



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

**TEMA DEL ENSAYO: “PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN
DE UNA EMPRESA DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS CORPORATIVOS,
EN EL CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA: ANÁLISIS DE
MERCADO”**

**COMPONENTE PRÁCTICO DEL EXÁMEN COMPLEXIVO PREVIO
A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN GESTIÓN Y
DESARROLLO TURÍSTICO**

AUTORA:

CATUTO VILLON GÉNESIS ESTEFANÍA

TUTORES:

ING. JOSÉ ADRIÁN VALENCIA MEDRANDA, MSC.

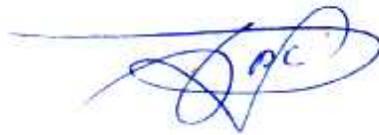
LA LIBERTAD – ECUADOR

JULIO 2021

APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

En mi calidad de Profesor guía del Ensayo titulado, **“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS CORPORATIVOS EN EL CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA”**, elaborado por la Srta. Génesis Estefanía Catuto Villón, de la Carrera Gestión y Desarrollo Turístico de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciada en Gestión y Desarrollo Turístico, con la modalidad examen complejo, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente



Ing. José Adrián Valencia Medranda, MSc.

PROFESOR GUÍA

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente trabajo de Titulación denominado “Plan de negocio para la creación de una empresa de organización de eventos corporativos en el cantón salinas, provincia de Santa Elena”, elaborado por la Srta. Génesis Estefanía Catuto Villón declaró que la concepción, análisis y resultados son netamente originales que aportan a la actividad científica educativa empresarial y administrativa Transferencia de los derechos autorales. Declaro que, una vez aprobado el trabajo de investigación otorgado por la Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico, pasan a tener los derechos autorales correspondientes, convirtiéndose exclusivamente propiedad de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y su reproducción total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibido en cualquier instancia.

Atentamente,



Génesis Estefanía Catuto Villón

C. I: 0923310072

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena por haberme permitido culminar con éxitos este tiempo de estudios y poder aprendido cosas nuevas que me servirán para un futuro próspero.

A mis maestros de cátedra que gracias a su paciencia y convicción lograron en mi cultivar nuevos conocimientos y enseñanzas que serán puestas en práctica a lo largo de la vida.

A mi profesor guía que brindándome su valioso tiempo me ayudó a culminar este trabajo y a sus conocimientos impartidos en el aula de clases.

A mis padres porque ellos fueron quienes estuvieron en los momentos más difíciles para poder seguir adelante y lograr la meta porque gracias a ellos los años de estudios fueron más llevaderos y con su apoyo lograr más cosas importantes en esta vida.

GÉNESIS ESTEFANÍA CATUTO VILLÓN

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a Dios porque a él le debo todo lo que tengo y todo lo que soy es quien día a día me da fortaleza, sabiduría y conocimiento es quien guía mis pasos a diario y me ayuda a tomar buenas decisiones que me permitirán más adelante tener muy buenas oportunidades las cuales las aprovecharé siempre y sabré sacarle provecho puesto que cada uno de mis esfuerzos tendrán buenos resultados.

Se lo dedico a mis padres ellos siempre me han ayudado con el apoyo económico nunca me han dejado sola en todas las circunstancias he contado con su ayuda son quienes me impulsan a seguir trabajando por cumplir cada uno de mis sueños y aspiraciones a su vez a mis hermanos que me han brindado siempre su tiempo cuando necesitaba alguna ayuda y me brindaron su confianza.

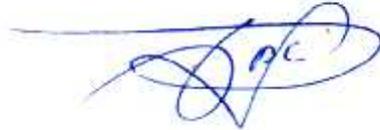
A mis maestros quienes siempre me impartieron sus conocimientos y tuvieron todo el tiempo que era necesario para poder culminar este trabajo en ellos siempre encontré a un amigo que me brindó su confianza y su apoyo para yo no rendirme y seguir adelante.

Génesis Estefanía Catuto Villón

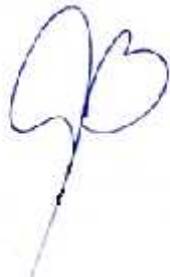
TRIBUNAL DE GRADO



.....
Ing. Soraya Linzan Rodríguez, MSc.
**DIRECTORA CARRERA DE
GESTIÓN Y DESARROLLO
TURÍSTICO**



