PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR - MATRIZ

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL

PLAN DE DESARROLLO PARA "EVENTOS BROOWW" ORGANIZACIÓN QUE BRINDA SOPORTE TÉCNICO Y LOGÍSTICO PARA TODO TIPO DE EVENTOS SOCIALES, EMPRESARIALES Y CULTURALES EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

BRYAN GIOVANNY AGUIRRE PAZ

DIRECTOR: MGTR. JUAN CARLOS LATORRE OVIEDO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: GESTIÓN Y ESTRATEGIA DE MARKETING

QUITO, SEPTIEMBRE 2018

DIRECTOR:

Mgtr. Juan Carlos Latorre Oviedo

INFORMANTES:

Mgtr. Fernando Javier Rosas Salas

Mgtr. Elsa Jaqueline Arellano Verdesoto

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a mi abuelita Adriana Villalba que siempre estuvo pendiente de la culminación de mi carrera estudiantil. El amor que ella tiene conmigo ha sido como la de una madre y nunca descansó hasta verme graduado y que culminé mis estudios con éxito. Abuelita esto es para usted.

Bryan

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios por darme las fuerzas suficientes de acabar mi carrera estudiantil con éxito y a mi Madre Ailed Paz que siempre estuvo en los buenos y malos momentos de mi vida estudiantil, apoyándome incondicionalmente.

Bryan

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN 1

1 LA EMPRESA EN EL SECTOR 2
1.1 Antecedentes 2
1.2 Descripción del giro del negocio 3
1.2.1 Clientes 8
1.2.2 Competidores 10

2 FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL 12
2.1 Principio 12
2.2 Visión 12
2.3 Misión 12
2.4 Valores 12
2.5 Objetivos Corporativos 13

3 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL 14
3.1 Interno 14
3.1.1 Organigrama 14
3.1.2 Cadena de Valor 15
3.1.3 Proceso de Comercialización 17
3.2 Externo 17
3.2.1 Macro Ambiente 17
3.2.2 Micro Ambiente 19
3.2.3 Identificación de Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas 21

4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS 24
4.1 Objetivos 24
4.2 Definición de la población 24
4.3 Cálculo del tamaño de la muestra 24
4.4 Diseño de la encuesta 25
4.5 Tabulación y análisis 26

5 SEGMENTACIÓN 34
5.1 Determinación de la variable de segmentación B2B 34
5.2 Identificación de perfiles (nombre, porcentaje, descripción multivariable) 34
5.3 Segmentación del mercado 35
5.4 Definición del mercado meta 35
5.5 Definición del posicionamiento (mapa perceptual) 36
5.6 Definición de la estrategia genérica (M. Porter) 37
5.7 Estrategias de marketing 38

6 MARKETING MIX 40
6.1 Producto o servicio 40
6.2 Precio 40
6.3 Plaza 41
6.4 Promoción 41

7 PROPUESTA FINANCIERA 42
7.1 Detalle de activos fijos de la organización 42
7.2 Balance General 44
7.3 Estado de pérdidas y ganancias 45
7.4 Evaluación Financiera 46

8 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 50
8.1 Conclusiones 50
8.2 Recomendaciones 52

REFERENCIAS 54

ANEXOS 56
Anexo 1: Modelo de la Encuesta 57
Anexo 2: Logos Eventos Brooww 60
Anexo 3: Tarjeta de Presentación 61
Anexo 4: Foto Conmemorativa Gerente Propietario Eventos Brooww en sus Inicios 62
Anexo 5: Equipos de Amplificación Actuales al 2017 63
Anexo 6: Factura Eventos Brooww 64

Anexo 7: Acuerdo de Responsabilidad medios electrónicos 65
Anexo 8: Inscripción Patente Municipal RAET 67
Anexo 9: Declaración de Impuestos Patente RAET Periodo Fiscal 2017 69
Anexo 10: Contrato Servicios de Amplificación 2018 70
Anexo 11: Contrato Servicios de Entretenimiento 2018 71
Anexo 12: Proforma Servicios de Entretenimiento 2018 72
Anexo 13: RUC Persona Natural 77

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz de Evaluación de Factores Internos Eventos Brooww 21
Tabla 2: Matriz de Evaluación de Factores Externos Eventos Brooww 22
Tabla 3: Estrategias Genéricas de Porter 37
Tabla 4: Detalle Activos Fijos Eventos Brooww 43
Tabla 5: Balance General Eventos Brooww 44
Tabla 6: Estado Pérdidas y Ganancias Eventos Brooww 45
Tabla 7: Flujo de Caja Proyectado a 5 años para Eventos Brooww 47
Tabla 8: Cálculo Tasa de Descuento para Eventos Brooww 48
Tabla 9: Indicadores de Rentabilidad para Eventos Brooww 49

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Organigrama Eventos Brooww 14
Figura 2: Cadena de Valor Eventos Brooww 16
Figura 3: Proceso de Comercialización Eventos Brooww 17
Figura 4: FODA Eventos Brooww 23
Figura 5: ¿Estaría interesado en recibir un servicio de amplificación musical que le proporcione una asesoría completa para poder llevar a cabo sus eventos? .. 26
Figura 6: En su empresa, evalúe del 1 al 5 siendo 5 el de mayor frecuencia y 1 el de menor frecuencia el tipo de eventos que usted normalmente realiza 27
Figura 7: ¿Pensaría que es un beneficio para usted contratar servicios de eventos sociales para su empresa? 28
Figura 8: ¿Qué le gustaría recibir como regalo por contratar nuestros servicios? 29
Figura 9: ¿Qué prefiere usted? 30
Figura 10: ¿Mediante qué medios le gustaría recibir información, promociones, ofertas y descuentos del servicio de eventos sociales? 31
Figura 11: ¿Le interesaría formar parte de un portal web, donde podrá conocer los eventos que hemos realizado, ofertas y descuentos? 32
Figura 12: ¿Qué otras empresas conoce usted que realicen este mismo servicio de eventos sociales? 33
Figura 13: Mapa Perceptual Competencia 36
Figura 15: Logo Eventos Brooww 40

RESUMEN EJECUTIVO

Se aplicará un plan de desarrollo para Eventos Brooww, organización que brinda soporte técnico y logístico para todo tipo de eventos sociales, empresariales y culturales en el distrito Metropolitano de Quito; basándonos en el área de marketing y en el área financiera.

Se estudiará el macro ambiente del entorno del mercado con el fin de determinar qué factores externos afectan positiva o negativamente para el crecimiento de Eventos Brooww; se analizará el micro ambiente con el modelo de las cinco fuerzas de Porter: rivalidad entre competidores, entrada de nuevos competidores, amenaza de productos sustitutos, poder de negociación de los proveedores, poder de negociación de los consumidores; con el objetivo de analizar la situación actual del mercado. Se realizará un análisis FODA, identificación de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

Nos enfocaremos en un mercado B2B Corporativo con el fin de ofrecer nuestros servicios a las pequeñas, medianas y grandes empresas del Distrito Metropolitano de Quito. Se aplicará estrategias de diferenciación con valores agregados y atributos que logren satisfacción con el cliente. Estudiaremos las 4p del marketing mix: producto, precio, plaza, promoción; con el objetivo de conocer la situación actual del servicio y crear una estrategia de posicionamiento en el futuro.

Para el estudio Financiero se tomará en cuenta el detalle de activos fijos de la organización, balance general, estado de pérdidas y ganancias, flujos de caja, valor actual neto, tasa interna de retorno de la inversión y periodo de recuperación de la inversión. Todos estos indicadores toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo, significa que van a traer los valores futuros a valor presente, descontando los valores futuros a una determinada tasa de descuento para determinar sobre esa base si el proyecto será rentable o no.

INTRODUCCIÓN

La importancia de realizar un Plan de desarrollo para Eventos Brooww organización dedicada a ofrecer servicios en amplificación de sonido para todo tipo de evento social, empresarial, cultural, educativo y de formación académica e intelectual; radica principalmente en su crecimiento como empresa, en su consolidación y posicionamiento en el mercado. En estos 5 años de servicio Eventos Brooww ha ganado gran experiencia en el mundo del entretenimiento, empezando su labor como un pequeño negocio y cada año aumentando su cuota de mercado y patrimonio. Con el plan de desarrollo a aplicarse, se logrará el incremento del 20% de sus ventas en los próximos 5 años gracias a las estrategias de marketing y al plan financiero programado. La metodología que se aplicará en el plan de desarrollo será de tipo exploratorio y descriptivo.

1 LA EMPRESA EN EL SECTOR

1.1 Antecedentes

Eventos Brooww nace un 10 de mayo del 2013 en la ciudad de Quito-Ecuador, inspirado en el deseo de su Fundador y Gerente Propietario de la organización Bryan Aguirre Paz con el objetivo de aprovechar al máximo sus conocimientos y experiencia en el ámbito musical como DJ y organizador de varios eventos sociales con empresas colegas; y así poder ofrecer un servicio integral que innove cada día y de un valor agregado al cliente.

Bryan Aguirre Paz Fundador y Gerente Propietario de Eventos Brooww, empezó su legado organizando eventos desde el 2008 en Molinon Club discoteca en la cual inicio sus aptitudes de DJ. A la edad de 19 años ya había roto esquemas con eventos de 400 a 700 personas: Fiesta Conquer 2009, Sexy Halloween Party 2009, Fiestas de Quito 2009, entre otros; con las ganancias generadas dio sus primeros pasos como DJ, hobby el cual llegaría a ser su profesión, instalando su primer estudio musical en San Juan junto con Jocker DJ socio directo.

A inicios del 2011 Bryan Aguirre Paz coge el legado de DJ Residente en Molinon Club legado que duraría hasta un 28 de junio del 2012.

Bryan Aguirre Paz continuó su profesión de DJ trabajando en diferentes lugares de entretenimiento de la ciudad de Quito: Moulin pub, Tahur club, Cage Euphoria total, Shada Deluxe, Coctiki uio.

Entre sus presentaciones más relevantes destacan: Cumpleaños MB miembro de Asfalto Real 2010, Fiestas EPN 2010, Fiestas de Quito en EPN 2010, Evento de Concientización INNFA 2010, Presentación Especial en Radio Play Internacional, Novatada ESPE 2012 presentación especial Dennys the Black y Constelación Vallenata, 16 años de Dayanara Peralta, Presentación Especial en Street Please TV Canela junto a DJ Carlos Fraga, Novatada FEDEUTE 2014 junto al Grupo La Vagancia, Laundry Day Novatada FEUCE 2015 junto a Waldoking el Troyano.

1.2 Descripción del giro del negocio

Eventos Brooww es una organización dedicada a ofrecer servicios en amplificación de sonido para todo tipo de evento social, empresarial, cultural, educativo y de formación académica e intelectual; contando con equipos profesionales de alta calidad y personal calificado que aseguran el efectivo desarrollo de su evento.

Actualmente dentro de sus servicios ofrece soporte técnico y logístico para la organización de su evento social, personal especializado en montaje de eventos, personal para animación de eventos sociales, Djs y artistas.

Detalle de los servicios ofertados:

Económico:

- Para fiestas en casa, recepciones, lugares cerrados hasta 150 personas.
- Incluye: 3 Parlantes Amplificados, juego de luces, micrófono.
- DJ.

Básico:

- Para fiestas en recepciones, coliseos, auditorios, lugares cerrados hasta 350 personas.
- Incluye: 6 Parlantes Amplificados, juego de luces, micrófonos.
- DJ.
- Animador.

Semi Profesional:

- Para Eventos al Aire Libre y Cerrados en Colegios, Universidades**,** Escuelas, Peñas Bailables, Compromisos Sociales: Matrimonios, Bautizos; hasta 500 personas.

- Incluye: Sonido Semi-profesional, Juego de luces, Flashes, Cámaras de Humo, Micrófonos, Consola Profesional.

- Varios Djs En Escena.

- Animación Profesional.

Amplificación de sonido aereo hasta para 1000 personas:

- 6 cajas Line Array DAS Aéreo (3 cajas en cada torre).
- 2 Torres FrontFile RCF 7001.
- 3 Subbajos EV 18/2.
- 2 Monitores de piso EV 250.
- 1 consola Digital Allen&Heath Q24.
- Estructura tipo americana 10mts de Largo y 6mts de alto.
- Tarima Techada 6X8mts de diámetro y 1,50mts de alto; Aforada con 1 grada de acceso.
- Set de Iluminación LED Fija y Móvil.
- Set de Micrófonos Shure Inalámbricos.
- Varios Djs en Escena.
- Animación Profesional.

Amplificación de sonido aereo hasta para 3000 personas:

- 12 cajas Line Array DAS Aéreo (6 cajas en cada torre).
- 2 Torres FrontFile RCF 7001.
- 6 Subbajos EV 18/2.
- 4 Monitores de piso EV 250.
- 1 consola Digital Allen&Heath Q24.
- Estructura tipo americana 10mts de Largo y 6mts de alto.
- Tarima Techada 6X8mts de diámetro y 1,50mts de alto; Aforada con 1 grada de acceso.
- Set de Iluminación LED Fija y Móvil.
- Set de Micrófonos Shure Inalámbricos.
- Varios Djs en Escena.
- Animación Profesional.

Neon Glow party lugar cerrado hasta para 500 personas:

- 10 Reflectores NEON de Alto Alcance.
- Maquillaje Glow.
- Globos Glow.
- Personal de Diseño Facial.
- Sonido.
- Iluminación.
- Deejay Electrónico.
- Deejay Crosover.
- Animación Profesional.

Evento integral hasta para 300 personas:

- Instalaciones Privadas.
- Sonido.
- Iluminación.
- Escenario de 8X4 Techado.
- Set de Iluminación LED Fija y Móvil.
- Efectos Especiales:
  - Máquinas Criogénicas CO2.
  - Tubos de Pirotecnia Fría.
  - Máquina de Confeti a Propulsión.
- DJ.
- Animador.

- Artista Invitado.
- Baños.
- Parqueaderos.
- Carpas para puntos de Servicio.
- Personal de Seguridad.
- Personal de Limpieza.
- Personal de Logística para Coordinación de Buses, Servicio de Barra Libre, Montaje del Evento, Coordinación del Evento.
- Modelos Hombres y Mujeres para el Evento.
- Video HD promocional del evento, publicidad masiva en redes sociales, after movie del evento, material fotográfico del evento, diseños publicitarios, diseños de Posters y Flyers, 10 Posters A3 impresos Full Color, 300 Flyers impresos Full Color.
- Activación 1 día antes del Evento con Modelos, Impulsadoras, Fotógrafo, Sonido, Deejay, Animador.
- 5 Buses para 50 personas cada uno; recorrido ida y vuelta hasta el lugar del Evento.

Evento integral para 500 personas:

- Instalaciones Privadas.
- Sonido.
- Iluminación.

- Escenario de 8X4 Techado.
- Set de Iluminación LED Fija y Móvil
- Efectos Especiales:
  - Máquinas Criogénicas CO2.
  - Tubos de Pirotecnia Fría.
  - Máquina de Confeti a Propulsión
- DJ.
- Animador.
- Artista Invitado.
- Baños.
- Parqueaderos.
- Carpas para puntos de Servicio.
- Personal de Seguridad.
- Personal de Limpieza.
- Personal de Logística para Coordinación de Buses, Servicio de Barra Libre, Montaje del Evento, Coordinación del Evento.
- Modelos Hombres y Mujeres para el Evento.
- Video HD promocional del evento, publicidad masiva en redes sociales, after movie del evento, material fotográfico del evento, diseños publicitarios, diseños de posters y flyers, 15 Posters A3 impresos full color, 500 Flyers impresos full color.

- Activación 1 día antes del Evento en Parque Central con Modelos, Impulsadoras, Fotógrafo, Sonido, Deejay, Animador.

- 8 Buses para 50 personas cada uno; recorrido ida y vuelta hasta el lugar del Evento.

1.2.1 Clientes

Eventos Brooww tiene una cartera de clientes del que reside en la ciudad de Quito tanto en sectores Norte, Sur y Valles.

Dentro de nuestros clientes potenciales tenemos:

- PUCE

  La Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE) es una institución de educación superior y también la universidad privada más antigua de la República del Ecuador (IRD, 2018). En estos 5 años de labor, Eventos Brooww se ha enfocado bastante en el target universitario y los estudiantes de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador representa uno de los clientes más fuertes ya que se trabaja con casi el 70% de sus facultades.

- Club Castillo de Amaguaña

  Club campestre distribuido en 3 diferentes etapas, que ofrece a sus socios e invitados momentos de entretenimiento en un ambiente familiar.

  El Club Castillo de Amaguaña, con una gran trayectoria y prestigio a nivel nacional, desde hace más de cuatro décadas, ofrece a su grupo selecto de socios, familiares e invitados, una de las más grandes infraestructuras, modernas, naturales y acogedoras; que sin perder su estilo medieval hacen que sus visitantes experimenten momentos inolvidables en cada uno de sus espacios.

  El deporte, la recreación, el descanso se comparte en los 72 diferentes servicios que se encuentran distribuidos en tres etapas. Las diversas actividades, el compromiso

de sus autoridades, colaboradores y trabajadores fidelizan semana a semana la visita de sus socios (Castillo de Amaguaña, 2018).

Durante 3 años se ha cubierto todos los eventos sociales que el club brinda a sus socios, sobre todo en fechas especiales tales como aniversarios del club, día del Padre, día de la Madre, clausuras eventos deportivos, festivales, entre otros.

- Grupo Tire Experts

Empresa referente a nivel nacional por la calidad de servicio en la comercialización de llantas y productos complementarios (Tire Experts, 2018).

