

**UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO DE
GUAYAQUIL**

PROYECTO DE TITULACION FINAL PREVIA A LA OBTENCION
DEL TITULO DE INGENIERIA EN ADMINISTRACION DE
EMPRESAS TURISTICAS Y HOTELERAS

C&C ENTERTAINMENT

AUTORES:

IBARRA MARILEA

LOPEZ KEVIN

MIRANDA JOSUE

PACHECO YAENER

RIVADENEIRA STEPHANIE

TUTOR: MBA. Ángel Castro.

Guayaquil, viernes 15 de enero de 2010

Agradecimiento

Primero que nada deseamos en conjunto agradecer a Dios por bendecirnos de tal manera de estar a solo un paso conquistar unos de los objetivos planteados en nuestra vida y a más de esto habernos iluminado y ayudado para que esta meta se cumpla.

Agradecemos también a todas las personas que hicieron posible que este proyecto esté finalizado y que con paciencia nos brindaran el apoyo a cada uno de nosotros para poder pulir nuestras ideas y plasmarlo en este proyecto que se encuentra en sus manos.

Agradecemos a nuestros padres ya que fueron pilares fundamentales inculcándonos valores y principios que nos han ayudado a que nazca en nosotros ese deseo de superarnos cada día más, al ver el esfuerzo de ellos por apoyarnos en nuestra preparación educativa.

Agradecemos a nuestros profesores que lo largo de nuestra preparación nos brindaron sus conocimientos para de esta manera poder estar preparados para salir al mundo y conquistarlo con ideas innovadoras y rentables.

Dedicatoria

Este proyecto es dedicado a nuestros padres, ya que gracias al apoyo fundamental de ellos, hemos logrado adquirir conocimientos profesionales que son demostrados con la creación de C&C Entertainment y de esta manera demostrarnos a nosotros mismos y a los demás lo que realmente hemos aprendido a lo largo de nuestro periodo educativo, un periodo educativo que indiscutiblemente para muchos no acaba ahí sino que comienza una nueva etapa de preparación y reforzamiento de lo aprendido.

Va dedicado también a todas esas personas que creyeron en nosotros y en nuestro proyecto para poder lanzarlo al mercado y afrontar este reto con mayor deseo y comprometido con aquellas personas que demostraron esa confianza hacia nosotros.

INDICE

Introducción	1
I. Resumen Ejecutivo	
Visión, Misión, Objetivos, Metas	3
Valores Empresariales	4
II. La Oportunidad	
Análisis del Mercado	5
Análisis de la Industria	6
Análisis de la Competencia	7
III. La Empresa Su Servicios y La Estrategia.	
Definición del Mercado Actual	8
Detalles del Producto o Servicio	9
Descripción del Servicio	10
Combos para Eventos	15
Amplificación para Eventos	17
Proveedores C&C Entertainment	19
Auspiciantes C&C Entertainment	21
Instituciones Meta	23
IV. Equipo Gerencial	
Constitución Empresarial	30
Estructura Organizacional	30
Experiencia Laboral del personal	31
V. Plan de Marketing	
Introducción	33
Estrategia de Marketing	33
Estrategia de Servicio en el Mercado	34

Marketing Mix	35
FODA	36
Resultados del Estudio de Mercado	37
Estrategia de Promoción y Publicidad	41
Presupuesto y Programación	43
Estrategia de Ventas	44
Estrategia de Distribución	45
VI. Plan Operacional	
Introducción	46
Estrategia y Control de Operaciones	47
Operaciones Diarias	48
Control Operacional de los Eventos	49
Detalle de Servicio a ofrecer	51
VII. Plan Financiero	
Introducción	55
Detalle de la Inversión	55
Plan Financiero	56
Resultados	58
Estado de Resultados	59
Balance General	60
Flujo de Caja	61
Gráficos de los Resultados	62
Indicadores de Rentabilidad	65
Ratios Financieros	65
Resumen del Plan Financiero	66
Bibliografía	67
Anexos	

INTRODUCCION

Epistemológicamente la palabra EVENTO, del latín "eventus", significa acontecimiento, suceso, eventualidad. Para nuestra aplicación, si bien se trata de un suceso, es eventual en la concepción de irrepetible.

Un EVENTO es una reunión de personas que conlleva un motivo en particular. En tanto los eventos sociales y populares tienen como método la diversión, los corporativos tienen como mecanismo la vinculación para la negociación, la incentivación, la capacitación y el trabajo. Para que exista un evento es necesario reunir gente en un lugar determinado, con un fin y que exista vinculación entre las partes. Hay ciertos elementos que caracterizan todo tipo de eventos: sedes o lugares, gastronomía, personal de producción y atención, asistencia técnica, recreación, ambientación, entre otros.

El mercado de eventos está constituido por Proveedores de servicios para eventos entre ellos se encuentran los salones, organizadores de eventos, gastronomía, animación etc. que conforman la OFERTA y por CLIENTES o CONTRATANTES DE EVENTOS tenemos particulares, empresas, instituciones, profesionales, etc. que definen la DEMANDA. En nuestro caso, seríamos los únicos ofertantes, que vamos satisfacer e incursionar en este campo.

Existen muchas maneras de clasificar los eventos, por su tamaño en micro, medio, grande o mega evento; por su lugar de desarrollo tenemos al aire libre, en espacios cerrados, en la ciudad, en el campo y por su área de competencia o temática pueden ser: empresariales, corporativos, sociales, populares, religiosos, culturales, deportivos y otros. Actualmente en el mundo laboral, que nos desenvolvemos es de gran importancia, todo tipo de eventos que se desarrollen, es por eso que cada vez más los organizadores de eventos, están ocupando un gran espacio en el ámbito empresarial. Además la sociedad ecuatoriana, está muy acostumbrada al desarrollo de eventos sociales y culturales, lo cual nos da una gran oportunidad de invertir en esta área, específicamente con instituciones educativas.

C& C entertainment será una empresa pionera, que se dará conocer en Guayaquil y nuestra meta es ganar prestigio como organizadores de eventos masivos en colegios y universidades. Para luego poder expandir nuestro servicio en las principales ciudades del Ecuador.

I. RESUMEN EJECUTIVO

VISIÓN

Que nuestra empresa llegue a ofrecer servicios en todo el Ecuador y posicionarnos a nivel nacional como los líderes de eventos educativos y festivos para colegiales y universitarios.

MISIÓN

Somos una empresa organizadora de eventos universitarios y colegiales, nos encargamos de la producción, diseño y montaje de kermesse, novatadas, seminarios y conferencias; Nuestro principal propósito es asesorar a las instituciones en la organización de sus actividades, desde la confección de un presupuesto, coordinación pre y post evento, contamos con la experiencia necesaria. C&C Entertainment es la única empresa pionera que dedica exclusivamente a este tipo de eventos para instituciones educativas.

OBJETIVOS

- Posicionarnos en el mercado, como la empresa líder de eventos estudiantiles en Guayaquil en 2011.
- Contar siempre con equipos de alta tecnología y de buena calidad para ofrecer un buen servicio.
- Estar al día en las novedades existentes referentes a entretenimiento.(hora loca, bailarines, juegos)
- Tener buenas relaciones con grandes empresas que sean auspiciantes para todos nuestros eventos masivos.

METAS

- Ser una empresa reconocida a nivel nacional.
- Incrementar nuestra cartera de clientes
- Monopolizar este servicio a instituciones educativas

VALORES EMPRESARIALES

Nuestros valores describen nuestra cultura y la imagen que deseamos ofrecer. Son fundamentales para impulsar a nuestra empresa en la dirección adecuada.

Somos Proactivos

Nos anticipamos y actuamos en consecuencia.

Innovamos para encontrar formas nuevas y mejores de hacer las cosas.

Somos líderes, no seguidores.

Nuestros clientes pueden confiar y estar tranquilos al momento de la organización de sus eventos

Estamos orientados a los resultados

Nos centramos en el rendimiento y los resultados en todo lo que hacemos.

Nos apasiona buscar las mejores soluciones y sugerencias para nuestros clientes.

La interacción y un discurso claro despejan el camino para ofrecer valor a todos los que participan en el proceso.

Estamos decididos

Hacemos que las cosas funcionen.

Somos responsables y comprometidos.

Prestamos asistencia para todo tipo de eventos que nos soliciten, estamos conscientes que queremos abarcar el mercado nacional.

II. LA OPORTUNIDAD

La ausencia de una empresa líder en el servicio que se pretende ofertar es una de las mayores oportunidades para ingresar al mercado. En la actualidad, el desarrollo de eventos es cada vez mayor, ya sean estos recreativos o culturales, el día a día nos presenta además mayor variedad de eventos requeridos por personas o empresas. De allí podemos concluir que la durabilidad del negocio es altamente confiable.

ANALISIS MERCADO

Después de hacer un análisis de la industria, C&C Entertainment concluyó que su mercado meta estaría constituido por los siguientes parámetros:

- **Geográfico:**

Nuestros clientes se encuentran en la ciudad de Guayaquil. Ubicados en su mayoría en el norte y sur, en áreas como ceibos, Samborondon, Urdesa, Vía A La Costa, Centenario, Almendros, Saiba, Kennedy, Alborada, Garzota, Samanes.

- **Psicograficos:**

Gracias al estudio de las encuestas realizadas, hemos podido observar que el contexto de nuestra empresa ayuda de manera social a que existan mejores relaciones interpersonales y aumente el compañerismo entre los estudiantes. Como por ejemplo en la relación de unas olimpiadas, logramos que los estudiantes pasen un momento de distracción junto a sus compañeros y se olviden de la rutina del colegio.

- **Demográficos:**

Nuestros clientes son en la misma cantidad hombres y mujeres, ya que ambos disfrutan nuestros eventos y en su mayoría van desde los 13 años hasta los 30 años, y el 100% son estudiantes de colegios y universidades. En un gran porcentaje nuestros clientes son solteros, viven con sus padres y son de clase media, de nacionalidad ecuatoriana, etnia latina.

ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA.

Basados en el estudio de mercado, logramos demostrar que esta segmentación de lo que es la organización de eventos es un mercado virgen, en el cual no existen competidores directos.

Los competidores indirectos se basan en la organización de otro tipos de eventos como lo son quinceañera, matrimonios, bodas de oro, eventos empresariales, etc..... Pero ninguno se focaliza a la organización de eventos masivos estudiantiles.

En Guayaquil existe una gran cantidad de consumidores de nuestros servicios, como lo son más de 20 colegios, y más de 7 universidades, las cuales las podemos dividir por facultades y nos daremos cuenta que es un mercado sumamente grande al que queremos ingresar.

ANÁLISIS DE LOS COMPETIDORES.

Conocer a los competidores es crucial para una planeación eficaz de la mercadotecnia. En forma constante la empresa debe comparar productos, precios, canales y promoción con los de los competidores cercanos.

Para esto debemos preguntarnos ¿quiénes son nuestros competidores? pues si bien es cierto que no poseemos competencia directa, no podemos darnos el lujo de no ingresar al mercado de manera impactante y así darle oportunidad a que nuestros competidores indirectos se den cuenta de esta oportunidad y se posicionen en la mente del consumidor.

Las estrategias de nuestras competencias indirectas es ofertándose por medio de publicidad en los medios informativos, y algunos también promocionándose por medio de la televisión, pero ninguno de ellos se dirige directamente a ofrecer sus servicios a los centros educativos.

Sus objetivos son las de acaparar todo el mercado de organización de eventos hacia lo que van dirigidos ellos, como quinceañera, matrimonios, cumpleaños... etc.

Poseen una ventaja y es que ya llevan algunos años como empresas constituidas y poseen experiencia dentro de su mercado, a mas de que ya se han promocionado dentro de esta ciudad para los distintos servicios que ofrecen, recalcando que necesidades quieren satisfacer de sus consumidores.

III. LA EMPRESA SUS SERVICIOS Y LA ESTRATEGIA

¿QUIÉNES SOMOS?

C&C ENTERTAINMENT es una empresa innovadora dedicada exclusivamente al montaje de kermesse, olimpiadas y eventos organizados solo para instituciones educativas. Ofrecemos este servicio porque vimos la oportunidad que existía, en cuanto a la realización de estos eventos somos los pioneros en el mercado, ya que nadie antes se había enfocado a este sector (colegial y universitario).

Nuestro equipo de trabajo está apto y capacitado, para incursionar en este tipo de negocios, con todos los requerimientos que nuestros clientes necesiten, tenemos variedad de paquetes promocionales que hacemos anualmente a las instituciones al inicio de cada año lectivo o semestre.



