



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

TEMA:

Análisis de las preferencias en la contratación del servicio de eventos en tiempos de COVID-19 en la ciudad de Guayaquil

AUTOR:

Borja Aviles, María de los Ángeles

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

TUTOR:

Ing. Fabiola Alexandra Murillo Paladines, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

Guayaquil, a los 16 días del mes de septiembre del año 2021



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Borja Aviles María de los Ángeles**, como requerimiento para la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

TUTOR (A)

Ing. Fabiola Alexandra Murillo Paladines, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, a los 16 días del mes de septiembre del año 2021



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Borja Aviles María de los Ángeles**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Análisis de las preferencias en la contratación del servicio de eventos en tiempos de COVID-19 en la ciudad de Guayaquil** previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, ha sido desarrollado respetando los derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 16 días del mes de septiembre del 2021

LA AUTORA

Borja Aviles María de los Ángeles Borja



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Borja Aviles María de los Ángeles**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Análisis de las preferencias en la contratación del servicio de eventos en tiempos de COVID-19 en la ciudad de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 16 días del mes de septiembre del año 2021

LA AUTORA

Borja Aviles María de los Ángeles Borja



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Análisis de las preferencias en la contratación del servicio de eventos en tiempos de COVID-19 en la ciudad de Guayaquil**, presentado por la estudiante **Borja Aviles María de los Ángeles**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (2%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

URKUND

Documento [Borja 11.docx](#) (D111779038)

Presentado 2021-08-28 13:21 (-05:00)

Presentado por fabiola.murillo@cu.ucsg.edu.ec

Recibido fabiola.murillo.ucsg@analysis.orkund.com

Mensaje TT Borja Aviles Maria de los Angeles [Mostrar el mensaje completo](#)

2% de estas 61 páginas, se componen de texto presente en 11 fuentes.

Alexandra Murillo

**Ing. Fabiola Alexandra Murillo Paladines, Mgs.
TUTOR**

Agradecimiento

Primero agradezco a la vida, por darme la oportunidad de culminar una etapa más y permitirme empezar otra.

Gracias por sorprenderme todos los días y demostrarme que no existe nada que no pueda lograr.

Mi agradecimiento especial a mi tutora la Ing. Fabiola Murillo por su ayuda en la elaboración de este trabajo, gracias por acompañarme en este tiempo y por toda su paciencia. Usted también es parte de mi logro.

María de los Ángeles Borja

Dedicatoria

Dedico este trabajo al amor de mi vida; mi mamá.

Gracias por toda la felicidad con la que llenas mi alma.
Mi mayor ejemplo de dedicación y bondad para la mujer que aspiro ser.
Nunca voy a terminar de agradecerte por enseñarme a confiar en mí.

Todos mis logros son gracias a ti.

María de los Ángeles Borja



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Ing. Fabiola Alexandra Murillo Paladines, Mgs.
TUTOR

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.
DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

Ing. Gerson Sopó Montero, Mgs.
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

Ec. Luis Albán Alaña, Mgs.
OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y EMPRESARIALES
CARRERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

Calificación

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
Borja Aviles María de los Ángeles	

Ing. Fabiola Alexandra Murillo Paladines, Mgs.

TUTOR

Índice General

Resumen	XVIII
Abstract	XIX
Introducción	2
Antecedentes	3
Planteamiento del problema	5
Árbol del problema.....	7
Formulación interrogativa del problema	8
Objetivos de la investigación:	8
Objetivo general	8
Objetivos específicos.....	8
Justificación.....	8
Capítulo I: Fundamentación Teórica.....	10
1.1. Marco Conceptual	10
1.2. Marco teórico	13
1.2.1. Ciclo de Deming.....	13
1.2.2. La Pirámide de Maslow	15
1.2.3. Teoría del Consumidor	16
1.2.4. Análisis PEST.....	17
1.3. Marco referencial	18
1.3.1. La industria de reuniones: un futuro de eventos ‘híbridos’ y nuevos protocolos de sanidad	18
1.3.2. Principales retos y alternativas para la industria de eventos después del COVID	19
1.3.3. ‘Hacia la nueva industria de reuniones’ estudio muestra resultados positivos	20
1.3.4. 2021, Tendencias en el sector de los eventos	21

1.3.5. Plan estratégico para una empresa organizadora de bodas post COVID-19.....	21
1.4. Marco Legal	22
1.4.1. Constitución de la República del Ecuador	22
1.4.2. Ley de Turismo	22
1.4.3. Resolución del Comité de Operaciones de Emergencia Nacional (COE Nacional)	23
1.4.4. Protocolo General de Bioseguridad para la Industria de reuniones y su cadena de valor, al momento de su reapertura, en el contexto de la emergencia sanitaria por COVID-19 (2020)	24
1.4.5. COE Cantonal.....	27
Capítulo II: Metodología de la Investigación.....	28
2.1 Tipo de investigación	28
2.2 Enfoque de la investigación	28
2.3 Técnicas de recolección de datos	29
2.3.1 Entrevista.....	29
2.3.2 Encuesta.....	30
2.4 Alcance.....	30
2.5 Población.....	30
2.6 Muestra.....	31
2.7 Técnicas de muestreo	31
2.8 Resultados de la investigación de campo.....	32
2.8.1 Resultados de las encuestas a clientes de eventos sociales de la ciudad de Guayaquil	32
2.8.2 Resultados de las entrevistas a organizadoras de eventos sociales de la ciudad de Guayaquil.....	42
2.8.3 Resultados de las entrevistas a clientes de eventos sociales de la ciudad de Guayaquil	44
2.9. Análisis y conclusiones	45

Capítulo III: Situación Actual del Mercado	47
3.1 Hoteles en Guayaquil	47
3.1.1 Wyndham Hotel Guayaquil.....	47
3.1.2 Radisson Hotel Guayaquil.....	54
3.1.3 Iguanazú Bed & Breakfast	57
3.2 Empresas Organizadoras de eventos sociales en Guayaquil.....	61
3.2.1 Produeventos	61
3.2.2 Magnolia Eventos & Shop	67
3.2.3 Menta Eventos.....	69
3.3. Aplicación de teorías de investigación.....	73
3.3.1. Análisis PEST	74
Capítulo IV: Elaboración de un plan estratégico para mejorar la oferta del servicio de eventos sociales en la ciudad de Guayaquil.....	78
4.1. Objetivos	78
4.2. Estrategias	79
Conclusiones	86
Recomendaciones.....	88
Referencias bibliográficas	89
Apéndices	95

Índice de Tablas

<i>Tabla 1:</i> Semáforo de categorizaciones	12
<i>Tabla 2</i> Género de los clientes encuestados.....	32
<i>Tabla 3</i> Edades de los encuestados	33
<i>Tabla 4</i> Tipo de evento social realizado por los encuestados	34
<i>Tabla 5</i> Contratación de empresa organizadora de eventos sociales para la realización del evento.....	35
<i>Tabla 6</i> Modificaciones en el evento	36
<i>Tabla 7</i> Cambios realizados en el evento.....	37
<i>Tabla 8</i> Motivación de los cambios realizados	38
<i>Tabla 9</i> Cantidad de invitados.....	39
<i>Tabla 10</i> Clasificación de factores para decidir realizar el evento social según su importancia	40
<i>Tabla 11:</i> Servicios de eventos sociales ofertados en los hoteles analizados de la ciudad de Guayaquil en tiempos de COVID-19.....	60
<i>Tabla 12:</i> Paquetes ofertados por las empresas organizadoras de eventos sociales analizadas de la ciudad de Guayaquil en tiempos de COVID-19.....	72

Índice de Figuras

<i>Figura 1:</i> Árbol del problema	7
<i>Figura 2:</i> Ciclo de Deming.	14
<i>Figura 3:</i> Pirámide de Maslow.....	16
<i>Figura 4:</i> Género de los clientes encuestados.....	33
<i>Figura 5:</i> Edades de los clientes encuestados	34
<i>Figura 6:</i> Tipo de evento social realizado por los clientes encuestados	35
<i>Figura 7:</i> Contratación de empresa organizadora de eventos sociales para realización del evento	36
<i>Figura 8:</i> Modificaciones en el evento	37
<i>Figura 9:</i> Cambios realizados en el evento	38
<i>Figura 10:</i> Motivaciones de los cambios realizados.....	39
<i>Figura 11:</i> Cantidad de invitados.....	40
<i>Figura 12:</i> Clasificación de factores para decidir realizar el evento social según su importancia	41
<i>Figura 13:</i> Listado de empresas a las que pertenecen las organizadoras de eventos entrevistadas	42
<i>Figura 14:</i> Capacidad de Salas de Wyndham Hotel Guayaquil.....	47
<i>Figura 15:</i> Capacidad de Salones de Wyndham Hotel Guayaquil	48
<i>Figura 16:</i> Salón Manuel Rendón, montaje tipo Banquete.....	48
<i>Figura 17:</i> Salón Manuel Rendón, montaje de mesa de dulces para Boda....	49
<i>Figura 18:</i> Sala Las Peñas, montaje tipo Banquete.	49
<i>Figura 19:</i> Precio de los salones	54
<i>Figura 20:</i> Terraza El Mangle, montaje tipo Banquete.	54
<i>Figura 21:</i> Vista aérea del Hotel Iguazú Bed & Breakfast.	57
<i>Figura 22:</i> Patio con Vista Panorámica.	58
<i>Figura 23:</i> Precios de servicios de Eventos.	59
<i>Figura 24:</i> Montaje para Boda en Hotel Hilton Colón.	61
<i>Figura 25:</i> Mesa Imperial, matrimonio Civil en Ciudadela Privada.	62
<i>Figura 26:</i> Baby Shower, temática Safari.....	67
<i>Figura 27:</i> Brunch Navideño.	68
<i>Figura 28:</i> Mesa para cumpleaños, temática Granja	68

<i>Figura 29: Montaje para boda en Hotel del Parque.....</i>	<i>69</i>
<i>Figura 30: Empresas creadas en el año 2020.....</i>	<i>75</i>

Índice de Apéndices

Apéndice A: Formato de encuesta para clientes que realizaron un evento social durante la actual pandemia del COVID-19	95
Apéndice B: Entrevista a organizadoras de eventos sociales de la ciudad de Guayaquil	98
Apéndice C: Entrevista a organizadoras de eventos sociales de la ciudad de Guayaquil	101
Apéndice D: Entrevista a organizadoras de eventos sociales de la ciudad de Guayaquil	103
Apéndice E: Entrevista a organizadoras de eventos sociales de la ciudad de Guayaquil	106
Apéndice F: Entrevista a organizadoras de eventos sociales de la ciudad de Guayaquil	109
Apéndice G: Entrevista a clientes que ya realizaron eventos sociales durante la actual pandemia de COVID-19	111
Apéndice H: Entrevista a clientes que ya realizaron eventos sociales durante la actual pandemia de COVID-19	113
Apéndice I: Entrevista a clientes que ya realizaron eventos sociales durante la actual pandemia de COVID-19	116
Apéndice J: Entrevista a clientes que ya realizaron eventos sociales durante la actual pandemia de COVID-19	118
Apéndice K: Entrevista a clientes que ya realizaron eventos sociales durante la actual pandemia de COVID-19	120
Apéndice L: Grand Collection Wedding Package	122
Apéndice M: “I do” Wedding Package.....	123
Apéndice N: Dream Wedding Package.....	124
Apéndice O: Sky Blue Wedding Package.....	125
Apéndice P: Paquete de Bodas White	126
Apéndice Q: Paquete de Bodas Pearl:.....	127
Apéndice R: Paquete de Bodas Ivory	128
Apéndice S: Servicios ofertados por el Hotel Iguanazú Bed & Breakfast.....	129
Apéndice T: Paquete básico 24 servicios.....	130

Apéndice U: Paquete Bronce 31 servicios	131
Apéndice V: Paquete Plata 31 servicios.....	132
Apéndice W: Paquete Oro 38 servicios	133
Apéndice X: Paquete clásico Elegante.....	134
Apéndice Y: Paquete clásico Elegante Premium	135

Resumen

En el presente trabajo de titulación se realizó un análisis del actual mercado de eventos sociales de la ciudad de Guayaquil, con el propósito diseñar un plan de estrategias basado en las preferencias actuales de los clientes que sirva para la reactivación económica de la industria de eventos sociales que se ha visto tan golpeada por las consecuencias de la pandemia del COVID-19. El trabajo presenta una exhaustiva investigación sobre los servicios que ofrecen las empresas organizadoras de eventos en la ciudad, con sus respectivos precios. Estas empresas incluyen hoteles que prestan el servicio de eventos y empresas dedicadas a la organización de eventos sociales. Luego se procedió a la búsqueda de técnicas de recolección de datos que encajen con la muestra establecida. Entre las herramientas de recolección se encuentran encuestas y entrevistas, mismas que fueron aplicadas a diferentes organizadoras de eventos sociales y sobre todo a clientes que ya hayan realizado un evento social durante el periodo 2020-2021. La información recopilada sirvió como guía para definir cuáles son los nuevos factores que el cliente de eventos sociales considera de suma importancia al momento de decidir la contratación de estos servicios. Sumado a esto, se hizo un análisis del entorno a través de la herramienta PEST, con el objetivo de tener un amplio panorama de la situación que rodea al mercado de eventos sociales antes de diseñar el plan objetivo. Finalmente, con toda la información obtenida se estableció una serie de estrategias que contempla distintos ámbitos de acción, con el fin de cumplir con los objetivos establecidos.

Palabras Clave: *Eventos sociales, covid-19, bioseguridad, reactivación económica, estrategias, aforo.*

Abstract

Throughout the development of this project, an analysis of the current situation of the social events market in Guayaquil city was carried out. The main purpose was to design a plan with numerous strategies based on the preferences of the clients nowadays. This plan will speed up the economic reactivation of the social events industry in the city that due to its essence, is one of the worst affected by the consequences of the COVID-19 pandemic. First, it starts with a market investigation in the city. The gathered results involve information about the main social event planning companies in the city, alongside main offered services and prices. These companies include hotels that provides event planning as one of its offered services and companies whose activities mostly consist in social event's planning. The next phase consists on data research. Among the collection tools are surveys and interviews, which were applied to the previous identified sample defined by social event's planners in Guayaquil and clients who have already held a social venue during the 2020-2021 period in the city. The outcome served as a guide to define the factors with utmost importance by those who decide to hire social event planning services during the pandemic. Besides, an analysis of the external factors was made through the PEST tool in order to have a complete overview of the situation surrounding the social event planning industry reality before designing the strategy plan. As a result, the strategy plan was designed with actions that involves different areas, in order to accomplish the established purposes.

Keywords: *Social events, covid-19, biosecurity, economic reactivation, strategies, capacity.*

Introducción

El turismo es considerado como sector básico y estratégico para el desarrollo de la economía en todos los países del mundo, ya que contribuye de forma importante al mejoramiento en el ingreso de divisas, disminución del déficit fiscal y lo primordial, a generar empleos que incluyan a los demás sectores productivos de un país. La Organización Mundial del Turismo señala que el turismo crea interrelaciones económicas, ya que sus actividades no solo impactan a su propio sector, sino que también influyen en los resultados de otros sectores, la calidad de vida de los habitantes y su desarrollo social.

La OMT ha catalogado a la Industria de Reuniones como un segmento de suma importancia dentro del turismo, tanto para la economía de los lugares en donde se desarrollan, por el elevado nivel de gastos que éstos generan, como para reducir la estacionalidad de los destinos, ya que los eventos se pueden realizar en cualquier época del año y no solo en temporadas altas.

La industria de reuniones, incentivos, conferencias y eventos (MICE) tiene un incremento sostenido que evidencia la importancia que tiene este sector para la economía. Normalmente, se asocia el turismo a viajes por placer. Pero el turismo MICE es una de las principales fuentes de desarrollo del sector de servicios. Este segmento está relacionado directamente con el desarrollo de industrias y sectores clave, y con el aporte en la oferta turística de un lugar como recurso para potenciar su crecimiento (García R. , 2020).

(OMT, 2005), afirma que un evento es todo suceso previamente organizado que reúne a cierta cantidad de personas en tiempo y lugar preestablecidos, que desarrollarán y compartirán una serie de acciones con el objetivo común de llevar a cabo una actividad concreta, que puede o no ser con propósitos económicos. Pueden abarcar cualquier área social, artística, deportiva y los mismos pueden presentarse como seminarios, talleres, conferencias, inauguraciones, exposiciones, entre otros.

Según el Ministerio de Turismo, en el año 2018 el turismo fue la tercera fuente de ingresos no petrolera más importante que aportó aproximadamente al 5.5% del PIB nacional demostrando la importancia del sector para la economía de Ecuador. (MINTUR, 2019). Una publicación realizada por el Internacional Congress and Convention Association (ICCA) sobre el ranking mundial de reuniones, señala que, en el año 2018, el país ocupó el puesto número 50 con un total de 57 eventos realizados,

subiendo 6 puestos y posicionándose de mejor manera como un destino para la industria de congresos y convenciones. (ICCA, International Congress and Convention Association, 2018)

A nivel nacional, la ciudad de Guayaquil ha sido reconocida a nivel internacional como un destino de eventos y reuniones por el programa de premios más prestigiosos de la industria del turismo; los World Travel Awards (WTA). Guayaquil fue galardonada como Ciudad Destino Líder de Sudamérica 2020 (South America's Leading City Destination 2020) y Destino Líder de Sudamérica para Reuniones y Conferencias 2020 (South America's Leading Meetings and Conference Destination 2020). La alcaldesa de Guayaquil, Cynthia Viteri, dijo que recibe con orgullo el premio de Ciudad Destino Líder de Sudamérica 2020 "sobre todo después de haber pasado una tragedia y seguir luchando contra la misma, que golpeó a muchas ciudades en el mundo". (Universo, 2020).

Si hay un sector al que el distanciamiento social afecta directamente en su esencia de negocio, es el de la organización de eventos. En un artículo estadounidense se confirmó que el coronavirus ha ocasionado un gran impacto social en el ámbito de la organización de los eventos sociales y aún no está muy claro cómo se van a retomar las actividades después de los confinamientos aplicando las medidas de distanciamiento social. (Ludvigsen, 2020)

Frente a esta situación, el presente trabajo de titulación tiene como objetivo principal investigar cuáles son los factores que influyen en las personas de la ciudad de Guayaquil, al momento de decidir contratar una empresa organizadora de eventos y banquetes durante el tiempo de una pandemia. Para recopilar dicha información, se busca realizar una investigación de mercado para determinar cuáles son los servicios y paquetes que ofertan estas empresas. Como resultado, se elaborará un plan de estrategias que incluya los requerimientos de los clientes en estos tiempos, direccionado a mejorar la oferta del servicio de eventos y banquetes en la ciudad de Guayaquil y aportar a la reactivación económica de esta industria.

Antecedentes

En los últimos años se ha evidenciado que la existencia de empresas organizadoras de eventos sociales va tomando cada vez más fuerzas. Sin embargo, la crisis económica y sanitaria que atraviesa el mundo ha causado el estancamiento de este sector productivo.

A finales del 2019 se conoce sobre el primer caso de infección respiratoria provocado por una nueva cepa de coronavirus: **SARS-CoV-2**. Para marzo de 2020 la Organización Mundial de la Salud (OMS) declara estado de pandemia mundial con casos confirmados en casi todos los países del mundo y nombra a la enfermedad como "COVID-19" (OMS, Organización Mundial de la Salud, 2020). Frente a esto, muchos países crearon planes con medidas de contingencia para frenar la propagación del virus. Cuarentenas obligatorias acompañadas de toques de queda, con el fin de promover a que las personas no salgan de sus hogares más que para actividades estrictamente necesarias, para poder reducir el contacto y evitar las aglomeraciones.

Durante el 2020 la industria del turismo paralizó por completo sus actividades, pues la mayoría de los países se vieron en la obligación de cerrar sus fronteras y por ende muchas aerolíneas suspendieron sus vuelos comerciales. Nadie viajaba por turismo, sino más bien solo operaban aerolíneas con vuelos humanitarios para que las personas que estaban fuera de sus países de origen antes del cierre de fronteras, puedan regresar.

Gradualmente y conforme se conocía más sobre el comportamiento del coronavirus, las autoridades reglamentaron acciones específicas de bioseguridad y seguridad sanitaria para poder reanudar las actividades cotidianas, con el propósito de poder orientar a los profesionales y servicios de sanidad en el momento de retomar sus operaciones. Los protocolos de bioseguridad fueron elaborados por el Ministerio de Salud y Protección Social, al mismo tiempo en el que se trabaja para encontrar una cura al virus del COVID-19. Actualmente, la nueva normalidad del 2021 se enfoca en respetar los lineamientos sanitarios, ya que simplemente para no infectarse hay que cuidarse. Un regreso bajo un panorama que refuerza el lavado frecuente de manos, el uso de gel antiséptico, el distanciamiento físico y el uso obligatorio de mascarilla.

Durante los meses desde marzo hasta septiembre se cancelaron 52.5% de reuniones programadas para ese periodo. (ICCA, International Congress and Convention Association, 2021). Actualmente, se cree que la industria MICE supone un elemento clave para reactivar el turismo después de la pandemia. El turismo de ocio aún se ve gravemente afectado por las restricciones de movilidad vigentes, por lo que se necesitará avivar el turismo MICE. Se conoce que el turista de negocios genera el doble de impacto económico que un turista de ocio. El consumo de servicios durante su estancia implica pasar por toda la cadena del sector productivo del cual depende la organización de eventos; transporte, servicios de restauración, hoteles, alquiler de

carros, entre otros. Por lo tanto, el sector se convierte en un elemento vital para lograr una pronta recuperación, así como una herramienta activa de transición y renovación entre la crisis y la reactivación económica que los gobiernos pueden utilizar de inmediato como respuesta a la situación actual.

Mientras el foco del gobierno nacional en conjunto con el Centro de Operaciones de Emergencias (COE), todavía se centra en contener los casos de COVID-19, algunos sectores productivos empiezan a prepararse para el momento de la reapertura. Los protocolos de bioseguridad nacen como una herramienta clave, puesto que permiten el establecimiento de procedimientos estandarizados mínimos para que establecimientos turísticos, medios de transporte, atracciones y los más variados servicios relacionado al sector, retomen sus actividades y minimicen los riesgos de nuevos contagios a futuro.

En el área de organización de eventos sociales, se trata que los protocolos establecidos sean adecuados no sólo a las necesidades sanitarias, sino también a la realidad operativa y local de estos negocios. Sin embargo, hay incertidumbre en la sociedad respecto a la garantía de que los protocolos sean instrumentos efectivos en la nueva realidad y permitan llevar acabo eventos de forma segura y eficaz.

Planteamiento del problema

En los últimos años se ha evidenciado que la existencia de empresas organizadoras de eventos sociales va tomando cada vez más fuerzas. Sin embargo, la crisis económica y sanitaria que atraviesa el mundo a causa del COVID-19 ha generado el estancamiento de este sector productivo.

Existen diferentes aspectos que han agudizado la problemática actual, uno de los más importantes está asociado a las dudas que surgen en las personas en esta época: índices de seguridad, niveles de satisfacción por bienestar y la vacilación sobre la eficacia de los protocolos de bioseguridad implementados para la reactivación económica.

Durante el hallazgo de cuidados y la fabricación de protocolos con medidas de contención se vieron afectadas las esencias de diferentes industrias, una de ellas es la de organización de eventos y banquetes. Se trata que los protocolos implementados sean adecuados no sólo a las necesidades sanitarias, sino también a la realidad operativa y local de estos negocios. Sin embargo, hay incertidumbre en la sociedad respecto a la garantía de que los protocolos sean instrumentos efectivos en la nueva

realidad y permitan llevar a cabo eventos de forma segura y eficaz. En la parte social, representa todo un reto tratar el temor que para los clientes representa fraternizar socialmente durante esta dura situación, incluso sin ser familiares, ya que muchos atraviesan crisis económicas y pérdidas de sus seres cercanos a causa del COVID-19. En su mayoría, los asistentes a eventos sociales están conformados por un grupo extenso de personas de diferentes rangos de edad, inclusive, por las personas catalogadas como vulnerables a posibles contagios.

Es por esto, que el presente trabajo tiene como objetivo analizar mediante una investigación de mercado, recopilación de información y entrevistas hacia las personas que manejan empresas organizadoras de eventos sociales y sus asistentes, cuáles son las motivaciones de las personas en la ciudad de Guayaquil, para contratar servicios de eventos en tiempos de COVID-19.

Árbol del problema

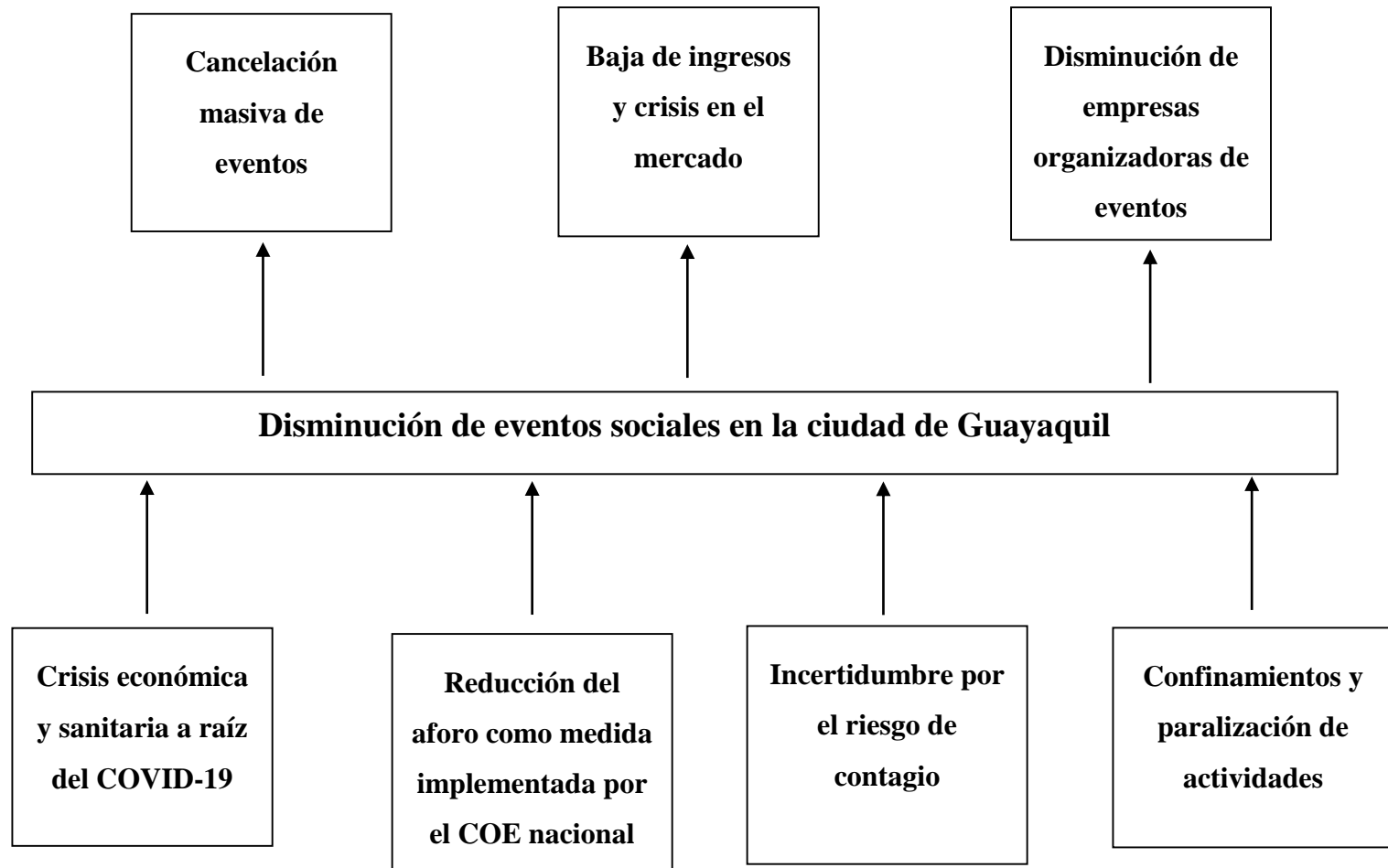


Figura 1: Árbol del problema

Fuente: Elaboración propia

Formulación interrogativa del problema

¿Cuáles son las preferencias de las personas al momento de contratar servicios de Eventos y Banquetes en tiempos de COVID-19 en la ciudad de Guayaquil?

Objetivos de la investigación:

Objetivo general:

Analizar las preferencias al momento de contratar el servicio de Eventos y Banquetes durante la pandemia del COVID-19 en las personas que habitan la ciudad de Guayaquil

Objetivos específicos:

- Identificar y diagnosticar los servicios y paquetes que ofrecen las empresas organizadoras de banquetes y eventos sociales en la ciudad de Guayaquil
- Realizar una investigación de mercado que permita conocer el factor de decisión para escoger la empresa organizadora de banquetes y eventos sociales en la ciudad de Guayaquil
- Elaborar un plan de estrategias que incluyan los requerimientos del cliente para mejorar la oferta del servicio de banquetes y eventos sociales en la ciudad de Guayaquil

Justificación

En la actualidad, la industria MICE tiene un papel clave para reactivar el turismo después de la pandemia, ya que el turista de negocios ocasiona el doble de impacto económico que un turista de ocio. La estancia de un turista de negocios genera gastos que involucran a toda la cadena del sector productivo del cual depende la organización de eventos. Por lo tanto, el sector se convierte en un elemento vital para lograr una pronta recuperación económica.

Así mismo, se ha evidenciado un incremento en los últimos años de empresas organizadoras de eventos sociales y wedding planners en la ciudad de Guayaquil. Cada vez son más las bodas y eventos sociales en general que se llevan a cabo con las tendencias que hay en la industria MICE a nivel internacional.

Es por eso que el desarrollo de este trabajo de investigación tiene como objetivo aportar a la reactivación de este sector tan importante para el turismo, que ahora está regido por lineamientos y protocolos de bioseguridad implementados a raíz de la pandemia del COVID-19, mediante un estudio en donde se indague cuáles son los factores que influyen en las personas al momento de contratar un servicio de eventos y banquetes.

Se utilizarán herramientas como entrevistas y encuestas que permitirán llevar a cabo un análisis de mercado en el cual, además, se podrá evidenciar cuales son las tendencias de eventos sociales en tiempos de COVID-19 y sobre todo, se podrán crear nuevas estrategias de ventas para captar nuevos clientes dentro del mercado actual o para recuperar a los clientes que se vieron en la obligación de postergar sus planes de celebración, mediante la realización de un plan que muestre la efectividad de los protocolos y normas de bioseguridad que cumplen los eventos sociales hoy en día.

Capítulo I: Fundamentación Teórica

1.1. Marco Conceptual

Reidl-Martínez define al marco conceptual como una investigación bibliográfica que hace referencia a las variables que se van a estudiar en una investigación y que tiene como finalidad establecer un consenso mínimo entre el investigador y el lector al respecto de los conceptos manejados. (REIDL-Martinez, 2012, págs. 146-151)

Como punto de partida de este trabajo de investigación, es importante exponer los conceptos fundamentales que se van a emplear durante el desarrollo de este proyecto.

Coronavirus: Grupo de virus que causan enfermedades respiratorias y digestivas, muchas de ellas letales. Su nombre hace referencia a la corona de puntas que se ve alrededor de la superficie del virus. Fue descubierto por primera vez en 1965. (Thiel, 2007)

COVID-19: Nombre denominado a la enfermedad infecciosa causada por el virus SARS-CoV-2. Produce síntomas parecidos a la gripe, tales como fiebre, tos, dificultad respiratoria, dolor muscular y fatiga. En casos graves se puede producir neumonía, síndrome de dificultad respiratoria aguda, sepsis y choque séptico. (Barcelona, 2020)

OMS: Organización Mundial de la Salud.

