES ANUALES**

RUBRO	VALOR
ARRIENDOS	1.200
TELEFONO LUZ AGUA	900
GUARDIANIA	-
MANTENIMIENTO EQUIPOS	-
MANTENIMIENTO VEHICULOS	-
GASTOS SEGUROS	
GASTOS DE PUBLICIDAD Y PROMOCION	7200
TOTAL	9.300



**CUADRO N° 16 (ANEXO 14)**  
**CORPO EVENTS S.A**  
**INFORMACION DE COSTOS DIRECTOS**

COSTOS UNITARIOS DIRECTOS	SEMINARIOS	CÓCTLES	LANZAMIENTOS PRODUCTOS	FIESTAS PARA PERSONAL	CONGRESOS	PLANES DE INCENTIVOS
	MARGEN DE COSTOS	1799,80032	5316,537984	5795,302464	4958,849664	1949,46816
Alquiler local y personal de servicio						
Servicio de Catering/ Coffee break/ bocaditos	1108	1830	1403	2037,4	1107,76	1403
Descorche		263,52	235,46	263,52		257,42
Consumo de aguas, gaseosas, jugos, café	73	305	305	305	73,2	305
Licores		656,99	656,99	656,99		656,99
Música		280	183	183		183
Equipos electrónicos	112		112		112	112
Decoración/ Escenario		112	112	116,48		112
Invitaciones, entrega y convocatoria		215,04	215,04		107,52	215,04
Modelos / Atachés		156,8	156,8			156,8
Presentador / Animador			784			
<b>TOTAL MARGEN DE COSTOS/VENTAS</b>	<b>0,718413029</b>	<b>0,7184</b>	<b>0,7184</b>	<b>0,7184</b>	<b>0,7184</b>	<b>0,7184</b>

**CUADRO N° 6 (ANEXO 15)**  
**CORPO EVENTS S.A**  
**PROYECCION DE VENTAS**

AÑO	SEMINARIOS		CÓCTLES		LANZAMIENTOS PRODUCTOS		FIESTAS PARA PERSONAL		CONGRESOS		PLANES DE INCENTIVOS	
	CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO
0												
1	5	1.799,80	4	5.316,54	8	5.795,30	3	4.958,85	3	1.949,47	2	4.734,54
2	7	1.799,80	5	5.316,54	10	5.795,30	4	4958,85	4	1949,47	3	4734,54
3	8	1.799,80	7	5.316,54	14	5.795,30	5	4958,85	5	1949,47	3	4734,54
4	11	1.799,80	9	5.316,54	18	5.795,30	7	4958,85	7	1949,47	4	4734,54
5	14	1.799,80	11	5.316,54	23	5.795,30	9	4958,85	9	1949,47	6	4734,54
6	14	1.799,80	11	5.316,54	23	5.795,30	9	4958,85	9	1949,47	6	4734,54
7	14	1.799,80	11	5.316,54	23	5.795,30	9	4958,85	9	1949,47	6	4734,54
8	14	1.799,80	11	5.316,54	23	5.795,30	9	4958,85	9	1949,47	6	4734,54
9	14	1.799,80	11	5.316,54	23	5.795,30	9	4958,85	9	1949,47	6	4734,54
10	14	1.799,80	11	5.316,54	23	5.795,30	9	4958,85	9	1949,47	6	4734,54

