

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios y a la Virgen María que gracias a ellos, pude guiar mi vida cada día, y culminar esta tesis; en especial a mi madre que con su esfuerzo y sabiduría contribuyo día a día, para que no me detenga y continúe con mis estudios, a mis hermanos(as), a mi esposo, a mis hijos Arellys y Samir, y a todos aquellos que de una u otra manera estuvieron prestos para ayudarnos. Que Dios les siga bendiciendo en sus vidas.

**CARLOTA JARAMILLO TRIANA**

## **AGRADECIMIENTO**

Por haber obtenido el logro de esta Tesis de Grado doy el más sinceros agradecimiento a Dios Todopoderoso, quién merece todo nuestro respeto y consideración, la cual nos servirá para prepararnos para el futuro para convertirnos en Ingenieros Comerciales de la República del Ecuador.

También el Agradecimiento en especial a mis padres que con esfuerzo y sabiduría contribuyeron cada día para que no me detenga y continúe con mis estudios, a mi esposa por la demostración de amor y comprensión junto a mi hijo Nico y a todos aquellos(as) que de una u otra manera estuvieron prestos para ayudarme, que Dios siga derramando bendiciones en nuestras Vidas.

**JOSE HERRERIA CAMPOSANO**

*Jaramillo & Herrera*

## **DEDICATORIA**

Dedico este esfuerzo estudiantil a mi madre quien es la persona más importante en mi vida, que constantemente me apoyo y me sigue apoyando, a mis hermanos(as) y compañeros con quien a lo largo de esta trayectoria estudiantil hemos compartido experiencias académicas muy enriquecedoras para el conocimiento, Gracias a todos.

**CARLOTA JARAMILLO TRIANA**

## **DEDICATORIA**

Dedico este esfuerzo estudiantil con mucha endereza y firmeza a mi padres, a mi esposa, a mi hijo, las personas más importante en mi vida, que constantemente me apoyaron, a mis hermanos (as) y compañeros(as) con quien a lo largo de esta trayectoria estudiantil hemos compartido experiencias académicas muy enriquecedoras para el conocimiento, Gracias a todos.

**JOSE HERRERIA CAMPOSANO**

*Jaramillo & Herrera*

## **AUTORIA**

La responsabilidad por las investigaciones, resultados y conclusiones presentadas en esta Tesis, pertenecen exclusivamente a los autores.

**CARLOTA JARAMILLO TRIANA**  
**JOSE HERRERIA CAMPOSANO**

*Jaramillo & Herrera*



# **UNIVERSIDAD TECNICA DE BABAHOYO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACION, FINANZAS E  
INFORMATICA**

**ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y GESTION  
EMPRESARIAL**

**TESIS DE GRADO**

**PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE INGENIERO  
COMERCIAL**

**TEMA:**

**“CREACIÓN DE UNA AGENCIA QUE ASISTA A LA  
ORGANIZACIÓN DE EVENTOS SOCIALES CULTURALES Y  
EMPRESARIALES EN EL CANTÓN MONTALVO- LOS RÍOS”**

**TUTOR:**

**Ing. JOSE NIVELA**

**LECTOR:**

**Ing. JOFFRE MIRANDA**

## **EGRESADOS:**

**CARLOTA JARAMILLO TRIANA**

**JOSE HERRERIA CAMPOSANO**

**AÑO: 2011**

## **INTRODUCCION**

El presente proyecto se basa en la ejecución de una microempresa que se encargue de la organización de eventos ya sea sociales, culturales y empresariales en el Cantón Montalvo ya que ha identificado que gran parte de la población demanda de este servicio, pero existe una carencia de empresa que se dedique a satisfacer esta necesidad provocando un malestar en los clientes.

Este trabajo contribuirá a satisfacer dichas necesidades ofreciendo a la población un servicio de calidad en la organización de sus eventos, brindando un capital capacitado en la organización y presentando variedad.

Al realizar su evento de empresas accede a una atmósfera que permite a los asistentes desconectarse de su quehacer diario y compenetrarse 100% con las actividades asociadas al evento. Es por esto que realizar sus reuniones fuera adquiere especial valor, no sólo por "el cambio de aire" sino por la tranquilidad de los alrededores, que permite que los asistentes sientan que lo único que está ocurriendo en ese momento, es el evento del que están formando parte.

*Jaramillo & Herrera*

Al momento de contratar un centro de eventos es indispensable estar atento a una serie de requisitos que disminuyan los grados de incertidumbre y garanticen que su evento de empresa sea exitoso. Los servicios de apoyo, la ubicación, la infraestructura y la ambientación son los principales rasgos a considerar al momento de seleccionar el adecuado para realizar su evento empresarial.

## **CAPITULO I.**

### **ELPROBLEMA**

#### **1.1. Planteamiento del Problema.**

El hecho de organizar un evento sea este social, cultural, empresarial, otros tipos, es inherente en el comportamiento social del ser humano, significando esto varios detalles a emprender, como base de desarrollo del acto social u actividad, indiscutiblemente la(s )personas que desean organizar el evento, poseen siempre el anhelo de que todo sea perfecto, impecable, tanto en el arreglo físico del establecimiento en el que se dará el acto, como del o los bufet(s) que se servirán los invitados, más la organización del programa que se llevara a cabo, pero cabe hacer una pregunta: ¿Quién(es) harán todo esto?, Porque muchas veces ideamos un acto majestuoso pero no sabemos: ¿Cómo lo haremos? ¿En qué tiempo lo haremos? ¿Qué arreglos físicos necesitamos para que el local quede perfecto? ¿Qué será lo mejor para servir de bufet?

Analizando todas estas incidencias, se ha logrado identificar que existe una gran necesidad en la población del Cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos, de

una agencia que se dedique a la actividad de organizar la asistencia de eventos sociales, y que brinde dichos servicios con calidad y variedad.

## **1.2. Formulación Del Problema.**

¿Qué incidencia tiene la carencia de una agencia que asista la organización de eventos sociales, culturales y empresariales en el Cantón Montalvo Provincia de Los Ríos?

¿Cómo establecer los lineamientos de la agencia para que su organización sea reconocida jurídicamente?

¿Qué estrategia debemos aplicarle a la agencia para entrar con un plan de marketing?

## **1.3. Objetivos.**

### **1.3.1 Objetivos General.**

Establecer la necesidad de creación de una agencia dedicada a la organización de eventos sociales y culturales en el cantón Montalvo Provincia de Los Ríos.

### **1.3.2. Objetivos Específicos.**

- Analizar la incidencia que tiene una agencia de eventos sociales, culturales y empresariales en el Cantón Montalvo Provincia de Los Ríos.
- Establecer los lineamientos de una agencia para que su organización sea reconocida jurídicamente.
- Aplicar las estrategias necesarias para que la agencia entre a un plan de marketing.

#### **1.4. Justificación.**

En la presente investigación se analiza la incidencia que se produce, previo la carencia de una agencia que asista la organización de eventos sociales, culturales y empresariales, para que la población del Cantón Montalvo, se beneficie tanto en la fomentación de plazas de empleo, como en la prestación de un servicio de calidad y excelencia.

Esta investigación servirá para dar a conocer a la población del Cantón, las facilidades que se prestara una agencia que se dedique a la actividad de asistencia de eventos sociales, culturales, empresariales y otros, para que a través de la misma se beneficie en tiempo, costos y plazas de trabajo, obteniendo principalmente una organización del evento con eficiencia y calidad.

En esta tesis se contempla el papel del usuario, no solo para brindarle un servicio, sino que este sea de calidad y calidez, generándole satisfacción o beneplácito del servicio que reciba, y lo estimule para que continúe en el evento al que asistió.

Al referirse al término estimulación, este solo se lo podrá cumplir con una atención personalizada, esmerada, eficiente, cálida, permitiéndole, el disfrute de la estadía en el lugar y del acto programado para el evento.

## **1.5. Delimitación del tema.**

### **1.5.1 Delimitación Espacial.**

La presente investigación se realiza en el Cantón Montalvo, ubicado a 32 kilómetros, de la capital de Provincia, Cantón Babahoyo, perteneciente a la Provincia de los Ríos.

### **1.5.2 Delimitación Temporal.**

Para esta investigación se ha considerado el segundo cuatrimestre del año 2012, comprendiendo desde los meses de Mayo a Agosto.

### **1.5.3 Delimitación Demográfica.**

Para la confrontación y demostración de la problemática en cuestión, se realiza esta investigación, la cual está dirigida a la población del Cantón Montalvo, principalmente a sectores: empresariales, institucionales y otras organizaciones sean estas públicas o privadas, dada en el vigente año (2011), la misma que se basa en opiniones y criterios reales para llegar a la comprobación de la verdad, del hecho en estudio.

### **1.5.4 Delimitación Analítica.**

Mediante esta investigación se aspira conocer y dar a conocer a la población interesada y en general opiniones, reacciones, recomendaciones de las personas inmersas en la problemática, a fin de superar la necesidad del servicio que se desea prestar.

### **1.5.5 Delimitación Teórica.**

La presente investigación será enfocada desde una perspectiva de microempresa, inclinándose por el tipo de actividad de servicios prestados, siendo este el campo que permitirá analizar la problemática desde una perspectiva óptima, para desarrollar un proceso de investigación independiente.

## CAPITULO II.

### MARCO REFERENCIAL

#### 2.1 Marco Teórico.

##### 2.1.1. Antecedentes

La presente investigación ante circunstancias que sirvan para comprender, valorar sus hechos y ejecución, se la ha efectuado previa indagación, para verificar su originalidad en el campo de la investigación científica y determinar su grado de factibilidad en la actividad comercial que pretende desempeñar el presente proyecto de tesis.

Dentro del campo científico la presente investigación ha sido verificada desde la originalidad del tema, entre las instituciones: La Universidad Técnica de Babahoyo (*Institución de Nivel Superior Gestora*), y la Cámara de microempresa del Cantón Montalvo, obtenido como resultado que no se registra

publicaciones anteriores sobre el tema planteado: “Organización y asistencia de eventos sociales, culturales y empresariales en el Cantón Montalvo”, por ello dentro contexto de su desarrollo científico esta investigación será considerada inédita en su área de aplicación (Servicios prestados).

Además se hace ineludible para toda investigación conocer su grado viabilidad o factibilidad, por ello era necesario realizar un sondeo de opiniones de la población beneficiaria, para establecer la realidad accesible que tendrá el proyecto investigativo en curso. Obteniendo como una antecedencia la necesidad que siente la población de una agencia que organice y asista eventos sociales, culturales y empresariales en el Cantón Montalvo.

## **2.2 Fundamentación Científica.**

La presente investigación científica fundamenta su desarrollo desde la visión dialéctica, de los conceptos fundamentales, que permiten la comprensión de las variables del problema.

Este desarrollo teórico parte de categorías permitirá la delineación de las variables del problema, para ir descendiendo jerárquicamente hasta aquellas comprensión y explicación de la esencia de tales variables. Se podría decir que en el marco teórico subyace una supra ordenación y una infra ordenación de las variables del problema.

En el tratamiento de cada categoría se sigue un proceso dialéctico de análisis y síntesis, para llegar a construir conceptualizaciones propias, en base a la investigación científica general, por ser un proceso racional y sistemático, que se realiza planificadamente con fines y objetivos formulados intencional y proyectivamente.

### **2.3. Marco Conceptual**

**Agencia de eventos.-** Es una empresa especializada a la planificación, organización y ejecución de todo tipo de actos públicos sociales y culturales.

**Administradores.-** Establecer y mantener un ambiente tal que las personas contribuyan a la obtención de los objetivos del grupo con el menor costo (en dinero, tiempo, esfuerzo, materiales, incomodidad o insatisfacción) para crear un valor excedente o "utilidad".

**Ambiente económico.** Ambiente de los administradores que se relaciona con elementos tales como la disponibilidad de mano de obra, la calidad y el precio; el capital, los materiales, los niveles de precios, la productividad, la disponibilidad de empresarios y ejecutivos de alta calidad, la política fiscal, los clientes y la demanda de bienes y servicios.

**Capacitación administrativa.** Creación de oportunidades mediante varios enfoques y programas para mejorar los conocimientos y la destreza de una persona en la tarea administrativa.

**Control del rendimiento sobre la inversión.** Técnica de control diseñada para medir una división, o alguna otra parte de una empresa lucrativa, al considerar las utilidades obtenidas como un porcentaje de la inversión en activos de la misma.

**Costo-beneficio.-** Relación resultante entre la comparación de los costos incurridos en determinada operación o actividad en un determinado período de tiempo y los beneficios o logros alcanzados, ya sea en términos monetarios para un costo dado o ya por el nivel de beneficios requeridos al costo más bajo.

**Costos fijos.-** Gastos que se mantienen constantes dentro de ciertos límites o circunstancias que, por su naturaleza, resultan inversamente proporcionales al volumen de la producción de bienes o de sus ventas.

**Costos variables.-** Gastos que se realizan y que se hallan en relación proporcional con respecto a los aumentos o disminuciones de los volúmenes de la producción o de sus ventas.

**Demanda.** Cantidad de bienes o servicios que los agentes económicos de un

mercado están dispuestos a adquirir para cada nivel de precios, en un periodo determinado y bajo unas condiciones de mercado dadas.

**Demanda elástica.-** Comportamiento que tiene la demanda de cierto tipo de bienes consistente en que ésta variará en función de los cambios que se puedan producir en los precios del bien o de las variaciones en la renta de los consumidores.

**Demanda externa.-** Demanda que se produce en un país de productos o servicios que se producen en el exterior. Se denomina también demanda de importaciones o demanda exterior.

**Demanda inelástica.-** Comportamiento que se produce en la demanda de ciertos bienes consistente en que ésta varía muy poco al variar el precio de los mismos. Si la variación es inexistente, se dice que la demanda es absolutamente rígida o inelástica.

**Demanda Interna.-** Cantidad resultante de la adición del consumo privado y público de bienes y servicios producidos en el interior de un país.

**Demanda turística.-** La actividad turística de un destino está compuesta por diferentes componentes que se encuentran en interacción, reflejando la actividad económica existente. Uno de estos componentes es la demanda, donde intervienen diferentes variables que a través de su análisis se logra un

mejor entendimiento de la misma.

**Diagnóstico de Recursos Turísticos.-** El proceso de diagnóstico de los recursos turísticos pretende conocer cuál sería la situación de los principales destinos en las localidades, para optimizar sus potencialidades turísticas.

**Evaluación administrativa.** Evaluación del desempeño de los administradores en sus puestos, preferentemente en relación con su desempeño en el establecimiento y el logro de objetivos verificables y su actuación como administradores.

**Eventos.-** El término **evento** proviene del latín *eventus* y, de acuerdo al diccionario de la **Real Academia Española (RAE)**, tiene tres grandes usos. En varios **países** latinoamericanos, un evento es un **suceso de importancia que se encuentra programado**. Dicho acontecimiento puede ser social, artístico o deportivo. Por ejemplo: “El evento de *esta noche* enfrentará a los dos mejores equipos del torneo”, “El próximo mes tengo tres eventos en mi universidad”

**Financiación.-** Acción por la que una persona, sociedad u organismo público consigue capital para su creación o funcionamiento. La financiación se puede efectuar con fondos o recursos propios o con recursos ajenos.

**Gestión.-** Realización de diligencias o desarrollo de funciones conducentes al

logro de los objetivos y metas de un negocio o empresa.

**Inflación.-** Desequilibrio económico caracterizado por el ascenso del nivel general de precios, por efecto del aumento del circulante o papel moneda, y por la baja de la producción y oferta de los bienes de consumo.

**Ingresos.-** Contrapartida o equivalente monetario de una cantidad de bienes vendidos o de servicios prestados.

**Inversión.-** Fin. Aplicación que las personas físicas o jurídicas dan a sus fondos, tanto propios como ajenos y que se realiza con el ánimo de obtener una rentabilidad o beneficio futuro.

**Oferta.** – Actividad mediante la cual se presentan en un mercado ciertas mercancías con el objeto de ser ofrecidas para su venta.

**Oferta de alojamiento.-** En este aspecto se debe analizar primeramente la evolución de la oferta turística en el territorio, para luego considerar la situación actual de esa oferta turística en las diferentes localidades, considerando las perspectivas territoriales de las localidades

**Organigrama.-** Representación gráfica de la estructura de una organización, empresa o institución pública que recoge las funciones y relaciones de los

elementos que la integran.

**Organización de eventos.-** Organización, gestión y asesoramiento son las funciones que evento pone a su servicio en todo lo relacionado personal especializado, desarrollando una Organización y ahorrándoles trabajo, tiempo y dinero, ofreciéndoles siempre la eficacia y la responsabilidad que hacen del éxito de su proyecto nuestro compromiso.

**Planeación o planificación de contingencia.** Planeación para ambientes futuros cuya posibilidad de existencia es remota, pero que pueden presentarse; si este futuro posible es muy diferente al supuesto, será necesario elaborar premisas y planes alternativos.

**Servicios prestados.-** Bien o función que se realiza de acuerdo a las necesidades de los usuarios u entidad solicitante.

**Táctica.** Planes de acción mediante los cuales se ponen en práctica las estrategias.

**Toma de decisiones.** Selección de un curso de acción entre varias opciones; selección racional de un curso de acción.

**Variable.** Cantidad que, durante el curso de un proceso de análisis, se la puede

asignar a un número limitado de valores que usualmente son designados con las últimas letras del alfabeto.

#### **2.4 Marco Referencial sobre la problemática de investigación**

“Ecuador país de contrastes, ubicado en los dos hemisferios, Norte y Sur, presenta el escenario adecuado para desarrollar en él, en forma óptima el turismo, como una actividad que humaniza e integra, proporcionando a la vez divisas para el país y satisfacción para el turista.

Este país pequeño en extensión, pero grande en recursos naturales, ha desarrollado en los últimos tiempos, la actividad turística, reflejado por el incremento de infraestructura hotelera y de servicios en todas las provincias poseedoras de grandes atractivos que son la admiración de propios y extraños.

La multivariedad de su geografía, vista desde los cuatro puntos cardinales, es de características excepcionales que reflejan la incomparable belleza de nuestras regiones naturales como los páramos y bajonales, que se integran con variedad de cultivos , los macizos andinos con onduladas pendientes, adornados por lagunas, el frío gélido a pocos minutos de valles cálidos, plétóricos de verdor con cañaverales, plantaciones de café, banano, arroz y acogedoras playas, todos estos unidos por arterias viales terrestres y por ríos que constituyen verdaderos caminos de agua y sirven de vías de comunicación en el transporte fluvial.

La riqueza turística del país permite detenerse sobre la tersa superficie de sus lagos y admirar la belleza que ellos encierran, visitar las playas y balnearios del Pacífico, conocer el mundo selvático costeño, transformado en algunos lugares por la agricultura de plantación, observar los paisajes grandiosos de la cordillera andina, sus volcanes de cumbres nevadas, las cuencas pintorescas de los ríos serranos y amazónicos, penetrar en sus cuevas misteriosas, vivir la fantasía de sus islas mágicas, transportándonos a ese mundo natural lleno de encantos representados por la diversidad de especies. En fin, penetrar en esa geografía, bajo cuya luz ha sido modelada el alma de los ecuatorianos, en el contexto de las distintas etnias existentes con una herencia histórica y cultural que ha dejado de ser exclusivo motivo de orgullo nacional para pasar en justo reconocimiento a integrar el patrimonio común de la humanidad”<sup>1</sup>

El turismo receptivo merece especial atención, porque nuestro país día a día va aumentando sus ingresos económicos por esta actividad, y que se constituye en fuente alternativa que contribuye a cubrir los egresos del presupuesto del Estado ecuatoriano.

Dentro de la Provincia de Los Ríos, encontramos el cantón Montalvo, el mismo que se encuentra ubicado a 35 kilómetros de la ciudad de Babahoyo, a 72 metros sobre el nivel del mar, tiene una extensión de 364.4 kilómetros cuadrados. Sus límites son: por el Norte el cantón Caluma, Provincia de Bolívar, por el Sur y

Oeste el cantón Babahoyo, por el Este la Provincia de Bolívar (Parroquia Balsapamba).

Montalvo tiene un clima tropical cálido seco, con frecuentes precipitaciones lluviosas, especialmente en las épocas invernales, lo que favorece a la actividad agrícola y ganadera. Este clima es el que ha permitido ser un destino turístico, que día a día va aumentando a pesar de que las autoridades municipales no han hecho nada para promocionarlo internamente, peor a nivel externo. No existe información impresa sobre Montalvo, peor en el internet. La actividad turística nace por interés particular y por la casualidad de muchas personas que alguna vez han llegado a esta ciudad o han pasado por ella hacia la costa o la sierra.