Pandemia: Epidemia de una enfermedad infecciosa que se ha propagado en un área geográficamente extensa, durante un tiempo determinado. (OPS, 2020)

COE: Acrónimo de Centro de Operaciones de Emergencia. Es un componente del Sistema Nacional de Descentralizado de Gestión de Riesgos, responsable de promover, planear y mantener la coordinación y operación conjunta de las instituciones a cargo del manejo y atención de emergencias y desastres del país. (Riesgos S. d., 2017)

Misión

Liderar el Sistema Nacional Descentralizado de Gestión de Riesgos para garantizar la protección de personas y colectividades de los efectos negativos de desastres de origen natural o antrópico, mediante la generación de políticas, estrategias y normas que promuevan capacidades orientadas a identificar, analizar, prevenir y mitigar riesgos para enfrentar y manejar eventos de desastre; así como para recuperar y reconstruir las condiciones sociales, económicas y ambientales afectadas por eventuales emergencias o desastres.

Visión

Ser reconocida en el ámbito nacional e internacional, por la implementación y consolidación del Sistema Nacional Descentralizado de Gestión de Riesgos en el Ecuador, provisto de un conglomerado humano competente dentro de cada una de las entidades responsables y con recursos suficientes y oportunos para su funcionamiento. (Gestión de Riesgos)

Bioseguridad: Conjunto de normas, medidas, protocolos y prácticas implementadas en numerosos procedimientos con el propósito de prevenir y minimizar riesgos para la salud y el medio ambiente que son derivadas de la exposición a agentes biológicos potencialmente infecciosos, causantes de enfermedades infecciosas, tóxicas, o alérgicas. (OMS, Manual de bioseguridad en el laboratorio, 1983)

Aforo: Número máximo autorizado de personas que puede admitir un lugar determinado. (Riesgos G. d., Gestión de Riesgos, 2020).

En mayo de 2020 el Ecuador derivó a la etapa de semaforización. La ministra de gobierno mencionó que cada COE-Cantonal será responsable de categorizar a los cantones según el siguiente criterio:

Tabla 1: *Semáforo de categorizaciones*

Resoluciones	Semáforo		
	Rojo	Amarillo	Verde
Actividad en locales	No autorizado	Solo el 30% de la capacidad	Solo el 50% de la capacidad
Toque de queda	Desde las 18h00 hasta las 05h00	Desde las 22h00 hasta las 04h00	Desde las 00h00 hasta las 05h00

Eventos: Un evento es todo acontecimiento previamente organizado que surge de ocasiones no rutinarias y que reúne a un determinado número de personas en un tiempo y lugar predeterminado, que desarrollarán actividades afines a un mismo objetivo. (Sanchez, 2003)

Wedding Planners: Un planificador de bodas es la persona encargada de la organización, coordinación y dirección de todos los aspectos de una boda, antes, durante y después de ella. (Golott, 2016)

MICE: Acrónimo en inglés utilizado para definir al turismo de reuniones. Sus siglas en inglés se refieren a Meeteings, Incentives, Conventions and Exhibitions/Events. Se cataloga como MICE cuando el viaje está motivado por la realización de actividades relacionadas a la asistencia a reuniones de negocio, congresos, convenciones, viajes de incentivo y cualquier otro evento organizado con motivos profesionales. (Tallarda, 2019)

Híbridos: Producto de elementos de distinta naturaleza. (RAE, s.f.)

Clientes: Persona o entidad que compra bienes, servicios, productos o ideas a cambio de dinero u otro artículo de valor. (RAE, s.f.)

Preferencias: Circunstancia de preferir o de ser preferida por alguien, una persona, cosa o situación sobre otras personas, cosas o situaciones. (RAE, s.f.)

1.2. Marco teórico

El objetivo principal de este trabajo de titulación es identificar las variables que influyen en la decisión de compra del cliente de eventos sociales en la ciudad de Guayaquil en tiempos de COVID-19. Se sabe que en los últimos años los clientes se han vuelto más exigentes, sin embargo, en esta época marcada por una crisis sanitaria, el enfoque principal está en analizar cuáles son las preferencias de los clientes de este mercado en específico. Esta información recopilada permitirá evaluar las medidas a ejecutar para poder reactivar económicamente este sector.

Para esto, se han utilizado teorías previamente implementadas en otros estudios relacionados a preferencias del consumidor, factores decisivos de compra y planes estratégicos de acción, que permitirán elaborar una base sólida para esta investigación. Las teorías a continuación permitirán orientar y desarrollar un estudio verás, que al final posibilitará la interpretación de resultados y formulación de conclusiones.

1.2.1. Ciclo de Deming

Gutiérrez (2010) expone que el ciclo se basa en (planear, hacer, verificar y actuar) dichos puntos son de gran beneficio para preparar, estructurar y ejecutar proyectos de mejora de la calidad y la productividad dentro de en una empresa. En este ciclo, también conocido como el ciclo de Shewhart, o ciclo de la calidad, se ejecuta de manera objetiva y profunda un plan (planear), éste se emplea en pequeña escala (hacer), se evalúa si se obtuvieron los resultados esperados (verificar) y, de acuerdo a lo anterior, se actúa en consecuencia (actuar), ya sea aplicando el plan si dio resultado y tomando medidas preventivas para que la mejora no sea reversible, o reestructurando el plan debido a que los resultados no fueron beneficiosos, con lo que se vuelve a iniciar el ciclo.

El ciclo de Deming representa el ritmo de un cambio planificado, donde las decisiones se toman científicamente, y no son en base a intuiciones. El ciclo de Deming se convierte en un proceso de perfeccionamiento continuo en la medida en que se utilice de forma sistemática: una vez logrados los objetivos del primer intento, se establece un proceso permanente de Planear, Hacer, Verificar y Actuar cuantas veces será necesario, hasta resolver el problema deseado. De acuerdo a Jimeno (2013) el ciclo de Deming es la sistemática más usada para implementar un sistema de mejora continua. Este ciclo está compuesto por cuatro etapas cíclicas (ver Figura 2), de forma que una vez culminada la etapa final se debe volver a la primera y repetir nuevamente

el ciclo, de forma que las actividades son analizadas periódicamente para incorporar nuevas mejoras.

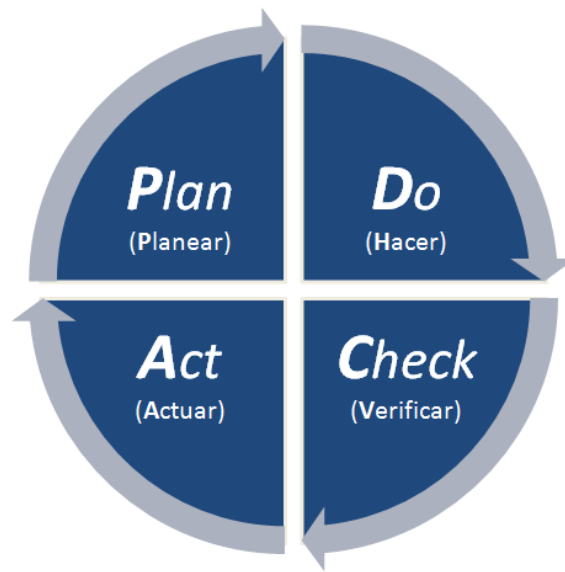


Figura 2: Ciclo de Deming.

Tomado de: *El Círculo de Deming (Shewhart): Ciclo PDCA*, por Sejzer, (2016)

Según Corvo (2018) las cuatro etapas que componen el ciclo son las siguientes:

- Planificar: Esta fase implica investigar lo que está sucediendo, identificar el problema, determinar las causas e identificar las posibles soluciones mediante un plan de acción, que no solo incluya los cambios a realizarse sino también una estrategia de implementación paso a paso.
- Hacer: En esta fase se pone en práctica lo planeado en la etapa anterior. Generalmente se hace una prueba piloto para probar el funcionamiento antes de realizar cambios a gran escala. Es importante que mientras se aplican estos cambios, se deben recopilar y registrar la mayor cantidad de datos sobre las estrategias implementadas para poder sustentar la efectividad o no de las medidas ejecutadas.
- Verificar: Después de un tiempo determinado, el periodo de prueba de las mejoras arrojará información suficiente que permita identificar cómo afectó el cambio propuesto al problema. Los resultados deben analizarse y medirse que puedan ser comparados con los resultados esperados y ver similitudes o diferencias entre ambos. Este seguimiento permitirá probar la validez del plan, buscando señales de progreso, o problemas y áreas que necesiten ser mejoradas.

- Actuar: Si los resultados después de culminado el periodo de prueba son significativos y rentables, se puede implementar el plan de forma definitiva. Caso contrario se tendrá que decidir si se deben realizar cambios para ajustar los resultados o identificar una solución más factible. Este paso es el último, pero no es el fin del proceso. El ciclo debe repetirse una y otra vez hasta encontrar una mejora constante y poder impulsar la cultura del mejoramiento continuo.

Con lo expuesto, se considera que el Ciclo de Deming debe implementarse en la investigación ya que cumpliendo las cuatro etapas se espera una mejora continua sobre cómo desarrollar eventos seguros en tiempos de COVID-19 en la ciudad de Guayaquil. Analizando el comportamiento de las personas que asisten a eventos en tiempos de COVID-19 versus las medidas que se implementaron durante esos eventos, permite comprobar la efectividad y eficacia de los protocolos implementados y también, arroja resultados que permiten mejorar o corregir aspectos para futuros eventos.

1.2.2. La Pirámide de Maslow

La pirámide de Maslow o también conocida como jerarquía de las necesidades humanas es una teoría creada por el psicólogo estadounidense Abraham Maslow en su obra: Una teoría sobre la motivación humana. Maslow (1943) resumió en la forma de una pirámide la jerarquía de las necesidades humanas, que deben satisfacerse en orden de secuencia desde la base hasta la cúspide (ver Figura 3). Defiende que a medida que se satisfacen las necesidades más básicas (parte inferior de la pirámide), los seres humanos desarrollan necesidades y deseos más elevados (parte superior de la pirámide).

Vásquez (2010) señala que las necesidades de las personas están jerarquizadas según su importancia y que la pirámide está compuesta por cinco niveles: fisiológicas, de seguridad, de afiliación, reconocimiento y autorrealización. Una vez satisfecho un nivel de necesidades, las personas tienden hacia el nivel superior.

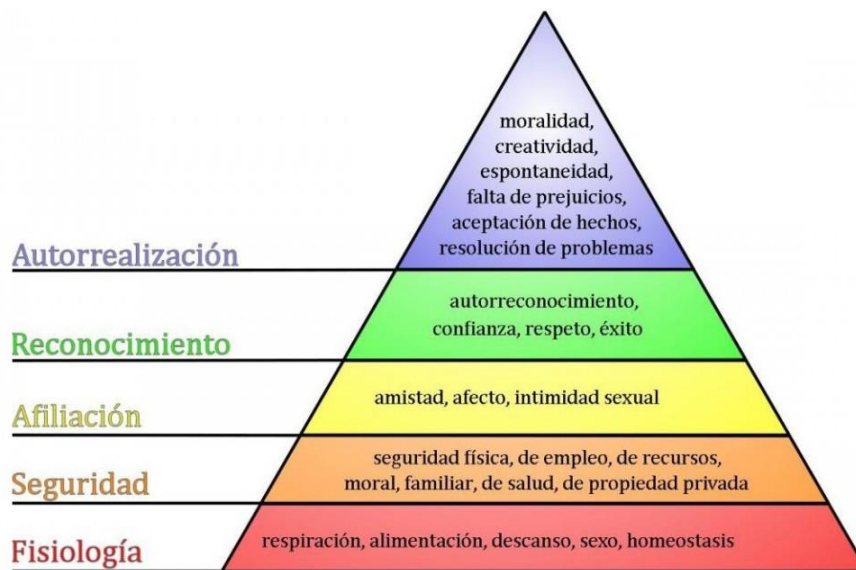


Figura 3: Pirámide de Maslow.

Tomado de: *Pirámide de Maslow: la jerarquía de las necesidades humanas*, por García, (2015).

En la industria de eventos y banquetes, la organización de un evento es con el fin de cumplir un objetivo de comunicación, motivación y de creación de conexiones. El realizar un evento es una necesidad que va más allá de lo indispensable y puede ser catalogada dentro del nivel de las necesidades de afiliación.

Frente a esto, esta teoría se aplica a la investigación ya que cuando se trabaja en satisfacer las necesidades de los clientes de eventos y banquetes en tiempos de COVID-19, la motivación principal es la seguridad. En estos tiempos, crear un evento bioseguro, que cumpla todos los protocolos sanitarios mientras se comparte de un momento ameno con seres más cercanos, es la clave del éxito de un evento.

1.2.3. Teoría del Consumidor

Ávalos (2010) afirma que el consumidor es aquella persona que posee un plan deseado de consumo y que para hacerlo efectivo debe desafiar dos tipos de restricciones, restricciones de tipo fisiológico y restricciones que dependen de los precios y de la riqueza individual. Esta serie de bienes son seleccionados estrictamente bajo preferencias.

La teoría del consumidor está destinada a analizar el comportamiento de los consumidores en su elección para satisfacer sus necesidades y preferencias. Fortún (2020) cataloga al consumidor como un agente económico, que demanda y goza bienes y servicios económicos, saciando sus necesidades. Señala también que estos agentes deben decidir su consumo de bienes y servicios, esta decisión de consumo se da por

un precio y una limitación presupuestaria. La teoría del consumidor intenta conocer cómo los consumidores escogen distribuir su ingreso entre un conjunto de bienes y servicios logrando alcanzar la satisfacción más alta posible.

La teoría del consumidor abarca la correlación de preferencias de los consumidores, las combinaciones predilectas de bienes y la totalidad posible de bienes que se puede agotar con un ingreso dado. De acuerdo a Fortún (2020) los consumidores se establecen un orden en los bienes a optar para su consumo, lo cual marca su preferencia. Cada grupo de bienes provee al consumidor cierto nivel de satisfacción o utilidad. Señala también que las personas tienden a escoger el conjunto de bienes que le aporten el máximo nivel de satisfacción.

Es por esto que, para esta investigación dirigida a la búsqueda y análisis de las motivaciones de las personas que adquieren servicios de eventos y banquetes en tiempos de COVID-19, es importante comprender el comportamiento de los consumidores desde el principio, y esto sería, desde el momento en que los clientes se deciden a realizar un evento durante esta época. Del mismo modo, es crucial determinar los factores fundamentales que impulsan a las personas que decidan asistir a un evento dentro de esta nueva normalidad. Con estos resultados se puede trazar un plan de acción con estrategias que beneficien e impulsen la reactivación económica de la industria de eventos y banquetes.

1.2.4. Análisis PEST

Martín (2017) señala que existen varios factores externos que condicionan el funcionamiento de una empresa, por eso, el análisis del entorno es la clave para conocer futuras tendencias y poder definir con anticipación la estrategia empresarial que se debe seguir. Para esto se utiliza el análisis PEST que permite realizar una investigación detallada de los aspectos que influirán en el desarrollo de la actividad a realizarse. Esta herramienta sirve para prever tendencias en el futuro a corto y mediano plazo, ofreciendo a la empresa un panorama de acción más amplio y, por consiguiente, mejorando su capacidad de adaptabilidad a los cambios que se anticipan.

Peiró (2017) expresa que el modelo PEST centro su análisis en todos los elementos que conforma el entorno en el cual se desarrolla una empresa, es decir, aquellos factores que no dependen directamente de las organizaciones, sino de los contextos a lo que éstas pertenecen.

Es primordial que en el presente trabajo de investigación se aplique un análisis PEST que permita tener un claro diagnóstico de la situación actual en el entorno de la industria de la organización de eventos y banquetes. Este sector se ha visto afectado en su esencia de negocio a causa de la pandemia del COVID-19, por lo que antes de tomar medidas y crear planes de acción para su reactivación, adaptados a esta nueva realidad, es importante conocer la situación económica, política, social y tecnológica en la que se encuentra. Al conocer las características del entorno, se podrán planificar una estrategia más adecuada y eficaz, además de minimizar los riesgos.

1.3. Marco referencial

Se utilizarán artículos referentes a los cambios y efectos que atraviesa la industria de organización de eventos sociales a causa de la emergencia sanitaria ocasionada por la pandemia del COVID-19. También se hará mención a artículos y proyectos de investigación en los que se haya aplicado de manera exitosa las teorías antes mencionadas, con el fin de establecer su aporte frente al desarrollo de este trabajo de titulación.

1.3.1. La industria de reuniones: un futuro de eventos ‘híbridos’ y nuevos protocolos de sanidad

Cecilia Navarrete, presidenta de la Asociación Mexicana de Profesionales en Exposiciones, Ferias y Convenciones, señaló para un artículo de la revista Forbes México que más de 160 empresas asociadas a la industria están trabajando en la elaboración de manuales o protocolos de higiene y seguridad en conjunto con la OMS para traer nuevas prácticas de innovación sanitaria en la industria de organización de eventos. Estos protocolos podrían incluir kits de salud e higiene, arcos sanitizantes, áreas de lavado de manos y registros automatizados para evitar aglomeraciones. (Sánchez, 2020)

La industria de la organización de eventos fue de las primeras en cerrar y la última que se reincorporará a las actividades cotidianas una vez culminado el confinamiento por la emergencia sanitaria del Covid-19. Frente a esto, muchas organizaciones de eventos han implementado herramientas tecnológicas como webinars u otras actividades en línea con el fin de mantener contacto con sus audiencias escogiendo oportunidades digitales. Se prevé la existencia de eventos “híbridos”, que es como se denominó a la alteración de eventos presenciales con eventos en línea. (Sánchez, 2020)

Las pérdidas económicas en la industria de reuniones han ascendido a 60 millones de dólares a causa de la cancelación de 300 eventos cancelados o pospuestos. De acuerdo a un estudio de 230 empresas relacionadas con el turismo de negocio, éstas generan 12,700 empleos fijos que involucran a micro y macro empresas, y que constituyen el 4% de la capacidad de mano de obra a nivel del turismo nacional de México. Con los estragos del Covid-19 se estima una pérdida del 64% para el sector. (Sánchez, 2020)

Con lo expuesto anteriormente, se pueden aplicar estas alternativas a la industria de eventos sociales en Guayaquil en tiempos de COVID-19. Con la adaptación a eventos sociales híbridos, se está creando una alternativa para los participantes a eventos que pertenecen al grupo vulnerable de la sociedad, además, con la implementación de entrega de amenities o kits de higiene como primera instancia, se fomenta los buenos hábitos de bioseguridad que reducen los niveles de contagio en los eventos.

1.3.2. Principales retos y alternativas para la industria de eventos después del COVID

El coronavirus canceló gran parte de las actividades de la industria de eventos. Sin embargo, con reinención y cambios se puede responder a las nuevas reglas del mundo post-covid. Existen muchos retos presentes para la reactivación de los eventos; el entorno de los consumidores se ha reducido a sus hogares, muchos espacios cerrados y con aforos reducidos, pocas personas están dispuestas a viajar distancias largas, la incertidumbre de volver a rojo en el “semáforo sanitario” frente a un rebrote de coronavirus, la seguridad y eficacia de las vacunas. Después de un mejor conocimiento del comportamiento y propagación del virus, formas más seguras de hacer negocios y menos restricciones gubernamentales, dio lugar a que se permitieran eventos de pequeña escala durante el tiempo de confinamiento parcial y la logística en general. (Juárez, 2020)

En Guayaquil, a medida que se conoce más sobre el comportamiento del virus, las autoridades competentes como los son el COE Cantonal y el Municipio de Guayaquil toman medidas que permiten el retorno paulatino de las actividades económicas. Para el retorno de los eventos sociales a la ciudad, se implementaron los aforos y capacidades de salones, que permiten desarrollar eventos más íntimos con personas más cercanas al núcleo.

1.3.3. ‘Hacia la nueva industria de reuniones’ estudio muestra resultados positivos

El reporte de los burós de Convenciones de Bogotá, Buenos Aires, Lima, Sao Paulo y Quito Turismo, como resultado de la Alianza MICE Sudamericana realizada en mayo de 2021, brinda un panorama más amplio de cómo la industria se ha transformado y reinventado ante la situación actual, a causa de la crisis sanitaria que vive todo el mundo. Los principales indicadores y análisis de resultados indican que el mercado asociativo sigue apostando por la realización de eventos, lo que hace prever una recuperación sostenida de la industria a mediano plazo. Se mostró que al menos el 60% de las instituciones tienen planificado al menos 3 eventos durante los próximos 5 años. Para el segundo semestre del 2021 se ve una tendencia proyectada, que se ve incrementada hacia el 2022, para la realización de eventos presenciales, en donde también se ve un espacio para el componente híbrido. (GADS, 2021)

Para el mercado MICE, los siguientes aspectos regirán a este segmento en la nueva era post-COVID:

- Grupos de no más de 100 personas
- Duración de 3 a 6 días
- Presupuesto mínimo de USD 1,000 por persona
- Ligera tendencia hacia hoteles 5 estrellas

Con respecto a la elección del destino sede, los factores determinantes son: protocolos de bioseguridad, condiciones de entrada al país, costos y políticas de cancelación, plan de vacunación del destino y presupuestos ofertados.

Con este aporte, la Alianza MICE Sudamericana renueva su compromiso de trabajar a beneficio de la reactivación de la industria en la región. (GADS, 2021)

En Colombia, gracias a la campaña de la Red - #CambiaLaFechaNoElDestino-, que se enfocó en evitar la cancelación de los eventos, se logró reprogramar la fecha de realización de los eventos para los siguientes 3 años, o llevarlos a cabo de manera virtual o híbrida. (Vuletin, 2021)

Con lo anteriormente mencionado, es importante destacar que la flexibilidad es el factor clave tanto para las empresas organizadoras de eventos sociales en Guayaquil, como para sus clientes. El poder reprogramar o postergar eventos sin necesidad de cancelarlos por completo permite el desarrollo de una buena relación económica para el sector y todas sus áreas involucradas.

1.3.4. 2021, Tendencias en el sector de los eventos

Reyes (2021) hace referencia a que, si bien es cierto los eventos en línea, así como los híbridos ya existían desde hace una década, con la evolución de la industria de eventos y la accesibilidad de la tecnología, los eventos sociales como bodas pudieron contar con presencia remota de invitados sin la necesidad de que se corran riesgos. Con todo lo que se implementó en el 2020, Reyes (2021) afirma que se puede anticipar que las tendencias para los próximos meses del 2021 en el sector son:

- Audio conferencias en donde se destaque el contenido auditivo: la clave está en que el hablante logre con su voz recrear historias y conceptos de quien lo escucha.
- Eventos sin alcohol o con muy poco: No solo por tema de presupuesto sino también por responsabilidad, se verán eventos sociales con políticas que limiten la cantidad de alcohol disponible para minimizar la posibilidad de que las medidas de salud no se relajen por un exceso de alcohol.
- Horarios y días de eventos fuera de lo usual: Se verán bodas un jueves a las 5 de la tarde. Con el bloqueo de actividades sociales los fines de semana, se evidenciará que los días que antes no se usaban ahora serán las opciones más acertadas.

Tal como se menciona anteriormente es importante resaltar que, si bien es cierto, las actividades económicas deben reanudarse, no se puede dejar a un lado la nueva cultura del cuidado durante ésta época de reactivación. Los eventos sociales en Guayaquil en tiempos de COVID-19 se desarrollan en horarios diferentes a los acostumbrados, ya que el COE Cantonal autorizó eventos solamente hasta la medianoche.

1.3.5. Plan estratégico para una empresa organizadora de bodas post COVID-19

A través de la metodología Análisis PEST, los autores Reinoso y Bermúdez (2021) propusieron un plan de mejora para la empresa organizadora de bodas MENBERMU S.A. De acuerdo a esta investigación, el estudio muestra que los factores del entorno que afectan las operaciones de la organización y representan una amenaza para la empresa son los factores políticos, ya que las autoridades competentes no establecen resoluciones permanentes, lo que hace que la actividad de esta empresa

sea inestable en lo que respecta a fechas y horarios. Por otro lado, el estudio también muestra como el aspecto económico representa una fuerte amenaza, ya que actualmente hay una tasa muy alta de desempleo, junto con un gran número de empresas que han cesado sus actividades debido a la crisis económica a causa del COVID-19.

Los autores concluyeron que el análisis PEST les permitió tener un panorama más amplio antes de ejecutar un plan acción. Con esto, una de las propuestas de mejora para le empresa organizadora de Bodas se enfoca en crear políticas de descuentos para clientes recomendados, que estaría orientada al aspecto económico, ya que, al considerar aplicar cualquier tipo de descuento a clientes frecuentes, se logra crear una fidelización por parte del consumidor.

En relación con este trabajo de investigación un análisis PEST permitirá establecer una guía que facilitará la toma de decisiones para la industria de eventos sociales en Guayaquil en tiempos de COVID-19. Conocer la situación política, económica, social y tecnológica en la está sumergida la industria permite desarrollar medidas con soluciones acertadas para cada aspecto antes mencionado.

1.4. Marco Legal

Para el marco legal, se hará referencia a las leyes y/o normas que se han aplicado en la actualidad y que han regido el desenvolvimiento de las empresas durante esta época de pandemia. Se mencionará lo que dice la Constitución del Ecuador, Ley de Turismo, el COE Nacional, junto con las restricciones que aplican para la ciudad de Guayaquil.

1.4.1. Constitución de la República del Ecuador

De acuerdo a la Constitución del Ecuador (2018) en el capítulo segundo, sección cuarta: cultura y ciencia, señala:

Art. 24.- Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre. (p.16).

1.4.2. Ley de Turismo

Los siguientes artículos de la Ley de Turismo (2014) publicada por el Ministerio de Turismo indican lo siguiente:

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a) Alojamiento;
- b) Servicio de alimentos y bebidas;
- c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f) Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

1.4.3. Resolución del Comité de Operaciones de Emergencia Nacional (COE Nacional)

El COE Nacional (2021), en sesión permanente del miércoles 16 de junio de 2021, por unanimidad de los miembros plenos, resolvió:

1. Extender la vigencia de modalidad teletrabajo en las instituciones del ejecutivo central y desconcentrado, hasta el 30 de junio de 2021. De conformidad a las necesidades institucionales, deberán acogerse a la modalidad de teletrabajo en todas aquellas actividades cuya naturaleza así lo permita. Es de responsabilidad de las máximas autoridades de cada institución asegurar la atención y prestación de servicios públicos con el objeto de evitar paralizaciones o suspensiones.
2. Conocer la propuesta presentada por el Ministerio de Trabajo para implementar un retorno progresivo y seguro al trabajo; y, disponer que el 25 de junio de 2021, se presente a la plenaria del COE Nacional, el plan

de retorno progresivo al trabajo presencial de conformidad con lo recomendado por los líderes de la Mesa Técnica Nro. 6 y Mesa Técnica Nro. 2, mismo que entrará en vigencia desde el 01 de julio de 2021.

3. Aprobar la solicitud de presentada por la señora presidenta de la Asamblea Nacional para el retorno presencial de los funcionarios de la Asamblea Nacional, para el efecto; se deberá implementar un mecanismo de vigilancia epidemiológica a cargo del dispensario de la institución además de seguir con el esquema presentado en el “Protocolo De Bioseguridad Para Acceso A Las Instalaciones De La Asamblea Nacional”, presentado el 10 de junio de 2021.

1.4.4. Protocolo General de Bioseguridad para la Industria de reuniones y su cadena de valor, al momento de su reapertura, en el contexto de la emergencia sanitaria por COVID-19 (2020)

Para locales y oficinas se deben tomar en cuenta las siguientes medidas:

- Organizar escritorios con el distanciamiento social correcto entre el personal, en donde se recomiendan dos metros de distancia.
- Contar con suministros de EPP (Equipos de Protección Personal) para todo el equipo.
- Limitar las reuniones y no tener clientes en espera o limitar las visitas de los clientes en lo posible, programar visitas virtuales de ser necesario.
- Evitar aglomeración del personal
 - Programar citas en las locaciones y hoteles para no generar horas de espera y congestión de personas.

Para eventos sociales, se detallan los lineamientos específicos para las cuatro fases que son parte de un evento:

1. Pre-montaje/planificación:

- Socializar a través de un correo electrónico los protocolos a todos los proveedores previos al evento.
- Recibir una confirmación escrita del cliente/a aceptando el cumplimiento y garantía de respeto a los protocolos establecidos.
- Llevar a cabo una reunión general de trabajo sobre la inducción, coordinando los horarios de montaje de cada equipo para evitar aglomeraciones del personal.
- Todos los colaboradores deben lavarse las manos frecuentemente bajo las consideraciones de uso de agua y jabón líquido, de 40 a 60 segundos y posterior el uso de gel desinfectante o alcohol antiséptico al 70%.
- Toma de temperatura de todo el personal antes de entrar al lugar del montaje.
- Entrega a todos los empleados los elementos EPP
- Listado de todos los empleados por empresa con la finalidad de tener un seguimiento de su salud antes y después del evento.
- Colocar un mecanismo de desinfección de calzado para el personal y personas usuarias.
- Colocar letrero en entrada de cada salón indicando el aforo actual y el anterior.

2. Montaje:

- Lavarse y desinfectarse las manos constantemente.
- Establecer horarios y sitios específicos para la alimentación del personal.
- Desinfectar todas las áreas cada dos horas.
- Intensificar los procesos de limpieza y desinfección en todos los elementos usados en el montaje
- Aplicar periódicamente productos desinfectantes de ambiente donde haya mayor circulación de personas.
- Desinfección manual de manubrios y puertas.

3. Evento:

- Debe existir un listado de todas las personas invitadas
- El cliente debe de informar si hay alguna condición médica que considerar de alguno de sus invitados.
- Se le entregará a los invitados gel desinfectante o alcohol antiséptico al 70% de uso personal.
- No se colocará comida, ni dulces expuestos durante el evento.
- Sustituir el buffet por servicio emplatado a la mesa.
- En caso de buffet, debe de ser con paneles acrílicos que interrumpen la línea de visión del invitado. Todos los platos serán servidos por el personal de cocina.
- Se sugieren múltiples estaciones para descongestionar las líneas de servicio.
- Se sugiere identificadores de comida y menú digitales en pantallas.
- Se sugiere colocar marcadores de copas y vasos para que cada cliente identifique su copa o vaso.
- Las mesas deben estar al 50% de su capacidad.
- Se recomienda no utilizar servilletas de tela. En caso de usarlas, deben ser lavadas correctamente y clorinadas, colocadas en la mesa con guantes un par de horas antes del evento o con el servicio de comida.
- La cubertería debe de llegar envuelta a cada comensal.
- El salón y sus accesos deberán ser desinfectados una vez se haya completado el montaje,
- Una hora antes de iniciado el evento hacer una limpieza manual.
- Garantizar la cantidad de personas permitidas según las disposiciones gubernamentales y de la locación.
- Asegurar la correcta manipulación de los alimentos y del hielo.
- Pistas de baile más grandes.
- Los meseros deberán llevar mascarilla todo el tiempo
- Durante el evento el mesero tiene la obligación de aumentar el lavado de manos y desinfección cada 30 minutos.

- El personal de entretenimiento debe ocupar su espacio de trabajo, una vez finalizado debe volver al área de espera.
- Los bocaditos deben ser empacados previamente de manera individual para cada invitado.

4. Evento:

- El personal debe usar EPP
- Se deberá clasificar en diversos contenedores de basura identificados los desechos de la actividad.
- Estos desechos se deberán manejar con cuidado en especial todo el material desechable, tanto del evento como de los baños.
- Desinfección del local una vez se culmine a recogida.
- Desinfección de alfombras, cristales y mobiliario del local.