**CUADRO N° 7 (ANEXO 16)**  
**CORPO EVENTS S.A**  
**PROYECCION DE VENTAS**

AÑO	VALOR
0	
1	95.376
2	123.989
3	161.186
4	209.542
5	272.405
6	274.601
7	274.601
8	274.601
9	274.601
10	274.601

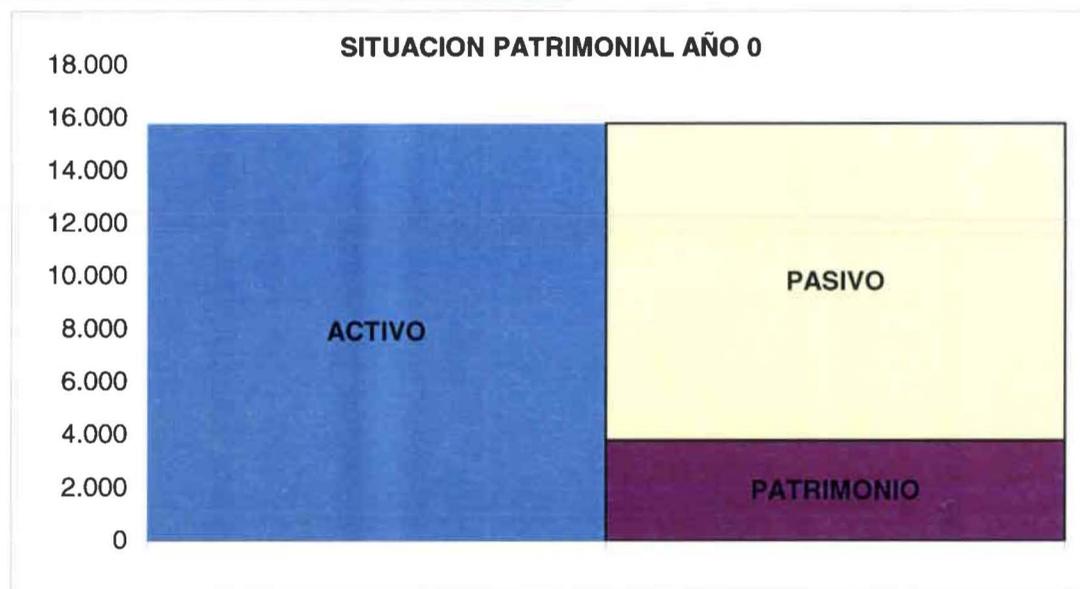


**CUADRO N° 15 (ANEXO 18)  
CORPO EVENTS S.A  
FLUJO DE EFECTIVO**

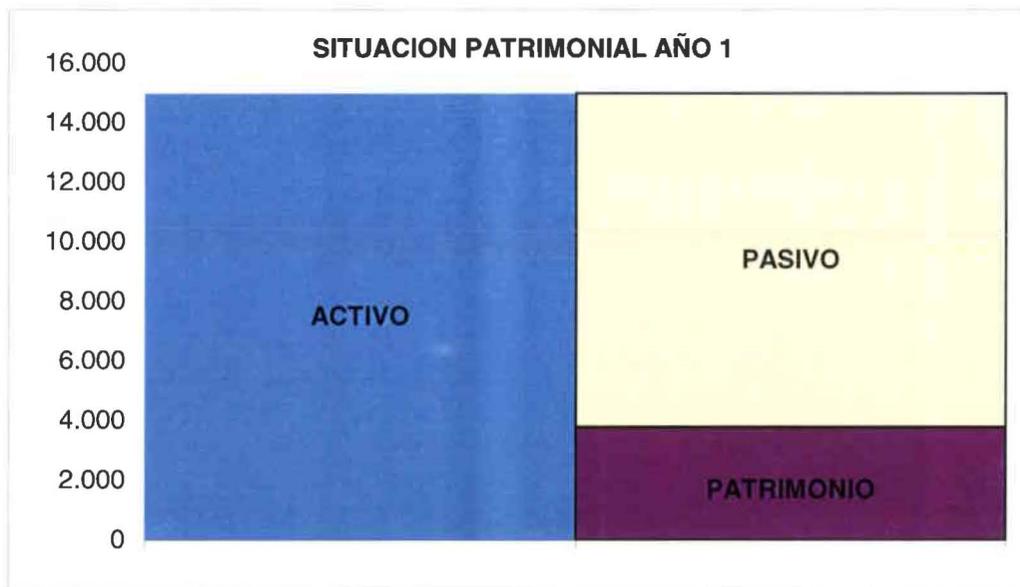
<b>AÑO</b>	<b>INVERSION</b>	<b>COSTOS OPERATIVOS</b>	<b>INTERESES</b>	<b>PART. TRABAJADORES</b>	<b>IMPUESTO RENTA</b>	<b>INGRESOS</b>	<b>FLUJO DESP. PART E IMP.</b>	<b>FLUJO OPER. ANTES. PART E IMP.</b>
	15.789						(15.789)	-15.789
1	2.105	94.828	665	-	-	95.376	(1.557)	-892
2		116.180	1.154	773	1.096	123.989	5.940	8.963
3		143.612	1.463	2.238	3.171	161.186	12.165	19.037
4		181.096	3.687	3.869	5.481	209.542	19.096	32.133
5		230.805	7.559	5.842	8.276	272.405	27.481	49.158
6		238.368	13.520	5.401	7.651	274.601	23.182	49.753
7		238.368	13.520	5.401	7.651	274.601	23.182	49.753
8		238.368	13.520	5.401	7.651	274.601	23.182	49.753
9		238.368	13.520	5.401	7.651	274.601	23.182	49.753
10		238.368	13.520	5.401	7.651	277.441	26.021	52.593
<b>TIR ANTES DE PARTICIPACION DE TRABAJADORES E IMPUESTOS</b>							<b>54,05%</b>	
<b>TIR DESPUES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS</b>								<b>76,02%</b>
<b>VALOR ACTUAL NETO AL</b>				<b>14,70%</b>			<b>60.455</b>	<b>131.532</b>
<b>RELACION BENEFICIO COSTO ANTES DE PARTICIPACION DE TRABAJAD</b>						<b>1,07</b>	<b>1,11</b>	

**(ANEXO 19 TODOS)**

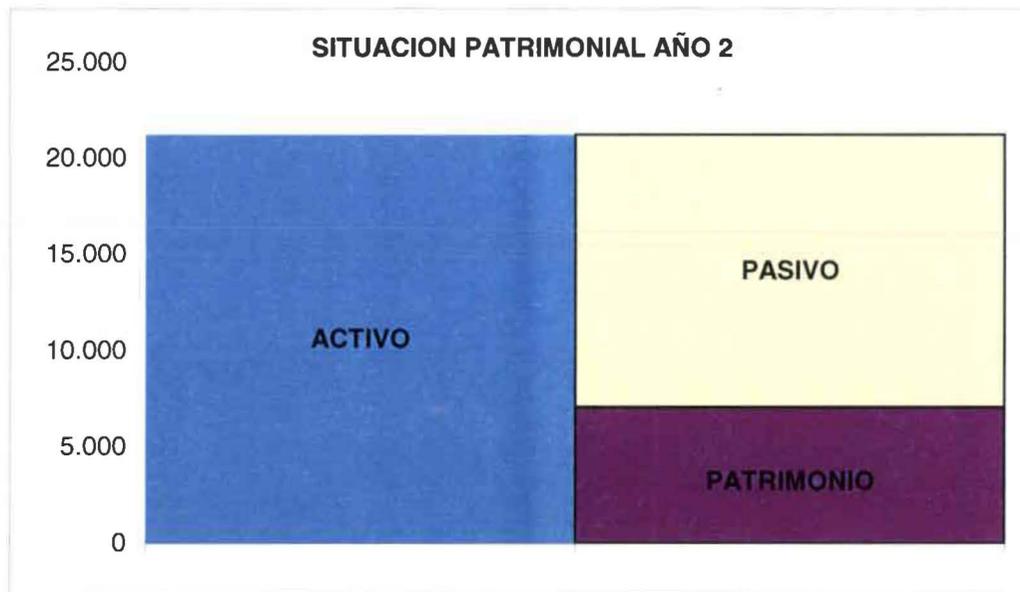
ACTIVO	15.789	
PATRIMONIO	3.789	12.000
PASIVO	12.000	3.789