## **2.5 Postura Teórica**

Con la finalidad de fundamentar el estudio propuesto, nos permitimos citar temáticas vinculadas directamente al tema de investigación, así:

Respecto al tema el Ing. Adolfo Navia Alberdi manifiesta: *“Algunos aspectos de esta definición son dignos de atención:*

1. La investigación de mercados es sistemática. Luego entonces, una planeación sistemática requiere en todos sus pasos de un proceso de investigación de mercados. Los procedimientos que siguen en cada uno de los pasos deben ser correctos en el aspecto metodológico, estar bien

documentados y con una planificación anticipada. La investigación de mercados utiliza el método científico en la recopilación y en el análisis de datos para probar ideas o hipótesis.

2. La investigación de mercados es objetiva. Intenta proporcionar información precisa que refleje la condición real y debe realizarse en forma imparcial.
3. Aunque la investigación siempre está influenciada por la filosofía del investigador, deberá estar libre de tendencias, tanto del investigador como de la gerencia.
4. La investigación motivada por tendencias deliberadas dará como resultado hallazgos predeterminados.
5. El motivo de cualquier investigador deberá ser “encontrar y decir las cosas tal como son”.

El primer paso que debemos realizar es el de delimitar el campo o sector en el que pretende incidir, es decir, se deberá determinar el sector o área de mercado en que intentará situar el producto, en nuestro caso lo delimitamos al cantón Montalvo y la gestión de su actividad turística.

La relación investigación de mercados – éxito empresarial, se pone de manifiesto con una determinación veraz de la oferta y la demanda, obtenida por medio de esta técnica administrativa podemos determinar la rentabilidad de la inversión turística, y su influencia sobre otros sectores de la sociedad.

Para el estudio consideramos la demanda interna, en base a los aspectos cuantitativo y cualitativo, donde se determinará por medio de “datos modales” la mayor afluencia de turistas, así como en términos de porcentaje proyectar la demanda objetivo.

Es importante tener presente que en el estudio de empresas de servicios, y muy particular de turismo, los servicios se venden antes de producirse y los clientes experimentan los mismos para conocerlos realmente, además el cliente tiene que conocer los costos totales que originará la utilización del servicio, al decir costos totales queremos manifestar fijos, variables, gastos de administración e impuestos de ley.

La macro localización está determinada por la concentración de recursos turísticos de la zona geográfica, en este caso el cantón Montalvo, y la micro localización sin inversión, ni control a orillas del río cristal, y centros turísticos de tipo familiar ubicados en el sector de Pisagua, estos últimos nos permitirán determinar el proceso de gestión administrativa, económica y financiera bajo el cual se dirigen.

Es importante indicar, que los centros turísticos se han creado sin considerar elementos como:

- ◆ La demanda del mercado
- ◆ El financiamiento
- ◆ El resultado económico.

Los resultados del estudio de mercado, en especial los referentes al perfil del consumidor sirven como una guía en cuanto a las dimensiones del estudio, siendo indispensable observar las disposiciones legales pertinentes.

El estudio propuesto debe relacionarse entre el aspecto administrativo, económico y financiero con el desarrollo socioeconómico de los habitantes de este cantón, identificando quienes se benefician de forma directa e indirecta. Además, de considerar los elementos del proceso administrativo, esto es la planeación, organización, dirección y control, que permiten el manejo técnico y científico de cualquier actividad humana, debemos considerar el valor agregado de tipo social, como son nuevas fuentes de empleo y subempleo.

La situación económica del país no permite efectuar inversiones con un 100% de capital propio, motivo por el cual es necesario conocer a que organismos financieros que otorgan créditos para el desarrollo del Turismo en el Ecuador, han acudido.

“El estudio económico-financiero tiene por finalidad determinar las fuentes de financiamiento, para considerar la distribución óptima de los recursos obtenidos y como prever el rendimiento económico de los mismos.

Es importante indicar que las características de las inversiones se sustentan en que:

- a. Se orientan hacia el futuro, lo cual implica trabajar en base a pronósticos de comportamiento de las variables del sector al cual se orienta el proyecto.
- b. Ocurren en escenarios económicos dinámicos sometidos a las influencias de inflación, devaluación, recesión.
- c. Por lo general se plantea a largo plazo, especialmente en sectores económicos donde el proyecto es de larga maduración, como en el caso del turismo.
- d. Los efectos de las inversiones son duraderos e irreversibles.

Conocemos que el turismo es una actividad importante, que con el paso del tiempo se fue perfeccionando hasta convertirse en los días de hoy en la *industria sin chimeneas* del globo terráqueo.

Sería importante para sustentar el marco teórico la presentación del comportamiento de ingresos por la actividad turística, pero esta información no existe en la provincia de Los Ríos, peor en el cantón.

A la onda expansiva del turismo deben incorporarse numerosos sectores de la economía ecuatoriana que debe reactivarse, porque es necesario producir bienes y servicios de calidad y competitivos.

Montalvo al ser un cantón rural, con clima privilegiado con un promedio de temperatura de 25°, y existiendo una estrecha relación entre el sector turístico y el medio ambiente, debe aprovecharse esta oportunidad, que a su vez se convierte en fortaleza.

Consideramos que es necesario crear una nueva estrategia de desarrollo económico local, que permita solucionar los problemas territoriales (cantonales), mejorando el nivel de vida poblacional, creando nuevas fuentes de trabajo en cada localidad.

La actividad turística local debe “aprovechar en mayor medida los recursos endógenos a través de los actores socioeconómicos locales como empresas, centros tecnológicos, entidades financieras entre otras para lograr una mayor productividad y gestión empresarial.

El desarrollo local necesita una información estratégica sobre capacidades de desarrollo en el territorio, lo cual implica contar con un diagnóstico que sirva de base para ello.

El desarrollo con una óptica local refleja que todas las regiones presentan características culturales, históricas, físicas e institucionales que constituyen un potencial de desarrollo propio. El desarrollo local endógeno posibilita el crecimiento de las localidades con sus propios recursos, su organización y sus valores.

La estrategia de desarrollo local brinda una oportunidad de integración de los sistemas productivos a la economía nacional.

Para una economía local que pretenda articular su producción es necesario que todos los actores participen en el desarrollo ya que su calidad, esfuerzo y crecimiento influye sobre el entorno”<sup>2</sup>.

Hay que considerar que el éxito de la actividad turística depende de la forma como se desarrolla la gestión administrativa de la misma, que se va a relacionar directamente con lo económico, financiero y su impacto en el desarrollo socioeconómico de la población

---

<sup>2</sup>.

Además debemos considerar que la industria turística tiene, como **característica**, que existe **codependencia** entre las empresas, es decir, las unas necesitan de otras; llevando a la colaboración más que a la competencia.

#### **Sectores de la empresa turística:**

- **Alojamiento:** hoteles, turismo rural, camping, tiempo compartido...
- **Restauración:** cafeterías, restaurantes, catering...
- **Transporte:** compañías aéreas, marítimas y terrestres (alquiler coches, bus...)
- **Ocio-cultura:** parques temáticos, museos, casinos, campos golf, puertos deportivos...
- **Intermediación:** agencias viajes, tour-operadores, brokers, centrales reserva...
- **Empresas en el punto de destino:** Normalmente públicas → oficinas turismo, asociaciones empresariales...

En el caso del turismo en Montalvo se relaciona con ocio-restauración-intermediación-alojamiento.

Es importante que los operadores turísticos tengan una idea del resultado de su actividad, para lo cual son necesarios ciertos preceptos básicos, entre ellos:

## **OBLIGACIÓN DE LLEVAR CONTABILIDAD**

De conformidad con el Art. 19 de la Ley de Régimen Tributario Interno el Art. 37 de su Reglamento, están obligadas a llevar contabilidad todas las sucursales y establecimientos permanentes de compañías extranjeras y las sociedades definidas como tales en la Ley de Régimen Tributario Interno, están obligadas a llevar contabilidad.

Igualmente, están obligadas a llevar contabilidad, las personas naturales y las sucesiones indivisas que realicen actividades empresariales y que operen con un capital propio que al inicio de sus actividades económicas o al 1o. de enero de cada ejercicio impositivo hayan superado los USD 60.000 o cuyos ingresos brutos anuales de esas actividades, del ejercicio fiscal inmediato anterior, hayan sido superiores a USD 100.000 o cuyos costos y gastos anuales, imputables a la actividad empresarial, del ejercicio fiscal inmediato anterior hayan sido superiores a USD 80.000. Se entiende como capital propio, la totalidad de los activos menos pasivos que posea el contribuyente, relacionados con la generación de la renta gravada.

Las personas naturales que realicen actividades empresariales y que operen con un capital u obtengan ingresos inferiores a los previstos en el inciso anterior, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, agentes, representantes y demás

trabajadores autónomos deberán llevar una cuenta de ingresos y egresos para determinar su renta imponible.

En el caso de personas naturales que tengan como actividad económica habitual la de exportación de bienes deberán obligatoriamente llevar contabilidad, independientemente de los límites establecidos en el inciso anterior. Para el caso de personas naturales cuya actividad habitual sea el arrendamiento de bienes inmuebles, no se considerará el límite del capital propio.

Las personas naturales que, de acuerdo con el inciso anterior, hayan llevado contabilidad en un ejercicio impositivo y que luego no alcancen los niveles de capital propio o ingresos brutos anuales o gastos anuales antes mencionados, no podrán dejar de llevar contabilidad sin autorización previa del Director Regional del Servicio de Rentas Internas. La contabilidad deberá ser llevada bajo la responsabilidad y con la firma de un contador legalmente autorizado.

Los documentos sustentatorios de la contabilidad deberán conservarse durante el plazo mínimo de siete años de acuerdo a lo establecido en el Código Tributario como plazo máximo para la prescripción de la obligación tributaria, sin perjuicio de los plazos establecidos en otras disposiciones legales

**¿Por qué eventos?-** La palabra Evento significa “Acontecimiento o suceso imprevisto”, “suceso imprevisto o de realización contingente”. A pesar de su

significado, el uso frecuente hizo que la Real Academia aceptara la palabra “Evento” cuando alguien se refiere a una reunión de naturaleza variada, desde una fiesta, un desfile, una convención o una exposición.

### **Clasificación de los eventos.**

- de intercambio(mesa redonda, foro, debate)
- de capacitación(seminarios, coloquios y las macro reuniones)
- de exposición y/o venta(Ferias y exposiciones)
- Gastronómicos (desayunos, brunch, cenas, almuerzos, cocteles).
- Sociales (desfiles, entrega de distinciones, etc.)
- Empresarios (Conf. Prensa, worshop, promociones)
- de esparcimiento (espectáculos)
- Culturales (recitales, festivales de música y danza, etc)

## 2.5 HIPÓTESIS

### 2.5.1 Hipótesis General.

Estableciendo la necesidad de la creación de una agencia dedicada a la organización de eventos sociales y culturales en el cantón Montalvo Provincia de Los Ríos, podría haber más inversiones de esta índole

### 2.5.2. Hipótesis Específicos.

- Analizando la incidencia que tiene una agencia de eventos sociales, culturales y empresariales en el Cantón Montalvo Provincia de Los Ríos, se obtendría buenos indicios para ejecutar el proyecto.
- Estableciendo los lineamientos de la agencia para que su organización sea reconocida jurídicamente, se tendría una estructura sólida.
- Aplicando las estrategias necesarias para que la agencia entre a un plan de marketing, se podría tener excelente ingreso.

## 2.6.- Operacionalización de las Variables - Hipótesis

VARIABLES	HIPOTESIS	INDICADOR	SUBINDICADORES
<p>Servicio prestado</p> <p>Organiza eventos.</p>	<p>Estableciendo la necesidad de la creación de una agencia de eventos para la asistencia de compromisos sociales, culturales y empresariales en el cantón Montalvo, podría haber más inversiones de esta índole</p>	<p>-Servicio prestado.</p> <p>-organiza eventos sociales, culturales y empresariales.</p> <p>-Renta de local y equipos de eventos.</p>	<p>*Atención personalizada.</p> <p>* Local adecuado con mesas, sillas y otros</p>
<p>Desempeño en asistencia del Evento.</p> <p>Calidad y calidez de la atención.</p>	<p>*Analizando la incidencia que tiene una agencia de eventos sociales, culturales y empresariales en el Cantón Montalvo Provincia de Los Ríos, se obtendría buenos indicios para ejecutar el proyecto.</p> <p>*Estableciendo los lineamientos de la agencia para que su organización sea reconocida jurídicamente, se tendría una estructura sólida.</p> <p>*Aplicando las estrategias necesarias para que la agencia entre a un plan de marketing, se podría tener excelente ingreso.</p>	<p>-Servicio de Bufet.</p> <p>- Arreglo físico del local</p> <p>-Invitaciones</p> <p>-Servicio a domicilio</p> <p>- Servicio de camarero.</p>	<p>*Platos a la carta</p> <p>* Cocina nacional</p> <p>* Decorado del espacio físico</p> <p>*Buqué, Globos, Mesas, sillas</p> <p>* Escenario</p> <p>* Equipos de amplificación</p> <p>*Personales, Grupales</p> <p>*Transportación</p> <p>* De entrega</p> <p>* Asistido</p> <p>*Atención personalizada a invitados.</p> <p>*Servir bebidas y bufet.</p>

## CAPITULO III.

### MARCO METODOLOGICO

#### **3.1. Modalidad de la investigación.**

La presente investigación se la ha desarrollado bajo la modalidad especial de la investigación científica, por ser un proyecto de intervención social, esta es una modalidad particular de investigación que consiste en la elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable, para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales específicos. La propuesta va referida a la formulación de posibles soluciones (Véase, Marco Propositivo), para su formulación y ejecución el presente trabajo está apoyado en las modalidades de tipo documental, de campo. (UPEL, 2002, p.7).

#### **3.2. Tipos de investigación.**

El presente trabajo se basa en tres tipos de investigación: investigación preliminar o exploratorio, investigación explicativo o causal, investigación experimental, fases que son sustentadas del problema de investigación que se lleva en este documento: a continuación se detallan cada investigación desde los hechos reales.

Investigación explorativo; se inicia con el reconocimiento del lugar en estudio “Ciudadanía del Cantón Montalvo”, tomando contacto directo con la realidad y con las personas que están vinculadas a esta investigación. Se recoge información pertinente sobre la factibilidad, posibilidad y condiciones favorables, para sus fines investigativos. En esta etapa se ha determinado el problema para plantear el

objetivo y fines que tendrá la presente investigación científica, véase (el planteamiento del problema y objetivos específicos).

### **3.3. Población y Muestra.**

#### **3.3.1. Población.**

La presente investigación se la desarrollo en base al campo científico, aplicada en la ciudadanía del cantón Montalvo provincia de Los Ríos.

La población o universo es la totalidad de los elementos a investigar, en este caso se encuentra dada en el total de habitantes del cantón Montalvo, siendo de: 12.659 la población urbana y 10.980 correspondiente a la población rural, teniendo una **población total de: 23.639 habitantes.** (Tomado de INEC, bajo el último censo desarrollado a la población en el 2001).

#### **3.3.2. Muestra**

Considerando que la muestra es una parte de las unidades de una población tomando para esta, un muestreo de 389 personas a encuestar, para aquello tenemos a consideración la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{E^2 (N-1) + 1}$$

**n** = Muestra.

**N** = Población.

**E** = Error de muestreo (0.05)

El error de muestreo se puede fluctuar entre el 1% y el 8% como máximo, lo aconsejable es entre el 1% y el 5%, por lo que se procede a describir los valores que se utilizaran en la fórmula

Según la fórmula antes descrita, se enumera la población y de acuerdo al tamaño de la muestra se calcula la razón de muestreo, luego se toma un valor al azar, que se encuentra dentro de la razón de muestreo y bien a constituirse como el primer elemento de la muestra.

$$n = \frac{23639}{(0,05)^2(23639 - 1) + 1} = \frac{23639}{(0,0025) (23638) + 1} = \mathbf{389 \text{ encuestas}}$$

#### **3.4. Métodos técnicas e instrumentos.**

Las técnicas empleadas para la recolección de datos son las que mencionamos a

continuación.

**Entrevista no estructurada:** este tipo de entrevista se lo ha empleado como una técnica para recopilar los datos desde el nivel preliminar o exploratorio, consistiendo en un diálogo interpersonal entre el entrevistador (investigadora) y los entrevistados (representantes de las instituciones públicas y privadas antes mencionadas), en una relación cara a cara, es decir, en forma directa.

Estableciendo una relación dialógica entre los entrevistados y la entrevistadora por medio del empleo de un instrumento “cuestionario de preguntas abiertas” de preguntas con sus respectivas alternativas, presentado en un esquema o estructura metódica secuencialmente organizado, elaboradas de acuerdo a las circunstancias y características del desenvolvimiento y desarrollo de un servicio que presta una agencia de eventos sociales.

**Encuesta indirecta:** La misma que se caracteriza desde el nivel explicativo o causal, porque su estudio se lo realiza desde las causas que originan el problema, mediante un instrumento “Cuestionario de respuesta indirecta”, la transcripción la realiza la encuestadora, al momento de la respuesta dada cara a cara por los encuestados, sobre una muestra de estudio la misma que se distribuye desde un muestreo de 389 personas.

**Observación intencional:** esta técnica se la ha utilizado desde el nivel experimental, como un proceso intencional de captación de las características, cualidades y propiedades de la realidad del objeto en estudio “Creación y

servicios que presta una agencia de eventos sociales”, a través de nuestros sentidos y con la ayuda de un instrumento “ficha de observación”.

En términos más específicos, se la define como el proceso sistemático de obtención, recopilación y registro de datos empíricos desde los sucesos, acontecimientos o conducta humana con el propósito de procesarlo y convertirlo en información.

### 3.4 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.

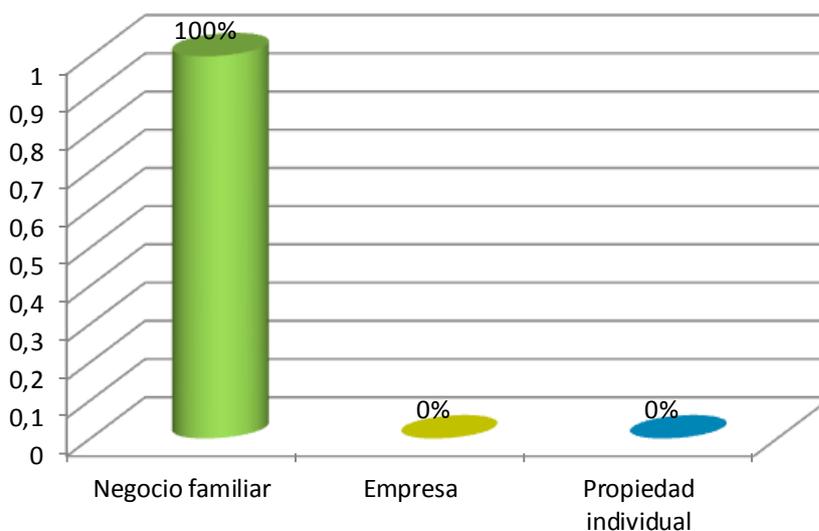
#### 3.4.1. ANÁLISIS DE ENCUESTA.

##### 3.3.1 Encuesta dirigida a los propietarios de los centros turísticos del cantón Montalvo

El proceso investigativo se desarrolla en cuatro paradores turísticos, siendo ellos: Pisagua, La Perla, Cristal, El refugio, obteniendo los siguientes resultados:

PREGUNTA 1	RESULTADOS	
	Numero	Porcentaje
Su actividad vinculada al turismo la realiza como:		
Negocio familiar	4	100
Empresa	0	0
Propiedad individual	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José

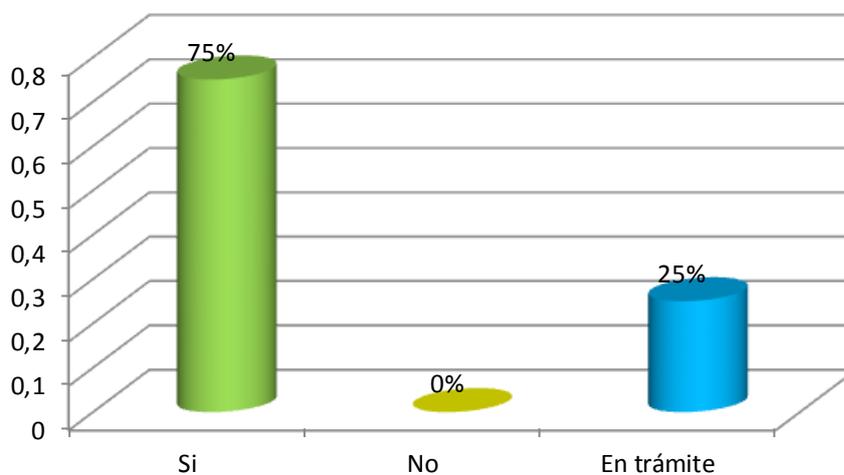


De acuerdo a la pregunta realizada los operadores turísticos en el cantón Montalvo en un 100% se manejan como un negocio familiar.