1.4.5. COE Cantonal

A los 19 días del mes de mayo del año 2021, en sesión virtual, el COE CANTONAL, presidido por la Dra. Cynthia Viteri Jiménez, Alcaldesa del Cantón Guayaquil, ratifica lo siguiente:

- La prohibición del consumo de bebidas alcohólicas y de moderación en la vía pública. Se regula el expendio en licorerías, depósitos, minimarkets, gasolineras, y locales autorizados de distribución hasta las 22h00.
- Se mantiene el cierre de bares y discotecas hasta nuevo aviso.
- Regulación de aforo en restaurantes, gimnasios y centros comerciales hasta el 50%
- Regulación en establecimientos ya sea en hoteles, salones de eventos especializados y centros de convenciones que realicen eventos sociales y corporativos hasta el 30% de aforo con operación hasta las 0h00. Estos aforos pueden aumentar hasta un 20% si los eventos se hacen al aire libre. En todos los casos, para llegar al tope de aforo se deberá garantizar la aplicación de los protocolos de bioseguridad y distanciamientos respectivos.

Capítulo II: Metodología de la Investigación

En el desarrollo de este capítulo se describirá la metodología implementada durante esta investigación, se especificará el tipo de investigación que será, su enfoque, y las técnicas que se van a implementar para la recolección de datos, lo que permitirá el análisis de estos resultados y cumplir con los objetivos planteados.

Coelho (2019) define a la metodología de la investigación como la serie de métodos y técnicas de rigor científico que se aplican sistemáticamente durante un proceso de investigación para alcanza un resultado teóricamente valido. Es decir, la metodología sirve como soporte conceptual que orienta la manera en que vamos a enfocar una investigación y la forma en que vamos a recolectar, analizar y clasificar los datos, con el objetivo de obtener resultados válidos y pertinentes.

2.1 Tipo de investigación

Rus (2020) señala que la investigación exploratoria es un tipo de investigación empleada para estudiar un problema que no está claramente definido, o que ha sido poco investigado, y que sirve para ayudar a entender fenómenos desconocidos, poco estudiados o nuevos. Se basa en muestras pequeñas, lo que permite explorar y luego decidir, y no tiene estructura obligada, lo que posibilita al investigador libertad y flexibilidad en el acopio de datos y métodos empleados.

Por esta razón esta investigación será de tipo exploratoria, ya que se analizará un problema que antes no había en el mercado de eventos sociales, cuyos efectos repercuten directamente en las ventas de este sector. Además, se profundizarán las necesidades y requerimientos actuales que exigen los potenciales clientes.

2.2 Enfoque de la investigación

Se ha considerado encauzar esta investigación bajo un enfoque que permita conocer más a fondo la situación actual del mercado de eventos sociales en la ciudad de Guayaquil y que con esos resultados, se pueda idear un plan de estrategias que incluyan los nuevos requerimientos identificados dentro de este mercado afectado por la pandemia del COVID-19.

Fernández (2006) concluye que el enfoque mixto es el proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio, con el fin de tener un panorama completo y poder responder al planteamiento de un problema.

De acuerdo con Hernández (2006), los métodos mixtos significan mayor amplitud, profundidad, diversidad, riqueza interpretativa y sentido de comprensión. Se

fundamenta en el proceso de triangulación, lo que significa que, al emplearse dos técnicas de manera articulada en el mismo estudio, se alcanzaran los resultados esperados.

El enfoque cuantitativo permitirá recolectar datos de forma numérica que posibilitará poder probar patrones de comportamiento en lo que respecta a los factores que son considerados por el cliente de eventos sociales y que inciden en la decisión de compra de este. Según Bernal (2010) , el enfoque cuantitativo se fundamenta en la medición de las características de los fenómenos sociales, esto da como resultado expresar las relaciones entre las variables estudiadas de forma deductiva. El enfoque cuantitativo tiende a generalizar y normalizar resultados.

Por otro lado, el enfoque cualitativo según Bonilla y Rodríguez (2005) se orienta a profundizar casos específicos y no a generalizar. Si función no consiste principalmente en medir, sino en cualificar y describir el fenómeno social según la forma en que sean percibidos por los individuos que están dentro de la situación estudiada. Con el enfoque cualitativo se podrán realizar preguntas de investigación que facultará el análisis de la información recolectada por las organizadoras de eventos sociales y por parte de las personas que han realizado eventos durante la pandemia.

2.3 Técnicas de recolección de datos

Sordo (2021) se refiere a la recolección de datos como un método por el cual se reúne y se mide información de diversas fuentes con el fin de obtener una visualización completa y precisa, responder preguntas importantes, evaluar resultados para una mejor toma de decisiones y anticipar futuras tendencias. Este procedimiento permite analizar datos cuantitativos o cualitativos de forma sencilla, con el fin de poder comprender el contexto en el que se desarrolla el objeto de estudio.

Lebet (2013) señala que la recolección de datos se refiere al uso de una gran diversidad de técnicas y herramientas, las cuales pueden ser entrevistas, encuestas, cuestionarios, observación, diagrama de flujo y diccionario de datos.

Frente a esto, el presente trabajo de titulación utilizará las entrevistas y encuestas implementadas de forma digital, como técnicas de recolección de datos.

2.3.1 Entrevista

Raffino (2020) define a la entrevista como un intercambio de ideas u opiniones mediante una conversación que se da entre dos o más personas, y que dialogan sobre un tema determinado. En las entrevistas se identifican dos roles, el entrevistador quien

cumple la tarea de dirigir la entrevista y plantear el asunto a tratar a base de preguntas, y el entrevistado, que es aquel que expone de forma voluntaria el interrogatorio del entrevistador. Folgueiras (2016) expresa que el objetivo principal de una entrevista es obtener información personalizada sobre acontecimientos, experiencias y/u opiniones.

Para esta investigación se ha decidido realizar entrevistas a los organizadores de eventos sociales y banquetes de la ciudad de Guayaquil y a ciertos clientes que ya adquirieron servicios de eventos sociales durante la pandemia. Con los resultados se podrán identificar con claridad cuáles son las necesidades que el cliente de eventos sociales necesita satisfacer, cuáles son los aspectos que se deben mejorar, y cuál es la perspectiva del problema desde el punto de vista de quienes ofrecen el servicio.

2.3.2 Encuesta

Rodríguez (2017) cataloga a la encuesta como una de las estrategias más utilizadas en el área de investigación, ya que favorece la obtención de datos claves para el análisis de diferentes temáticas de estudio, permitiendo así una mayor eficacia y rapidez en el proceso.

Rodríguez (2017) además señala que la encuesta es un estudio realizado a una muestra de personas que representa una población mucho más amplia, a la cual se le emplean procedimientos estandarizados para la formulación de preguntas, con el propósito de obtener datos cuantitativos relacionados a un tema en específico.

Se propuso realizar encuestas a los demás clientes que ya contrataron un evento social durante la pandemia, cuyo formato se puede visualizar en el Apéndice A. Con la información recopilada, se espera idear un plan estratégico que sirva para la reactivación económica de este segmento del turismo que se ha visto tan afectado por la pandemia del COVID-19.

2.4 Alcance

El actual proyecto de investigación tiene como alcance el diagnóstico de la situación actual del mercado de eventos sociales, para de esta forma, elaborar un plan de estrategias que permitan la reactivación económica de este segmento. Plan que debe satisfacer las necesidades de ambas partes involucradas; los clientes de eventos sociales y las empresas dedicadas a organizar eventos sociales.

2.5 Población

López (2019) define a la población estadística como el total de individuos que presentan o podrían presentar el rasgo característico que se desea estudiar.

En este caso la población de estudio está conformada por la cantidad de personas que han contratado servicios de eventos sociales durante la actual pandemia del COVID-19 y las diferentes empresas que ofertan el servicio dentro de la ciudad de Guayaquil. Sin embargo, debido a las políticas de confidencialidad de las diferentes empresas de eventos sociales y su cartera de clientes, no se pudo obtener una base de datos concreta.

2.6 Muestra

La muestra es la parte de la población a la que realmente se le aplica el estudio. Requena (2014) señala que la muestra es el subconjunto de elementos que representa a la población, mediante el cual se intentará inferir a las propiedades de todos los elementos.

La muestra puede clasificarse en muestra probabilística y no probabilística.

2.7 Técnicas de muestreo

De acuerdo con Canal (2006), las técnicas de muestreo son un conjunto de técnicas estadísticas que estudian la forma de seleccionar una muestra representativa de la población.

En este trabajo se empleará el muestreo no probabilístico, ya que según Canal (2006) se definen así a los procedimientos en los que no se conoce la probabilidad de que un elemento de la población pase a formar parte de la muestra. En este caso, la muestra se selecciona mediante procesos no aleatorios. El tipo de muestreo no probabilístico que se aplicará será el intencional. Otzen y Manterola (2017) menciona que este tipo de muestreo permite seleccionar casos propios de una población limitando la muestra solo a estos casos. Esto permite definir una muestra para las entrevistas en donde la población esté definida por los grupos antes mencionados.

Ochoa (2015) se refiere a que el muestreo por bola de nieve es una técnica de muestreo no probabilística en la que los individuos seleccionados para el estudio reclutan a nuevos participantes entre sus conocidos. El nombre justamente proviene de esta idea: *“del mismo modo que una bola de nieve al rodar por una ladera se va haciendo más y más grande”*. Esta técnica permite que la muestra aumente de tamaño a medida que los individuos seleccionados invitan sus conocidos para participar.

Según Crespo & Salamanca (2007) esta técnica de muestreo no probabilística *“se basa en la idea de red social y consiste en ampliar progresivamente los sujetos de nuestro campo partiendo de los contactos facilitados por otros sujetos”*:

En la presente investigación se buscó por medio de redes sociales, a personas que hayan realizado un evento social durante el año 2020 hasta la actualidad. Una vez agrupados, se procedió con las entrevistas y se les solicitó que identifiquen a personas de su entorno que también realizaron un evento social durante el mismo tiempo y así sucesivamente hasta amplificar la muestra.

La técnica de muestreo bola de nieve logró llegar a una muestra de 35 personas conformada por cinco coordinadores de eventos sociales y treinta clientes que ya adquirieron el servicio de eventos sociales en la ciudad de Guayaquil en tiempos de COVID-19.

2.8 Resultados de la investigación de campo

En esta sección se expondrá toda la información recopilada de las entrevistas y encuestas realizadas a la muestra de 35 personas que se logró identificar gracias a la técnica de muestreo bola de nieve.

Se idearon cuestionarios para que sean aplicados específicamente a los dos grupos que conforman la muestra. Se espera que con los resultados obtenidos se pueda tener en claro la situación en la que se encuentra el mercado de eventos sociales desde la perspectiva de ambas partes involucradas. Por un lado, está quienes ofrecen el servicio y, por otro lado, quienes reciben dicho servicio. Dicha información recolectada permitirá establecer patrones de comportamiento de los consumidores, y acciones a tomar como propuestas de mejora para las empresas organizadoras de eventos sociales.

2.8.1 Resultados de las encuestas a clientes de eventos sociales de la ciudad de Guayaquil

Gracias a la técnica bola de nieve se logró reunir a 30 personas que colaboraron con la realización de una encuesta de forma digital, aplicada a través de la herramienta *Google Forms*. A continuación, se describen los datos obtenidos:

Tabla 2 *Género de los clientes encuestados*

Género	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	23	76.67%
Masculino	7	23.33%
Total	30	100%

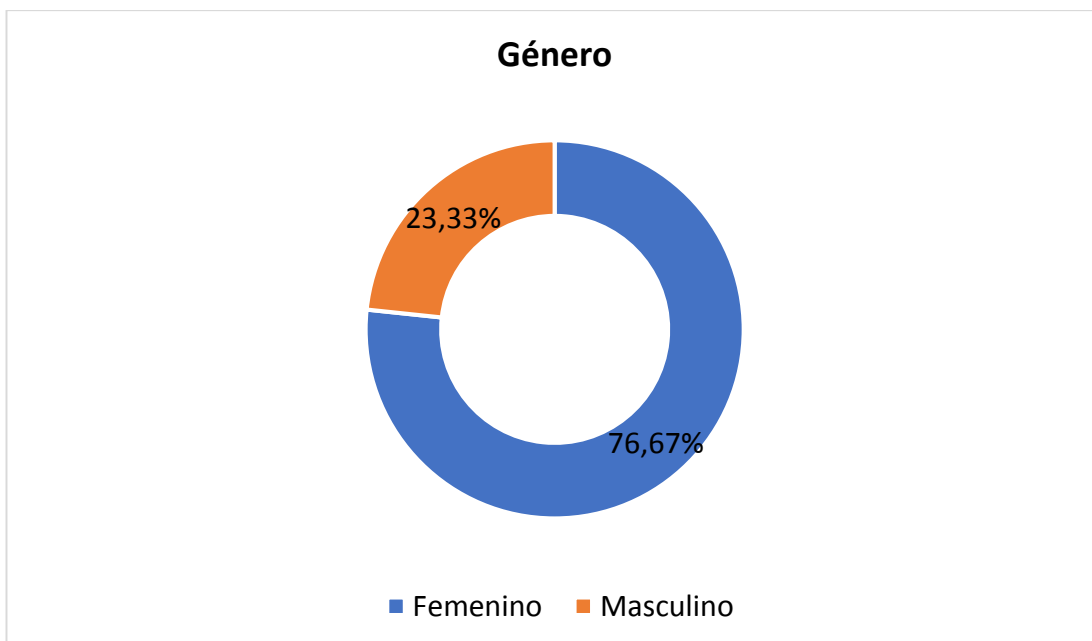


Figura 4: Género de los clientes encuestados

Fuente: Elaboración propia

El 76,67% de la población corresponde al género femenino, mientras que solo el 23,33% de los encuestados pertenecen al género masculino.

Tabla 3 Edades de los encuestados

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18 - 23	4	13,33%
24 - 29	17	56,67%
30 - 36	9	30%
Total	30	100%

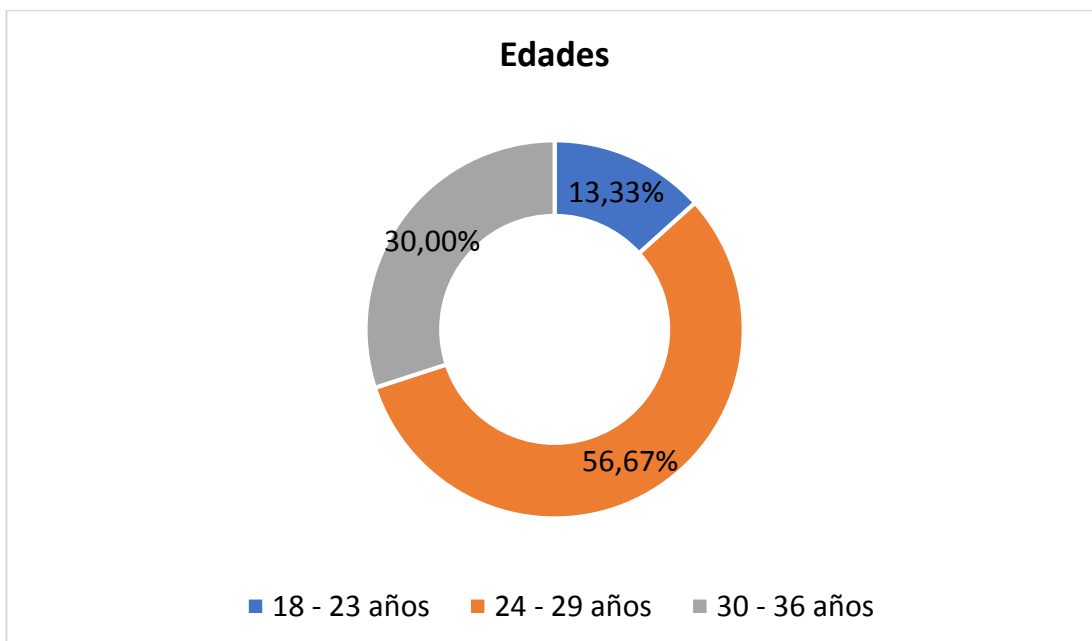


Figura 5: Edades de los clientes encuestados

Fuente: Elaboración propia

Se encontró que, de la población encuestada, el 56,67% tiene entre los 24 y 29 años de edad, el 30% tiene entre 30 y 36 años y solo el 13,33% tiene entre el rango de 18 y 23 años.

Tabla 4 Tipo de evento social realizado por los encuestados

Tipo de evento social	Frecuencia	Porcentaje
Bodas	12	40%
Cumpleaños	5	16,67%
Bautizos	3	10%
Graduaciones	1	3,33%
Baby showers	4	13,33%
Despedidas de soltera	5	16,67%
Total	30	100%



Figura 6: Tipo de evento social realizado por los clientes encuestados

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la Tabla 3, el 40% de los encuestados realizaron una boda, seguido del 16,67% con cumpleaños y despedidas de soltera como eventos sociales realizados en igual medida. El 13,33% de los encuestados realizaron baby showers y el 10% realizó bautizos. Por el último, solo el 3,33% de la muestra llevó a cabo graduaciones.

Tabla 5 Contratación de empresa organizadora de eventos sociales para la realización del evento

Contratación de organizadora de eventos	Frecuencia	Porcentaje
Si	23	76,67%
No	7	23,33%
Total	30	100%

¿Hizo la contratación de una empresa dedicada a la organización de eventos sociales para la realización de su evento?

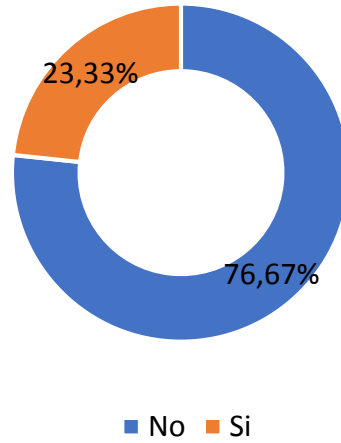


Figura 7: Contratación de empresa organizadora de eventos sociales para realización del evento

Fuente: Elaboración propia

Según la Tabla 4, el 76,67% de los encuestados si contrataron los servicios de una empresa dedicada a la organización de eventos sociales para la realización de su evento, mientras que el 23,33% optó por no contratar estos servicios.

Tabla 6 Modificaciones en el evento

Modificaciones en el evento	Frecuencia	Porcentaje
Si	27	90%
No	3	10%
Total	30	100%

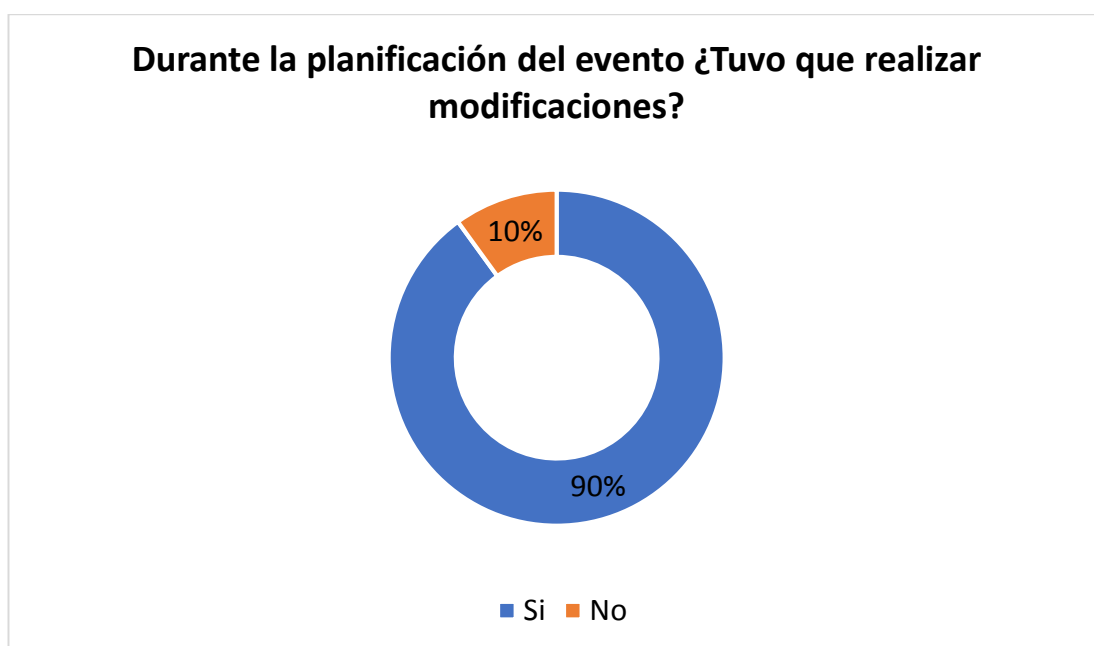


Figura 8: Modificaciones en el evento

Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran que el 90% de los clientes encuestados si tuvieron que realizar alguna modificación durante la planificación de su evento social, mientras que el 10% no tuvo la necesidad de realizar ningún cambio.

Tabla 7 Cambios realizados en el evento

Cambios	Frecuencia	Porcentaje
Fecha	4	13,33%
Cantidad de invitados	17	56,67%
Horario	6	20%
Tipo de servicio	1	3,33%
Servicios contratados	2	6,67%
Total	30	100%

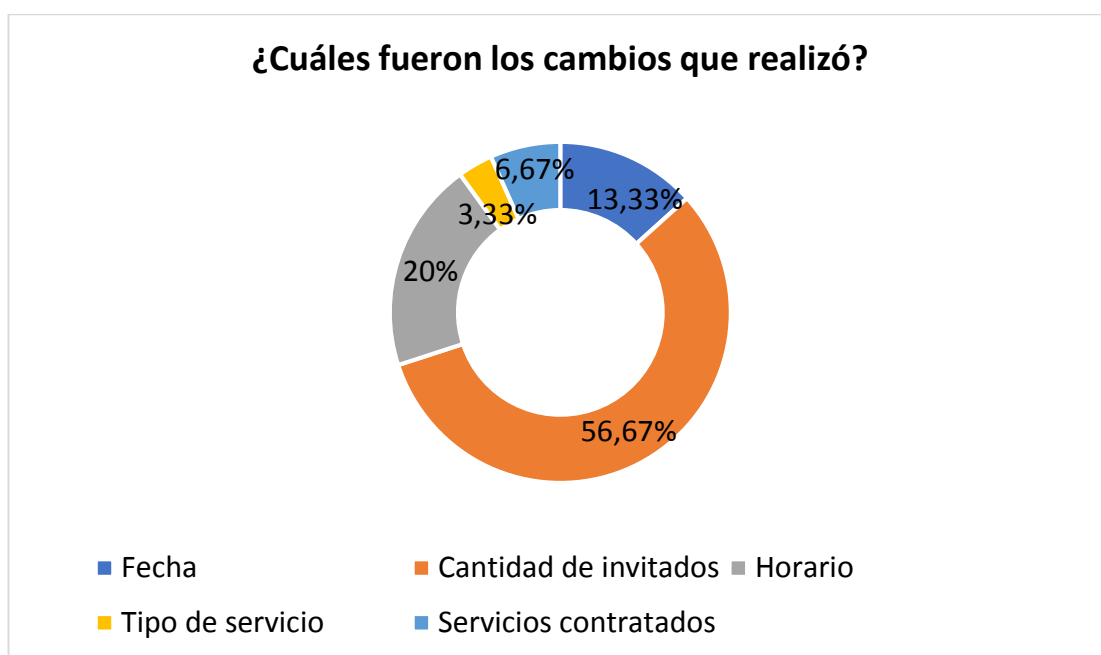


Figura 9: Cambios realizados en el evento

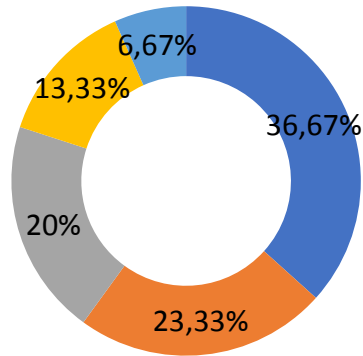
Fuente: Elaboración propia

Entre los cambios realizados al evento se encuentra que el 56,67% fueron relacionados a la cantidad de invitados, seguido por el 20% correspondiente a cambios en el horario del evento. El 13,33% respecta a la fecha, mientras que el 6,67% de los cambios fueron a los servicios contratados. Para finalizar, el 3,33% de los encuestados indicó que los cambios fueron propios al tipo de servicio.

Tabla 8 *Motivación de los cambios realizados*

Motivos	Frecuencia	Porcentaje
Constante modificación del aforo	11	36,67%
Restricción de movilidad	7	23,33%
Toques de queda	6	20%
Casos de COVID en anfitriones o invitados cercanos	4	13,33%
Presupuesto	2	6,67%
Total	30	100%

¿Cuáles fueron los motivos de los cambios en el evento?



- Constante modificación del aforo
- Restricción de movilidad
- Toques de queda
- Casos de COVID en anfitriones o invitados cercanos
- Presupuesto

Figura 10: Motivaciones de los cambios realizados

Fuente: Elaboración propia

El 36,67% de los clientes encuestados, la motivación de los cambios a su evento fue por la constante modificación del aforo. El 23,33% indicó que los cambios se debieron a las restricciones de movilidad, mientras que el 20% confirmó que fueron por los toques de queda implementados. Por otro lado, el 13,33% de los clientes afirmaron que los cambios realizados fueron debido a que los anfitriones o invitados cercanos se vieron infectados por COVID, seguido del 6,67% indicando que la motivación fue el presupuesto.

Tabla 9 Cantidad de invitados

Cantidad de invitados	Frecuencia	Porcentaje
10 a 50 personas	9	30%
51 a 80 personas	16	53,33%
81 a 120 personas	5	16,67%
Total	30	100%

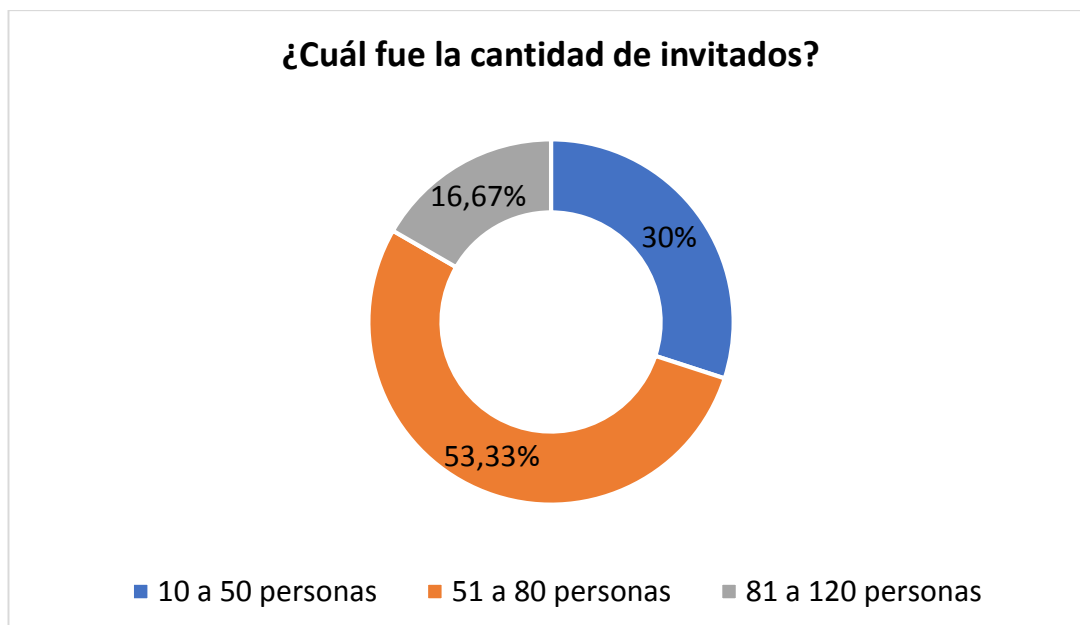


Figura 11: Cantidad de invitados

Fuente: Elaboración propia

Como muestra la Tabla 8, el 53,33% de los encuestados afirmaron que invitaron entre 51 a 80 personas. El 30% invitó entre 10 a 50 personas, mientras que el 16,67% tuvo entre 81 a 120 invitados en su evento.

Tabla 10 *Clasificación de factores para decidir realizar el evento social según su importancia*

Factores	Poco importante	Muy importante
Menos restricciones del COE cantonal	2	28
Flexibilidad de la empresa organizadora de eventos en cuanto a modificaciones	11	19
Cumplimiento de medidas de bioseguridad	0	30
Paquetes acorde a la cantidad de personas	17	13
Calidad	4	26
Precios encajan con el presupuesto	3	27

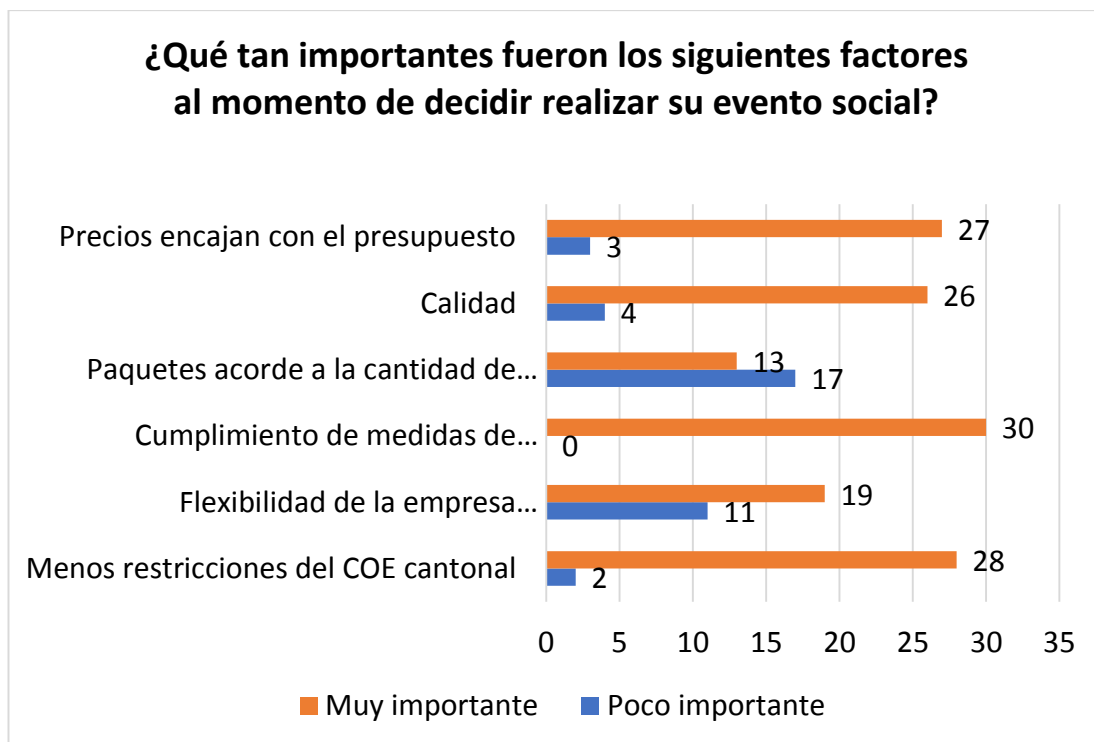


Figura 12: Clasificación de factores para decidir realizar el evento social según su importancia

Fuente: Elaboración propia

Ésta consigna del cuestionario enlistaba un repertorio de factores, con el fin de determinar el impacto que generó cada una de estas variables al momento de influir en la decisión de los clientes para realizar su evento social. Se aplicó la escala de Likert para cada pregunta, que iba del 1 a 5 según el grado de importancia a percepción de los encuestados, donde 1 significa “poco importante” y 5 “muy importante”. Los resultados muestran que todos los clientes consideraron como muy importante que el lugar escogido para la realización del evento cumpliera con los protocolos de bioseguridad establecidos. Menos restricciones del COE cantonal, calidad del servicio presupuesto y flexibilidad para modificaciones por parte de las empresas organizadoras de eventos son variables consideradas por casi todos los clientes encuestados, mientras que el factor: “paquetes de acuerdo a la cantidad de personas” fue considerada como menos importante.