.....
Ing. Adrián Valencia Medranda, MSc.
DOCENTE GUÍA



.....
Lcdo. Andrés Padilla Gallegos, MSc.
DOCENTE TUTOR



.....
Lcda. Maritza Pérez Chiquito, MSc.
DOCENTE ESPECIALISTA

Contenido

1.	INTRODUCCIÓN	1
2.	JUSTIFICACIÓN	2
3.	PROBLEMA A RESOLVER	3
4.	OBJETIVO GENERAL	4
5.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	4
6.	RESUMEN EJECUTIVO	4
7.	MISIÓN Y VISIÓN.	6
7.1	Misión	6
7.2	Visión	6
8.	IDENTIDAD CORPORATIVA	6
9.	METAS	6
10.	MARCA DE LA EMPRESA	7
11.	ANÁLISIS DE MERCADO	7
11.1	Mercado objetivo	7
12.	Matrices FODA y DAFO.	10
13.	PRESENTACIÓN DE RESULTADOS OBTENIDOS	13
14.	CONCLUSIONES	18
15.	RECOMENDACIONES	19
16.	BIBLIOGRAFÍA	20

Índice de tablas

Tabla 1 Acciones comunes.....	5
Tabla 2 Análisis FODA y Análisis DAFO.....	10

Índice de Figuras

Figura 1 Marca de la empresa	7
Figura 2 Uso del servicio de eventos corporativos	13
Figura 3 Valor a cancelar por el servicio	14
Figura 4 Recomendaría este servicio a otras empresas	15
Figura 5 Motivos por los cual contratar el servicio de eventos	16
Figura 6 Factores a considerar en la realización de eventos	17

**“DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE
UNA EMPRESA DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS CORPORATIVOS, EN
EL CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA: ANÁLISIS DE
MERCADO”**

RESUMEN

El presente trabajo de titulación es el diseño de un plan de negocio para la creación de una empresa de organización de eventos corporativos en el cantón Salinas, provincia de Santa Elena la cual ayudará mucho a elevar los ingresos de los empresarios y los micro empresarios y a su vez darle un realce más al cantón antes mencionado puesto que dentro del mismo son pocas las empresas que se dedican a este.

Recalcando que dentro de este trabajo se detallará el análisis de mercado el cual nos proporciona información sobre nuestra competencia nos ayuda a obtener un listado de nuestros clientes sus gustos y preferencias y las características del mercado en el cual vamos a desenvolver para esto se realizó una encuesta por medio del método por conveniencia donde existirá un apartado de 5 preguntas las cuales nos ayudarán a recoger la información necesaria para llenar cada una de nuestras encuestas las cuales serán dirigidas a las empresas que existen en la provincia de Santa Elena que son 281 empresas pero como el método es por conveniencia solo se escogerán 70 empresas.

Palabras claves: eventos corporativos, empresarios, negocio, mercado.

ABSTRACT

This degree work is the design of a business plan for the creation of a company for the organization of corporate events in the Salinas canton, Santa Elena province, which will help a lot to increase the income of entrepreneurs and micro entrepreneurs and their at the same time, give a further enhancement to the aforementioned canton since within it few companies are dedicated to it.

Emphasizing that within this work the market analysis will be detailed, which provides us with information about our competition, helps us to obtain a list of our clients, their tastes and preferences and the characteristics of the market in which we are going to develop a survey for this Through the convenience method where there will be a section of 5 questions which will help us collect the necessary information to fill out each of our surveys which will be directed to the companies that exist in the province of Santa Elena, which are 281 companies but as the method is for convenience, only 70 companies will be chosen.

Keywords: corporate events, entrepreneurs, business, ma

1. INTRODUCCIÓN

Según el Ministerio de Turismo, el porcentaje de personas que visitan a la provincia de Santa Elena lo hace con el objetivo de relacionarse con ejecutivos que realicen eventos corporativos, siempre que estas cumplan con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. (MINTUR, 2014).

El objetivo de este proyecto es planificar los eventos con mucho esfuerzo y dedicación en cada una de sus presentaciones al momento de requerir este tipo de servicios se firmarán contratos con un tanto por ciento que respalde los recursos que se van a necesitar, y las empresas colegas con las que se organizaría cada evento, las normativas estarán a favor de la no destrucción del ecosistema.

La empresa de eventos “Event´s Life” y estará ubicado en el cantón salinas, en la planta baja del hotel Las Conchas sector Las Dunas municipales frente al Supermaxi, debido a la gran afluencia de público y personas ejecutivas, por lo tanto, esto representan una gran oportunidad para realizar negocios con la empresa de eventos, la publicidad y comunicación darán un mayor realce para que la futura empresa tenga ganancias fructíferas y permita generar más fuentes de trabajo.