*Jaramillo & Herrería*

PREGUNTA 2	RESULTADOS	
Posee licencia de Turismo	Numero	Porcentaje
Si	3	75
No	0	0
En trámite	1	25
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

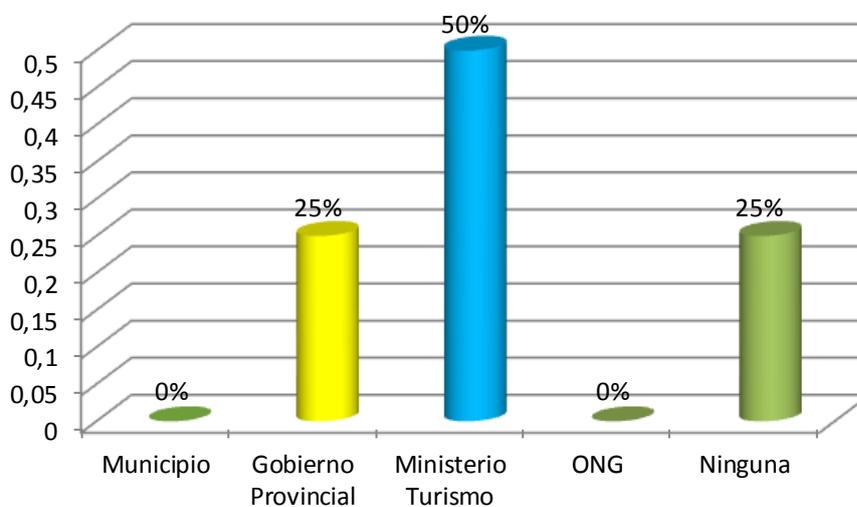
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



El 75% de los encuestados poseen licencia de turismo, el 25% que representa a un negocio manifiesta que el mismo está en trámite.

<b>PREGUNTA 3</b>	<b>RESULTADOS</b>	
Que instituciones capacitan en gestión turística:	Numero	Porcentaje
Municipio	0	0
Gobierno provincial	1	25
Ministerio de Turismo	2	50
ONG	0	0
Ninguna	1	25
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

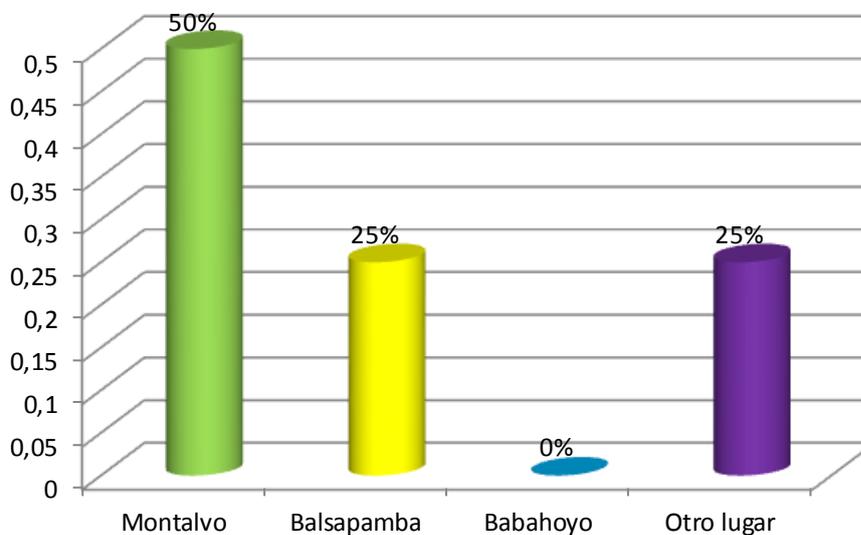
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



Al consultarles de que institución reciben capacitación, uno de ellos que representa al 25% manifiesta del Gobierno Provincial, el restante 75% indica de parte del Ministerio de Turismo.

PREGUNTA 4	RESULTADOS	
En su actividad laboran personas de:	Numero	Porcentaje
Montalvo	2	50
Balsapamba	1	25
Babahoyo	0	0
Otro lugar	1	25
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

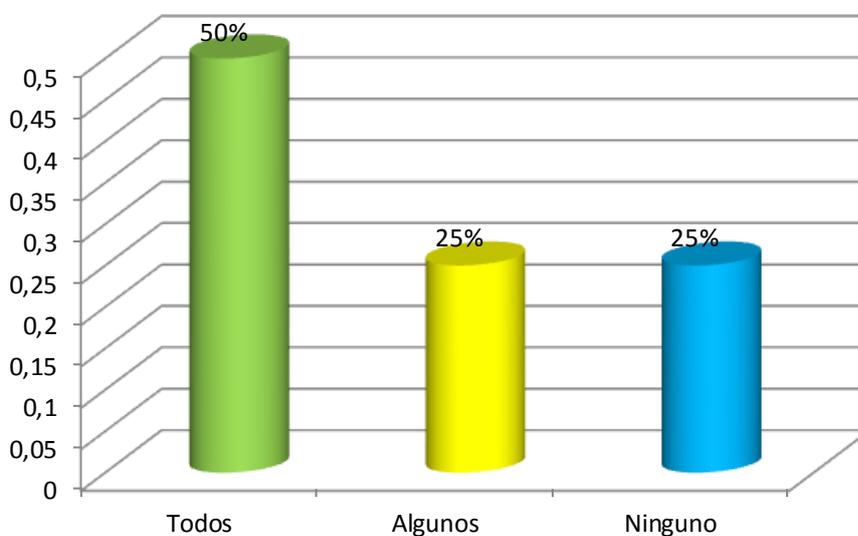
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



El personal que labora en estos negocios, el 50% son oriundo del cantón Montalvo, el 25% de Balsapamba y el 25% restante de otro lugar.

<b>PREGUNTA 5</b>	<b>RESULTADOS</b>	
El personal que labora, recibe los beneficios de ley:	Numero	Porcentaje
Todos	2	50
Algunos	1	25
Ninguno	1	25
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

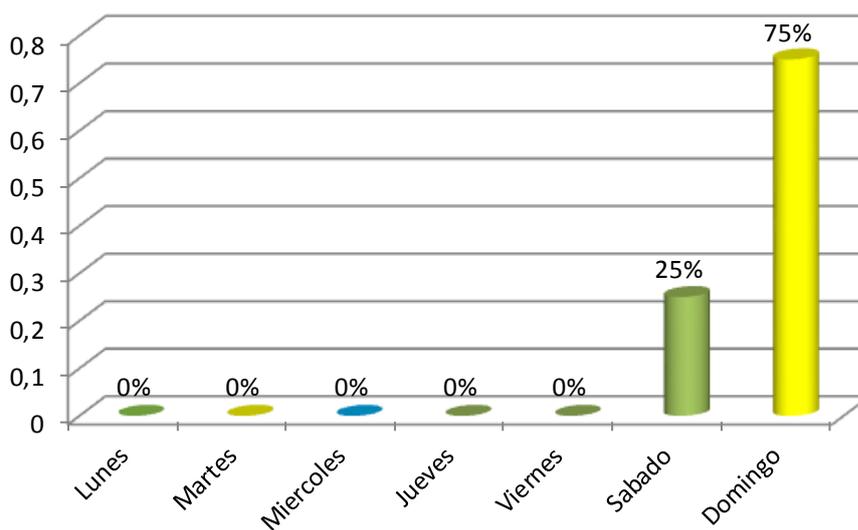
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



Solo dos paradores turísticos que representan al 50%, reconocen que sus empleados reciben sueldos y los beneficios adicionales de acuerdo a la ley, el 25% indica que solo lo reciben algunos, y el 25% restante indican que la remuneración de su personal no está de acuerdo a lo establecido por las leyes ecuatorianas.

PREGUNTA 6	RESULTADOS	
Los días de mayor afluencia turística son	Numero	Porcentaje
Lunes	0	0
Martes	0	0
Miércoles	0	0
Jueves	0	0
Viernes	0	0
Sábado	1	25
Domingo	3	75
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

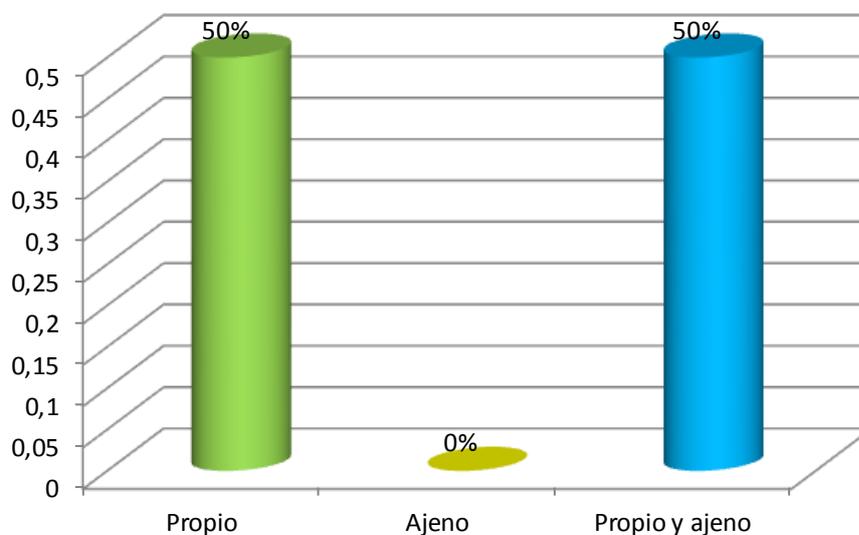
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



Los días de mayor afluencia turística de acuerdo a los operadores encuestados son los sábados (25%) y domingos (75%).

<b>PREGUNTA 7</b>	<b>RESULTADOS</b>	
Usted labora con capital:	Numero	Porcentaje
Propio	2	50
Ajeno	0	0
Ajeno y propio	2	50
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

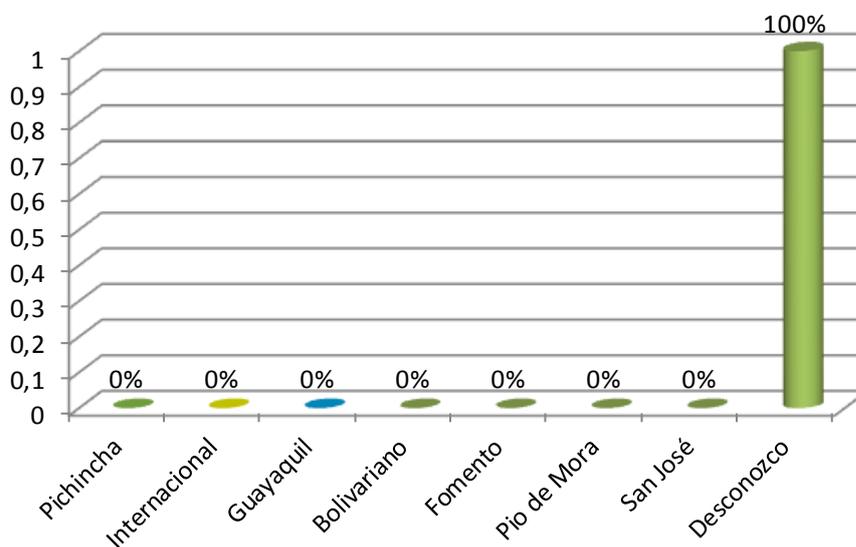
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



Al consultar si laboran con capital propio, ajeno o mixto, el criterio es compartido, el 50% indica con capital propio y el 50% restante con capital propio y ajeno.

PREGUNTA 8	RESULTADOS	
	Numero	Porcentaje
Que entidades financieras otorgan créditos para la actividad vinculadas al turismo		
Pichincha	0	0
Internacional	0	0
Guayaquil	0	0
Bolivariano	0	0
Fomento	0	0
Pio de Mora	0	0
San José	0	0
Desconozco	4	100
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

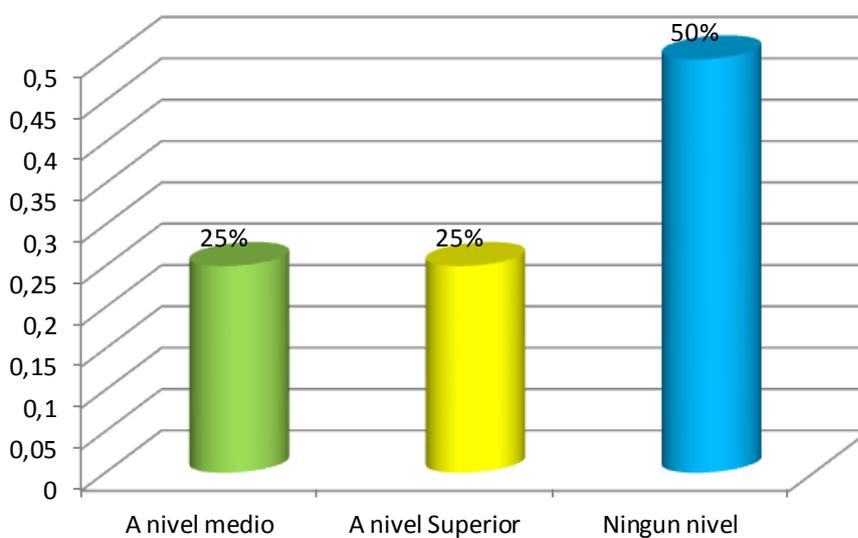
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



Al consultar que entidades financieras otorgan créditos para la actividad vinculadas al turismo, en un 100% indican que desconocen al respecto.

<b>PREGUNTA 9</b>	<b>RESULTADOS</b>	
Tiene conocimientos administrativos:	Numero	Porcentaje
A nivel medio	1	25
A nivel superior	1	25
Ningún nivel	2	50
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

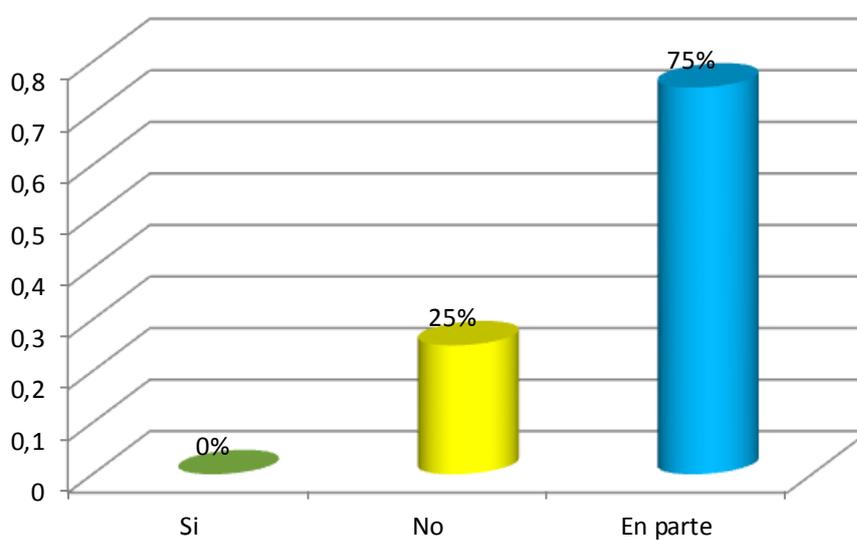
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



Al consultar a los propietarios de estos negocios si tiene conocimientos administrativos, el 25% manifiestan que lo tienen a nivel medio, a nivel superior otro 25% y el 50% restante no lo tienen a ningún nivel.

PREGUNTA 10	RESULTADOS	
Gerencia su negocio utilizando concepciones científicas de administración	Numero	Porcentaje
Si	0	0
No	1	25
En parte	3	75
TOTAL	4	100

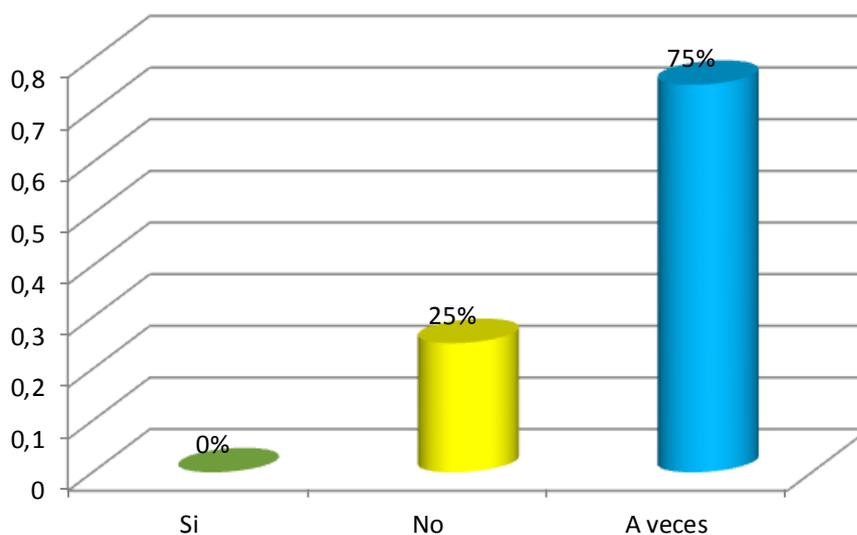
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



Los encuestados manifiestan en un 25% que gerencian su negocio y no utilizan concepciones científicas de administración, el 75% restante indican que utilizan en parte.

PREGUNTA 11	RESULTADOS	
	Numero	Porcentaje
Utiliza asesoría externa en el área administrativa		
Si	0	0
No	1	25
A veces	3	75
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

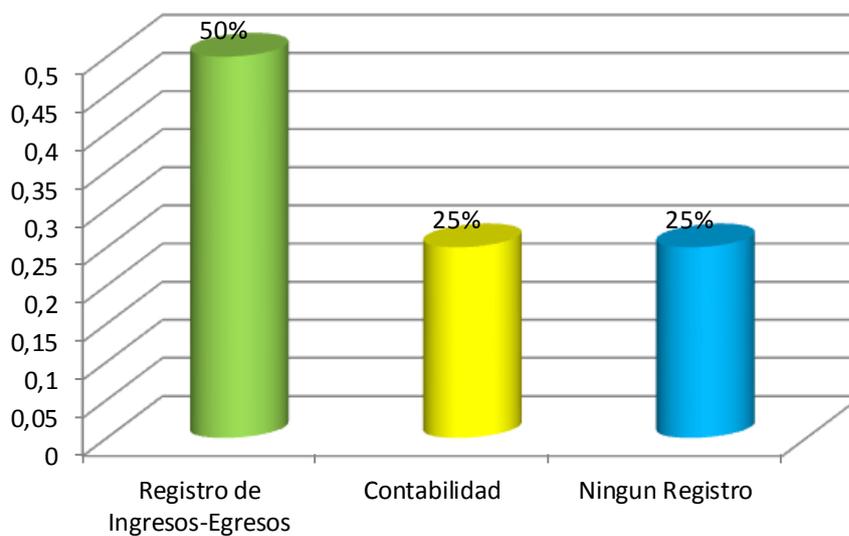
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



El 25% de los encuestados indican que no utilizan asesoría externa en el área administrativa, el 75% manifiestan que lo utilizan a veces.

PREGUNTA 12	RESULTADOS	
El registro del movimiento económico, lo lleva por medio de:	Numero	Porcentaje
Registro Ingresos-Egresos	2	50
Contabilidad	1	25
Ningún registro	1	25
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

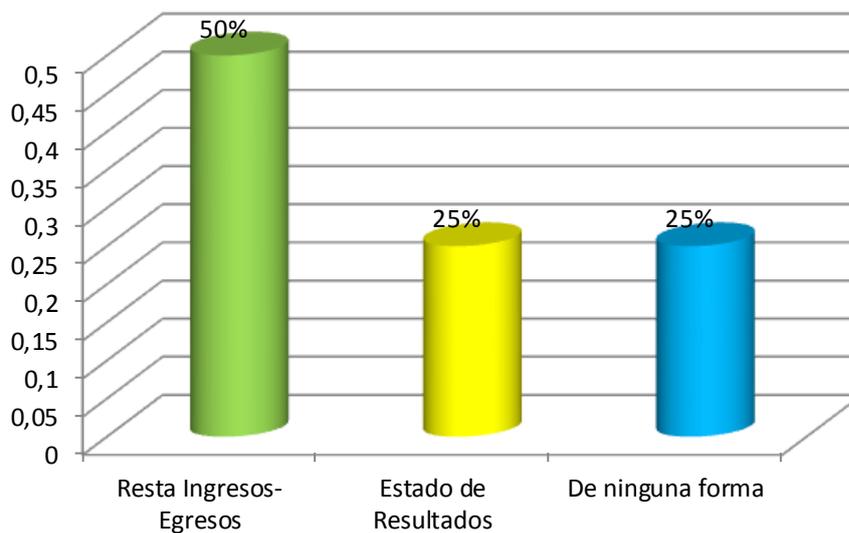
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



A consultar si el registro del movimiento económico, lo lleva por medio de: Registro de ingresos-egresos (50%), contabilidad (25%) o ningún registro (25%), el criterio es compartido como nos indica los porcentajes de respuesta.