Aunque no se logró conocer la cantidad de personas que realizó un evento social durante la época de pandemia, la muestra aportó con gran cantidad de información sobre la perspectiva de los clientes y como han cambiado sus necesidades.

Se puede inferir que todos los clientes consideran como principal factor de decisión en la contratación de eventos sociales el cumplimiento de los protocolos de bioseguridad establecidos. Además, se logró corroborar que existe una tendencia actual de eventos íntimos con menos de 80 invitados. Esto encaja con el aforo permitido, a la vez que permite mantener el evento dentro del presupuesto planificado.

2.8.2 Resultados de las entrevistas a organizadoras de eventos sociales de la ciudad de Guayaquil

De las 35 personas identificadas, cinco son organizadoras de eventos sociales que laboran en la ciudad de Guayaquil. Las organizadoras entrevistadas pertenecen a la siguiente lista de empresas dedicadas a brindar servicios de organización de eventos sociales:

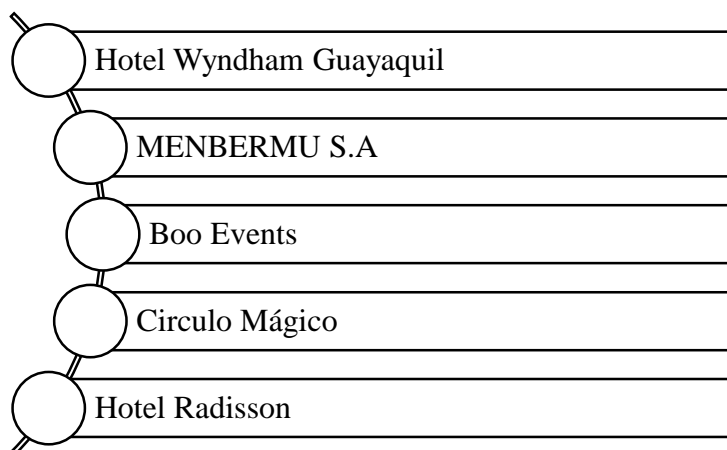


Figura 13: Listado de empresas a las que pertenecen las organizadoras de eventos entrevistadas

Fuente: Elaboración propia

Las transcripciones de las entrevistas se pueden apreciar en los Apéndices B al F. Con los resultados se concluye que la principal complicación a la que las empresas organizadoras de eventos sociales se enfrentaron durante esta época gira a en torno a las medidas implementadas por el COE nacional y sus constantes cambios. Si bien es cierto que la paralización de las actividades fue completa y afectó a todos los sectores económicos, el sector de eventos sociales fue el último en retomar sus actividades.

Además, el periódico cambio en los aforos solo generó cancelaciones y retrasó la reactivación.

Se pudo constatar que la tendencia en eventos sociales se centra en eventos más íntimos y en horarios matutinos – vespertinos, para que éstos no se vean afectados en caso de alguna medida tomada a último momento que involucre temas de aforo u horarios de movilización. Además, se menciona el incremento de eventos híbridos, en donde se implementa el uso de herramientas tecnológicas y plataformas de comunicación online para tener un mayor alcance de invitados, tal como lo menciona Nadia Esteves, coordinadora de eventos del Hotel Wyndham Guayaquil en su entrevista.

En lo que respecta a la bioseguridad, las entrevistadas afirman que el asegurar que las medidas de protección se cumplan generan mucha confianza a los clientes y sus invitados. Para ello, se han implementado medidas adicionales que garanticen el cumplimiento de los protocolos de bioseguridad, sobretodo en el momento del evento. Acorde a la entrevista de Maria Belén Herdoiza, propietaria de la empresa Boo Events, una de estas medidas extras es ubicar al personal en puntos estratégicos durante el desarrollo del evento para que colaboren con la verificación de la principal y más importante medida; el uso obligatorio de la mascarilla, pues a medida que el evento se desarrolla los invitados tienden a relajarse y no seguir los protocolos establecidos.

Luego, se encuentran las preguntas que abarcan las modificaciones que su tuvieron que hacer a sus servicios ofertados y las estrategias de ventas que se utilizan para captar clientes y mantenerse en el mercado. Como factor común, todas las organizadoras comentaron que las modificaciones realizadas se acogieron a la reducción del aforo. Al solo poder realizar eventos pequeños, se adecuaron precios y disminuyeron cantidad de personas en los paquetes como respuesta a esta nueva necesidad identificada en el mercado, esta respuesta se relaciona directamente con las estrategias de mercado que se implementaron para mantener en el mercado y mantener clientes.

Es importante mencionar el caso de Soraya Pacheco, propietaria de Círculo Mágico, empresa dedicada a organizar fiestas infantiles. Soraya y su equipo idearon un nuevo servicio diseñado exclusivamente para la cuarentena. Su producto “*magic truck*” brindaba el servicio de fiestas móviles estilo desfile, y encajó perfecto para las familias que no querían dejar las celebraciones de los pequeños del hogar, sin exponerlos a ningún riesgo.

Por último, se hizo la pregunta de cuales consideraban que es el factor clave para que los clientes de eventos decidan realizar un evento. Entre las respuestas se encuentran el cumplimiento de los protocolos de bioseguridad, precios competitivos, flexibilidad y resoluciones del COE cantonal, tal como lo menciona Maria Laura Bermúdez propietaria y wedding planner certificada de la empresa MENBERMU S.A. Bermúdez enfatiza que la tendencia ahora es hacer eventos con poco tiempo en relación a tiempos pre-pandemia; “las personas ya no esperan un año para casarse sino que lo hacen a los pocos meses” pues a su criterio, aún los clientes sienten inestabilidad con lo que respecta al comportamiento del virus, sus nuevas variantes y las medidas implementadas por las entidades gubernamentales.

2.8.3 Resultados de las entrevistas a clientes de eventos sociales de la ciudad de Guayaquil

De los 30 clientes encuestados se logró que cinco de ellos accedieran a la realización de una entrevista vía medios digitales, lo que permitió contar con información más específica para poder determinar el nivel de satisfacción por los servicios recibidos durante sus eventos sociales en época de pandemia. Además, resultó información relevante como; cambios que realizaron durante la planificación de sus eventos y sus motivos, expectativas y recomendaciones. Las entrevistas transcritas se pueden apreciar en los Apéndices G al K.

Las primeras preguntas del cuestionario hacen referencia a si tuvieron que realizar cambios en la fecha del evento y reducción en la lista de invitados. La mayoría de los clientes afirmaron que sí tuvieron que realizar cambios en lo que respecta a la cantidad de personas. Sin embargo, es importante recalcar que los clientes entrevistados estaban bastante conscientes e informados de las medidas del COE cantonal y el aforo establecido al momento de realizar su evento, por lo que desde el principio decidieron tener una lista de invitados reducida. Así es el caso de Vanessa Mendoza, quien realizó su boda en el Hotel Wyndham Guayaquil y cuya lista de invitados no pasó de las 35 personas.

Todos los entrevistados se encuentran satisfechos con el servicio que recibieron, pero recalcan que hubo ciertos aspectos o servicios complementarios que no pudieron ser incluidos a sus planes por las actuales medidas de bioseguridad.

Entre las recomendaciones para clientes que se encuentren en el proceso de realizar un evento social está el mantenerse informado acerca de las resoluciones

vigentes del COE, tal como lo menciona el entrevistado Alfredo Merizalde en el Apéndice F. Además, recomienda llevar a cabo eventos en horarios vespertinos, ya que en caso de algún cambio o restricción de último momento no se perjudicará la planificación y sería mucho más probable que no afecte al evento en sí, ya que usualmente las resoluciones contemplan medidas relacionadas a la movilización después de la media noche.

Por último, se destaca la importante sugerencia que hace Susana Cevallos, cuya boda se realizó en el Guayaquil Tennis Club Anexo Samborondón. Susana sugiere buscar localidades que cuenten con espacios abiertos, lo que permite tener un aforo mayor si desea tener mayor cantidad de invitados.

2.9. Análisis de la Investigación de Campo

De acuerdo con los resultados obtenidos a partir de las entrevistas a la organizadoras o coordinadoras de eventos sociales de las distintas empresas que brindan este servicio en la ciudad de Guayaquil se logró determinar lo siguiente. Se concluyó que el factor común en cuanto a complicaciones para la realización de eventos sociales fue el constante cambio en las medidas implementadas por el COE cantonal; esto afectó mucho a la reactivación de este sector e incrementó el índice de cancelaciones. Como nuevas tendencias en eventos se evidencia eventos más íntimos y con uso de nuevas plataformas o herramientas tecnológicas, lo que ha permitido desarrollar eventos híbridos con mayor cobertura. Entre las modificaciones que se tuvieron que hacer se encuentra la reducción de precios a los servicios que ofertan y el hacer paquetes diseñados para la cantidad de personas que desee el cliente, puesto que al mantenernos con aforo limitado no se puede manejar los mismos paquetes ofertados antes de la pandemia. Todas las entrevistadas enfatizan que el cumplimiento de las medidas de bioseguridad es esencial para el éxito de cualquier evento, independientemente de la cantidad de personas que tenga. Además, el que la empresa que brinda el servicio asegure que las medidas de bioseguridad sean cumplidas por los asistentes al evento genera más confianza hacia el potencial cliente. Entre las estrategias de ventas se encuentra descuentos a clientes frecuentes, alianzas estratégicas entre los proveedores que complementan el mercado de eventos y sobre todo buscar nuevas alternativas que complementen los servicios que se ofrecen.

En cuanto a los clientes, la mayoría realizó modificaciones para su evento especialmente en lo que respecta a cantidad de personas debido al aforo debido a los

constantes cambios por la situación sanitaria. Como recomendación se encuentra el modificar horarios del evento, mantenerse informado y buscar opciones de lugares al aire libre si se desea hacer un evento con un número mayor de personas.

En resumen, el buscar una empresa que esté comprometida con el cumplimiento de los protocolos de bioseguridad es un plus en el momento en que el cliente decide realizar un evento social en tiempos de COVID-19. Se aclara que los clientes en la actualidad no buscan únicamente el cumplimiento de las medidas, sino también empresas que realicen eventos para grupos pequeños, que se adapten a sus necesidades y sobre todo, están en busca de un servicio más personalizado que se ajuste a cada necesidad, sin dejar de lado la calidad de los servicios. Además, la mayoría de los clientes considera como importante el factor flexibilidad para las cancelaciones o modificaciones en lo que respecta a fecha y horarios. Esta información es fundamental para la elaboración del plan estratégico para la reactivación económica del mercado de eventos sociales en la ciudad de Guayaquil.

Capítulo III: Situación Actual del Mercado

A lo largo de este capítulo se describirá la situación del mercado en Guayaquil. Se detallarán los datos recolectados sobre los servicios y paquetes que ofrece el nicho de eventos sociales actualmente, junto con sus precios, cantidad de personas, entre otros datos relevantes.

3.1 Hoteles en Guayaquil

A continuación, se presentará información de tres hoteles ubicados en la ciudad de Guayaquil que, entre sus servicios ofertados, se encuentran los de eventos y banquetes. Se encuentra un hotel de 5 estrellas de categoría lujo, un hotel de 4 estrellas de categoría superior y un hotel bed & breakfast que ha tenido bastante acogida ya que su ubicación y estructura permite el desarrollo de eventos sociales al aire libre.

3.1.1 Wyndham Hotel Guayaquil

El Wyndham Hotel Guayaquil es un hotel cinco estrellas ubicado en Puerto Santa Ana, al pie del Río Guayas. Éste hotel perteneciente a la cadena internacional de Wyndham Hotels and Resorts tiene casi 8 años operando en la ciudad. Entre los servicios y productos que ofrecen se destaca el de Eventos y Banquetes. Cuenta con tres salas ejecutivas; Las Peñas, Río Guayas y Daule, cada una con capacidades distintas como se muestra en la Figura 14, y con tres amplios salones para eventos; Antonio Neumane, Manuel Rendón y Juan Montalvo, todos con diferentes capacidades de acuerdo a la Figura 15. Además, la unión de los tres salones da como resultado El Gran Salón Las Artes, siendo el salón más grande que posee el hotel.

CAPACIDAD DE SALAS AL 30%						
Salón	Las Peñas		Río Guayas		Ejecutiva Daule	
	CAPACIDAD	AFORO PERMITIDO 30%	CAPACIDAD	AFORO PERMITIDO 30%	CAPACIDAD	AFORO PERMITIDO 30%
Mesa U	25	8	25	8	11	3
Imperial	32	10	32	10	12	4
Escuela	33	10	33	10	N/A	N/A
Auditorio	50	15	50	15	N/A	N/A
Media luna	40	12	40	12	N/A	N/A
Banquete	60	18	60	18	12	4
Fiesta	60	18	60	18	N/A	N/A
Cóctel	50	15	50	15	N/A	N/A
Ancho (m)	7 m		7 m		5 m	
Largo (m)	7 m		7 m		4 m	
Alto (m)	3.2 m		3.2 m		3.2 m	
Área (m ²)	49 m ²		49 m ²		20 m ²	

Figura 14: Capacidad de Salas de Wyndham Hotel Guayaquil

Tomado de: Wyndham Hotel Guayaquil

CAPACIDAD DE SALONES AL 30%								
Salón	Gran Salón Las Artes		Antonio Neumane		Manuel Rendón		Juan Montalvo *	
	CAPACIDAD	AFORO PERMITIDO 30%	CAPACIDAD	AFORO PERMITIDO 30%	CAPACIDAD	AFORO PERMITIDO 30%	CAPACIDAD	AFORO PERMITIDO 30%
Mesa U	N/A	N/A	58	17	36	11	58	17
Imperial	N/A	N/A	58	17	36	11	58	17
Escuela	400	120	126	38	50	15	126	38
Auditorio	500	150	240	72	80	24	240	72
Media luna	320	96	133	40	65	20	133	40
Banquete	420	126	240	72	100	30	240	72
Fiesta	400	120	200	60	100	30	200	60
Cóctel	500	150	240	72	80	24	240	72
Ancho (m)	42 m		18 m		7 m		17 m	
Largo (m)	14 m		14 m		14 m		14 m	
Alto (m)	4.3 m		4.3 m		4.3 m		4.3 m	
Área (m ²)	588 m ₂		252 m ₂		98 m ₂		238 m ₂	

Figura 15: Capacidad de Salones de Wyndham Hotel Guayaquil
Tomado de: Wyndham Hotel Guayaquil

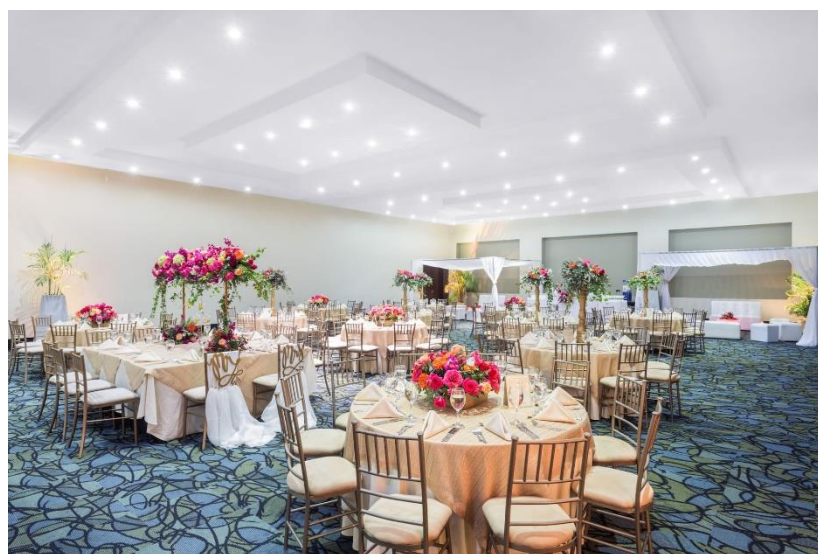


Figura 16: Salón Manuel Rendón, montaje tipo Banquete.
Tomado de: Wyndham Hotel Guayaquil



*Figura 17: Salón Manuel Rendón, montaje de mesa de dulces para Boda.
Tomado de: Wyndham Hotel Guayaquil*



*Figura 18: Sala Las Peñas, montaje tipo Banquete.
Tomado de: Wyndham Hotel Guayaquil*

El departamento de Eventos y Banquetes oferta diversos paquetes para sus clientes, dependiendo de sus requerimientos. Los principales paquetes para eventos sociales son:

- **Grand Collection Wedding Package:** Paquete mínimo para 120 personas, con un valor de \$54 más impuestos por persona (Ver Apéndice L). Incluye servicios antes, durante y después del evento, entre los cuales se encuentran los siguientes:
 - ✓ Degustación para 2 personas del menú elegido, en el Restaurante Rio Grande.
 - ✓ Tarifa especial de alojamiento para familiares e invitados para el día de la boda.
 - ✓ Salón de cortesía y palmeras para decoración.
 - ✓ Elección de Menú Servido o Buffet.
 - ✓ Piqueo de 5 bocaditos por persona.
 - ✓ Estación de Sushi con 5 variedades de rolls a su elección.
 - ✓ Bebidas soft ilimitadas.
 - ✓ Descorche ilimitado de licores
 - ✓ Mesa de Pousse Café y aromáticas, acompañado de 150 frutillas con chocolate blanco y negro.
 - ✓ Disc Jockey por 6 horas
 - ✓ 6 tachos de luces led y 1 luz led de pista para decoración del salón.
 - ✓ Elección de Dueto de cuerdas de violines y órgano por 1 hora o, 1 hora de saxofón.
 - ✓ Completo menaje en mesas, mantelería y cristalería.
 - ✓ Elección de sillas.
 - ✓ Bartender para preparación de cocteles.
 - ✓ Servicio de guardería en una sala con Vista al Rio Guayas con películas, juegos y snacks, al cuidado de una niñera.
 - ✓ Parqueo privado para los novios y padres de los novios.
 - ✓ Noche de Bodas en habitación Junior Suite, en un paquete de Noche de Bodas con decoración de flores, pétalos, gel y sales en tina de hidromasaje.

Incluye cortesía de frutillas achocolatadas, botella de Vino espumoso y cortesía de quesos, fiambres y frutos secos.

- ✓ Desayuno en el Restaurante Rio Grande o Desayuno a la habitación.
 - ✓ Cena especial al mes de aniversario.
 - ✓ Late check out para el día de la boda hasta las 18h00.
 - ✓ Un fin de semana en la ciudad de Quito, en Hotel de 5 estrellas con desayuno incluido operado por GHL Hoteles.
 - ✓ Tarjeta de regalo exclusiva con el 30% de descuento en el servicio de lavado del vestido de los novios en Martinizing.
-
- **“I do” Wedding Package:** Paquete mínimo para 120 personas, con un valor de \$46 más impuestos por persona (Ver Apéndice M). Incluye servicios antes, durante y después del evento, los cuales son:
 - ✓ Degustación para 2 personas del menú elegido, en el Restaurante Rio Grande.
 - ✓ Tarifa especial de alojamiento para familiares e invitados para el día de la boda.
 - ✓ Salón de cortesía y palmeras para decoración.
 - ✓ Elección de Menú Servido o Buffet.
 - ✓ Piqueo de 5 bocaditos por persona.
 - ✓ Bebidas soft ilimitadas.
 - ✓ Descorche ilimitado de licores
 - ✓ Mesa de Pousse Café y aromáticas, acompañado de 150 frutillas con chocolate blanco y negro.
 - ✓ Elección de Disc Jockey por 6 horas y 6 tachos de luces led para decoración del salón o Dueto de cuerdas de violines y órgano por 1 hora o, 1 hora de saxofón.
 - ✓ Completo menaje en mesas, mantelería y cristalería.
 - ✓ Elección de sillas.
 - ✓ Bartender para preparación de cocteles.
 - ✓ Servicio de guardería en una sala con Vista al Rio Guayas con películas, juegos y snacks, al cuidado de una niñera.

- ✓ Parqueo privado para los novios y padres de los novios.
 - ✓ Noche de Bodas en habitación Junior Suite, en un paquete de Noche de Bodas con decoración de flores, pétalos, gel y sales en tina de hidromasaje. Incluye cortesía de frutillas achocolatadas, botella de Vino espumoso y cortesía de quesos, fiambres y frutos secos.
 - ✓ Desayuno en el Restaurante Rio Grande o Desayuno a la habitación.
 - ✓ Cena especial al mes de aniversario.
 - ✓ Late check out para el día de la boda hasta las 18h00.
 - ✓ Tarjeta de regalo exclusiva con el 30% de descuento en el servicio de lavado del vestido de los novios en Martinizing.
- **Dream Wedding Package:** Paquete mínimo para 120 personas, con un valor de \$42 más impuestos por persona (Ver Apéndice N). Incluye servicios antes, durante y después del evento, los cuales son:
 - ✓ Degustación para 2 personas del menú elegido, en el Restaurante Rio Grande.
 - ✓ Tarifa especial de alojamiento para familiares e invitados para el día de la boda.
 - ✓ Salón de cortesía y palmeras para decoración.
 - ✓ 200 bocaditos cóctel para la recepción de invitados.
 - ✓ Elección de Menú Servido o Buffet.
 - ✓ Piqueo de 4 bocaditos por persona.
 - ✓ Bebidas soft ilimitadas.
 - ✓ Descorche ilimitado de licores
 - ✓ Mesa de Pousse Café y aromáticas, acompañado de 120 frutillas achocolatadas.
 - ✓ Elección de Disc Jockey por 6 horas.
 - ✓ Completo menaje en mesas, sillas vestidas, mantelería y cristalería.
 - ✓ Servicio de guardería en una sala con Vista al Rio Guayas con películas, juegos y snacks, al cuidado de una niñera.
 - ✓ Servicio de Valet toilette y amenities
 - ✓ Parqueo privado para los novios y padres de los novios.

- ✓ Noche de Bodas en habitación Junior Suite, en un paquete de Noche de Bodas con decoración de flores, pétalos, burbujas y sales en tina de hidromasaje. Incluye cortesía de frutillas achocolatadas, botella de Vino espumoso y cortesía de quesos, fiambres y frutos secos.
 - ✓ Desayuno en el Restaurante Rio Grande o Desayuno a la habitación.
 - ✓ Late check out para el día de la boda hasta las 15h00.
- **Sky Blue Wedding Package:** Paquete mínimo para 120 personas, con un valor de \$38 más impuestos por persona (Ver Apéndice O). Incluye servicios antes, durante y después del evento, los cuales son:
 - ✓ Degustación para 2 personas del menú elegido, en el Restaurante Rio Grande.
 - ✓ Tarifa especial de alojamiento para familiares e invitados para el día de la boda.
 - ✓ Salón de cortesía.
 - ✓ 150 bocaditos cóctel para la recepción de invitados.
 - ✓ Elección de Menú Servido o Buffet.
 - ✓ Piqueo en mesa de 3 bocaditos por persona.
 - ✓ Bebidas soft ilimitadas.
 - ✓ Descorche ilimitado de licores
 - ✓ Mesa de Pousse Café y aromáticas, acompañado de 120 frutillas achocolatadas
 - ✓ Elección de Disc Jockey por 6 horas.
 - ✓ Completo menaje en mesas, sillas vestidas, mantelería y cristalería.
 - ✓ Servicio de guardería en una sala con Vista al Rio Guayas con películas, juegos y snacks, al cuidado de una niñera.
 - ✓ Servicio de Valet toilette y amenities
 - ✓ Parqueo privado para los novios y padres de los novios.
 - ✓ Noche de Bodas en habitación Junior Suite, en un paquete de Noche de Bodas con decoración de flores, pétalos, burbujas y sales en tina de hidromasaje. Incluye cortesía de frutillas achocolatadas con botella de Vino espumoso.

- ✓ Desayuno en el Restaurante Rio Grande o Desayuno a la habitación.
- ✓ Late check out para el día de la boda hasta las 15h00.

PRECIO DE SALONES					
NOMBRE DEL AREA	AREA M2	PVP SALON FULL DAY	PVP FULL POS COVID	PVP SALON HALF DAY	PVP HALF POS COVID
Gran Salón Las Artes	562	\$ 4.800	\$ 2.400	\$ 2.900	\$ 1.450
Salón Antonio Neumane	236	\$ 1.800	\$ 900	\$ 900	\$ 450
Salón Manuel Rendón	95	\$ 900	\$ 450	\$ 600	\$ 300
Salón Juan Montalvo	226	\$ 1.900	\$ 950	\$ 900	\$ 450
Salón Las Peñas	48	\$ 570	\$ 399	\$ 300	\$ 210
Salón Rio Guayas	48	\$ 570	\$ 399	\$ 300	\$ 210
Sala Ejecutiva Daule	22	\$ 250	\$ 250	\$ 150	\$ 120
PRECIOS NO INCLUYEN IMPUESTOS					

Figura 19: Precio de los salones

Tomado de: *Wyndham Hotel Guayaquil*

De acuerdo a la Figura 19, hay una disminución en el precio de los salones antes y después del COVID, esto se debe a que actualmente todos los eventos que se desarrollan en Wyndham Hotel Guayaquil cumplen con el aforo establecido por el COE Cantonal del 70%.

3.1.2 Radisson Hotel Guayaquil

Hotel cuatro estrellas ubicado en el norte de la ciudad, junto al Estero Salado. Fue inaugurado en el año 2017 y está operado por la cadena colombiana de hoteles GHL Hoteles. Dispone de espacios al aire libre, tal como se aprecia en la Figura 20, ideal para eventos sociales.



Figura 20: Terraza El Mangle, montaje tipo Banquete.

Tomado de: *Radisson Hotel Guayaquil*

Cuenta con un departamento de Eventos en donde se ofrecen varias alternativas para eventos sociales, entre los cuales se destacan los siguientes:

- **Paquete de Bodas White:** Paquete para 120 personas, con un precio de \$34 más impuestos por persona (Ver Apéndice P). Entre los servicios que ofrecen están:
 - ✓ Asesoría personalizada para la organización del evento.
 - ✓ Selección de Buffet o Menú Servido.
 - ✓ Degustación del Menú seleccionado para 2 personas.
 - ✓ Plato de piqueo en mesa de 3 bocaditos por persona.
 - ✓ Uso de salón por 6 horas en piso exclusivo para el evento.
 - ✓ Mantelería a su selección.
 - ✓ Menaje y cristalería.
 - ✓ Pista de Baile.
 - ✓ Capitán de Servicio y meseros.
 - ✓ Descorche ilimitado de vinos y licores.
 - ✓ Bebidas Gaseosas ilimitadas.
 - ✓ Parqueo para 4 vehículos durante las horas del evento.
 - ✓ Uso del área de terraza del Mangle y piscina para fotografías antes o durante del evento.
 - ✓ Habitación Studio Suite para la noche de bodas con decoración especial, botella de vino espumoso y frutillas achocolatadas.

- **Paquete de Bodas Pearl:** Paquete para 120 personas, con un precio de \$36 más impuestos por persona (Ver Apéndice Q). Incluye los siguientes servicios:
 - ✓ Asesoría personalizada para la organización del evento.
 - ✓ Selección de Buffet o Menú Servido.
 - ✓ Degustación del Menú seleccionado para 4 personas.
 - ✓ Plato de piqueo en mesa de 3 bocaditos por persona.
 - ✓ Uso de salón por 6 horas en piso exclusivo para el evento.
 - ✓ Mantelería a su selección.

- ✓ Menaje y cristalería.
 - ✓ Pista de Baile.
 - ✓ Capitán de Servicio y meseros.
 - ✓ Descorche ilimitado de vinos y licores.
 - ✓ Bebidas Gaseosas ilimitadas.
 - ✓ Servicio de Bebidas Calientes.
 - ✓ Servicio de Bartender para preparación de cócteles
 - ✓ Servicio de Dj por 6 horas.
 - ✓ 6 tachos de Luces led de cortesía
 - ✓ Parqueo para 4 vehículos durante las horas del evento.
 - ✓ Uso del área de terraza del Mangle y piscina para fotografías antes o durante del evento.
 - ✓ Habitación Studio Suite para la noche de bodas con decoración especial, botella de vino espumoso y frutillas achocolatadas.
- **Paquete de Bodas Ivory:** Paquete para 120 personas, con un precio de \$42 más impuestos por persona (Ver Apéndice R). Sus servicios incluyen:
 - ✓ Asesoría personalizada para la organización del evento.
 - ✓ Selección de Buffet o Menú Servido.
 - ✓ Degustación del Menú seleccionado para 6 personas.
 - ✓ Estación de sushi, risottos o ceviches a su elección.
 - ✓ Plato de piqueo en mesa de 4 bocaditos por persona.
 - ✓ Uso de salón por 7 horas en piso exclusivo para el evento.
 - ✓ Mantelería a su selección.
 - ✓ Menaje y cristalería.
 - ✓ Pista de Baile.
 - ✓ Capitán de Servicio y meseros.
 - ✓ Descorche ilimitado de vinos y licores.
 - ✓ Bebidas Gaseosas ilimitadas.
 - ✓ Servicio de Bebidas Calientes.
 - ✓ Servicio de Bartender para preparación de cócteles
 - ✓ Servicio de Dj por 7 horas.

- ✓ 6 tachos de Luces led de cortesía
- ✓ Parqueo para 8 vehículos durante las horas del evento.
- ✓ Uso del área de terraza del Mangle y piscina para fotografías antes o durante del evento.
- ✓ Habitación Studio Suite para la noche de bodas con decoración especial, botella de vino espumoso y frutillas achocolatadas.
- ✓ Regalo especial de una cena para dos personas un mes después de la boda.

En la actualidad Radisson Hotel Guayaquil desarrolla eventos bajo las indicaciones del COE Cantonal, cumpliendo el aforo permitido del 70%. Los servicios y paquetes que ofrecen se adaptan a las necesidades y requerimientos de cada cliente, por lo que pueden ser modificados.

3.1.3 Iguanazú Bed & Breakfast

Iguanazú Bed & Breakfast es un hotel ubicado al norte de la ciudad de Guayaquil, estratégicamente ubicados en una colina lo que permite tener una amplia y privilegiada vista panorámica de la ciudad. Fue aperturado en el 2006 y cuenta con un espacio al aire libre ideal para realizar un evento, en un ambiente tranquilo y rodeado de la naturaleza del Bosque Protector Paraíso en el Cerro San Eduardo. (Figura 21).



Figura 21: Vista aérea del Hotel Iguanazú Bed & Breakfast.

Tomado de: *Iguanazú Bed & Breakfast*



Figura 22: Patio con Vista Panorámica.

Tomado de: *Iguanazú Bed & Breakfast*

Como lo muestra el Apéndice S, los servicios que oferta Iguanazú Bed & Breakfast son:

- ✓ Pista de baile de madera.
- ✓ Muebles lounge blancos,
- ✓ Mesas cuadradas de vidrio.
- ✓ Mesas rústicas de madera.
- ✓ Jardín con luces tipo guirnaldas
- ✓ Áreas verdes y terraza con vista a la ciudad.
- ✓ Baños para damas y caballeros por separado.
- ✓ Empleado encargado de cuidar y vigilar la limpieza de los baños-
- ✓ Personal encargado de dirigir el parqueo de los vehículos.
- ✓ Menaje: Platos, cubiertos, servilletas, vasos, copas de agua, vino y champagne.
- ✓ Platos de base y servilletas de tela.
- ✓ Personal de servicio, 1 mesero por cada 12 personas durante el servicio.
- ✓ Descorche
- ✓ Bebidas soft y hielo
- ✓ Música ambiental
- ✓ Menú a escoger
- ✓ Tarifa de alojamiento con descuento exclusivo para noche de bodas.

De acuerdo a la Figura 23, los precios varían dependiendo de las opciones que desee escoger el cliente. No tienen un límite de personas para sus eventos y sus paquetes se pueden armar de acuerdo a la necesidad de los clientes. Los valores son persona y contemplan el alquiler del lugar junto con los servicios de alimentos y bebidas.