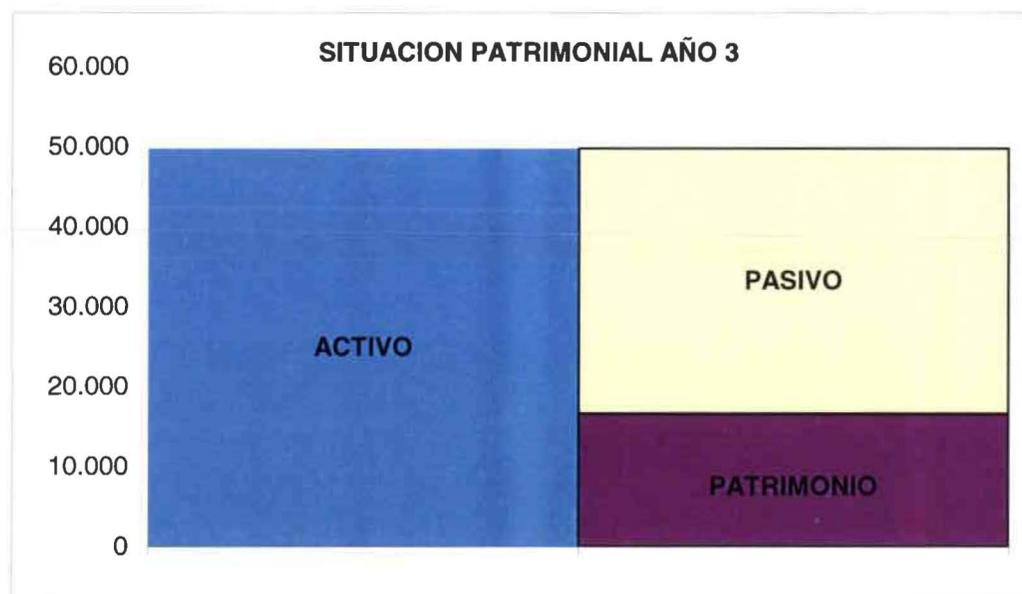
ACTIVO	14.982	
PATRIMONIO		3.789
PASIVO		11.193



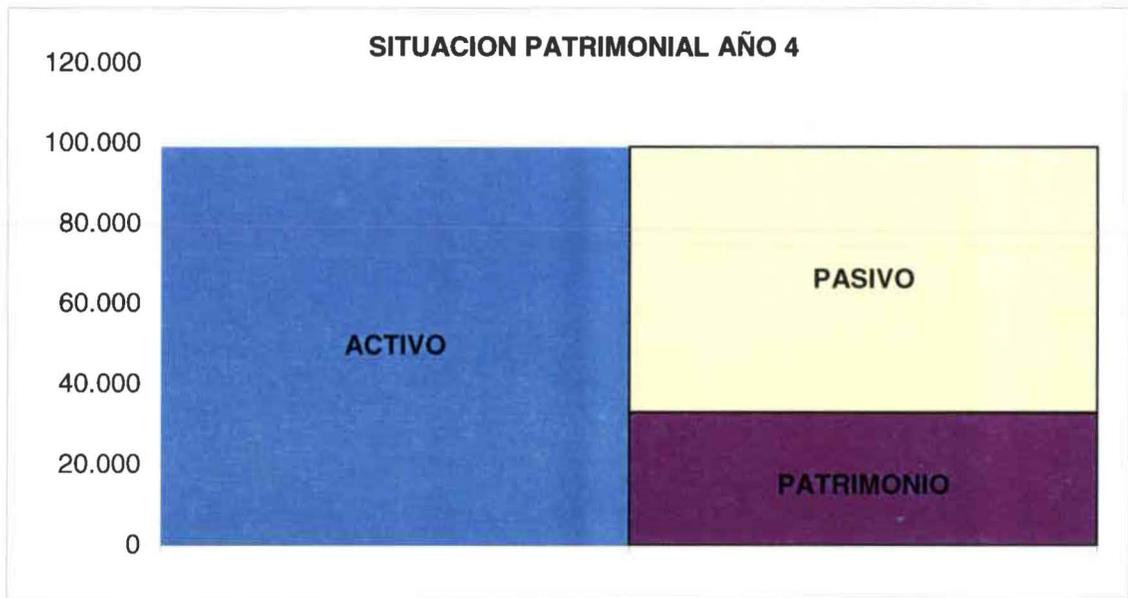
ACTIVO	21.228	
PATRIMONIO		7.076
PASIVO		14.152



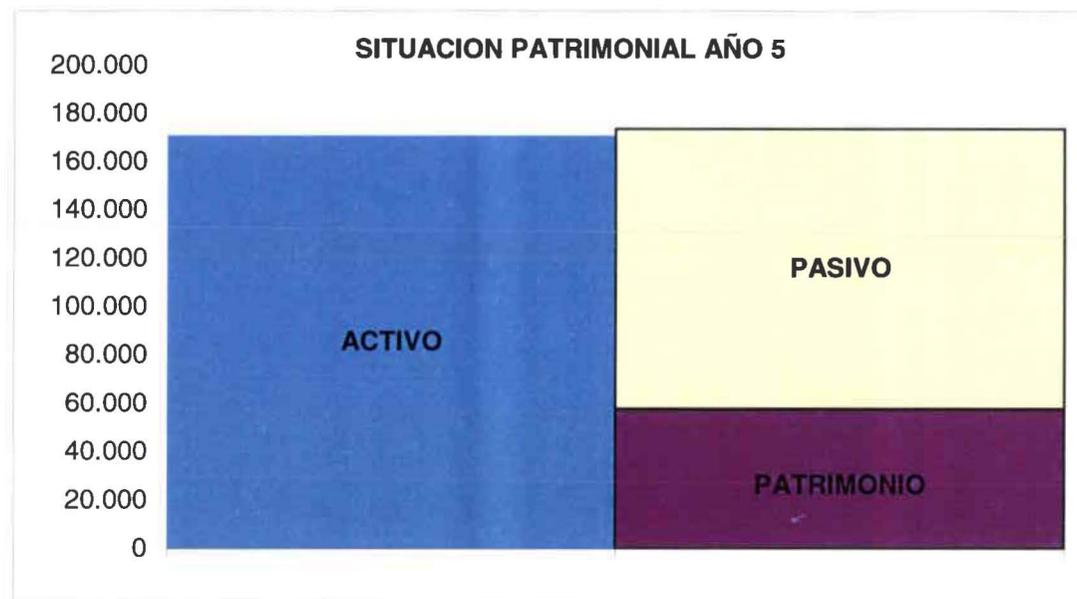
ACTIVO	49.764	
PATRIMONIO		16.588
PASIVO		33.176



ACTIVO	99.093	
PATRIMONIO		33.031
PASIVO		66.062



ACTIVO	170.958	
PATRIMONIO		57.859
PASIVO		115.718





Estado de Situación Consolidado del Total de Compañías Informantes  
A Diciembre del 2003

**Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas**

CUENTA	Total	8329	8330
<b>I. ACTIVO</b>	<b>3.468.003.495</b>	<b>1.096.763.717</b>	<b>16.306.822</b>
<b>1. ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>1.577.942.465</b>	<b>582.255.610</b>	<b>8.567.682</b>
<b>a. DISPONIBLE</b>	<b>185.157.689</b>	<b>58.778.780</b>	<b>589.222</b>
CAJA, BANCOS	111.873.872	37.678.525	510.665
INVERSIONES FINANCIERAS TEMPORALES	73.283.817	21.100.255	78.557
<b>b. EXIGIBLE</b>	<b>959.963.720</b>	<b>435.861.828</b>	<b>6.749.240</b>
CUENTAS POR COBRAR CLIENTES NO RELACION.	502.420.257	309.015.526	1.768.016
(-) PROVISION CUENTAS INCOBRABLES	-36.023.894	-28.842.834	-50.709
CTAS. POR COBRAR CLIENTES RELACION.	261.725.716	83.092.488	3.749.842
OTRAS CUENTAS POR COBRAR	162.184.190	49.452.818	663.445
CREDITO TRIBUTARIO A FAVOR EMPRESA (IVA)	36.199.629	12.596.056	399.410
CREDITO TRIBUTARIO A FAVOR EMPRESA (IMPUESTO A LA RENTA)	33.457.821	10.547.774	219.237
<b>c. REALIZABLE</b>	<b>310.325.857</b>	<b>61.689.720</b>	<b>1.152.753</b>
INVENTARIO DE MATERIA PRIMA	42.410.629	21.742.995	0
INVENTARIO DE PRODUCTOS EN PROCESO	62.812.259	1.447.326	0
INVENTARIO DE SUMINISTROS Y MATERIALES	17.808.427	4.266.571	410.726
INVENTARIO DE PRODUCTOS TERMINADOS Y MERCADERIAS EN ALMACEN	154.354.011	20.480.275	512.750
MERCADERIAS EN TRANSITO	17.249.527	7.753.792	107.709
INVENTARIO DE REPUESTOS, HERRAMIENTAS Y ACCESORIOS	15.691.004	5.998.761	121.568
<b>d. OTROS</b>	<b>122.495.199</b>	<b>25.925.282</b>	<b>76.467</b>
<b>2. ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>1.890.061.030</b>	<b>514.508.107</b>	<b>7.739.140</b>
<b>a. FIJO TANGIBLE</b>	<b>961.687.126</b>	<b>180.177.430</b>	<b>7.345.057</b>
TERRENOS	174.702.442	11.723.131	148.597
EDIFICIOS E INSTALACIONES	557.592.834	45.959.093	354.304
MAQUINARIA, MUEBLES, ENSERES, EQUIPO	373.661.208	135.606.874	7.393.540
EQUIPO DE COMPUTACION	58.031.178	15.789.734	126.054
VEHICULOS	94.223.650	36.058.783	803.658
OTROS ACTIVOS FIJOS TANGIBLES	98.035.333	18.609.608	1.352.389
(-) DEPRECIACION ACUMULADA ACTIVO FIJO	-389.578.354	-82.012.953	-2.697.002
(-) DEPRECIACION ACUMULADA ACELERADA ACTIVO FIJO	-4.981.164	-1.556.840	-136.482
<b>b. FIJO INTANGIBLE</b>	<b>54.022.945</b>	<b>22.049.601</b>	<b>0</b>
MARCAS, PATENT., DERECHOS LLAVE Y SIMILILARES	108.818.280	61.253.224	0
(-) AMORTIZACIONES ACUMULADAS	-54.795.336	-39.203.623	0
<b>c. DIFERIDO</b>	<b>152.739.426</b>	<b>80.432.189</b>	<b>259.102</b>
<b>d. OTROS ACTIVOS</b>	<b>721.611.533</b>	<b>231.848.887</b>	<b>134.980</b>
<b>II. PASIVO</b>	<b>2.169.435.867</b>	<b>782.445.595</b>	<b>10.183.253</b>
<b>1. PASIVO CORRIENTE</b>	<b>1.380.778.744</b>	<b>543.666.566</b>	<b>6.869.275</b>
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR PROVEEDORES	409.294.633	149.766.252	2.662.407
OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS	266.814.876	136.186.949	394.507

PRESTAMOS DE SUCURSALES, ACCIONISTAS Y CASA MATRIZ	321.881.909	107.432.803	1.840.115
OBLIGACIONES	100.646.720	46.137.246	754.467
OTROS PASIVOS	282.140.606	104.143.316	1.217.779
<b>2. PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>788.657.123</b>	<b>238.779.029</b>	<b>3.313.978</b>
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR PROVEEDORES	77.496.172	17.853.427	250.886
OBLIGACIONES CON INSTITUCION FINANCIERAS	239.279.506	58.662.319	1.380.166
PRESTAMOS DE SUCURSALES, ACCIONISTAS Y CASA MATRIZ	212.949.476	83.030.223	940.344
OTROS PASIVOS	158.057.908	64.334.865	725.013
PASIVO DIFERIDO	100.874.061	14.898.195	17.569
<b>III. PATRIMONIO</b>	<b>1.298.567.628</b>	<b>314.318.122</b>	<b>6.123.569</b>
<b>1. CAPITAL</b>	<b>493.169.269</b>	<b>183.269.081</b>	<b>1.397.994</b>
<b>2. RESERVAS</b>	<b>871.926.428</b>	<b>137.924.943</b>	<b>1.935.121</b>
<b>3. RESULTADOS</b>	<b>-66.528.070</b>	<b>-6.875.902</b>	<b>2.790.454</b>
UTILIDAD NO DISTRIBUIDA EJERCICIOS ANTER.	90.283.402	22.157.699	1.767.951
PERDIDA EJERCICIOS ANTERIORES	-203.065.975	-54.533.881	-86.061
UTILIDAD (PERDIDA) DEL EJERCICIO	46.254.504	25.500.281	1.108.564
<b>PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>3.468.003.495</b>	<b>1.096.763.717</b>	<b>16.306.822</b>
<b>Número de Compañías</b>	<b>10.691</b>	<b>2.184</b>	<b>46</b>

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaboración: Dirección de Estudios Económicos Societarios.