DEFINICIÓN DEL NEGOCIO ACTUAL Y SU MERCADO

Nuestro negocio se dedica a la realización de todo tipo de eventos, con el montaje, dirección y ejecución de los mismos como empresa contamos con ideas creativas que puedan producir un buen espectáculo de la más alta calidad. Integrada por cinco jóvenes emprendedores que cuentan con capital propio.

DETALLES DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

MEDIOS DE ENTREGA

- ❖ Envío de mail masivo
- ❖ Imprenta – Publicidad
- ❖ Promoción de Eventos
- ❖ Diseño Gráfico

ENTRETENIMIENTO

- ❖ Servicio de contratación artística
- ❖ Sistema de Video: filmación y edición
- ❖ Modelos
- ❖ Dj – Vj
- ❖ Atractivos para eventos

MONTAJES

- ❖ Iluminación
- ❖ Sistema de Estructuras
- ❖ Amplificación profesional para toda ocasión

PAQUETES ESPECIALES

- ❖ Paquetes Especiales Anuales en Colegios
- ❖ Paquetes Especiales Anuales en Universidades

DESCRIPCION DEL SERVICIO

La idea de negocio está dirigida principalmente a colegios y universidades y contará con servicios tales como:

❖ Servicio de contratación artística

Ofrecemos la más completa contratación de artistas, todo para cubrir la necesidad de nuestros clientes a realizar sus eventos. Cuenta con nosotros para realizar las contrataciones, ofrecemos los mejores servicios para contrataciones de bandas, grupos, conductores, etc. Además de nuestro servicio, tenemos artistas nuevos, virtuosos y con gran talento que han innovado con su música el ambiente.



❖ Iluminación

Contamos con iluminación de última tecnología como: luces, láser, proyectores. Diseño exclusivo de iluminación, cabezas móviles, láser verde rojo y azul, humo, leds, data flash. Proporcionamos ambientación de luz y color y administración del chorro de luz requerido que solo se logra con el uso de equipamiento adecuado.



❖ Sistema de Estructuras

Proporcionamos tarimas y estructuras para eventos y shows. Estas estructuras la facilitan los auspiciantes en algunos casos y en otros nuestro proveedores con lo q tenemos convenios directos.



❖ Sistema de Video: filmación y edición

Tenemos a disposición un departamento de edición y filmación de video especializado. Este departamento se hará cargo de la producción de los videos tanto en los eventos que realicemos en las respectivas instituciones como en el área de publicidad y promoción de nuestros servicios. Contamos con equipos de ultima tecnología para brindar una excelente imagen y servicio a nuestros clientes potenciales.



❖ Promoción de Eventos

A través de una página web haremos la respectiva promoción de todos nuestros eventos de esta manera presentarle al cliente la manera en que estamos trabajando y que proporcionamos en cada uno de nuestros eventos.



❖ Modelos

Modelos Profesionales con Actitud, Carisma y Belleza, modelos de televisión para tus pasarelas. Para nuestra empresa que está en continuo desarrollo es crucial tener modelos profesionales del medio del espectáculo, modelos increíblemente hermosas, talentosas y de gran altura a nivel artístico.



❖ Envío de mail masivo

Es una forma de publicidad rápida por medio de nuestros contactos y de una base de datos disponible.



❖ Amplificación profesional para toda ocasión

La amplificación que vayamos a utilizar para cada uno de los eventos será diferente ya que la amplificación se dará de acuerdo al espacio y el número de equipos a utilizar en dicho evento.



❖ Atractivos para eventos

- Hora loca
- break dance
- juegos pirotécnicos
- mimo robótico
- decoración
- cámara de humo y todo tipo de atractivo en boga.



❖ Dj – Vj



❖ Imprenta – Publicidad / Diseño Gráfico

Manejamos su publicidad a través de volantes, invitaciones, banners, posters, medios, etc.



❖ Paquetes Especiales Anuales

- En colegios por un valor determinado: olimpiadas y kermesse
- En universidades: novatada, olimpiada.

Todo este menú de servicios básicos le servirá como guía a nuestros clientes, sin embargo, estamos preparados y dispuestos a adaptarnos a todo tipo de requerimientos.

COMBO PARA EVENTOS

Combo Premium

- Dj
- Amplificación (hasta 3000 personas)
- 1 Pantalla Gigante
- 1 Cañón Seguidor
- 1 Laser.
- 2 Cámaras de Humo
- 2 Reflectores
- 1 Luz rítmica grande
- 2 Luces rítmicas pequeñas
- 2 flash
- Hora Loca (integrantes: según lo requerido/ mínimo 4)
- Mimo robótico
- Juegos pirotécnicos (4 tortas de 52 tiros c/u)
- Folleteria: 5000 volantes de 150 gr de 15x10cm - 100 Afiches A3 - 1000 entradas enumeradas.
- Promoción del evento (envío de e-mail masivos – sms – entrega de volantes en eventos)
- Diseño de la volante.
- Publicidad en la página (Banner con movimiento en la pagina principal)
- Personal de logística 4 personas

Combo Gold

- Dj
- Amplificación (más de 3000 personas)
- 1 Pantalla Gigante
- 1 Cañón Seguidor
- 1 Laser.
- 2 Cámaras de Humo
- 2 Reflectores
- 1 Luz rítmica grande
- 2 Luces rítmicas pequeñas
- 2 flash
- Hora Loca (integrantes: según lo requerido/ mínimo 4)
- Mimo robótico
- Juegos pirotécnicos (4 tortas de 52 tiros c/u)
- Folleteria:5000 volantes de 150 gr de 15x10cm - 100 Afiches A3 - 1000 entradas enumeradas.
- Promoción del evento (envió de e-mail masivos – sms – entrega de volantes en eventos)
- Diseño de la volante.
- Publicidad en la página (Banner con movimiento en la pagina principal)
- Personal de logística 4 personas

AMPLIFICACION PARA EVENTOS

Amplificación Combo Premium

1.- Amplificación

(8.000wattios): Potencia Phonic XP5000
Potencia Phonic XP3000
(x2)
Potencia QSC rmx
2450(x2)

2.- Cajas Acústicas: 6 Bajos dobles 18"
6 Medios dobles 12"
6 Agudos

3.- 1 Consola Soundcraft.

4.- Equipo de división de frecuencias, Ecuación Y Compresión.

5.- 2 Trípodes con 8 reflectores de colores con flash controlados por un Dimmer.

6.- 2 Pantallas Gigantes

7.- 1 Proyector

Amplificación Combo Gold

1.- Amplificación (14.000

watts): Potencia Phonic XP5000
Potencia Phonic XP3000
(x2)
Potencia QSC rmx
2450(x2)

2.- Cajas Acústicas: 10 Bajos dobles 18"
10 Medios dobles 12"
6 Agudos

3.- 1 Consola Soundcraft.

4.- Equipo de división de frecuencias, Ecuación Y Compresión.

5.- 2 Trípodes con 8 reflectores de colores con flash controlados por un Dimmer.

6.- 2 Pantallas Gigantes

7.- 1 Proyector

ADICIONALES

- Grupo de Capoeira Brasileiro (Acrebrasil)
- Carros Tuning
- Presentación de Deportes Extremos: rollers – bikers- skaters
- Break Dance (4 integrantes)
- Presentación de artistas varía dependiendo el artista

PROVEEDORES C&C ENTERTAINMENT

Proveedores de Amplificación y Estructuras Metálicas

COSMOSONIDO

SONIDO GALLARDO

Proveedores de Sonido y Luces

Dj Omar Cabello Lozano

Dj Héctor Arévalo

Proveedor de Hora Loca

Hora Loca Trifulka

Proveedor de Diseño Grafico

Sr. Cristian Sánchez

Proveedor de Juegos pirotécnicos

Almacenes Estuardo Sánchez

Proveedor de contratación de artistas

CHEVERA, www.chevera.com,

Mimo Robótico

Sr. Fernando Rivadeneira

Imprenta

RHPositivo, Raul Lucero – Imprenta Segura

Publicidad

Certeros.com

Revista la U

Los diarios y medios de prensa tv y escrita.

AUSPICIANTES C&C ENTERTAINMENT

Los auspiciantes juegan un papel muy importante en nuestra empresa al momento de realizar nuestros eventos,



Dirección: Avenida Juan Tanca Marengo Km 4.5



Dirección: Km 14.5 Vía Daule



Dirección: Km 7.5 Vía Daule



Dirección:



Dirección: Km 25 Vía Daule



Dirección: Km 6.5 Vía Daule



INSTITUCIONES META

Para un mejor desempeño y distribución de nuestro mercado meta, C&C Entertainment ha organizado a los colegios y universidades con los que comenzaremos a trabajar por medio de sectores que comprenden los colegios del norte centro y sur de la ciudad y las universidades de Guayaquil. A medida que nos expandamos trabajaremos e incrementaremos el número de instituciones que existen en la ciudad.

Colegios del norte

- Abraham Lincoln
Dirección: Km.12½ vía a la Costa
- Academia Naval Almirante Illingworth
Dirección: Km. 8.5 Vía a Daule (Av. José Gómez Gault) Junto a la Urbanización San Felipe
Teléfonos: (593 - 4) 2250586 /2252411 / 2250640
- Liceo Albonor
Dirección: Cdla. Alborada XIII Etapa: Mz. 11 - Solar 1-4
- Aleman Humbolt
Dirección: Cdla. Los Ceibos, Calle Dr. Héctor Romero #216 y Dr. José M. García Moreno
Teléfonos: (593 - 4) 285 0260
- Americano
Dirección: Av. Juan Tanca Marengo Km. 6 1/2
Teléfonos: (593 - 4) 2255503 - 2255509

- Asunción
Dirección: Km. 5 ½ vía a Daule
Teléfonos: (593-4) 225-9658

- Balandra
Dirección: Vía Perimetral, frente al Campus Politécnico de la Prosperina.
Teléfono: (593-4) 2850020

- Bernardino Echeverría
Dirección: Km. 5½ vía a la Costa Frente a los Ceibos
Teléfonos: (04) 2353-950; 2352-696.

- Buque Mayor
Dirección: Km. 14 vía a la Costa
Teléfonos: (593-4) 2874800,(593-4) 3920130

- Cardenal Spelman
Dirección: Cdla. Naval Norte Mz. 3 S.2-3-4-9-10.
Teléfonos: (593-4) 2284536 - 2284538

- CELM Centro Educativo La Moderna
Dirección: Km 2.5 Via Samborondon
Teléfonos: (593-4) 2830581

- Colegio Politécnico
Dirección: Campus Copol km 30,5 de la vía Perimetral
Teléfonos: (593-4) 2269653-4 / 2269650

- La Dolorosa
Dirección: Cdla. Kennedy Vieja Calle César Andrade López y Abel Gilbert
Ponton
Teléfonos: (593-4) 2830095 / 2830096
- Ecomundo
Dirección: Av. Juan Tanca Marengo Km. 2
Teléfonos: (593-4) 2681 740
- Espíritu Santo
Dirección: Av. Juan Tanca Marengo Km. 2 ½
Teléfonos: (593-4) 2592896 - 2583394
- Ipac
Dirección: Km 1 ½ Vía Samborondon
Teléfonos:
- Javier
Dirección: Km. 5½ Vía a la Costa.
Teléfonos: (593 - 4) (593) 4 2350280 - 2350281
- Jefferson
Dirección: Km 6, Avenida del Bombero
Teléfonos: (593 - 4) 2873787
- Liceo Cristiano
Dirección: Av. Juan Tanca Marengo Km. 3 1/2 y Av. Benjamín Carrión
Teléfonos: (593 - 4) 2233400 - 2232604 - 2232774
- Liceo Naval
Dirección: Av. Pedro Menéndez Gilbert Base Naval Norte Ecuador

Teléfonos: (593-4) 2283160

- Liceo Panamericano

Dirección:

Teléfonos: (593-4) 2532-951

- Logos

Dirección: Km 14½ Via a la Costa

Teléfonos: (593-4) 2870500

- María Auxiliadora

Dirección: Km. 19½ vía a la Costa

Teléfonos:

- Moderna Sergio Pérez Valdez

Dirección: Km 2.5 vía Samborondon

Teléfonos: (593 - 4) 2834030

- Santiago Mayor

Dirección: Km 11.5 Vía a la Costa

Teléfonos: (593-4) 2871068 - 2874315 - 2873260

- Santo Domingo de Guzmán

Dirección: Av. Las Monjas y la Quinta (Urdesa)

Teléfonos: (04) 2 882 561 - 2 883 550 - 2 885 530 - 2 844 711

- Sek

Dirección: Vía a la costa Km. 20.5

Teléfonos: (593 - 4) 2738066

- Teniente Hugo Ortiz
Dirección: Av. Francisco de Orellana, frente a Samanes 6 -
Teléfonos: (593- 4) 2212-964 - 963 - 962 - 961

Colegios del Sur

- Cristóbal Colon
Dirección: Rosa Borja de Icaza 115 y Maracaibo.
Teléfonos: (593 - 4) 2441528
- Domingo Comín
Dirección: Domingo Comín 205 y callejón Daule.
Teléfonos: (593-4) 2448758
- International
Dirección: Chambers 1625 y José Mascote
Teléfonos:
- La Providencia
Dirección: Eloy Alfaro 1003.
Teléfonos: (593-4) 2400-328
- La Salle
Dirección: Av. J T Marengo Km 5.5 Mendiburo s/n
Teléfonos: (593 - 4) 2255093 / 2302368 / 2563474 / 2563137
- Mazzarello
Dirección: Tomás Martínez 501 y B. Moreno
Teléfonos: (593-4) 223-0135

- Sagrados Corazones

Dirección: Chimborazo entre Portete y General Gómez.