PREGUNTA 13	RESULTADOS	
Al finalizar el año, conoce su utilidad o perdida por medio de:	Numero	Porcentaje
Resta Ingresos-Egresos	2	50
Estado de Resultados	1	25
De ninguna forma	1	25
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

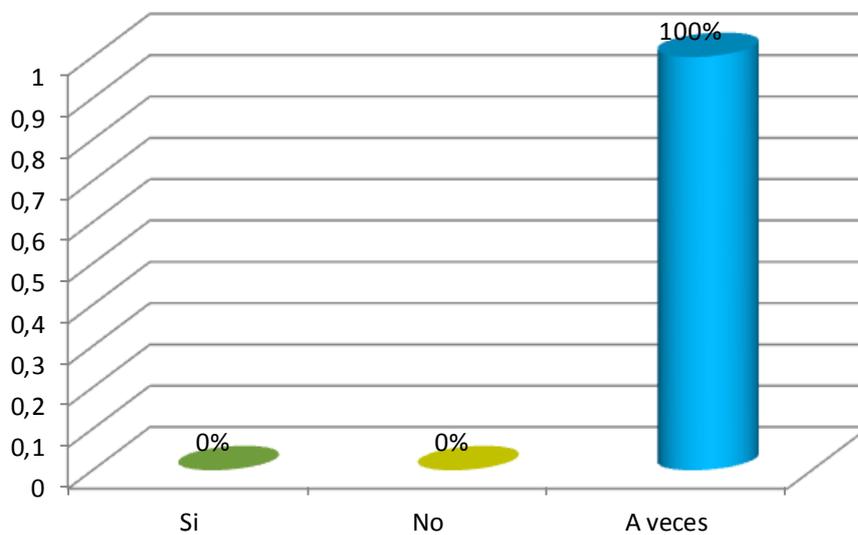
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



Al finalizar el año manifiestan que conocen sus resultados económicos por medio de Resta de ingresos-egresos (50%), Estado de Resultados (25%) y de ninguna forma (25%).

<b>PREGUNTA 14</b>	<b>RESULTADOS</b>	
Existe control del SRI sobre su actividad.	Numero	Porcentaje
Si	0	0
No	0	0
A veces	4	100
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

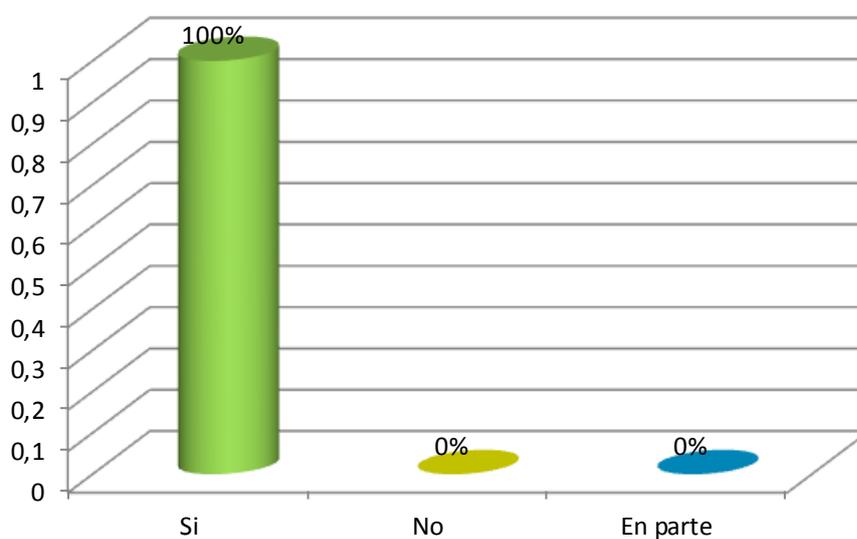
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



Al preguntar si existe control del SRI sobre su actividad, ellos manifiestan en un 100% que esto sucede “A veces”.

<b>PREGUNTA 15</b>	<b>RESULTADOS</b>	
Considera que contribuye al desarrollo socioeconómico del cantón Montalvo	Numero	Porcentaje
Si	4	100
No	0	0
En parte	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José

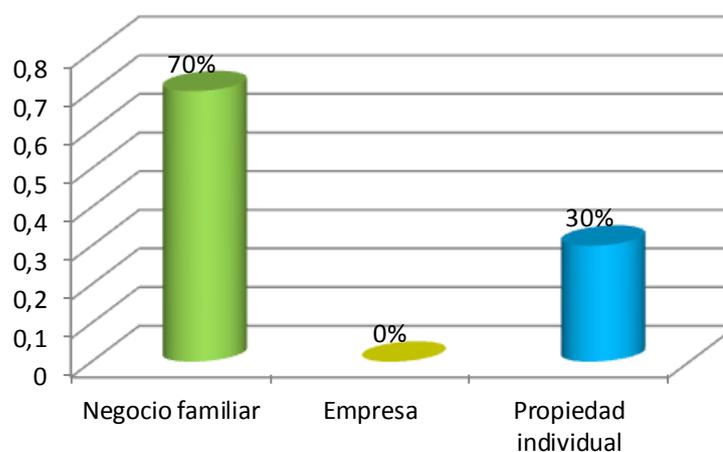


Todos los encuestados esta seguros que están contribuyendo al desarrollo socioeconómico del cantón Montalvo, por lo cual tenemos una respuesta positiva del 100%.

**3.3.2 Encuesta dirigida a los propietarios de negocios del cantón Montalvo.**

PREGUNTA 1	RESULTADOS	
	Numero	Porcentaje
Su actividad comercial la realiza como:		
Negocio familiar	32	70
Empresa	0	0
Propiedad individual	14	30
<b>TOTAL</b>	<b>46</b>	<b>100</b>

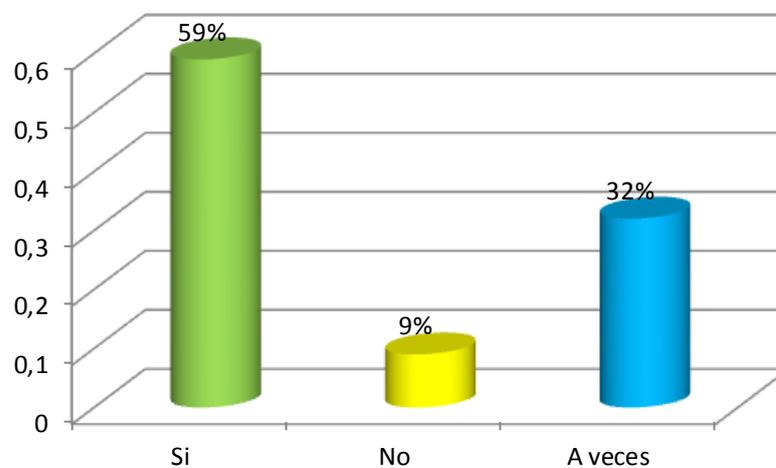
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



De acuerdo a los resultados obtenidos al consultar si “Su actividad comercial la realiza como: negocio familiar, Empresa o Propiedad individual” el 70% indica que es un “negocio familiar” y el 30% restante manifiesta que es de “propiedad individual”.

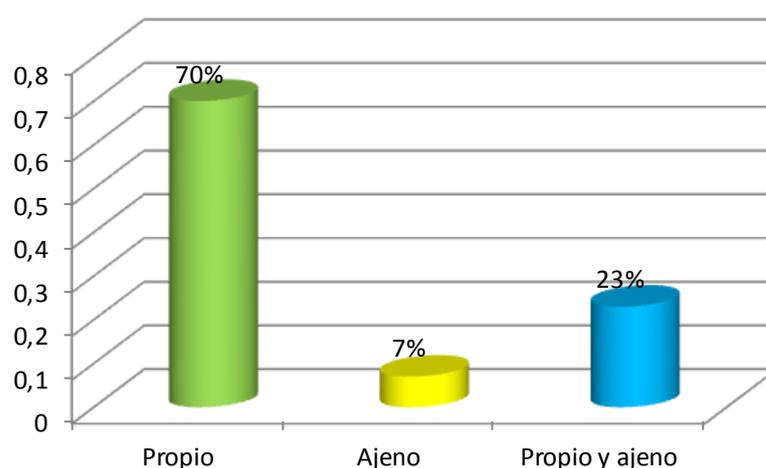
PREGUNTA 2	RESULTADOS	
	Numero	Porcentaje
La actividad turística del cantón aumenta sus ventas:		
Si	27	59
No	4	9
A veces	15	32
<b>TOTAL</b>	<b>46</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



Al consultarles a los comerciantes de Montalvo, si la actividad turística del cantón aumenta sus ventas, 59% de ellos indica que SI, el 9% que NO; y, el 32% restante manifiesta que solo A VECES aumenta su venta.

PREGUNTA 3	RESULTADOS	
	Numero	Porcentaje
Trabaja con capital:		
Propio	32	70
Ajeno	3	7
Propio y ajeno	11	23
<b>TOTAL</b>	<b>46</b>	<b>100</b>

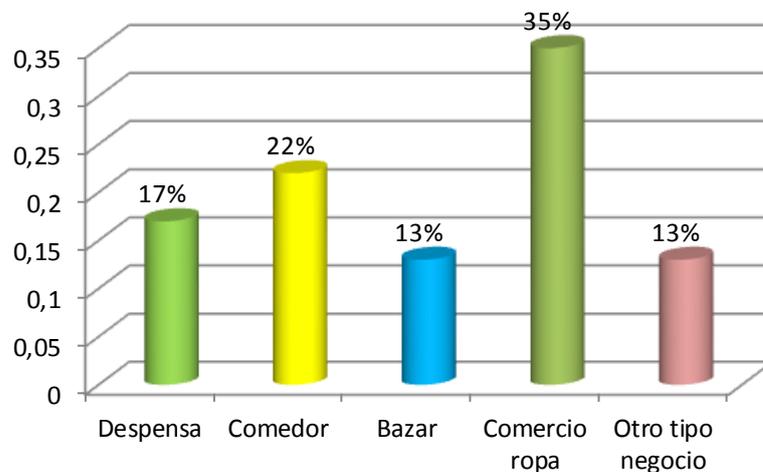


Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José

Los comerciantes encuestados en un 70% trabajan con capital propio, el 7% con capital ajeno y el 23% con capital mixto, es decir con propio y ajeno.

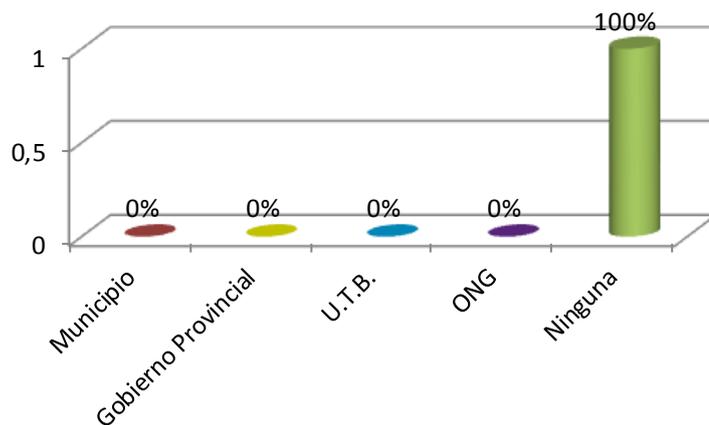
PREGUNTA 4	RESULTADOS	
Su actividad la ubica como:	Numero	Porcentaje
Despensa	8	17
Comedor	10	22
Bazar	6	13
Comercio ropa	16	35
Otro tipo de negocio	6	13
<b>TOTAL</b>	<b>46</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



El total de encuestados el 17% corresponde a negocios tipo: despensa, el 22% comedores, el 13% bazares, el 35% comercio de ropa y el 13% otro tipo de negocios, entre los cuales se ha podido observar a ferreterías, cybers, cabinas telefónicas.

<b>PREGUNTA 5</b>	<b>RESULTADOS</b>	
Que instituciones capacitan en gestión microempresarial:	Numero	Porcentaje
Municipio	0	0
Gobierno provincial	0	0
Universidad Técnica Babahoyo	0	0
ONG	0	0
Ninguna	46	100
<b>TOTAL</b>	<b>46</b>	<b>100</b>

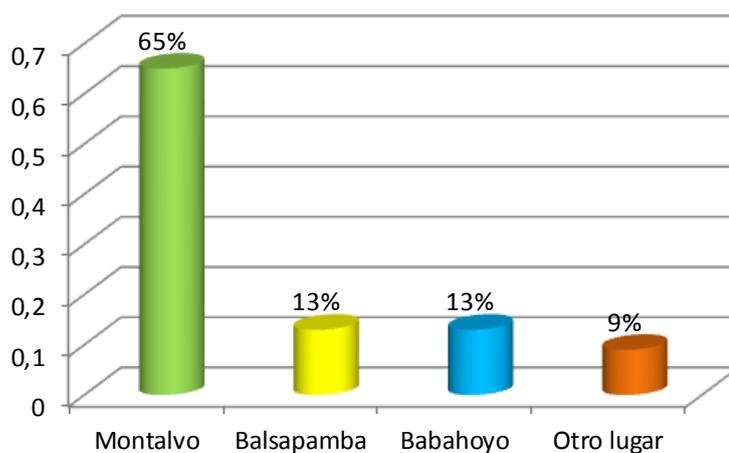


Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José

Al consultarles que instituciones capacitan en gestión microempresarial, el 100% indica que ninguna.

PREGUNTA 6	RESULTADOS	
En su actividad laboran personas de:	Numero	Porcentaje
Montalvo	30	65
Balsapamba	6	13
Babahoyo	6	13
Otro lugar	4	9
<b>TOTAL</b>	<b>46</b>	<b>100</b>

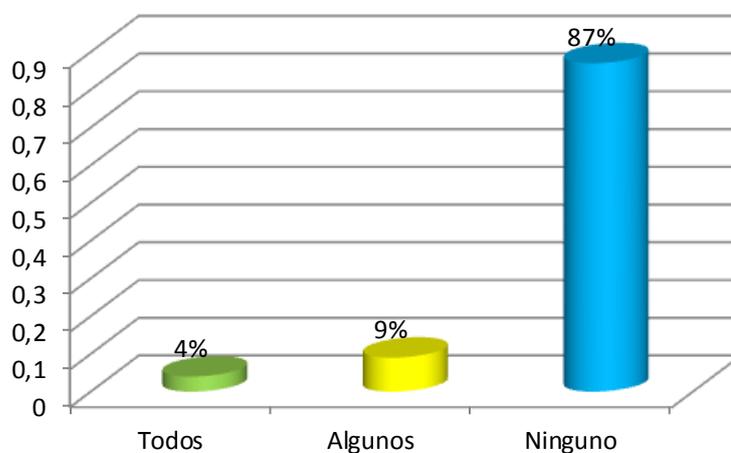
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



De acuerdo a la encuesta el 65% de las personas que laboran en la actividad comercial son de Montalvo, el 13% de Balsapamba, 13% de Babahoyo, 9% de otro lugar no indicado.

PREGUNTA 7	RESULTADOS	
Del personal que labora, reciben los beneficios de ley:	Numero	Porcentaje
Todos	2	4
Algunos	4	9
Ninguno	40	87
<b>TOTAL</b>	<b>46</b>	<b>100</b>

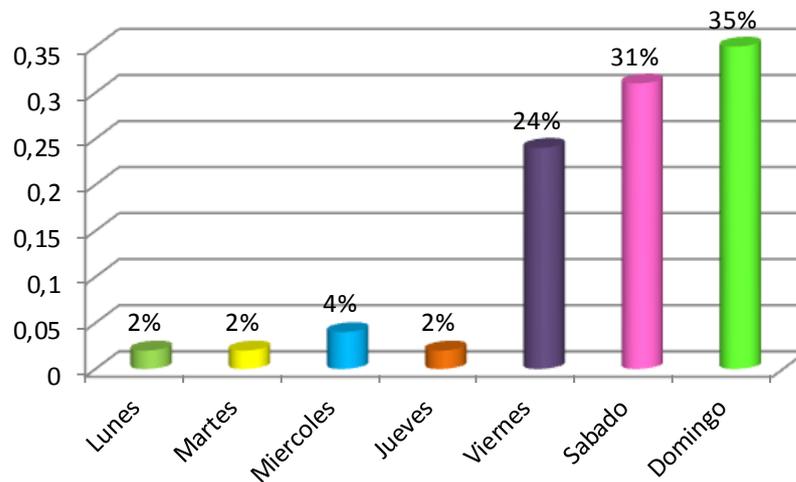
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



De las personas que laboran en los negocios del cantón Montalvo solo el 4% de ellos reciben todos los beneficios de Ley, indican que el 9% de manera parcial y el 87% solo reciben una remuneración, mas no los beneficios de ley, como lo dispone el Código del Trabajo.

PREGUNTA 8	RESULTADOS	
Los días de mayor actividad comercial son:	Numero	Porcentaje
Lunes	1	2
Martes	1	2
Miércoles	2	4
Jueves	1	2
Viernes	11	24
Sábado	14	31
Domingo	16	35
<b>TOTAL</b>	<b>46</b>	<b>100</b>

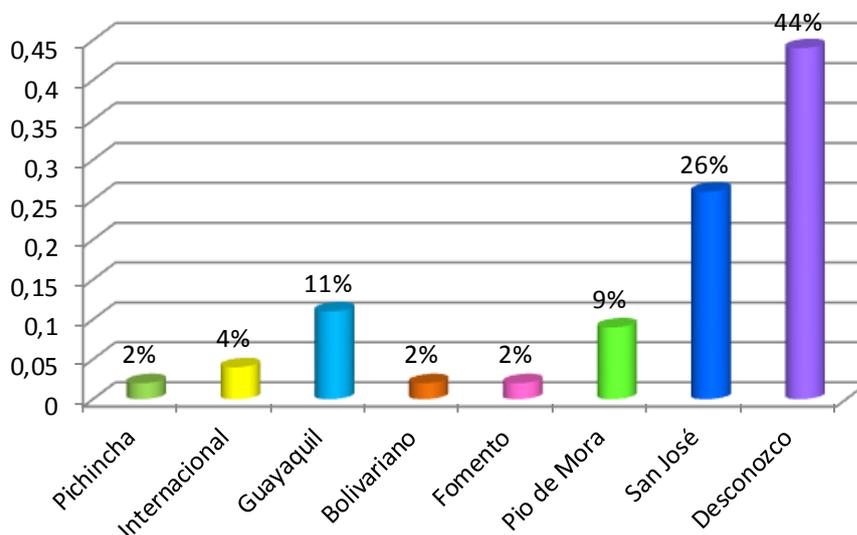
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



De acuerdo al criterio de los comerciantes de este cantón, los días de mayor actividad son: viernes (24%), sábado (31%) y domingo (35%), el resto de días varía la respuesta entre el 2% al 4% de los encuestados.