**ANEXO DE PARAMETROS (ANEXO 21)**

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVENTARIO PRODUCTOS TEMINADOS (MESES VTA)					
GASTOS DE VENTAS (COMISIONES)					
IMPREVISTOS	1,50%				
TASA INTERES CRED. CORTO PLAZO	12,00%				
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION (% SOBRE VTAS)					
INDICE DE APALANCAMIENTO FINANCIERO	3	3	3	3	3
PLAZO DE VENTAS A CREDITO DIAS	15				
DIST. DIVIDENDOS % UTILIDADES DEL EJERCICIO					

**CORPO EVENTS S.A**  
**INDICES FINANCIEROS DE LA COMPAÑÍA (ANEXO 22)**

INDICES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LIQUIDEZ GENERAL	1,46	1,59	1,48	1,46	1,48
PRUEBA DE ACIDO		1,59	1,48	1,46	1,48
APALANCAMIENTO FINANCIERO	3,95	3,00	3,00	3,00	2,95
RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO	-35,72%	86,74%	134,43%	99,12%	75,17%
ENDEUDAMIENTO DEL ACTIVO	0,75	0,67	0,67	0,67	0,68
ENDEUDAMIENTO DEL ACTIVO FIJO	5,89	17,07	89,49	-753,16	-211,88
ENDEUDAMIENTO PATRIMONIAL	2,95	2,00	2,00	2,00	2,00
ROTACION DE CARTERA	24,00	24,00	24,00	24,00	31,20
ROTACION DE ACTIVO FIJO	148,15	299,08	869,60	-4777,91	-997,56
ROTACION DE VENTAS	6,37	5,84	3,24	2,11	1,59
PERIODO MEDIO DE COBRANZAS	96,82	15,21	15,21	15,21	11,70
IMPACTO DE LA CARGA FINANCIERA	0,01	0,01	0,01	0,02	0,03
MARGEN BRUTO	1,72	1,72	1,72	1,72	1,72
PATRIMONIO	3.789	7.076	16.588	33.031	57.859
ACTIVO TOTAL	14.982	21.228	14.982	49.764	99.093
PASIVO CORRIENTE	3.175	8.502	30.187	66.062	115.718

**COTIZACION**  
**TIPO DE EVENTO: CÓCTEL**

<b>CLIENTE</b>					
<b>EVENTO</b>					
<b>FECHA EVENTO</b>					
<b>HORA</b>					
<b>LUGAR</b>					
<b>NÚMERO DE ASISTENTES</b> 100					
<b>Fecha de cotización</b>					
<b>RUBROS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>	<b>VALOR</b>	<b>12% iva</b>	<b>VALOR</b>
		<b>INDIV.</b>	<b>NETO</b>	<b>10% servicio</b>	<b>TOTAL</b>
<b>SWISSOTEL SALON ST. MORITZ D</b>					
Alquiler Salón	<b>CORTESIA</b>			0,00	0,00
Cortesía:	<b>DE 21:00 A 2:00</b>				
Iluminación y amplificación de sonido					
Mantelería y menaje					
Servicio de meseros					
<b>Descorche</b>	<b>botellas</b>				<b>263,52</b>
Whisky, Ron	<b>18</b>	<b>5,00</b>	<b>88,00</b>	<b>19,36</b>	<b>107,36</b>
Vinos, champagne	<b>32</b>	<b>4,00</b>	<b>128,00</b>	<b>28,16</b>	<b>156,16</b>
<b>Servicio de Cóctel SWISSOTEL</b>	<b>100</b>	<b>15,00</b>	<b>1.500,00</b>	<b>330,00</b>	<b>1.830,00</b>
Canapés de queso con uva					
Mini ceviche de concha y cangrejo					
Perlas de molón con jamón					
Camarones con salsa tártara					
Brochetas de pechuga de pollo					
Tocino ahumado con ciruelas pasas					
Selección de petit fours					
<b>Consumos de aguas, gaseosas, jugos</b>	<b>100</b>	<b>2,50</b>	<b>250,00</b>	<b>55,00</b>	<b>305,00</b>
<b>Licores</b>	<b>botellas</b>				<b>656,99</b>
Champagne Jean Perico (español)	10	7,86	78,60	9,43	88,03
Whisky Jhonny rojo (a consignación)	22	16,00	352,00	42,24	394,24
Vinos blanco y tinto, Concha y loro	30	5,20	156,00	18,72	174,72
<b>Quinteto de cuerdas (2 horas)</b>		<b>250,00</b>	<b>250,00</b>	<b>30,00</b>	<b>280,00</b>
<b>Decoración / escenario</b>					<b>112,00</b>
Arreglos de rosas para consolas	5	20,00	100,00	12,00	112,00
<b>Invitaciones, entrega y convocatoria</b>					<b>215,04</b>
Cartulina kimberly, repujado doble y sello de la Compañía	120	1,00	120,00	14,40	134,40
Entrega de invitaciones en Quito	120	0,60	72,00	8,64	80,64
<b>Modelos</b>					
Honorarios día modelo categoría AA	2	70,00	140,00	16,80	156,80
<b>Corpo Events Organizaciones</b>		<b>1.336,77</b>	<b>1.336,77</b>	<b>160,41</b>	<b>1.497,19</b>
Coordinación, organización, atención del evento					
<b>SUBTOTAL ANTES DE HONORARIOS</b>					<b>3.819,35</b>
<b>TOTAL A PAGAR</b>					<b>5.316,54</b>