Teléfonos: (593-4) 2401-003

- Santa Marianita

Dirección: Gonzalo Aparicio y Yaguachi (a ladode hospital del IESS).

Teléfonos: (593 - 4) 042-800-415

Universidades

- ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL
- UNIVERSIDAD CASA GRANDE
- UNIVERSIDAD CATOLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL
- UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
- UNIVERSIDAD DEL PACIFICO – ESCUELA DE NEGOCIOS
- UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK
- UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
- UNIVERSIDAD METROPOLITANA
- UNIVERSIDAD PARTICULAR DE ESPECIALIDADES ESPIRITU SANTO
- UNIVERSIDAD SANTA MARIA

IV. EQUIPO GERENCIAL

CONSTITUCIÓN EMPRESARIAL

La empresa estará constituida por una sociedad anónima conformada por 5 accionistas que garantizarán que el manejo de cada área de nuestra empresa será desempeñado de la mejor manera posible, contamos con profesionales con experiencia.

ACCIONISTAS	CARGOS
Yaener Pacheco	Gerente General
Josué Miranda	Director de Producción
Kevin López	Director de Marketing
Mariela Ibarra	Directora Comercial
Stephanie Rivadeneira	Directora de Ventas

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



EXPERIENCIA LABORAL DEL PERSONAL

YAENER PACHECO SALAZAR

Pagina Web www.certeros.com 2005 – 2009

Gerente General

Discoteca Vaiper 2007

Relacionista Público

Pro-Tesorero de la Asociación de Estudiantes Especialidades Empresariales de la U.C.S.G. 2007

Organizador del Unión Open Class 2007 con más de 1000 personas.

Organizador de las Olimpiadas de la Facultad de Especialidades Empresariales de la U.C.S.G

Organizador de las Novatadas de la Facultad de Especialidades Empresariales de la U.C.S.G

JOSUE MIRANDA IDROVO

HOTEL CITYPLAZA

Recepcionista (actual)

PAGINA WEB CERTEROS.COM

Creativo – Diseño (4 años)

UNIVERSAL STUDIOS (ORLANDO-FL.)

Greeter – Guest Service (3 meses)

HOTEL ROYAL PLAZA (ORLANDO-FL.)

Server – Host (3 meses)

RESORT SHERATON VISTANA (ORLANDO-FL.)

Houseman (3 meses)

STEPHANIE RIVADENEIRA APOLO

CAMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL

Función: Encargada del Punto de Información Feria Durán 2009

VACATION VILLAGE FL/EEUU

Función: Atención al Huésped (2 meses)

Jefe: Miguel Candelario.

SUPERFIESTA Y EVENTOS

Función: Recepción de pedidos, facturación y cobranzas (1 año)

Jefe: Ing. Com. Diana Apolo Granda

KEVIN LOPEZ PEREZ

EXPERIENCIA LABORAL

- Relacionista público de Certeros.com
- Relacionista y accionista de la compañía EL SOL S.A (bar congreso de cocteles)
- Organizador de eventos y seminarios
- Valet parking in bath club (Miami-E.E.U.U)
- Gerente de bar de vaiper room
- FITE (RECINTO)
- SUBSECRETARIA DE TURISMO (promocion)
- Recepcionista del hotel Rizzo (Actual)

V. PLAN DE MARKETING

INTRODUCCIÓN

Nuestro propósito es posesionarnos en la mente de nuestros clientes y de esta manera aumentar nuestro volumen de venta. Esto se conseguirá gracias a los eventos que hayamos realizado y estos que hablar de manera positiva y así nos recomienden con futuros compradores de nuestros servicios. El mercado meta son los jóvenes estudiantes de colegios y universidades. Entre las herramientas de marketing que vamos implementar tenemos publicidad mediante páginas webs, mails masivos, revistas, afiches, trípticos. El nicho al que llegaremos será un segmento de estudiantes de instituciones universitarias y de colegios.

ESTRATEGIA DE MARKETING

Nuestra estrategia de marketing es directa, llegar a los directores y respectivas autoridades de colegios y universidades de la ciudad de Guayaquil mediante una atención personalizada por nuestros promotores de ventas de esta manera nuestros clientes tendrán una mejor perspectiva de las facilidades y beneficios que ofrecerá nuestra empresa.

ESTRATEGIA DEL SERVICIO EN EL MERCADO:

Si nos referimos al desarrollo de cualquier actividad, ya sea empresarial o artística, es importante contar con un recurso humano capacitado y especializado para trabajar en las distintas áreas que tiene una empresa. Lo mismo debe pasar si nos referimos a la organización de congresos, convenciones, ferias y eventos en general, pues recurriendo a los profesionales, nos sentiremos menos preocupados, perderemos menos tiempo, dinero y lo más importante se ganará credibilidad y prestigio habiendo ofrecido un evento de primera categoría.

En muchos casos a la hora de organizar un evento las empresas e instituciones se preocupan mucho por el asunto costos, y asignan o contratan de una manera

inapropiada a un personal sin ninguna experiencia para planificar, organizar y coordinar el evento en cuestión.

Es verdad, que esta fórmula puede resultar mucho más económica, pero también hay que analizar las posibles consecuencias que pueden resultar de una planificación y organización totalmente empíricas.

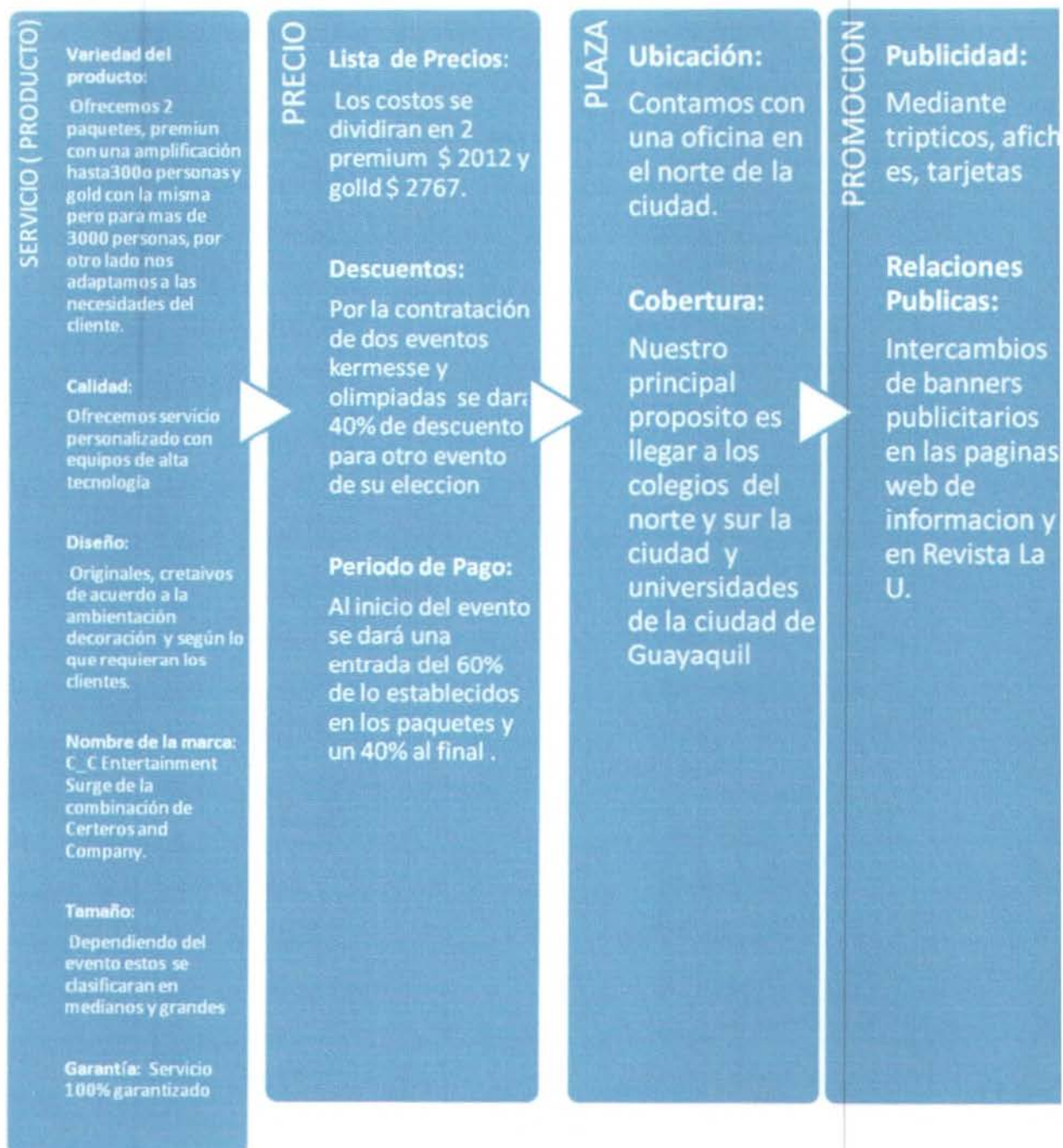
Frente a esta mala decisión detallaremos algunos casos:

- Los servicios y productos contratados sean de mala calidad.
- Manejo de proveedores y auspicios inadecuado.
- Insuficiencia estratégica a la hora de comercializar el evento y como resultado poca convocatoria.
- Logística del evento descoordinada y como resultado atrasos y pérdidas de tiempo en el cronograma de actividades.
- En el peor de los casos pudiera ocurrir una intoxicación masiva, al tratarse de un pésimo servicio de catering, que no cumpla con los requerimientos sanitarios mínimos, ni equipos adecuados que mantengan la cadena de frío.

Los resultados finales por el simple hecho de reducir extremadamente los costos desmejorando así efectividad organizativa, la calidad de productos y servicios tienen un alto porcentaje de negativismo como:

- Decepción de los asistentes del evento.
- Vergüenza, frustración y desprestigio de la empresa o institución organizadora del evento.
- Prensa negativa para el evento, la empresa y/o institución organizadora.
- Pérdida de credibilidad de los asistentes hacia los organizadores.
- Problemas de convocatoria en eventos futuros.

MARKETING MIX



FODA

FORTALEZAS

- Pioneros en esta industria
- Variedad de precios
- Atención Personalizada
- Crecimiento a corto plaza
- Adaptabilidad

OPORTUNIDADES

- No tenemos competencia
- Crecimiento de la industria a nivel nacional

DEBILIDADES

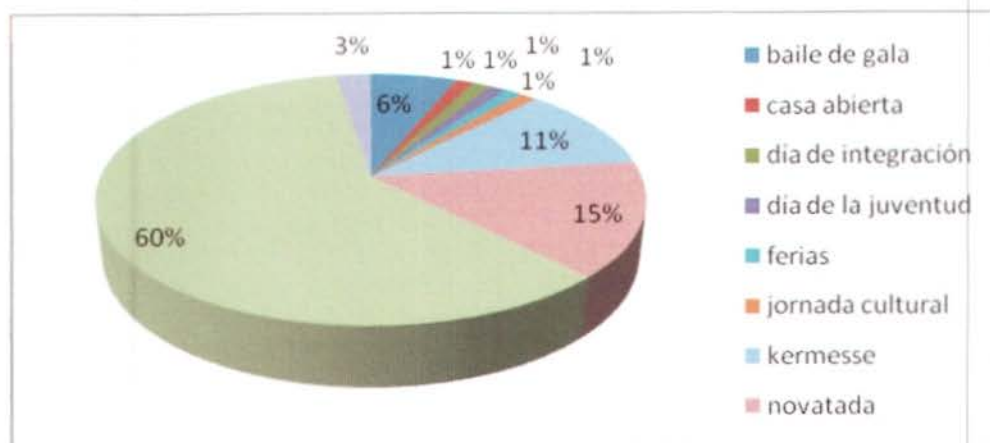
- Autogestión de los respectivos Colegios y Universidades
- Organización de los eventos por los padres de familia
- Desperfectos en los equipos a utilizar.