Eventos Brooww trabaja con sus concesionarios ERCO TIRES de la ciudad de Quito en todos sus eventos corporativos.

Otros clientes:

- La Guaragua

Plaza de Toros ubicada en el sector del Condado en Quito; su Dueño Jorge Morillo, ocupa los servicios cada vez que tiene algún evento en donde requiera de amplificación musical.

- Demente Producciones

Productora de Eventos grandes tales como conciertos, festivales al aire libre, entre otros. Como organización colega, utiliza los servicios cada vez que necesita colaboración para cubrir sus eventos.

- Consejo Provincial de Pichincha

Está ubicada en el extremo noroccidental de la parroquia Itchimbía, en un solar flanqueado por las calles Manuel Larrea, Antonio Ante, Juan Pablo Arenas y la avenida 10 de Agosto. Su localización frente al Parque La Alameda, la han

convertido en un verdadero ícono de la ciudad, sobre todo en la época en la que fue construida (década de 1980) (GAD Prefectura de Pichincha, 2018).

En este último año 2018, la asociación de trabajadores del Consejo Provincial de Pichincha ha dado la oportunidad de poder ofrecer los servicios en todos sus eventos sociales organizados por el sindicato.

1.2.2 Competidores

Dentro del mundo del entretenimiento, Eventos Brooww tiene competidores directos e indirectos, se puede catalogar a los competidores directos aquellos que realizan la misma actividad y ofrecen los mismos servicios que oferta Eventos Brooww y los indirectos aquellos que ofertan uno o varios servicios complementarios y similares dentro del negocio de los eventos sociales.

Dentro de nuestros competidores potenciales tenemos:

- Peter Romo DJ

  DJ y productor ecuatoriano, realiza eventos sociales con las universidades, festivales electrónicos y fiestas temáticas. Eventos Brooww lo tiene como un competidor potencial debido a su fuerte acogida con el target universitario.

- Farreros EC

  Grupo de Promotores de la ciudad de Quito que organizan eventos en las discotecas más exclusivas de la capital y de igual manera ofrecen a los estudiantes universitarios realizar sus eventos en las diferentes discotecas con las que tienen convenio.

- JP Eventos

  Productora de todo tipo de eventos sociales en la ciudad de Quito; se caracteriza de otras organizaciones de eventos debido a sus convenios con buses party y chivas, en las cuales hace recorridos a los invitados de la fiesta hasta el lugar del evento.

2 FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL

2.1 Principio

Eventos Brooww!! Tiene como principio fundamental fomentar una negociación ética con el cliente que contrata los servicios generando una negociación transparente y honesta en la que ambas partes ganen.

2.2 Visión

Consolidarse como organización pionera en el soporte técnico de eventos sociales, logrando un éxito total en todos los lugares trabajados.

2.3 Misión

Al ser una organización que ofrece sus servicios profesionales en alquiler, montaje y funcionamiento de equipos de amplificación, iluminación, carpas, tarimas y otros; tiene la finalidad de preservar el buen desempeño y organización del evento, siempre pensando en la satisfacción del cliente que ocupa los servicios.

2.4 Valores

Responsabilidad; este es uno de los valores más importante dentro de la organización es la manera de cumplir las obligaciones con cuidado y atención en lo que se hace para poder desempeñar un trabajo de alta calidad.

Puntualidad; ser puntuales es una de las mayores fortalezas de la organización al estar presentes 1h30 minutos antes que inicie el evento con el fin de prever cualquier contratiempo que se pueda presentar.

Respeto; el respeto se manifiesta al momento de tratar con los clientes y con los integrantes del equipo de trabajo, manejándonos con una actitud cordial y pulcra.

Honestidad; este valor es otro principio básico para el buen funcionamiento de la organización ya que existen varias ocasiones en las que se deja un representante en el evento a cargo de todos los equipos así como también queda a cargo de recibir el pago.

2.5 Objetivos Corporativos

Tecnología:

Crear página web y plataformas virtuales que sirvan para el uso de los clientes, de esta forma podrán conocer todos los paquetes de servicios, contratarlos y a la vez solicitar todo tipo de información desde cualquier lugar donde se encuentren.

Crecimiento:

Aumentar la oferta de servicios de entretenimiento con el fin de posicionar a la empresa y que esta sea conocida como una de las empresas más sólidas y confiables de eventos sociales.

Talento Humano:

Dar incentivos económicos al personal de Eventos Brooww que cumpla con requerimientos extras solicitados por la organización, de esta forma motivarlos para que puedan ejercer su labor de manera efectiva y así fidelizarlos con la organización, fomentando su crecimiento personal.

3 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

3.1 Interno

3.1.1 Organigrama

El organigrama de una empresa consiste en la representación gráfica de la estructura de la empresa, de manera que no sólo representa a los empleados y recursos humanos de la empresa, sino que también representa las estructuras departamentales, además de ser un buen esquema de las relaciones jerárquicas y competenciales dentro de la empresa (Gestion.org, 2018).

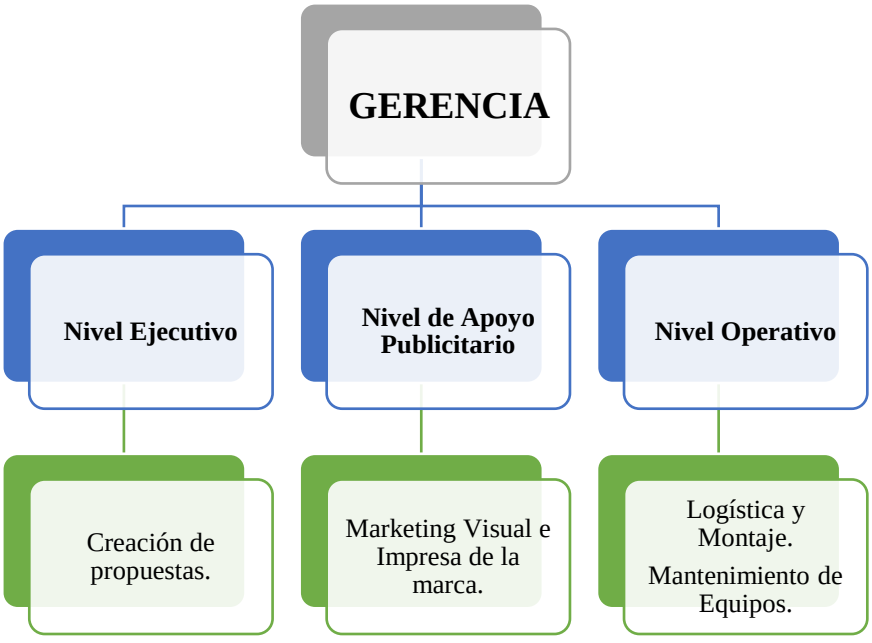


Figura 1: Organigrama Eventos Brooww

Gerencia:

Constituye el nivel más alto de la empresa, para el cumplimiento de las funciones de responsabilidad. Su fin es establecer las políticas generales en la toma de decisiones y delegación de funciones.

Nivel Ejecutivo:

Es el nivel de planificación, creación de propuestas y nuevos paquetes de servicios a ofertar. Goza de autoridad para cumplir con los requerimientos del cliente para su evento social y se apoya de la gerencia para poder tomar decisiones.

Nivel de Apoyo Publicitario:

Es encargado de la imagen de la marca y de todo el aspecto publicitario de la Organización, sea vía web, redes sociales, boca a boca, visual y física.

Nivel Operativo:

Es el personal encargado del montaje y logística del evento social. Están a cargo del manejo técnico del mismo, desde el inicio hasta el final.

3.1.2 Cadena de Valor

La cadena de valor es una herramienta estratégica usada para analizar las actividades de una empresa y así identificar sus fuentes de ventaja competitiva (Experto Gestiopolis, 2001).



Figura 2: Cadena de Valor Eventos Brooww

En la Figura 2, se puede ver la cadena de valor de Eventos Brooww que constituye una serie de actividades para poder ofrecer un servicio de calidad para todos los posibles clientes. Existen varias áreas que ayudan en el tema publicitario, reclutamiento de empleados, mejoramiento equipos de amplificación, mantenimiento equipos actuales de la organización y montaje del evento.

3.1.3 Proceso de Comercialización

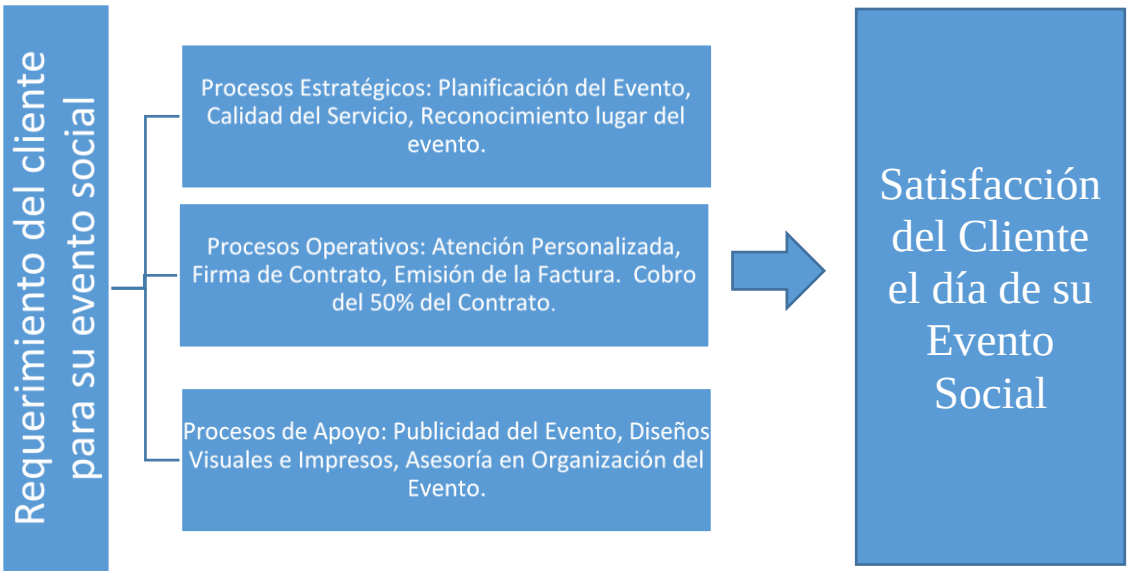


Figura 3: Proceso de Comercialización Eventos Brooww

La Figura 3 del proceso de comercialización nos muestra la entrada y salida del servicio, el inicio y final de la entrega del servicio. Desde el requerimiento inicial del cliente, los procesos de entrega del requerimiento, hasta el cumplimiento final del servicio.

3.2 Externo

3.2.1 Macro Ambiente

En el macro ambiente se tiene varios factores externos que favorecen y otros que dificultan las actividades de "Eventos Brooww" dichos factores son los siguientes:

Políticos:

Los cambios de Gobierno aquí en Ecuador generan varias modificaciones en varias reformas reglamentarias como son, temas de permisos para los eventos, restricción de horarios, venta de bebidas alcohólicas, entre otros. Para eventos Brooww este tipo de situaciones representan una barrera para poder cumplir con el buen desenvolvimiento del evento como tal.

Económicos:

La inflación anual de precios de los equipos en el mercado y el gran número de competidores hace que la utilidad se vea afectada, ya que Eventos Brooww como empresa en periodo de crecimiento todavía no dispone de una gama completa de equipos que permitan manejar un precio competitivo con otras empresas que si disponen de todo el equipo completo para cubrir cualquier evento social.

Sociales:

En el Ecuador existen diferentes tipos de clases sociales con diferentes gustos. Para Eventos Brooww estos gustos no representan una barrera para el buen funcionamiento de la organización, en realidad representan desafíos que se tiene que enfrentar con el objetivo de aprender más y poder ofrecer un servicio satisfactorio para el cliente.

Tecnológicos:

La tecnología es un factor que avanza a pasos agigantados y representa amenazas en ciertos casos y oportunidades en otros. La tecnología es una amenaza cuando la competencia utiliza equipos de última tecnología que ofrece al cliente un servicio más moderno. La tecnología es una oportunidad cuando se tiene en un evento disminución de equipos debido a que las funciones se simplifican por el hecho de tener equipos de última tecnología que suplen varias necesidades.

Ambientales:

En el tema Ambiental hay que tomar en cuenta el nivel de ruido al que está permitido laborar, tanto en espacios cerrados como en espacios abiertos ya que al pasarse de los decibeles de sonido establecidos, se crea una contaminación acústica y es perjudicial para la salud de los asistentes al evento y el entorno en general.

Legales:

El tema de permisos para realizar espectáculos públicos representa una gran barrera para la organización debido a sus altos costos. Se debería hacer un estudio económico para determinar en realidad los ingresos que representa la producción de un evento social público versus el alto costo de los permisos, y de esta forma poder bajar ese costo.

3.2.2 Micro Ambiente

Modelo de las 5 fuerzas de Porter:

- **Rivalidad Entre Competidores**

  En este mercado de los eventos, no existe mucho respeto entre los competidores ya que todos quieren ganar gran parte de este; sobre todo en un segmento específico como son las universidades en los cuales los estudiantes realizan eventos continuamente.

- **Entrada de Nuevos Competidores**

  El análisis de la amenaza de nuevos competidores permite establecer barreras de entrada que impidan el ingreso de estos competidores, tales como la búsqueda de nuevas estrategias y conocimientos especializados para la producción de un evento social. Se necesita dar al cliente un servicio personalizado que no lo hacen las otras compañías de eventos.

- **Amenazas de Productos Sustitutos**

  Se debe diseñar estrategias para impedir la penetración de empresas que provean servicios que sustituyan a lo que se oferta. Los productos sustitutos que se encuentran en el mercado de los eventos sociales son:

Restaurantes de Alta Categoría:

Este tipo de restaurantes no solo ofrecen un servicio alimenticio, ofrecen servicios de recepción y alquiler de sus locales para eventos sociales tales como: graduaciones, 15 años, bodas, entre otros. Esto representa una gran amenaza para la organización ya que los posibles clientes son vulnerables a realizar sus eventos en dichos restaurantes por el servicio completo de recepción que les ofrecen.

Artistas Independientes:

Muchos artistas ofrecen sus servicios incluyendo el tema de amplificación de sonido y otros servicios de producción de eventos, lo cual están quitando trabajo a las productoras especializadas en el soporte técnico y logístico de eventos sociales.

Complejos Deportivos

Muchos complejos deportivos por abaratar costos, están realizando la adquisición de sus propios equipos de amplificación y contratando personal externo para cubrir los eventos sociales dentro de sus instalaciones. De esta forma igual perjudican a las productoras oficiales de eventos que poseen de la suficiente formación y experiencia para cubrir el evento social.

- **Poder de Negociación de Consumidores**

Los consumidores potenciales se encuentran ubicados en la ciudad de Quito, principalmente en las universidades; la estrategia aplicarse es un liderazgo de costos y un servicio personalizado que cumpla con las necesidades integrales del evento que quiera realizar el cliente.

- **Poder de Negociación de Proveedores**

Para anticipar, satisfacer, y atender las necesidades de los clientes se tiene diferentes proveedores de equipos de amplificación, iluminación, mantelería, carpas, entre otros implementos que permitan ofrecer un servicio integral al cliente.

Los proveedores directos son:

Reymix Sonido e Iluminación: Con 20 años de experiencia en el alquiler de equipos de sonido e iluminación, Reymix ha sido uno de los mayores proveedores de equipos para poder cubrir los eventos sociales pequeños y medianos, hasta un máximo de 500 personas.

Imperio Producciones: Con 30 años de experiencia en la producción de eventos de gran magnitud, Imperio Producciones ha sido el proveedor de tarimas, sonido e iluminación para todo tipo de conciertos al aire libre, ya que ellos poseen una infraestructura muy grande para cubrir eventos que sobrepasan las 1000 personas.

Clika Producciones: Iniciados en el mercado desde hace 5 años, Clika Producciones nos provee el servicio de publicidad visual e impresa para los eventos que requieran del mismo.

3.2.3 Identificación de Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas

Matriz de Fortalezas y Debilidades

Tabla 1: Matriz de Evaluación de Factores Internos Eventos Brooww

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS			
Factores Críticos de Éxito	**Peso**	**Calificación**	**Total Ponderado**
FORTALEZAS			
Un servicio innovador y de calidad	0,16	3	0,48
Buen uso de los Equipos de Amplificación	0,2	4	0,8
Buen clima organizacional	0,15	4	0,6
Seriedad y compromiso con el cliente	0,05	3	0,15
DEBILIDADES			
Falta de reconocimiento de la empresa	0,12	1	0,12
Competidor débil	0,05	3	0,15
Falta de instalaciones propias	0,12	3	0,36
Falta de capacitación continua al personal	0,15	4	0,6
TOTAL	1		3,26

Para la Matriz de evaluación de factores Internos (Tabla 1) se toma en cuenta cuales serían los factores críticos internos que ayudan o dificultan el servicio. Se asigna un peso a cada factor sobre un total de 1, se califica en un rango del 1 al 5 y se multiplica el peso por el rango asignado. De esta forma se determina cuál de los factores tiene mayor y menor relevancia.