**COTIZACION**  
**TIPO DE EVENTO: LANZAMIENTO DE PRODUCTOS**

<b>CLIENTE</b>					
<b>EVENTO</b>					
<b>FECHA EVENTO</b>					
<b>HORA</b>					
<b>LUGAR</b>					
<b>NÚMERO DE ASISTENTES</b> 100					
<b>Fecha de cotizacion</b>					
<b>RUBROS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>	<b>VALOR</b>	<b>12% iva</b>	<b>VALOR</b>
		<b>INDIV.</b>	<b>NETO</b>	<b>10% servicio</b>	<b>TOTAL</b>
<b>HOTEL QUITO</b>					
Alquiler Salón		CORTESIA		0,00	0,00
Cortesía:		DE 21:00 A 2:00			
Iluminación y amplificación de sonido					
Mantelería y menaje					
Servicio de meseros					
<b>Descorche</b>	<b>botellas</b>				235,46
Whisky, Ron	18	4,50	81,00	17,82	98,82
Vinos, champagne	32	3,50	112,00	24,64	136,64
<b>Servicio de Cóctel</b>	<b>100</b>	<b>11,50</b>	<b>1.150,00</b>	<b>253,00</b>	<b>1.403,00</b>
Tostaditas con mousse de salmón					
Pollo japonés					
Mini Crab cake					
Mini brocheta de mariscos					
Jamón al caramelo y piña					
Pavo en salsa de ciruelas					
Filet Mignon					
Passalabierres ( tartitas de anchoas, tomate y albahaca)					
Dulce kebab de fruta en salsa de jengibre					
<b>Consumos de aguas, gaseosas, jugos</b>	<b>100</b>	<b>2,50</b>	<b>250,00</b>	<b>55,00</b>	<b>305,00</b>
<b>Licores</b>	<b>botellas</b>				656,99
Champagne Jean Perico (español)	10	7,86	78,60	9,43	88,03
Whisky Jhonny rojo (a consignación)	22	16,00	352,00	42,24	394,24
Vinos blanco y tinto, Concha y toro	30	5,20	156,00	18,72	174,72
<b>Disco Móvil</b>		<b>150,00</b>	<b>150,00</b>	<b>33,00</b>	<b>183,00</b>
<b>Equipos Electrónicos</b>		<b>100</b>	<b>100,00</b>	<b>12,00</b>	<b>112,00</b>
Micrófono para podium	1				
Micrófono inalámbrico corbatero (cortesía)	1				
Infocus y pantalla	1				
<b>Decoración / escenario</b>					112,00
Arreglos de rosas para consolas	5	20,00	100,00	12,00	112,00
<b>Invitaciones, entrega y convocatoria</b>					215,04
Cartulina kimberly, repujado doble y sello de la Compañía	120	1,00	120,00	14,40	134,40
Entrega de invitaciones en Quito	120	0,60	72,00	8,64	80,64
<b>Modelos</b>					
Honorarios día modelo categoría AA	2	70,00	140,00	16,80	156,80
<b>Presentadora</b>		<b>700,00</b>	<b>700,00</b>	<b>84,00</b>	<b>784,00</b>
Servicios de María Mercedes Cuesta					
<b>Corpo Events Organizaciones</b>		<b>1.457,15</b>	<b>1.457,15</b>	<b>174,86</b>	<b>1.632,01</b>
Coordinación, organización, atención del evento					
<b>SUBTOTAL ANTES DE HONORARIOS</b>					<b>4.163,29</b>
<b>TOTAL A PAGAR</b>					<b>5.795,30</b>

**COTIZACION**  
**TIPO DE EVENTO: FIESTAS PARA EL PERSONAL**

<b>CLIENTE</b>					
<b>EVENTO</b>					
<b>FECHA EVENTO</b>					
<b>HORA</b>					
<b>LUGAR</b>					
<b>NÚMERO DE ASISTENTES</b> <span style="float: right;">100</span>					
<b>Fecha de cotizacion</b>					
<b>RUBROS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>	<b>VALOR</b>	<b>12% iva</b>	<b>VALOR</b>
		<b>INDIV.</b>	<b>NETO</b>	<b>10% servicio</b>	<b>TOTAL</b>
<b>SWISSOTEL SALON ST. MORITZ D</b>					
Alquiler Salón	<b>CORTESIA</b>			<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
Cortesía:	<b>DE 21:00 A 2:00</b>				
Iluminación y amplificación de sonido					
Mantelería y menaje					
Servicio de meseros					
<b>Descorche</b>	<b>botellas</b>				<b>263,52</b>
Whisky, Ron	<b>18</b>	<b>5,00</b>	<b>88,00</b>	<b>19,36</b>	<b>107,36</b>
Vinos, champagne	<b>32</b>	<b>4,00</b>	<b>128,00</b>	<b>28,16</b>	<b>156,16</b>
<b>Servicio de Cena</b>	<b>100</b>	<b>16,70</b>	<b>1.670,00</b>	<b>367,40</b>	<b>2.037,40</b>
Crepes de mariscos					
Pavo en salsa de mango					
Lomo en salsa de pistachos					
Arroz negro					
Ensalada					
Peras al vino tinto					
<b>Consumos de aguas, gaseosas, jugos</b>	<b>100</b>	<b>2,50</b>	<b>250,00</b>	<b>55,00</b>	<b>305,00</b>
<b>Licores</b>	<b>botellas</b>				<b>656,99</b>
Champagne Jean Perico (español)	<b>10</b>	<b>7,86</b>	<b>78,60</b>	<b>9,43</b>	<b>88,03</b>
Whisky Jhonny rojo (a consignación)	<b>22</b>	<b>16,00</b>	<b>352,00</b>	<b>42,24</b>	<b>394,24</b>
Vinos blanco y tinto, Concha y toro	<b>30</b>	<b>5,20</b>	<b>156,00</b>	<b>18,72</b>	<b>174,72</b>
<b>DISCO MOVIL</b>		<b>150,00</b>	<b>150,00</b>	<b>33,00</b>	<b>183,00</b>
<b>Decoración / escenario</b>					<b>116,48</b>
Centros de mesa	<b>13</b>	<b>8,00</b>	<b>104,00</b>	<b>12,48</b>	<b>116,48</b>
<b>Corpo Events Organizaciones</b>		<b>1.246,84</b>	<b>1.246,84</b>	<b>149,62</b>	<b>1.396,46</b>
<small>Coordinación, organización, atención del evento</small>					
<b>SUBTOTAL ANTES DE HONORARIOS</b>					<b>3.562,39</b>
<b>TOTAL A PAGAR</b>					<b>4.958,85</b>