AMENAZAS

- Competencia Futura
- Crisis Económica
- Inestabilidad Política
- Incumplimiento de los Proveedores

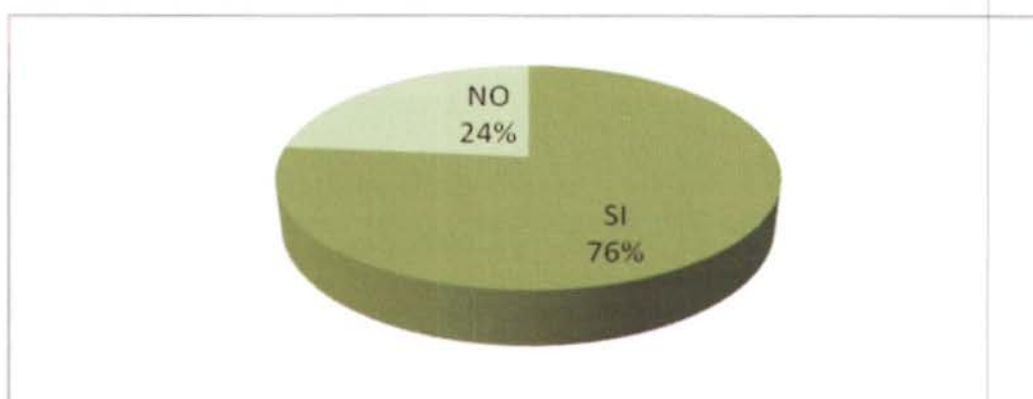
ESTUDIO DE MERCADO – RESULTADO ENCUESTAS

1. ¿Qué tipo de eventos se realiza en su institución educativa?



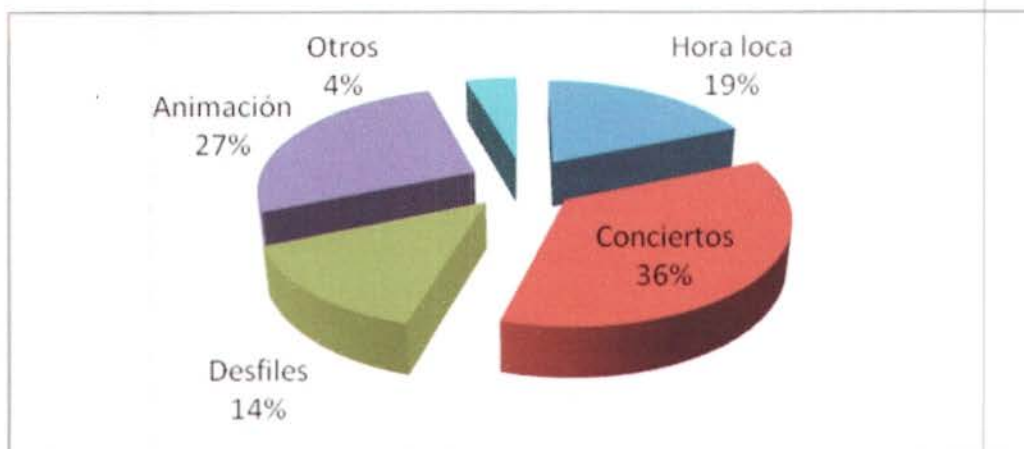
Los tipos de eventos que se realizan en una institución educativa de mayor aceptación son las fiestas de integración con un 60%, las novatadas 15%, y kermesse con 11%.

2. Le gusta la organización de estos eventos en su institución.



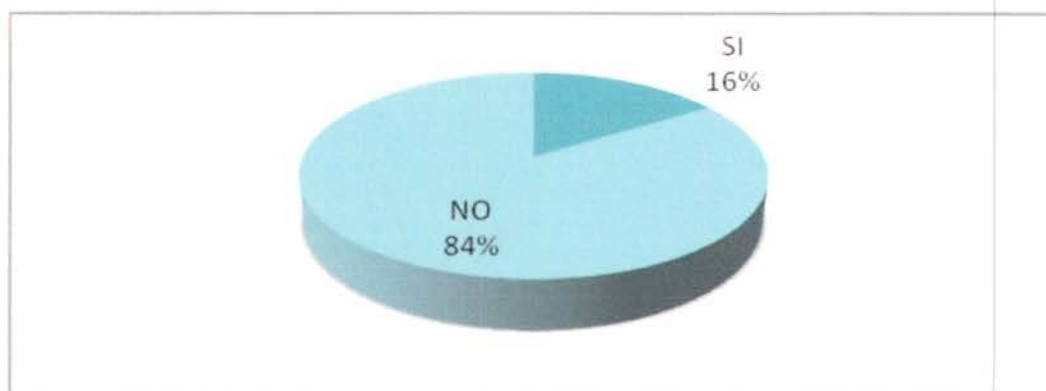
Según los resultados de las encuestas realizadas la mayoría de las instituciones estudiantiles le gusta la realización de los eventos en su institución con un porcentaje del 76% que está de acuerdo y un 24% que no les gusta es ahí en ese mercado que también vamos a llegar y darnos a conocer y haya una motivación para realizar dichos eventos en las diferentes instituciones.

3. ¿Qué tipos de atractivos te gustaría tener dentro de los eventos seleccionados?



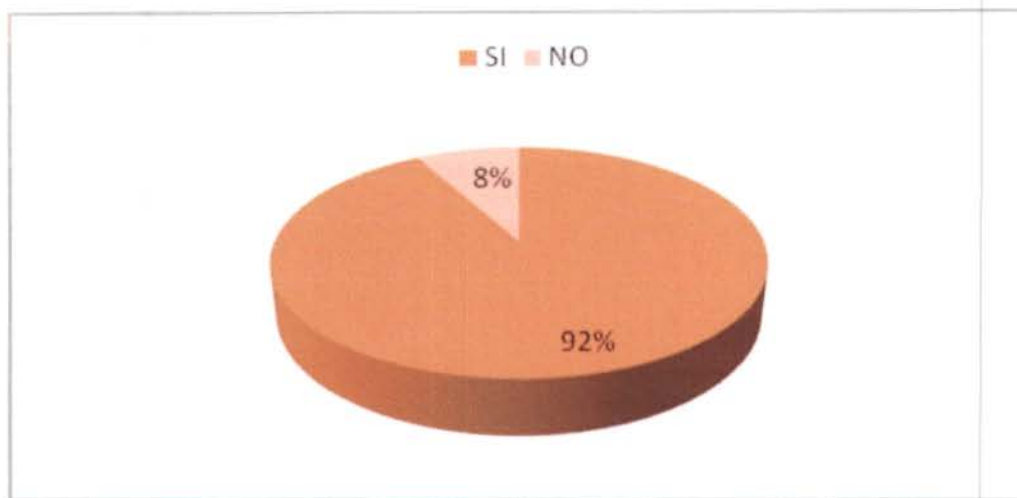
Según la opinión de los diferentes estudiantes respecto a esta pregunta, tenemos que los atractivos que mas prefieren a la hora de la realización de un evento son: conciertos con un 36%, animación 27%, hora loca 19%, desfiles 14% y otros 4%.

4. ¿Conoces una empresa que se dedique al montaje y dirección de este tipo de eventos?



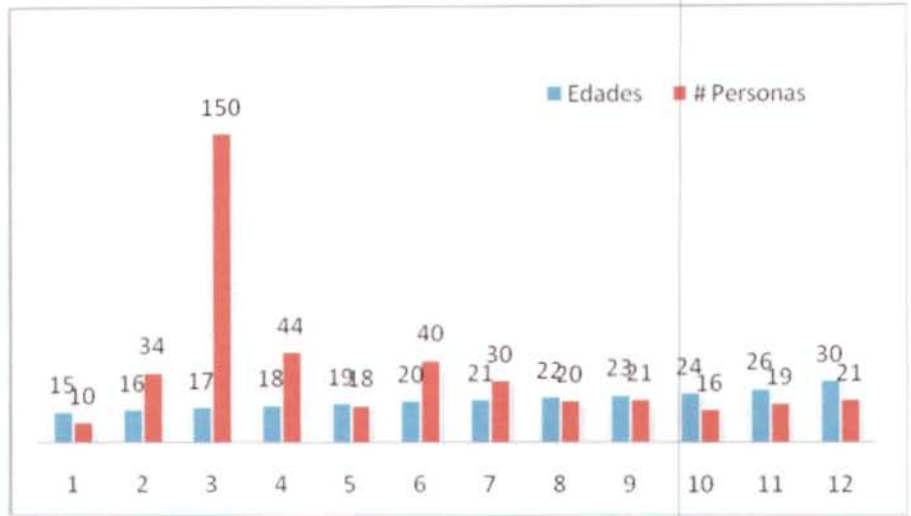
La tabulación de esta pregunta dio como resultado que no existe o no se conoce de alguna empresa que se dedique al montaje, dirección de este tipo de eventos con un resultado del 84% desconoce totalmente y un 16% que poco conocían o habían escuchado de alguna de estas empresas que se enfoque en estos tipos de eventos.

5. Te gustaría que existiera una empresa especializada en producción y realización de eventos dentro de tu institución.



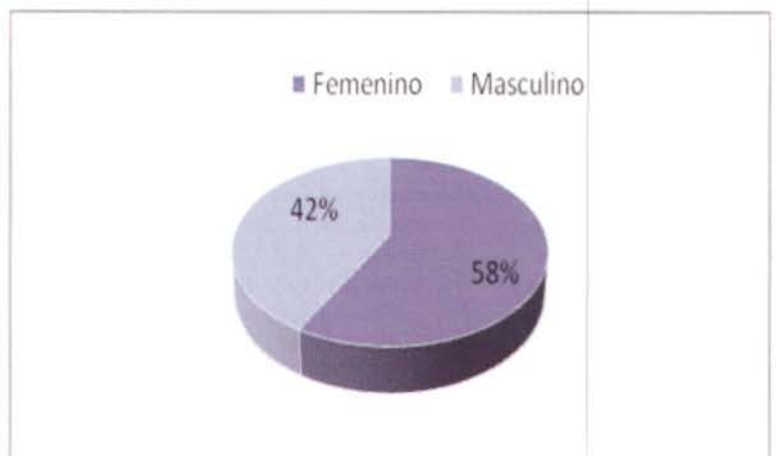
Existe gran aceptación de un 92% de parte de los estudiante y las instituciones que existiera una empresa que se encargue de todos los eventos en cada institución y tan un 8% que simplemente le parece indiferente si existen o no dichas empresas.

Edades	# Personas
15	10
16	34
17	150
18	44
19	18
20	40
21	30
22	20
23	21
24	16
26	19
30	21
	423



Esta Encuestas fueron realizadas a 423 personas de edades de 15 a 30 años, estudiantes universitarios y de colegios de la ciudad de Guayaquil el 58% de sexo femenino con un total de 246 personas y el 42% de sexo masculino con un total de 177 personas

Femenino	246
Masculino	177
	423



ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD Y PROMOCION

Se desarrollará un plan de publicidad y promoción dirigido a colegios y universidades.

El brochure contendrá información acerca de la empresa, servicios, paquetes promocionales, dirección de la empresa, números de contacto, dirección electrónica, pagina web y formas de pago.

Además contaremos con tarjetas de presentación que serán distribuidas junto con los brochures.

Como cuarto recurso de promoción y en una segunda faceta de desarrollo empresarial, se incluirá en el presupuesto publicidad en periódicos y revistas.

Nuestra estrategia de publicidad y promoción consistirá en:

- 1) **Publicidad Personalizada:** visitaremos diferentes centros educativos dando a conocer nuestros servicios y poniéndonos a total disposición. Ideal para que entablar una relación personal con nuestros futuros clientes.

- 2) **Publicidad escrita:**
 - a. **Brochures:** contendrá información acerca de la empresa, servicios, paquetes promocionales, dirección de la empresa, números de contacto, dirección electrónica, pagina web y formas de pago.

 - b. **Flyers:** presentación breve de nuestros servicios y paquetes. Serán repartidos en lugares como universidades, colegios.

 - c. **Tarjetas de presentación:** nos brinda la comodidad de darnos a conocer personalmente y con la facilidad de una pronta comunicación.

3)) **Página web:** presentaremos todos nuestros servicios, con contacto directo y atención en línea. Contará con las siguientes descripciones:

- Tecnología dinámica en PHP/ASP, bases de datos MySQL.
- Programación con un panel de control y carro de compras.
- Panel de administración para una fácil gestión del contenido

Base de datos: Llegamos a 30.000 personas a nivel nacional, clase media y alta. Con una base de datos DEPURADA y con contactos reales.