Precios por persona	
Ensalada + 2 Proteínas + 1 Guarnición	\$ 42
Ensalada + 2 Proteínas + 1 Arroz + 1 Guarnición	\$ 46
Ensalada + 2 Proteínas + 1 Arroz + 1 Guarnición + Postre	\$ 50

Los precios incluyen ALQUILER de la locación y CATERING, puede ver el detalle en la segunda página.

Figura 23: Precios de servicios de Eventos.

Tomado de: *Iguanazú Bed & Breakfast*

Entre las políticas de Iguanazú para bodas y eventos sociales en general, se deben realizar a partir de las 11h00 por un tiempo máximo de 6 horas. Todo evento debe finalizar a las 23h00. Por cada hora adicional que se extienda el evento tendrá un costo de \$200. Los servicios de Iguanazú solo comprende locación y catering. Servicios como backing, mesa de dulces, bocaditos, Dj, arreglos florales, mantelería, decoración y bebidas alcohólicas no están incluidos y corren por cuenta de cada cliente.

Frente a los datos exhibidos anteriormente, se pudo contrastar los servicios que ofrece cada hotel dentro de sus paquetes disponibles para sus clientes de eventos sociales, tal como se muestra en la Tabla 10. Sin embargo, se debe tomar en cuenta que cada hotel tiene una categoría diferente, por lo que lo el factor decisivo para la adquisición de servicios de eventos sociales es netamente subjetivo y dependerá de que necesidades busca satisfacer el cliente y, sobre todo, de su presupuesto.

Tabla 11: Servicios de eventos sociales ofertados en los hoteles analizados de la ciudad de Guayaquil en tiempos de COVID-19

	Wyndham Hotel Guayaquil				Radisson Hotel Guayaquil			Iguanazú Bed & Breakfast
Paquetes eventos sociales	Grand Collection	“I do”	Dream	Sky Blue	White	Pearl	Ivory	No se maneja con paquetes
Cantidad de personas	120				120			No tiene límite de personas
Uso de salón incluido	Por 7 horas	Por 7 horas	Por 6 horas	Por 6 horas	Por 6 horas	Por 6 horas	Por 7 horas	Por 6 horas
Buffet o Menú Servido	Se puede elegir entre las dos opciones				Se puede elegir entre las dos opciones			Menú Servido
Degustación	Para 2 personas				Para 2 pax	Para 4 pax	Para 6 pax	No incluye degustación
Parqueo	Para novios y padres de los novios				Para 4 pax	Para 4 pax	Para 8 pax	No tiene límite de parqueos
Menaje y cristalería	Incluye				Incluye			Incluye
Bocaditos	5 por pax	5 por pax	4 por pax	3 por pax	3 por pax	3 por pax	4 por pax	No incluye bocaditos
Estación de bebidas calientes	Si	Si	Si	Si	No	Si	Si	No
Descorche de licores	Ilimitado	Ilimitado	Ilimitado	Ilimitado	Ilimitado	Ilimitado	Ilimitado	Ilimitado
Bebidas soft	Ilimitadas	Ilimitadas	Ilimitadas	Ilimitadas	Ilimitadas	Ilimitadas	Ilimitadas	Ilimitadas
Dj	Por 6 horas	Por 6 horas	Por 6 horas	Por 6 horas	No incluye	Por 6 horas	Por 7 horas	Solo incluye música ambiental
Personal de servicio	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Tarifa especial para invitados	Si	Si	Si	Si	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
Noche de Bodas	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Tarifa con descuento especial

3.2 Empresas Organizadoras de eventos sociales en Guayaquil

Posteriormente, se expondrá información de tres empresas organizadoras de eventos sociales de la ciudad. Dos de ellas especializadas en la organización de bodas, y una en eventos sociales en general. Cabe mencionar que en éstas empresas se destacan los servicios de decoración y arreglos que, en conjunto con los otros servicios ofertados, dan como resultados eventos sociales de calidad.

3.2.1 Produeventos

Produeventos es una empresa familiar dedicada a brindar servicios integrales para eventos desde 1992. Además de paquetes para eventos sociales ofrecen también servicio de asesoría, coordinación, y cuentan certificados internacionalmente como *Events Planners*

Al ser una empresa centrada en la organización de eventos sociales como tal, ellos no poseen salones de eventos ni locales. Cuentan con tres oficinas en Guayaquil; Guayacanes, Samborondón y Urdesa en donde brindan asesorías a sus clientes. Entre los servicios que ofertan se destaca la decoración y ambientación de eventos con arreglos de flores naturales.



Figura 24: Montaje para Boda en Hotel Hilton Colón.
Tomado de: *Produeventos*



*Figura 25: Mesa Imperial, matrimonio Civil en Ciudadela Privada.
Tomado de: Produeventos*

Poseen cuatro paquetes sociales. Cada uno cuenta con diferentes servicios por lo que el valor varía dependiendo de cuál se acerqué más a las necesidades de los clientes.

- **Paquete básico 24 servicios:** Paquete para 120 personas. Tiene un valor de \$28 por persona (Ver Apéndice T). Cuenta con 24 servicios que son:
 - ✓ Buffet con 2 proteínas, arroz y ensalada a elegir.
 - ✓ Hasta 2 opciones de postre a elegir.
 - ✓ 5 unidades de bocaditos dulce por invitado.
 - ✓ 5 unidades de bocaditos de sal por invitado.
 - ✓ Bebidas soft ilimitadas durante todo el evento.
 - ✓ Decoración en flores naturales y ambientación.
 - ✓ Centros de mesa altos y bajos, uno para cada 8 personas.
 - ✓ 2 arreglos florales en mesa de dulces.
 - ✓ Iluminación LED
 - ✓ Alfombra al ingreso
 - ✓ Mesas redondas con mantelería (8 puestos por mesa).
 - ✓ Sillas Tiffany para invitados.

- ✓ Juego de mesas y bases para mesa principal de dulces: incluye desniveles, accesorios, porta bocaditos y torta de presentación falsa.
 - ✓ Mesas de apoyo para recuerdos, cofre, entre otros.
 - ✓ Vajilla.
 - ✓ Cubertería.
 - ✓ Cristalería.
 - ✓ Servilletas de tela y papel
 - ✓ Dj.
 - ✓ 1 capitán de evento.
 - ✓ 1 mesero por cada 25 invitados.
 - ✓ 1 bartender.
 - ✓ Servicio de transporte.
 - ✓ Montaje y desmontaje.
 - ✓ Coordinación y asesoría del evento.
- **Paquete Bronce 31 servicios:** Paquete 120 personas. Cuesta \$35 por persona. (Ver Apéndice U). Los servicios que ofrecen son:
 - ✓ Buffet con 2 proteínas, arroz y ensalada a elegir.
 - ✓ Hasta 2 opciones de postre a elegir.
 - ✓ 5 unidades de bocaditos dulce por invitado.
 - ✓ 5 unidades de bocaditos de sal por invitado.
 - ✓ Cajas de porciones de torta real con masa de novia. 1 unidad por invitado.
 - ✓ Bebidas soft ilimitadas durante todo el evento.
 - ✓ Coctel para las invitadas. 2 opciones a escoger, con servicio durante 5 horas.
 - ✓ Decoración en flores naturales y ambientación.
 - ✓ Centros de mesa altos y bajos especiales, uno para cada 8 personas.
 - ✓ 4 arreglos florales en mesa de dulces.
 - ✓ 1 arreglo floral para el ingreso.
 - ✓ Follaje en mirto natural sobre estructura de mesa de bocaditos.
 - ✓ Iluminación LED.

- ✓ Luces decorativas.
- ✓ Telas.
- ✓ Alfombra al ingreso
- ✓ Mesas redondas con mantelería (8 puestos por mesa).
- ✓ Sillas Tiffany para invitados.
- ✓ Juego de mesas y bases para mesa principal de dulces: incluye desniveles, accesorios, porta bocaditos y torta de presentación falsa.
- ✓ Mesas de apoyo para recuerdos, cofre, entre otros.
- ✓ Vajilla.
- ✓ Cubertería.
- ✓ Cristalería.
- ✓ Servilletas de tela y papel
- ✓ Dj.
- ✓ 1 capitán de evento.
- ✓ 1 mesero por cada 25 invitados.
- ✓ 1 bartender.
- ✓ Servicio de transporte.
- ✓ Montaje y desmontaje.
- ✓ Coordinación y asesoría del evento.

- **Paquete Plata 31 servicios:** Paquete 120 personas. Tiene un valor de \$38 por persona (Ver Apéndice V). Los servicios que incluye este paquete son:

- ✓ Buffet con 2 proteínas, arroz y ensalada a elegir.
- ✓ Hasta 2 opciones de postre a elegir.
- ✓ 5 unidades de bocaditos dulce por invitado.
- ✓ 5 unidades de bocaditos de sal por invitado.
- ✓ Cajas de porciones de torta real con masa de novia. 1 unidad por invitado.
- ✓ Bebidas soft ilimitadas durante todo el evento.
- ✓ Coctel para las invitadas. 2 opciones a escoger, con servicio durante 5 horas.
- ✓ Vino Espumante para brindis.

- ✓ Decoración en flores naturales y ambientación.
- ✓ Centros de mesa altos y bajos especiales, uno para cada 8 personas.
- ✓ 4 arreglos florales en mesa de dulces.
- ✓ 1 arreglo floral para el ingreso.
- ✓ Follaje en mirto natural sobre estructura de mesa de bocaditos.
- ✓ Iluminación LED.
- ✓ Luces decorativas.
- ✓ Telas.
- ✓ Alfombra al ingreso
- ✓ Mesas de cristal Tiffany con luz LED inalámbrica. 8 – 10 puestos por mesa.
- ✓ Sillas Tiffany para invitados.
- ✓ Juego de mesas y bases para mesa principal de dulces: incluye desniveles, accesorios, porta bocaditos y torta de presentación falsa.
- ✓ Mesas de apoyo para recuerdos, cofre, entre otros.
- ✓ Vajilla.
- ✓ Cubertería.
- ✓ Cristalería.
- ✓ Servilletas de tela y papel
- ✓ Dj.
- ✓ 1 capitán de evento.
- ✓ 1 mesero por cada 25 invitados.
- ✓ 1 bartender.
- ✓ Servicio de transporte.
- ✓ Montaje y desmontaje.
- ✓ Coordinación y asesoría del evento.

- **Paquete Oro 38 servicios:** Paquete para 120 personas, con un valor de \$50 por invitado (Ver Apéndice W). Incluye los siguientes servicios:

- ✓ Buffet con 2 proteínas, arroz y ensalada a elegir.
- ✓ Hasta 3 opciones de postre a elegir.
- ✓ 7 unidades de bocaditos dulce por invitado.

- ✓ 5 unidades de bocaditos de sal por invitado.
- ✓ Mesa de shots de mariscos, con 2 unidades por invitado.
- ✓ Cajas de porciones de torta real con masa de novia. 1 unidad por invitado.
- ✓ Bebidas soft ilimitadas durante todo el evento.
- ✓ Coctel para las invitadas. 3 opciones a escoger, con servicio durante 5 horas.
- ✓ Vino Espumante para brindis.
- ✓ Decoración en flores naturales y ambientación.
- ✓ Centros de mesa altos y bajos Premium, uno para cada 8 - 10 personas.
- ✓ 6 arreglos florales en mesa de dulces.
- ✓ Columpio en flores naturales para ubicar torta falsa.,
- ✓ 1 arreglo floral para el ingreso.
- ✓ Paquete de novia en flores naturales, ramo de novia personalizado, ramos para damas y azar para novio.
- ✓ Follaje en mirto natural sobre estructura de mesa de bocaditos.
- ✓ Backing en mirto natural o ramas secas (para mesa de dulces o área elegida)
- ✓ Iluminación LED.
- ✓ Luces decorativas.
- ✓ Telas.
- ✓ Alfombra al ingreso
- ✓ Mesas de cristal Tiffany con luz LED inalámbrica. 8 – 10 puestos por mesa.
- ✓ Sillas Tiffany para invitados.
- ✓ Juego de mesas y bases para mesa principal de dulces: incluye desniveles, accesorios, porta bocaditos y torta de presentación falsa.
- ✓ Mesas de apoyo para recuerdos, cofre, entre otros.
- ✓ Salas Lounge. 1 juego por cada 50 invitados.
- ✓ Vajilla.
- ✓ Cubertería.
- ✓ Cristalería.
- ✓ Servilletas de tela y papel.
- ✓ Platos base para mesa de invitados.

- ✓ Dj.
- ✓ Proyector y pantalla
- ✓ 1 capitán de evento.
- ✓ 1 mesero por cada 20 invitados.
- ✓ 1 bartender.
- ✓ Servicio de transporte.
- ✓ Montaje y desmontaje.
- ✓ Coordinación y asesoría del evento.

3.2.2 Magnolia Eventos & Shop

Organizadora de eventos especializada en decoración de eventos sociales y fiestas infantiles con temáticas. Funciona desde el 2018 y fue creada por Giuliana Canessa. Entre sus servicios se destaca la decoración única, con arreglos Premium, flores y cada uno acorde a la temática que ambienta el evento.



*Figura 26: Baby Shower, temática Safari.
Tomado de: Magnolia Eventos*



Figura 27: Brunch Navideño.

Tomado de: *Magnolia Eventos*

Entre sus servicios, cuentan con un único paquete de decoración llamado “Petite party” y tiene un costo de \$310 incluida transportación. Contiene mesa, backing, mesita auxiliar (varias opciones según temática), guirnalda de 3 metros, portatorta, stands de diferentes alturas, elementos decorativos según temática, montaje y desmontaje. Si el cliente lo requiere, se puede añadir sets de globos, el valor está entre \$75 - \$100 dependiendo de qué se desee realizar. Al ofrecer solo servicios de decoración, no tiene un límite de personas.



Figura 28: Mesa para cumpleaños, temática Granja

Tomado de: *Magnolia Eventos*

3.2.3 Menta Eventos

Empresa Ecuatoriana que destaca en el mercado de la organización de eventos con su decoración y ambientación de eventos. Especializados en decoraciones únicas que incluyen arreglos con flores naturales y mobiliario de lujo, para crear eventos extraordinarios con *efecto WOW*.

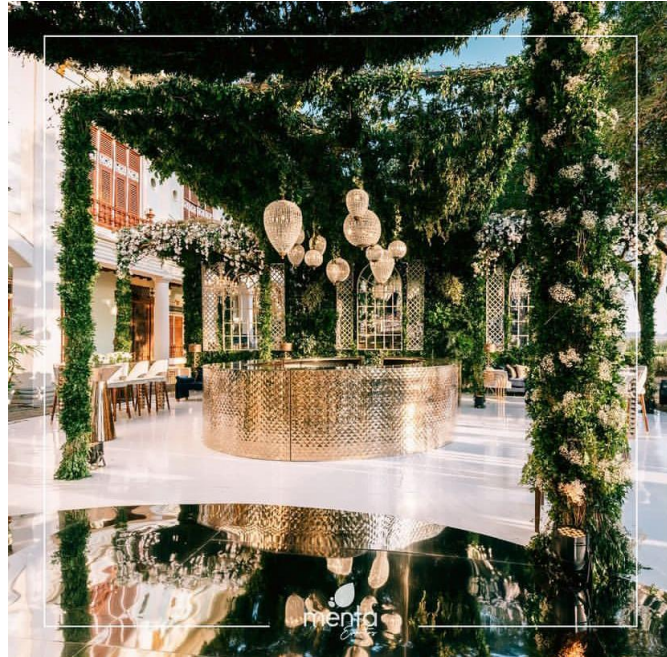


Figura 29: Montaje para boda en Hotel del Parque.

Tomado de: *Menta Eventos*

Entre su oferta al público se encuentran sus servicios de decoración, planificación y asesoría de eventos. Cuentan con cuatro asesoras especializadas, para asistir a los clientes con sus requerimientos. Entre sus paquetes para eventos sociales se destacan los siguientes;

- **Paquete clásico Elegante:** Paquete para ideal para 120 personas, con un valor de \$4,885 más IVA. (Ver Apéndice X). Los servicios que contiene este paquete son:
 - ✓ Pedestales para enmarcar área de entrada.
 - ✓ Arreglos de flores en pedestales semi arco
 - ✓ 1 mesa redonda con hiedra para torta
 - ✓ 4 lámparas triples ovaladas y redondas

- ✓ 4 módulos de mesas curvas para mesa de dulces.
- ✓ 2 jardineras para torta 0.80 cm.
- ✓ Menaje de platería y cristalería.
- ✓ Persona encargada de poner dulces.
- ✓ Persona encargada de mesa de dulces durante el evento.
- ✓ 5 Mesas redondas con hiedra.
- ✓ 5 Mesas rectangulares de vidrio.
- ✓ 5 Centros de mesa bajos.
- ✓ 5 jardineras con 3 briseros.
- ✓ 90 sillas en X pewter.
- ✓ 1 Sala completa (sofá, mesa, butacas).
- ✓ 3 Arreglos de flores pequeños para sala.
- ✓ 1 Bar de 2.5 metros.
- ✓ 2 Cocteleras.
- ✓ 2 arreglos de flores medianos.
- ✓ 2 Mesas rectangulares de vidrio con base de espejo.
- ✓ 2 Mesas redondas de vidrio con base de espejo.
- ✓ 15 Tachos led.
- ✓ Personal de montaje y desmontaje.
- ✓ Transporte.

- **Paquete clásico Elegante Premium:** Paquete ideal para 120 personas, con un precio de \$7,100 más IVA (Ver Apéndice Y). Incluye los siguientes servicios:

- ✓ 2 Pedestales para enmarcar área de entrada.
- ✓ 2 Arreglos de flores en pedestales semi arco.
- ✓ 1 mesa redonda con hiedra.
- ✓ 4 lámparas triples ovaladas y redondas.
- ✓ 2 candelabros de cristal.
- ✓ 4 módulos de mesas curvas para mesa de dulces.
- ✓ 4 jardineras para torta 0.80 cm.
- ✓ Menaje de platería y cristalería.
- ✓ Persona encargada de poner dulces.

- ✓ Persona encargada de mesa de dulces durante el evento.
- ✓ 5 Mesas redondas con hiedra.
- ✓ 5 Mesas rectangulares de espejo.
- ✓ 5 Centros de mesa altos.
- ✓ 5 Centros de mesa bajos, jardinera con 3 briseros
- ✓ 40 Sillas Luis XV.
- ✓ 45 Sillas en X pewter.
- ✓ 1 Sala completa (sofá, mesa, butacas).
- ✓ 3 Arreglos de flores pequeños para sala.
- ✓ 1 Estructura 6x6 para pista de baile
- ✓ 1 Decoración con flores, luces y ramas en estructura.
- ✓ 1 Lámpara chandelier grande
- ✓ 1 Bar de 4.5 metros.
- ✓ 4 Cocteleras.
- ✓ 4 arreglos de flores pequeños para las cocteleras.
- ✓ 2 Arreglos de flores alto para el área de Buffet.
- ✓ 3 Mesas rectangulares de madera.
- ✓ 2 Mesas redondas de madera.
- ✓ 15 Tachos led.
- ✓ Personal de montaje y desmontaje.
- ✓ Transporte.

Además, Menta Eventos con una pequeña empresa llamada Elementa Deco Rental que se dedica solamente al servicio de alquiler de mobiliario y elementos para eventos. Cuentan con mueblaje de varios estilos, ideales para todo tipo de eventos.

Con la información mencionada, se puede lograr un análisis comparativo de los servicios que brindan cada una de las empresas organizadoras de eventos sociales antes mencionadas, tal como se muestra en la Tabla 11. No obstante, es importante destacar que, aunque hay ciertas diferencias entre cada paquete, cada empresa puede adaptarse específicamente a los requerimientos y necesidades de sus clientes, lo que les permite ofrecer un servicio más personalizado y a la medida.

Tabla 12: Paquetes ofertados por las empresas organizadoras de eventos sociales analizadas de la ciudad de Guayaquil en tiempos de COVID-19

	Produeventos				Magnolia Eventos	Menta Eventos	
Paquetes eventos sociales	Básico 24 servicios	Bronce 31 servicios	Plata 31 servicios	Oro 38 servicios	Petite Party	Clásico Elegante	Clásico Elegante Premium
Cantidad de personas	120 personas				No tiene límite de personas	120 personas	
Catering y tipo de servicio	Incluye Buffet con 2 tipos de proteínas, arroz y ensalada a elegir				No incluye catering	No incluye catering	
Menaje y cristalería	Incluye				Solo altibajos para mesa de dulces	Incluye	
Bocaditos	10 por pax	10 por pax	10 por pax	12 por pax	No incluye	No incluye	
Descorche de licores	No incluye				No incluye	No incluye	
Bebidas soft	Ilimitadas				No incluye	No incluye	
Dj	Incluye				No incluye	No incluye	
Personal de servicio	Si				No incluye	Si	
Mobiliario	Si				Si	Si	
Iluminación	Si				No incluye	Si	
Decoración	Decoración con flores				Decoración de acuerdo a la tematica	Decoración con flores	
Transportación y montaje	Incluye				Incluye	Incluye	

Es importante mencionar que al momento ninguna empresa dedicada a organizar o proveer eventos tiene autorización del COE Cantonal para eventos con bailes, por lo que no está permitido la implementación de pistas de baile. Adicional, todos los eventos que se llevan a cabo deben de cumplir con las normas de bioseguridad establecida por el COE y con los protocolos para Eventos y Banquetes antes, durante y después del evento. Muchos de los eventos que se desarrollan al momento tienen tendencia a empezar temprano, pues la hora máxima permitida es hasta las 00h00. Lo recomendable al momento es utilizar menús servidos a la mesa para evitar aglomeraciones en la mesa del buffet, o buffet asistido, para evitar la manipulación de los utensilios, otras de las medidas de prevención que está en tendencia es entregar vasos o copas personalizadas a los asistentes, éstas muchas veces tienen el nombre del invitado o vienen en forma de collar, con el fin de no perder el vaso de vista y utilizar solamente su vaso personal. Por último, la tendencia también está dirigida hacia los detalles de los eventos, pues ahora se entregan kits sanitizantes con elementos de bioseguridad con el grabado del evento al que se asiste.

Después de haber analizado hoteles y empresas organizadoras de eventos sociales se puede observar que ambos sectores del mercado ofrecen paquetes con características muy similares. Se puede concluir en que el factor de decisión es subjetivo y dependerá netamente de los gustos y preferencias de los clientes del mercado de eventos sociales en Guayaquil, y del aspecto económico. Se puede elegir entre un paquete social de hotel que incluye servicios antes, durante y después del evento, o entre una empresa especializada en organización de eventos sociales, que ofrece acompañamiento y asesoramiento a lo largo del proceso, lo que da como resultado eventos más personalizados en donde resalta la decoración. Se destaca también que ambas partes cumplen con los protocolos y lineamientos establecidos, por lo que se garantiza que son eventos bioseguros en tiempos de COVID-19.

3.3. Aplicación de teorías de investigación

A continuación, se aplicarán las teorías mencionadas previamente en el marco teórico, con el fin de interpretar los resultados obtenidos y facilitar la formulación del plan de estrategias que incluirán los requerimientos del cliente para mejorar la oferta del servicio de banquetes y eventos en la ciudad de Guayaquil.

3.3.1. Análisis PEST

El uso de esta herramienta permitirá tener un claro diagnóstico de la situación actual en el entorno de la industria de la organización de eventos sociales y banquetes, esto permitirá planificar la estrategia más adecuada para su reactivación.

Aspectos políticos

Desde marzo del 2020 el Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias, a través del COE nacional, han emitido resoluciones periódicamente que han determinado el manejo de las actividades durante la pandemia. Durante la última sesión permanente del jueves 29 de julio de 2021, en la ciudad de Guayaquil se mantiene el aforo de eventos al 50 % en espacios cerrados y al 75% en espacios al aire libre.

Aspectos económicos

Desempleo

La pandemia del COVID-19 trajo consigo una de las peores crisis económicas. Muchas empresas quebraron, mientras otras se vieron en la necesidad de despedir a una gran cantidad de empleados para abaratar costos y mantenerse en el mercado. Este recorte de personal se ve reflejado en los datos proporcionados por el INEC. Según estadísticas actualizadas para julio de 2021, la tasa de desempleo actual es del 5,2%. Sin embargo, es importante mencionar que para mayo de 2021 el índice de desempleo era del 6,3%, resultando en una diferencia de 1,1% de comparación, lo que representa un punto a favor de la reactivación económica del país. (INEC, Ecuador en Cifras, 2021)

Producto Interno Bruto

De acuerdo a la información que proporciona el Banco Central del Ecuador en el primer trimestre del 2021 el Producto Interno Bruto (PIB) alcanzó USD 16,445 millones en términos constantes, registrando un crecimiento del 0,7% con respecto al cuarto trimestre del año 2020. (Ecuador, 2021)

En lo referente al Valor Agregado Bruto (VAB) no petrolero, se mostró un incremento del 0.9% gracias al dinamismo de algunas industrias, entre esas se encuentra la industria del alojamiento y servicios de comida que presentó un crecimiento del 3,1% por una recuperación de servicios hoteleros y restaurantes. (Ecuador, 2021)

Inflación

De acuerdo al INEC (2021) el índice de Precios al Consumidor (IPC) es un indicador nacional que permite medir la variación del precio en el tiempo; precios que corresponden al consumo final de bienes y servicios de los hogares de todos los estratos en el área urbana del país. Esta variación se conoce como inflación.

Según el boletín técnico No 07-2021-IPC, la inflación mensual en julio 2021, respecto a junio 2021, fue de 0,53%. La inflación anual de precios de julio de 2021, respecto a julio de 2020, alcanzó 0,45%; como referencia, en julio de 2020 fue de -0,54%. Lo que permite interpretar que el costo de vida en Ecuador ha incrementado en relación al año anterior en donde el país atravesaba una situación económica crítica, ya que la pandemia aún no se manejaba de forma eficaz. (INEC, 2021)

Sector empresarial

Acorde un artículo del diario ecuatoriano digital “Primicias”, fuente recopilada a través de la Superintendencia de Compañías en Ecuador señala que unas 10,767 compañías se constituyeron en Ecuador durante el 2020, lo que representa el 7,7% más frente a 2019, cuando se crearon 10,001 empresas.

Octubre fue el mes que más empresas se crearon con 1,386. En cambio, en abril apenas se constituyeron 7 empresas eso se debió a que el país se encontraba en confinamiento para evitar el aumento de casos de COVID-19.

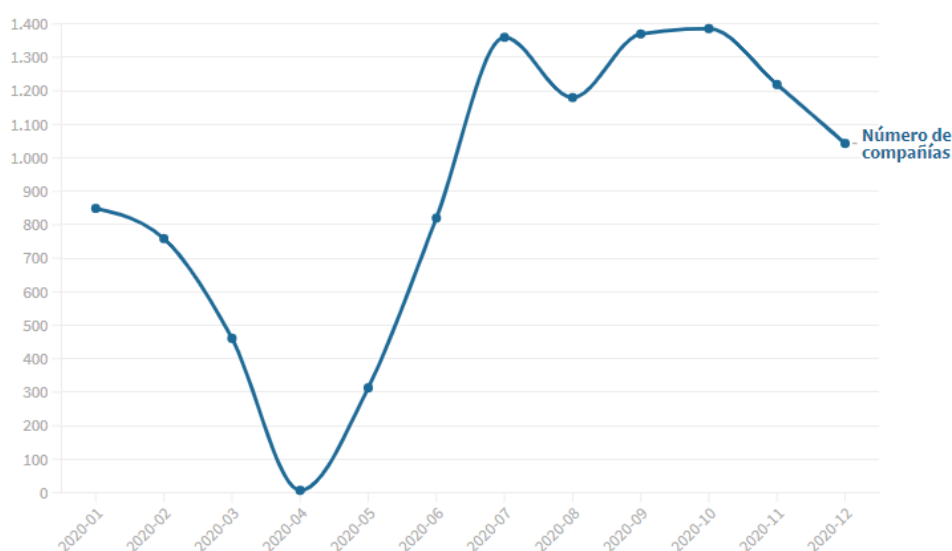


Figura 30: Empresas creadas en el año 2020

Tomado de: *La constitución de compañías creció 7,7% en 2020*, PRIMICIAS (2020)

Que más empresas se hayan creado en 2020, en medio de la crisis, responde a la generación de nuevas oportunidades en sectores como el tecnológico, de alimentos y salud.

“Que 4.189 sociedades por acciones simplificadas se hayan constituido en menos de ocho meses y durante la pandemia de Covid-19 responde a su naturaleza, que se enfoca en los emprendimientos. La sociedad por acciones simplificadas busca “la formalización de los emprendimientos, constituyéndolos en sujetos de crédito y, con ello, ampliar sus procesos productivos”, sostiene la Superintendencia de Compañías. Ecuador es el segundo país más emprendedor de América Latina, con una Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) del 36,2%. La TEA representa el número de personas adultas que han iniciado un negocio o se encuentran en el proceso de iniciar un emprendimiento. “La constitución de más de 4.000 SAS en 2020 no significa que se hayan creado nuevas empresas, sino que hubo emprendedores que decidieron formalizarse, convertirse en personas jurídicas”, sostiene Freddy García, director de Estudios Económicos y Estadísticos en la consultora Inteligencia Empresarial. A diferencia de los otros tipos de figuras mercantiles, las sociedades por acciones simplificadas pueden ser constituidas por una sola persona.” (Primicias, 2020)

Aspectos sociales

Salud

En el año 2021 aún es obligatorio el uso de mascarilla en espacios públicos y se sigue priorizando el cumplimiento de las medidas de bioseguridad para las actividades diarias, sin embargo, se evidencia relajamiento por parte de la población en lo que respecta al cumplimiento de protocolos.

Es importante mencionar que, a lo largo del desarrollo de este trabajo de titulación, se ha logrado que el 70,32% de la población de la provincia del Guayas de 16 años en adelante esté completamente vacunada. Así lo demuestra las estadísticas de la página del Ministerio de Salud Pública con fecha de corte al 09 de septiembre de 2021 (MSP, 2021). Esto ha servido como punto clave en la reactivación de la economía del país y ha generado expectativas positivas dentro de la sociedad, pues se evidencia

una disminución en los casos de contagio y el sistema de salud ya no se encuentra colapsado.

Comportamiento de consumo

Se puede identificar que desde el año 2020 los hábitos de consumo son otros, se ha priorizado la prevención de la salud, consumo de artículos de limpieza y desinfección, y alimentos.

Uno de los efectos del COVID-19 fue la digitalización. Muchos negocios se vieron en la obligación de modificar sus estrategias de marketing y venta y optaron por la venta de servicios o productos de forma digital. Cabe recalcar que, aunque la situación económica haya mejorado en relación con el año 2020, aún se viven estragos de la falta de ingresos que se vivió en el año anterior. Esto ha generado que el cliente sea más juicioso al momento de sus compras y priorice satisfacer sus necesidades básicas.

Aspectos tecnológicos

Como se mencionó anteriormente, las nuevas tecnológicas en el sector de eventos han permitido el desarrollo de eventos híbridos.

El último reporte del INEC en el año 2015 muestra que las empresas de los sectores de manufactura, minería, comercio y servicios, el 66,7% invierten en el desarrollo de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), de las cuales el 44,7% del aporte en el monto invertido corresponde al de las empresas de servicio. (2016)

Capítulo IV: Elaboración de un plan estratégico para mejorar la oferta del servicio de eventos sociales en la ciudad de Guayaquil

En este capítulo se desarrollará el plan de estrategias que incluyan los requerimientos del cliente para mejorar la oferta del servicio de eventos sociales en la ciudad de Guayaquil, y que fue planteado como uno de los objetivos específicos desde el principio de la investigación.

Después de la investigación de mercado que se realizó y analizar los resultados arrojados por las diferentes técnicas de recolección de datos empleadas, se pudo determinar cuáles son los factores que determinan las preferencias de los clientes y que influyen en la decisión de la contratación del servicio de eventos sociales en tiempos de COVID-19 en la ciudad de Guayaquil.