Matriz de Oportunidades y Amenazas

Tabla 2: Matriz de Evaluación de Factores Externos Eventos Brooww

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS			
Factores Críticos de Éxito	**Peso**	**Calificación**	**Total Ponderado**
OPORTUNIDADES			
Preferencia del Cliente	0,3	3	0,9
Posicionamiento en Segmentos	0,03	1	0,03
Pocas instituciones de eventos reconocidas	0,05	2	0,1
Alto costo de Eventos Artísticos	0,15	4	0,6
Mala calidad de servicio de la competencia	0,06	3	0,18
AMENAZAS			
Constantes cambios tecnológicos	0,2	2	0,4
Incremento de Impuestos	0,05	3	0,15
Susceptible a que la demanda prefiera otros servicios	0,02	4	0,08
Precios no muy aceptados por la demanda	0,14	3	0,42
TOTAL	1		2,86

Para la Matriz de evaluación de factores Externos (Tabla 2), se toma en cuenta cuales serían los factores críticos externos que ayudan o dificultan el servicio. Se asigna un peso a cada factor sobre un total de 1, se califica en un rango del 1 al 5 y se multiplica el peso por el rango asignado. De esta forma se determina cuál de los factores tiene mayor y menor relevancia.

MATRIZ FODA

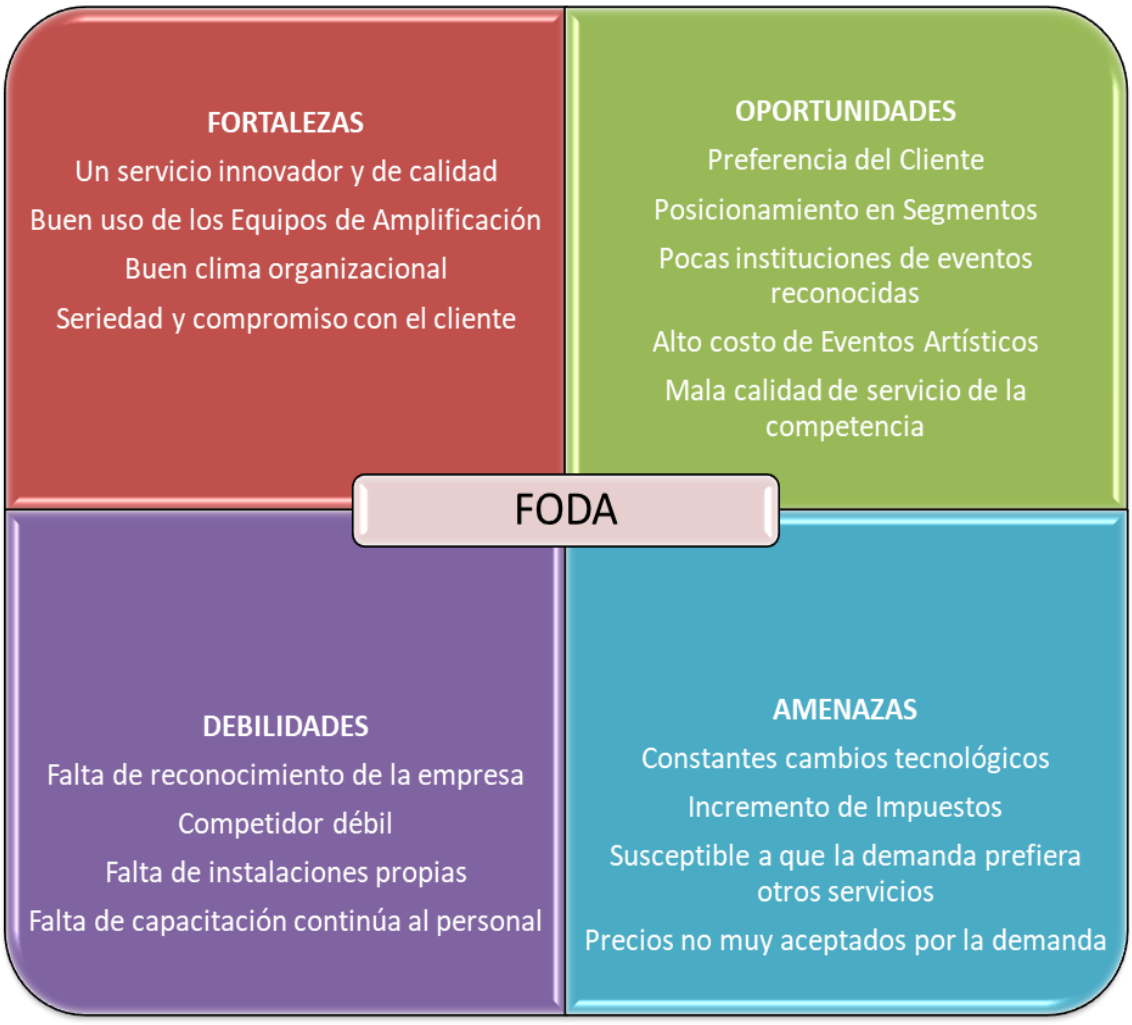


Figura 4: FODA Eventos Brooww

En la Figura 4, se determina cuál de los factores internos y externos tiene mayor y menor relevancia, se ubica en una matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) los diferentes factores en su cuadrante correspondiente.

4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

4.1 Objetivos

- Averiguar el conocimiento sobre el manejo de eventos sociales en el mercado.
- Establecer la factibilidad del negocio.
- Averiguar la posición actual de la competencia dentro del mercado.
- Establecer el número posible de nuevos clientes.
- Establecer la preferencia del tipo de evento que desean las empresas.
- Definir la cantidad de compañías o empresas dispuestas a adquirir el servicio.
- Definir los medios de comunicación con los cuales se dará a conocer el servicio.
- Establecer los motivos de adquisición del servicio.
- Establecer los requerimientos para los eventos de los clientes

4.2 Definición de la población

Un total de **843.745** empresas existen en el país. De los cuales el **19% (160.311)** de las empresas están en Quito (INEC, 2016).

4.3 Cálculo del tamaño de la muestra

Determinar el tamaño de la muestra que se va a seleccionar es un paso importante en cualquier estudio de investigación de mercados, se debe justificar convenientemente de acuerdo al planteamiento del problema, la población, los objetivos y el propósito de la investigación (Psyma, 2015).

Fórmula para la determinación del tamaño de la muestra:

$$n = \frac{Z2 * p * q}{e2}$$

Donde:

P: probabilidad de éxito: 0.5

Q: probabilidad de fracaso: 0.5

Z: Nivel de Confianza: 1.96

E: error admisible: 0.05

Conocido el tamaño de la muestran N:

$$n = \frac{N*Z2*p*q}{e2*(N-1) + Z2*p*q}$$

Donde:

P: probabilidad de éxito: 0.5

Q: probabilidad de fracaso: 0.5

Z: Nivel de Confianza: 1.96

E: error admisible: 0.05

N: Tamaño de la Población: 160.311

n: 384 con un error admisible del 5%.

Por lo tanto se estima hacer 384 encuestas de 160.311 empresas que existen en Quito.

4.4 Diseño de la encuesta

El modelo de la encuesta se la puede ver en el Anexo 1.

4.5 Tabulación y análisis

Pregunta 1: ¿Estaría interesado en recibir un servicio de amplificación musical que le proporcione una asesoría completa para poder llevar a cabo sus eventos?

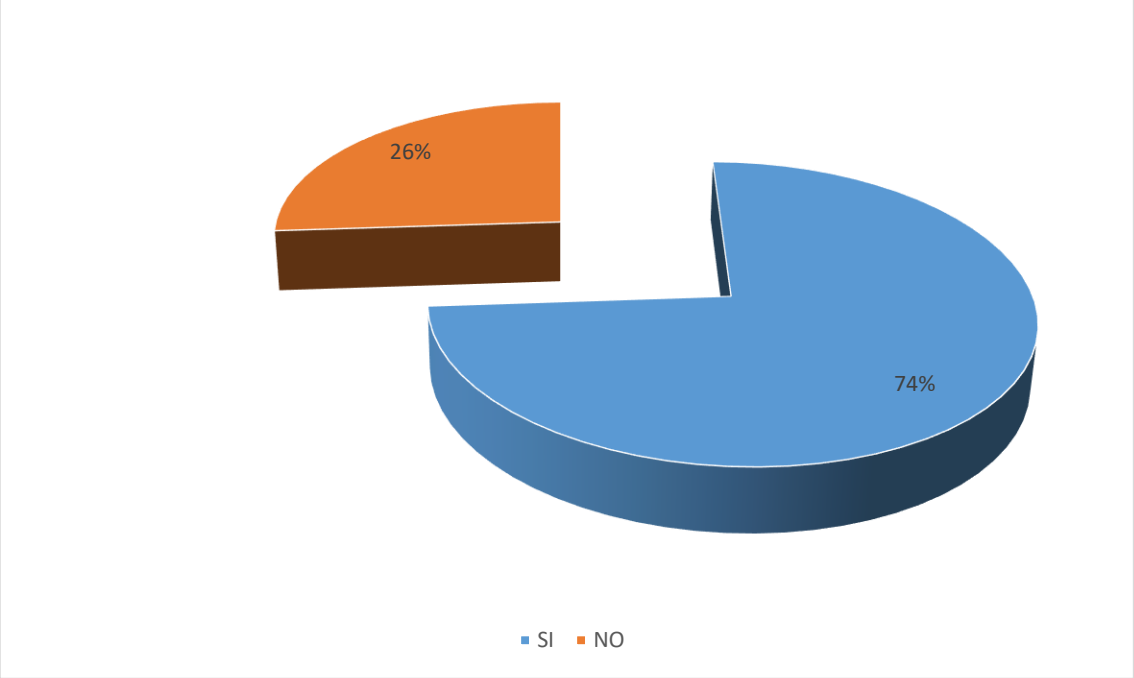


Figura 5: ¿Estaría interesado en recibir un servicio de amplificación musical que le proporcione una asesoría completa para poder llevar a cabo sus eventos?

Análisis:

Se puede concluir que del total de empresas tabuladas ¾ partes de la población está interesada en recibir un servicio de amplificación que le proporcione asesoría para realizar sus eventos empresariales.

Pregunta 2: En su empresa, evalúe del 1 al 5 siendo 5 el de mayor frecuencia y 1 el de menor frecuencia el tipo de eventos que usted normalmente realiza.

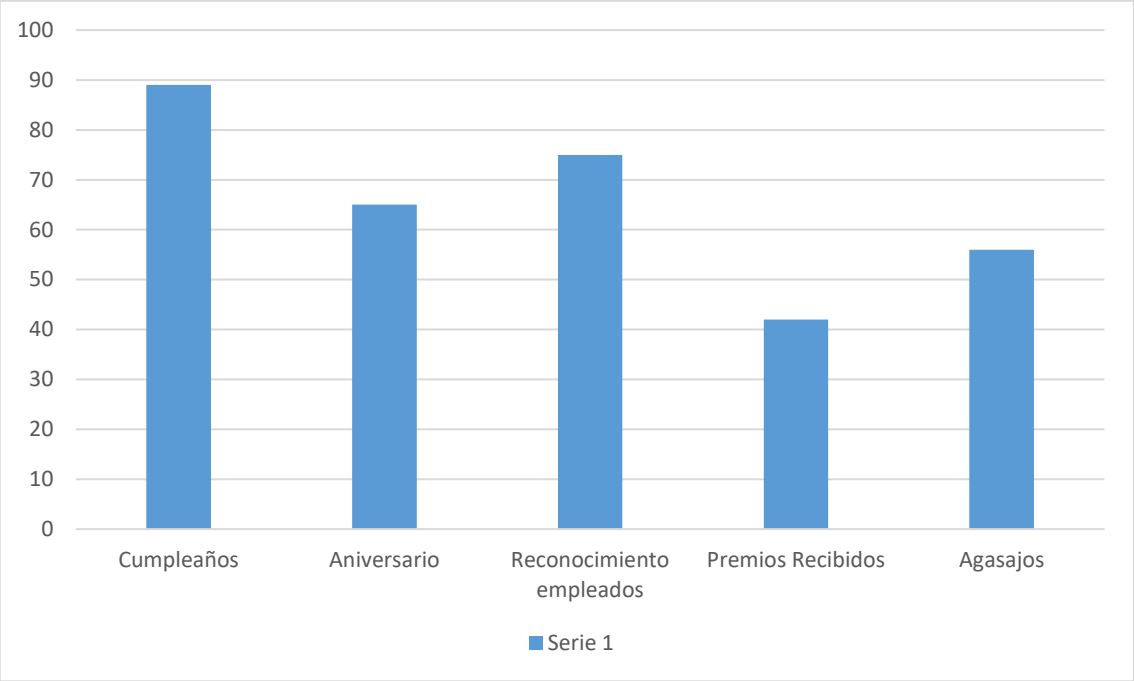


Figura 6: En su empresa, evalúe del 1 al 5 siendo 5 el de mayor frecuencia y 1 el de menor frecuencia el tipo de eventos que usted normalmente realiza

Análisis:

Las empresas realizan con mayor frecuencia los eventos de cumpleaños y con menor frecuencia eventos de reconocimientos a empleados.

Pregunta 3: ¿Pensaría que es un beneficio para usted contratar servicios de eventos sociales para su empresa?

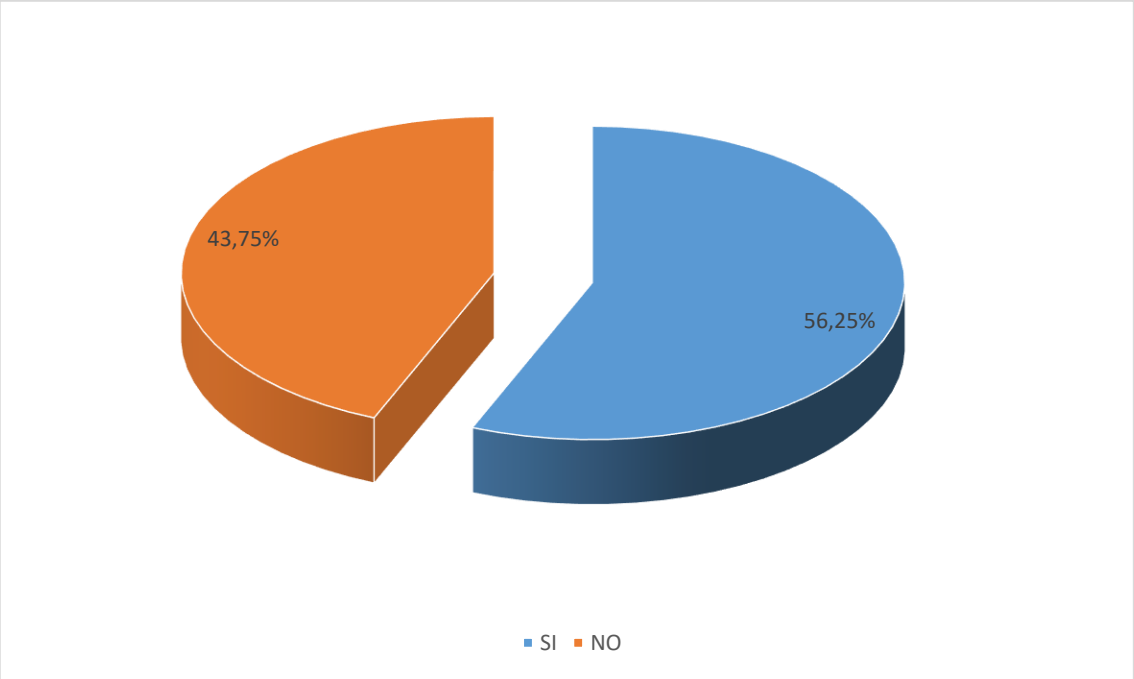


Figura 7: ¿Pensaría que es un beneficio para usted contratar servicios de eventos sociales para su empresa?

Análisis:

En esta pregunta se puede ver que las empresas si tienen gran interés por contratar servicios de eventos sociales, lo cual representan una gran apertura para una negociación.

Pregunta 4: ¿Qué le gustaría recibir como regalo por contratar nuestros servicios?

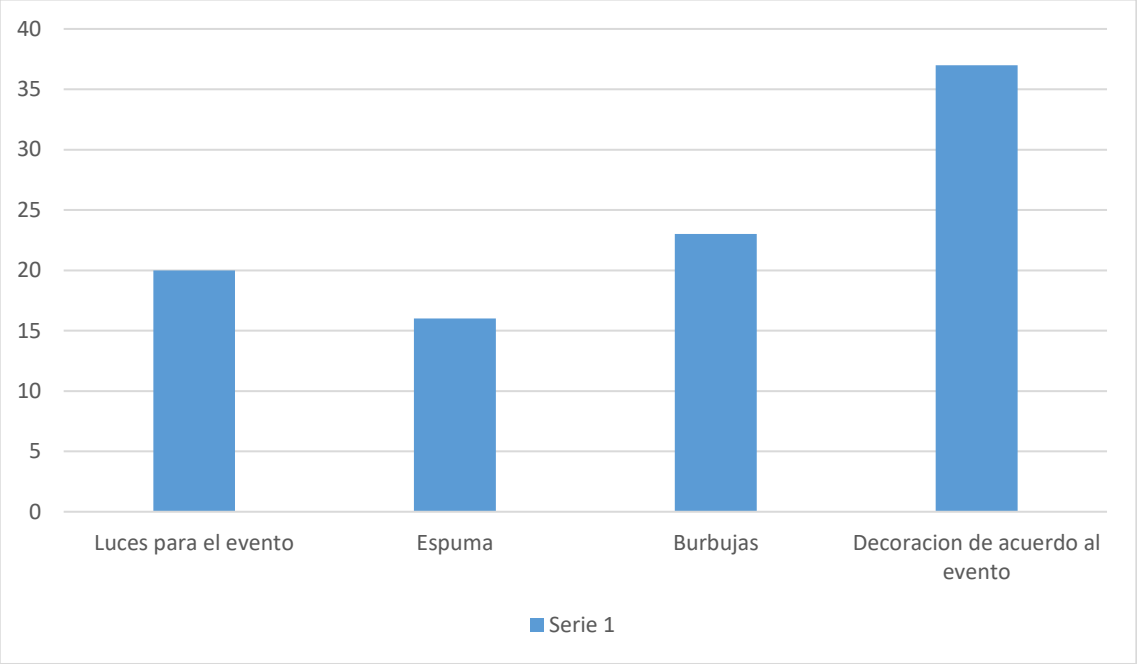


Figura 8: ¿Qué le gustaría recibir como regalo por contratar nuestros servicios?