En una breve síntesis, Internet permite a las empresas tradicionales llegar a un público cada vez más numeroso, una nueva forma de promocionarse, la posibilidad de expandir sus mercados a cualquier parte del mundo o reducir costes en diversas áreas tales como la comunicación o la atención al cliente.

A través de Internet también puede implementar servicios de valor añadido como la atención al cliente vía email, ofrecer paquetes, listas de precios y manuales, contactar con proveedores, inversores, etc.

PRESUPUESTO Y PROGRAMACION

<u>ACTIVIDAD</u>	<u>RESPONSABLE</u>	<u>FECHA EJECUCION</u>	<u>PRESUPUESTO</u>
PUBLICIDAD: Entrega de brochures Tarjetas de presentación Activación de pagina web		del primero de diciembre del 2009 al 30 de enero del 2010	\$260
INVESTIGACION DE MERCADO: Encuestas para determinar gustos y preferencias de los potenciales clientes		Mes de mayo	\$50
INVESTIGACION POST VENTA: Entrega de cuestionario a nuestros clientes para evaluar el nivel de satisfacción con nuestros productos y servicios. Recopilación de comentarios y sugerencias para implementar mejoras de ser necesario y mantener las buenas prácticas comerciales.		Después de cada venta	\$50 mensuales

ESTRATEGIA DE VENTAS

En un momento como el actual, en el que la competencia es cada vez más intensa, el área de ventas es muy importante para la competitividad de la empresa. Todos sabemos que es compleja la fijación de objetivos, la asignación de presupuestos de ventas, la correcta aplicación de las técnicas de ventas, etc.

1. Definición de las correctas estrategias de ventas
2. Incrementar las ventas gracias a la mejora de resultados del equipo.
3. Análisis, selección y formación en técnicas de ventas del equipo humano.
4. Definición de objetivos para el equipo de ventas.
5. Definición de presupuestos de ventas
6. Fijación de un sistema de control para la fuerza de ventas.
7. Aumentar la satisfacción y fidelización del cliente.
8. Diseño de la red, rutas y territorios de ventas.
9. Determinación de sistemas de remuneración adecuados.

NUESTROS CLIENTES: nuestros clientes se encuentran en la ciudad de Guayaquil. Ubicados en su mayoría en el norte y sur, en áreas como ceibos, samborondon, urdesa, vía a la costa, centenario, almendros, saiba, kennedy, alborada, garzota, samanes.

COMO SE HARAN LAS VENTAS: se realizaran a través de brochures, flyers repartidos en colegios, universidades, en los que podrán encontrar nuestros productos, servicios, números de contacto y a través de nuestra y pagina web. Así mismo la empresa se encargara de contactar a sus clientes a través de una base de datos que manejáramos. Realizaremos asesoramiento y la importancia de eventos como kermesses, novatadas, bailes de galas, olimpiadas.

SLOGAN DE SERVICIO

Lo hacemos por usted.

Estrategia para dirigir nuestro negocio y su marketing hacia los beneficios:

Preguntar directamente a nuestros clientes qué quieren o necesitan. Preguntarles si han utilizado nuestro producto o servicio y cómo cree que puede mejorarse. Uno de los retos del desarrollo de productos nuevos es conseguir que los clientes potenciales nos identifiquen. Una buena estrategia consiste en ver cómo utilizan los clientes nuestros productos. Este tipo de investigación va a permitir con seguridad obtener ideas para mejorar el producto. Esta observación nos dará una mejor idea de la dirección de nuestras estrategias de ventas y de marketing.

Cada día escuchar opiniones de nuestros clientes sobre cómo mejorar la estrategia de ventas, de marketing, cómo conseguir que el marketing por email funcione, y otras muchas. Cada una de estas preguntas es la expresión de una necesidad. Esta información es fundamental para la elaboración de la **estrategia de ventas**.

ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

Realizaremos venta directa con nuestros clientes, posterior a nuestra presentación y reconocimiento.

De igual forma venderemos nuestros servicios en canales de distribución como eventos realizados por las instituciones, centros comerciales tales como el mall del sol, san marino y en sus respectivas tiendas, directamente con colegios y universidades.

La principal razón para considerar estos establecimientos como canales de distribución es que muchas personas acuden de dichos lugares en busca de detalles porque no conocen una empresa especializada en estos servicios y que se ajuste a su presupuesto.

VI. PLAN DE OPERACIONES

INTRODUCCIÓN

C&C, por ser una empresa de servicios, debe realizar el plan operacional por temporadas y con fechas específicas. Cada uno de los jefes departamentales debe desarrollar su plan operacional, basándose en la ejecución cotidiana de la empresa conjuntamente con los eventos para los que hayamos sido contratados.

C&C tiene previsto abrir sus puertas a inicios de año en Enero del 2010. Será nuestro reto posicionarnos en el mercado local, como los pioneros para eventos masivos en instituciones educativas; negociando los convenios y condiciones que sean los mejores de acuerdo a las especificaciones del evento y lo más benéfico para el Cliente.

El desarrollo de este plan operacional cuenta con los métodos y requerimientos de cada área de nuestra empresa:

- Área de producción
- Área de marketing
- Área comercial
- Área de ventas
- Gerencias

En coordinación con estas áreas, se realizara nuestro plan de operaciones anuales, para guiarnos en nuestro día a día de labores de la empresa.

ESTRATEGIA DE OPERACIONES:

- Desarrollar de alianzas estratégicas y cooperaciones de empresas a nivel local y nacional.
- Auspiciantes de primera que dan valor y prestigio a nuestros eventos.
- Identificar y visitar los institutos educativos que posiblemente requieran nuestros servicios.
- Equiparnos y dar mantenimiento de los medios tecnológicos modernos y apropiados con los que laboremos.
- Capacitación y perfeccionamiento continuo del personal.
- Mantenernos siempre al día e informados con los atractivos para los eventos.

ALCANCE DE OPERACIÓN:

La carta de presentación de C&C será que Mientras usted y su personal se enfocan en el contenido, nosotros nos convertiremos en su propio departamento de planeación y ejecución de las actividades del desarrollo de su evento.

Coordinamos con personal calificado y competente, la planeación del área de producción, marketing y de patrocinios, elaborando los planos de espacios de la exhibición considerando los detalles de flujo de gente, seguridad, tiempos de montajes y desmontajes, elaboración de folletería, guías y stand de venta.

Dependiendo de la complejidad del evento, personal adicional en la sede puede ser necesitado para lograr un evento exitoso. Revisamos en este aspecto que puede hacer falta y proponemos un adecuado y óptimo uso de recursos humanos (sub coordinadores, voluntarios, personal de apoyo, etc.) que nos permitan cumplir satisfactoriamente la atención y el desarrollo del evento requerido.

OPERACIONES DIARIAS:

Los horarios de atención en nuestra oficina serán de lunes a viernes de 9:00 a 18:00 y el día sábado 9:00 a 13:00. También atenderemos los mails, a través de nuestra página web: www.ccentertainment.com; www.certeros.com

ENERO	Inventario y equipamiento de muebles y enseres.
	Desarrollo de plan de actividades de cada área:
	Producción, Marketing, Comercial y Ventas
FEBRERO	Logística de talento humano. Manuales y contratación de personal que sea necesario
MARZO	Establecimiento de convenios con empresas Asociadas y sponsors.
ABRIL	Marketing: promoción de nuestros paquetes Premium y gold. Distribución de folletería
	Visitas a Colegios y Universidades por sectores Norte y Sur.
MAYO	Visitas y reuniones con directivos de Instituciones presentación directa de nuestros servicios, ventajas de ser nuestros clientes
JUNIO	Creación de cartera de clientes detallando mes a mes , promociones, eventos y novedades
JULIO	mantenimiento de equipos, limpiezas y reparaciones estimaciones, proyecciones y resumen del primer Semestre del año.

**CONTROL OPERACIONAL DE LOS EVENTOS EN C_&_C
ENTERTAINMENT
OLIMPIADAS Y KERMESSE**

PRE – OPERACIONAL

- Presentación de la Empresa C_&_C Entertainment
- Asesoramiento al cliente dependiendo del tipo de montaje que requiera
- Proforma del evento según lo requerido:

Desarrollado el presupuesto de gastos del evento, consideramos diferentes escenarios para explorar las variantes de ingresos que nos permitan tomar decisiones sobre que cuotas, renta de stands, patrocinios y/o contribuciones.

Presentamos una propuesta inicial de resultados, basado en las especificaciones e ingresos del evento, lo revisamos conjuntamente y lo ajustamos basados a sus expectativas. Se podrá definir que factibilidad y viabilidad tiene el evento.

- Contratación Artística
- Contratación de Auspiciantes
- Presentación de un cronograma tentativo para el evento.

OPERACIONAL

- Firma del Contrato
- Logística
- Montaje del Evento
- Elaboración del programa paso a paso
- Presentación y aceptación de los auspiciantes por parte del contratista en este caso las instituciones
- Diseño de medios publicitarios (volantes, afiches, etc.)

- Publicidad del Evento: Publicación de videos a través de internet, mensajería, www.certeros.com, mail masivo y distribución de folletería en centros educativos, locales comerciales.
- Se procederá al montaje de las estructuras metálicas, iluminación y amplificación un día previo al evento.
- Stand de los auspiciantes
- Decoración general del evento

DESARROLLO

- Desarrollo del Cronograma del Evento

POST OPERACIONAL

- Desmontaje estructuras metálicas, iluminación y amplificación
- Entrega de Facturas a las instituciones
- Cobro a los auspiciantes por parte de C_&_C ENTERTAINMENT
- Reporte detallado de los servicios prestados a la respectiva institución:

Registro de las facturaciones, depósitos y pagos que se hagan o tenga conocimiento C &C.
Copia de todas las facturas las tienen C&C y el Comité Organizador para ser revisadas con precisión.

- Elaboración y edición del video

NOTA:

Para los eventos de kermesse incluye: Tómbola, juegos concursos, discotecas, casa embrujada, cárcel del amor.

DETALLE DE SERVICIO A OFRECER

Combo Premium (incluye detalle de costo y pvp)

- Dj 80
- Amplificación (hasta 3000 personas) **250**
- 1 Pantalla Gigante 250 (comprada en inversión inicial)
- 1 Cañón Seguidor 800 (comprada en inversión inicial)
- 1 Laser. 10
- 2 Cámaras de Humo 20
- 2 Reflectores 20
- 1 Luz rítmica grande 10
- 2 Luces rítmicas pequeñas 20
- 2 flash 20
- Hora Loca (integrantes: según lo requerido/ mínimo 4) 20 x integrante
- Mimo robótico 25
- Juegos pirotécnicos (4 tortas de 52 tiros c/u) 180
- Folleteria: 5000 volantes de 150 gr de 15x10cm - 100 Afiches A3 - 1000 entradas enumeradas. 200
- Promoción del evento (envió de e-mail masivos – sms – entrega de volantes en eventos) 100
- Diseño de la volante.
- Publicidad en la página (Banner con movimiento en la página principal)
- Personal de logística 4 personas 25 c/u

COSTO NETO 1115

PVP Valor Base: \$ 1862

Combo Gold (incluye detalle de costo y pvp)

- Dj 80
- Amplificación (más de 3000 personas) **400**
- 1 Pantalla Gigante 80 (comprada en inversión inicial)
- 1 Cañón Seguidor 80 (comprada en inversión inicial)
- 1 Laser. 10
- 2 Cámaras de Humo 20
- 2 Reflectores 20
- 1 Luz rítmica grande 10
- 2 Luces rítmicas pequeñas 20
- 2 flash 20
- Hora Loca (integrantes: según lo requerido/ mínimo 4) 20 x integrante
- Mimo robótico 25
- Juegos pirotécnicos (4 tortas de 52 tiros c/u) 180
- Folletería: 5000 volantes de 150 gr de 15x10cm - 100 Afiches A3 - 1000 entradas enumeradas. 200
- Promoción del evento (envío de e-mail masivos – sms – entrega de volantes en eventos) 100
- Diseño de la volante.
- Publicidad en la página (Banner con movimiento en la página principal)
- Personal de logística 4 personas 25 c/u

COSTO NETO 1265

PVP Valor Base: 2112

Por cuestiones de cálculos proyectados establecemos una media entre los combos, los cuales definirán el costo con el que trabajaremos las proyecciones y el precio de venta a utilizar para los cálculos.

Media en costo de producción entre los 2 combos $1115 + 1265 = 2380 / 2 = 1190$

Media en PVP de los 2 combos $1862 + 2112 = 3974 / 2 = 1987$

- 3.- 1 Consola Soundcraft.
- 4.- Equipo de división de frecuencias, Ecuación Y Compresión.
- 5.- 2 Trípodes con 8 reflectores de colores con flash controlados por un Dimmer.
- 6.- 2 Pantallas Gigantes
- 7.- 1 Proyector

Servicios Adicionales

COSTO

- Carros Tunning \$160
- Presentación de Deportes Extremos: rollers – bikers- skaters \$350
- Break Dance (4 integrantes) \$120
- Presentación de artistas varía dependiendo el artista

PVP

- Grupo de Capoeira Brasileiro (Acrebrasil) \$250
- Carros Tunning \$250
- Presentación de Deportes Extremos: rollers – bikers- skaters \$450
- Break Dance (4 integrantes) \$200
- Presentación de artistas varía dependiendo el artista

Los Combos son sujetos a cambios según los requerimientos del contratista.

PLAN FINANCIERO

INTRODUCCION

La inversión inicial que requiere nuestra empresa es de \$21097, este monto cubre la inversión en activos fijos varios como: una camioneta de segunda mano, muebles de oficina, equipos de computación, equipos para ofrecer el servicio de eventos. Además la inversión inicial cubre gastos necesarios para el emprendimiento del negocio, tales como: asesoría legal, impuestos, permisos, desarrollo de la marca; por otra parte también incluye los costos de operación y gasto operacional y administrativo del primer mes, para poder empezar a generar ingresos que luego se usen para continuar cubriendo los costos y gastos que se generen.

DETALLE DE LA INVERSIÓN

Inversión Inicial: \$21097

- **Compra de activos**

Camioneta Chevrolet luv de 2da mano: \$8000
Pantalla Gigante para proyecciones: 300
Cañón Seguidor de Luz: 800
Muebles de Oficina: 1500
Equipos de Computación: 2000
Adecuaciones de oficina: 1000

- **Costos y Gastos de Iniciación**

Costos Fijos de Producción (1er mes): \$4760
Notaría: \$200
Legalizaciones: \$200
Diseño de Marca: \$50
Asesorías: \$250
Transportes: \$200
Tributos: \$287
Material de Oficina: \$200
Suministros: \$200
Publicidad: \$500
Alquiler: 400
Mantenimiento: \$250

PLAN FINANCIERO

Detalle Proyectado de Operaciones del primer año

VENTAS Y COSTOS	# COMBOS VENDIDOS	COSTOS FIJOS	VENTA NETA	DESCRIPCION DE VTA COMBO
ENERO	4	4760	7948	fiestas graduacion colegio
FEBRERO	5	5950	9935	novatada integracion evento organ
MARZO	5	5950	9935	novatada integracion evento organ
ABRIL	3	3570	5961	evento organ
MAYO	6	7140	11922	evento organ
JUNIO	9	10710	17883	olimpiadas coles even orga
JULIO	12	14280	23844	olimpiadas coles even orga
AGOSTO	6	7140	11922	evento organ
SEPTIEMBRE	11	13090	21857	kermesse olimpiadda
OCTUBRE	14	16660	27818	novatada kermesse olimpiadda fiesta org
NOVIEMBRE	10	11900	19870	evento organ olimpiada baile de gala
DICIEMBRE	8	9520	15896	even organ
TOTAL AÑO	93	110670	184791	
utilidad bruta			74121	

Ventas

Venta mensual	Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Venta Neta Mensual	184.791	7.948	9.935	9.935	5.961	11.922	17.883	23.844	11.922	21.857	27.818	19.870	15.896

Gastos operativos

Gastos generales	Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	PAGO en el MES
Royalties en % s/ventas														
Gastos pago con tarjeta														
Publicidad y promoción	2.452	213	213	213	107	213	213	213	107	213	320	213	213	en el MES
Alquileres	4.800	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	en el MES
Suministros	2.400	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	en el MES
Mantenimiento	3.000	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	en el MES
Material Oficina	2.400	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	en el MES
Tributos	3.445	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	en el MES
Transportes	2.400	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	en el MES
Otros														en el MES
Asesorías	3.000	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	en el MES

Gastos de Personal		Por aquí ▼ mes a mes el número de personas que ocuparán el puesto (no salarios u otros importes)												
Empleo	Salario Mes	%SCE	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Gerente General	300	40.0%	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Directora Comercial	250	40.0%	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Directora de Ventas	250	40.0%	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Jefa de Contabilidad	250	40.0%	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Director de Produccion	250	40.0%	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Gastos de nuevo establecimiento (puesta en marcha del negocio)

Concepto	Importe	Pago
Notaría	200	PREVIO
Legalizaciones	200	PREVIO
Diseño marcas	50	PREVIO

Inversiones

Activos	Importe	Compra	Pago CASH		Amortización
			Nº Pagos	1er pago	
Terrenos, edificios y locales					5
Oficina					
Obras e instalaciones	800				5
Reformas	800	CASH	2	en el MES	
Maquinaria y Utillaje					5
Maquina 1					
Vehículos y elementos transporte	8.000				5
Camioneta	8.000	CASH	4	180 días	
Mobiliario y enseres	1.500				10
Mobiliario oficinas	1.500	CASH	2	en el MES	
Equipos informáticos	2.000				3
Ordenadores	2.000	CASH	2	120 días	
Inmovilizado inmaterial					3
Licencias					

Financiación del proyecto (% de participación)

Socios y Capital	
Mariela Ibarra	20
Kevin López	20
Josue Miranda	20
Stephanie Rivadeneira	20
Yaener Pacheco	20

Proyección de años posteriores

	2010	2011	2012	2013	2014
Variación Ventas		15,00%	12,00%	10,00%	10,00%
Variación Gastos					
Gastos operativos (no personal)	134.587	7,00%	10,00%	10,00%	12,00%
Gastos de personal	21.840	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%

Detalle de porcentajes de obligaciones legales e impuestos

% impuestos	40,00%
IVA a repercutir	12,00%
IVA servicios	12,00%
IVA compras	12,00%
liquidación IVA	MENSUAL
% retención salarial	9,35%
liquidación retenciones	MENSUAL
liquidación Seg. Social	MENSUAL

RESULTADOS

PROYECCION DE VENTAS

Venta mensual	Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Venta Neta Mensual	184.791	7.948	9.935	9.935	5.961	11.922	17.883	23.844	11.922	21.857	27.818	19.870	15.896

DETALLE DE VENTAS

VENTAS Y COSTOS	# COMBOS VENDIDOS	COSTOS FIJOS	VENTA NETA	DESCRIPCION DE VTA COMBO
ENERO	4	4760	7948	fiestas graduacion colegio
FEBRERO	5	5950	9935	novatada integracion evento organ
MARZO	5	5950	9935	novatada integracion evento organ
ABRIL	3	3570	5961	evento organ
MAYO	6	7140	11922	evento organ
JUNIO	9	10710	17883	olimpiadas coles even orga
JULIO	12	14280	23844	olimpiadas coles even orga
AGOSTO	6	7140	11922	evento organ
SEPTIEMBRE	11	13090	21857	kermesse olimpiadda
OCTUBRE	14	16660	27818	novatada kermesse olimpiadda fiesta org
NOVIEMBRE	10	11900	19870	evento organ olimpiada baile de gala
DICIEMBRE	8	9520	15896	even organ
TOTAL AÑO	93	110670	184791	
utilidad bruta			74121	

ESTADO DE RESULTADOS

C&C ENTERTAINMENT			Plan de Negocio - Previsión de Resultados										2010			
INGRESOS			Total	%	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
ventas																
menos venta																
venta neta total			184.791		7.948	9.935	9.935	5.961	11.922	17.883	23.844	11.922	21.857	27.818	19.870	15.896
insolvencias																
ingresos netos por ventas			184.791		7.948	9.935	9.935	5.961	11.922	17.883	23.844	11.922	21.857	27.818	19.870	15.896
GASTOS			Total	%	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
existencias - consumo			110.690	59,9%	4.761	5.951	5.951	3.571	7.141	10.712	14.283	7.141	13.092	16.663	11.902	9.522
iniciales																
compras			110.690	59,9%	4.761	5.951	5.951	3.571	7.141	10.712	14.283	7.141	13.092	16.663	11.902	9.522
finales																
producción/servicio																
variables																
fijos																
personal			21.840	11,8%	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820
comisiones																
producción/servicio																
marketing/ventas																
administración/DG			21.840	11,8%	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820
marketing y vtas			2.452	1,3%	213	213	213	107	213	213	213	107	213	320	213	213
Publicidad y promoción			2.452	1,3%	213	213	213	107	213	213	213	107	213	320	213	213
Otros marketing																
Gastos de ventas																
variables																
generales y administración			21.445	11,6%	1.787	1.787	1.787	1.787	1.787	1.787	1.787	1.787	1.787	1.787	1.787	1.787
Alquileres			4.800	2,6%	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Suministros			2.400	1,3%	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Mantenimiento			3.000	1,6%	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
Material Oficina			2.400	1,3%	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Tributos			3.445	1,9%	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287	287
Transportes			2.400	1,3%	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Otros																
Asesorías			3.000	1,6%	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
Otro (uno)																
Otro (dos)																
Otro (tres)																
total gastos			156.427	84,7%	8.581	9.771	9.771	7.285	10.961	14.532	18.103	10.855	16.912	20.590	15.722	13.342
			Total	%	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
ebidta			28.364	15,3%	633	164	164	-1.324	961	3.351	5.741	1.067	4.945	7.228	4.148	2.554
amortizaciones			2.622	1,4%	218	218	218	218	218	218	218	218	218	218	218	218
resultado operativo			25.743	13,9%	852	-55	-55	-1.542	742	3.133	5.523	848	4.726	7.009	3.929	2.336
Financieros																
ingresos																
gastos																
Excepcionales																
ingresos																
gastos																
RESULTADO			Total	%	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
antes impuestos			25.743	13,9%	-852	-55	-55	-1.542	742	3.133	5.523	848	4.726	7.009	3.929	2.336
impuestos			-10.297	-40,0%	341	22	22	617	-297	-1.253	-2.208	-339	-1.890	-2.804	-1.572	-834
beneficio neto			15.446	8,4%	-511	-33	-33	-925	445	1.880	3.314	509	2.836	4.206	2.358	1.401
					-511	-544	-577	-1.502	-1.057	823	4.136	4.845	7.481	11.687	14.044	15.446

BALANCE GENERAL (PROVISIONAL PROYECTADO A 5 AÑOS)

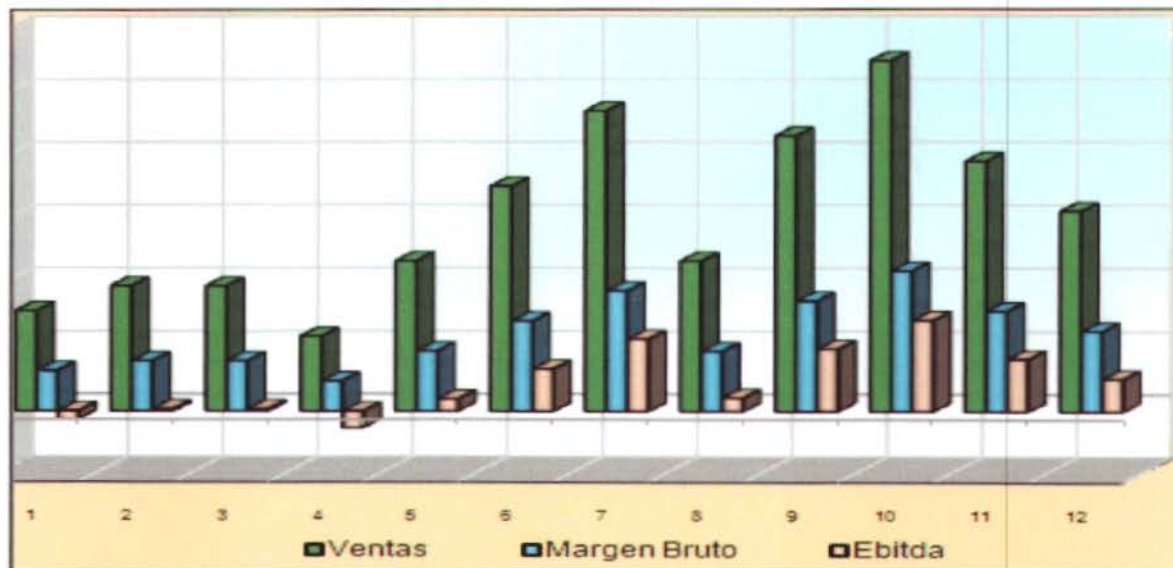
C&C ENTERTAINMENT	Plan de Negocio - Balances previsionales a 5 años				
ACTIVO	2010	2011	2012	2013	2014
No corriente	10.128	7.507	4.885	2.930	975
Inmovilizado intangible	450	450	450	450	450
Inmovilizado material	12.300	12.300	12.300	12.300	12.300
- Amortizaciones	-2.622	-5.243	-7.865	-9.820	-11.775
Depósitos y fianzas					
Corriente	140.888	184.282	229.147	274.860	324.154
Existencias					
Realizable					
Disponibile	140.888	184.282	229.147	274.860	324.154
Total ACTIVO	151.016	191.789	234.032	277.790	325.129
Patrimonio Neto y PASIVO	2010	2011	2012	2013	2014
Patrimonio Neto	15.546	35.346	58.307	84.121	112.263
Fondos propios	15.546	35.346	58.307	84.121	112.263
Capital	100	100	100	100	100
Reservas					
Resultados	15.446	35.246	58.207	84.021	112.163
Subvenciones					
PASIVO	135.471	156.442	175.724	193.668	212.866
No corriente					
Préstamos largo plazo					
Leasings					
Corriente	135.471	156.442	175.724	193.668	212.866
Préstamos a corto plazo					
Proveedores	123.973	142.568	159.677	175.644	193.209
Otras cuentas a pagar	11.498	13.874	16.048	18.024	19.657
Total Patrimonio Neto y Pasivo	151.016	191.789	234.032	277.790	325.129

FLUJO DE CAJA (PROVISIONAL PROYECTADO A 5 AÑOS)

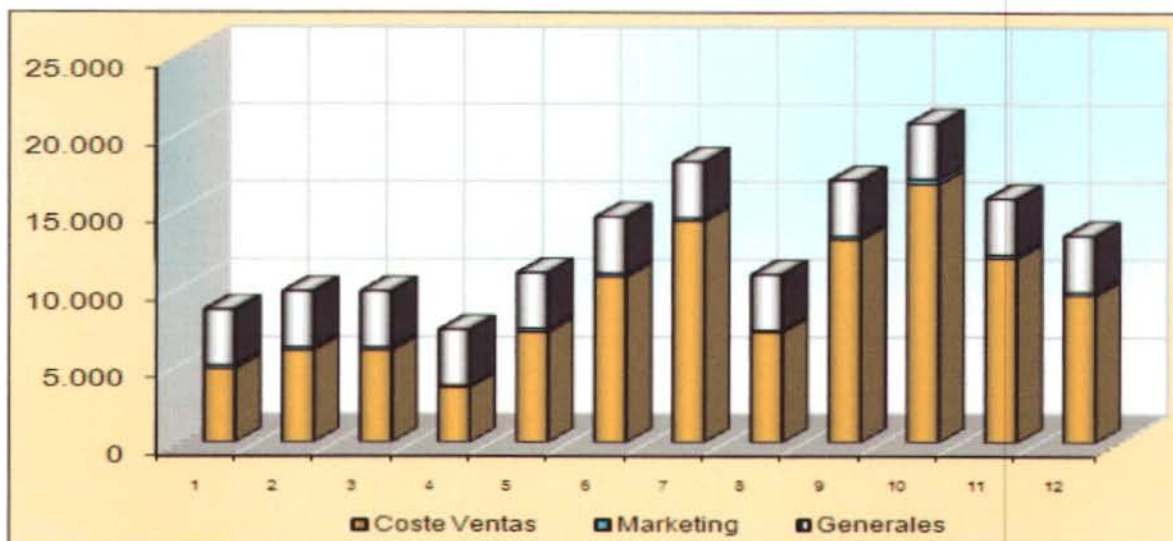
C&C ENTERTAINMENT	Plan de Negocio - Presupuesto de Tesorería a 5 años				
CASH FLOW previsual	2010	2011	2012	2013	2014
Saldo acumulado al inicio		140.888	184.282	229.147	274.860
ingresos operativos	206.966	238.011	266.572	293.229	322.552
otros ingresos	100				
emisión de capital	100				
préstamos					
ingresos financieros					
ingresos extraordinarios					
subvenciones					
otros e iva					
TOTAL COBROS	207.066	238.011	266.572	293.229	322.552
pagos operativos	46.212	174.531	198.147	220.813	243.577
Salarios e incentivos	14.141	15.945	17.540	19.294	21.223
Comisiones					
Compras (material venta)		123.973	142.568	159.877	175.644
Gastos producción/servicio					
Variables de producción/servicio					
Publicidad y promoción	2.746	2.938	3.232	3.555	3.981
Otros gastos de marketing					
Gastos de Ventas					
Variables de Ventas					
Alquileres	5.376	5.752	6.328	6.960	7.796
Suministros	2.688	2.876	3.164	3.480	3.898
Mantenimiento	3.360	3.595	3.955	4.350	4.872
Material Oficina	2.688	2.876	3.164	3.480	3.898
Tributos	3.445	3.686	4.055	4.461	4.996
Transportes	2.688	2.876	3.164	3.480	3.898
Otros					
Asesorías	3.360	3.595	3.955	4.350	4.872
Otro (uno)					
Otro (dos)					
Otro (tres)					
Liquidación costes salariales	5.720	6.418	7.024	7.727	8.499
otros pagos	19.462	20.086	23.560	26.703	29.681
Amortización préstamos (principal)					
Gastos financieros					
Leasings (principal)					
Compra activos	13.776				
Gastos Establecimiento (A)					
Gastos extraordinarios					
Liquidación I.V.A.	4.349	8.159	8.565	9.421	10.300
Liquidación retenciones salariales	1.337	1.629	1.795	1.975	2.172
Impuesto sociedades		10.297	13.200	15.307	17.209
Dividendos					
pagos anteriores (preparación)	504				
TOTAL PAGOS	66.178	194.617	221.708	247.516	273.258

GRÁFICOS DE LOS RESULTADOS

Márgenes de relación entre ventas y utilidad antes de impuestos



Clasificación de gastos

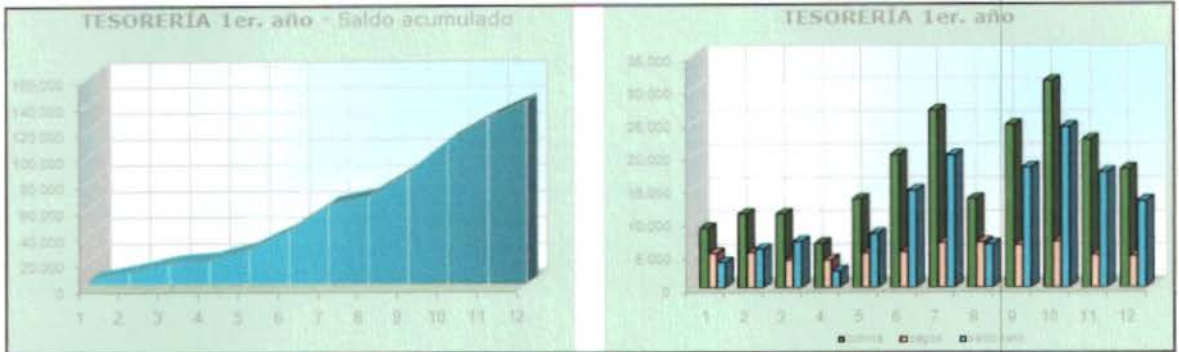


Proyección de Resultados del 1er año.

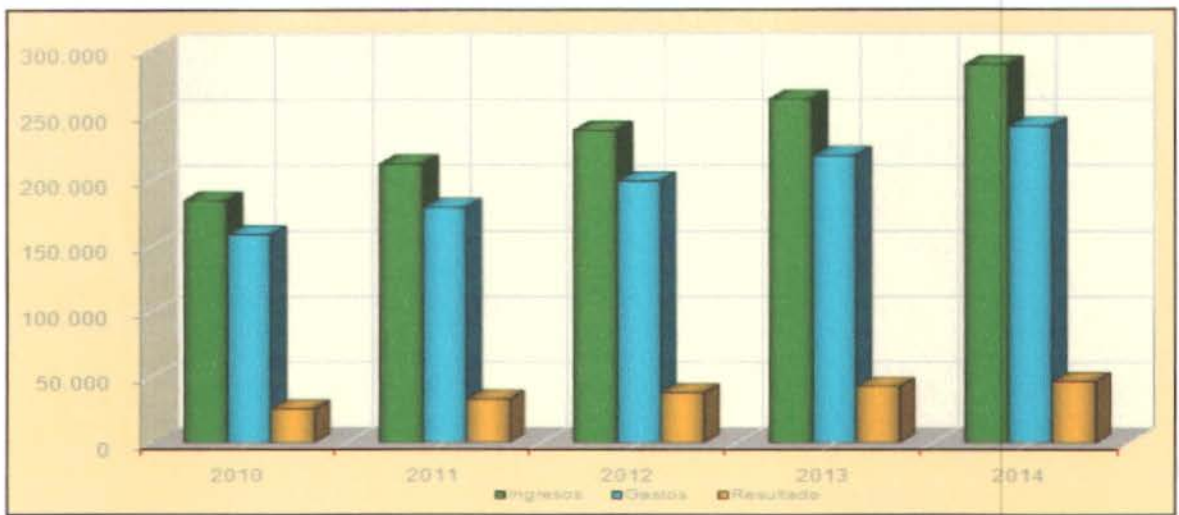


Saldos en Tesorería

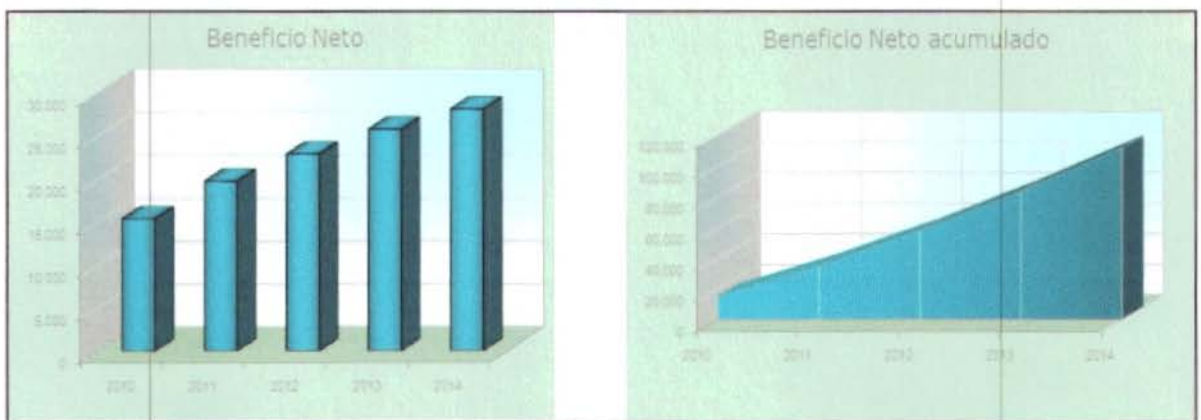




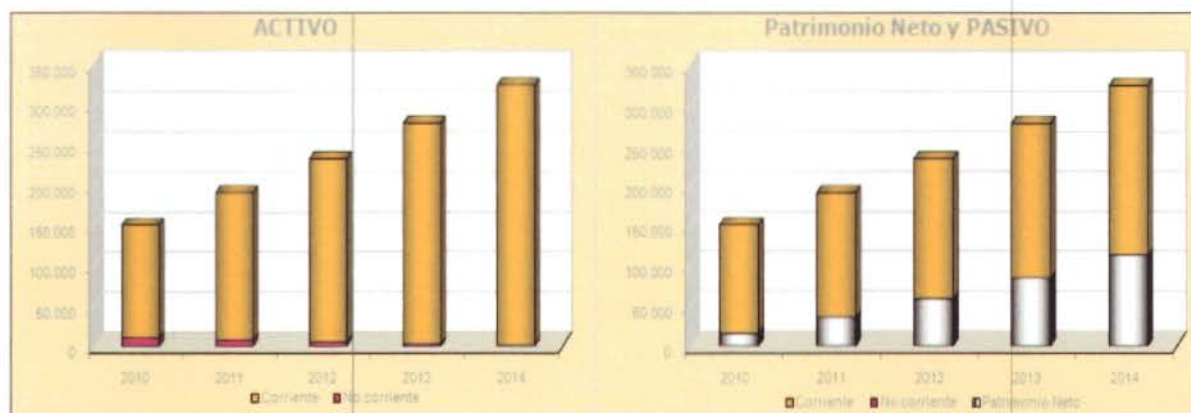
Resultados Proyectados a 5 años



Beneficio Neto / Beneficio Neto Acumulado



Activos / Pasivos / Patrimonio



INDICADORES DE RENTABILIDAD

VAN: 1316.75

IR: 82%

TIR: 90%

RATIOS FINANCIEROS

- Liquidez General: 1,04
- Prueba Acida: 0,22
- Capital de trabajo: 5417,00
- Rotación de Activos Totales: 1,22
- Rotación de Activo Fijo: 18,25
- Cobertura de Gastos Financieros: 1,20
- Rendimiento sobre el patrimonio: 99,36%
- Rendimiento sobre la Inversión: 10,23%
- Utilidad Ventas: 13,93%
- Margen Utilidad Bruta: 40,11%
- Margen de Utilidad Neta: 8,36%

RESUMEN DEL PLAN FINANCIERO

El plan financiero nos presenta resultados positivos:

- La inversión inicial se recupera el 1er trimestre del 2do año de operaciones.
- Los meses de menor volumen de ventas al año son Enero y Abril.
- Los de mayor volumen son Julio, Octubre y Diciembre.
- Las ventas continúan ascendiendo año tras año.
- Se cubren totalmente los costos y gastos, incluso en escenarios que disminuyan parcialmente los ingresos.
- La utilidad neta siempre es mayor con respecto a la del año anterior.

BIBLIOGRAFIA

BACH, ELISENDA Y LOPEZ, DAVID: Enciclopedia Práctica Profesional de Turismo, Hoteles y Restaurantes. Editorial Océano.

MORALES CAICEDO, FRANCISCO: Relacionista Público. Empresa Súper Fiesta y Eventos.

Fuente : <http://www.mailxmail.com/curso-organizacion-eventos/mercado-evento>

Fuente: 1 <http://www.eventosecuador.com/>

CONCLUSION

En conclusión podemos decir que C&C Entertainment es el producto de largas horas de investigación, estudios y creación en busca de una manera distinta de ofrecer un servicio, buscando los puntos en el que las empresas organizadoras de eventos hayan dejado libre dentro de este mercado tan complejo pero sumamente rentable tal como lo hemos demostrado en el reporte financiero de nuestro proyecto.

Ya que una vez que encontramos ese espacio que se encuentra virgen en el mercado, debido a que ninguna empresa ofrece específicamente este servicio de eventos masivos escolares y universitarios, demostramos que fácilmente podemos posesionarnos en el mercado como empresa líder en la organización de estos eventos y así mismo en los pioneros en ofrecerlos.

Por ende podemos concluir que este proyecto se encuentra sumamente GARANTIZADO.

ANEXOS

DETALLES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

ENCUESTA A RECTORES Y AUTORIDADES

Nombre:

Institución:

1) ¿Con que frecuencia realiza usted eventos dentro de su institución?

Una vez al año Dos veces al año Mas de 2 veces al año

2) ¿Qué tipo de eventos realiza?

Kermesse Novatadas Bailes de Galas

Olimpiadas Otros _____

3) ¿Qué tipo de atractivos implementa en sus eventos?

Hora loca Conciertos Desfiles Animación

Otros _____

4) ¿Quién organiza estos eventos en su institución?

Comité padres de familia

Directivos institución

Consejo estudiantil

Otros _____

5) ¿Se siente satisfecho con el resultado obtenido en los eventos realizados?

6) SI NO

Porque _____

7) Cuenta su institución con un presupuesto establecido para la realización de eventos

SI NO

Porque _____

8) Estaría dispuesto a contratar los servicios de una empresa especializada en producción y realización de eventos.

SI NO

Porque _____

CURRICULUM VITAE



JOSUÉ BOLÍVAR MIRANDA IDROVO

EXPERENCIA LABORAL

Hotel CityPlaza
Recepcionista (actual)

Pagina Web Certeros.com
Creativo - Diseño (4 años)

Universal Studios (Orlando-Fl.)
Greeter - Guest Service (3 meses)

Hotel Royal Plaza (Orlando-Fl.)
Server - Host (3 meses)

Resort Sheraton Vistana (Orlando-Fl.)
Houseman (3 meses)

PRÁCTICAS / PASANTÍAS

I Feria Gastronómica (Museo P. Norton)
Expositor

Bongo Bar (Galápagos)
Bartender (3 meses)

FITE 2006
Tourist info

Casa Abierta Universidad Católica
Guía

ESTUDIOS REALIZADOS

Instrucción Superior:
Universidad Católica de Guayaquil
Facultad de Especialidades Empresariales
Hotelería y Turismo (Egresado)

Instrucción Secundaria:
Academia Naval Almirante Illingworth
Título Obtenido: Bachiller Físico- Matemático

Otros Estudios / Cursos:

Utilitarios Windows
Academia de Lenguas Benedict
Graduado
Diseño y Edición de Imágenes, Audio y Video
Adobe CS
Dirección de Aviación Civil
Seminario de Guías de Sala de Aeropuerto

DATOS PERSONALES

Nombre: Josué Bolívar Miranda Idrovo
Nacionalidad: ecuatoriano
Fecha de nacimiento: Guayaquil, 15 de Agosto de 1987
Edad: 22 años
C.I. #: 091887159-1
Estado Civil: Soltero
Domicilio: Florida Norte Manzana. 114 Villa. 7
Teléfono: 042-258511 - 086186213

REFERENCIAS PERSONALES

Especificaciones:
Ing. José Bolaños Escandón
ECUABARNICES S.A.
Gerente
Teléfono: 042-2267520 (oficina)

Especificaciones:
Cap. Carlos Moncayo
E.T.I.C.A
Director de Flota
Teléfono: 042-284666 (oficina)

Especificaciones:
Ing. Yaener Pacheco
Pagina Web Certeros.com
Presidente
Teléfono: 093326909

STEPHANIE GRACIELA RIVADENEIRA APOLO

Urb. Belo Horizonte Mz.3 villa 6 vía a la costa

Telf. 6011062 - 093500687

Guayaquil – Ecuador



INFORMACION PERSONAL

- **Cédula de Identidad** 092516499-8
- **Estado Civil** Soltera
- **Nacionalidad** Ecuatoriana
- **Edad** 23 años
- **Fecha de nacimiento** 22 de junio de 1986

ESTUDIOS

Superior: Universidad Católica Santiago de Guayaquil

- Facultad de Especialidades Empresariales
- Ingeniería en Adm. de Empresas Turísticas y Hotelera
- Egresada

Secundaria: Academia Naval Almirante Illingworth

- **Título:** Contador Bachiller en Comercio y Administración
Especialización Informática.

Primaria: Escuela Particular “ María Luque de Rodhe”

EXPERIENCIA LABORAL

- **CAMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL**
Función: Encargada del Punto de Información Feria Durán
2009
Ing. Mónica Rumba
Jefa Departamento de Eventos
- **VACATION VILLAGE FL/EEUU**
Tiempo: 2 meses (Marzo- Abril 2007)
Función: Atención al Huésped
Telf. 001- 407 396 9086 Ext.5757
Jefe: Miguel Candelario.
- **SUPERFIESTA Y EVENTOS**
Cargo: Oficinista
Tiempo: Junio/Diciembre 2006
Función: Recepción de pedidos, facturación y cobranzas
Jefe: Ing. Com. Diana Apolo Granda
Telf. 042-254 830 celular: 093

PASANTÍAS

- **CAMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL**
Función: Pasantías (2009/mayo-junio)
Ing. Mónica Rumbea
Jefa Departamento de Eventos
- **HOTEL ORO VERDE DE GUAYAQUIL**
Función: Pasantías (2006/1 mes)
Sra. Maria Lourdes Montes
Jefe Dep. Ama de Llaves
Telf. 2-327999

LABORES REALIZADOS

- Organización de Viajes y Guianza Ruta del Sol.
- Participación y organización en ferias de turismo de UCSG.
- Participación y organización en Feria Internacional de Turismo en Ecuador (FITTE 2006-2008)
- Participación en Ferias Gastronómicas en GYE.
- Protocolo en diferentes eventos realizados por el Municipio de GYE.
- Seminarios realizados en base a la Industria Aérea y Hotelera.

CONOCIMIENTOS GENERALES

- Manejo de Programas Utilitarios: Word, Excel, Power Point.
- Manejo de Programa de Reservación Aérea
- Manejo de Programa de Reservación Hotelera
- Manejo de Idioma Ingles: COPEI(Nivel intermedio)
- Manejo de Idioma Ingles: UCSG (Actualmente cursando)

REFERENCIAS PERSONALES

Sra. Olga Bonnard de Cortéz
Gerente General de Ecuair S.A.
Telf. 2- 872 550 ext. 105

C-P-A- Isabel Wong Guerrero
Contralor ECUAIRE
Telf. 2- 872 550 ext. 120

Econ. Carlos Nieto Quelal
Auditor Senior
Teléfono: 2 560-400 ext. 313

CURRICULUM VITAE

Nombres: Kevin
Apellidos: López Pérez
Edad: 22 años
Cédula: 0925237018
Estado civil: Soltero
Nacionalidad: Ecuatoriano
Dirección del domicilio: Villa club ciudadela cosmos MZ 15 V22
Teléfono: 088639169- 2164452
E- mail: kevin_lopez87@hotmail.es



ESTUDIOS RELIZADOS:

Educación Primaria: Liceo Naval, Internacional School
Educación Secundaria: Cristóbal Colón
Especialización: Ciencias Sociales
Educación Superior: Universidad Católica Santiago de Guayaquil
Facultad Empresariales
Carrera Hotelería y Turismo (Egresado)

CURSOS REALIZADOS:

- Curso de Ingles
 - CEN DECIMO NIVEL
- Curso de Bartender
 - (Flair Bartender School)

EXPERIENCIA LABORAL

- Relacionista público de Certeros.com
- Relacionista y accionista de la compañía EL SOL S.A (bar congreso de cocteles)
- Organizador de eventos y seminarios
- Valet parking in bath club (Miami-E.E.U.U)
- Gerente de bar de vaiper room
- FITE (RECINTO)
- SUBSECRETARIA DE TURISMO (promocion)
- Recepcionista del hotel Rizzo

REFERENCIAS PERSONALES

- DR. JOSE VICENTE DEL POZO VELARDE
TLF. 2284497
- ECON. LUIS FERNANDO HIDALGO PROAÑO
TLF. 099400983

OTROS DATOS DE INTERES

Presidente de la Asociación de estudiantes
Facultad Empresariales U.C.S.G

Protesorero de la federación de estudiantes
U.C.S.G

Carnet de conducir Vehículo propio
Disponibilidad para viajar

YAENER WILSON PACHECO SALAZAR

Orquídeas Mz. 63 V. 11

042-895231

ypacheco_salazar@hotmail.com

1. Información Académica

1.1 Educación Superior

- Universidad Católica Santiago de Guayaquil.
Título a obtener: Ingeniero en Administración Turísticas y Hoteleras.

1.2 Educación Secundaria

- Colegio San José La Sallé.

1.3 Educación Primaria

- Escuela Rebeca Rodríguez Carbo.

2. Experiencia Laboral

- Pagina Web www.certeros.com 2005 – 2009
Gerente General
- Discoteca Vaiper 2007
Relacionista Público

3. Practicas Laborables

Pro-Tesorero de la Asociación de Estudiantes Especialidades Empresariales de la U.C.S.G. 2007

Organizador del Unión Open Class 2007 con más de 1000 personas.

Organizador del Primero, Segundo, Tercer y Cuarto Aniversario de la Pagina Web www.certeros.com

Organizador de las Olimpiadas de la Facultad de Especialidades Empresariales de la U.C.S.G

Organizador de las Novatadas de la Facultad de Especialidades Empresariales de la U.C.S.G

Organizador del Olimpiadas del Colegio Sagrados Corazones 2007.

Organizador del Festival Open Class 2

Pasantías Feria Internacional del Turismo en Ecuador (FITE) 2005-2006-2007

Protocolo en la Miss Iberoamericana.

Protocolo de la Casa abierta de la U.C.S.G 2006 y 2007

4. Cursos y Seminarios Realizados

Programación Neurolingüística para el desarrollo profesional.
1ra. Jornada de Desarrollo del Liderazgo Universitario.
Marketing Moderno.
Manejo de las Relaciones con el Cliente.
Actitud Laboral Positiva – Cámara de Comercio de Guayaquil IDEPRO
Hacia dónde va el TLC, en los negocios.

5. Información Personal

Nacionalidad : ecuatoriano
Estado Civil : soltero
C.I. : 8
Fecha de Nacimiento : 07 de Julio de 10987
Lugar de Nacimiento : Guayaquil

6. Idiomas

Ingles: Básico
Francés: 1er Nivel en la Alianza Francesa

7. Referencias

- Señor José Luis Cobo
Discoteca Attica
Relacionista Público
Contacto: 094438186
- Señora Delia Cobos
Licor Cristal
Jefa de Mercadeo
Contacto: 093648005
- Señor Max Palomeque
Viper Room – Cuenca
Propietario
Contacto: 098090060