El diseño de este plan es fundamental para la reactivación de la industria de eventos sociales y servirá para que las empresas que conforman este sector se mantengan competitivas dentro del mercado, pues sus resultados se basan directamente en las preferencias de los clientes.

4.1. Objetivos

Objetivos generales

Los objetivos generales del plan de estratégico para mejorar la oferta en el servicio de eventos sociales en la ciudad de Guayaquil son:

- Obtener la reactivación económica del mercado de eventos sociales en la ciudad de Guayaquil, que se vio gravemente afectado durante los confinamientos a raíz de la pandemia de COVID-19.
- Diversificar la oferta y mejorar la competitividad en el mercado de eventos sociales de la ciudad de Guayaquil.
- Incrementar la satisfacción y seguridad de los clientes que deciden realizar un evento social durante la pandemia.

Objetivos específicos

Los objetivos específicos se derivan de los objetivos generales y funcionan para detallar cuáles son los procesos necesarios que se deben aplicar para alcanzar el buen desarrollo del plan estratégico.

- Diseñar estrategias de venta con el fin de captar nuevos clientes que aún se encuentren en el proceso de compra para realizar un evento.

- Establecer un programa de fidelización para clientes frecuentes, donde se reconozca su incidencia a través de descuentos exclusivos.
- Rediseñar los servicios ofertados por las empresas organizadoras de eventos, para que estén orientados a cumplir las preferencias actuales de los clientes en tiempos de COVID-19.
- Contar con un asesor de seguridad ocupacional externo que capacite periódicamente al personal sobre la bioseguridad y su uso aplicado a la industria de eventos sociales
- Establecer políticas de cancelación o modificación para eventos, que sean más flexibles y llamativas para los clientes.
- Desarrollar un programa de mejora continua en donde se evalúe el proceso de planificación y el desarrollo del evento, en relación con el *feedback* de los clientes.

4.2. Estrategias

El desarrollo de las estrategias se originó como consecuencia de la investigación de campo que se realizó. Las encuestas a personas que ya contrataron el servicio de eventos durante la pandemia, en conjunto con las entrevistas a las organizadoras de eventos sociales, dio como resultado un claro panorama de cuáles son las nuevas exigencias que el cliente de eventos espera satisfacer.

Con el fin de mejorar la oferta del mercado de eventos sociales en la ciudad de Guayaquil, se proponen los siguientes aspectos para ser tomados en consideración:

4.2.1 Bioseguridad

Gracias a las encuestas realizadas se pudo mostrar que el principal factor de decisión en la contratación de eventos sociales es en base al cumplimiento de las medidas de bioseguridad. La principal necesidad de los clientes es hacer un evento seguro, tanto para ellos como para sus invitados.

- **Personal 100% vacunado**

Todo el personal que forme parte de la empresa, más aún el que interactúa presencialmente durante el desarrollo de un evento, debe estar completamente vacunado, o al menos contar con la administración de la primera dosis de la vacuna contra el COVID-19. Según una publicación de la OMS (2020):

“Las vacunas contra el COVID-19 protegen de esta enfermedad porque inducen a inmunidad contra el virus SARS-Cov-2 que la causa, es decir, reducen el riesgo de que ésta cause síntomas y graves con consecuencias para la salud. La inmunidad, que ayuda a las personas vacunadas a luchar contra el virus en caso de infección, reduce la probabilidad de contagio a otras personas, por lo tanto, también las protege.”

▪ **Implementos adecuados de protección**

Cada empleado que forme parte de la empresa debe contar con los implementos de protección adecuados según las tareas que desempeñen durante el desarrollo de un evento.

Entre los implementos de protección a usar se encuentran:

- ✓ Uso obligatorio de mascarilla KN95, que deberán ser desechadas y reemplazadas al momento de culminar el evento (aproximadamente 12 horas).
- ✓ Uso de guantes para el personal que realice la colocación de vajilla y cristalería durante el montaje del evento.
- ✓ Uso de visores y guantes para el personal que manipule directamente los alimentos, tanto antes y durante la realización del evento.
- ✓ Todos los empleados deben tener buena presentación personal:
 - Cabello recogido en mujeres, con peinados moderados o clásicos.
 - Cabello corto en hombres, no puede estar por debajo del cuello de la camisa.
 - En los hombres, el bello facial debe ser lo más corto posible, debe estar bien presentado y delgado. No se permite el uso de barbas.
 - En mujeres, se permite el uso de joyería moderada. No debe ser excesivamente vistosa ni exagerada. No se permite el uso de anillos en actividades manuales tales como servicio.
 - No se permite el uso de aretes en hombres ni perforaciones en partes del cuerpo que sean visibles al público.

- Las uñas deben estar limpias y bien cortadas. Por ninguna razón está permitido el uso de uñas largas ya que entorpecen cualquier labor operativa. Las mujeres pueden usar esmaltes de colores neutros o pasteles.
- No se debe usar perfumes muy penetrantes o fuertes
- Las mujeres pueden utilizar maquillaje discreto.
- Todo el personal debe estar correctamente uniformado, de acuerdo a los estándares de cada empresa.
- Los uniformes deben estar limpios, en buen estado, planchados y de tamaño correcto para cada persona.
- Los zapatos deben ser de cuero y antideslizantes. Deben estar debidamente lustrados y se deben usar medias acordes con el uniforme.
- ✓ Cada empleado debe contar con un dispensador de alcohol personal y portátil, para que puedan desinfectarse las manos regularmente durante el evento.
- ✓ Todo el personal operativo durante el evento debe utilizar mallas de seguridad o redecillas para cubrir el cabello.
- **Procedimientos durante el evento**
 - ✓ Se debe contemplar la ubicación de personal operativo en ciertos puntos estratégicos durante el evento, con el fin de asegurar el cumplimiento de los protocolos de bioseguridad establecidos por parte de los invitados. Los principales lugares estratégicos son:
 - **Entrada del evento:** toma de temperatura y desinfección manos con uso de alcohol antiséptico o gel desinfectante. En este punto también se debe controlar el uso obligatorio de mascarilla por parte de los asistentes. Como estrategia para adquirir valor, en esta parte se puede ofrecer mascarillas quirúrgicas en caso de que algún invitado no cuente con una.
 - **Mesa de bocaditos:** Se encargará de la manipulación de los bocaditos mediante pinzas y la constante reposición. Esto evitara causar amontonamientos.
 - **Mesa de buffet asistido (en caso de contar):** Una persona que desarrolló el papel de *buffetier*. Se encargará de la atención,

reposición y servicio del área del buffet. Utilizará utensilios para servir los alimentos que se encuentren en el buffet, que serán cambiados periódicamente, y mantendrá la limpieza y decoración de la mesa durante el evento.

- **Medidas adicionales**

Además del cumplimiento de los protocolos establecidos por el COE Nacional para el funcionamiento y desarrollo de eventos sociales, se implementarán estas medidas adicionales con el fin de generar más tranquilidad y confianza a los clientes que opten por realizar un evento en la actualidad.

- ✓ Toma de pruebas COVID-19 para el personal operativo que estará presente en el evento, antes y después de cada evento.
- ✓ Desinfección y sanitización previo al montaje, de todos los implementos que serán usados para el evento, esto incluye mobiliario, vajilla, cristalería, mantelería, cubertería, charoles, utensilios, entre otros.

- **Primer contacto con el cliente**

La cotización es el punto clave previo a la contratación de un servicio. Detalla información de precio y sirve para el proceso de negociación. Es por eso que es fundamental que en las cotizaciones de eventos sociales se detallen todos y cada uno de los protocolos de bioseguridad que maneja la empresa, con el propósito de que el cliente conozca desde el principio cuales son las medidas que se han implementado y sirva como factor de decisión para permitir el cierre del proceso de compra.

4.2.2 Servicios ofertados

Otros de los factores importantes que se reflejó en los resultados de las encuestas a los clientes giran en torno a la cantidad de personas de los paquetes, flexibilidad para modificaciones y calidad del servicio. Frente a esto, se proponen las siguientes estrategias ligadas a los servicios que ofertan las empresas dedicadas a la organización de eventos sociales en la ciudad de Guayaquil:

- **Paquetes *petite***

La creación de un paquete que considere la organización de un evento social de 10 a 35 personas. Con precios adecuados a la cantidad de personas que el cliente requiera. Esta modificación del servicio se relaciona directamente con la tendencia de eventos íntimos que ha surgido durante la pandemia, y que es evidenciado por las organizadoras de eventos.

- **Calidad**

El cumplimiento de las medidas de bioseguridad antes mencionadas aumenta la calidad de los servicios ofertados. Es importante enfatizar que la calidad es otro factor importante que influye en la decisión de los clientes. Para una empresa de organización de eventos sociales es vital contar con buenos proveedores, pues sus servicios muchas veces sirven como complemento. Cuando se trabaja con proveedores, se debe buscar a personas o empresas que manejen los mismos estándares de calidad y sobretodo, que prioricen el cumplimiento de las medidas de bioseguridad.

- **Políticas flexibles de modificación**

Se debe flexibilizar las políticas de modificaciones que tienen las empresas organizadoras de eventos. Es importante recalcar que las cancelaciones o modificaciones no deben afectar a ninguna de las partes involucradas, sin embargo, con un tiempo prudente de por medio, se pueden realizar cambios de horario, cantidad de personas, tipo de servicio e incluso cambio de fechas. Se recalca que los cambios deben ser por casos fortuitos como cambio en las resoluciones del COE, casos de infecciones de invitados o personas cercanas, aumento de casos a nivel de ciudad y el resto de los aspectos relacionados con la actual situación sanitaria.

- **Asesoría de presupuesto**

Este punto es importante, pues el servicio que el cliente espera contratar debe encajar o ser lo más cercano respecto al presupuesto que el cliente ya tiene definido. Las empresas organizadoras de eventos deben brindar la asesoría correcta para que el servicio contratado se adapte al presupuesto y no para que el presupuesto se adapte a los servicios

contratados. Si bien es cierto, se evidencia una reactivación económica en el país, hay que tomar en cuenta que muchas personas aún enfrentan los estragos del confinamiento del año anterior.

Por otro lado, la asesoría servirá como guía para el cliente, pues se debe entrar a negociación en donde exista un punto de equilibrio de ambas partes involucradas.

4.2.3 Programa de mejora continua

La implementación de un programa de mejora continua está basada en las teorías de calidad antes mencionadas. A continuación, se detallan las medidas a tomar:

- **Encuestas de calidad a los clientes**

Esta encuesta permitirá la retroalimentación de los clientes que ya contrataron el servicio de eventos. Se analizarán todos los aspectos que envuelven la organización de eventos. Para servicios antes del evento se evaluarán aspectos como la atención de la coordinadora de eventos y la asesoría brindada. Durante el evento se evaluarán aspectos relacionado al servicio y a todo lo que se involucre en su desarrollo. Por último, se evaluará la parte post-evento, el acercamiento que tuvo la empresa organizadora de evento para conocer el feedback del cliente y cómo calificaría el cumplimiento de los protocolos de bioseguridad.

Estas encuestas permitirán aplicar medidas correctivas y mejorar procesos, con el fin de que el próximo evento no se cometan los mismos errores. Por un lado, se está garantizando un servicio de calidad al estar en constante mejoramiento y por otro, sirve para añadir valor entre los clientes, pues a todos les gusta sentirse escuchados.

- **Capacitaciones al personal**

Cada empresa de eventos sociales debe contar con un asesor externo de seguridad ocupacional que se encargue de hacer charlas o capacitaciones periódicas sobre los protocolos y medidas de bioseguridad aplicadas al área de eventos. En estas capacitaciones se tratan temas valiosos y de gran importancia que sirven para que el personal esté preparado para los diferentes momentos de verdad que se pueden presentar durante un evento.

4.2.4 Ventas

El principal objetivo del plan de estrategias es lograr la reactivación económica del mercado de eventos sociales. Frente a esto, es fundamental implementar estrategias relacionadas con la venta de los servicios. Las acciones a implementarse son:

- A las personas que separen el evento con un depósito parcial durante los primeros 15 días después de ser entregada la cotización, se le aplicará el 30% de descuento en el total de la proforma.
- Por cada cliente nuevo que venga recomendado por un cliente antiguo, se generará un descuento del 15% para la realización de su próximo evento.
- Lograr alianzas estratégicas con proveedores que complementen el servicio de eventos. Por ejemplo, se podría aplicar promociones con una banda, o con una empresa audiovisual que se encargue de las fotos y la grabación del evento; si contratan el servicio por 4 horas, la quinta hora sería de cortesía. Esto logrará una integración de las otras partes que complementan el mercado de eventos.

Conclusiones

Después de la elaboración del presente trabajo de titulación que tiene como objetivo analizar cuáles son las preferencias al momento de contratar el servicio de eventos sociales en tiempos de COVID-19 en las personas que habitan la ciudad de Guayaquil, se concluye:

La investigación de mercado muestra que existe un cambio en el comportamiento del consumidor. Existen nuevas exigencias y necesidades que el cliente espera satisfacer, para luego poder decidir en la contratación del servicio de eventos.

Las principales exigencias se fundamentan en el cumplimiento de los protocolos de bioseguridad, pues los clientes están conscientes de que, si no se implementan las medidas correctas, un evento puede ser un foco de contagio para todos los asistentes. Otro aspecto importante, como lo es tener menos restricciones por parte del COE cantonal, ha posibilitado el incremento en la realización de eventos sociales en la ciudad en los últimos meses.

Los clientes de eventos están conformados por mujeres jóvenes, con un rango de edad que va desde los 24 hasta los 29 años. Los eventos más realizados durante la pandemia en la ciudad de Guayaquil han sido bodas, éstas incluyen civiles y/o eclesióásticas.

La mayoría de las personas opta por contratar a una empresa que se encargue de la organización del evento social. Además, que el promedio de invitados va entre las 50 a 80 personas.

Los factores del entorno han afectado la operación de las empresas dedicadas a la organización de eventos. En los aspectos políticos, el no contar con resoluciones permanentes causó inestabilidad y desencadenó muchas cancelaciones de eventos sociales en la primera etapa de reactivación de la industria. En el aspecto económico se evidencia un mejoramiento de la situación económica del país con respecto a los índices del año 2020. Respecto al aspecto social, se evidencia un cambio en la forma de consumo de las personas, a la fecha se sigue priorizando aspectos como salud y alimentos. Por último, se encuentra el factor tecnológico, que sirvió para impulsar el desarrollo de eventos híbridos especialmente en los momentos en que aún no estaba regulado el aforo para eventos sociales.

Las principales estrategias para la reactivación de la industria de eventos se basan en la priorización de las medidas de bioseguridad, con la implementación de

medidas que refuerzan el cumplimiento de los protocolos y que generan tranquilidad a los clientes. Así también en la modificación de los paquetes que se ofertan y la flexibilización de las políticas de modificación de un evento. Esto representa una ventaja competitiva en el mercado.

Se realizó la formulación de un plan estratégico que servirá para que la industria de eventos sociales reactive sus operaciones a nivel de ciudad y se desarrollen eventos diseñados en satisfacer las nuevas necesidades de los clientes, generadas a causa de la actual pandemia del COVID-19.

Recomendaciones

Luego del desarrollo del plan estratégico basado en las preferencias que determinan la decisión de compra de los clientes, es necesario que, para la reactivación de la industria de eventos sociales en la ciudad de Guayaquil, se tomen las siguientes recomendaciones:

- Aplicar el plan estratégico presentado.
- Aprovechar la estabilidad momentánea de las resoluciones vigentes del COE cantonal en lo que respecta a eventos y sus aforos.
- Establecer alianzas estratégicas con proveedores cuyos servicios complementen la realización de un evento social.
- Diseñar programas de fidelización para clientes frecuentes.
- Priorizar la salud de cada uno de los empleados que conforman la empresa y velar por que el cumplimiento de los protocolos los mantenga protegidos.
- Contratar una asesoría externa de un encargado de seguridad ocupacional que no solo se encargue de capacitar al personal constantemente, sino que también permita a cada empresa elaborar un plan de contingencia en caso de emergencias diseñado exclusivamente para sus propias necesidades.
- A cada empresa de organización de eventos sociales de la ciudad de Guayaquil se recomienda que aprovechen las nuevas tecnologías de la industria, con el fin de ofrecer servicios novedosos y poder mejorar la calidad de lo que se oferta a los clientes a través de las nuevas tendencias.

Referencias bibliográficas

- Ávalos, E. (4 de Noviembre de 2010). *Munich Personal RePEc Archive*. Obtenido de Consumer theory: preferences and utility: https://mpra.ub.uni-muenchen.de/40858/1/MPRA_paper_40858.pdf
- Barcelona, C. (12 de Marzo de 2020). *Clinic Barcelona Hospital Universitari*. Obtenido de ¿Qué es el Coronavirus SARS-CoV-2?: <https://www.clinicbarcelona.org/asistencia/enfermedades/covid-19/definicion>
- Bermúdez, A. R. (08 de Marzo de 2021). Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras . *Plan estratégico para una empresa organizadora de bodas post COVID-19*. Guayaquil, Guayas, Ecuador.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Bogota: Pearson.
- Bonilla, E. (2005). *Más allá del dilema de los métodos*. Bogotá: Nomás.
- Canal, N. (01 de Diciembre de 2006). Obtenido de Técnicas de muestreo. Sesgos: <https://www.revistasden.org/files/9-CAP%209.pdf>
- Coelho, F. (17 de Mayo de 2019). *Significados*. Obtenido de Significado de Metodología: <https://www.significados.com/metodologia/>
- CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR 2008*. (2018).
- CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR 2008*. (2018).
- Corvo, H. (2018). *Lifeder*. Obtenido de Círculo de Deming: etapas, ventajas, desventajas y ejemplo: <https://www.lifeder.com/circulo-deming/#Hacer>
- Ecuador, B. C. (30 de Junio de 2021). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de EN EL PRIMER TRIMESTRE DE 2021, LA ECONOMÍA ECUATORIANA CRECIÓ 0,7% RESPECTO AL TRIMESTRE ANTERIOR Y REPORTÓ UNA VARIACIÓN INTERANUAL DE -5,6% (RESPECTO AL PRIMER TRIMESTRE DE 2020): <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1434-en-el-primer-trimestre-de-2021-la-economia-ecuatoriana-crecio-0-7-respecto-al-trimestre-anterior-y-reporto-una-variacion-interanual-de-5-6-respecto-al-primer-trimestre-de-2020>
- Felicísimo, M. V. (2010). *Academia*. Obtenido de La Pirámide de Necesidades de Abraham Maslow. Estrategias y Tácticas de Negociación: <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/54248808/piramide-necesidades-maslow-with-cover-page->

v2.pdf?Expires=1630107982&Signature=FeMLyNE-
MzPfeRVQK4aHoDKG~fDezgr3b3he7yX2ZP5q7ZncP0Q-
e5jnsajs7eaGNdtZsBTnLkmSHCy31vjl61~TG2poENtuiF~~K8-
M78zmt5ID9AvOuGiFU5gElOfj

Fernández, C. (2006). *Metodología de la investigación*. McGRAW-HILL.

Folgueiras, P. (30 de Mayo de 2016). *Universitat de Barcelona*. Obtenido de Técnica de recogida de información: La entrevista: <http://hdl.handle.net/2445/99003>

Fortún, M. (05 de Febrero de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Teoría del consumidor: <https://economipedia.com/definiciones/teoria-del-consumidor.html>

GADS, Q. (17 de Mayo de 2021). *Quito Informa*. Obtenido de 'Hacia la nueva industria de reuniones' estudio muestra resultados positivos: <http://www.quitoinforma.gob.ec/2021/05/17/hacia-la-nueva-industria-de-reuniones-estudio-muestra-resultados-positivos/>

García, J. (2015). *Psicología y mente*. Obtenido de Pirámide de Maslow: la jerarquía de las necesidades humanas: <https://psicologiaymente.com/psicologia/piramide-de-maslow>

García, R. (28 de Abril de 2020). *Aprende de Turismo*. Obtenido de Importancia del turismo de reuniones en el desarrollo de ciudades y territorios: <https://www.aprendedeturismo.org/turismo-mice-como-motor-de-desarrollo/>

Golott, E. (18 de Abril de 2016). *Inbodas Group*. Obtenido de ¿Qué es un Wedding Planner?: <https://www.inbodas.com/blog/que-es-un-wedding-planner/>

Gutiérrez, H. (2010). *Calidad Total y Productividad*. Mexico: McGRAW-HILL.

Hernández, R. (2006). *Metodología de la investigación*. McGRAW-HILL.

ICCA. (2018). *International Congress and Convention Association*. Obtenido de ICCA Statistics Report: file:///C:/Users/maria/Downloads/ICCA-Statistics-Report_2015.pdf

ICCA. (27 de Mayo de 2021). *International Congress and Convention Association*. Obtenido de ICCA Anual Statistics Study 2020: https://www.iccaworld.org/cnt/Research/ICCA%20Statistics%20Study%202020_270521_Final.pdf

INEC. (Julio de 2021). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de Empleo: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/empleo-julio-2021/>

- INEC. (05 de Agosto de 2021). *INEC*. Obtenido de Inflación: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-publica-las-cifras-de-inflacion-de-julio-2021/>
- INEC. (Julio de 2021). *INEC*. Obtenido de Boletín Técnico N07-2021-IPC: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2021/Julio-2021/Boletin_tecnico_07-2021-IPC.pdf
- Información, M. d. (2016). *Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información*. Obtenido de Crecimiento económico ecuatoriano de la mano con la tecnología: <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/crecimiento-economicoecuatoriano-de-la-mano-con-la-tecnologia/>
- Jimeno, J. (23 de Agosto de 2013). *PDCA*. Obtenido de Ciclo PDCA (Planificar, Hacer, Verificar y Actuar): El círculo de Deming de mejora continua: <https://www.pdcahome.com/5202/ciclo-pdca/>
- Juárez, H. (2020). *Another Blog*. Obtenido de Principales retos y alternativas para la industria de eventos después del covid: <https://blog.another.co/blog/retos-para-la-industria-de-eventos-despues-del-covid>
- Lebet, G. (2013). *Wordpress*. Obtenido de Técnicas de recolección de datos: <https://gabriellebet.files.wordpress.com/2013/01/tecnicas-de-recoleccion3b3n4.pdf>
- López, J. F. (09 de Octubre de 2019). *Economipedia*. Obtenido de Población estadística: <https://economipedia.com/definiciones/poblacion-estadistica.html>
- Ludvigsen, J. A. (27 de Mayo de 2020). *Taylor and Francis Online*. Obtenido de Toward COVID-19 secure events: considerations for organizing the safe resumption of major sporting events: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23750472.2020.1782252>
- Manterola, T. O. (2017). *Scielo*. Obtenido de Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Martín, J. (15 de Mayo de 2017). *CEREM International Business School*. Obtenido de ¿Qué es el análisis PEST?: <https://www.cerem.ec/blog/estudia-tu-entorno-con-un-pest-el>
- Maslow, A. (1943). *A theory of human motivation*. *Psychological Review*.
- MINTUR. (07 de Febrero de 2019). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de Turismo aportó con más de 2.300 millones a la economía ecuatoriana en 2018:

- <https://www.turismo.gob.ec/turismo-aporto-con-mas-de-2-300-millones-a-la-economia-ecuatoriana-en-2018/>
- Nacional, C. (16 de Junio de 2021). *Gestion de Riesgos*. Obtenido de Resoluciones COE Nacional de 16 de junio de 2021: <https://www.gestionderiesgos.gob.ec/resoluciones-coe-nacional-de-16-de-junio-de-2021/>
- Ochoca, C. (29 de Mayo de 2015). *Netquest*. Obtenido de Muestreo no probabilístico: muestreo por conveniencia: <https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/muestreo-por-conveniencia>
- OMS. (1983). *Manual de bioseguridad en el laboratorio*. Biblioteca de la OMS.
- OMS. (27 de Abril de 2020). *Organización Mundial de la Salud*. Obtenido de COVID-19: cronología de la actuación de la OMS: <https://www.who.int/es/news/item/27-04-2020-who-timeline---covid-19>
- OMT. (2005). *Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de Organización Mundial del Turismo: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- OPS. (11 de Marzo de 2020). *Organización Panamericana de la Salud*. Obtenido de La OMS caracteriza a COVID-19 como una pandemia: <https://www.paho.org/es/noticias/11-3-2020-oms-caracteriza-covid-19-como-pandemia>
- Peiró, R. (05 de Julio de 2017). *Economipedia*. Obtenido de Análisis PEST: <https://economipedia.com/definiciones/analisis-pest.html>
- Primicias. (2020). *Primicias*. Obtenido de La constitución de compañías creció 7,7% en 2020: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/mas-empresas-constitucion-2020-ecuador/>
- Publica, M. d. (2021). *MSP*. Obtenido de Plan de vacunación 9 100: <https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiZjZjYjYyOWQtMDJlNy00YTcyLWJmM2MtZDM1MzFjZjFiMGFhIiwidCI6IjcwNjIyMGRiLTliMjktNGU5MS1hODI1LTl1NmIwNmQyNjlmMyJ9&pageName=ReportSection5e050ac003d0b042a320>
- RAE. (s.f.). *RAE*. Obtenido de Real Academia Española: <https://www.rae.es/>
- Raffino, M. (2020). *Técnicas de Investigación*. Argentina.
- REIDL-Martinez, L. M. (2012). Marco conceptual en el proceso de investigación. En L. M. REIDL-Martinez, *Marco conceptual en el proceso de investigación* (págs. 146-151). Obtenido de Scielo.

- Requena, B. (13 de Abril de 2014). *Universo de Formulas*. Obtenido de MUESTRA ESTADÍSTICA:
<https://www.universoformulas.com/estadistica/descriptiva/muestra-estadistica/>
- Reyes, F. (2021). *MICE LAT*. Obtenido de 2021, TENDENCIAS EN EL SECTOR DE LOS EVENTOS: <https://www.mice.lat/post/1236-2021-tendencias-en-el-sector-de-los-eventos>
- Riesgos, G. d. (2020). *Gestion de Riesgos*. Obtenido de Resoluciones COE Nacional:
<https://www.gestionderiesgos.gob.ec/coe-nacional/>
- Riesgos, G. d. (s.f.). *Gestion de Riesgos*. Obtenido de Servicio Nacional de Gestion de Riesgos y Emergencias: <https://www.gestionderiesgos.gob.ec/valores-mision-vision/>
- Riesgos, S. d. (2017). *Gestion de Riesgos*. Obtenido de Manual del Comité de Operaciones de Emergencia: <https://www.gestionderiesgos.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/09/Manual-del-COE.pdf>
- Rodríguez, M. (17 de Marzo de 2017). *Herramientas de estudio*. Obtenido de Las Encuestas - Qué son, Características, Cómo Hacerlas:
<https://tuginnasiacerebral.com/herramientas-de-estudio/que-es-una-encuesta-caracteristicas-y-como-hacerlas>
- Rus, E. (10 de Diciembre de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Investigación exploratoria:
<https://economipedia.com/definiciones/investigacion-exploratoria.html>
- Salamanca, C. C. (18 de Febrero de 2007). *Nure Investigación*. Obtenido de EL MUESTREO EN LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA :
<http://www.sc.ehu.es/plwlumuj/ebalECTS/praktikak/muestreo.pdf>
- Sanchez, R. J. (2003). *Eventos. Como organizarlos con éxito*. Argentina: Nobuko.
- Sánchez, S. (07 de Mayo de 2020). *Forbes México*. Obtenido de La industria de reuniones: un futuro de eventos ‘híbridos’ y nuevos protocolos de sanidad:
<https://www.forbes.com.mx/negocios-industria-de-reuniones-del-futuro/>
- Sejzer, R. (29 de Junio de 2016). *Calidad Total*. Obtenido de El Círculo de Deming (Shewhart): Ciclo PDCA: <http://ctcalidad.blogspot.com/2016/06/el-circulo-de-deming-shewhart-ciclo-pdca.html>

- Sordo, A. I. (15 de Abril de 2021). *Hubspot*. Obtenido de Recolección de datos: métodos, técnicas e instrumentos:
<https://blog.hubspot.es/marketing/recoleccion-de-datos>
- Tallarda, L. (08 de Mayo de 2019). *La Vanguardia*. Obtenido de ¿Qué es el turismo MICE?:
<https://www.lavanguardia.com/economia/innovacion/20190508/462124803269/que-es-turismo-mice.html>
- Thiel, V. (2007). *Coronaviruses Molecular and Cellular Biology*. Norfolk: Caister Academic Press.
- Turismo, M. d. (2014). *LEY DE TURISMO*.
- Turismo, M. d. (2020). *Turismo*. Obtenido de Protocolo General de Bioseguridad para la Industria de Reuniones y su cadena de valor, al momento de su reapertura, en el contexto de la emergencia sanitaria por COVID-19:
https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/05/PROTOCOLO_INDUSTRIA_REUNIONES_EVENTOS_SOCIALES_FINAL.pdf
- Universo, D. E. (05 de Noviembre de 2020). *Diario El Universo*. Obtenido de Guayaquil consigue tres premios en los World Travel Awards 2020 capítulo Latinoamérica:
<https://www.eluniverso.com/guayaquil/2020/11/05/nota/8038054/guayaquil-consigue-tres-premios-world-travel-awards-2020-capitulo/>
- Vuletin, M. (2021). *MICE LAT*. Obtenido de LANZAMIENTO DE LA ESTRATEGIA DE REACTIVACIÓN DE LA RED NACIONAL DE BUREAUX PARA LA INDUSTRIA DE REUNIONES EN COLOMBIA:
<https://www.mice.lat/post/1658-lanzamiento-de-la-estrategia-de-reactivacion-de-la-red-nacional-de-bureaux-para-la-industria-de-reuniones-en-colombia>

Apéndices

Apéndice A: Formato de encuesta para clientes que realizaron un evento social durante la actual pandemia del COVID-19



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FORMATO DE ENCUESTA PARA CLIENTES QUE REALIZARON UN EVENTO SOCIAL DURANTE LA ACTUAL PANDEMIA DEL COVID-19

CARRERA: ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS Y HOTELERAS

Marque la opción según su respuesta

1) Género

Femenino

Masculino

2) ¿A qué rango de edades pertenece?

18 a 23 años

24 a 29 años

30 a 36 años

3) ¿Qué tipo de evento social realizó?

Bodas

Cumpleaños

Bautizos

Graduaciones

Baby Showers

Despedidas de soltera

4) ¿Hizo la contratación de una empresa dedicada a la organización de eventos sociales para la realización de su evento?

Si

No

5) Durante la planificación del evento ¿Tuvo que realizar modificaciones?

Si

No

6) ¿Cuáles fueron los cambios que realizó?

Fecha

Cantidad de personas

Horario

Tipo de servicio

Servicios adicionales

7) ¿Cuáles fueron los motivos de los cambios en el evento?

Constante modificación del aforo

Restricción de movilidad

Toques de queda

Casos de COVID en anfitriones o invitados cercanos

Presupuesto

8) ¿Cuál fue la cantidad de invitados?

10 a 50 personas

51 a 80 personas

81 a 120 personas

9) Tomando en cuenta la situación actual que vivimos, ¿Qué tan importantes fueron los siguientes factores al momento de decidir realizar su evento social?

	Nada importante	Poco importante	Algo importante	Algo importante	Bastante importante
Precios encajan con el presupuesto					
Calidad					

Paquetes acorde a la cantidad de personas					
Cumplimientos de medidas de bioseguridad					
Flexibilidad de la empresa organizadora de eventos para modificaciones					
Menos restricciones del COE cantonal					

Apéndice B: Entrevista a organizadoras de eventos sociales de la ciudad de Guayaquil



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Trabajo de investigación

Entrevista a organizadoras de eventos sociales de la ciudad de Guayaquil

Nombre de la coordinadora: Nadia Estévez

Lugar de trabajo: Hotel Wyndham Guayaquil

Cargo desempeñado: Coordinadora de eventos y banquetes

Tiempo: 5 años

I. ¿Cuáles han sido las complicaciones a las que como empresa organizadora de eventos sociales se han enfrentado durante esta época?