PREGUNTA 9 Que entidades financieras otorgan créditos para la actividad microempresarial	RESULTADOS	
	Numero	Porcentaje
Pichincha	1	2
Internacional	2	4
Guayaquil	5	11
Bolivariano	1	2
Fomento	1	2
Pio de Mora	4	9
San José	12	26
Desconozco	20	44
<b>TOTAL</b>	<b>46</b>	<b>100</b>

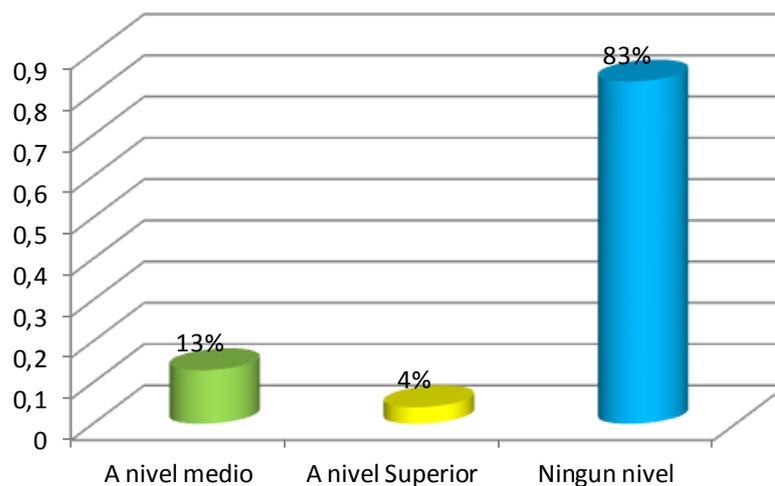
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



Al consultarles, que entidades financieras otorgan créditos para la actividad microempresarial, a lo cual responden: 2% Banco del Pichinche, 4% Banco Internacional, 11% Banco Guayaquil, 2% Banco Bolivariano, 2% Banco de Fomento, 9% Cooperativa Pio de Mora, 26% Cooperativa San José y 44% indica que desconoce que instituciones otorgan este tipo de créditos.

PREGUNTA 10	RESULTADOS	
Tiene conocimientos administrativos:	Numero	Porcentaje
A nivel medio	6	13
A nivel superior	2	4
Ningún nivel	38	83
<b>TOTAL</b>	<b>46</b>	<b>100</b>

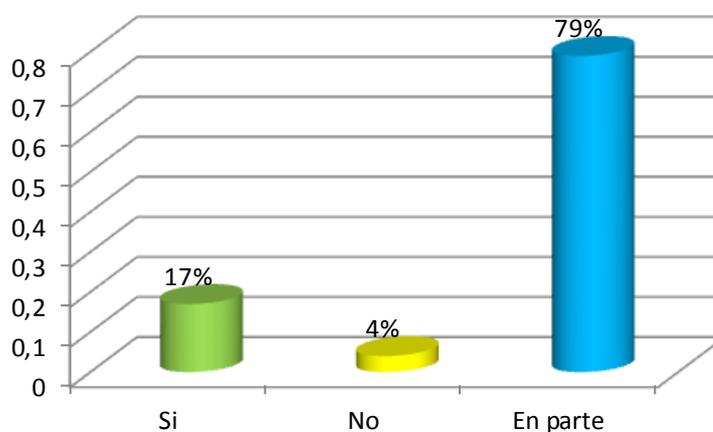
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



Al consultarles si tiene conocimientos administrativos, los cuales les permiten dirigir sus negocios de manera eficaz y eficiente, ante lo cual obtenemos las respuestas siguientes: 13% formación a nivel medio, 4% a nivel superior y el 83% no tiene conocimientos administrativos a ningún nivel.

PREGUNTA 11	RESULTADOS	
Gerencia su negocio utilizando concepciones científicas de administración	Numero	Porcentaje
Si	8	17
No	2	4
En parte	36	79
<b>TOTAL</b>	<b>46</b>	<b>100</b>

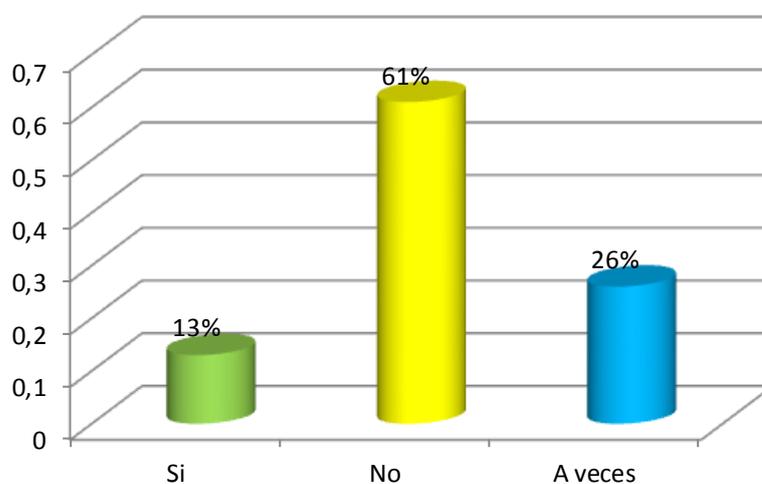
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



De acuerdo a los resultados de la pregunta anterior el 17% indica que **si** gerencia su negocio utilizando concepciones científicas de administración, el 4% manifiesta que **no**; y, el 79% restante dice que **en parte**.

PREGUNTA 12	RESULTADOS	
	Numero	Porcentaje
Utiliza asesoría externa en el área administrativa		
Si	6	13
No	28	61
A veces	12	26
<b>TOTAL</b>	<b>46</b>	<b>100</b>

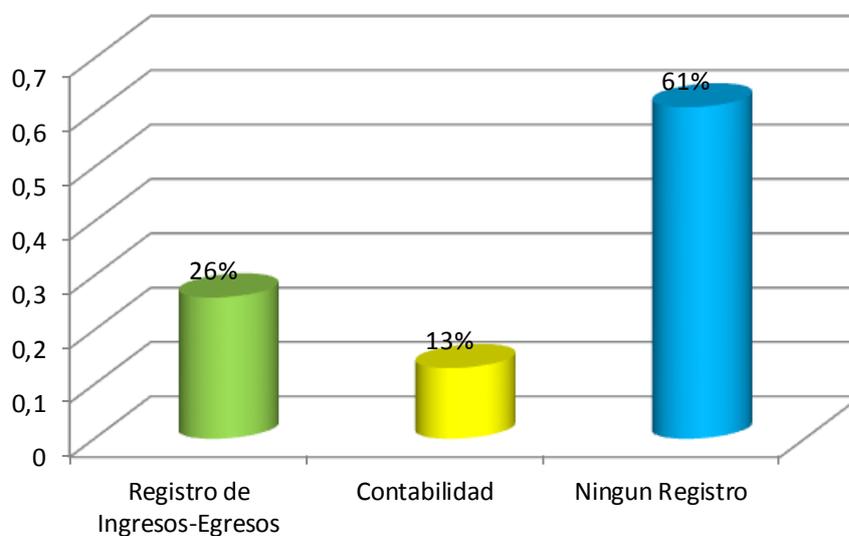
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



El 13% manifiesta que **si** utiliza asesoría externa en el área administrativa, el 61% indica que **no**; y, el 26% dice que **a veces**.

PREGUNTA 13	RESULTADOS	
El registro del movimiento económico, lo lleva por medio de:	Numero	Porcentaje
Registro Ingresos-Egresos	12	26
Contabilidad	6	13
Ningún registro	28	61
<b>TOTAL</b>	<b>46</b>	<b>100</b>

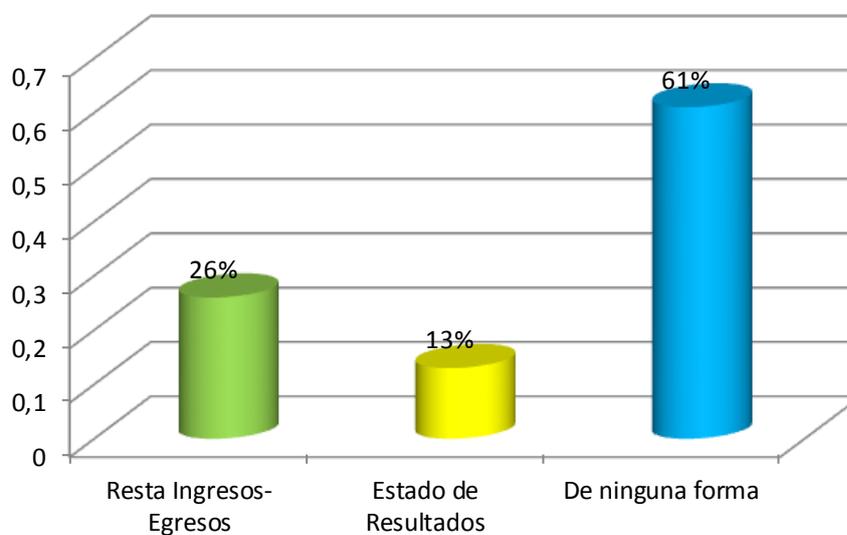
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



Al consultar como lleva el registro del movimiento económico, el 26% indica por medio de **registro de ingresos-egresos**, el 13% dice que **lleva contabilidad**; y, el 61% restante no lleva **ningún registro**.

PREGUNTA 14	RESULTADOS	
Al finalizar el año, conoce su utilidad o perdida por medio de:	Numero	Porcentaje
Resta Ingresos-Egresos	12	26
Estado de Resultados	6	13
De ninguna forma	28	61
<b>TOTAL</b>	<b>46</b>	<b>100</b>

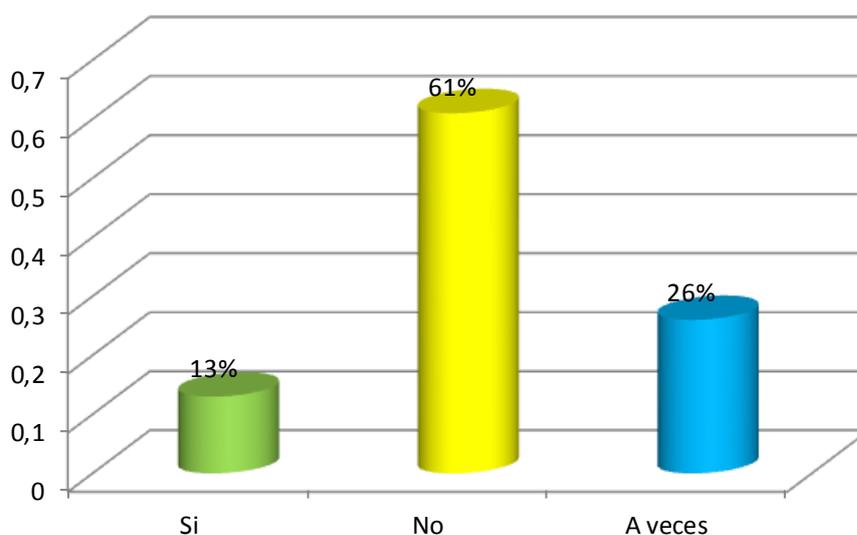
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



Los consultados indican que al finalizar el año, conocen su utilidad o pérdida por medio de Resta Ingresos-Egresos (26%), Estado de Resultados (13%), De Ninguna Forma (61%). Estas respuestas están vinculadas con el resultado de la pregunta anterior.

PREGUNTA 15	RESULTADOS	
Existe control del SRI sobre su actividad.	Numero	Porcentaje
Si	6	13
No	28	61
A veces	12	26
<b>TOTAL</b>	<b>46</b>	<b>100</b>

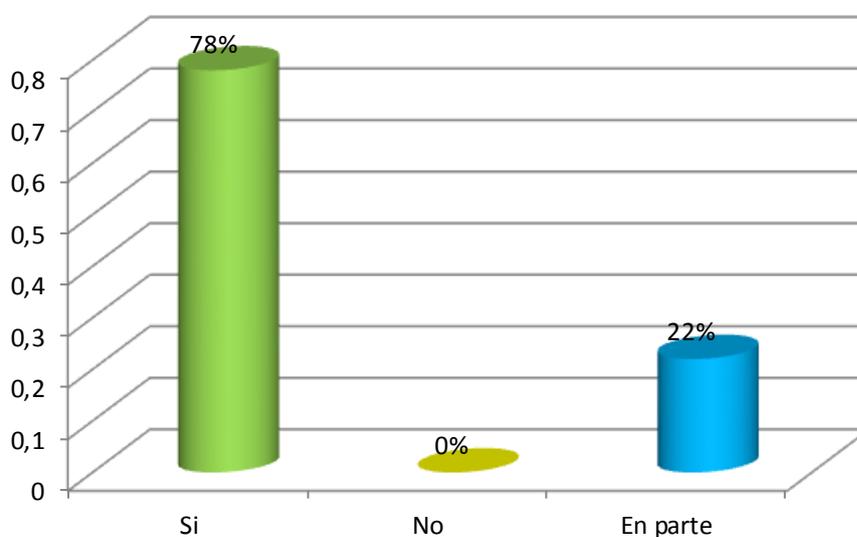
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



Los comerciantes encuestados manifiestan en un 78% **si** existe control del SRI sobre su actividad, el 22% indica que **en parte**

PREGUNTA 16	RESULTADOS	
	Numero	Porcentaje
Considera que contribuye al desarrollo socioeconómico del cantón Montalvo		
Si	36	78
No	0	0
En parte	10	22
<b>TOTAL</b>	<b>46</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José

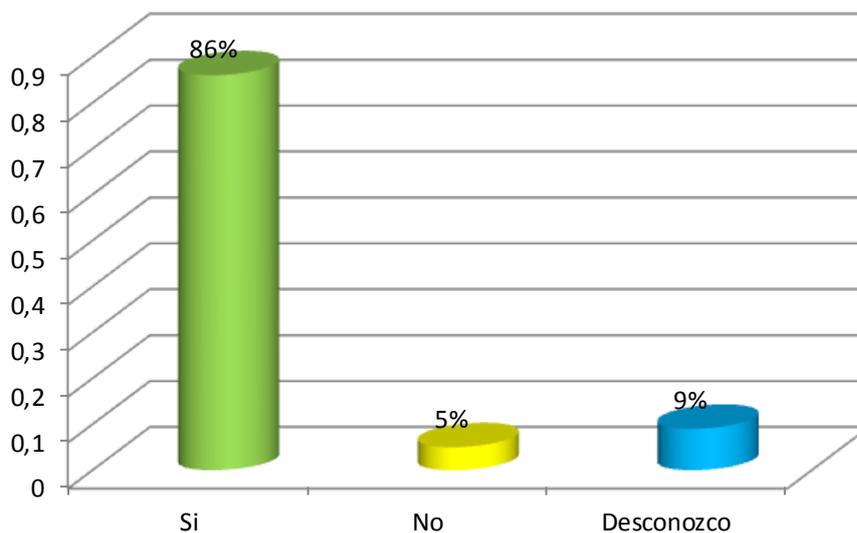


El 78% de los encuestados consideran que contribuyen al desarrollo socioeconómico del cantón Montalvo, el 22% restante que **en parte**.

### 3.3.3 Encuesta dirigida a los ciudadanos del cantón Montalvo.

PREGUNTA 1	RESULTADOS	
	Numero	Porcentaje
El turismo aumenta la actividad comercial en el cantón		
Si	335	86
No	19	5
Desconozco	35	9
<b>TOTAL</b>	<b>389</b>	<b>100</b>

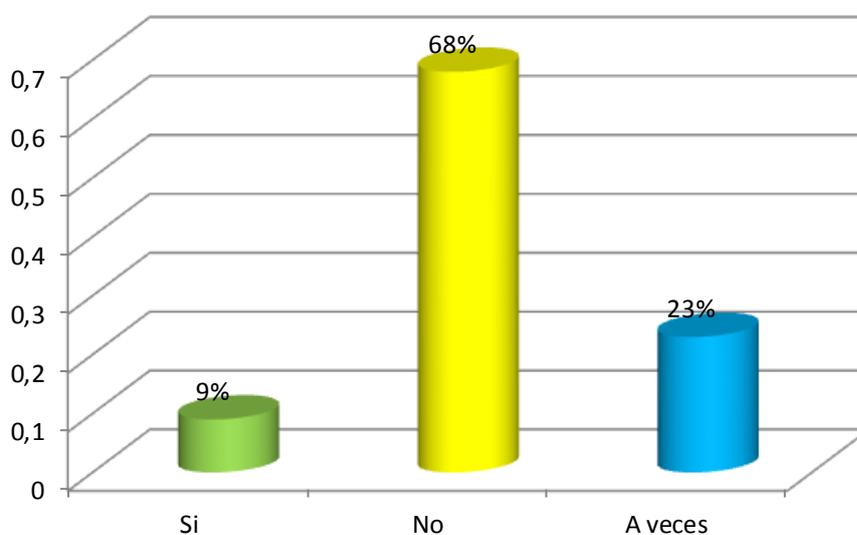
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



Al consultar si el turismo aumenta la actividad comercial en el cantón, el 86% indican que si, el 5% que no y el 9% restante manifiestan que desconocen.

<b>PREGUNTA 2</b>	<b>RESULTADOS</b>	
Usted se beneficia de la actividad turística en Montalvo:	Numero	Porcentaje
Si	35	9
No	265	68
A veces	89	23
<b>TOTAL</b>	<b>389</b>	<b>100</b>

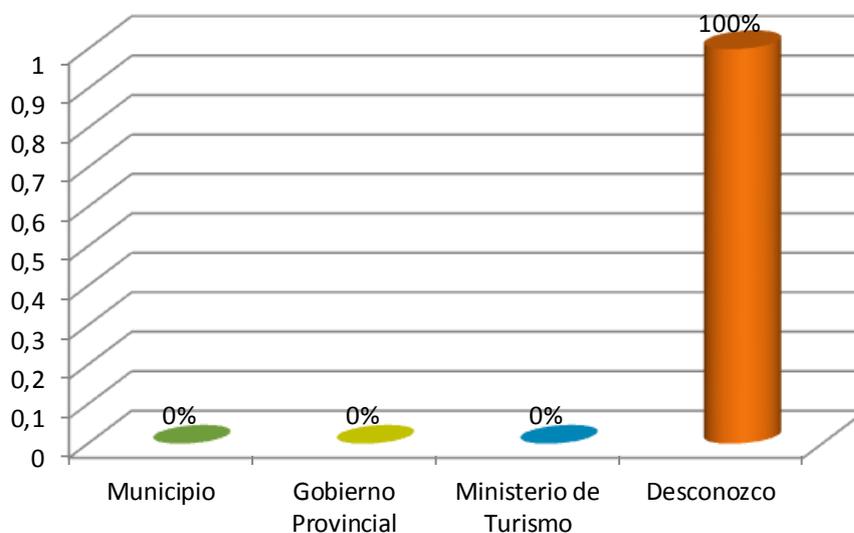
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



De acuerdo a las personas encuestadas, el 9% manifiesta que se beneficia de la actividad turística en Montalvo, el 68% indica que no, el 23% solo se beneficia a veces.

<b>PREGUNTA 3</b>	<b>RESULTADOS</b>	
Conoce si alguna de estas instituciones fomentan el turismo en Montalvo	Numero	Porcentaje
Municipio	0	0
Gobierno Provincial	0	0
Ministerio de Turismo	0	0
Desconozco	389	100
<b>TOTAL</b>	<b>389</b>	<b>100</b>

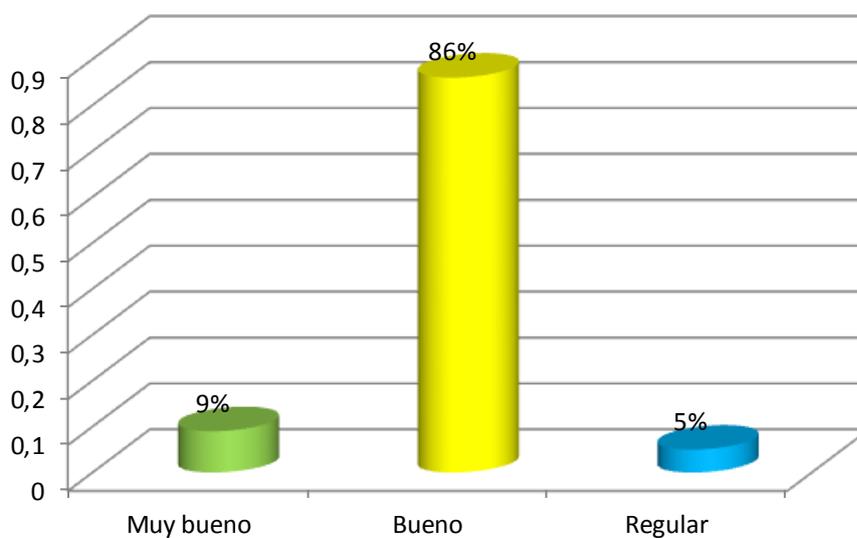
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



El 100% de los encuestados indican que desconocen si alguna institución fomenta el turismo en Montalvo

PREGUNTA 4	RESULTADOS	
El transporte interno es	Numero	Porcentaje
Muy bueno	35	9
Bueno	335	86
Regular	19	5
<b>TOTAL</b>	<b>389</b>	<b>100</b>

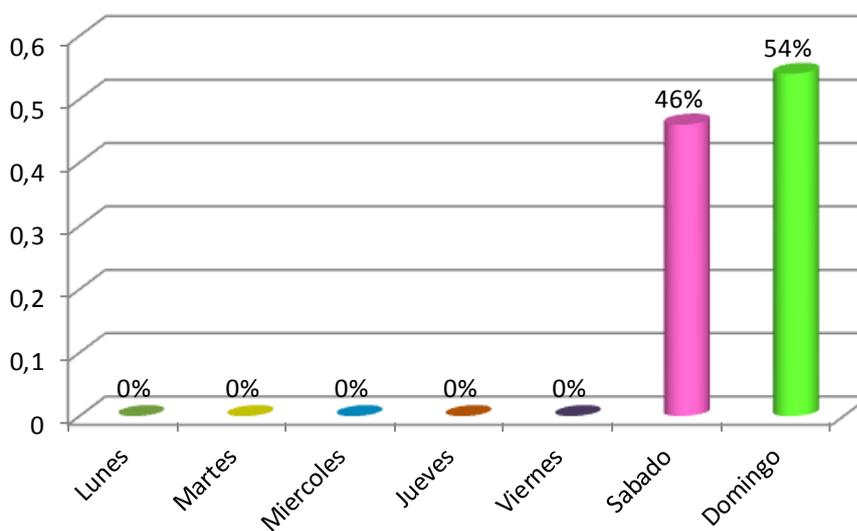
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



Al consultar sobre el transporte interno en Montalvo, el 9% indica que es muy bueno, el 86% manifiesta que bueno y el 5% regular.

<b>PREGUNTA 5</b>	<b>RESULTADOS</b>	
Los días de mayor afluencia de turistas, es:	Numero	Porcentaje
Lunes	0	0
Martes	0	0
Miércoles	0	0
Jueves	0	0
Viernes	0	0
Sábado	179	46
Domingo	210	54
<b>TOTAL</b>	<b>389</b>	<b>100</b>

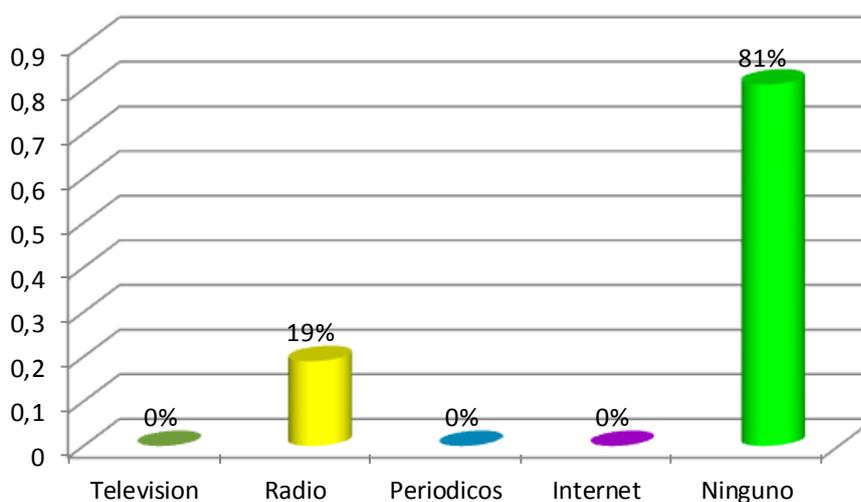
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



A criterio de la población encuestada los días de mayor afluencia de turistas, son los sábados (46%) y el domingo (54%).

<b>PREGUNTA 6</b>	<b>RESULTADOS</b>	
Existe publicidad sobre la actividad turística de Montalvo en medios de comunicación, como:	Numero	Porcentaje
Televisión	0	0
Radio	74	19
Periódicos	0	0
Internet	0	0
Ninguno	315	81
<b>TOTAL</b>	<b>389</b>	<b>100</b>

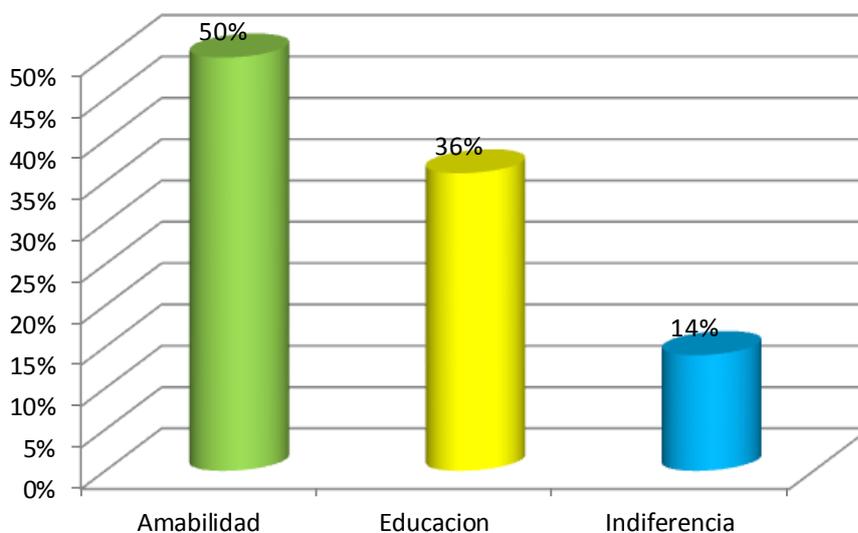
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



Al interrogar si existe publicidad sobre la actividad turística de Montalvo en medios de comunicación, el 19% indica que en radio y el 81% restante manifiesta que no existe.

<b>PREGUNTA 7</b>	<b>RESULTADOS</b>	
Usted trata al turista, con:	Numero	Porcentaje
Amabilidad	195	50
Educación	140	36
Indiferencia	54	14
<b>TOTAL</b>	<b>389</b>	<b>100</b>

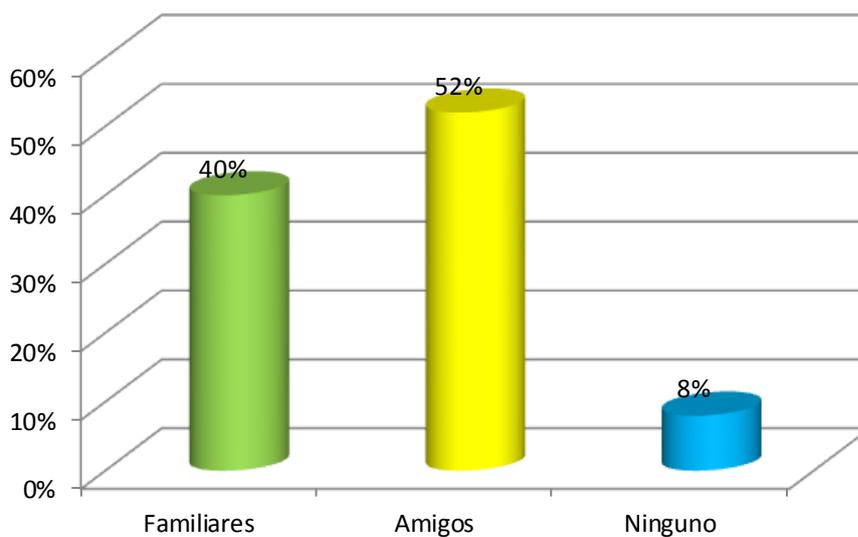
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



De acuerdo a la respuesta obtenida a la pregunta que nos antecede el 50% trata al turista con amabilidad, el 36% considera que lo hace con educación y el 14% restante le es indiferente.

<b>PREGUNTA 8</b>	<b>RESULTADOS</b>	
Personas allegadas a usted visitan Montalvo por Turismo, entre ellos:	Numero	Porcentaje
Familiares	156	40
Amigos	202	52
Ninguno	31	8
<b>TOTAL</b>	<b>389</b>	<b>100</b>

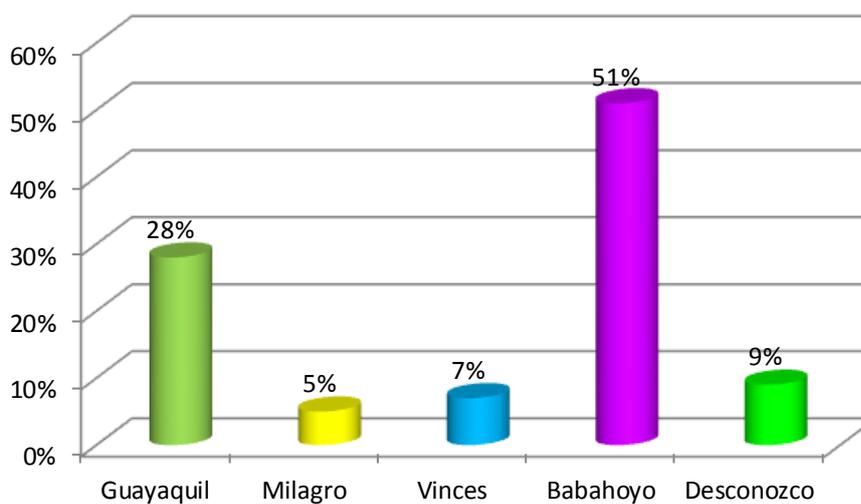
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



Al consultar si personas allegadas a ellos visitan Montalvo por Turismo, un 40% indica que lo hacen familiares, el 52% amigos y un 8% que ninguna persona allegada.

<b>PREGUNTA 9</b>	<b>RESULTADOS</b>	
Las personas que hacen turismo en Montalvo, provienen de:	Numero	Porcentaje
Guayaquil	109	28
Milagro	20	5
Vinces	27	7
Babahoyo	198	51
Desconozco	35	9
<b>TOTAL</b>	<b>389</b>	<b>100</b>

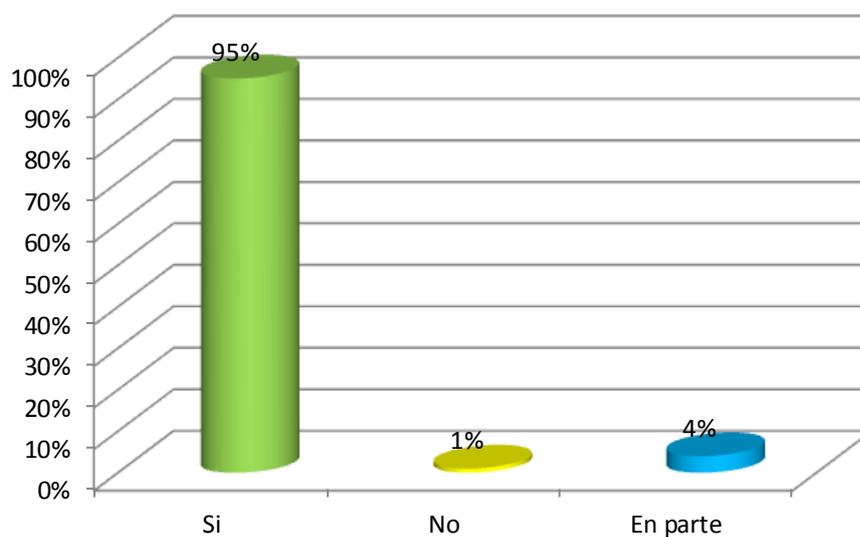
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



Las personas que hacen turismo en Montalvo, de acuerdo al criterio de los encuestados provienen de: Guayaquil (28%), Milagro (5%), Vinces (7%), Babahoyo (51%), un 9% desconoce el origen de los turistas.

PREGUNTA 10	RESULTADOS	
	Numero	Porcentaje
Considera que el turismo contribuye al desarrollo socioeconómico del cantón Montalvo		
Si	370	95
No	4	1
En parte	15	4
<b>TOTAL</b>	<b>389</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José

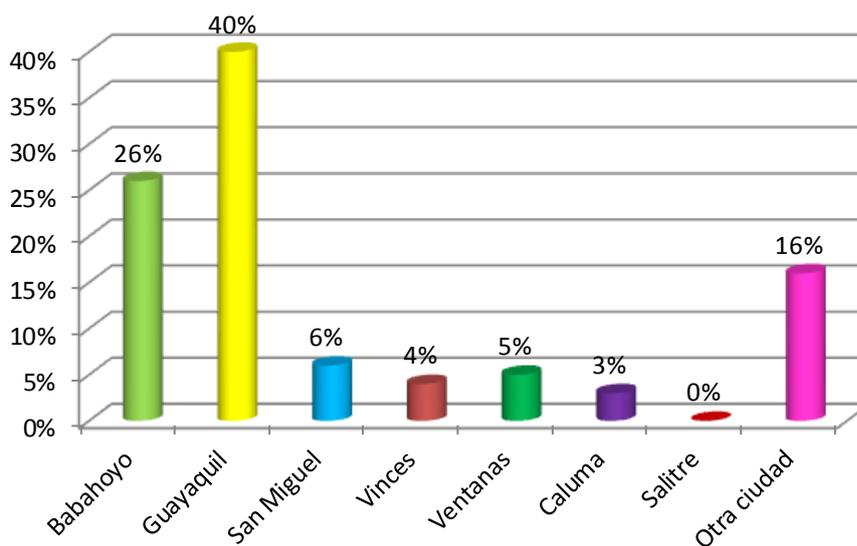


El 95% de los encuestados consideran que el turismo contribuye al desarrollo socioeconómico del cantón Montalvo, el 1% no lo cree y el 4% manifiesta que en parte.

### 3.3.4 Encuesta dirigida a los turistas que visitan el cantón Montalvo

PREGUNTA 1	RESULTADOS	
	Numero	Porcentaje
Su lugar de residencia habitual es:		
Babahoyo	65	26
Guayaquil	98	40
San Miguel	14	6
Vinces	10	4
Ventanas	12	5
Caluma	8	3
Salitre	0	0
Otra ciudad	39	16
<b>TOTAL</b>	<b>246</b>	<b>100</b>

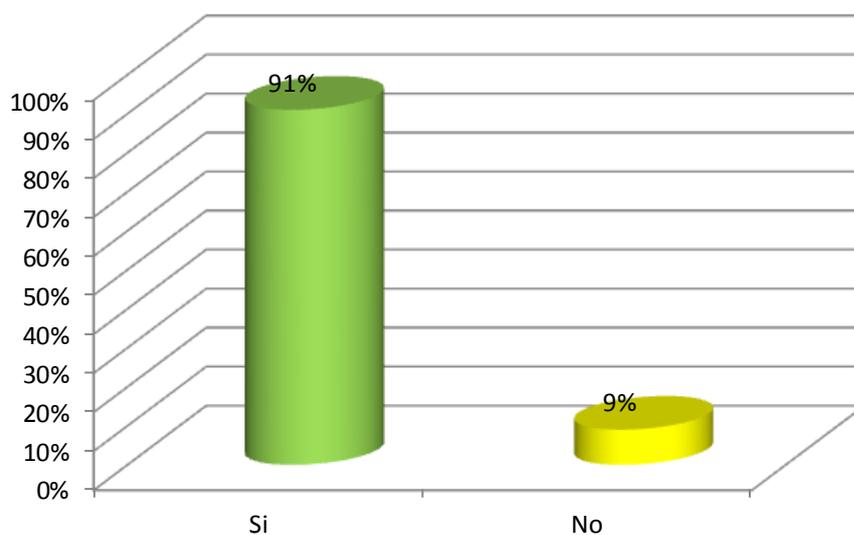
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



Al consultar a los turistas su origen, las respuestas obtenidos son: 26% de Babahoyo, 40% de Guayaquil, 6% de San Miguel, 4% de Vinces, 5% de Ventanas, 3% de Caluma, 0% de Salitre, 16% de otra ciudad.

PREGUNTA 2	RESULTADOS	
	Numero	Porcentaje
Visita constantemente Montalvo		
Si	224	91
No	22	9
<b>TOTAL</b>	<b>246</b>	<b>100</b>

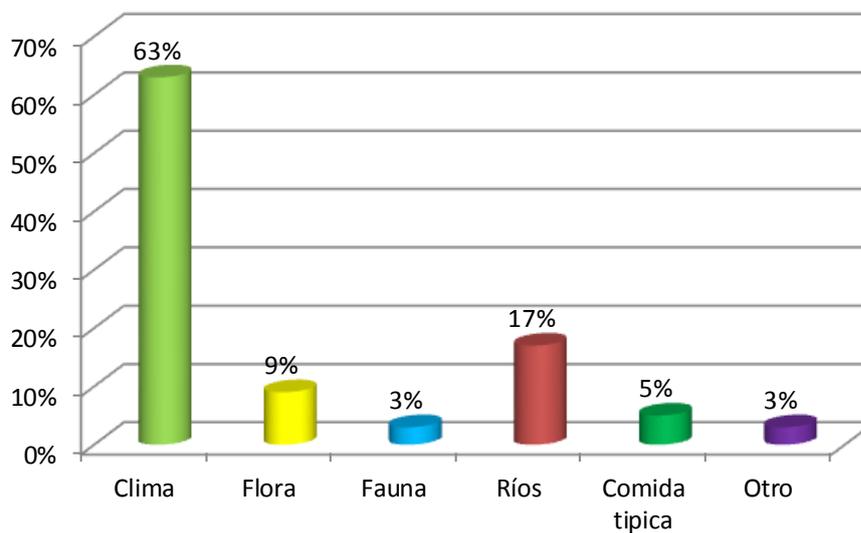
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



El 91% de los encuestados manifiestan que visitan Montalvo con frecuencia, el 9% restando no lo hace.

PREGUNTA 3	RESULTADOS	
Que le atrae de esta ciudad	Numero	Porcentaje
Clima	156	63
Flora	22	9
Fauna	8	3
Ríos	41	17
Comida típica	11	5
Otro	8	3
<b>TOTAL</b>	<b>246</b>	<b>100</b>

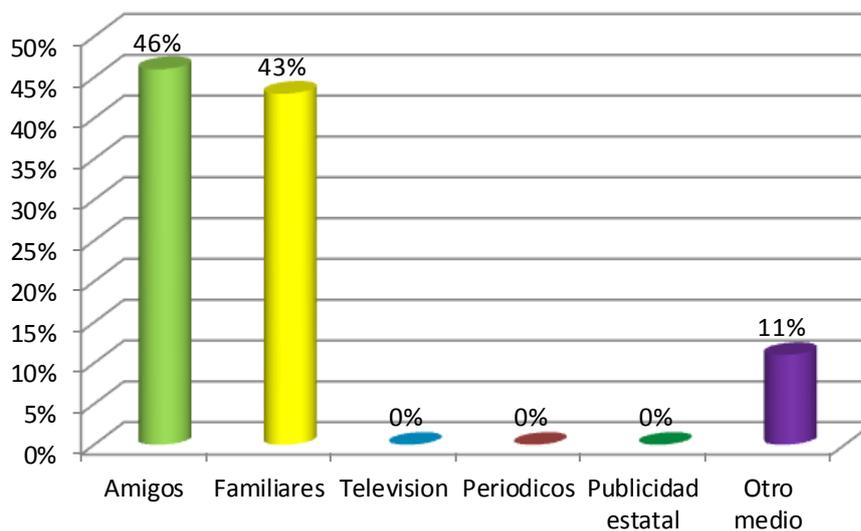
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



Al 65% de los turistas de Montalvo les atrae el clima, al 9% la flora, al 3% la fauna, al 17% sus ríos, al 5% su comida típica, al 3% ninguno de estas alternativas.

<b>PREGUNTA 4</b>	<b>RESULTADOS</b>	
Usted conoció la existencia de Montalvo, por medio de:	Numero	Porcentaje
Amigos	112	46
Familiares	106	43
Televisión	0	0
Periódicos	0	0
Publicidad estatal	0	0
Otro medio	28	11
<b>TOTAL</b>	<b>246</b>	<b>100</b>

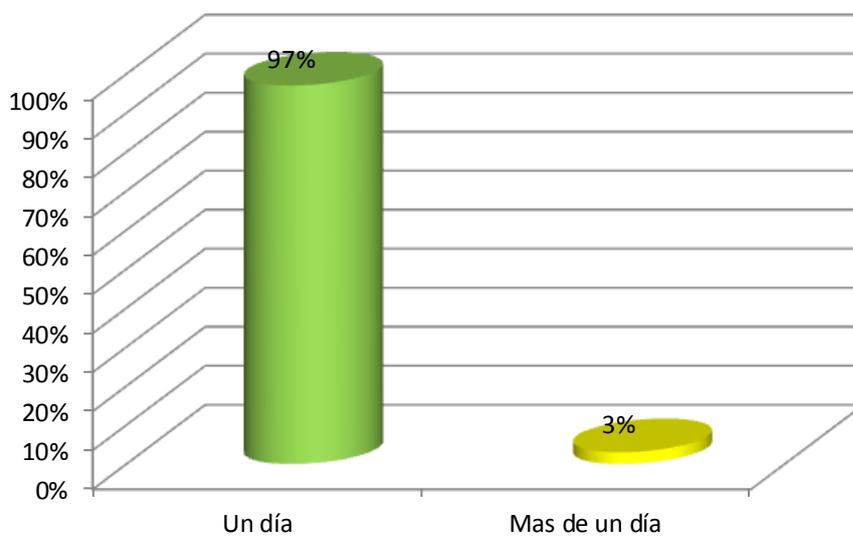
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



El 46% de los visitantes conoció Montalvo por amigos, el 43% por familiares, el 11% por otro medio, ninguno de ellos por medios de comunicación.

PREGUNTA 5	RESULTADOS	
	Numero	Porcentaje
Sus visitas a Montalvo, las hace por:		
Un día	238	97
Más de un día	8	3
<b>TOTAL</b>	<b>246</b>	<b>100</b>

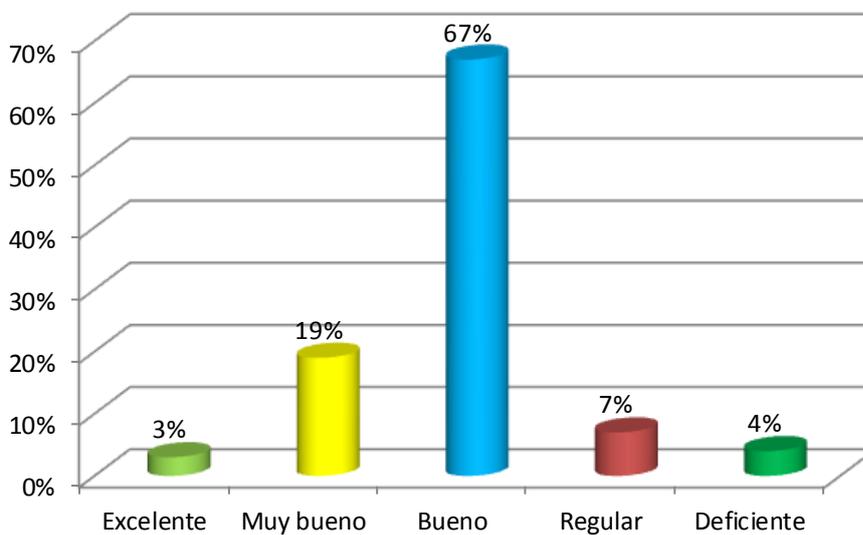
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



El 97% de los turistas que visitan Montalvo lo hacen por un día, el 3% por más de un día.

PREGUNTA 6	RESULTADOS	
Considera que los servicios turísticos que ofrece Montalvo, es:	Numero	Porcentaje
Excelente	8	3
Muy bueno	46	19
Bueno	166	67
Regular	17	7
Deficiente	9	4
<b>TOTAL</b>	<b>246</b>	<b>100</b>

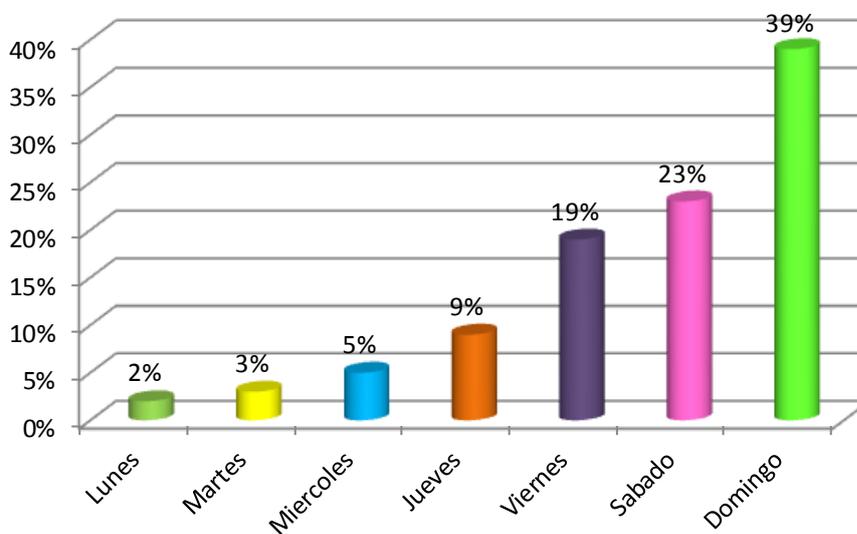
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



El criterio sobre los servicios turísticos que ofrece Montalvo, el un 3% dice que es excelente, el 19% muy bueno, el 67% bueno, el 7% regular, el 4% deficiente.

PREGUNTA 7	RESULTADOS	
Los días que visita Montalvo, es:	Numero	Porcentaje
Lunes	6	2
Martes	8	3
Miércoles	12	5
Jueves	23	9
Viernes	46	19
Sábado	56	23
Domingo	95	39
<b>TOTAL</b>	<b>246</b>	<b>100</b>

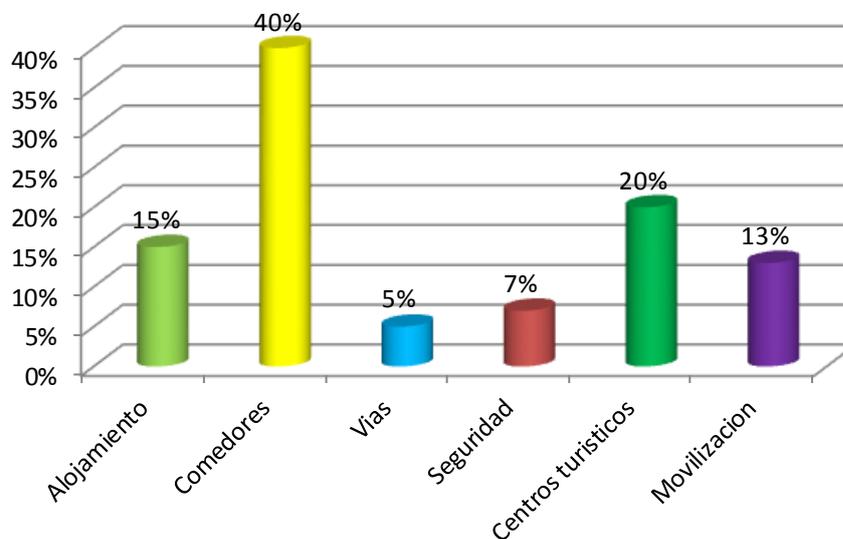
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



Los días que visitan Montalvo es: el 2% lunes, 3% martes, 5% miércoles, 9% jueves, 19% viernes, 23% sábado, 39% domingo. El día de mayor afluencia es el domingo.

PREGUNTA 8	RESULTADOS	
	Numero	Porcentaje
Que aéreas de apoyo turístico debe mejorarse		
Alojamiento	36	15
Comedores	98	40
Vías	12	5
Seguridad	18	7
Centros turísticos	48	20
Movilización	34	13
<b>TOTAL</b>	<b>246</b>	<b>100</b>

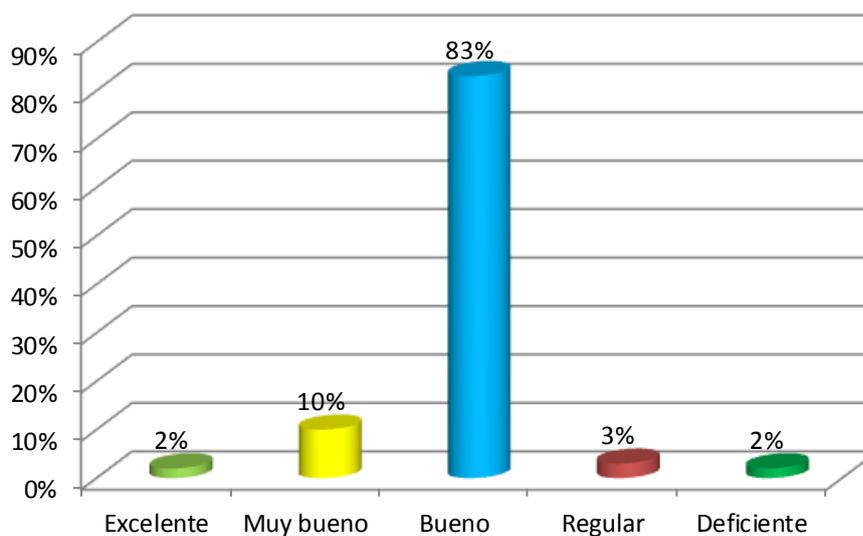
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



Al consultar que aéreas de apoyo turístico debe mejorarse, el 15% indica al alojamiento, el 40% los comedores, el 5% las vías, el 7% la seguridad, el 20% los centros turísticos, el 13% la movilización.

PREGUNTA 9	RESULTADOS	
	Numero	Porcentaje
La administración en los paradores turísticos, los considera:		
Excelente	5	2
Muy bueno	24	10
Bueno	205	83
Regular	8	3
Deficiente	4	2
<b>TOTAL</b>	<b>246</b>	<b>100</b>

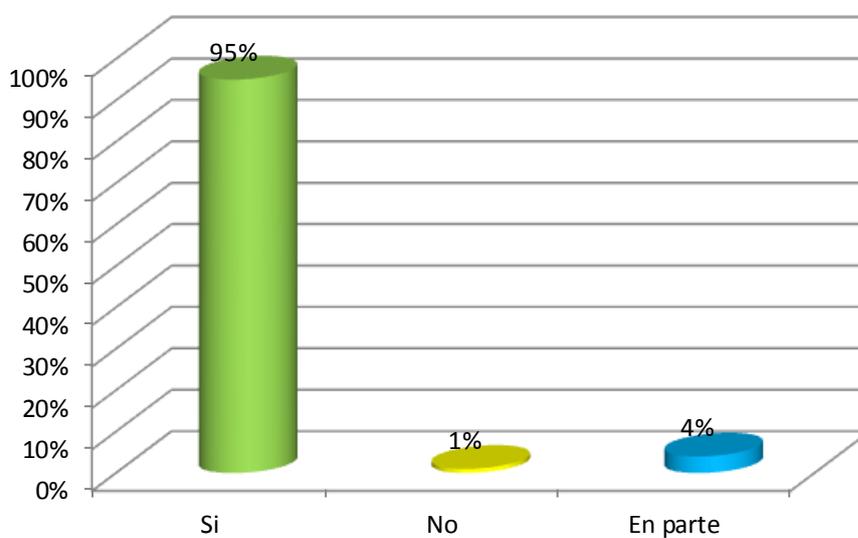
Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



De acuerdo a los turistas la administración en los paradores turísticos, consideran en un 2% que es excelente, el 10% muy buena, el 83% buena, el 3% regular y el 2% deficiente.

PREGUNTA 10	RESULTADOS	
	Numero	Porcentaje
Considera que el turismo contribuye al desarrollo socioeconómico del cantón Montalvo		
Si	235	95
No	2	1
En parte	9	4
<b>TOTAL</b>	<b>246</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Jaramillo Triana Carlota  
Herrería Camposano José



El 95 % de los encuestados consideran que el turismo contribuye al desarrollo socioeconómico del cantón Montalvo, el 1% dice que no y el 4% contribuye en parte.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES.

De la investigación realizada se establece las siguientes conclusiones en cada una de las categorías estudiadas.

- La ciudadanía del cantón Montalvo considera que por lo general se organiza un evento social cada semana, pero que no existe una agencia que se dedique a la asistencia de estos eventos que se generan en los estratos sociales del cantón.

- La ciudadanía encuestada manifiesta que al existir una agencia que le preste el servicio de organización y asistencia técnica a sus eventos sociales, contraria de sus servicios, además que le gustaría que esta agencia brinde organización completa del evento y servicio a domicilio.

- La ciudadanía encuestada referente a como desearía contratar el servicio, manifiesta que asistiría personalmente a contratar el servicio en la oficina de la agencia, bajo un convención, con un pago en efectivo en varios diferidos hasta el día del evento.

## RECOMENDACIONES.

De acuerdo a las conclusiones obtenidas del estudio de diagnóstico sobre la creación de una agencia que asista a la organización de eventos sociales, culturales y empresariales en el cantón, se establece las siguientes recomendaciones.

- La ciudadanía del cantón Montalvo necesita de una agencia que asista a eventos sociales, culturales y empresariales:

- ⇒ La agencia deberá prestar los servicios de bufet, de mesero, organización del espacio físico para el evento, a domicilio.

- ⇒ La agencia deberá tener una oficina para la atención a los usuarios del servicio que preste.

- ⇒ La agencia deberá prestar un servicio de calidad y personalizado en la atención a los invitados en el evento.

- ⇒ La agencia deberá brindar planes de financiamiento en la organización del evento.

## CAPÍTULO IV.

### MARCO PROPOSITIVO

#### 4.1. DATOS INFORMATIVOS.

##### 4.1.1. Título.

Creación de una agencia dedicada a la organización de eventos sociales y culturales en cantón Montalvo.

##### 4.1.2. Beneficiarios.

- ⇒ Sector empresarial del cantón Montalvo.
- ⇒ Instituciones Públicas y privadas del Cantón Montalvo
- ⇒ Ciudadanía del cantón Montalvo

##### 4.1.3. Tiempo de aplicación.

- ⇒ 3 meses de Presentada esta propuesta.

##### 4.1.4. Ubicación.

- ⇒ av. 25 abril, en el Cantón Montalvo\_ Los Ríos

##### 4.1.5 Responsables.

- ⇒ Jaramillo Triana Carlota
- ⇒ Herrería Camposano José

## 4.2. ANTECEDENTES

Al momento de contratar una agencia de eventos es indispensable estar atento a una serie de requisitos que disminuyan los grados de incertidumbre y garanticen que su evento sea exitoso. Los servicios de apoyo, la ubicación, la infraestructura y la ambientación son los principales rasgos a considerar al momento de seleccionar el adecuado desarrollo del evento.

La realización de eventos sociales, culturales y empresariales fuera del entorno tradicional de oficinas y salas de reuniones de "paneles y sillas" es una práctica creciente en la sociedad.

Esta microempresa brindara servicios, en la organización de eventos social y cultural la cual se ofrecerán servicios adicionales.

El proyecto realiza un análisis a las personas que preocupadas por su familia, su trabajo y su propia vida dedican poco interés o carecen del tiempo suficiente para dedicarse a la realización u organización de sus eventos a su desarrollo y bienestar. Por ello situamos a la colaboración de sociedad nuestra microempresa con el principal propósito de brindarle una atención diferente, personalizada en la atención del evento y al mismo tiempo recibiendo calidad en el servicio que se ofrece.

### **4.3. OBJETIVOS**

#### **4.3.1. Objetivo General.**

⇒ Crear una agencia de eventos para la asistencia de compromisos sociales, culturales y empresariales.

#### **4.3.2. Objetivos Específicos.**

- Obtener financiamiento para crear una agencia de eventos en el cantón Montalvo -Los Ríos.
- Presupuestar el equipo necesario para el buen funcionamiento de la agencia.
- Determinar el mejor espacio físico para la implantación de la agencia de eventos.
- Definir las mejores estrategias de marketing para promoción de la agencia de eventos.

#### **4.4. JUSTIFICACIÓN.**

Se debe tener presente que la importancia de esta propuesta de investigación radica en que la misma contribuirá a la formación de plazas de empleo, y dar un servicio de calidad a la ciudadanía del cantón, permitiendo dinamizar una sociedad en marco de su organización social y económica.

Por tal motivo el proyecto se justifica, por el hecho de que en el cantón Montalvo se necesita una microempresa que se dedique a la organización de eventos sociales, culturales y empresariales, permitiendo generar una calidad en organización de eventos, además de brindar una asesoría sobre eventos sociales.

#### **4.5. UBICACIÓN SECTORIAL Y FÍSICA.**

La presente propuesta se basa en la creación de una agencia “microempresa” cuya actividad sea la organización de eventos sociales, culturales y empresariales, teniendo su ubicación en el cantón Montalvo Los Ríos, bajo un espacio sectorial entre las calles: av. 25 de abril y 24 de mayo, comprendido en un local como establecimiento físico, de la agencia, para desarrollar su actividad comercial.

#### **4.6. FACTIBILIDAD.**

Luego de desarrollado un estudio de mercado y la aplicación de la investigación científica, se ha logrado concebir que la presente propuesta a plantearse es

factible, puesto que se ha logrado determinar mediante una encuesta realizada a la ciudadanía del cantón Montalvo, que esta ciudad, por lo que contamos con una ventaja sobre el mercado consumidor que requiere de dichos servicios.

Se determina que hay una gran demanda en el mercado en lo que respecta a las organizaciones de eventos.

El estudio revela que en la actualidad la población demandante de este servicio, satisfaciendo esta necesidad con la realización de sus eventos en sus casas con poca organización, dando como resultado un alto grado de insatisfacción en el desarrollo de los eventos.

Al llevar a cabo esta propuesta se ha analizado que la mejor publicidad es brindar con gran éxito el desarrollo de los eventos y respondiendo a todas las expectativas del consumidor, llevándolo a la plena satisfacción del servicio recibido.

#### **4.7. FUNDAMENTACIÓN.**

El presente trabajo investigativo se fundamenta en la metodología de la investigación científica, empleada mediante técnicas (encuesta, entrevista y observación) e instrumentos (guía de observación y cuestionarios para encuesta y entrevista), permitiendo verificar a través del empleo de la encuesta, si la necesidad que se estableció realmente está presente en la ciudadanía tomada como muestra para la investigación.

La investigación se sustenta en base al análisis e interpretación de los resultados producto del empleo de herramientas estadísticas (diagrama y gráficos), realizando una tabulación estadística de los datos, mediante fases como la depuración de datos recabados en la encuesta y una seriación de los mismos, lo que ha servido como un filtro en la investigación, para obtener una recopilación de datos e información efectiva y veraz de acuerdo con la realidad del problema planteado en la presente investigación científica.

#### **4.8. ALCANCE DE LA ALTERNATIVA**

El alcance de la presente propuesta resultante de la investigación realizada, es que los involucrados en la actividad turística en el cantón Montalvo, apliquen dentro de su organización los principios básicos de gestión empresarial, en los aspectos administrativos, económicos y financieros, lo cual va a permitir obtener mejores resultados de la inversión, además estar amparados en la ley, contribuyendo al desarrollo socioeconómico del cantón y del Ecuador por medio de fuentes de trabajo e impuestos.

#### **4.9. PROPUESTA.**

La presente propuesta se fomenta en el análisis desarrollado a lograr de la investigación científica efectuada, permitiendo responder al problema de investigación formulado: Qué incidencia tiene la carencia de una agencia dedicada a la organización de eventos sociales, culturales y empresariales en el Cantón Montalvo Provincia de Los Ríos.

Dando como respuesta a esta formulación, mediante los siguientes aspectos planteados en esta propuesta:

- ⇒ Creación de una agencia dedicada a los eventos sociales y otros que se generen en el cantón.
- ⇒ Brindar un servicio de calidad y calidez en el desarrollo integral del evento al que asista la agencia.
- ⇒ Desarrollar una gestión microempresarial nueva en el cantón para fomentar nuevas plazas de empleo.
- ⇒ Elaborar una propuesta en base a un plan de marketing para promoción de la agencia.
- ⇒ Brindar un servicio completo a domicilio.
- ⇒ Generar formas de pago del servicio en plazos diferidos.

La presente propuesta basa su desarrollo en un plan de marketing de creación, sobre los servicios que prestara y generara:

- **Propuesta de microempresa**



- **Plan de marketing.**

- z Todo plan de Eventos debe orientarse al cliente.
- z Un buen organizador debe ser ante todo un buen asesor.
- z Para asesorar eficientemente para hablar claro se debe escuchar bien.
- z Una acción de marketing es lo que ayude a la promoción del servicio para lograr su contratación.

- **¿En qué consiste?**

- z Implicará analizar el proyecto a priori para ver si es viable.
- z Análisis F.O.D.A.:
  - FORTALEZAS
  - OPORTUNIDADES
  - DEBILIDADES
  - AMENAZAS

- **Promoción.**

- VENTA: Entrevista al Cliente. Escuchar, Informar - Guiar y Asesorar.
- PLANIFICACIÓN: Asignación y supervisión de tareas en todas las etapas previas y durante el evento. DESDE Proyecto – Contacto /Contratación y seguimiento de personal y proveedores. HASTA: Supervisión del evento.
- SERVICIO: Puesta en marcha y desarrollo del evento.

▪ **Calendarización.**

- z Cronograma: es la regulación de los tiempos.
- z Se traza a partir de los objetivos. Deben enlistarse todas las actividades fijando el momento justo y la duración fijando un margen adecuado para imprevistos.
- z Sobre una plantilla se trasladan las actividades, si hay simultáneas, enganchadas, etc.

▪ **Servicios que prestara.**

- Carpas DE 6X6, Carpas de 4x4, Carpas de 3x3
- Carpas con cortinas laterales, iluminación y cielo raso
- Carpas de Color
- Carpas blancas y beige
- Carpas decoradas para fiestas infantiles
- Asesoramiento de espacio requerido para montaje de carpas
- Sillas , mesas cuadradas, rectangulares y redondas
- Sillas y mesas vestidas
- Mantelería
- Buffet (sillas, mesas, agua , colas, hielo, samovares, mesero, vajilla, cubiertos, vasos)
- Piqueos
- Bocaditos
- Meseros

# Servicios adicionales

Piqueos, Tortas, Bocaditos.



## BIBLIOGRAFIA

- ♣ BARRANTES, Echavarría Rodrigo, Investigación, Un Camino al Conocimiento, 2001.
- ♣ BERNAL CESAR AUGUSTO en, Metodología de la Investigación para administración y economía. Editorial Prentice Hall. Segunda Edición. Año 2006.
- ♣ CASTRO Miguel, LUCIO Aracely, ALVAREZ Rolando, Metodología para la Elaboración de Tesis de Grado, 2002
- ♣ CERTO C. Samuel en, Administración Moderna. Octava edición Editorial Prentice Hall. Colombia. 2001.
- ♣ CUEVAS CARLOS FERNANDO en, Contabilidad de costos. Enfoque gerencial y de gestión. Segunda Edición. Año 2001. Editorial Prentice Hall.
- ♣ HERRERA Luis, MEDINA F. Arnaldo, NARANJO L. Galo, PROAÑO B. Jaime, Tutoría de la Investigación, AFEFCE, 2002.
- ♣ JONSON – SCHOLLES en, Dirección estratégica. Séptima edición. Año 2006. Editorial Prentice Hall.
- ♣ KOTLER – BOWEN – MAKENS en, Mercadotecnia para hotelería y turismo. Año 2004. Editorial Prentice Hall.
- ♣ KRAJEWSKI – RITZMAN en, Administración de las operaciones. Quinta Edición. Año 2008. Editorial Prentice Hall.
- ♣ MERCADO H. Salvador en, ¿Cómo hacer Tesis?. Editorial Limusa. México. 2004.
- ♣ MEDIANO LUCIA en, Marketing en el turismo rural. Primera edición. Año 2004. Editorial Prentice Hall.

- ♣ MOLINA DEL RIOS RAUL en, Control Gerencial. Instrumentos útiles para la toma de decisiones a nivel de gerencia. Edición 2002. Guayaquil – Ecuador.
- ♣ STONER – FREEMAN - GILBERT en, Administración. Sexta edición. Año 1996. Editorial Prentice Hall. México
- ♣ VARELA RODRIGO en, Innovación empresarial. Arte ciencia en la creación de empresas. Segunda edición. Año 2001. Editorial Prentice Hall..
- ♣ VELÁSQUEZ MANUEL en, Ética en los negocios. Sexta edición. Año 2006. Editorial Prentice Hall.

## LINKOGRAFIA

[www.cfe.gov.ec](http://www.cfe.gov.ec)

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

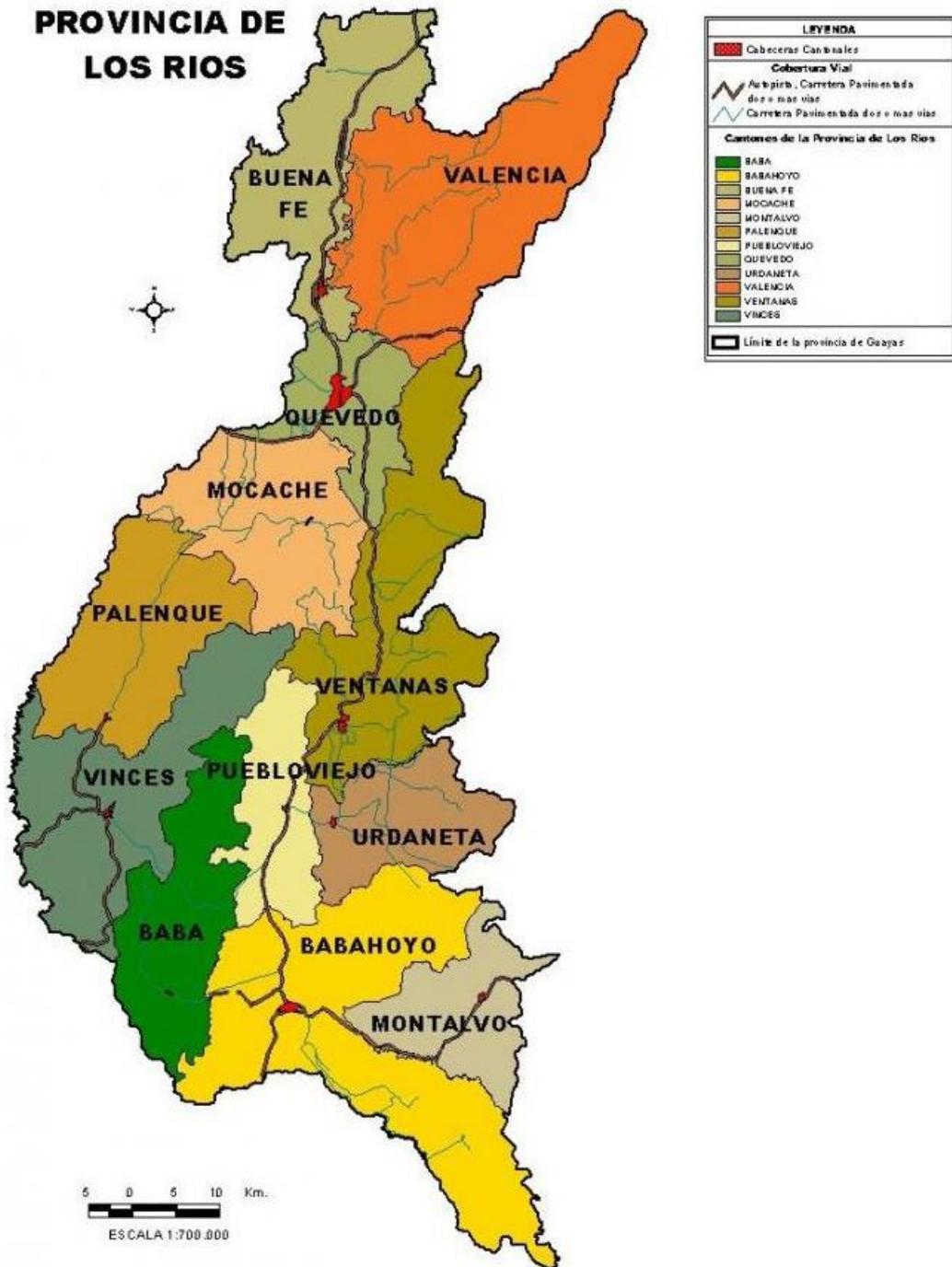
[www.rincondelvago.es](http://www.rincondelvago.es)

[www.gestionmicroempresarial.es](http://www.gestionmicroempresarial.es)

[www.proyectofactibles.gov.arg](http://www.proyectofactibles.gov.arg)

# ANEXOS

Mapa de la Provincia de Los Ríos



**Encuesta dirigida a los propietarios de los centros turísticos del cantón Montalvo.**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO  
FACULTAD DE ADMINISTRACION, FINANZAS E INFORMATICA  
INGENIERIA COMERCIAL**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PROPIETARIOS DE LOS CENTROS TURISTICOS DEL CANTÓN MONTALVO**

La presente encuesta tiene por finalidad conocer el manejo administrativo, económico y financiero de los centros turísticos del cantón Montalvo, con la finalidad de analizar las ventajas y desventajas de su gestión.

1. Su actividad vinculada al turismo la realiza como:

- |                      |                      |
|----------------------|----------------------|
| Negocio Familiar     | <input type="text"/> |
| Empresa              | <input type="text"/> |
| Propiedad individual | <input type="text"/> |

2. Posee licencia de Turismo

- |            |                      |
|------------|----------------------|
| Si         | <input type="text"/> |
| No         | <input type="text"/> |
| En Tramite | <input type="text"/> |

3. Que instituciones capacitan en gestión turística:

- |                       |                      |
|-----------------------|----------------------|
| Municipio             | <input type="text"/> |
| Gobierno provincial   | <input type="text"/> |
| Ministerio de Turismo | <input type="text"/> |
| ONG                   | <input type="text"/> |
| Ninguna               | <input type="text"/> |

4. En su actividad laboran personas de:

- |            |                      |
|------------|----------------------|
| Montalvo   | <input type="text"/> |
| Balsapamba | <input type="text"/> |
| Babahoyo   | <input type="text"/> |
| Otro lugar | <input type="text"/> |

5. Del personal que labora, reciben los beneficios de ley:

Todos

Algunos

Ninguno

6. Los días de mayor afluencia turística son

Lunes  Martes

Miércoles  Jueves

Viernes  Sábado

Domingo

7. Usted labora con:

Capital propio

Capital ajeno

Propio y ajeno

8. Que entidades financieras otorgan créditos para la actividad vinculadas al turismo

Pichincha  Internacional

Guayaquil  Bolivariano

Fomento  Pio de Mora

San José  Desconozco

9. Tiene conocimientos administrativos:

A nivel medio

A nivel superior

Ningún nivel

10. Gerencia su negocio utilizando concepciones científicas de administración

Si

No

En parte

11. Utiliza asesoría externa en el área administrativa

Si

No

A veces

12. El registro del movimiento económico, lo lleva por medio de:

Registro Ingresos-Egresos

Contabilidad

Ningún registro

13. Al finalizar el año, conoce su utilidad o pérdida por medio de:

Resta Ingresos-Egresos

Estado de Resultados

De ninguna forma

14. Existe control del SRI sobre su actividad.

Si

No

A veces

15. Considera que contribuye al desarrollo socioeconómico del cantón Montalvo

Si

No

En parte

**GRACIAS POR SU COLABORACION**

**Encuesta dirigida a los propietarios de negocios del cantón Montalvo.**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO  
FACULTAD DE ADMINISTRACION, FINANZAS E INFORMATICA  
INGENIERIA COMERCIAL**

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PROPIETARIOS DE LOS NEGOCIOS DEL CANTÓN MONTALVO

La presente encuesta tiene por finalidad conocer el manejo administrativo, económico y financiero de los negocios vinculados al sector turístico del cantón Montalvo, con la finalidad de analizar las ventajas y desventajas de su gestión.

1. Su actividad comercial, la realiza como:

- |                      |                      |
|----------------------|----------------------|
| Negocio Familiar     | <input type="text"/> |
| Empresa              | <input type="text"/> |
| Propiedad individual | <input type="text"/> |

2. La actividad turística del cantón aumenta sus ventas:

- |         |                      |
|---------|----------------------|
| Si      | <input type="text"/> |
| No      | <input type="text"/> |
| A veces | <input type="text"/> |

3. Trabaja con:

- |                |                      |
|----------------|----------------------|
| Capital propio | <input type="text"/> |
| Capital ajeno  | <input type="text"/> |
| Propio y ajeno | <input type="text"/> |

4. Su actividad la ubica como:

- |                      |                      |
|----------------------|----------------------|
| Dispensa             | <input type="text"/> |
| Comedor              | <input type="text"/> |
| Bazar                | <input type="text"/> |
| Comercio Ropa        | <input type="text"/> |
| Otro tipo de negocio | <input type="text"/> |

5. Que instituciones capacitan en gestión micro empresarial:

Municipio	<input type="text"/>
Gobierno provincial	<input type="text"/>
U.T.B.	<input type="text"/>
ONG	<input type="text"/>
Ninguna	<input type="text"/>

6. En su actividad laboran personas de:

Montalvo	<input type="text"/>
Balzapamba	<input type="text"/>
Babahoyo	<input type="text"/>
Otro lugar	<input type="text"/>

7. Del personal que labora, reciben los beneficios de ley:

Todos	<input type="text"/>
Algunos	<input type="text"/>
Ninguno	<input type="text"/>

8. Los días de mayor actividad comercial son

Lunes	<input type="text"/>	Martes	<input type="text"/>
Miércoles	<input type="text"/>	Jueves	<input type="text"/>
Viernes	<input type="text"/>	Sábado	<input type="text"/>
Domingo	<input type="text"/>		

9. Que entidades financieras otorgan créditos para su actividad micro empresarial

Pichincha	<input type="text"/>	Internacional	<input type="text"/>
Guayaquil	<input type="text"/>	Bolivariano	<input type="text"/>
Fomento	<input type="text"/>	Pio de Mora	<input type="text"/>
San José	<input type="text"/>	Desconozco	<input type="text"/>

10. Tiene conocimientos administrativos:

A nivel medio

A nivel superior

Ningún nivel

11. Gerencia su negocio utilizando concepciones científicas de administración

Si

No

En parte

12. Utiliza asesoría externa en el área administrativa

Si

No

A veces

13. El registro del movimiento económico, lo lleva por medio de:

Registro Ingresos-Egresos

Contabilidad

Ningún registro

14. Al finalizar el año, conoce su utilidad o pérdida por medio de:

Resta Ingresos-Egresos

Estado de Resultados

De ninguna forma

15. Existe control del SRI sobre su actividad.

Si

No

A veces

16. Considera que contribuye al desarrollo socioeconómico del cantón Montalvo

Si

No

En parte

**Encuesta dirigida a los ciudadanos del cantón Montalvo.**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO  
FACULTAD DE ADMINISTRACION, FINANZAS E INFORMATICA  
INGENIERIA COMERCIAL**

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CIUDADANOS DEL CANTÓN MONTALVO

La presente encuesta tiene por finalidad conocer el criterio de los ciudadanos del cantón Montalvo sobre la actividad turística y su contribución al desarrollo socioeconómico de sus habitantes.

1. El turismo aumenta la actividad comercial en el cantón

Si

No

Desconozco

2. Usted se beneficia de la actividad turística en Montalvo:

Si

No

A veces

3. Conoce si alguna de estas instituciones fomentan el turismo en Montalvo,

Municipio

Gobierno Provincial

Ministerio de Turismo

Desconozco

4. El transporte interno es:

Muy bueno

Bueno

Regular

5. Los días de mayor afluencia de turistas, es:

Lunes  Martes

Miércoles  Jueves

Viernes  Sábado

Domingo

6. Existe publicidad sobre la actividad turística de Montalvo en medios de comunicación, como:

Televisión

Radio

Periódicos

Internet

Ninguno

7. Usted trata al turista, con:

Amabilidad

Educación

Indiferencia

8. Personas allegadas a usted visitan Montalvo por Turismo, entre ellos:

Familiares

Amigos

Ninguno

9. Las personas que hacen turismo en Montalvo, provienen de:

Guayaquil

Milagro

Vinces

Babahoyo

Ninguno

10. Considera que el turismo contribuye al desarrollo socioeconómico del cantón Montalvo

Si

No

En parte

**GRACIAS POR SU COLABORACION**

**Encuesta dirigida a los turistas que visitan el cantón Montalvo.**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO  
FACULTAD DE ADMINISTRACION, FINANZAS E INFORMATICA  
INGENIERIA COMERCIAL**

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS QUE VISITAN EL CANTÓN MONTALVO

La presente encuesta tiene por finalidad conocer el manejo administrativo, económico y financiero de los centros turísticos del cantón Montalvo, con la finalidad de analizar las ventajas y desventajas de su gestión, buscando determinar su contribución al desarrollo socioeconómico de la ciudadanía.

1. Su lugar de residencia habitual es:

Babahoyo	<input type="checkbox"/>	Guayaquil	<input type="checkbox"/>
San Miguel	<input type="checkbox"/>	Vinces	<input type="checkbox"/>
Ventanas	<input type="checkbox"/>	Caluma	<input type="checkbox"/>
Salitre	<input type="checkbox"/>	Otra ciudad	<input type="checkbox"/>

2. Visita constantemente Montalvo

Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

3. Que le atrae de esta ciudad

Clima	<input type="checkbox"/>	Flora	<input type="checkbox"/>
Fauna	<input type="checkbox"/>	Ríos	<input type="checkbox"/>
Comida típica	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>

4. Usted conoció la existencia de Montalvo, por medio de:

Amigos	<input type="checkbox"/>	Familiares	<input type="checkbox"/>
Televisión	<input type="checkbox"/>	Periódicos	<input type="checkbox"/>
Publicidad Estatal	<input type="checkbox"/>	Otro medio	<input type="checkbox"/>

5. Sus visitas a Montalvo, las hace por:

Un día	<input type="checkbox"/>	Más de un día	<input type="checkbox"/>
--------	--------------------------	---------------	--------------------------

6. Considera que los servicios turísticos que ofrece Montalvo, es:

Excelente	<input type="checkbox"/>	Muy buena	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>
Deficiente	<input type="checkbox"/>		

7. Los días que visita Montalvo, es:

Lunes	<input type="checkbox"/>	Martes	<input type="checkbox"/>
Miércoles	<input type="checkbox"/>	Jueves	<input type="checkbox"/>
Viernes	<input type="checkbox"/>	Sábado	<input type="checkbox"/>
Domingo	<input type="checkbox"/>		

8. Que áreas de apoyo turístico debe mejorarse

Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Comedores	<input type="checkbox"/>
Vías	<input type="checkbox"/>	Seguridad	<input type="checkbox"/>
Centros turísticos	<input type="checkbox"/>	Movilización	<input type="checkbox"/>

9. La administración en los paradores turísticos, los considera:

Excelente	<input type="checkbox"/>	Muy buena	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>
Deficiente	<input type="checkbox"/>		

10. Considera que la actividad turística, contribuye al desarrollo socioeconómico del cantón Montalvo:

Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
En parte	<input type="checkbox"/>		

**GRACIAS POR SU COLABORACION**





## INDICE DEL CONTENIDO

INTRODUCCION.....	1
1. EL PROBLEMA.....	2
1.1 Planteamiento del problema.....	2
1.2 Formulación del problema.....	2
1.3 OBJETIVOS.....	3
1.3.1 Objetivo General.....	3
1.3.2 Objetivo Especifico.....	3
1.4 Justificación.....	4
1.5 Delimitación del tema.....	5
1.5.1 Delimitación Especial.....	5
1.5.2 Delimitación Temporal.....	5
1.5.3 Delimitación Demográfico.....	5
1.5.4 Delimitación Analítico.....	6
1.5.5 Delimitación Teórica.....	6
2. MARCO REFERENCIAL.....	7
2.1 Marco teórico.....	7
2.1.1 Antecedentes.....	7
2.2 Fundamentación científica.....	8
2.3 Marco conceptual.....	9
2.4 Marco Referencial sobre la problemática de la Investigación...	14
2.4.1 Postura Teórica.....	17
2.5 HIPOTESIS.....	28
2.5.1 Hipótesis General.....	28
2.5.2 Hipótesis Especifica.....	28
2.5.3 Operacionalización de las variables – hipótesis.....	29
3. MARCO METODOLOGICO.....	30
3.1 Modalidad de la investigación.....	30
3.2. Tipos de Investigación.....	30

3.3 Población y Muestra.....	31
3.3.1 Población.....	31
3.3.2 Muestra.....	31
3.3.3 Métodos Técnicas e Instrumentos.....	32
3.4 Análisis e interpretación de los resultados.....	35
3.4.1 Análisis de encuesta.....	35
3.4.1.1 Encuesta dirigida a los propietarios de los centros Turísticos del Cantón Montalvo.....	35
3.4.1.2 Encuesta dirigida a los propietarios de negocios del Cantón Montalvo.....	50
3.4.1.3 Encuesta dirigida a los ciudadanos del Cantón Montalvo.	66
3.4.1.4 Encuesta dirigida a los turistas que visitan el Cantón Montalvo.....	76
Conclusiones.....	86
Recomendaciones.....	87
4. MARCO PROPOSITIVO.....	88
4.1. Datos Informativos.....	88
4.1.1 Título.....	88
4.1.2 Beneficiarios.....	88
4.1.3 Tiempo de aplicación.....	88
4.1.4 Ubicación.....	88
4.2. Antecedentes.....	89
4.3. Objetivos.....	90
4.3.1. Objetivos General.....	90
4.3.2. Objetivos Específicos.....	90
4.4. Justificación.....	91
4.5. Ubicación sectorial y física.....	91
4.6. Factibilidad.....	91
4.7. Fundamentación.....	92
4.8. Alcance de la Alternativa.....	93
4.9. Propuesta.....	93
BIBLIOGRAFIA.....	98
ANEXOS.....	100