**COTIZACION**  
**TIPO DE EVENTO: PLAN DE INCENTIVOS**

<b>CLIENTE</b>					
<b>EVENTO</b>					
<b>FECHA EVENTO</b>					
<b>HORA</b>					
<b>LUGAR</b>					
<b>NÚMERO DE ASISTENTES</b> 100					
<b>Fecha de cotización</b>					
<b>RUBROS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>	<b>VALOR</b>	<b>12% iva</b>	<b>VALOR</b>
		<b>INDIV.</b>	<b>NETO</b>	<b>10% servicio</b>	<b>TOTAL</b>
<b>HOTEL QUITO</b>					
Alquiler Salón	CORTESIA			0,00	0,00
Cortesía:	DE 21:00 A 2:00				
Iluminación y amplificación de sonido					
Mantelería y menaje					
Servicio de meseros					
<b>Descorche</b>	<b>botellas</b>				<b>257,42</b>
Whisky, Ron	22	4,50	99,00	21,78	120,78
Vinos, champagne	32	3,50	112,00	24,64	136,64
<b>Servicio de Cóctel</b>	<b>100</b>	<b>11,50</b>	<b>1.150,00</b>	<b>253,00</b>	<b>1.403,00</b>
Tostaditas con mousse de salmón					
Pollo japonés					
Mini Crab cake					
Mini brocheta de mariscos					
Jamón al caramelo y piña					
Pavo en salsa de ciruelas					
Filet Mignon					
Passalabieres ( tartitas de anchoas, tomate y albahaca)					
Dulce kebab de fruta en salsa de jengibre					
<b>Consumos de aguas, gaseosas, jugos</b>	<b>100</b>	<b>2,50</b>	<b>250,00</b>	<b>55,00</b>	<b>305,00</b>
<b>Licores</b>	<b>botellas</b>				<b>656,99</b>
Champagne Jean Perico (español)	10	7,86	78,60	9,43	88,03
Whisky Jhonny rojo (a consignación)	22	16,00	352,00	42,24	394,24
Vinos blanco y tinto. Concha y toro	30	5,20	156,00	18,72	174,72
<b>Disco Móvil</b>		<b>150,00</b>	<b>150,00</b>	<b>33,00</b>	<b>183,00</b>
<b>Equipos Electrónicos</b>		<b>100</b>	<b>100,00</b>	<b>12,00</b>	<b>112,00</b>
Micrófono para podium	1				
Micrófono inalámbrico corbatero (cortesía)	1				
Infocus y pantalla	1				
<b>Decoración / escenario</b>					<b>112,00</b>
Arreglos de rosas para consolas	5	20,00	100,00	12,00	112,00
<b>Invitaciones, entrega y convocatoria</b>					<b>215,04</b>
Cartulina kimberly, repujado doble y sello de la Compañía	120	1,00	120,00	14,40	134,40
Entrega de invitaciones en Quito	120	0,60	72,00	8,64	80,64
<b>Modelos</b>					
Honorarios día modelo categoría AA	2	70,00	140,00	16,80	156,80
<b>Corpo Events Organizaciones</b>		<b>1.190,44</b>	<b>1.190,44</b>	<b>142,85</b>	<b>1.333,29</b>
Coordinación, organización, atención del evento					
<b>SUBTOTAL ANTES DE HONORARIOS</b>					<b>3.401,25</b>
<b>TOTAL A PAGAR</b>					<b>4.734,54</b>

**COTIZACION**  
**TIPO DE EVENTO: SEMINARIO**

<b>CLIENTE</b>					
<b>EVENTO</b>					
<b>FECHA EVENTO</b>					
<b>HORA</b>					
<b>LUGAR</b>					
<b>NÚMERO DE ASISTENTES</b>				<b>40</b>	
<b>Fecha de cotizacion</b>					
<b>RUBROS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>	<b>VALOR</b>	<b>12% iva</b>	<b>VALOR</b>
		<b>INDIV.</b>	<b>NETO</b>	<b>10% servicio</b>	<b>TOTAL</b>
<b>HOTEL SHERATON FOUR POINTS</b>					
Alquiler Salón	1		0,00	0,00	0,00
<b>Coffee break</b>	<b>40</b>	<b>6,00</b>	<b>240,00</b>	<b>52,80</b>	<b>292,80</b>
Mini empanadas de verde y morocho					
Mini quiche Loraine					
Pastelería					
Café o Té					
<b>Servicio de Almuerzo</b>					
<b>Alternativa 1</b>	<b>40</b>	<b>16,70</b>	<b>668,00</b>	<b>146,96</b>	<b>814,96</b>
Quenelles en salsa de camarones					
Filet mignon al vino					
Guarnición a criterio del chef					
Cassata Napolitana					
<b>Alternativa 2</b>	<b>40</b>	<b>16,70</b>	<b>668,00</b>	<b>146,96</b>	<b>814,96</b>
Aguacate relleno Neptun					
Filete de corvina en salsa de mejillones					
Guarnición a criterio del chef					
Strudel de piña					
<b>Consumos de aguas, gaseosas, jugos</b>	<b>40</b>	<b>1,50</b>	<b>60,00</b>	<b>13,20</b>	<b>73,20</b>
<b>Equipos Electrónicos</b>		<b>100</b>	<b>100,00</b>	<b>12,00</b>	<b>112,00</b>
Micrófono para podium	1				
Micrófono inalámbrico corbatero (cortesía)	1				
Infocus y pantalla	1				
<b>Corpo Events Organizaciones</b>		<b>452,54</b>	<b>452,54</b>	<b>54,30</b>	<b>506,84</b>
Coordinación, organización, atención del evento					
<b>SUBTOTAL ANTES DE HONORARIOS</b>					<b>1.292,96</b>
<b>TOTAL A PAGAR</b>					<b>1.799,80</b>

**COTIZACION**  
**TIPO DE EVENTO: CONGRESOS**

<b>CLIENTE</b>					
<b>EVENTO</b>					
<b>FECHA EVENTO</b>					
<b>HORA</b>					
<b>LUGAR</b>					
<b>NÚMERO DE ASISTENTES</b> 40					
<b>Fecha de cotizacion</b>					
<b>RUBROS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>	<b>VALOR</b>	<b>12% iva</b>	<b>VALOR</b>
		<b>INDIV.</b>	<b>NETO</b>	<b>10% servicio</b>	<b>TOTAL</b>
<b>HOTEL DANN CARLTON</b>					
Alquiler Salón	1	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Coffee break</b>	<b>40</b>	<b>6,00</b>	<b>240,00</b>	<b>52,80</b>	<b>292,80</b>
Mini empanadas de verde y morocho					
Mini quiche Loraine					
Pastelería					
Café o Té					
<b>Servicio de Almuerzo</b>					
<b>Alternativa 1</b>	<b>40</b>	<b>16,70</b>	<b>668,00</b>	<b>146,96</b>	<b>814,96</b>
Quenelles en salsa de camarones					
Filet mignon al vino					
Guarnición a criterio del chef					
Cassata Napolitana					
<b>Alternativa 2</b>	<b>40</b>	<b>16,70</b>	<b>668,00</b>	<b>146,96</b>	<b>814,96</b>
Aguacate relleno Neptun					
Filete de corvina en salsa de mejillones					
Guarnición a criterio del chef					
Strudel de piña					
<b>Consumos de aguas, gaseosas, jugos</b>	<b>40</b>	<b>1,50</b>	<b>60,00</b>	<b>13,20</b>	<b>73,20</b>
<b>Equipos Electrónicos</b>		<b>100</b>	<b>100,00</b>	<b>12,00</b>	<b>112,00</b>
Micrófono para podium	1				
Micrófono inalámbrico corbatero (cortesía)	1				
Infocus y pantalla	1				
<b>Invitaciones, entrega y convocatoria</b>					<b>107,52</b>
Cartulina kimberly, repujado doble y sello de la Compañía	60	1,00	60,00	7,20	67,20
Entrega de invitaciones en Quito	60	0,60	36,00	4,32	40,32
<b>Corpo Events Organizaciones</b>		<b>490,17</b>	<b>490,17</b>	<b>58,82</b>	<b>548,99</b>
Coordinación, organización, atención del evento					
<b>SUBTOTAL ANTES DE HONORARIOS</b>					<b>1.400,48</b>
<b>TOTAL A PAGAR</b>					<b>1.949,47</b>

## CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS

En la ciudad de Quito, a los 28 días del mes de abril del 2006, se procede a celebrar el siguiente contrato, al tenor de las siguientes cláusulas:

**PRIMERA.-** Comparecen por una parte, el Sr. Ricardo Mármol con número de cédula 0900131265, persona natural quién prestará sus servicios utilizando el nombre comercial de su establecimiento, denominado **EL RACLETTE** cuyo número de RUC es 0900131265001, y por otra parte **CORPOEVENTS S.A.** representada por la Srta. Andrea Molina Moretta, en su calidad de Gerente y Representante Legal. Los comparecientes son hábiles para contratar y obligarse.

**SEGUNDA.- EL RACLETTE** es una persona natural que tiene como actividad económica todas las relacionadas con el servicio de Bar, Restaurant, servicio de Catering, eventos y todo lo relacionado con esta rama, dirigido a establecimientos AAA. Según declaración realizada con el registro único de contribuyentes del establecimiento registrado con el nombre de **EL RACLETTE**. Los derechos morales y patrimoniales de los servicios realizados por **EL RACLETTE**, deberán tener la aceptación expresa de la empresa para la explotación por cualquier medio conocido o por conocerse.

**TERCERA.- OBJETO.- CORPOEVENTS S.A.** contrata los servicios lícitos personales y profesionales del Sr. Ricardo Mármol, para proporcionar el servicio de catering en un cóctel contratado por un la empresa Conecel Porta Celular, quienes realizarán la presentación de su Plan de Negocios 2006 dirigido 100 de sus más importantes clientes, mismo que conste en lo siguiente:

- 1.- Servicio de catering, compuesto por un menú previamente escogido y degustado por el cliente, calculado para 100 personas.
- 2.- Servicio de meseros y menaje para 100 personas.
- 3.- Servicios de calentadores de alimentos.

### **CUARTA.- ESPECIFICACIONES.-**

1.- El menú estará compuesto de:

- Canapés de queso con uva

- Mini ceviche de concha y cangrejo
- Perlas de molón con jamón
- Camarones con salsa tártara
- Brochetas de pechuga de pollo
- Tocino ahumado con ciruelas pasas

**EL RACLETTE** se responsabilizará por la calidad y sabor del menú servido.

2.- Los meseros enviados al evento deberán cumplir con las siguientes condiciones:

- Conocer a detalle la composición del menú y sus características.
- Mantener durante el evento una imagen pulcra.
- En cuanto al uniforme, deberán vestir un pantalón negro, camisa blanca y chaleco negro de idénticas características proporcionados por **EL RACLETTE**.
- El chaleco tendrá bordado en su parte superior derecha el logotipo de **EL RACLETTE**, y en el lado izquierdo se deberá colocar un pin con el logo de **CORPOEVENTS S.A.**
- **EL RACLETTE** se responsabilizará y garantizará las buenas costumbres y los buenos modales del personal enviado a atender el evento.
- **EL RACLETTE** se compromete en llevar el mensaje para el evento de acuerdo a lo requerido por el cliente.

3.- Los calentadores deberán estar en perfectas condiciones para su adecuado funcionamiento.

**QUINTA.- PUNTUALIDAD.-** De acuerdo al requerimiento del cliente, el evento debe comenzar a las 20h30, y el cóctel debe servirse a partir de las 21h00, por lo que **EL RACLETTE** se compromete en llegar al lugar del evento a las 19h00.

**SEXTA.- PLAZO.-** El plazo del presente contrato tendrá validez de 30 días contados a partir de la fecha. Vencido el plazo señalado, de no manifestar las partes voluntad en contrario y dejando constancia por escrito con por lo menos 10 días de anticipación a la terminación del mismo previo acuerdo entre las partes prorrogado en similares condiciones, pudiendo en cualquier momento darlo por concluido por cualquier de las partes sin indemnización alguna.

**SÉPTIMA.- CONDICIONES DE PAGO.-** **CORPOEVENTS S.A.** se compromete a pagar el 50% del valor acordado al momento de la firma del

presente contrato, y el 50% restante una vez celebrado el evento y cumplidas todas las condiciones del presente contrato.

**OCTAVA.- JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.-** Las partes fijan como domicilio para los efectos del presente contrato la ciudad de Quito y pactan la vía verbal sumaria para el evento de divergencias y litis ante los jueces de lo civil del cantón Quito.

Para constancia de aceptación, las cláusulas precedentes, las partes suscriben en tres ejemplares de igual valor y tenor, en la ciudad y fecha arriba indicadas.

Ricardo Mámol Manzini  
**EL RACLETTE**  
RUC 0900131265001

Andrea Molina Moretta  
**GERENTE REPRESENTANTE**  
**LEGAL DE CORPOEVENTS**  
**S.A.**