Análisis:

Esta pregunta se centra en averiguar qué servicio adicional y de manera gratuita le gustaría recibir al cliente por el hecho de contratar un servicio de eventos sociales. La respuesta que sobresalió de las demás fue la decoración de acuerdo al evento. Las empresas se centraban en que prefieren no perder tiempo buscando cosas y ver en distintos lugares, que es preferible contratar un solo Proveedor que se encargue de todo lo pertinente para el evento.

Pregunta 5: ¿Qué prefiere usted?

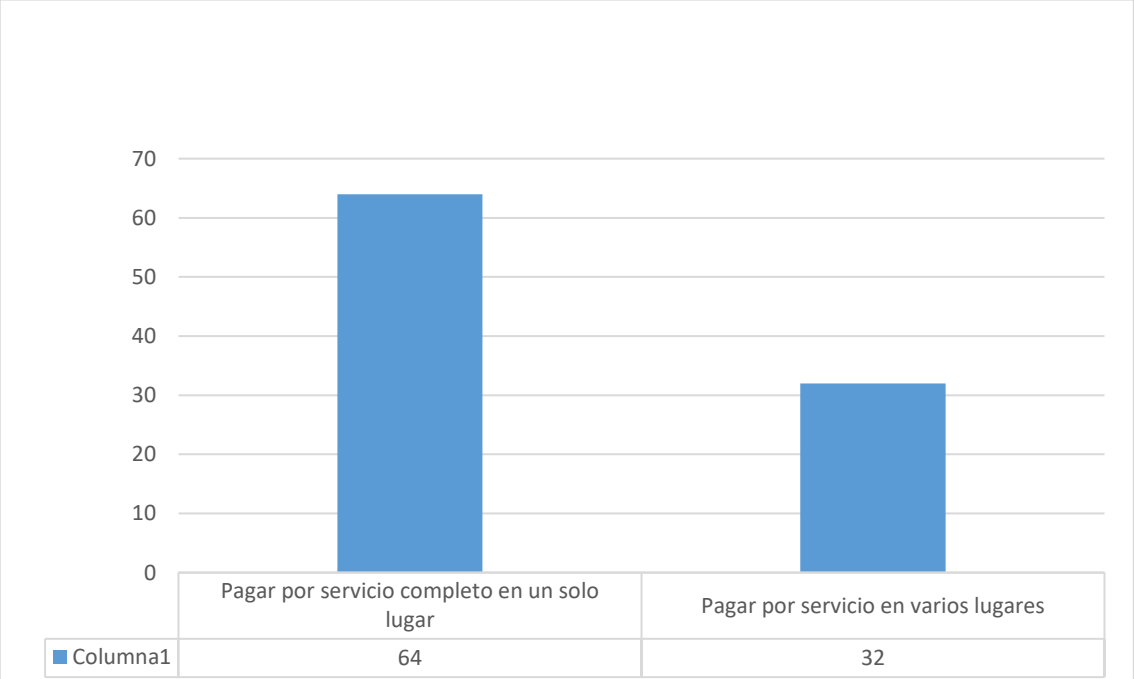


Figura 9: ¿Qué prefiere usted?

Análisis:

Las empresas prefieren pagar por la organización de su evento social con un solo proveedor y no contratar el servicio de varios proveedores para la organización de su evento social.

Pregunta 6: ¿Mediante qué medios le gustaría recibir información, promociones, ofertas y descuentos del servicio de eventos sociales?

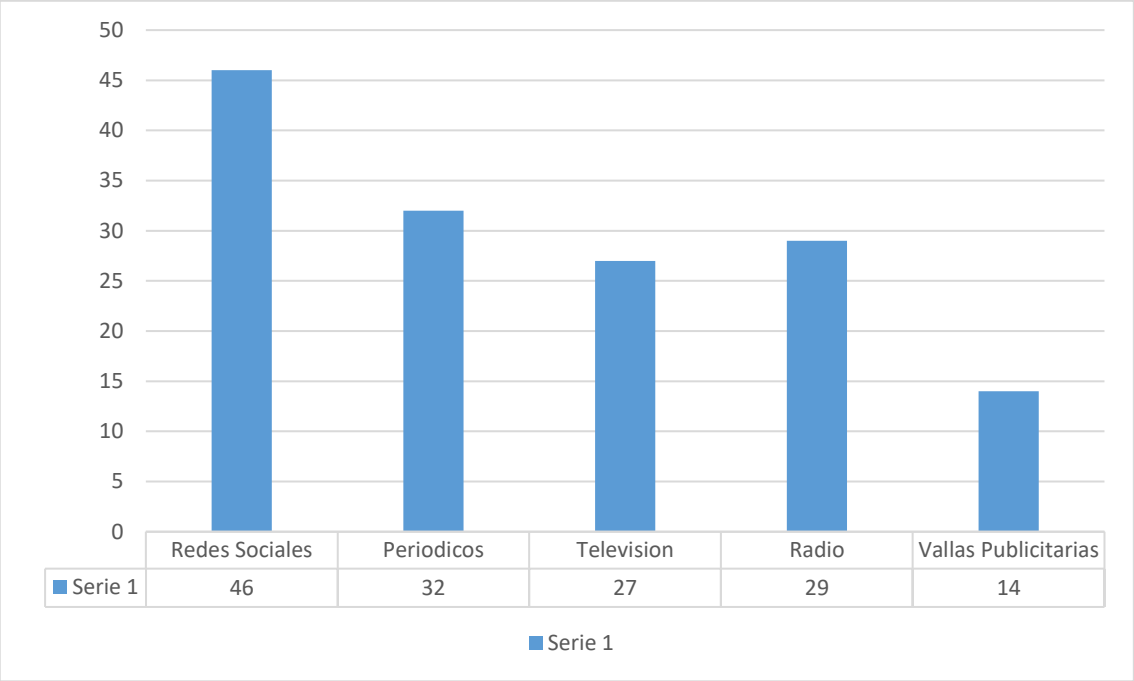


Figura 10: ¿Mediante qué medios le gustaría recibir información, promociones, ofertas y descuentos del servicio de eventos sociales?

Análisis:

Se llegó a la conclusión que la mayoría de empresas le gustaría recibir información mediante redes sociales así como también mediante periódicos, lamentablemente es muy costoso publicar información en los periódicos por lo que se recomienda no hacerlo.

Pregunta 7: ¿Le interesaría formar parte de un portal web, donde podrá conocer los eventos que hemos realizado, ofertas y descuentos?

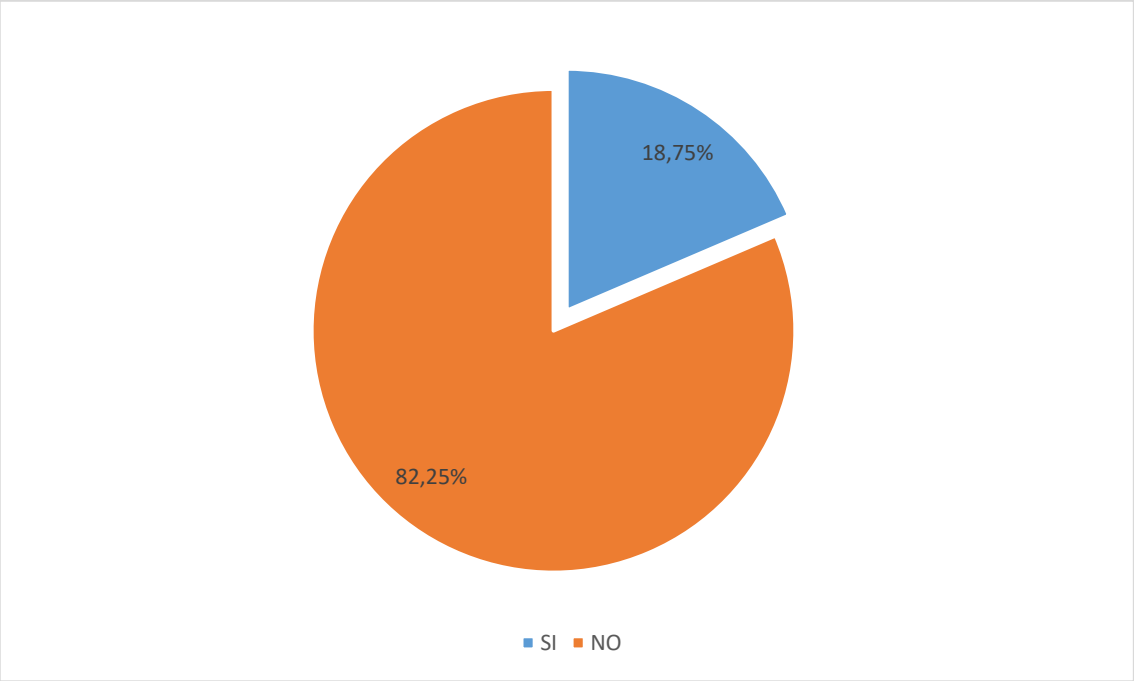


Figura 11: ¿Le interesaría formar parte de un portal web, donde podrá conocer los eventos que hemos realizado, ofertas y descuentos?

Análisis:

Lamentable mente tuvimos una respuesta negativa ante esta pregunta al ver que el 82,25% de las empresas encuestadas no quieren formar parte de un portal web de eventos sociales. Las empresas no lo consideran importante.

Pregunta 8: ¿Qué otras empresas conoce usted que realicen este mismo servicio de eventos sociales?

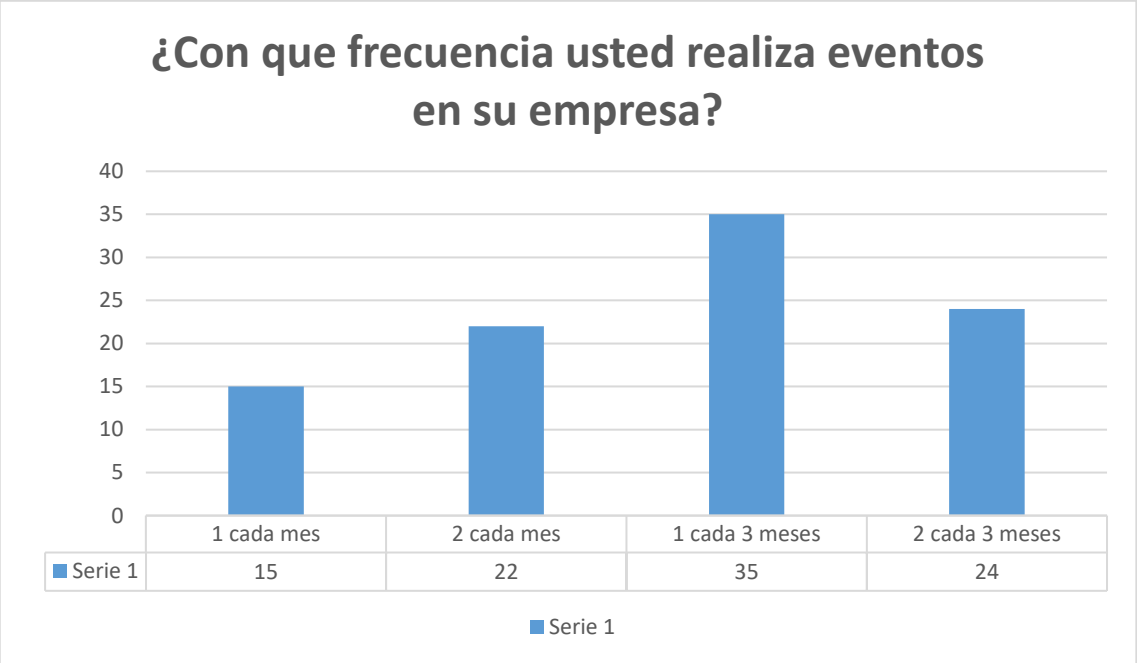


Figura 12: ¿Qué otras empresas conoce usted que realicen este mismo servicio de eventos sociales?

Análisis:

Con la respuesta a esta pregunta nos quedamos sorprendidos, no sabíamos que las empresas realizaban con tanta frecuencia eventos, es decir podemos abarcar un mayor mercado al expandirnos con las empresas y no solo quedarnos más a pegados hacia eventos universitarios. La mayoría de las empresas realizan 1 evento cada 3 meses.

5 SEGMENTACIÓN

5.1 Determinación de la variable de segmentación B2B

Nosotros vamos a orientar nuestra oferta al mercado Corporativo B2B.

B2B

El marketing B2B es aquel en el que una empresa vende a otra empresa y no al consumidor final. Es decir, son todas las empresas que crean productos o servicios para que sean consumidos por otras empresas, siendo estas las que satisfacen finalmente al consumidor final (Romero, 2015).

Nos enfocamos en un mercado B2B ya que vamos a ofrecer nuestros servicios a diferentes tipos de empresas y organizaciones que deseen realizar algún evento. Una vez concluido el servicio, la empresa u organización queda en nuestra base de datos de futuros clientes.

5.2 Identificación de perfiles (nombre, porcentaje, descripción multivariable)

Por el tipo de Evento que contratan tenemos:

Los Proeventos: Constituyen el 35% del mercado. Son espectáculos de gran magnitud al aire libre y en coliseos de aforos pronunciados, en donde interviene el montaje de sonido, iluminación, tarimaje y generadores eléctricos. Estos eventos son cubiertos por aquellas empresas que ofrecen un sonido profesional para espectáculos masivos que poseen una larga trayectoria y son reconocidas a nivel nacional como por ejemplo PRO-SONIDO.

Los Macroeventos: Constituyen el 45% del mercado. Son eventos de gran magnitud en lugares cerrados y al aire libre, en donde interviene el montaje de sonido, iluminación, carpas y decoración. Estos eventos son cubiertos por aquellas empresas que se dedican a

organizar eventos sociales y se encuentran posicionadas en el mercado pero no dentro de las principales.

Los Microeventos: Constituyen el 20% del mercado. Son eventos pequeños en lugares cerrados, en donde interviene el montaje de sonido e iluminación. Estos eventos son cubiertos aquellas empresas de eventos sociales que no son conocidas dentro del mercado, poseen muy pocos eventos dentro del año y de márgenes pequeños de utilidad.

5.3 Segmentación del mercado

Geográfico: Nuestros principales clientes se encuentran en todo el Distrito Metropolitano de Quito, tanto en la Norte, Sur y Centro de la Ciudad.

Demográfico: Eventos Brooww al ser una organización que cubre eventos desde fiestas infantiles hasta Conciertos, no se discrimina a los clientes tanto por su edad, sexo, estado civil, número de hijos, etc.

Segmentación por tamaño: Eventos Brooww brinda sus servicios a pequeñas, medianas y grandes empresas, pero tendrá preferencia por grandes empresas que tengan mayor cantidad de trabajadores; de esta forma los eventos sociales serán mejor remunerados.

Segmentación por actividad de la Empresa: Eventos Brooww clasificará a sus clientes según el tipo de empresa ya sea de servicios o manufacturera. Esto ayudará a tener mayor información de la relación que existe entre diferentes tipos de empresas para poder ofrecer un servicio diferenciado.

5.4 Definición del mercado meta

Eventos Brooww va a enfocar su mercado meta en todas las empresas privadas del Distrito Metropolitano de Quito: pequeñas empresas, medianas empresas, grandes empresas, pymes, empresas de servicios y empresas manufactureras.

De esta forma se podrá ganar un mercado muy atractivo debido a que la empresa privada mantiene su autonomía para poder tomar decisiones y gracias a su liquidez le permite realizar eventos que representen grandes regalías.

5.5 Definición del posicionamiento (mapa perceptual)

El mapa perceptual representa las percepciones de un producto, una marca o una empresa, por los consumidores, en función de una serie de atributos que caracterizan a aquéllos. Sirve para identificar la posición relativa de un producto, marca o empresa, tanto en relación a otros competitivos como a un "ideal" (Marketing Directo, 2018).



Figura 13: Mapa Perceptual Competencia

Como se puede ver en el mapa perceptual (Figura 13), Eventos Brooww se ubica en un cuadrante en donde tiene calidad de equipos utilizados y variedad de servicios; mientras

que los competidores tienen otros atributos como reconocimiento y precios atractivos. Para que Eventos Brooww pueda tener esos atributos se deberá aplicar las estrategias necesarias de posicionamiento en el mercado.

Para el mapa perceptual se tomó en cuenta los siguientes atributos:

- Reconocimiento: Qué tan reconocida es Eventos Brooww en comparación con otras empresas de eventos sociales. Qué viene al Top of mind de los clientes.

- Precios Atractivos: En cuanto a precios como puede competir Eventos Brooww con precios más atractivos que la competencia.

- Variedad de Servicios: Cómo Eventos Brooww puede implementar más variedad de servicios para sus clientes.

- Calidad de Equipos utilizados: Muchos de los clientes con conocimientos en organización de eventos sociales, compara la calidad de los equipos a utilizarse antes de contratar el servicio.

5.6 Definición de la estrategia genérica (M. Porter)

Tabla 3: Estrategias Genéricas de Porter

	VENTAJA COMPETITIVA	
	EN COSTO	EN DIFERENCIACIÓN
AL MERCADO B2B	LIDERAZGO TOTAL EN COSTOS	LIDERAZGO TOTAL EN DIFERENCIACIÓN
A OTROS MERCADOS	LIDERAZGO ENFOCADO EN COSTOS	LIDERAZGO ENFOCADO EN DIFERENCIACIÓN

Para el mercado B2B (Tabla 3), se va a enfocar en una Estrategia de Diferenciación; Al ofrecer un servicio diferente al de los demás, con valores agregados y más atributos que brinden mayor satisfacción al cliente; lograremos ganar más mercado y mayor reconocimiento para tener más número de eventos y más clientes.

5.7 Estrategias de marketing

Crecimiento en ventas de servicios

Tener personal que visite a las diferentes empresas, con el fin de darles a conocer todos los paquetes dentro de los servicios.

Pautar en Revistas por lo menos tres ediciones al año que llega a un público objetivo de empresas y organismos del estado y privados.

Fortalecer relaciones públicas con los clientes. A través de invitaciones a eventos formales.

Participación de mercado

Invitar a las Empresas a suscribirse a un portal web en donde se tendrá interacción con el cliente con el objetivo de saber sus requerimientos y ganar mayor participación en el mercado. Aumentar la credibilidad del servicio a las diferentes empresas para que ellas sepan del mismo y así lo adquieran.

Posicionamiento

Para el posicionamiento del servicio haremos publicidad web en redes sociales con el fin de poner a nuestra marca en la mente del consumidor.

La otra estrategia de posicionamiento será a través de la diferenciación del personal. Se obtendrá una poderosa ventaja competitiva mediante la contratación y capacitación del personal para ofrecer un servicio de calidad y que el cliente se sienta satisfecho.

Diferenciación: Eventos Brooww brindará a sus clientes servicios no convencionales en la organización de eventos sociales, brindará mayores atributos y generará una experiencia única en los clientes que contraten los servicios.

Rentabilidad: Eventos Brooww abaratara gastos de operación para lograr una mayor rentabilidad en sus operaciones. De igual forma realizará inversiones que generen flujos positivos a mediano plazo y se pueda tener mayor regalías por los mismos.

6 MARKETING MIX

6.1 Producto o servicio



SONIDO / ILUMINACIÓN / TARIMA / LOGÍSTICA

Figura 14: Logo Eventos Brooww

Eventos Brooww es una organización dedicada a ofrecer servicios en amplificación de sonido para todo tipo de evento social, empresarial, cultural, de formación académica e intelectual; Contando con equipos profesionales de alta calidad y personal calificado que aseguran el efectivo desarrollo de su evento.

Actualmente dentro de sus servicios Eventos Brooww ofrece: servicios de amplificación de sonido, montaje de iluminación, personal especializado en montaje de eventos, personal para animación de todo tipo de eventos sociales, Deejays, Artistas.

6.2 Precio

- El primer objetivo es lograr calidad de los servicios haciendo referencia a esto los precios que establecemos, son totalmente atractivos para el mercado meta que son las empresas privadas, al ser un precio atractivo y un producto con estándares altos de calidad podemos abarcar gran parte del mercado B2B.

- El siguiente objetivo es la penetración en el mercado, como nuestro precio es menor al de la competencia permitimos la estimulación de nuestro mercado y el mantener la fidelidad del mismo.

6.3 Plaza

El servicio es canalizado a través de camionetas y camiones según el tipo de evento, se desplaza todos los equipos de amplificación, iluminación, menaje, tarimaje; hasta el lugar del evento.

Se llega al lugar del evento con varias horas de anticipación para poder realizar el respectivo montaje y empezar a la hora programada del mismo.

Una vez realizado el montaje del evento, el cliente recibe el servicio de manera satisfactoria, comprobando que todos sus requerimientos fueron cumplidos.

El evento culmina a la hora estipulada y se realiza el respectivo desmontaje para llevar los respectivos equipos de amplificación, iluminación, menaje, tarimaje; hasta las bodegas de Eventos Brooww.

6.4 Promoción

Se ofertará el servicio de la siguiente forma:

- Creación de una página web que sea interactiva con los visitantes en la cual se dé a conocer el servicio a ofrecer.

- Armar una base de datos con los mails de una buena cantidad de empresas para promocionar de nuevos servicios y ofertas que se tenga al momento, esto se da basado en las encuestas ya que trabajar con empresas es mucho más formal.

- Manejo de redes sociales para dar a conocer a la empresa.

- Manejo de Relaciones Públicas con visitas a empresas e invitaciones a eventos formales.

- Fidelizar a la fuerza de ventas para lograr mayor interés en la promoción de nuestros servicios.

7 PROPUESTA FINANCIERA

7.1 Detalle de activos fijos de la organización

A continuación se detalla la cantidad y el valor de los activos fijos que actualmente mantiene la organización Eventos Brooww:

Tabla 4: Detalle Activos Fijos Eventos Brooww

SONIDO/ILUMINACIÓN/TARIMA/LOGÍSTICA

AGUIRRE PAZ BRYAN GEOVANNY
RUC: 1720977188001
Dirección: Vicentina Baja
Antonio Sierra N15-169 y Verde Cruz
Teléfono: 02 3228548/ 0984294033
e-mail: colibryan_462@hotmail.com

CANT.	DESCRIPCIÓN	V. TOTAL
2	PARLANTES 15” EV ELX115P 500RMS	$2.400,00
2	PARLANTES 3 VIAS JBL PRX735 1000RMS	$200,00
1	PARLANTE 15” AMERICAN AUDIO DLS115P 350RMS	$350,00
1	PARLANTE 15” THUNDER USA 400RMS	$450,00
1	PARLANTE 12” EV SXA100 300RMS	$500,00
1	PARLANTE 12” SONIC 300RMS	$150,00
1	KIT MICRÓFONOS SHURE INHALAMBRICOS BLX	$700,00
1	MICRÓFONO SHURE ALAMBRICO SM58	$170,00
1	CONSOLA PROFESIONAL MARCA ALTO DE 16 CANALES	$400,00
1	CONTROLADORA DIGITAL PIONEER DJ-SX	$1.300,00
1	AUDÍFONOS PIONEER HDJ-2000MK2	$450,00
1	LUZ LED ADJ AGRESSOR	$180,00
1	LUZ LED ADJ JELLY COSMO	$180,00
1	KIT TACHOS LED PARA ESCENARIOS	$350,00
1	KIT FLASHES LED	$140,00
1	CÁMARA NEBLINERA ADJ MISTER KOOL	$200,00
1	CÁMARA DE HUMO ADJ MINI FOG	$80,00
1	KIT CABLES DE AUDIO	$350,00
1	KIT EXTENSIONES DE LUZ	$300,00
3	REGLETAS AMERICAN DJ PC-100	$105,00
1	PEDESTAL DE CONSOLA	$70,00
1	KIT TRÍPODES PARA PARLANTES	$150,00
1	KIT PEDESTALES PARA MICRÓFONO	$200,00
1	DURATRUSS PARA LUCES	$45,00
1	ESTABILIZADOR DE ENERGÍA DE 5000 WATTS	$350,00
1	CARPA 4X3mts	$250,00
1	JUEGO DE CAMISETAS PARA EL PERSONAL	$300,00
	VALOR TOTAL ACTIVOS	**$10.320,00**

En la Tabla 4 se detallan todos los equipos de amplificación y otros activos que mantiene Eventos Brooww hasta el momento, su valor total es de $10.320,00.

7.2 Balance General

A continuación se muestra el balance general al 31 de diciembre de 2017 de la organización Eventos Brooww:

Tabla 5: Balance General Eventos Brooww

SONIDO/ILUMINACIÓN/TARIMA/LOGÍSTICA

AGUIRRE PAZ BRYAN GEOVANNY
RUC: 1720977188001
Dirección: Vicentina Baja
Antonio Sierra N15-169 y Verde Cruz
Teléfono: 02 3228548/ 0984294033
e-mail: colibryan_462@hotmail.com

BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DE 2017			
ACTIVOS CIRCULANTES			$4.630,00
	CAJA BANCOS	$4.000,00	
	CUENTAS POR COBRAR	$630,00	
ACTIVOS FIJOS			$5.160,00
	EQUIPOS DE AMPLIFICACIÓN	$10.320,00	
	DEPRECIACIÓN ACUMULADA EQUIPOS DE AMPLIFICACIÓN	$(5.160,00)	
TOTAL ACTIVOS			$9.790,00
PASIVOS			$500,00
	PROVEEDORES	$500,00	
PATRIMONIO			$9.290,00
	CAPITAL SOCIAL	$9.290,00	
TOTAL PASIVO +PATRIMONIO			$9.790,00

En la Tabla 5 se detallan los activos, pasivos y patrimonio al 31 de diciembre de 2017 que mantiene Eventos Brooww. Su patrimonio es de $9.290,00.

7.3 Estado de pérdidas y ganancias

A continuación se muestra el estado de pérdidas y ganancias al 31 de diciembre de 2017 de la organización Eventos Brooww:

Tabla 6: Estado Pérdidas y Ganancias Eventos Brooww

SONIDO/ILUMINACIÓN/TARIMA/LOGÍSTICA

AGUIRRE PAZ BRYAN GEOVANNY
RUC: 1720977188001
Dirección: Vicentina Baja
Antonio Sierra N15-169 y Verde Cruz
Teléfono: 02 3228548/ 0984294033
e-mail: colibryan_462@hotmail.com

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2017		
VENTAS DE SERVICIO	$9.600,00	
(-) COSTO DE VENTAS	$0,00	
(=)UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		$9.600,00
(-) GASTOS DE OPERACIÓN		$6.192,00
TRANSPORTE	$960,00	
ALIMENTACIÓN	$720,00	
SALARIOS	$2.880,00	
MANTENIMIENTO EQUIPOS DE AMPLIFICACIÓN	$600,00	
DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE AMPLIFICACIÓN	$1.032,00	
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		$3.408,00
(+) OTROS INGRESOS		$2.400,00
COMISIONES OTROS EVENTOS	$2.400,00	
(-) OTROS EGRESOS		$1.200,00
ALQUILER OTROS EQUIPOS DE AMPLIFICACIÓN	$1.200,00	
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO		$4.608,00

En la Tabla 6 se detallan los ingresos y egresos al 31 de diciembre de 2017 que mantiene Eventos Brooww. Su utilidad anual es de $4.608,00.

7.4 Evaluación Financiera

Para que el plan de desarrollo para Eventos Brooww organización que brinda soporte técnico y logístico para todo tipo de eventos sociales, empresariales y culturales en el Distrito Metropolitano de Quito; sea factible y realizable, se espera:

- Solicitar un préstamo bancario de $15.000 a finales de diciembre 2018.
- La inversión de $20.000 para nuevos equipos de amplificación.
- Que las ventas del servicio suban en un 20% cada año.
- Todos los gastos de operación tengan un incremento del 10% anual.

Para todo esto realizaremos una evaluación financiera que determine qué tan rentable va a resultar el plan de desarrollo.

Para la evaluación financiera se va a tomar en cuenta los siguientes indicadores:

- VAN: Valor Actual Neto. Es el valor monetario que le queda al inversionista luego de haber recuperado sus costos y Gastos.

- TIR: Tasa Interna de Retorno. Es la Tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión.

- PRI: Periodo de Recuperación de la Inversión. Este indicador mide en cuanto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente.

Todos estos indicadores toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo, significa que van a traer los valores futuros a valor presente, descontando los valores futuros a una determinada tasa de descuento para determinar sobre esa base si el proyecto será rentable o no.

A continuación se muestra el flujo de caja proyectado a 5 años con la información detallada en la evaluación financiera para la organización Eventos Brooww:

Tabla 7: Flujo de Caja Proyectado a 5 años para Eventos Brooww

SONIDO/ILUMINACIÓN/TARIMA/LOGÍSTICA

AGUIRRE PAZ BRYAN GEOVANNY
RUC: 1720977188001
Dirección: Vicentina Baja
Antonio Sierra N15-169 y Verde Cruz
Teléfono: 02 3228548/ 0984294033
e-mail: colibryan_462@hotmail.com

FLUJOS DE CAJA PROYECTADOS A 5 AÑOS							
	2017	2018/ año 0	2019	2020	2021	2022	2023
VENTAS DE SERVICIO	$ 9.600,00		$ 11.520,00	$ 13.824,00	$ 16.588,80	$ 19.906,56	$ 23.887,87
COMISIONES OTROS EVENTOS	$ 2.400,00		$ 2.400,00	$ 2.400,00	$ 2.400,00	$ 2.400,00	$ 2.400,00
TOTAL INGRESOS	**$ 12.000,00**		**$ 13.920,00**	**$ 16.224,00**	**$ 18.988,80**	**$ 22.306,56**	**$ 26.287,87**
GASTO TRANSPORTE	$ (960,00)		$ (1.056,00)	$ (1.161,60)	$ (1.277,76)	$ (1.405,54)	$ (1.546,09)
GASTO ALIMENTACIÓN	$ (720,00)		$ (792,00)	$ (871,20)	$ (958,32)	$ (1.054,15)	$ (1.159,57)
GASTO SALARIOS	$ (2.880,00)		$ (3.168,00)	$ (3.484,80)	$ (3.833,28)	$ (4.216,61)	$ (4.638,27)
GASTO MANTENIMIENTO DE EQUIPOS	$ (600,00)		$ (660,00)	$ (726,00)	$ (798,60)	$ (878,46)	$ (966,31)
DEPRECIACIÓN ANTIGUOS EQUIPOS DE AMPLIFICACIÓN	$ (1.032,00)		$ (1.032,00)	$ (1.032,00)	$ (1.032,00)	$ (1.032,00)	$ (1.032,00)
DEPRECIACIÓN NUEVOS EQUIPOS DE AMPLIFICACIÓN			$ (2.000,00)	$ (2.000,00)	$ (2.000,00)	$ (2.000,00)	$ (2.000,00)
ALQUILER OTROS EQUIPOS DE AMPLIFICACIÓN	$ (1.200,00)		$ (1.200,00)	$ (1.200,00)	$ (1.200,00)	$ (1.200,00)	$ (1.200,00)
TOTAL EGRESOS	**$ (7.392,00)**		**$ (9.908,00)**	**$ (10.475,60)**	**$ (11.099,96)**	**$ (11.786,76)**	**$ (12.542,23)**
UTILIDAD	**$ 4.608,00**		**$ 4.012,00**	**$ 5.748,40**	**$ 7.888,84**	**$ 10.519,80**	**$ 13.745,64**
DEPRECIACIÓN NUEVOS EQUIPOS DE AMPLIFICACIÓN			$ 2.000,00	$ 2.000,00	$ 2.000,00	$ 2.000,00	$ 2.000,00
INVERSIÓN NUEVOS EQUIPOS DE AMPLIFICACIÓN		$ (20.000,00)					
CREDITO BANCARIO		$ 15.000,00					
PAGO DEL CAPITAL			$ (3.000,00)	$ (3.000,00)	$ (3.000,00)	$ (3.000,00)	$ (3.000,00)
FLUJO DE CAJA	**$ 4.608,00**	**$ (5.000,00)**	**$ 3.012,00**	**$ 4.748,40**	**$ 6.888,84**	**$ 9.519,80**	**$ 12.745,64**
FLUJO ACUMULADO			**$ 3.012,00**	**$ 7.760,40**	**$ 14.649,24**	**$ 24.169,04**	**$ 36.914,68**
			PRI	**$ 1.988,00**	1 año		
				0,42	**1,42 años**		
				5,024008087	**1 año 5 meses**		

En la Tabla 7 se realizó el flujo de caja para Eventos Brooww proyectado a 5 años teniendo en cuenta la información dada en la evaluación financiera. Se puede ver un flujo de caja positivo.

Cálculo Tasa de Descuento:

Tabla 8: Cálculo Tasa de Descuento para Eventos Brooww

Análisis tasa de descuento						
Rendimiento de accionista						
		FUENTE				
Tasa libre de riesgo	5,08%	http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/				
Rendimiento del mercado	9,23%	https://bolsadequito.com/index.php/mercados-bursatiles/mercado-en-linea/calculadora-de-rendimientos				
Beta desapalancado	1,12	http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/				
Rendimiento de accionista	9,73%					
Riesgo pais	627,00	https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais				
Riesgo país en porcentage	6,27%					
Rendimiento del accionista (Actualizado al Ecuador)	16,00%					
COSTO PROMEDIO PONDERADO						
	Rubros	Participacion	Costo	CPPC antes i	CPPC real	
Recursos Propios	$ 5.000,00	25,00%	16%	4,00%	4,00%	
Prestamo	$15.000,00	75,00%	17,5%	13,13%	8,70%	
Totales	20.000,00	100%			**12,70%**	***Tasa de Descuento***

Para el cálculo de la tasa de descuento (Tabla 8), se tomó en cuenta tasas, rendimientos y riesgos existentes en el mercado. Con tales indicadores se pudo determinar el Costo Promedio Ponderado de Capital Real en Porcentaje y deducir que la tasa de Descuento es igual al porcentaje de Recursos Propios más el Porcentaje del Préstamo solicitado como Costo Promedio Ponderado de Capital Real.

Tasa libre de Riesgo: 5,08% (Damodaran, 2018)

Rendimiento del Mercado: 9,23% (Bolsa de Valores de Quito, 2018)

Beta Desanpalancado: 1,12 (Damodaran, 2018)

Riesgo País: 627 (Banco Central del Ecuador, 2018)

Tasa de Descuento: 12,70%

Indicadores de Rentabilidad:

Tabla 9: Indicadores de Rentabilidad para Eventos Brooww

TASA DE DESCUENTO	12,70%
VAN	$ 19.134,10
TIR	92%
PRI	1,42
CONCLUSIÓN: El Plan de Desarrollo para Eventos Brooww es Rentable ya que su VAN es Positivo, la TIR es mayor a la tasa de descuento y el PRI es menor al horizonte de tiempo proyectado.	

Para el Cálculo de los Indicadores de Rentabilidad (Tabla 9), se aplicó fórmulas de Excel ya programadas. De acuerdo al análisis de los indicadores de rentabilidad pudimos determinar que el plan de desarrollo para Eventos Brooww es un proyecto rentable ya que el VAN es positivo, la TIR es mayor a la tasa de descuento y el PRI es menor al horizonte de tiempo proyectado.

8 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1 Conclusiones

- La diversificación de nuevos servicios creará valor agregado con el cliente y de esta forma se tendrá innovación constante.

- La segmentación de clientes permitirá dividir al equipo de trabajo en grupos homogéneos que tengan la mayor capacidad de desenvolverse eficientemente con dichos clientes.

- Con la estrategia de posicionamiento, fidelizaremos a los clientes potenciales para que seamos sus proveedores fijos de eventos sociales y de igual forma puedan recomendar a futuros clientes.

- La estrategia de penetración en el mercado con un ajuste de precios, opacará a los competidores potenciales, obligándolos a salir del nicho de mercado que se trabajará.

- Presentar un servicio integral que cubra todos los aspectos técnicos y logísticos del evento social, simplificará las tareas de organización de los clientes y creará gran satisfacción en ellos, logrando que puedan disfrutar del evento con tranquilidad.

- Los valores corporativos de responsabilidad, puntualidad, respeto y honestidad; crean confianza en todas las personas que contraten los servicios, de este modo aseguramos la fidelidad del cliente.

- La implementación de una página web, mejorará los procesos de marketing y comercialización de los servicios; facilitando la interacción de los clientes con la organización.

- La implementación de incentivos para el personal logrará que los colaboradores de Eventos Brooww se pongan la camiseta de la organización en alma y espíritu, logrando un desempeño más eficiente y con resultados a la vista.

- El manejo de la marca por medio de redes sociales, logrará una mayor cuota de mercado y causará gran impacto con las personas.

- Los cambios de gobierno dificultan el trabajo ya que no apoyan al emprendimiento privado, con las estrategias expuestas en el plan de desarrollo se tratará de opacar esta situación.

- La inflación anual dificulta la compra de nuevos equipos de amplificación ya que siempre están en constante subidas de precios.

- La utilización de equipos de última tecnología, permitirá la simplificación de varios equipos obsoletos, debido a que los equipos de última tecnología tienen varias funcionalidades que disminuyen la carga laboral.

- Los permisos para realizar espectáculos públicos representan una gran barrera debido a sus altos costos.

- Con el servicio de asesoría personalizada, se cumplirá con una mayor eficiencia en los requerimientos del cliente y se logrará cumplir sus expectativas.

- El otorgamiento de regalos a los clientes por la contratación de los servicios, es un plus agregado que genera gratitud con el cliente y lo motiva a siempre preferirnos.

- Al orientarnos a un mercado B2B estamos abarcando la totalidad de clientes del mercado empresarial del Distrito Metropolitano de Quito. De esta forma la utilidad mejoraría sustancialmente.

- La diversidad de clases de eventos que ofrecerá la organización, ayudará a la no discriminación tanto de edad, sexo, estado civil, número de hijos, etc.

- El enfoque de diferenciación, opacará a la competencia y ayudará a obtener un mayor número de clientes al ofrecer un servicio con mayores atributos y valor agregado.

- El posicionamiento de la marca en la mente de los clientes, permitirá su preferencia y contratación inmediata para cubrir sus eventos sociales.

- Abaratar Gastos de Operación permitirá obtener mayor utilidad y por ende mayor regalías e inversión para nuevos equipos e implementos del servicio.

- Según la evaluación financiera proyectada a 5 años, se pudo determinar que el plan de desarrollo para Eventos Brooww es un proyecto rentable.

8.2 Recomendaciones

- Para expandirse a otros mercados de diferentes ciudades del territorio ecuatoriano, se recomienda hablar con los GADS de cada ciudad y presentarles la propuesta de servicios.

- Para una innovación constante del servicio, se recomienda estar al tanto de las últimas tendencias del mundo del entretenimiento.

- Para cubrir eventos en otras ciudades del territorio ecuatoriano, se recomienda reclutar a personas oriundas del sector, que conozcan gustos y tradiciones de su ciudad.

- Para lograr un posicionamiento efectivo se tiene que estudiar los gustos particulares de cada cliente para poder cumplir con sus expectativas.

- Para dar un servicio integral, se recomienda tener todos los equipos necesarios para cada ocasión.

- Para crear una página web atractiva, se recomienda la asesoría de una empresa publicitaria que esté especializada en diseños de páginas web.

- Para incentivar a los colaboradores de Eventos Brooww, se necesita primero crear una cultura de fidelización con la organización para que ellos se sientan más comprometidos.

- Para evitar en cierto grado que los cambios de gobierno generen un obstáculo para la organización; se recomienda hacer un estudio de los posibles candidatos para determinar sus corrientes políticas y predecir el futuro.

- Debido a la inflación anual de precios en los equipos de amplificación, se recomienda traer equipos del extranjero y comprar equipos de medio uso pero en perfectas condiciones.

- Para tener todos los permisos para la realización de espectáculos públicos, se recomienda contratar a un tramitador que sea especializado en el tema.

- Para lograr una asesoría eficaz con el cliente, se recomienda visitarlo mínimo unas 2 veces antes del evento para cubrir todos sus requerimientos.

- Se recomienda enfocarse en el mercado B2C y B2C para tener mayor cuota de mercado.

- Para realizar una clasificación económica veraz y confiable, se recomienda tomar en cuenta factores económicos tanto personales del cliente como globales de la situación del país.

- Para posicionarnos con nuestro mercado meta que son las empresas privadas del Distrito Metropolitano de Quito, se recomienda tener una fuerza de ventas que sepa de Relaciones Públicas.

- Se recomienda expandirse por todo el territorio Ecuatoriano a los mercados B2C y B2B.

REFERENCIAS

1. Banco Central del Ecuador. (26 de julio de 2018). *Riesgo País*. Obtenido de https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais

2. Bolsa de Valores de Quito. (26 de julio de 2018). *Rendimientos*. Obtenido de https://www.bolsadequito.com/index.php/mercados-bursatiles/mercado-en-linea/calculadora-de-rendimientos

3. Bravo, J. (2011). *Gestión de procesos.* Santiago de Chile: Evolución S.A.

4. Castillo de Amaguaña. (16 de julio de 2018). *Historia*. Obtenido de https://www.castillodeamaguana.com/club/historia.html

5. Damodaran, A. (26 de julio de 2018). *Acerca de*. Obtenido de Damodaran ON LINE: http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/

6. Deloitte. (s.f.). *Normas Internacionales de Información Financiera NIIF | IFRS*. Obtenido de https://www2.deloitte.com/co/es/pages/ifrs_niif/normas-internacionales-de-la-informacion-financiera-niif---ifrs-.html

7. Experto Gestiopolis. (11 de noviembre de 2000). *¿Qué es outsourcing? Ventajas y desventajas*. Obtenido de Gestiopolis: https://www.gestiopolis.com/que-es-outsourcing-ventajas-y-desventajas/

8. Experto Gestiopolis. (08 de julio de 2001). *¿Qué es la cadena de valor?* Obtenido de Gestiopolis: https://gestiopolis.com/que-es-la-cadena-de-valor/

9. GAD Prefectura de Pichincha. (16 de julio de 2018). *Datos Históricos*. Obtenido de http://pichincha.gob.ec/la-institucion/datos-historicos

10. Gestion.org. (10 de abtil de 2018). *Que es un Organigrama de una Empresa*. Obtenido de https://gestion.org/organigrama-de-una-empresa/

11. INEC. (2016). *Directorio de empresas y establecimientos*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2016/Principales_Resultados_DIEE_2016.pdf

12. IRD. (16 de julio de 2018). *Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE)*. Obtenido de https://es.ird.fr/content/view/full/70584

13. Kotler, P. (2001). *Dirección de Mercadotécnia.* Northwestern: ESAN.

14. Marketing Directo. (10 de junio de 2018). *Mapa perceptual*. Obtenido de https://marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/mapa-perceptual

15. Merchan, M. (2015). *La gestión financiera en las pequeñas y medianas empresas.* Ecuador: F.B.T.

16. Mora, F., & Schupnik, W. (2009). *Outsourcing & Benchmarking.* El Cid Editor.

17. Mora, F., & Schupnik, W. (s.f.). Outsourcing & Benchmarking. Obtenido de https://fed2c8fa-a-62cb3a1a-s-sites.googlegroups.com/site/inversionesemprendernegocios/Home/Outsour%26Benchm.pdf?attachauth=ANoY7cqDbY_XAUDsKDO4DUlyVcqfL9hE-sjDibDzNH2kfwxvy3YlDvImhK4FHbbKxMx32HUVjciI_qiFF4_FpdSfjTFR8pi0YWVGSezYEpqneXg0xk-Qos3d1teuqAzXUaN

18. Padrón, V. (2003). *Proceso de mejora de la calidad.* Obtenido de http://www2.ulpgc.es/hege/almacen/download/4/4328/MODULO_4.pdf

19. Pérez, J. (2010). *Gestión por procesos.* Madrid: ESIC.

20. Psyma. (04 de noviembre de 2015). *¿Cómo determinar el tamaño de una muestra?* Obtenido de http://psyma.com/company/news/message/como-determinar-el-tamano-de-una-muestra

21. Pymes Futuro. (25 de julio de 2018). *La Relación Beneficio Costo*. Obtenido de http://pymesfuturo.com/costobeneficio.html

22. Romero, D. (30 de mayo de 2015). *Marketing B2B: ¿qué es exactamente?* Obtenido de Blog de Marketing: https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/marketing-b2b-que-es-exactamente

23. Servicio de Rentas Internas - SRI. (s.f.). Obtenido de http://www.sri.gob.ec/de/32

24. Tire Experts. (20 de marzo de 2018). *Quienes somos*. Obtenido de http://www.tire-experts.com.ec/quienes-somos.html

25. Zaratiegui, J. (1999). La gestión por procesos: su papel e importancia en la empresa. *Economía Industrial*(330), 81-88. Obtenido de https://www.virtuniversidad.com/greenstone/collect/administracion/import/Cuatrimestre%20X/An%C3%A1lisis%20del%20Entorno%20y%20Estrategia%20Administrativa%20Empresarial/gesti%C3%B3nporprocesos.pdf

ANEXOS

Anexo 1: Modelo de la Encuesta

“Servicios en amplificación de sonido para empresas de la ciudad de Quito”

La siguiente encuesta está desarrollada con la finalidad de determinar el nivel de satisfacción que tendrían las personas con la apertura de un nuevo servicio y producto en el mercado.

1) **¿Estaría interesado en recibir un servicio de amplificación musical que le proporcione una asesoría completa para poder llevar a cabo sus eventos?**

   SI ( )
   NO ( )

   ¿Por qué? ……
   …….....

2) **En su empresa, evalúe del 1 al 5 siendo 5 el de mayor frecuencia y 1 el de menor frecuencia el tipo de eventos que usted normalmente realiza.**

Cumpleaños	( )
Aniversario de la empresa	( )
Reconocimientos a empleados	( )
Premios recibidos	( )
Agasajos (día del trabajador, navidad, día del padre, día de la madre)	( )

3) **¿Pensaría que es un beneficio para usted contratar servicios de eventos sociales para su empresa?**

   SI ( )
   NO ( )

   ¿Por qué?.....……...
   …….

4) ¿Qué le gustaría recibir como regalo por contratar nuestros servicios?

- Luces para el evento ( )
- Espuma ( )
- Burbujas ( )
- Decoración de acuerdo a su evento ( )

5) ¿Qué prefiere usted?

Pagar por la organización completa de su evento social con un solo proveedor ( )
Pagar por la organización de su evento social con un varios proveedores ( )

¿Por qué?.....……..
…….

6) ¿Mediante qué medios le gustaría recibir información, promociones, ofertas y descuentos del servicio de eventos sociales?

Redes Sociales ( )
Periódicos ( )
Televisión ( )
Radio ( )
Vallas Publicitarias ( )

Otro Especifique …….
…….……
…….……

7) **¿Le interesaría formar parte de un portal web, donde podrá conocer los eventos que hemos realizado, ofertas y descuentos?**

SI ( )
NO ( )

¿Por qué?.....……...
…….

8) **¿Qué otras empresas conoce usted que realicen este mismo servicio de eventos sociales?**

…….

9) **¿En sus anteriores eventos ha contratado empresas que presten este mismo tipo de servicio? Menciónelas por favor**

…….

10) **¿Con que frecuencia usted realiza eventos en su empresa?**

…….

Anexo 2: Logos Eventos Brooww





Anexo 3: Tarjeta de Presentación





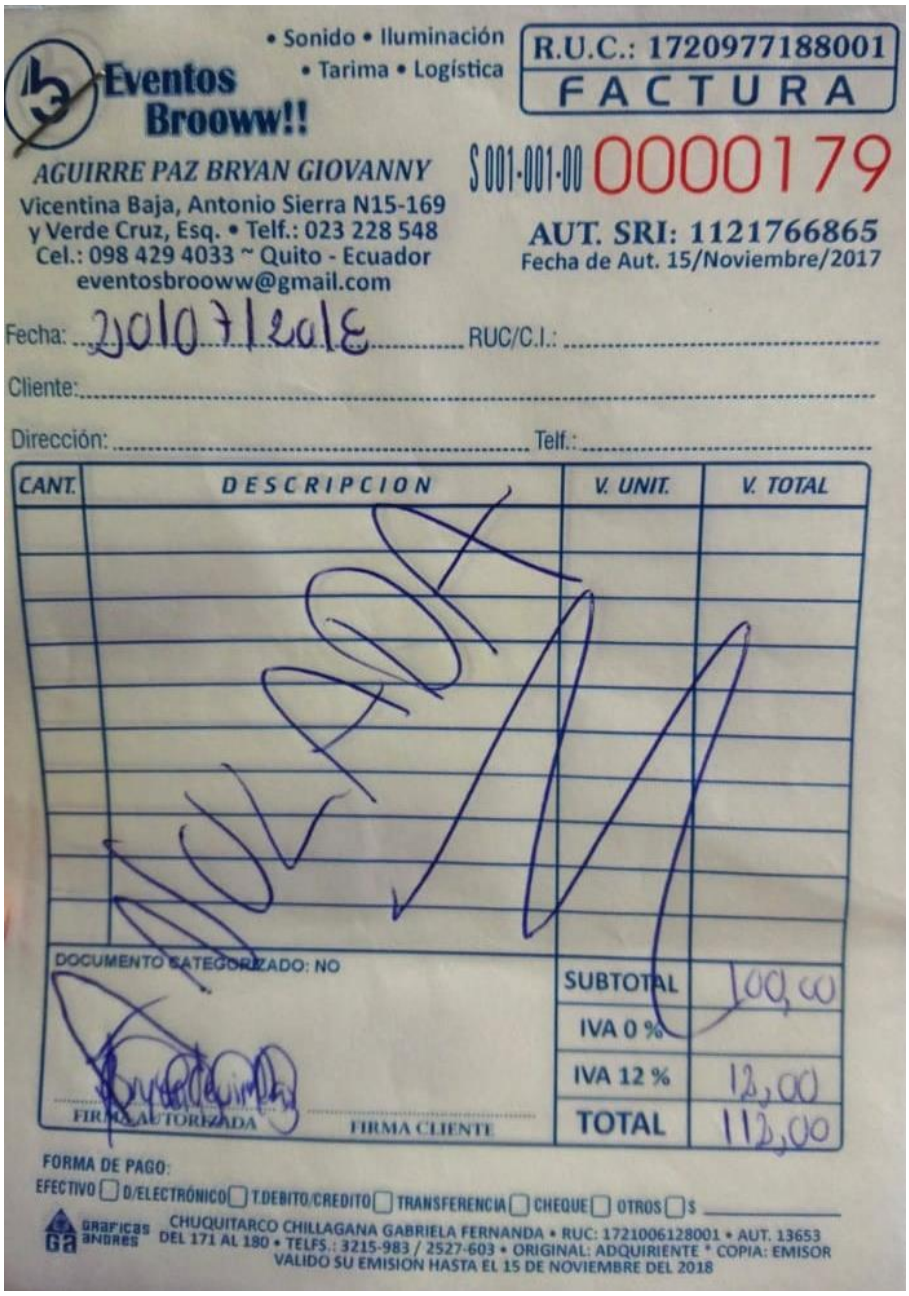
Anexo 4: Foto Conmemorativa Gerente Propietario Eventos Brooww en sus Inicios



Anexo 5: Equipos de Amplificación Actuales al 2017



Anexo 6: Factura Eventos Brooww



• Sonido • Iluminación
• Tarima • Logística

Eventos Brooww!!

R.U.C.: 1720977188001

FACTURA

AGUIRRE PAZ BRYAN GIOVANNY

Vicentina Baja, Antonio Sierra N15-169 y Verde Cruz, Esq. • Telf.: 023 228 548
Cel.: 098 429 4033 ~ Quito - Ecuador
eventosbrooww@gmail.com

S 001-001-00 0000179

AUT. SRI: 1121766865
Fecha de Aut. 15/Noviembre/2017

Fecha: 30/07/2018 RUC/C.I.:

Cliente:

Dirección: Telf.:

CANT.	DESCRIPCION	V. UNIT.	V. TOTAL

DOCUMENTO CATEGORIZADO: NO

SUBTOTAL	100,00
IVA 0 %	
IVA 12 %	12,00
TOTAL	112,00

FIRMA AUTORIZADA FIRMA CLIENTE

FORMA DE PAGO:
EFECTIVO ☐ D/ELECTRÓNICO ☐ T.DEBITO/CREDITO ☐ TRANSFERENCIA ☐ CHEQUE ☐ OTROS ☐ $

GRAFICAS ANDRES

CHUQUITARCO CHILLAGANA GABRIELA FERNANDA • RUC: 1721006128001 • AUT. 13653
DEL 171 AL 180 • TELFS.: 3215-983 / 2527-603 • ORIGINAL: ADQUIRIENTE * COPIA: EMISOR
VALIDO SU EMISION HASTA EL 15 DE NOVIEMBRE DEL 2018

Anexo 7: Acuerdo de Responsabilidad medios electrónicos

ACUERDO DE RESPONSABILIDAD Y USO DE MEDIOS ELECTRÓNICOS

El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, ha aprobado las condiciones generales relacionadas a la responsabilidad y uso de medios electrónicos. Con este antecedente....., en adelante "Sujeto Pasivo" con cédula de ciudadanía No.....acuerda las siguientes condiciones a las que se someterá, con relación a la utilización de la "Clave de Usuario" y "Tecnología", para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias u otros deberes formales, para recibir notificaciones de actuaciones administrativas, a través de Internet en el portal institucional www.quito.gob.ec y acceso a otros servicios que el MDMQ ponga a su disposición a través de Internet.

El sujeto pasivo, a través de la suscripción de este acuerdo manifiesta estar interesado en utilizar los mecanismos virtuales habilitados en nuestro sitio Web y recibir, notificaciones de actuaciones administrativas a través de Internet, para lo cual expresa su voluntad de utilizar de manera preferente el medio de notificaciones a través de Internet, en el buzón personal que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito pone a su disposición en el portal institucional www.quito.gob.ec expresando y otorgando su consentimiento para ello. El sujeto pasivo conoce y acepta expresamente que la suscripción de este acuerdo no impide a la Administración Tributaria - cuando las circunstancias así lo requieran - realizar la notificación al contribuyente por los otros medios establecidos en la Ley.

La notificación electrónica realizada a través del portal electrónico del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, mencionada en este Acuerdo, implica el acto por el cual la Administración Tributaria da a conocer al contribuyente el contenido de una actuación o resolución administrativa desmaterializada como un mensaje de datos. Dicho mensaje de datos se lo entiende como toda información creada, generada, procesada, enviada, recibida, comunicada o archivada por medios electrónicos, que puede ser intercambiada por cualquier medio. Los documentos desmaterializados en mensajes de datos, de conformidad con lo establecido en la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, tienen el mismo valor jurídico que los documentos escritos, por lo cual el acceso a los mismos será entendido como el acceso al documento original.

El sujeto pasivo entiende y acepta expresamente que la notificación de actuaciones administrativas realizada a través de Internet, se entenderá practicada a todos los efectos legales en el momento de su recepción en el buzón del contribuyente dentro del portal institucional de la página web del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito www.quito.gob.ec. El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, verificará por medio de sus herramientas informáticas, el día y hora exactos en el que se produjo dicha recepción y sentará, a través del funcionario competente, la constancia de notificación pertinente, como prueba de haberse ésta realizado.

Responsabilidad del Sujeto Pasivo

El Sujeto Pasivo asume la responsabilidad total del uso, tanto de la clave de usuario, así como de la veracidad de la información en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, otros deberes formales y la utilización de los servicios que el MDMQ ponga a su disposición a través de Internet.

Conforme a los principios de simplicidad administrativa, seguridad en el manejo de la información y neutralidad tecnológica, la seguridad de las transacciones realizadas y servicios prestados a través del portal electrónico del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito se garantizará mediante la clave de usuario del contribuyente y de su uso se derivarán todas las responsabilidades legales, de conformidad con la ley.

El Sujeto Pasivo asume la responsabilidad total del uso de la clave de usuario como titular de la misma, debiendo cumplir con las obligaciones derivadas de tal titularidad. El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito -a través de su portal institucional www.quito.gob.ec - pone a disposición del sujeto pasivo un sistema de consulta que permita revisar las notificaciones enviadas a través de Internet.

El sujeto pasivo titular de la clave debe acceder a la página WEB del MDMQ mediante la clave que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito le asigna al momento de suscribir el presente acuerdo, debiendo la misma ser reemplazada posteriormente por otra secreta que el mismo sujeto pasivo defina. La responsabilidad derivada de la falta de cuidado, de la indebida reserva, del mal uso o del uso por terceros autorizados o no, mediante mandato del titular de la clave, ocasionándose o no perjuicios, será exclusivamente del sujeto pasivo titular de dicha clave o en su defecto de su respectivo representante legal.

El sujeto pasivo se compromete a ingresar periódicamente al portal electrónico de la institución, así como también a la dirección electrónica que señale en este Acuerdo, a fin de revisar las notificaciones que por dicho medio le sean periódicamente realizadas de parte de la Administración Tributaria y los certificados, documentos y reportes por ésta enviados en la fecha en la que fue efectuada la respectiva notificación, así como también acceder al contenido de las mismas. La omisión en el cumplimiento de esta obligación no afectará la validez jurídica de la notificación realizada, sin perjuicio de las responsabilidades y sanciones a que haya lugar.

Restricción de responsabilidad del MDMQ

El MDMQ no será responsable por las pérdidas o daños sufridos por el Sujeto Pasivo por causa de terceros o fallas tecnológicas bajo responsabilidad del mismo o de terceros.

El MDMQ no tiene responsabilidad por la exactitud, veracidad, contenido o por cualquier error en la información proporcionada por el Sujeto Pasivo, sea que se trate de errores humanos o tecnológicos. En este sentido, el sujeto pasivo tiene la obligación de comunicar inmediatamente al Municipio del Distrito Metropolitano de Quito cualquier cambio en la dirección electrónica que señale en el presente acuerdo.

Suspensión de la Clave de Usuario

El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, podrá suspender la Clave de Usuario, cuando se evidencie el uso incorrecto de la misma. Se entenderá como uso incorrecto, cuando el sujeto pasivo en reiteradas ocasiones declare sus obligaciones tributarias por medio de Internet y no cumpla con los pagos derivados de ellas en el plazo y la forma establecidas.

La suspensión no exime al Sujeto Pasivo del cumplimiento de obligaciones tributarias y deberes formales, siendo así, durante este período, las declaraciones se realizarán en las otras formas y procedimientos consagrados en las leyes tributarias y sus reglamentos respectivos.
El titular de la Clave de Usuario, será informado de la suspensión de la clave por medio electrónico, a la dirección de correo electrónico señalada en el presente Acuerdo y en el buzón de TU PORTAL.

Una vez que los sujetos pasivos a quienes se les suspendió la clave de usuario, hayan regularizado su situación, podrán solicitar a la Administración Tributaria, la activación de la misma, para lo cual, en caso de creerlo conveniente, el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, activará la clave del contribuyente para que pueda utilizar Internet para presentar sus declaraciones.

Aceptación

La suscripción del acuerdo implicará la aceptación de todas y cada una de las disposiciones establecidas en las Ordenanzas Metropolitanas del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, a través de las cuales, se establecieron las normas para la declaración y pago de las obligaciones tributarias a través de Internet, mismas que se entienden incorporadas a este texto. Los términos y condiciones están sujetos a las disposiciones contenidas en la Ley de Comercio Electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos y las normas tributarias vigentes en el Ecuador.

El Sujeto Pasivo suscribe este acuerdo por su propia iniciativa y se somete voluntariamente a lo aquí estipulado.

El Sujeto Pasivo acepta la validez de este acuerdo, de la clave de usuario que se le proporciona, las notificaciones electrónicas de actuaciones administrativas que le envíe la Administración, así como de las declaraciones u otra información que envíe a la Administración haciendo uso de los sistemas o medios electrónicos que el MDMQ ponga a su disposición, de conformidad con la normativa tributaria vigente.

Cualquier información relativa al uso de la Clave de Usuario, así como los reportes de envío de notificaciones electrónicas, el Sujeto Pasivo las recibirá en la siguiente dirección de correo Electrónico _____, o en la última dirección que haya registrado en la página Web desde la opción Cambiar Email del sistema Tu Portal.

Duración

Este acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos tendrá una duración de dos años contados desde la fecha de su suscripción por parte del sujeto pasivo, pudiendo renovarse indefinidamente, a menos que el sujeto pasivo manifieste su voluntad de poner fin al mismo, notificándola con por lo menos 30 días de anticipación. Sin perjuicio de ello, el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito podrá en cualquier momento dar por terminado este acuerdo, comunicando del particular al sujeto pasivo con por lo menos 30 días de anticipación.

Fecha *(dd/mm/aaaa)*

Nombre Contribuyente / Rep. Legal: **No. de Identificación:**

f) _____
Contribuyente (Sujeto Pasivo)

f) _____
Funcionario Responsable

Imprimir

Anexo 8: Inscripción Patente Municipal RAET

MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Formulario de Inscripción y Actualización del Registro de Actividades Económicas

RAET – PERSONAS NATURALES NO OBLIGADAS A LLEVAR CONTABILIDAD

aaaa/mm/dd

Fecha:

A. IDENTIFICACIÓN DEL CONTRIBUYENTE	
APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS:	
NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN:	
FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES:	

B. DATOS DE UBICACIÓN DEL CONTRIBUYENTE					
DOMICILIO TRIBUTARIO					
PROVINCIA:					
CANTÓN:					
PARROQUIA:					
BARRIO:					
CALLE PRINCIPAL:					
No.:					
CALLE SECUNDARIA:					
VÍA:					
KILÓMETRO:					
MANZANA:					
EDIFICIO:					
PISO:					
REFERENCIA DE UBICACIÓN:					
CORREO ELECTRÓNICO:					
TELÉFONO 1:		TELÉFONO 2:		CELULAR:	

C. EN CASO DE ARTESANOS CALIFICADOS POR LA JUNTA NACIONAL DE ARTESANOS	
No. DE CALIFICACIÓN ARTESANAL:	
FECHA DE CALIFICACIÓN ARTESANAL:	
FECHA DE EXPEDICIÓN DE LA CALIFICACIÓN ARTESANAL:	
FECHA DE CADUCIDAD DE LA CALIFICACIÓN ARTESANAL:	

D. EN CASO DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD	
No. DE CARNÉ DE CONADIS O MINISTERIO DE SALUD	
FECHA DE CADUCIDAD:	
PORCENTAJE DE DISCAPACIDAD:	

E. EN CASO DE EJERCER LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN UN LOCAL COMERCIAL	
No. DE ESTABLECIMIENTO:	
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO:	
No. DE PREDIO:	
FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES:	
No. DE ESTABLECIMIENTO:	
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO:	
No. DE PREDIO:	
FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES:	

Firma del Contribuyente

Nombres y Apellidos: .....

Cédula / RUC/ Pasaporte: .....

INSTRUCTIVO FORMULARIO DE INCRIPCIÓN Y ACTUALIZACIÓN
REGISTRO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS RAET- PERSONAS NATURALES

El formulario se puede llenar directamente en Acrobat Reader o con letra imprenta y sin borrones cada uno de los campos de acuerdo al siguiente instructivo:

Fecha: Escribir la fecha en la que solicita la inscripción, año, mes y día.

A. IDENTIFICACIÓN DEL CONTRIBUYENTE

Solicita información del propietario de la actividad económica para Personas Naturales.

Apellidos y Nombres Completos:	Escribir los apellidos y nombres completos del propietario de la actividad económica.
Número de Identificación:	Anotar el número de Cédula o RUC del propietario de la actividad económica o en caso de ser extranjero, el número de Pasaporte.
Fecha de Inicio de Actividades:	Registrar la fecha que inició actividades económicas en el Cantón, según el RUC

B. DATOS DE UBICACIÓN DEL CONTRIBUYENTE

En esta sección deberá completar claramente la información solicitada correspondiente a la dirección para ubicación del propietario de la actividad económica, en caso de notificaciones.

Provincia:	Escribir la Provincia donde se encuentra ejecutando la actividad económica.
Cantón:	Escribir el Cantón donde se encuentra ejecutando la actividad económica.
Parroquia:	Escribir la Parroquia donde se encuentra ejecutando la actividad económica
Barrio:	Escribir el Barrio donde se encuentra ejecutando la actividad económica.
Calle Principal:	Anotar el nombre de la Calle Principal donde se encuentra ejecutando la actividad económica.
No.:	El número de casa, o local o lote donde se encuentra ejecutando la actividad económica.
Calle Secundaria:	Anotar el nombre de la Calle Secundaria o Intersección donde se encuentra ejecutando la actividad económica.
Vía:	Anotar la vía en donde se encuentra ejecutando la actividad económica, en caso de no existir nombre de calle.
Kilómetro:	Anotar el kilómetro de la vía en donde se encuentra ejecutando la actividad económica.
Manzana:	Anotar el número de manzana en donde se está ejecutando la actividad económica.
Edificio:	Anotar el edificio en donde se está ejecutando la actividad económica.
Piso:	Anotar el número de piso del edificio donde se está ejecutando la actividad económica.
Referencia de Ubicación:	Escribir una referencia de ubicación donde se encuentra ejecutando la actividad económica.
Correo Electrónico:	Escribir el correo electrónico, campo obligatorio ya que se enviará las claves respectivas al correo.
Teléfonos:	Escriba al menos un número de teléfono convencional y/o un número celular donde se le pueda ubicar.

C. EN CASO DE ARTESANOS

En esta sección se ingresará información en caso que la persona sea Artesano.

No. De Calificación Artesanal:	Registrar el número del carné de la Calificación Artesanal.
Fecha de Calificación Artesanal:	Indicar año, mes y día que fue calificado como artesano calificado.
Fecha de Expedición de la Calificación:	Indicar el año, mes y día de la caducidad de la Calificación
Fecha de Caducidad de la Calificación:	Indicar el año, mes y día que caduca la Calificación Artesanal.

D. EN CASO DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD

En esta sección se ingresará información en caso de personas con Discapacidad.

No. De Carné de CONADIS o Ministerio de Salud:	Registrar el número de carné dado por el CONADIS o el Ministerio de Salud.
Fecha de Caducidad:	Indicar el año, mes y día de la caducidad del documento.
Porcentaje de Discapacidad:	Registrar el porcentaje de discapacidad.

E. EN CASO DE EJERCER LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN UN LOCAL COMERCIAL

En esta sección se ingresará información en caso de que se ejerza la actividad económica dentro de un establecimiento:

No. DE ESTABLECIMIENTO:	Registrar el número del establecimiento del que se vaya a dar la información
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO:	Registrar el Nombre del Establecimiento
No. DE PREDIO:	Registrar el número de predio en donde se encuentra el establecimiento
FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES:	Registrar la fecha de inicio de actividades del establecimiento.

FIRMA

El propietario de la actividad económica es responsable exclusivo del contenido de la información, que ha efectuado en la soli citud.

Anexo 9: Declaración de Impuestos Patente RAET Periodo Fiscal 2017

Dirección Metropolitana Tributaria
ADMINISTRACIÓN GENERAL

DECLARACIÓN DE IMPUESTO DE PATENTE

Personas Naturales NO obligadas a llevar contabilidad

Quito: 25 de April de 2018

Año Tributación: 2018

En cumplimiento a lo que determina el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización en sus artículos 546 al 551, la Ordinanza Metropolitana No. 157 sancionada el 23 de diciembre del 2011, que establecen, regulan y reglamentan la declaración y pago del Impuesto de Patente Municipal y la Ordenanza Metropolitana No. 181 sancionada el 23 de febrero del 2012, que regula el sentido de aplicación de cobro del impuesto de Patente Municipal que establecía la Ordenanza Metropolitana No. 135, sancionada el 17 de diciembre de 2004; inscribo y declaro:

Apellidos y Nombres completos del Contribuyente:	**Cédula de Identidad**
AGUIRRE PAZ BRYAN GIOVANNY	1720977188

No. RAET:	**Fecha Constitución**
477414	08/10/2014

ESTABLECIMIENTOS

ACTIVIDAD ECONÓMICA	FECHA CIERRA
AGUIRRE PAZ BRYAN GIOVANNY	
PRODUCCIÓN DE OBRAS DE TEATRO, CONCIERTOS, ÓPERAS, ESPECTÁCULOS DE DANZA Y OTRAS ACTIVIDADES ESCÉNICAS COMO LAS ACTIVIDADES DE GRUPOS, CIRCOS O COMPAÑÍAS, ORQUESTAS O BANDAS, INCLUIDO ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS PARA LA PRODUCCIÓN Y OTRAS ACTIVIDADES ESCÉNICAS REALIZADAS EN DIRECTO COMO: ACTIVIDADES DE DIRECTORES, PRODUCTORES, DISEÑADORES Y CONSTRUCTORES DE ESCENARIOS, TRAMOYISTAS, MANEJO DE TELONES, TÉCNICOS DE ILUMINACIÓN Y SONIDO, ETCÉTERA.	

IMPUESTOS GENERADOS

DERECHO DE PATENTE ANUAL	$80.00
TASA POR PRESTACION DE SERVICIOS ARTESANOS	$0.00
TASA AUTORIZACION DE FUNCIONAMIENTO	$8.00
MULTA POR PRESENTACIÓN TARDÍA	$0.00
VALOR A PAGAR	**$ 88,00**

Anexo 10: Contrato Servicios de Amplificación 2018

SONIDO/ILUMINACIÓN/TARIMA/LOGÍSTICA
AGUIRRE PAZ
BRYAN GEOVANNY
RUC: 1720977188001
Dirección: Vicentina Baja
Antonio Sierra N15-169 y Verde Cruz
Teléfono: 02 3228548/ 0984294033
e-mail: eventosbrooww@gmail.com

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE ENTRETENIMIENTO

CONTRATANTE: ……..
DIRECCIÓN: ……
TELF: ……..
FECHA DE CONTRATO: …… EMAIL: ……..
HORAS DE AQUILER: …… HORA DE INICIO: …….. HORA DE FINALIZACIÓN: ……..
VALOR/HORA: USD$ ……ABONA: USD$……SALDO: USD$……..

CELEBRACIÓN

El presente contrato de prestación de servicios de entretenimiento se celebra entre las partes señaladas al pie del presente en los lugares y fechas referidos. Las partes expresamente manifiestan que su voluntad, como en efecto celebran, el presente contrato y que lo hacen de manera libre y voluntaria, por así convenir a sus intereses, con pleno conocimiento de su contenido.

CLAUSULAS

PRIMERA.- El contratante debe cancelar el 50% del valor contratado al momento de firmar el documento y el saldo treinta minutos después de iniciado el evento.
Si el evento se pasara de la hora estipulada en el presente contrato, el contratante estará obligado a cancelar el valor por hora estipulado en dólares americanos por cada hora adicional transcurrida.

SEGUNDA.- El contratante se hace responsable del 100% de daños y perjuicios (valor económico) a los equipos, si los hubiere a lo largo del evento sea cual fuera la causa, (Riñas, Desperfectos, Accidentes, Perdidas, Robos etc) y el contratante deberá dar un buen fluido electrónico para los equipos. (Debe ser luz directamente para medidor voltaje/110 voltios y tomas en perfecto estado para hacer la respectiva instalación) "Eventos Brooww" no se hace responsable de mal fluido electrónico.

TERCERA.- De existir alguna controversia entre la partes este contrato, se solucionara mediante jueces competentes, Sin embargo, cualquiera de las partes podrá requerir directamente a la otra, someter las diferencias en un Centro de Mediación determinado en el Título II de la ley Arbitraje y Mediación publicada en el Registro Oficial No. 145 del 4 de septiembre de 1997. La mediación no podrá durar más de diez (10) días adicionales.

CUARTA.- Este contrato es compromiso valido y vinculante por las partes, pero ninguna de sus estipulaciones se entenderá que pretende conferir o confiere derecho alguno a terceros.

BRYAN AGUIRRE — CONTRATANTE:

GERENTE PROPIETARIO — CI:
CI: 1720977188

Anexo 11: Contrato Servicios de Entretenimiento 2018

SONIDO/ILUMINACIÓN/TARIMA/LOGÍSTICA

AGUIRRE PAZ
BRYAN GEOVANNY
RUC: 1720977188001
Dirección: Vicentina Baja
Antonio Sierra N15-169 y Verde Cruz
Teléfono: 02 3228548/ 0984294033
e-mail: eventosbrooww@gmail.com

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE ENTRETENIMIENTO

CONTRATANTE: ……..
DIRECCIÓN: ……
TELF: ……..
FECHA DE CONTRATO: …… EMAIL: ……..
HORAS DE AQUILER: …… HORA DE INICIO: …….. HORA DE FINALIZACIÓN: ……..
VALOR/HORA: USD$ ……ABONA: USD$.....SALDO: USD$.....
GARANTÍA: USD$.....

CELEBRACIÓN

El presente contrato de prestación de servicios de entretenimiento se celebra entre las partes señaladas al pie del presente en los lugares y fechas referidos. Las partes expresamente manifiestan que su voluntad, como en efecto celebran, el presente contrato y que lo hacen de manera libre y voluntaria, por así convenir a sus intereses, con pleno conocimiento de su contenido.

CLAUSULAS

PRIMERA.- El contratante debe cancelar el 50% del valor contratado al momento de firmar el documento y el saldo treinta minutos después de iniciado el evento.
Si el evento se pasara de la hora estipulada en el presente contrato, el contratante estará obligado a cancelar el valor por hora estipulado en dólares americanos por cada hora adicional transcurrida.

SEGUNDA.- El contratante se obliga a destinar un valor económico como Garantía por daños y perjuicios que se puedan suscitar en el Evento; valor Económico que el contratado "Eventos Broww" con su Representante legal BRYAN GEOVANNY AGUIRRE PAZ con CI: 1720977188, tiene la obligación de dar en devolución al contratante una vez que haya concluido el evento y se verifique que no existió ningún tipo de daño (48 horas después del evento).

TERCERA.- El contratante se hace responsable del 100% de daños y perjuicios (valor económico) de las instalaciones del Lugar del Evento; equipos de amplificación de sonido y sus componentes; si los hubiere a lo largo del evento sea cual fuera la causa (Riñas, Accidentes, Perdidas, Robos, etc); provocados por los asistentes del Evento.

CUARTA.- Eventos Brooww con su Representante legal BRYAN GEOVANNY AGUIRRE PAZ con CI: 1720977188; no se hace responsable de cualquier tipo siniestro que pueda suscitarse antes, durante y después del Evento.

QUINTA.- De existir alguna controversia entre la partes este contrato, se solucionara mediante jueces competentes, Sin embargo, cualquiera de las partes podrá requerir directamente a la otra, someter las diferencias en un Centro de Mediación determinado en el Título II de la ley Arbitraje y Mediación publicada en el Registro Oficial No. 145 del 4 de septiembre de 1997. La mediación no podrá durar más de diez (10) días adicionales.

SEXTA.- Este contrato es compromiso valido y vinculante por las partes, pero ninguna de sus estipulaciones se entenderá que pretende conferir o confiere derecho alguno a terceros.

BRYAN AGUIRRE — CONTRATANTE:

GERENTE PROPIETARIO — CI:
CI: 1720977188

Anexo 12: Proforma Servicios de Entretenimiento 2018



SONIDO/ILUMINACIÓN/TARIMA/LOGÍSTICA

AGUIRRE PAZ
BRYAN GEOVANNY
RUC: 1720977188001
Dirección: Vicentina Baja
Antonio Sierra N15-169 y Verde Cruz
Teléfono: 02 3228548/ 0984294033
e-mail: eventosbrooww@gmail.com

A continuación se detallan los paquetes de servicios de Entretenimiento para el soporte técnico y logístico de cualquier tipo de evento social:

ECONÓMICO:

- Para fiestas en casa, recepciones, lugares cerrados **Hasta 150 Personas.**
- Incluye: 3 Parlantes Amplificados, juego de luces, micrófono.
- DJ.
- **$ 170 lo mínimo (Hasta 5 horas)**
- $30 la hora pasadas las 5 horas.
- $50 Animador
- $250 Efectos Especiales:
  - Máquinas Criogénicas CO2.
  - Tubos de Pirotecnia Fría.
  - Máquina de Confeti a Propulsión.

BÁSICO:

- Para fiestas en recepciones, coliseos, auditorios, lugares cerrados **Hasta 350 Personas.**
- Incluye: 6 Parlantes Amplificados, juego de luces, micrófonos
- DJ
- Animador
- **$ 200 lo mínimo (Hasta 5 Horas)**
- $ 30 la hora pasadas las 5 horas
- **EXTRAS:** Flashes + 1 Cámara de Neblinera
- $250 Efectos Especiales:
  - Máquinas Criogénicas CO2.
  - Tubos de Pirotecnia Fría.
  - Máquina de Confeti a Propulsión.

SEMI-PROFESIONAL:

- Para Eventos al Aire Libre y Cerrados en Colegios, Universidades, Escuelas, Peñas Bailables, Compromisos Sociales: Matrimonios, Bautizos; **Hasta 500 Personas.**
- Incluye: Sonido Semi-profesional, Juego de luces, Flashes, Cámaras de Humo, Micrófonos, Consola Profesional.
- Varios Djs En Escena
- Animación Profesional
- **$ 500 lo mínimo (Hasta 5 Horas)**
- $50 la hora adicional
- $250 Efectos Especiales:
  - Máquinas Criogénicas CO2.
  - Tubos de Pirotecnia Fría.
  - Máquina de Confeti a Propulsión.

AMPLIFICACIÓN DE SONIDO AEREO HASTA PARA 1000 PERSONAS:

- 6 cajas Line Array DAS Aéreo (3 cajas en cada torre)
- 2 Torres FrontFile RCF 7001
- 3 Subbajos EV 18/2
- 2 Monitores de piso EV 250
- 1 consola Digital Allen&Heath Q24
- Estructura tipo americana 10mts de Largo y 6mts de alto
- Tarima Techada 6X8mts de diámetro y 1,50mts de alto; Aforada con 1 grada de acceso
- Set de Iluminación LED Fija y Móvil
- Set de Micrófonos Shure Inalámbricos
- Varios Djs En Escena
- Animación Profesional
- **$ 1500 el evento de 8 horas**
- $50 la hora adicional
- $250 Efectos Especiales:
  - Máquinas Criogénicas CO2.
  - Tubos de Pirotecnia Fría.
  - Máquina de Confeti a Propulsión.

AMPLIFICACIÓN DE SONIDO AEREO HASTA PARA 3000 PERSONAS:

- 12 cajas Line Array DAS Aéreo (6 cajas en cada torre)
- 2 Torres FrontFile RCF 7001
- 6 Subbajos EV 18/2
- 4 Monitores de piso EV 250
- 1 consola Digital Allen&Heath Q24
- Estructura tipo americana 10mts de Largo y 6mts de alto
- Tarima Techada 6X8mts de diámetro y 1,50mts de alto; Aforada con 1 grada de acceso
- Set de Iluminación LED Fija y Móvil
- Set de Micrófonos Shure Inalámbricos
- Varios Djs En Escena
- Animación Profesional
- **$ 2000 el evento de 8 horas**
- $50 la hora adicional
- $250 Efectos Especiales

NEON-GLOW PARTY LUGAR CERRADO HASTA PARA 500 PERSONAS:

- 10 Reflectores NEON de Alto Alcance.
- Maquillaje Glow.
- Globos Glow.
- Personal de Diseño Facial.
- Sonido.
- Iluminación.
- Deejay Electrónico.
- Deejay Crosover.
- Animación Profesional.
- **PUBLICIDAD:** Video HD promocional del evento, publicidad masiva en redes sociales, after movie del evento, material fotográfico del evento.
- **$ 850 el Evento de 8 horas**
- $ 50 la hora adicional
- **EXTRAS:** Flashes + Cámara Neblinera
- Máquinas de Burbujas + Máquina de Confeti a Propulsión $250 extra.

PAQUETES COMPLETOS:

EVENTO HASTA PARA 300 PERSONAS:

- Instalaciones Privadas.
- Sonido.
- Iluminación.
- Escenario de 8X4 Techado.
- Set de Iluminación LED Fija y Móvil
- Efectos Especiales:
  - Máquinas Criogénicas CO2.
  - Tubos de Pirotecnia Fría.
  - Máquina de Confeti a Propulsión.
- DJ.
- Animador.
- Artista Invitado.
- Baños.
- Parqueaderos.
- Carpas para puntos de Servicio.
- Personal de Seguridad.
- Personal de Limpieza.
- Personal de Logística para Coordinación de Buses, Servicio de Barra Libre, Montaje del Evento, Coordinación del Evento.
- Modelos Hombres y Mujeres para el Evento.
- Barra Libre de Ron o Cerveza.
- 300 Sánduches de Pollo + Vaso de Cola
- **PUBLICIDAD VISUAL E IMPRESA:** Video HD promocional del evento, publicidad masiva en redes sociales, after movie del evento, material fotográfico del evento, diseños publicitarios, diseños de Posters y Flyers, 10 Posters A3 impresos Full Color, 300 Flyers impresos Full Color.
- **ACTIVACIÓN:** 1 día antes del Evento con Modelos, Impulsadoras, Fotógrafo, Sonido, Deejay, Animador.
- **TRANSPORTE:** 5 Buses para 50 personas cada uno; recorrido ida y vuelta hasta Lugar del Evento.
- **$4500 el evento hasta 8 horas.**
- **Garantía $500**

EVENTO PARA 500 PERSONAS:

- Instalaciones Privadas.
- Sonido.
- Iluminación.
- Escenario de 8X4 Techado.
- Set de Iluminación LED Fija y Móvil
- Efectos Especiales:
  - Máquinas Criogénicas CO2.
  - Tubos de Pirotecnia Fría.
  - Máquina de Confeti a Propulsión
- DJ.
- Animador.
- Artista Invitado.
- Baños.
- Parqueaderos.
- Carpas para puntos de Servicio
- Personal de Seguridad.
- Personal de Limpieza.
- Personal de Logística para Coordinación de Buses, Servicio de Barra Libre, Montaje del Evento, Coordinación del Evento.
- Modelos Hombres y Mujeres para el Evento.
- Barra Libre de Ron o Cerveza
- 500 Sánduches de Pollo + Vaso de Cola.
- **PUBLICIDAD VISUAL E IMPRESA:** Video HD promocional del evento, publicidad masiva en redes sociales, after movie del evento, material fotográfico del evento, diseños publicitarios, diseños de posters y flyers, 15 Posters A3 impresos full color, 500 Flyers impresos full color.
- **ACTIVACIÓN:** 1 día antes del Evento en Parque Central con Modelos, Impulsadoras, Fotógrafo, Sonido, Deejay, Animador.
- **TRANSPORTE:** 8 Buses para 50 personas cada uno; recorrido ida y vuelta hasta Lugar del Evento.
- **$6000 el evento hasta 8 horas.**
- **Garantía $500**

NOTA: NUESTROS PRECIOS NO INCLUYEN IVA, CUALQUIER INQUIETUD COMUNICARSE CON **BRYAN AGUIRRE 0984294033**

TARJETA DE PRESENTACION:



La Calidad no se Improviza y
La Experiencia no se Compara
dJ Brooww!!

SIGUENOS EN:

- YOU TUBE CHANNEL
- FACEBOOK

Anexo 13: RUC Persona Natural

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES

NUMERO RUC: 1720977188001

APELLIDOS Y NOMBRES: AGUIRRE PAZ BRYAN GIOVANNY

NOMBRE COMERCIAL:

CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS **OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:** NO

CALIFICACIÓN ARTESANAL: **NUMERO:**

FEC. NACIMIENTO:	13/05/1990	**FEC. ACTUALIZACION:**	11/06/2014
FEC. INICIO ACTIVIDADES:	10/06/2014	**FEC. SUSPENSION DEFINITIVA:**	
FEC. INSCRIPCION:	10/06/2014	**FEC. REINICIO ACTIVIDADES:**	

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

ACTIVIDADES DE TIPO SERVICIO

DOMICILIO TRIBUTARIO:

Provincia: PICHINCHA Cantón: QUITO Parroquia: SAN BLAS Calle: ANTONIO SIERRA Número: N15-169 Intersección: VERDE CRUZ Referencia: A DOS CUADRAS DEL HOSPITAL DERMATOLOGICO GONZALO GONZALES Teléfono: 023228548 Email: colibryan_462@hotmail.com

DOMICILIO ESPECIAL:

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

Las personas naturales que superen los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Equidad Tributaria, estarán obligadas a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, y no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RISE)

Si supera los montos establecidos en el reglamento estará obligado a llevar contabilidad para el siguiente ejercicio fiscal y la presentación de sus obligaciones será mensual.

 # DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 001 **ABIERTOS:** 1

JURISDICCION: \ REGIONAL NORTE\ PICHINCHA **CERRADOS:** 0



FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

Usuario: YEVM011010 **Lugar de emisión:** QUITO/SALINAS Y SANTIAGO **Fecha y hora:** 11/06/2014 09:34:25

Página 1 de 2

SRi.gob.ec

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES

NUMERO RUC: 1720977188001

APELLIDOS Y NOMBRES: AGUIRRE PAZ BRYAN GIOVANNY

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

No. ESTABLECIMIENTO: 001 **ESTADO** ABIERTO MATRIZ **FEC. INICIO ACT.** 10/06/2014

NOMBRE COMERCIAL: **FEC. CIERRE:**

FEC. REINICIO:

ACTIVIDADES ECONÓMICAS:

ACTIVIDADES DE TIPO SERVICIO

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: PICHINCHA Cantón: QUITO Parroquia: SAN BLAS Barrio: VICENTINA BAJA Calle: ANTONIO SIERRA Número: N15-169 Intersección: VERDE CRUZ Referencia: A DOS CUADRAS DEL HOSPITAL DERMATOLOGICO GONZALO GONZALES Edificio: BENALCAZAR ORIENTAL Oficina: CASA 55 Telefono Domicilio: 023228548 Email: colibryan_462@hotmail.com Celular: 0984294033

Se verifica que los [illegible] identidad y certificado [illegible] originales presentados por el contribuyente.

COD: VM011010

SC32840 11 JUN 2014

Usuario Agencia

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Firma del Servidor Responsable

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

Usuario: YEVM011010 **Lugar de emisión:** QUITO/SALINAS Y SANTIAGO **Fecha y hora:** 11/06/2014 09:34:25

Página 2 de 2