Las creaciones de empresas no comunes despiertan el interés de su mercado mediante estrategias que permitan lanzar productos accesibles a los consumidores, los análisis de mercado son la base para que Event´s life realice eventos masivos y pequeños sin la preocupación de generar cambios abruptos, de esta manera el mejor tiempo de adquisición del producto y con la preocupación de evitar contagios como lo que se está viviendo en la actualidad

2. JUSTIFICACIÓN

Un plan de negocio es la clave primordial para el éxito del emprendimiento que se desea realizar. Es importante mencionar que este instrumento es fundamental para evaluar el funcionamiento de la empresa, ya que se encarga de examinar los detalles técnicos, económicos y financieros. Por otro lado, también pretende satisfacer las necesidades de sus clientes, por tal razón se debe de empezar con la identificación de una necesidad y su respectiva propuesta de solución.

De esta manera, se hará énfasis en todo aquello que concierne al presente plan de negocio direccionado a los clientes que deseen recibir servicios de realizaciones de eventos.

La empresa tiene como finalidad la planificación y organización de eventos corporativos como inauguraciones, convenciones, presentación de productos y marcas en la provincia de Santa Elena.

El presente documento consiste en crear un plan de negocio a través de una empresa organizadora de eventos que se ajustará a las necesidades de los clientes; el mismo radica en planificar, diseñar y realizar los eventos; a su vez se preocupará de mantener capacitado al personal en cuanto las últimas tendencias y detalles que implica la organización de eventos.

También se intenta buscar si existe una demanda dentro del mercado de realización de eventos para los que viven en la provincia Santa Elena y así poder satisfacer sus necesidades a través de la calidad en cada uno de los eventos que se llevaran a cabo.

Todos los aspectos relacionados con los eventos, como los son la transportación, la reservación, sala de eventos, propuestas de itinerarios, entre otros, estarán a cargo de la empresa, adaptándose a los gustos y preferencias de los compradores.

En la actualidad las empresas que consideran a sus trabajadores como su pilar fundamental sienten la necesidad de reconocerlos y honrarlos en algunos eventos. Por lo tanto, el objetivo es hacer sentir a gusto a sus empleados, atendiéndolos de una forma agradable. Lastimosamente al momento de realizar los preparativos para un evento surgen problemas como el tiempo, la falta de información entre otros. Normalmente las empresas no cuentan con un departamento que se dedique exclusivamente a la organización de eventos, pueden tener personal que se encargue de coordinar actividades mas no de realizar todos los preparativos. Por lo tanto, la responsabilidad de conseguir proveedores e identificar las necesidades dependiendo del tipo de evento requerido, es una labor que no puede ser dada a una sola persona.

3. PROBLEMA A RESOLVER

La preparación, desarrollo, coordinación y realización de todas las gestiones necesarias para un evento es un trabajo duro que requiere mucho tiempo y esfuerzo para la gestión de todas las tareas necesarias y la coordinación de todos los detalles.

En el mundo de las organizaciones de eventos existen conocimientos básicos para llevar a cabo un evento de cualquier tipo, sin embargo, también es fundamental crear nuevas ideas para la organización de estos eventos.

La provincia de Santa Elena cuenta con pocas empresas realizadoras de eventos, pero lastimosamente en los últimos años los habitantes de esta provincia han sido testigos de la baja calidad al momento de asistir a los varios eventos que se han realizado. La idea de crear esta empresa organizadora de eventos nace básicamente de observar lo dicho anteriormente.

Events Life se encargará de dar soluciones a las empresas interesadas en la realización de eventos, de una manera eficiente y a bajo costo, brindando variedad e innovación.

4. OBJETIVO GENERAL

Elaborar un plan de negocios enfocado a la creación de una empresa de organización de eventos para impulsar el desarrollo social y económico de la provincia de Santa Elena, año 2020.

5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Analizar el mercado local para conocer las preferencias de las empresas corporativas a las cuales se les va a ofertar el servicio
2. Determinar y establecer estrategias para la comercialización del servicio a ofrecer, y el nivel de aceptación por parte de las organizaciones corporativas.
3. Elaborar una evaluación financiera del proyecto, sus criterios de evaluación, análisis de la sensibilidad y riesgo, y una evaluación económica y social del proyecto.

6. RESUMEN EJECUTIVO

“Events Life” es un nuevo plan de negocio diseñado para las empresas corporativas tiene como visión posesionarse, ser líder y símbolo de confianza en la provincia de Santa Elena, ofreciendo un servicio de calidad y eficiencia, encaminando a las actividades de organización, planeación y diseño de los eventos ejecutivos.

También ofrecemos paquetes corporativos para los distintos tipos de eventos como, eventos sociales, de capacitaciones, seminarios exposiciones, congresos, eventos de lanzamientos de productos, eventos de campañas publicitarias, eventos de ruedas de prensas, todos los tipos de eventos incluye decoración, alimentos y bebidas de acuerdo al gusto de los clientes, instalaciones cómodas, personal capacitado para los congresos, recepción de salas, música en vivo, mantelería micrófonos y parlantes listos para la ocasión, mediante la debida reservación anticipada

La empresa de eventos llevará de nombre “Event’s Life” y estará ubicado en el cantón salinas, en la planta baja del hotel Las Conchas (avenida Carlos Espinoza Larrea) sector Las Dunas municipales frente al Supermaxi, debido a la gran afluencia de público y personas ejecutivas que siempre acuden a este cantón por el motivo de conocer la demanda de eventos, lo que representa una gran oportunidad para realizar negocios con la empresa de eventos, satisfaciendo a los clientes de manera favorable, además tendrá temáticas acorde a las características de los clientes, es una empresa precavida que trabajara de manera sostenible y sobre todo los efectos de la publicidad y comunicación hará de la empresa tenga acogida de otros segmentos de mercados.

A continuación, se detalla la participación de los accionistas y el monto que van a aportar cada uno para ejecutar el Plan de Negocio.

Tabla 1

Acciones comunes

<i>Accionistas</i>	<i>Números de cédulas</i>	<i>Participación</i>	<i>Monto</i>	<i>N. Acción</i>
Catuto Villón Génesis Estefanía	0923310072	20%	6.581,35	1
De La Torre Briones Viviana Cristina	0922771126	20%	6.581,35	1
Panchana Lino Amelia Stefanny	2400011637	20%	6.581,35	1
Seme Ganchozo Maylin Maureny	1311244543	20%	6.581,35	1
Vera Orrala Génesis Dayana	2400140659	20%	6.581,35	1
Total, Capital Propio		100%	32.906,76	5
Valor por Acción			1.000,00	
Número de Acciones			5	

7. MISIÓN Y VISIÓN.

7.1 Misión

Crear una empresa enfocada en la realización de eventos que ofrezca un servicio de calidad y eficiencia, encaminando las actividades de organización, planeación y diseño a la obtención de la total satisfacción del grupo objetivo.

7.2 Visión

Posicionar a la empresa organizadora de eventos “Events Life” como empresa líder y símbolo de confianza en la provincia de Santa Elena.

8. IDENTIDAD CORPORATIVA

Toda empresa necesita identificarse y diferenciarse de las demás instituciones, para que los clientes puedan reconocerla; por esta razón se realizó un logotipo, el cual marcará la diferencia, algo fresco y fácil de quedar guardada en las mentes de los consumidores. El logotipo está representado en dos copas en un brindis, algo típico de cualquier festividad por ejemplo puede ser este el cierre de un contrato, cumpleaños, boda, etc., acompañado del nombre de nuestra empresa “Events life” y nuestro eslogan Suéñalo, Vívelo.

9. METAS

- Buscar un crecimiento de la empresa, expandiéndola a lugares estratégicos, estableciéndola líder en el mercado de eventos corporativos.
- Lograr la satisfacción de los clientes buscando un buen servicio en un espacio completamente adecuado para los diferentes eventos como reuniones, congresos, conferencias etc.
- El crecimiento de la empresa se fundamenta y tiene como base la puntualidad y competitividad del servicio prestado, ya que una buena

organización de evento es la tarjeta de presentación para la satisfacción total de todas las empresas corporativas.

- Implementar sucursales que organizan diferentes tipos de eventos sociales, infantiles, boda, despedida de soltero entre otros.
- Ser reconocido como una empresa pionera en organización de eventos corporativos.

10. MARCA DE LA EMPRESA



Figura 1 Marca de la empresa

11. ANÁLISIS DE MERCADO

11.1 Mercado objetivo

El mercado objetivo al que el producto se va a direccionar son las empresas corporativa, las cuales son consumidores fijos de este tipo de servicios puesto que en cualquier momento siempre existirá una ocasión en la cual se den celebraciones ya sea por la apertura de una nueva sucursal, el lanzamiento de un nuevo producto, dar a conocer

promociones de ventas nuevas, integraciones de los empleados dentro de la empresa, expo ferias, fiestas corporativas, la realización de capacitaciones empresariales, lanzamiento de productos, etc.

Cada uno de estos eventos son los que ayudan a las diferentes empresas a tener un contacto más cercano y directo con cada uno de sus consumidores actuales, además de abarcar nuevos consumidores. También ayuda mucho a generar la diferencia entre las demás empresas, dándole un plus adicional, saliendo de las cosas rutinarias de las empresas comunes; igualmente motiva a el público en general a tener más interés por lo que venden las mismas.

Para establecer el segmento de mercado al cual estará dirigido nuestro producto, se debe de conocer los siguientes datos que son: las necesidades a cubrir de los consumidores, gustos y preferencias, tamaño del mercado a cubrir, el número de empresas que existen y cuantas son las que ofertan un producto similar o parecido al nuestro.

Una vez determinado el mercado objetivo al que se brindará el servicio de eventos corporativos, se realizó una encuesta que contiene cinco apartados que servirán para saber las necesidades y la satisfacción de parte de los clientes al momento de consumir el servicio de eventos corporativos. Para esto se eligió un método de investigación no probabilístico, con muestreo a conveniencia

Esta técnica permite seleccionar al grupo objetivo al que se va a dirigir la encuesta, puesto que las mismas serán dirigidas a empresas que muestren interés en contratar el servicio de la realización de eventos; el tipo de muestreo que se va a utilizar en este levantamiento de información es el muestreo por conveniencia, en donde se escogió una muestra de 281 empresas que se encuentran en la provincia de Santa Elena, las mismas que están registradas en el INEC datos del año 2018; de las cuales se escogerá

una muestra de 70 con las cuales se va a trabajar para determinar la aceptación del servicio que presta la empresa EVENTS LIFE Cia. Ltda.

Las personas consumidoras del servicio a ofrecer serán estudiadas desde su nivel socioeconómico el cual va a ir desde un nivel medio alto y alto con una edad promedio de 35 a 65 años. Tomando datos importantes y reales del número de habitantes de la provincia de Santa Elena (308.693 personas), según el último censo nacional 2010, el 30% de la población pertenece a la clase media alta y el 20% a la clase alta; quienes se convertirían en posibles consumidores de nuestro servicio.

12. Matrices FODA y DAFO.

Tabla 2

Análisis FODA y Análisis DAFO.

Matriz FODA		MATRIZ DAFO	
<p>Fortalezas</p> <p>F1: Ofrecer servicios innovadores para el mercado objetivo</p> <p>F2: Contar con una base de datos</p> <p>F3: Contar con personal capacitado y especializado en temáticas de</p>	<p>Oportunidades</p> <p>O1: Los gustos y preferencia de los usuarios cambian al pasar el tiempo.</p> <p>O2: Generar alianzas estratégicas con micro empresas.</p> <p>O3: Crecimiento de la comercialización por medios electrónicos y páginas.</p>	<p>FO</p> <p>F1yO2: Crear alianzas estratégicas con micro empresas que tengan productos que este direccionado a nuestro tipo de servicio que ofrecemos.</p> <p>F1yO1: Ofrecer servicios que sean llamativos a los consumidores estar pendientes siempre de los cambios de gustos y</p>	<p>FA</p> <p>F2yA1: Siendo una empresa nueva en el mercado y brindando servicios no usuales podremos captar más clientela y poder hacer que las personas que ya consumen nuestro servicio nos promocionen entre su círculo social.</p>

realización de eventos		preferencia de los mismos.	
<p>Debilidades</p> <p>D1: Falta de promoción en el mercado</p> <p>D2: Escasez de consumidores de nuestro producto</p> <p>D3gG: Ser una empresa nueva</p>	<p>Amenaza</p> <p>A1: No poder fidelizar a nuestros clientes.</p> <p>A2: Apertura de empresas que ofrezcan el mismo servicio que nosotros.</p> <p>A3: Poca difusión publicitaria</p>	<p>DO</p> <p>D1yO3: Buscar e implementar estrategias nuevas que ayuden a la empresa a posicionarse en el mercado y lograr captar clientes utilizando la segmentación de mercado así nuestro servicio será consumido por las personas que estén dentro de nuestro mercado objetivo</p>	<p>DA</p> <p>D3yA3: Generar promoción de los servicios que ofrece la empresa por medio de las diferentes páginas web que posee y redes sociales oficiales</p> <p>D2yA1: Restablecer las estrategias que se tiene en dar a conocer el servicio y verificar si se están cumpliendo para que las personas sigan consumiendo el servicio, poner un poco de innovación en la manera de</p>

			dar a conocer lo que oferta la empresa
--	--	--	---

13. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS OBTENIDOS

Uso del servicio de eventos corporativos

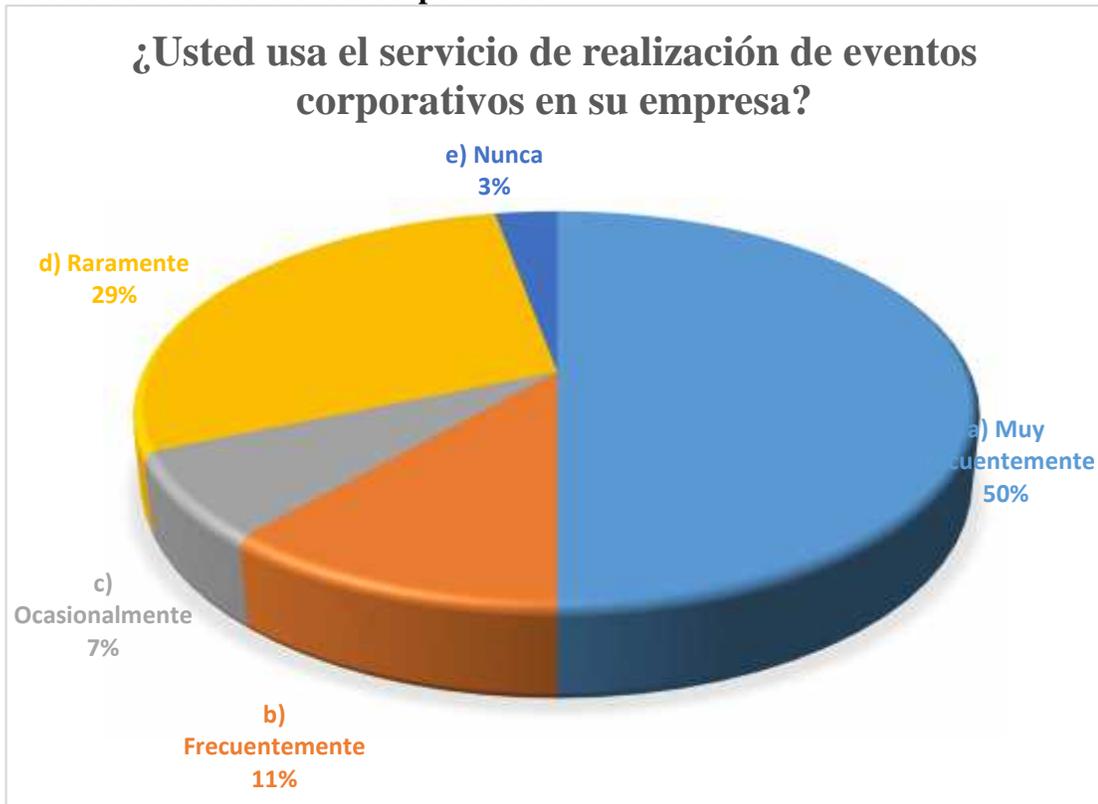


Figura 2 Uso del servicio de eventos corporativos

Para determinar si nuestra empresa está acorde a las necesidades del consumidor, de las encuestas realizadas se denota que el 50% de las personas si consumen este tipo de servicios para sus empresas mientras que un 3% no lo usaría por motivos personales o simplemente porque sus empresas son pequeñas y no necesitan de este servicio.

Valor a cancelar por el servicio



Figura 3 Valor a cancelar por el servicio

El gráfico dos demuestra que el 36% de las empresas si estarían dispuestos a pagar por el servicio que le ofrecemos el valor de \$ 350 a \$ 300, entendiéndose esto a que este valor se daría por eventos grandes de empresas mayores y con un gran capital. Esta respuesta es una de las más importantes, puesto que va a ayudar a saber cuánto es el monto económico que los consumidores estarían dispuestos a pagar y esto a su vez ayuda para evaluar la viabilidad financiera de nuestra empresa. Por otro lado, el 3% dio a conocer que estaría dispuesto a pagar un precio menor a 300\$, en este caso ya varía el servicio que se pretenda dar y seria para empresas pequeñas o con poco personal.

Recomendaría este servicio a otras empresas



Figura 4 Recomendaría este servicio a otras empresas

El resultado del gráfico 3 demuestra que del 100% de la población encuestada, un 71% si recomienda usar el servicio de realización de eventos corporativos puesto que esto le da un plus adicional al momento de que una empresa quiera darse a conocer en el mercado y más cuando está próximo a lanzar un nuevo producto y desea que el mismo sea aceptado por los consumidores; mientras el 29% dijo que no lo recomendaría ya que pueden existir otras maneras de darse a conocer en el mercado.

Motivo por el cual contrataría el servicio de eventos



Figura 5 Motivos por los cual contratar el servicio de eventos

Las respuestas de la pregunta 4 de la encuesta muestran que el 43% de las personas encuestadas contratarían este servicio por el motivo de querer experimentar algo nuevo y así ver que es lo nuevo que el mercado puede ofrecerles y quedar satisfecho del servicio consumido. Un 9% lo contraría por evitar estar pendientes de lo que falta y poder optimizar el tiempo que les tocaría invertir en la realización del mismo.

Factores a considerar en la realización de eventos

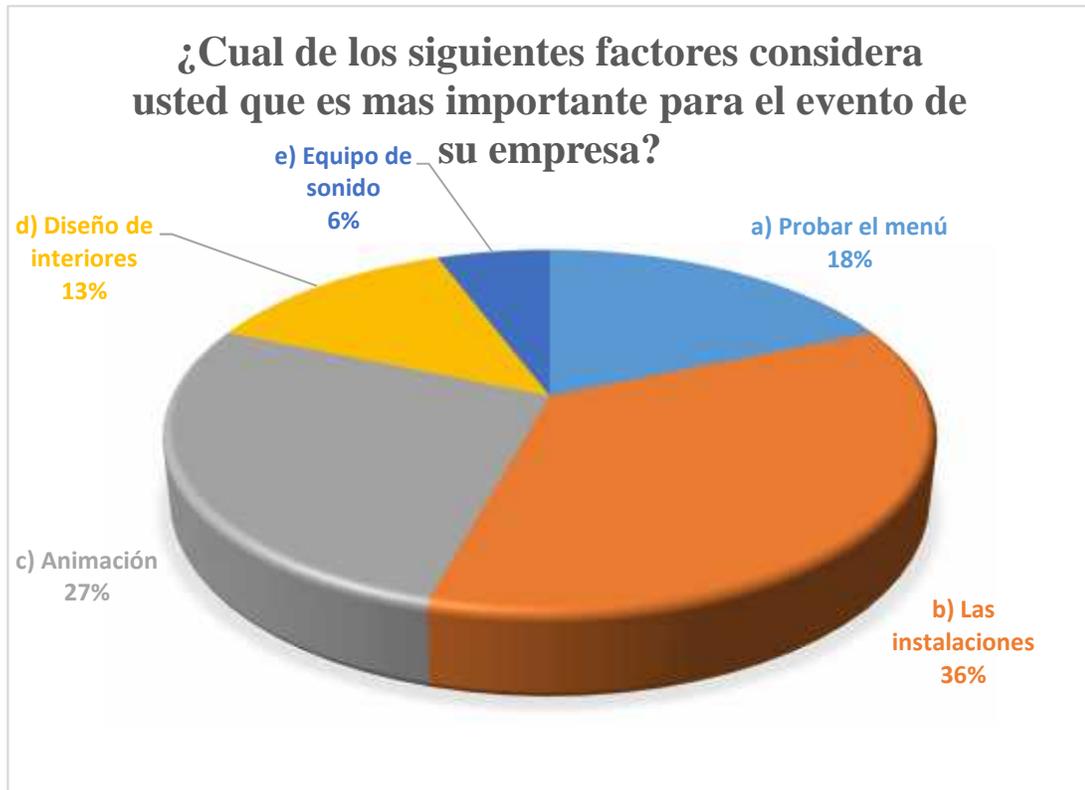


Figura 6 Factores a considerar en la realización de eventos

El gráfico 5 da como resultado que del 100% de las personas encuestadas, el 36% respondió que el factor más importante a considerar en el día de su evento son las instalaciones, es decir el lugar donde se va a desarrollar, cuál será el espacio que utilizaran y cuál sería la capacidad que el mismo tendrá. El 6% de las personas encuestadas manifiesta que no le importaría mucho como sería el equipo de sonido que se utilizaría en ese día.

14. CONCLUSIONES

- El análisis de mercado nos ayuda mucho para poder tener un poco más de conocimiento en los siguientes aspectos las necesidades que tiene nuestro mercado objetivo con quienes tendremos que trabajar como proveedores, el precio a plantear y cuáles serían los canales a utilizar para realizar la distribución del servicio como tal y así poder tomar decisiones que sean acertadas y generen un beneficio al negocio.
- En la recolección de datos que se da mediante el levantamiento de información se utilizan técnicas no solo documentales si no a su vez cuantitativas y cualitativas cada una de estas se diferencian como tal de la otra a su vez la observación directa del investigador cada uno de estos medios a utilizarse, resulta uno de los primeros pilares al momento de iniciar un negocio puesto que ayuda mucho a conocer si el servicio se va a ofrecer llena las expectativas de los posibles clientes o si se distingue de las demás empresas que vienen hacer la competencia directa.
- Dentro del análisis de mercado existe una interrelación entre sus principales actores como lo es el cliente el vendedor y el servicio que se quiere ofrecer dando a conocer así información valiosa que nos da a conocer los problemas que existen alrededor del entorno en el cual se va a desarrollar la comercialización de los diferentes servicios.

15. RECOMENDACIONES

- Dentro del estudio de mercado se debe realizar sondeos minuciosos para poder descartar y conocer cualquier tipo de alteración y novedad en gustos y preferencias de los diferentes consumidores de manera global puesto que existen a diario cambios de manera de pensar y adquirir un producto ya sea en el ámbito personal o profesional.
- Buscar e investigar cual es la mejor técnica que ayudará a llevar a cabo una buena recolección de datos que es una de las bases principales dentro de un estudio de mercado ya que teniendo las herramientas necesarias y precisas se podrá obtener grandes resultados así los investigadores podrán realizar su proyecto con éxitos
- Conectar al vendedor y el comprador en una sola sintonía es una de las piezas fundamentales dentro del estudio de mercado recordando así que esto es una cadena que va en secuencia y lo ideal es subir de niveles mas no bajarlos y ayudar a que el producto sea reconocido no solo por la compañía si no a nivel nacional.

16. BIBLIOGRAFÍA

- Armstrong, K. y. (s.f.). Cuál es la definición de publicidad. En I. Thompson, *Fundamentos de Marketing*. Recuperado el 27 de enero de 2020, de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/publicidad-definicion-concepto.html>
- Betancurt. (01 de septiembre de 2018). *como hacer un analisis pestel*. Recuperado el 26 de enero de 2020, de ingenio empresa: www.ingenioempresa.com/analisis-pestel.
- compañías, l. d. (02 de enero de 2020). *supercias. gob. ec* . Obtenido de https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf
- González, L. M. (2010). *Plan de negocios* . Obtenido de <https://10empresa.com/plan-de-negocios/entorno/>
- Kotler y Armstrong. (s.f.). Definición de Promoción de Ventas. En I. Thompson, *Fundamentos de Marketing* (sexta ed.). Recuperado el 27 de enero de 2020, de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/promocion-de-ventas.html>
- kotler, A. (s.f.). Definición de la Mezcla de Promoción. En I. Thompson, "*Fundamentos de Marketing*". Recuperado el 27 de enero de 2020, de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mezcla-promocion-mix.html>
- Kotler., A. y. (s.f.). El Marketing Directo. En I. Thompson. Recuperado el 27 de enero de 2020, de https://alojamientos.uva.es/guia_docente/uploads/2013/459/42971/1/Documento1.pdf
- Ley de Compañías. (29 de Diciembre de 2017). 23. Recuperado el 24 de Enero de 2020, de https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf
- Ley de la Propiedad Intelectual. (s.f.). *DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL LEGISLACION NACIONAL*. ECUADOR, ECUADOR: sistema de informacion sobre comercio exterior. Recuperado el 30 de enero de 2020, de http://www.sice.oas.org/int_prop/nat_leg/Ecuador/L320h.asp
- Ley de la Propiedad Intelectual. (s.f.). *DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL LEGISLACION INTELECTUAL*. ECUADOR, ECUADOR: SISTEMA DE INFORMACION SOBRE EL COMERCIO EXTERIOR. Recuperado el 30 de ENERO de 2020, de http://www.sice.oas.org/int_prop/nat_leg/Ecuador/L320h.asp

- ley de turismo*. (02 de enero de 2017). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- MINTUR. (2014). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de Ley de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/programas-y-servicios/>
- OMT. (2016). 42. doi:<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>
- Ramirez, C. (2009). "PASOS PARA EJECUTAR UNA CAMPAÑA BTL". 27. Recuperado el 23 de Enero de 2020
- REGLAMENTO PARA LOS CENTROS SOCIALES, SALONES DE FIESTA. (5 de junio de 1998). Constitución política del estado y la ley organica municipal. Ecuador, Ecuador. Recuperado el 30 de enero de 2020, de <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Estatal/ZACATECAS/Municipios/Calera/12Regc ntros.pdf>
- Reisdorfer, V. K., Koschewska, S. R., & Salla, N. G. (2005). Planteamiento financiero: su importancia y contribucion de la gestion de las empresas cooperativas. *Vision del futuro*, 3 vol(1 núm), 3. Recuperado el 25 de Enero de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/3579/357935462004.pdf>
- SRI. (2019). *Plataforma Gubernamental Financiera*. Recuperado el 24 de Enero de 2020, de <https://www.sri.gob.ec/web/guest/voy-a-iniciar-mi-negocio>