La principal complicación han sido las disposiciones del COE. Los constantes cambios en el aforo y medidas que cambiaban cada mes afectó mucho a la operación e incrementó las cancelaciones de los eventos. A esto se le suma la incertidumbre de las personas y el temor al contagio del virus.

II. ¿Cuáles han sido las nuevas tendencias en eventos sociales durante la pandemia?

Como nueva tendencia en eventos está el uso de plataformas para transmisión. Esto incrementó los eventos híbridos, de manera que presencialmente se pueda cumplir con el aforo y de manera virtual permitía conectarse con familiares que no pudieron asistir por temor a contagio u otras razones.

III. ¿Cuáles han sido las exigencias que los clientes han solicitado?

Como exigencias está principalmente el cumplimiento de aforos y protocolos de bioseguridad. Muchos clientes, especialmente en los sus eventos tendrán asistentes de grupos vulnerables exigen planes de contingencia y certificaciones. El hotel, por ejemplo, tiene certificación internacional Bureau Veritas.

IV. ¿Qué modificaciones han tenido que hacer en sus servicios o paquetes ofertados versus lo que ofrecían pre-pandemia?

Principalmente se ha tenido que hacer modificaciones en todo lo que respecta al precio. Reducciones de precios, ofertas y descuentos especiales para que se genere más demanda. Otra modificación fue hacer paquetes con poca cantidad de personas ya que antes de la pandemia se manejaban precios para mínimo 120 personas, pero al reducir el aforo se han tenido que disminuir los paquetes a menos personas para tener oferta y clientela.

V. Según su experiencia ¿Cuál consideran que es el factor clave que hace que los clientes se decidan en realizar eventos sociales actualmente?

Creo que no hay un factor que determine la decisión de adquirir o no el servicio de eventos sociales porque es más cuestión de gustos y preferencias de cada persona. Sin embargo, los potenciales clientes que van a realizar un evento siempre van a buscar un lugar que les de la seguridad de que se cumplan todas las normas y protocolos de bioseguridad.

VI. Además de los protocolos de bioseguridad implementados por el COE, ¿Qué otras medidas han implementado para generar confianza con sus clientes?

Independientemente de las medidas del COE, se han implementado acciones internas como lo son tener un plan de contingencia, contar con un plan de evacuación, procedimientos internos que certifiquen que se están cumpliendo con todas las normas de bioseguridad, certificados de instituciones o auditores externos que avalúe el cumplimiento. Además, en estos momentos el hecho de que todo el personal del hotel ya se encuentre 100% vacunado brinda más seguridad a las personas que nos visitan.

VII. ¿Cómo garantizan a sus clientes que durante sus eventos se cumplirán con los protocolos y medidas establecidas?

Se garantiza desde el momento que se hace la cotización del evento, en ese momento se envía un mensaje indicando que los servicios están regidos a las indicaciones del COE y que pueden cambiar. Una vez concretada la venta, el cliente se compromete mediante un contrato escrito, en que en caso de que él o alguno de sus participantes del evento presente síntomas de COVID-19 debe comunicarlo para poder hacer el cerco epidemiológico y tomar las medidas respectivas. Durante el evento, el cliente va a ver que desde la entrada que el hotel cuenta con todos los implementos como lo son dispensadores de alcohol gel, termómetros digitales para toma de temperaturas y señaléticas. El uso de mascarilla es obligatorio, no se permite que no tengan la mascarilla puesta, mucho menos en espacios comunes que se comparten con huéspedes y demás clientes. Con respecto al personal, todos los empleados se realizan el lavado frecuente de manos, cuentan con atomizadores de alcohol portátiles y personales para que siempre se realice el acto de desinfectarse las manos. Todas estas medidas generan seguridad a los clientes.

VIII. ¿Cuáles han sido las estrategias de ventas utilizadas para lograr la captación de nuevos clientes y mantenerse en el mercado?

Publicidad a través de todas las redes sociales, actualización de toda la base de datos del hotel, haciendo seguimiento y visitas de antiguos clientes, más que todo a las empresas que usualmente hacen grandes eventos sociales en el hotel, con el fin de mostrarles nuestros servicios y protocolos de bioseguridad. Hacer promociones en fechas especiales y descuentos en ciertos meses de baja demanda para poder captar más mercado.

Apéndice C: Entrevista a organizadoras de eventos sociales de la ciudad de Guayaquil



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Trabajo de investigación

Entrevista a organizadoras de eventos sociales de la ciudad de Guayaquil

Nombre de la coordinadora: Laura Bermúdez

Lugar de trabajo: MENBERMU S.A

Cargo desempeñado: Wedding and Event planner

Tiempo: 8 años

I. ¿Cuáles han sido las complicaciones a las que como empresa organizadora de eventos sociales se han enfrentado durante ésta época?

La reducción del personal de planta debido a la paralización de las actividades durante la época de cuarentena afecto mucho a la operación cuando poco a poco fueron surgiendo nuevos eventos. Ahora aún no se cuenta con la misma cantidad de personas de planta, por lo que para montar un evento se contempla un poco más de tiempo que antes.

II. ¿Cuáles han sido las nuevas tendencias en eventos sociales durante la pandemia?

Las tendencias en eventos siguen siendo las mismas, la diferencia es que ahora los eventos y matrimonios son mucho más pequeños. Los invitados solo son familiares cercanos y amigos más íntimos. Las personas han hecho más conciencia en sus invitados, en donde hay mucha más presencia de familiares que de personas allegadas.

III. ¿Qué modificaciones han tenido que hacer en sus servicios o paquetes ofertados versus lo que ofrecían pre-pandemia?

Los paquetes y servicios son los mismos, pero si nos ha tocado bajar el precio a casi el 50%, eso nos ha ayudado a reactivarnos. Personalmente, antes me manejaba con paquetes estandarizados, ahora son personalizados y los hago dependiendo de la cantidad de personas y el lugar del evento. De igual forma, siempre nos manejamos con mucha flexibilidad en lo que responde a presupuestos y podemos entrar a negociación con los clientes.

IV. Según su experiencia ¿Cuál consideran que es el factor clave que hace que los clientes se decidan en realizar eventos sociales actualmente?

En estos tiempos, el factor de decisión de hacer o no un evento depende de las resoluciones del COE que se encuentren vigentes en el momento. Si hay restricciones de movilidad, horarios, consumo de bebidas alcohólicas entre otros, muchas personas van a preferir esperar hasta que haya más flexibilidad. También lo que se ha evidenciado es que en comparación con la vida pre-pandemia, ahora las personas ya no planean bodas con un año de anticipado. Se comprometen y luego se casan en 2 o tres meses, porque sienten mucha inseguridad con el tema de las restricciones y el comportamiento del virus en general.

V. ¿Cómo garantizan a sus clientes que durante sus eventos se cumplirán con los protocolos y medidas establecidas?

Nos preocupamos mucho por el tema del COVID y la bioseguridad, siempre estamos pendientes de que existan dispensadores del alcohol llenos, puntos de toma de temperatura y siempre insistimos en el uso obligatorio de la mascarilla.

Apéndice D: Entrevista a organizadoras de eventos sociales de la ciudad de Guayaquil



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Trabajo de investigación

Entrevista a organizadoras de eventos sociales de la ciudad de Guayaquil

Nombre de la coordinadora: María Belén Herdoiza

Lugar de trabajo: Boo Events

Cargo desempeñado: Event planner and floral designer

Tiempo: 3 años

I. ¿Cuáles han sido las complicaciones a las que como empresa organizadora de eventos sociales se han enfrentado durante ésta época?

El no tener apoyo de las autoridades y no contar con una resolución fija para manejar la situación. Los constantes cambios del COE afectaron mucho a la reactivación de las actividades de eventos. Muchas personas de la industria tuvieron que reducir su personal y buscar alternativas para mantener sus fuentes de ingresos.

II. ¿Cuáles han sido las nuevas tendencias en eventos sociales durante la pandemia?

La tendencia de ahora son eventos más íntimos y en donde se cuenta con un poco más de presupuesto quizás para adicionar otros servicios que complementen el evento.

III. ¿Cuáles han sido las exigencias que los clientes han solicitado?

Aparte de dar un servicio de calidad, las exigencias son el cumplimiento de los protocolos de bio seguridad ante todo y flexibilidad en cuanto a cancelaciones.

IV. ¿Qué modificaciones han tenido que hacer en sus servicios o paquetes ofertados versus lo que ofrecían pre-pandemia?

Los servicios que ofrecemos son básicamente los mismos, porque nosotros realizamos eventos a medida. Sin embargo, lo que si hemos tenido que cambiar radica en los horarios en que se llevan a cabo. En los tiempos en los que los eventos no podían pasar hasta las 22h00, hacíamos eventos desde el mediodía.

V. Según su experiencia ¿Cuál consideran que es el factor clave que hace que los clientes se decidan en realizar eventos sociales actualmente?

Creo que en la actualidad el factor que determina la compra es la flexibilidad; cuales son las opciones que nosotros como empresa ofrecemos con respecto a cancelaciones. Si una empresa dice que no ofrecen cancelaciones y que no son reembolsables no sería tan atractiva frente a una en la que si se pueda modificar la fecha (dentro de un tiempo prudente). Siempre y cuando en que se analicen las situaciones para ambas partes y se tome en cuenta que en estos tiempos puede haber muchos cambios porque nos regimos de las indicaciones del COE y de los niveles de contagio en la ciudad.

VI. Además de los protocolos de bioseguridad implementados por el COE, ¿Qué otras medidas han implementado para generar confianza con sus clientes?

Manejamos todas las medidas de bioseguridad con nuestros empleados y proveedores y pruebas periódicas de COVID al personal.

VII. ¿Cómo garantizan a sus clientes que durante sus eventos se cumplirán con los protocolos y medidas establecidas?

Durante el desarrollo del evento tenemos a personal ubicado en puntos estratégicos (como lo son mesa de bocaditos, línea del buffet, entrada del evento y baños) que se aseguren que no existan amontonamiento de personas y que utilicen siempre su mascarilla.

VIII. ¿Cuáles han sido las estrategias de ventas utilizadas para lograr la captación de nuevos clientes y mantenerse en el mercado?

Alianzas estratégicas con pequeños negocios ligados a la industria, como catering, dulces y repostería, flores, entre otros. Además de disminuir nuestros precios porque comprendemos la situación económica que atraviesan todos los ecuatorianos.

Es importante recalcar que las estrategias previamente mencionadas fueron elaboradas después de una profunda investigación de mercado, en donde el objetivo principal fue identificar cuáles son las nuevas preferencias de los clientes al momento de optar por la realización de un evento social en estos tiempos. Se debe tomar en cuenta que la función principal del plan estratégico es incrementar las ventas del mercado de eventos sociales de la ciudad de Guayaquil, mientras se oferta un servicio de calidad. Cada aspecto del plan tiene una propuesta diseñada en base a los nuevos hábitos de consumo anteriormente identificados, es por eso que el cumplimiento de este conjunto de acciones garantiza la diversificación del mercado de eventos sociales y contribuye para su pronta reactivación.

Apéndice E: Entrevista a organizadoras de eventos sociales de la ciudad de Guayaquil



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Trabajo de investigación

Entrevista a organizadoras de eventos sociales de la ciudad de Guayaquil

Nombre de la coordinadora: Soraya Pacheco

Lugar de trabajo: Círculo Mágico

Cargo desempeñado: Coordinadora de eventos infantiles

Tiempo: 12 años

I. ¿Cuáles han sido las complicaciones a las que como empresa organizadora de eventos sociales se han enfrentado durante ésta época?

Las complicaciones que afectaron gravemente al sector de eventos fue la prohibición de los eventos, ya que los primeros contagios se originaron en eventos (matrimonio). Tuvimos cero ingresos y todo el sector estuvo detenido por que no se pudo hacer eventos de ningún tipo. Poco a poco comenzamos a hacer protocolos de bioseguridad como empresas de organización de eventos para que fuera pasado al comité central y eso a su vez, al COE nacional. Esto nos permitió comenzar a trabajar haciendo eventos seguros y responsables con las medidas de bioseguridad necesarias.

II. ¿Cuáles han sido las exigencias que los clientes han solicitado?

Una de las exigencias que más solicitaban es que presentemos resultados negativos del personal que iba a trabajar en el evento, además del uso obligatorio de la mascarilla.

III. ¿Qué modificaciones han tenido que hacer en sus servicios o paquetes ofertados versus lo que ofrecían pre-pandemia?

Tuvimos que reducir los paquetes; los llamamos “paquetes pandemia”, que eran paquetes pequeños con precios reducidos. En mi caso, me vi en la necesidad de hacer una nueva empresa, con una nueva marca específica “*Neverland*” para poder reducir los precios y no afectar a mi principal empresa. Esto nos sirvió mucho en etapa de reactivación, pues no generé malestar a los clientes y pude abaratar costos y mantenernos atractivos en el mercado.

IV. Según su experiencia ¿Cuál consideran que es el factor clave que hace que los clientes se decidan en realizar eventos sociales actualmente?

Creo que la parte emocional principalmente. Recordemos que la cuarentena fueron momentos muy duros y hubo muchas pérdidas a nivel familiar. Cuando se permitió la realización de los eventos solo con el núcleo familiar, se vio un incremento inesperado de la demanda de eventos sociales. Pasaba que las familias vieron a los eventos como una oportunidad para reunirse con sus seres queridos. Esto va de la mano con contratar una empresa que cumpla con todos los protocolos de bioseguridad y genere tranquilidad a sus clientes.

V. Además de los protocolos de bioseguridad implementados por el COE, ¿Qué otras medidas han implementado para generar confianza con sus clientes?

En mi caso, tener una empresa por más de 12 años me ha permitido generar confianza en el mercado, sobre todo con mis clientes que año a año realizan eventos con nosotros.

Además, nosotros presentábamos un escrito a los clientes donde se especificaban todas las medidas de seguridad que tomamos como empresa, estas incluyen el uso obligatorio de mascarilla, elementos de protección para el personal que está en constante manipulación de alimentos y bebidas como guantes o visores de protección, disposición de pruebas rápidas durante el evento, y por supuesto, resultados negativos de todo el personal.

VI. ¿Cuáles han sido las estrategias de ventas utilizadas para lograr la captación de nuevos clientes y mantenerse en el mercado?

En mi caso, me vi en la necesidad de darle un giro a mi negocio. Con mi grupo de trabajo nos ideamos el crear un servicio llamado “*magic truck*” que consistía en una camioneta decorada que llegaba hasta el pie de tu casa para hacer una fiesta móvil con animaciones desde el vehículo tipo desfile, para no tener la necesidad de entrar a la casa de los clientes. Esto nos permitió mantenernos a flote durante la época estricta de la pandemia, además de ser un servicio innovador para muchos.

Apéndice F: Entrevista a organizadoras de eventos sociales de la ciudad de Guayaquil



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Trabajo de investigación

Entrevista a organizadoras de eventos sociales de la ciudad de Guayaquil

Nombre de la coordinadora: Johanna Vera

Lugar de trabajo: Hotel Radisson

Cargo desempeñado: Coordinadora de eventos y banquetes

Tiempo: 4 años

I. ¿Cuáles han sido las complicaciones a las que como empresa organizadora de eventos sociales se han enfrentado durante ésta época?

Las medidas del COE cantonal nos afectaron mucho, especialmente en la época de reactivación.

II. ¿Cuáles han sido las nuevas tendencias en eventos sociales durante la pandemia?

Eventos tipo “Brunch”, pues muchos clientes optaron por realizar eventos de día por temas de restricción. Además de eventos con menos cantidad de personas.

III. ¿Cuáles han sido las exigencias que los clientes han solicitado?

Las exigencias de los clientes son principalmente el cumplimiento de los protocolos de bioseguridad. Ciertos clientes incluso piden información específica de como realizamos los procesos de desinfección, lo que de cierta forma genera más confianza.

IV. ¿Qué modificaciones han tenido que hacer en sus servicios o paquetes ofertados versus lo que ofrecían pre-pandemia?

Tuvimos que implementar servicios de catering, que fueron perfectos para los eventos en casa.

V. Según su experiencia ¿Cuál consideran que es el factor clave que hace que los clientes se decidan en realizar eventos sociales actualmente?

El cumplimiento de los procesos de bioseguridad, además de brindar un servicio de calidad y envolver al cliente para que participe activamente del proceso de la organización del evento. Poder probar los servicios que desean contratar, específicamente para temas de alimentos y bebidas también es un plus que actúa como factor decisivo.

VI. ¿Cómo garantizan a sus clientes que durante sus eventos se cumplirán con los protocolos y medidas establecidas?

Desde el primer contacto con el cliente se establece un acuerdo sobre las medidas que como hotel manejamos. Cuando ya se concreta la venta se elabora un contrato, al cual ambas partes nos comprometemos a cumplir con las cláusulas especificadas.

VII. ¿Cuáles han sido las estrategias de ventas utilizadas para lograr la captación de nuevos clientes y mantenerse en el mercado?

El servicio de catering fue una de las estrategias ideadas por el grupo comercial y la gerencia del hotel. Además de publicidad en redes sociales y difusión.

Apéndice G: Entrevista a clientes que ya realizaron eventos sociales durante la actual pandemia de COVID-19



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Trabajo de investigación

Entrevista a clientes de la ciudad de Guayaquil que ya realizaron eventos sociales durante la actual pandemia de COVID-19

Nombre del cliente: María José Vizueta

Edad: 32 años

Fecha del evento: 20 de marzo de 2021

Lugar del evento: Hotel Wyndham Guayaquil

Tipo de evento: Boda

Cantidad de invitados: 60 invitados

- I. Antes de la fecha se su evento ¿Tuvieron que realizar modificaciones debido a que el aforo no era fijo y cambiaba constantemente?**
No. Realmente no tuve que realizar modificación en lo que respecta a fecha del evento.
- II. ¿Tuvieron que reducir su lista de invitados?**
Si tuvimos que reducir la lista de invitados. Me hubiera encantado tener a más personas cercanas ese día, pero por motivos del aforo nos acogimos a la capacidad de personas que establecía el COE para esa fecha.
- III. ¿Qué tal les pareció el servicio que recibieron?**
Excelente en todo sentido, desde la planificación hasta en detalles pequeños. Incluso ese mismo día me ayudaron con algunos problemas que tuve con mi vestido.
- IV. ¿Qué no les gustó del servicio que recibieron?**

Todo estuvo excelente.

V. ¿Qué les recomendarían a las empresas que ofrecen servicios de organización de eventos sociales?

Les recomendaría priorizar el servicio al cliente y que cumplan con los tiempos establecidos.

VI. ¿Qué les recomendarían a las personas que se encuentran en el proceso de compra para adquirir el servicio de eventos sociales en tiempos de COVID-19?

Como se cercioren de las políticas de proveedores o de terceros contratados para la fecha, especialmente en lo que respecta a modificaciones de fecha u horario, o cancelaciones. Si bien es cierto que hace algunos meses atrás había constantes cambios en las restricciones que establecía el COE y ahora hay más flexibilidad, es un punto importante ya que en cualquier momento se pueden tomar nuevas medidas.

VII. ¿Qué les hubiese gustado incluir en su evento que por motivos de la pandemia no fue posible?

Me siento bastante satisfecha con el evento que tuve, como no tuve una larga lista de invitados pude hacer un evento más íntimo y con los detalles más esenciales.

Apéndice H: Entrevista a clientes que ya realizaron eventos sociales durante la actual pandemia de COVID-19



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Trabajo de investigación

Entrevista a clientes de la ciudad de Guayaquil que ya realizaron eventos sociales durante la actual pandemia de COVID-19

Nombre del cliente: Alfredo Merizalde

Edad: 33 años

Fecha del evento: 14 de agosto de 2020

Lugar del evento: Hotel Iguanazú Bed & Breakfast

Tipo de evento: Matrimonio Civil

Cantidad de invitados: 30 invitados

I. Antes de la fecha se su evento ¿Tuvieron que realizar modificaciones debido a que el aforo no era fijo y cambiaba constantemente?

Si tuvimos que hacer cambios. De hecho, teníamos proyectado todo el matrimonio (civil y eclesiástico) para agosto de 2020, pero por temas de aforo tuvimos que hacerlos por separado y no al mismo tiempo. En el 2020 solo hicimos el matrimonio civil y esperamos a este año para poder hacer el eclesiástico con un grupo más grande de personas, dado que ya hay más flexibilidad con temas de aforo y mejor control de la situación sanitaria.

II. ¿Tuvieron que reducir su lista de invitados?

Al principio teníamos un número mayor de invitados, pero se redujo a 30 personas por temas de aforo.

III. ¿Qué tal les pareció el servicio que recibieron?

El servicio estuvo bastante bien. Ese día surgieron inconvenientes de otra índole, sin embargo, no hubo problemas mayores. Durante la planificación, el hotel siempre nos apoyó con el cambio de fechas sin recargo. Estuvimos muy pendientes de los cambios del COE y pudimos hacer nuestro matrimonio en un horario un poco fuera de lo habitual (de 12pm a 7pm). Los demás proveedores como banda musical, fotógrafos y demás sectores o partes que complementaban el evento fueron muy sensibles y siempre nos mostraron su apoyo y disposición. Se vieron abiertos a hacer cambios sin ningún tipo de recargo adicional porque entendían que era una situación ajena que se escapaba de la mano de todos.

IV. ¿Qué no les gusto del servicio que recibieron?

Realmente si se manejó todo de buena forma y no nos sentimos insatisfechos.

V. ¿Qué les recomendarían a las empresas que ofrecen servicios de organización de eventos sociales?

No solo a las empresas que organizan los eventos sino al resto de partes involucradas en este sector, les recomendaríamos mantener la flexibilidad con la que se manejan ahora. Recalcamos que siempre y cuando los cambios sean dentro de un tiempo prudente para ambas partes, el mantener esa apertura y empatía hacia el cliente es verdaderamente un factor clave para la compra.

VI. ¿Qué les recomendarían a las personas que se encuentran en el proceso de compra para adquirir el servicio de eventos sociales en tiempos de COVID-19?

Actualmente les recomendaríamos estar atentos a las noticias, especialmente en temas de aforo. Siempre mantenerse informado sobre nuevos casos de infecciones que puedan cambiar las medidas que ya se encuentren vigentes al momento. También sugerimos tomar en consideración el cambio de horario del evento, ya que las primeras medidas que implementa el COE siempre involucra la restricción de movilidad, especialmente pasada las 22h00, entonces en cierta forma si se traslada un evento a la tarde-noche hay mayores posibilidades de que el evento no se

vea afectado si es que llegase a haber algún tipo de medida de último momento.

VII. ¿Qué les hubiese gustado incluir en su evento que por motivos de la pandemia no fue posible?

Hay muchas cosas que al principio queríamos tener en nuestra boda. Queríamos hacer juegos dinámicos con shots, pero especialmente por el tema de bioseguridad y mascarilla no pudo ser posible. También tuvimos que reducir mucho el contacto, tener mesas más dispersas y menos cantidad de personas por mesa.

Apéndice I: Entrevista a clientes que ya realizaron eventos sociales durante la actual pandemia de COVID-19



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Trabajo de investigación

Entrevista a clientes de la ciudad de Guayaquil que ya realizaron eventos sociales durante la actual pandemia de COVID-19

Nombre del cliente: Vanessa Mendoza

Edad: 29 años

Fecha del evento: 11 de julio de 2021

Lugar del evento: Hotel Wyndham Guayaquil

Tipo de evento: Boda

Cantidad de invitados: 35 invitados

- I. Antes de la fecha se su evento ¿Tuvieron que realizar modificaciones debido a que el aforo no era fijo y cambiaba constantemente?**
Si, justamente hicimos ajustes en nuestra lista de invitados hasta 2 días antes del evento.
- II. ¿Tuvieron que reducir su lista de invitados?**
Desde el principio tuvimos una lista bastante reducida porque sabíamos que la situación era muy cambiante y por eso decidimos hacer algo pequeño, así que técnicamente no reducimos nuestra lista de invitados.
- III. ¿Qué tal les pareció el servicio que recibieron?**
¡El servicio que recibimos fue excelente! Desde el primer momento que fuimos a cotiza, siempre nos trataron muy bien y nos ayudaron con todas las necesidades que surgían en el día a día. Luego en el día del evento, el servicio fue excepcional.

IV. ¿Qué no les gusto del servicio que recibieron?

Sinceramente no podría pensar en algo que no nos haya gustado. Todo salió muy bien y gran parte fue gracias al servicio de todos en el hotel.

V. ¿Qué les recomendarían a las empresas que ofrecen servicios de organización de eventos sociales?

Les recomendaría que tengan paquetes para eventos muy reducidos y que escuchen lo que el cliente quiere. En mi caso, conversé con muchísimos proveedores de diferentes cosas y a pesar de que les decía exactamente lo que quería/necesitaba, siempre querían agregar ítems que no necesitaba por el tamaño del evento o que se salían de mi presupuesto. Otra recomendación sería tratar de acoplarse al presupuesto del cliente.

VI. ¿Qué les recomendarían a las personas que se encuentran en el proceso de compra para adquirir el servicio de eventos sociales en tiempos de COVID-19?

Les recomiendo que piensen bien lo que quieren para su evento y que se mantengan firmes con eso. Que prioricen la bioseguridad tanto de ustedes como de sus invitados y que busquen un lugar que les brinde las garantías de que se están tomando todos los protocolos necesarios no solo en lo que se puede ver a simple vista, sino en sus procedimientos internos. b

VII. ¿Qué les hubiese gustado incluir en su evento que por motivos de la pandemia no fue posible?

Nos hubiese gustado incluir una banda en vivo para que los invitados disfruten, y una pista de baile.

Apéndice J: Entrevista a clientes que ya realizaron eventos sociales durante la actual pandemia de COVID-19



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Trabajo de investigación

Entrevista a clientes de la ciudad de Guayaquil que ya realizaron eventos sociales durante la actual pandemia de COVID-19

Nombre del cliente: Susana Cevallos

Edad: 28 años

Fecha del evento: 6 de junio de 2021

Lugar del evento: Guayaquil Tennis Club Anexo Samborondón

Tipo de evento: Boda

Cantidad de invitados: 80 invitados

- I. Antes de la fecha se su evento ¿Tuvieron que realizar modificaciones debido a que el aforo no era fijo y cambiaba constantemente?**
No realmente, siempre tuvimos en claro la cantidad de personas que queríamos invitar por eso buscamos un lugar abierto y bastante amplio.
- II. ¿Tuvieron que reducir su lista de invitados?**
Si tuvimos que reducir la lista de invitados, pero tampoco fue un evento tan pequeño. Al final nuestra lista quedo en 80 invitados entre familiares y amigos.
- III. ¿Qué tal les pareció el servicio que recibieron?**
¡Excepcional! Todo salió súper bien
- IV. ¿Qué no les gusto del servicio que recibieron?**
No tuvimos ningún inconveniente con el servicio que recibimos. Todo salió de acuerdo a lo que habíamos planificado.

V. ¿Qué les recomendarían a las empresas que ofrecen servicios de organización de eventos sociales?

Les recomendaría contar con más proveedores. Me parece fundamental darle al cliente varias opciones y la libertad de poder elegir un servicio que más se acople a sus gustos.

VI. ¿Qué les recomendarían a las personas que se encuentran en el proceso de compra para adquirir el servicio de eventos sociales en tiempos de COVID-19?

Les recomiendo que en lo posible traten de buscar espacios abiertos y bastante amplios para realizar un evento. Tener un evento al aire libre da mucha más sensación de tranquilidad en estos tiempos, además de que permite que los invitados disfruten de una forma más holgada.

VII. ¿Qué les hubiese gustado incluir en su evento que por motivos de la pandemia no fue posible?

Tuvimos todo lo que quisimos, lo único que quizás nos hubiera gustado es tener una lista de invitados un poco más grande, pero por el tema del aforo y capacidades no pudo ser posible.

Apéndice K: Entrevista a clientes que ya realizaron eventos sociales durante la actual pandemia de COVID-19



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Trabajo de investigación

Entrevista a clientes de la ciudad de Guayaquil que ya realizaron eventos sociales durante la actual pandemia de COVID-19

Nombre del cliente: Edith Baquerizo

Edad: 30 años

Fecha del evento: 28 de mayo de 2021

Lugar del evento: Hotel Iguanazú Bed & Brekfast

Tipo de evento: Cumpleaños #30

Cantidad de invitados: 25 invitados

- I. Antes de la fecha se su evento ¿Tuvieron que realizar modificaciones debido a que el aforo no era fijo y cambiaba constantemente?**
No tuve que hacer modificaciones, no quise tener muchas personas en mi evento justamente para no tener que hacer cambios.
- II. ¿Tuvieron que reducir su lista de invitados?**
Primero tenía pensado hacer mi evento con 30 personas, pero luego reduje la lista a 25 personas.
- III. ¿Qué tal les pareció el servicio que recibieron?**
¡Excelente! El hotel nos trató de maravilla. Todo el personal fue muy amable y siempre me asesoraron en el proceso.
- IV. ¿Qué no les gusto del servicio que recibieron?**
No tuve ningún inconveniente, de hecho, fue mejor de lo que había planeado.

V. ¿Qué les recomendarían a las empresas que ofrecen servicios de organización de eventos sociales?

Mi sugerencia es no pongan un mínimo de personas para los eventos. Cuando estaba en la búsqueda del lugar en donde realizar mi cumpleaños ese fue mi principal problema, no había muchas opciones para eventos pequeños.

VI. ¿Qué les recomendarían a las personas que se encuentran en el proceso de compra para adquirir el servicio de eventos sociales en tiempos de COVID-19?

Les recomiendo que primero busquen todas las opciones posibles y luego escojan la que mejor se adapte a sus gustos y necesidades. Hoy en día hay muchas empresas que brindan asesoría en eventos y ofrecen muy buenos servicios.

VII. ¿Qué les hubiese gustado incluir en su evento que por motivos de la pandemia no fue posible?

Me hubiera gustado poder hacer un evento con más cantidad de personas, pero por la situación que vivimos ahora fue imposible.

Apéndice L: Grand Collection Wedding Package

Paquete de eventos ofertado por el Hotel Wyndham Guayaquil



Grand Collection Wedding Package

Paquete para un mínimo 120 personas

Preparativos

- Degustación para 2 personas del menú elegida, en la comodidad de nuestro Restaurante Río Grande.
- Tarifa especial de alojamiento para familiares e invitados, para el día de la boda. Incluye servicio de transfer desde el aeropuerto al hotel, previa confirmación.
- Para el Matrimonio civil o Cena especial de cambios de aros recibe el 15% de descuento en consumos de alimentos y bebidas.
- Con la confirmación de nuestros paquetes de bodas, recibe 20 impresiones fotográficas y el 15% de descuento como beneficio en la contratación del paquete de fotográfico con VeronaProd.

Gran día

- Salón de cortesía y palmeras para decoración del salón.
- Elección de Menú Servido o Buffet, con la asesoría de nuestro Chef Ejecutivo.
- Piqueo de 5 bocaditos por persona, en estación o en mesa, decorado con Gristinis.
- 1 Estación de Sushi con 5 variedades de rolls a su elección.
- Bebidas soft ilimitadas: agua natural, gaseosas, agua mineral.
- Descorche ilimitado de licores.
- Mesa de Pousse Café y aromáticas, acompañada de 150 frutillas con chocolate blanco y negro, para la hora del servicio.
- Disc Jockey por 6 horas, 6 tachos de luces led y 1 luz led de pista para decoración del salón.
- Elección de Dueto de cuerdas de violines y órgano por una hora, o en su lugar 1 Hora de Saxofón durante el ingreso o servicio de la cena.
- Completo menaje en mesas, mantelería y cristalería.
- Elección de sillas Tiffany o Tradicional silla con forro y lazos.
- Bartender para la preparación de cócteles.
- Para los más pequeños preparamos una sala con vista al río Guayas con películas, juegos y snacks y al cuidado de una niñera. Previa confirmación.
- Parqueo privado para los novios y padres de los novios.

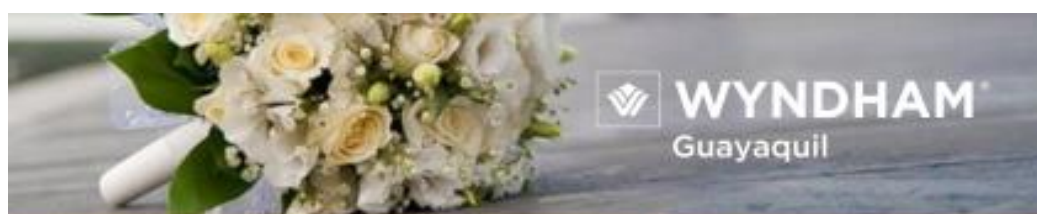
Luna de Miel

- Noche de bodas en nuestra Suite nupcial, en un romántico ambiente decorada con flores, pétalos, gel y sales en fina de hidromasaje. Incluye especial detalle de frutillas achocolatadas, botella de Vino espumoso y cortesía de quesos y frutos secos.
- Desayuno Buffet en nuestro Restaurante o Desayuno Americano en la habitación.
- Cena especial de mes de aniversario, en nuestro Restaurante junto a la romántica vista del Río Guayas.
- Late check out para el día de la boda hasta 18h00. Sujeto a disponibilidad.
- Servicio de transfer desde el hotel al aeropuerto.
- Disfrute de un fin de semana en la ciudad de Quito, en Hotel de 5 estrellas con desayuno incluido. Operado por GHL Hoteles. Sujeto a disponibilidad y no aplicable a festivos.
- Tarjeta exclusiva de regalo con el 30% de descuento en el servicio de lavado, preservado y/o restaurado del vestido de los novios en Martinizing, miembro de la Asociación Wedding Gown Specialists.

Precio por persona \$54.00 + 22% de impuestos

Apéndice M: “I do” Wedding Package

Paquete de eventos ofertado por el Hotel Wyndham Guayaquil



Grissinis, pan de tocino y cebolla, pan de albahaca,
pan campesino

albahaca, pan campesino

“I do” Wedding Package

Paquete para un mínimo 120 personas

Preparativos

- Degustación para 2 personas del menú elegido.
- Para el Matrimonio civil o Cena especial de bendición de aros recibe el 15% de descuento en consumos de alimentos y bebidas.
- Tarifa especial de alojamiento para familiares e invitados, para el día de la boda. Incluye servicio de transfer desde el aeropuerto al hotel, previa confirmación.
- Con la confirmación de nuestros paquetes de bodas, recibe 10 impresiones fotográficas y el 15% de descuento como beneficio en la contratación del paquete de fotográfico con VeronaProd.

Gran día

- Salón de cortesía y palmeras para decoración del salón.
- Elección de Buffet o Menú Servido con la atención personalizada de nuestros Chefs.
- Piqueo de 5 bocaditos por persona, en estación o en mesa, decorado con Grissinis.
- Bebidas soft ilimitadas: agua natural, gaseosas, agua mineral.
- Descorche ilimitado de licores.
- Mesa de Pousse Café y aromáticas, acompañada de 150 frutillas con chocolate blanco y negro, para la hora de servicio.
- Elección de sillas Tiffany o Tradicional silla con forro y lazos.
- Completo menaje en mesas, mantelería y cristalería.
- Elección de Disc Jockey por 6 horas y 6 fachos de luces led para decoración del salón o 1 hora de Duetto de cuerdas de violines y órgano o 1 hora de saxofón.
- Bartender para la preparación de cócteles.
- Para los más pequeños preparamos una sala con vista al río Guayas con películas, juegos y snacks y al cuidado de una niñera. Previa confirmación.
- Parqueo privado para los novios y padres de los novios.

Luna de Miel

- Noche de bodas en nuestra Suite nupcial, en un romántico ambiente decorado con flores, pétalos, burbujas y sales en fina de hidromasaje. Incluye especial detalle de frutillas con chocolate, botella de Vino espumoso y cortesía de quesos y frutas secas en la habitación.
- Desayuno Buffet en nuestro Restaurante o Desayuno Americano en la Suite.
- Cena especial al mes de aniversario, en nuestro Restaurante junto a la romántica vista del Río Guayas.
- Late check out hasta 18h00. Sujeto a disponibilidad.
- Servicio de transfer desde el hotel al aeropuerto.
- Tarjeta exclusiva de regalo con el 30% de descuento en el servicio de lavado, preservado y/o restaurado del vestido de las novias en Martinizing, miembro de la Asociación Wedding Gown

Specialists.

Precio por persona \$46.00 + 22% de Impuestos

Apéndice N: Dream Wedding Package

Paquete de eventos ofertado por el Hotel Wyndham Guayaquil



Dream Wedding Package

Paquete para un mínimo 120 personas

Preparativos

- Degustación para 2 personas del Buffet elegido, con la asesoría de nuestro Chef Ejecutivo.
- Para el Matrimonio civil o Cena especial de cambios de aros recibe el 15% de descuento en consumos de alimentos y bebidas.
- Tarifa especial de alojamiento para familiares e invitados, para el día de la boda. Incluye servicio de transfer desde el aeropuerto al hotel, previa confirmación.
- Con la confirmación de nuestros paquetes de bodas, recibe el 15% de descuento como beneficio en la contratación del paquete de fotográfico con VeronaProd.

Gran día

- Salón de cortesía y palmeras para decoración del salón.
- 200 Bocadoitos cóctel para la recepción de sus invitados.
- Elección de Buffet o Menú Servido, con la atención personalizada de nuestros Chefs.
- Piqueo de 4 bocadoitos por persona, en estación o en mesa, decorado con Grissinis.
- Bebidas soft ilimitadas: agua natural, gaseosas, agua mineral.
- Descorche ilimitado de licores.
- Mesa de Pousse Café y aromáticas, acompañada de 120 frutillas achocolatadas, para la hora del servicio.
- Completo menaje en mesas, sillas vestidas, mantelería y cristalería
- Disc Jockey por 6 horas de servicio.
- Para los más pequeños preparamos una sala con vista al río Guayas con películas, juegos y snacks y al cuidado de una niñera. Previa confirmación.
- Servicio de Valet toilette y amenities.
- Parqueo privado para los novios y padres de los novios.

Luna de Miel

- Noche de bodas en nuestra Suite nupcial, en un romántico ambiente decorado con flores, pétalos, burbujas y sales en tina de hidromasaje.
- Especial detalle de frutillas achocolatadas, botella de Vino espumoso y cortesía de quesos y frutos secos en la habitación.
- Desayuno Buffet en nuestro Restaurante o Desayuno Americano en la habitación.
- Late check out hasta 15h00. Sujeto a disponibilidad.
- Servicio de transfer al aeropuerto.

Precio por persona \$42.00 + 22% de Impuestos

Apéndice O: Sky Blue Wedding Package

Paquete de eventos ofertado por el Hotel Wyndham Guayaquil



Sky Blue Wedding Package

Paquete para un mínimo 120 personas

Preparativos

- Degustación para 2 personas del Buffet elegido.
- Para el Matrimonio civil o Cena especial de cambio de aros recibe el 15% de descuento en los consumos de alimentos y bebidas.
- Tarifa especial de alojamiento para familiares e invitadas, para el día de la boda. Incluye servicio de transfer desde el aeropuerto al hotel, previa confirmación.
- Con la confirmación de nuestros paquetes de bodas, recibe el 10% de descuento como beneficio en la contratación del paquete de fotográfico con VeronaProd.

Gran día

- Salón de Cortesía.
- 150 Bocaditos cóctel para la recepción de invitados
- Elección de Buffet o Menú Servido, con la atención personalizada de nuestros Chefs.
- Piqueo en mesa de 3 bocadillos por persona.
- Mesa de Pousse Café y aromáticas, acompañada de 120 fresas achocolatadas, para la hora del servicio.
- Bebidas soft ilimitadas: agua natural, gaseosas, agua mineral.
- Descorche ilimitada de licores.
- Completo menaje en mesas, sillas vestidas, mantelería y cristalería.
- Servicio de Valet toilette y amenities.
- Para los más pequeños preparamos una sala con vista al río Guayas con películas, juegos y snacks y al cuidado de una niñera. Previa confirmación.
- Parqueo privado para los novios y padres de los novios.

Luna de Miel

- Noche de bodas en nuestra Suite nupcial con vista al Río, en un romántico ambiente decorado con flores, pétalos, burbujas y sales en tina de hidromasaje.
- Especial detalle de frullas de chocolate blanco y negro y botella de Vino espumoso en la habitación.
- Desayuno Buffet en nuestro Restaurante o Desayuno Americano en la habitación matrimonial.
- Late check out hasta 15h00. Sujeto a disponibilidad.
- Servicio de transfer desde el hotel al aeropuerto.

Precio por persona \$38.00 + 22% de Impuestos

Apéndice P: Paquete de Bodas White

Paquete de eventos ofertado por el Hotel Radisson



PAQUETE DE BODAS WHITE

Mínimo 80 Personas
\$34.00 más impuestos por persona

- Asesoría personalizada para la organización del evento.
- Selección de Buffet o Menú servido.
- Degustación del Menú seleccionado para 2 personas.
- Plato de piqueo en mesa de 3 bocaditos por persona.
- Uso de Salón por 6 horas en piso exclusivo para el evento.
- Mantelería a su elección
- Menaje y cristalería.
- Pista de Baile.
- Capitán de Servicio y meseros.
- Descorche ilimitado de vinos y licores.
- Bebidas Gaseosas ilimitadas.
- Parqueo para 4 vehículos durante las horas del evento.
- Uso del área de terraza del Mangle y piscina para fotografías antes o durante el evento.
- Beneficio especial de nuestro paquete BLUSH para su boda civil o cena de compromiso.

Noche de Bodas

- Habitación Studio Suite para la noche de bodas con decoración especial, botella de vino espumoso y frutillas achocolatadas.

Apéndice Q: Paquete de Bodas Pearl:

Paquete de eventos ofertado por el Hotel Wyndham Guayaquil



PAQUETE DE BODAS PEARL

Mínimo 80 Personas
\$36.00 más impuestos por persona

- Asesoría personalizada para la organización del evento.
- Selección de Buffet o Menú servido.
- Degustación del Menú seleccionado para 4 personas.
- Plato de piqueo en mesa de 3 bocaditos por persona.
- Uso de Salón por 6 horas en piso exclusivo para el evento.
- Mantelería a su elección
- Menaje y cristalería.
- Pista de Baile.
- Capitán de Servicio y meseros.
- Descorche ilimitado de vinos y licores.
- Bebidas Gaseosas ilimitadas.
- Servicio de Bebidas Calientes.
- Servicio de Bartender para preparación de cócteles.
- Servicio de Dj por 6 horas.
- 6 tachos de Luces led de cortesía.
- Parqueo para 4 vehículos durante las horas del evento.
- Uso del área de terraza del Mangle y piscina para fotografías antes o durante el evento.
- Beneficio especial de nuestro paquete BLUSH para su boda civil o cena de compromiso.

Noche de Bodas

- Habitación Studio Suite para la noche de bodas con decoración especial, botella de vino espumoso y frutillas achocolatadas.

Apéndice R: Paquete de Bodas Ivory

Paquete de eventos ofertado por el Hotel Wyndham Guayaquil



PAQUETE DE BODAS IVORY

Mínimo 80 Personas
\$42.00 más impuestos por persona

- Asesoría personalizada para la organización del evento.
- Selección de Buffet o Menú servido.
- Estación de sushi, rissotos o ceviches a su elección.
- Degustación del Menú seleccionado para 6 personas.
- Plato de piqueo en mesa de 4 bocaditos por persona.
- Uso de Salón por 7 horas en piso exclusivo para el evento.
- Mantelería a su elección
- Menaje y cristalería.
- Pista de Balle.
- Capitán de Servicio y meseros.
- Descorche ilimitado de vinos y licores.
- Bebidas Gaseosas ilimitadas.
- Servicio de Bebidas Calientes.
- Servicio de Bartender para preparación de cócteles.
- Servicio de Dj por 7 horas.
- 6 tachos de Luces led de cortesía.
- Parqueo para 8 vehículos durante las horas del evento.
- Uso del área de terraza del Mangle y piscina para fotografías antes o durante el evento.
- Beneficio especial de nuestro paquete BLUSH para su boda civil o cena de compromiso.

Noche de Bodas

- Habitación Studio Suite para la noche de bodas con decoración especial, botella de vino espumoso y frutillas achocolatadas.
- Regalo especial de una cena para dos personas un mes después de la boda.

Apéndice S: Servicios ofertados por el Hotel Iguanazú Bed & Breakfast

Servicios de eventos disponibles en el Hotel Iguanazú Bed & Breakfast



¿Qué incluyen nuestros servicios?

Alquiler del espacio para eventos varios ;

- Pista de baile de madera
- Muebles lounge blancos
- Mesas cuadradas de vidrio
- Mesas rústicas de madera
- Jardín con luces tipo guirnalda
- Areas verdes y terraza con vista a la ciudad
- Baños damas y caballeros por separado
- Empleado encargado de cuidar y vigilar la limpieza de los baños
- Personal encargado de dirigir el parqueo de los vehículos

Servicio de catering ;

- Menaje; Platos, cubiertos, servilletas, vasos, copas de agua, vino tinto y champagne
- Platos de base y servilletas de tela
- Personal de servicio, 1 mesero cada 12 personas durante el servicio
- Descorche
- Bebidas soft y hielo
- Música ambiental
- Menú a escoger

*Adicional \$65 en Habitación SUPERIOR o \$95 en Habitación DELUXE descuento exclusivo para noche de bodas

Apéndice T: Paquete básico 24 servicios

Paquete de eventos disponible en empresa organizadora de eventos

Produeventos



Produeventos
Banquetes y Recepciones

PAQUETE PROMOCIONAL
PARA MÍNIMO 100 INVITADOS

WhatsApp: 0997952401 (04)821347
Instagram: produeventos
Facebook: Produeventos Ridder Alcivar

**PAQUETE
\$ 28,00
POR INVITADO**

24 SERVICIOS:

ALIMENTOS

1. BUFFET: 02 proteínas, arroz y ensalada (opciones a elegir según listado anexo).
2. POSTRE: torta mojada de chocolate, dulce de tres leches, cheesecake de frutilla o cheesecake de maracuyá (elegir hasta 02 opciones).
3. BOCADITOS DULCES: 05 unidades por invitado.
4. BOCADITOS DE SAL: 05 unidades por invitado.

BEBIDAS

5. BEBIDAS SOFT ILIMITADAS: gaseosas varios sabores (línea Coca Cola), agua mineral, hielo en cubitos y agua natural. Servicio durante todo el evento.

DECORACIÓN EN FLORES NATURALES Y AMBIENTACIÓN

6. CENTROS DE MESA ALTOS O BAJOS: uno por cada 8 personas.
7. 02 ARREGLOS EN MESA DE DULCES.
8. ILUMINACIÓN LED.
9. ALFOMBRA AL INGRESO (OPCIONAL).

MOBILIARIO.

10. MESAS REDONDAS CON MANTELERÍA: 8 puestos por mesa.
11. SILLAS TIFFANY PARA INVITADOS.
12. JUEGO DE MESAS Y BASES PARA MESA PRINCIPAL DE DULCES: incluye desniveles, accesorios, porta-bocaditos y torta de presentación falsa (OPCIONAL).
13. MESAS DE APOYO: para recuerdos, cofre, entre otros. (OPCIONAL).

MENAJE.

14. VAJILLA.
15. CUBERTERÍA.
16. CRISTALERÍA.
17. SERVILLETAS DE TELA Y PAPEL.

SONIDO.

18. DJ (MÚSICA DE ACUERDO A LA OCASIÓN).

MANO DE OBRA Y LOGÍSTICA.

19. CAPITÁN DE EVENTO: 01 persona.
20. MESEROS: 01 cada 25 invitados.
21. PERSONAL DE BAR: 01 persona.
22. TRANSPORTE.
23. MONTAJE Y DESMONTAJE.
24. COORDINACIÓN Y ASESORÍA.

PRECIO VÁLIDO PARA EVENTOS CON MÍNIMO 100 INVITADOS

GUAYAQUIL – ECUADOR



Apéndice U: Paquete Bronce 31 servicios

Paquete de eventos disponible en empresa organizadora de eventos
Produeventos

 **Produeventos**
Banquetes y Recepciones

PAQUETE PROMOCIONAL
PARA MÍNIMO 100 INVITADOS

 0997952401 (04)821347

 **produeventos**

 **Produeventos
Ridder Alcivar**

**PAQUETE BRONCE
\$ 35,00
POR INVITADO**

31 SERVICIOS:

ALIMENTOS

1. BUFFET: 02 proteínas, arroz y ensalada (opciones a elegir según listado anexo).
2. POSTRE: torta mojada de chocolate, dulce de tres leches, cheesecake de frutilla o cheesecake de maracuyá (elegir hasta 02 opciones).
3. BOCADITOS DULCES: 05 unidades por invitado.
4. BOCADITOS DE SAL: 05 unidades por invitado.
5. CAJAS DE PORCIONES TORTA REAL CON MASA DE NOVIA: 01 unidad por invitado.

BEBIDAS

6. BEBIDAS SOFT ILIMITADAS: gaseosas varios sabores (línea Coca Cola), agua mineral, hielo en cubitos y agua natural. Servicio durante todo el evento.
7. COCKTAIL PARA LAS INVITADAS: escoger hasta 02 opciones (Alexander, Saltamontes o Piña Colada). Servicio durante 05 horas.
8. ESPUMANTE PARA BRINDIS.

DECORACIÓN EN FLORES NATURALES Y AMBIENTACIÓN

9. CENTROS DE MESA ALTOS O BAJOS ESPECIALES: uno por cada 8 personas.
10. 04 ARREGLOS EN MESA DE DULCES.
11. 01 ARREGLO PARA EL INGRESO.
12. FOLLAJE EN MIRTO NATURAL SOBRE ESTRUCTURA DE MESA DE BOCADITOS.
13. ILUMINACIÓN LED.
14. LUCES DECORATIVAS.
15. TELAS (OPCIONAL).
16. ALFOMBRA AL INGRESO (OPCIONAL).

MOBILIARIO.

17. MESAS REDONDAS CON MANTELERÍA: 8 puestos por mesa.
18. SILLAS TIFFANY PARA INVITADOS..
19. JUEGO DE MESAS Y BASES PARA MESA PRINCIPAL DE DULCES: incluye desniveles, accesorios, porta-bocaditos y torta de presentación falsa (OPCIONAL).
20. MESAS DE APOYO: para recuerdos, cófre, entre otros. (OPCIONAL).

MENAJE.

21. VAJILLA.
22. CUBERTERÍA.
23. CRISTALERÍA.
24. SERVILLETAS DE TELA Y PAPEL.

SONIDO.

25. DJ (MÚSICA DE ACUERDO A LA OCASIÓN).

MANO DE OBRA Y LOGÍSTICA.

26. CAPITÁN DE EVENTO: 01 persona.
27. MESEROS: 01 cada 25 invitados.
28. PERSONAL DE BAR: 01 persona.
29. TRANSPORTE.
30. MONTAJE Y DESMONTAJE.
31. COORDINACIÓN Y ASESORÍA.


PRECIO VÁLIDO PARA EVENTOS CON MÍNIMO 100 INVITADOS

GUAYAQUIL – ECUADOR



Apéndice V: Paquete Plata 31 servicios

Paquete de eventos disponible en empresa organizadora de eventos
Produeventos



Produeventos
Eventos y Recepciones

PAQUETE PROMOCIONAL
PARA MÍNIMO 100 INVITADOS

WhatsApp: 0997952401 (04)821347
Instagram: produeventos
Facebook: Produeventos Ridder Alcivar

PAQUETE PLATA
\$ 38,00
POR INVITADO

31 SERVICIOS
(CON MESAS DE CRISTAL PARA INVITADOS):

ALIMENTOS

1. BUFFET: 02 proteínas, arroz y ensalada (opciones a elegir según listado anexo).
2. POSTRE: torta mojada de chocolate, dulce de tres leches, cheesecake de frutilla o cheesecake de maracuyá (elegir hasta 02 opciones).
3. BOCADITOS DULCES: 05 unidades por invitado.
4. BOCADITOS DE SAL: 05 unidades por invitado.
5. CAJAS DE PORCIONES TORTA REAL CON MASA DE NOVIA: 01 unidad por invitado.

BEBIDAS

6. BEBIDAS SOFT ILIMITADAS: gaseosas varios sabores (línea Coca Cola), agua mineral, hielo en cubitos y agua natural. Servicio durante todo el evento.
7. COCKTAIL PARA LAS INVITADAS: escoger hasta 02 opciones (Alexander, Saltamontes o Piña Colada). Servicio durante 05 horas.
8. ESPUMANTE PARA BRINDIS.

DECORACIÓN EN FLORES NATURALES Y AMBIENTACIÓN

9. CENTROS DE MESA ALTOS O BAJOS ESPECIALES: uno por cada 8 – 10 personas.
10. 04 ARREGLOS EN MESA DE DULCES.
11. 01 ARREGLO PARA EL INGRESO.
12. FOLLAJE EN MIRTO NATURAL SOBRE ESTRUCTURA DE MESA DE BOCADITOS.
13. ILUMINACIÓN LED.
14. LUCES DECORATIVAS.
15. TELAS (OPCIONAL).
16. ALFOMBRA AL INGRESO (OPCIONAL).

MOBILIARIO.

17. MESAS DE CRISTAL TIFFANY CON LUZ LED INALÁMBRICA: 8 - 10 puestos por mesa.
18. SILLAS TIFFANY PARA INVITADOS.
19. JUEGO DE MESAS Y BASES PARA MESA PRINCIPAL DE DULCES: incluye desniveles, accesorios, porta-bocaditos y torta de presentación falsa (OPCIONAL).
20. MESAS DE APOYO: para recuerdos, cofre, entre otros. (OPCIONAL).

MENAJE.

21. VAJILLA.
22. CUBERTERÍA.
23. CRISTALERÍA.
24. SERVILLETAS DE TELA Y PAPEL.

SONIDO.




25. DJ (MÚSICA DE ACUERDO A LA OCASIÓN).

MANO DE OBRA Y LOGÍSTICA.

26. CAPITÁN DE EVENTO: 01 persona.
27. MESEROS: 01 cada 25 invitados.
28. PERSONAL DE BAR: 01 persona.
29. TRANSPORTE.
30. MONTAJE Y DESMONTAJE.
31. COORDINACIÓN Y ASESORÍA.

PRECIO VÁLIDO PARA EVENTOS CON MÍNIMO 100 INVITADOS

GUAYAQUIL – ECUADOR



Apéndice W: Paquete Oro 38 servicios

Paquete de eventos disponible en empresa organizadora de eventos
Produeventos

 0997952401 (04)821347
@produeventos
Produeventos Ridder Alcivar

PAQUETE PROMOCIONAL
PARA MÍNIMO 100 INVITADOS

PAQUETE ORO
\$ 50,00
POR INVITADO

38 SERVICIOS:

ALIMENTOS

1. ENTRADA.
2. BUFFET: 02 proteínas, arroz y ensalada (opciones a elegir según listado anexo).
3. POSTRE: torta mojada de chocolate, dulce de tres leches, cheesecake de frutilla o cheesecake de maracuyá (elegir hasta 03 opciones).
4. BOCADITOS DULCES: 07 unidades por invitado.
5. BOCADITOS DE SAL: 05 unidades por invitado.
6. CAJAS DE PORCIONES TORTA REAL CON MASA DE NOVIA: 01 unidad por invitado.
7. MESA DE SHOTS DE MARISCOS: 02 unidades por invitado.

BEBIDAS

8. BEBIDAS SOFT ILIMITADAS: gaseosas varios sabores (línea Coca Cola), agua mineral, hielo en cubitos y agua natural. Servicio durante todo el evento.
9. COCKTAIL PARA LAS INVITADAS: 03 opciones (Alexander, Saltamontes & Piña Colada). Servicio durante 05 horas.
10. ESPUMANTE PARA BRINDIS.

DECORACIÓN EN FLORES NATURALES Y AMBIENTACIÓN

11. CENTROS DE MESA ALTOS O BAJOS ESPECIALES (PREMIUM): uno por cada 8 – 10 personas.
12. 06 ARREGLOS EN MESA DE DULCES.
13. COLUMPIO EN FLORES NATURALES (PARA UBICAR TORTA FALSA)
14. 01 ARREGLO PARA EL INGRESO.
15. PAQUETE DE NOVIA EN FLORES NATURALES: ramo de novia personalizado, ramos para damas y azar para novio.
16. FOLLAJE EN MIRTO NATURAL SOBRE ESTRUCTURA DE MESA DE BOCADITOS.
17. BACKING EN MIRTO NATURAL O RAMAS SECAS (PARA MESA DE DULCES O ÁREA ELEGIDA)
18. ILUMINACIÓN LED.
19. LUCES DECORATIVAS.
20. TELAS (OPCIONAL).
21. ALFOMBRA AL INGRESO (OPCIONAL).

MOBILIARIO.

21. MESAS DE CRISTAL TIFFANY CON LUZ LED INALÁMBRICA O MESAS VESTIDAS: 8 - 10 puestos por mesa.
22. SILLAS TIFFANY PARA INVITADOS.
23. JUEGO DE MESAS Y BASES PARA MESA PRINCIPAL DE DULCES: incluye desniveles, accesorios, porta-bocaditos y torta de presentación falsa (OPCIONAL).
24. MESAS DE APOYO: para recuerdos, cofre, entre otros. (OPCIONAL).
25. SALAS LOUNGE (01 JUEGO CADA 50 INVITADOS).

MENAJE.

26. VAJILLA.
27. CUBERTERÍA.
28. CRISTALERÍA.
29. SERVILLETAS DE TELA Y PAPEL.
30. PLATOS BASE PARA MESA DE INVITADOS.

SONIDO.

30. DJ (MÚSICA DE ACUERDO A LA OCASIÓN).
31. PROYECTOR Y PANTALLA.

MANO DE OBRA Y LOGÍSTICA.

33. CAPITÁN DE EVENTO: 01 persona.
34. MESEROS: 01 cada 20 invitados.
35. PERSONAL DE BAR: 01 persona.
36. TRANSPORTE.
37. MONTAJE Y DESMONTAJE.
38. COORDINACIÓN Y ASESORÍA.

PRECIO VÁLIDO PARA EVENTOS CON MÍNIMO 100 INVITADOS
GUAYAQUIL – ECUADOR

Apéndice X: Paquete clásico Elegante

Paquete de eventos disponible en empresa organizadora de eventos Menta

Paquete Clásico Elegante

120 personas

ENTRADA

- 1 Pedestales para enmarcar área de entrada
- 1 Arreglos de flores para pedestales semi arco

ÁREA MESA DE DULCES

- 1 Mesa redonda con hiedra para torta
- 4 Lámparas triples ovalas y redondas
- 4 Módulos de mesas curvas para mesa de dulces
- 2 Jardinería para torta 0.80 cm
- Menaje de platería y cristalería
- Persona encargada de poner dulces
- Persona encargada de mesa de dulces durante en evento

\$4.885

ÁREA DE INVITADOS

- 5 Mesas redondas con hiedra
- 5 Mesas rectangulares de vidrio
- 5 Centros de mesa bajos
- 5 Centros de mesa bajos jardinería con 3 briseros
- 90 Sillas en X pewter

ÁREA LOUNGE

- 1 Sala completa (Sofa, mesa, butacas)
- 3 Arreglos de flores pequeños para sala
- 1 Bar de 2.5m.
- 2 Cocteleras

ÁREA BUFFET

- 2 Arreglo de flores mediano
- 2 Mesas rectangulares de vidrio con base de espejo
- 2 Mesas redondas de vidrio con base de espejo

*15 Tachos led

*Personal de montaje y desmontaje

*Transporte



Apéndice Y: Paquete clásico Elegante Premium

Paquete de eventos disponible en empresa organizadora de eventos Menta

Paquete Clásico Elegante Premium

120 personas

ENTRADA

- 2 Pedestales para enmarcar área de entrada
- 2 Arreglos de flores para pedestales semi arco

ÁREA MESA DE DULCES

- 1 Mesas redondas con hiedra
- 4 Lámparas triples ovaladas y redondas
- 2 Candelabros de cristal
- 4 Módulos de mesas curvas para mesa de dulces
- 4 Jardineras para torta 0.80 cm
- Menaje de platería y cristalería
- Persona encargada de poner dulces
- Persona encargada de mesa de dulces durante en evento

\$7.100

ÁREA DE INVITADOS

- 5 Mesas redondas con hiedra
- 5 Mesas rectangulares de espejo
- 5 Centros de mesa altos
- 5 Centros de mesa bajos jardineras con 3 briseros
- 40 Sillas Luis XV
- 45 Sillas en X pewter

ÁREA LOUNGE

- 1 Sala completa (Sofa, mesa, butacas)
- 3 Arreglos de flores pequeños para sala
- 1 Estructura 6x6 pista de baile
- 1 Decoración con flores, luces y ramas en estructura
- 1 Lámpara chandelier grande
- 1 Bar de 4.5m.
- 4 Cocteleras
- 4 Arreglos de flores pequeños para las cocteleras



ÁREA BUFFET

- 2 Arreglo de flores alto
- 3 Mesas rectangulares de madera
- 2 Mesa redonda de madera

*15 Tachos led

*Personal de montaje y desmontaje

*Transporte





Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Borja Aviles, María de los Ángeles**, con C.C: # **0930191150** autora del trabajo de titulación: **Análisis de las preferencias en la contratación del servicio de eventos en tiempos de COVID-19 en la ciudad de Guayaquil** previo a la obtención del título de **INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, a los 16 del mes de septiembre del año 2021

Nombre: **Borja Aviles, María de los Ángeles**

C.C: **0930191150**



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Análisis de las preferencias en la contratación del servicio de eventos en tiempos de COVID-19 en la ciudad de Guayaquil		
AUTOR(ES)	Borja Aviles, María de los Ángeles		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ing. Fabiola Alexandra Murillo Paladines, Mgs		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Empresariales		
CARRERA:	Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	16 de septiembre de 2021	No. DE PÁGINAS:	135
ÁREAS TEMÁTICAS:	Turismo, Eventos, Banquetes		
PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:	Eventos sociales, covid-19, turismo, COE, bioseguridad, protocolos		
RESUMEN/ABSTRACT:			
<p>En este trabajo de titulación se realizó un análisis del actual mercado de eventos sociales de la ciudad de Guayaquil, con el propósito diseñar un plan de estrategias basado en las preferencias actuales de los clientes que sirva para la reactivación económica de la industria que se ha visto tan golpeada por las consecuencias de la pandemia del COVID-19. Primero se hizo una exhaustiva investigación sobre los servicios que ofrecen las empresas organizadoras de eventos en la ciudad, con sus respectivos precios. Estas empresas incluyen hoteles que prestan el servicio de eventos y empresas dedicadas a la organización de eventos sociales. Luego se procedió a la búsqueda de técnicas de recolección de datos que encajen con la muestra establecida. Entre las herramientas de recolección se encuentran encuestas y entrevistas, mismas que fueron aplicadas a diferentes organizadoras de eventos sociales y sobre todo a clientes que ya hayan realizado un evento social durante el periodo 2020-2021.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-9-97454142	E-mail: mariadelosangelesborja@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN	Nombre: Salazar Raymond María Belén		
	Teléfono: +593-4-2206950 ext. 5049		
	E-mail: maria.salazar02@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación