



UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS
ARMADAS
ESPE

MAESTRIA EN MERCADOTECNIA
IV PROMOCIÓN



PROYECTO DE GRADO

TEMA:

“PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING DIGITAL Y MARKETING DIRECTO
PARA LOS SERVICIOS DE EVENTOS CORPORATIVOS DE LA EMPRESA
PROEVENT S.A. EN LA CIUDAD DE QUITO”

Autor: Ing. Álvaro Pérez

Director: Ing. Javier Buenaño



pro **e**
e **vent**

www.proevent.ec

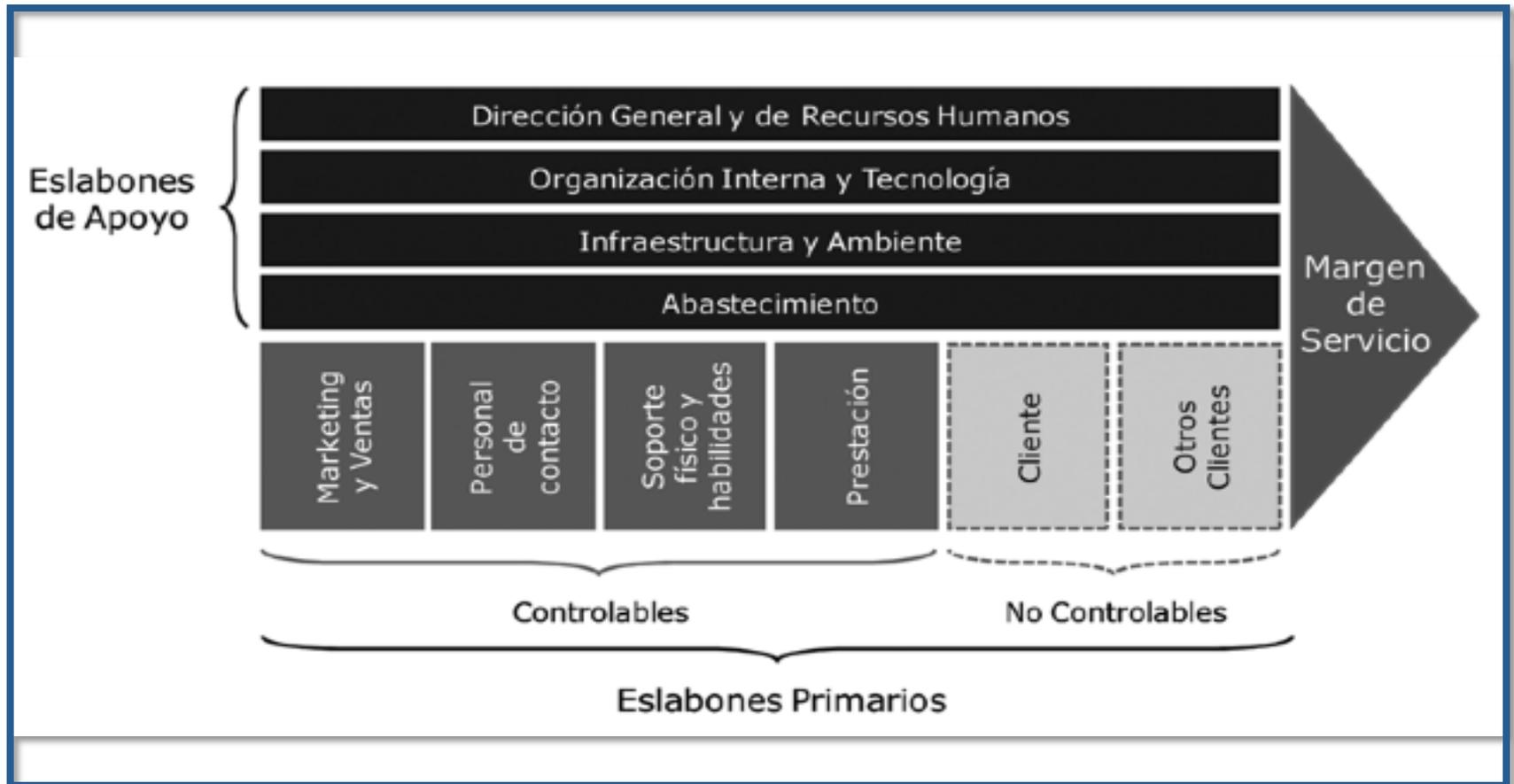


ANÁLISIS SITUACIONAL

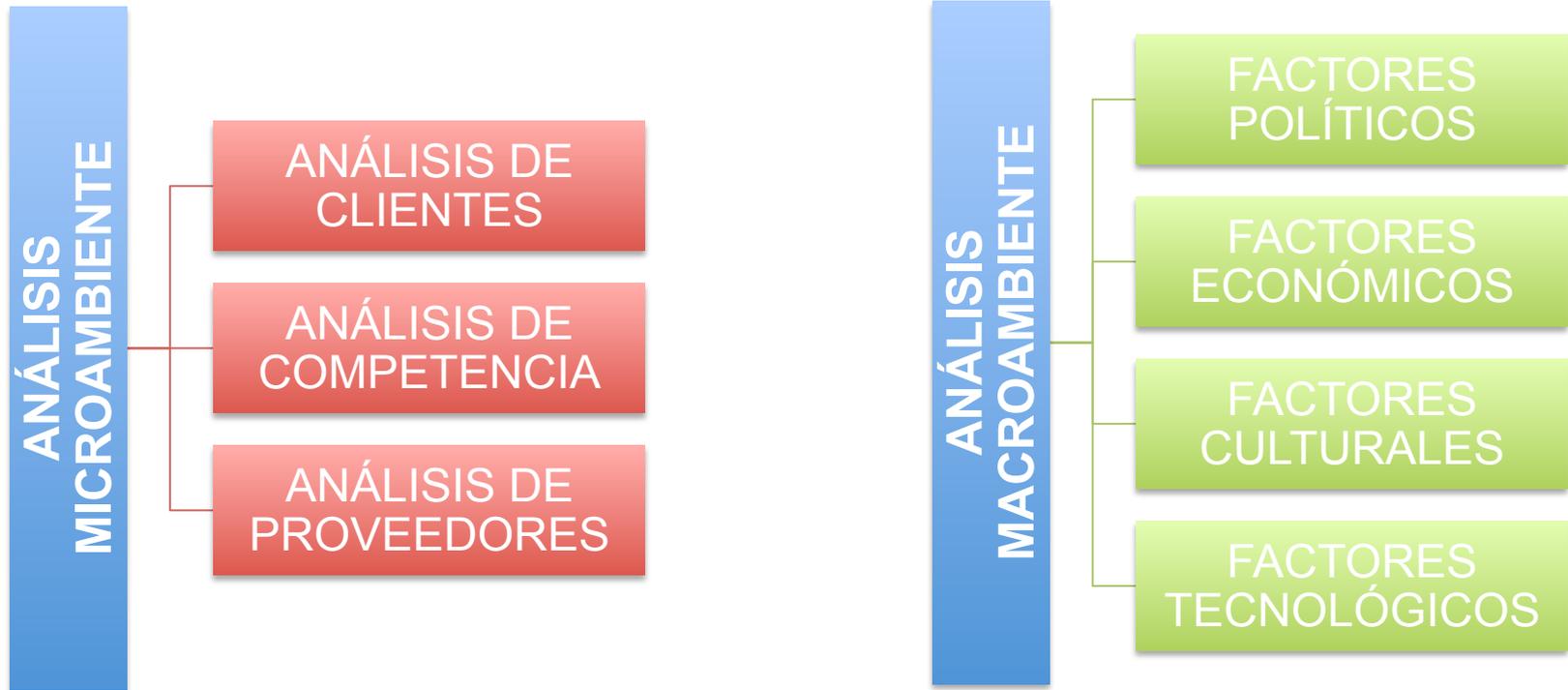


ANÁLISIS INTERNO

Reinterpretación de la Cadena de Valor de adaptada a los servicios



ANÁLISIS EXTERNO



SÍNTESIS ANÁLISIS SITUACIONAL

(matrices de síntesis estratégico F.O.D.A)



FORTALEZAS

- Selección de Personal adecuado para cada área
- Gerencia comprometida con la reestructuración y proyecto de mercadeo para la empresa.
- Selección de Proveedores estratégicos y efectivos a nivel nacional e internacional
- Coordinación de eventos a nivel nacional e internacional
- 85% del personal tienen título universitario
- Experiencia en organización de eventos en otros Países.
- Correcto direccionamiento de la empresa
- Know-how de alta calidad

OPORTUNIDADES

- Más del 90% de las empresas realizan una inversión trimestral en organización de eventos
- La empresa privada está aplicando los procesos de licitación para decidir con qué agencia realizar sus eventos
- La mayoría de las agencias de eventos no genera publicidad de su propia empresa
- Existe gran cantidad de proveedores en el mercado
- Actualmente existen proveedores con nuevas tendencias para el soporte de eventos.
- Más del 70% de las empresas del DMQ desearían recibir información sobre organización de eventos corporativos por medios digitales
- Creación del INCOP
- Vigencia de la nueva ley de comunicación, apoyando la producción nacional en publicidad y a trabajar con empresas ecuatorianas.
- Incremento del interés por parte de las empresas ecuatorianas en invertir en eventos y comunicación para hacer conocer sus productos.
- El 78% de las empresas situadas en el DMQ, están dispuestas a trabajar con una agencia de eventos que cumpla con sus expectativas.
- Creación de la carrera de coordinación de eventos en las universidades.

FODA

DEBILIDADES

- Falta de una planificación estratégica de marketing
- Falta de estrategias de ventas
- No cuenta con infraestructura propia.
- Escaso presupuesto dispuesto para el área de marketing.
- Capital de trabajo inestable.
- Falta de comunicación de todos los servicios que ofrece PROEVENT.
- Procesos de facturación demasiado lentos
- Gerencia abarca la mayor cantidad de responsabilidades, esto bloquea la fluidez del trabajo.

AMENAZAS

- Aplicación de la ley de salvaguardas en el País.
- Contratos a largo plazo establecidos por las empresas con ciertas agencias nacionales o internacionales.
- No existen barreras de entrada en la industria de evento
- Inversión en tecnología por parte de la competencia
- Existen Proveedores de mala calidad
- Elección de agencias de organización de eventos, decididas por bajo costo y no por calidad.

MATRICES DE SÍNTESIS ESTRATÉGICA FODA

MATRIZ FACTORES CLAVES DEL ÉXITO

MATRIZ FCE

FACTORES CLAVES DE ÉXITO	IMPORTANCIA
Fidelización de Clientes	9
Experiencia, capacidad y calidad del personal	10
Capacidad de reacción ante eventualidades	9

MATRIZ PRIORIZACIÓN ANÁLISIS INTERNO (PAI)

MATRIZ PRIORIZACIÓN ANÁLISIS INTERNO					
APOYO AL LOGRO DE LOS FACTORES CLAVES DE ÉXITO	FACTORES DE ÉXITO				
MATRIZ PAI (Priorización Análisis Interno)	Fidelización de Clientes	Experiencia, capacidad y calidad del personal	Capacidad de reacción ante eventualidades	TOTAL	PRIORIDAD
	IMPORTANCIA	9	10	9	
FORTALEZAS					
a. Selección de Personal adecuado para cada área	8	10	9	253	2
b. Gerencia comprometida con la reestructuración y proyecto de mercadeo para la empresa.	8	9	8	234	4
c. Selección de Proveedores estratégicos y efectivos a nivel nacional e internacional	7	7	8	205	8
d. Coordinación de eventos a nivel nacional e internacional	8	8	8	224	6
e. 85% del personal tienen título universitario	7	9	8	225	5
f. Experiencia en organización de eventos en otros Países.	8	9	9	243	3
g. Correcto direccionamiento de la empresa	7	8	8	215	7
h. Know-how de alta calidad	9	10	9	262	1

MATRIZ PRIORIZACIÓN ANÁLISIS INTERNO					
DIFICULTAN O IMPIDEN EL LOGRO DE LOS FACTORES CLAVES DE ÉXITO	FACTORES DE ÉXITO				
MATRIZ PAI (Priorización Análisis Interno)	Fidelización de Clientes	Experiencia, capacidad y calidad del personal	Capacidad de reacción ante eventualidades	TOTAL	PRIORIDAD
	IMPORTANCIA	9	10	9	
DEBILIDADES					
a. Falta de una planificación estratégica de marketing	9	9	8	243	2
b. Falta de estrategias de ventas	9	10	8	253	1
c. No cuenta con infraestructura propia.	7	7	6	187	8
d. Escaso presupuesto dispuesto para el área de marketing.	8	8	7	215	4
e. Capital de trabajo inestable.	7	8	7	206	6
f. Falta de comunicación de todos los servicios que ofrece PROEVENT.	9	9	7	234	3
g. Procesos de facturación demasiado lento	6	8	7	197	7
h. Gerencia abarca la mayor cantidad de responsabilidades, esto bloquea la fluidez del trabajo.	7	9	8	225	5

MATRIZ EVALUACIÓN ANÁLISIS INTERNO (EAI)

MATRIZ EVALUACIÓN ANÁLISIS INTERNO				
QUE TAN IMPORTANTE ES LA FORTALEZA EN LA EMPRESA				
LISTADO FORTALEZAS Y DEBILIDADES	Calificación Total	Ponderada	Evaluación de la Importancia	Efectividad Ponderada
	Calificación	Evaluación de la Importancia	Efectividad Ponderada	
FORTALEZAS				
a. Selección de Personal adecuado para cada área	253	0,07	4	0,28
b. Gerencia comprometida con la reestructuración y proyecto de mercadeo para la empresa.	234	0,06	4	0,24
c. Selección de Proveedores estratégicos y efectivos a nivel nacional e internacional	205	0,06	3	0,18
d. Coordinación de eventos a nivel nacional e internacional	224	0,06	3	0,18
e. 85% del personal tienen título universitario	225	0,06	4	0,24
f. Experiencia en organización de eventos en otros Países.	243	0,07	4	0,28
g. Correcto direccionamiento de la empresa	215	0,06	3	0,18
h. Know-how de alta calidad	262	0,07	4	0,28
DEBILIDADES				
QUE TAN IMPORTANTES ES LA DEBILIDAD EN LA EMPRESA				
a. Falta de una planificación estratégica de marketing	243	0,07	1	0,07
b. Falta de estrategias de ventas	253	0,07	1	0,07
c. No cuenta con infraestructura propia.	187	0,05	1	0,05
d. Escaso presupuesto dispuesto para el área de marketing.	215	0,06	2	0,12
e. Capital de trabajo inestable.	206	0,06	2	0,12
f. Falta de comunicación de todos los servicios que ofrece PROEVENT.	234	0,06	1	0,06
g. Procesos de facturación demasiado lento	197	0,05	2	0,1
h. Gerencia abarca la mayor cantidad de responsabilidades, esto bloquea la fluidez del trab:	225	0,06	2	0,12
TOTAL:	3621	1,0		2,29

MATRIZ PRIORIZACIÓN ANÁLISIS EXTERNO (PAE)

MATRIZ PRIORIZACIÓN ANÁLISIS EXTERNO						
MATRIZ PAE (Priorización Análisis Externo)	FACTORES DE ÉXITO				TOTAL	PRIORIDAD
	Fidelización de Clientes	Experiencia, capacidad y calidad del personal	Capacidad de reacción ante eventualidades			
IMPORTANCIA	9	10	9			
OPORTUNIDADES						
a. Más del 90% de las empresas realizan una inversión trimestral en organización de eventos	8	9	8	234	5	
b. Aplicación de licitaciones en empresas privadas medianas y grandes para decidir con que agencia realizar sus eventos	7	7	7	196	11	
c. La mayoría de las agencias de eventos no genera publicidad de su propia empresa	8	7	7	205	10	
d. Existe gran cantidad de proveedores en el mercado	7	8	9	224	7	
e. Actualmente existen proveedores con nuevas tendencias para el soporte de eventos.	8	8	9	233	6	
f. Más del 70% de las empresas del DMQ desearían recibir información sobre organización de eventos corporativos por medios digitales	9	9	8	243	3	
g. Creación del INCOP	7	8	7	206	9	
h. Vigencia de la nueva ley de comunicación, apoyando la producción nacional en publicidad y a trabajar con empresas ecuatorianas.	7	9	7	216	8	
i. Incremento del interés por parte de las empresas ecuatorianas en invertir en eventos y comunicación para hacer conocer sus productos.	9	9	9	252	2	
j. El 78% de las empresas situadas en el DMQ, están dispuestas a trabajar con una agencia de eventos que cumpla con sus expectativas.	9	10	9	262	1	
k. Creación de la carrera de coordinación de eventos en las universidades.	7	10	8	235	4	

MATRIZ PRIORIZACIÓN ANÁLISIS EXTERNO						
MATRIZ PAI (Priorización Análisis Externo)	FACTORES DE ÉXITO				TOTAL	PRIORIDAD
	Fidelización de Clientes	Experiencia, capacidad y calidad del personal en la ejecución de los eventos	Capacidad de reacción ante eventualidades			
IMPORTANCIA	9	10	9			
AMENAZAS						
a. Aplicación de la ley de salvaguardas en el País.	8	8	7	215	4	
b. Contratos a largo plazo establecidos por las empresas con ciertas agencias nacionales o internacionales.	8	9	7	225	2	
c. No existen barreras de entrada en la industria de evento	8	9	8	234	1	
d. Inversión en tecnología por parte de la competencia	7	9	7	216	3	
e. Existen Proveedores de mala calidad	7	8	7	206	5	
f. Elección de agencias de organización de eventos, decididas por bajo costo y no por calidad.	8	7	7	205	6	

MATRIZ EVALUACIÓN ANÁLISIS EXTERNO (EAE)

MATRIZ EVALUACIÓN ANÁLISIS EXTERNO				
LISTADO OPORTUNIDADES Y AMENAZAS	Calificación Total	Calificación Ponderada	Evaluación de la Importancia	Efectividad Ponderada
OPORTUNIDADES				
a. Más del 90% de las empresas realizan una inversión trimestral en organización de eventos	234	0,06	4	0,24
b. Aplicación de licitaciones en empresas privadas medianas y grandes para decidir con que agencia realizar sus eventos	196	0,05	3	0,15
c. La mayoría de las agencias de eventos no genera publicidad de su propia empresa	205	0,05	4	0,2
d. Existe gran cantidad de proveedores en el mercado	224	0,06	3	0,18
e. Actualmente existen proveedores con nuevas tendencias para el soporte de eventos.	233	0,06	3	0,18
f. Más del 70% de las empresas del DMQ desearían recibir información sobre organización de eventos corporativos por medios digitales	243	0,06	4	0,24
g. Creación del INCOP	206	0,05	3	0,15
h. Vigencia de la nueva ley de comunicación, apoyando la producción nacional en publicidad y a trabajar con empresas ecuatorianas.	216	0,06	3	0,18
i. Incremento del interés por parte de las empresas ecuatorianas en invertir en eventos y comunicación para hacer conocer sus productos.	252	0,07	4	0,28
j. El 78% de las empresas situadas en el DMQ, están dispuestas a trabajar con una agencia de eventos que cumpla con sus expectativas.	262	0,07	4	0,28
k. Creación de la carrera de coordinación de eventos en las universidades.	235	0,06	4	0,24
AMENAZAS				
a. Aplicación de la ley de salvaguardas en el País.	215	0,06	1	0,06
b. Contratos a largo plazo establecidos por las empresas con ciertas agencias nacionales o internacionales.	225	0,06	1	0,06
c. No existen barreras de entrada en la industria de evento	234	0,06	1	0,06
d. Inversión en tecnología por parte de la competencia	216	0,06	2	0,12
e. Existen Proveedores de mala calidad	206	0,05	2	0,1
f. Elección de agencias de organización de eventos, decididas por bajo costo y no por calidad.	205	0,05	2	0,1
TOTAL:	3807	1,0		2,82

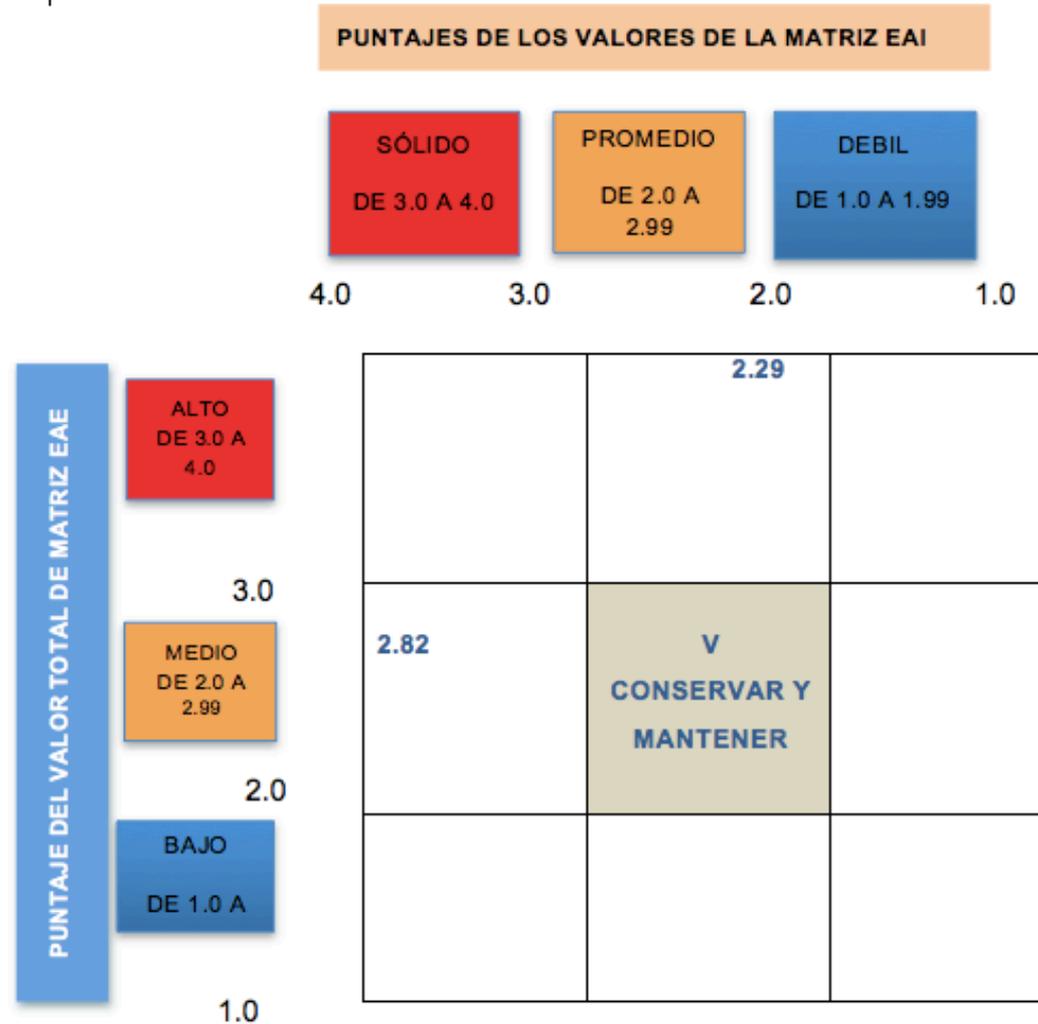
MATRIZ PERFIL COMPETITIVO (PC)

FACTORES CLAVES DE ÉXITO	IMPORTANCIA	MARURI		SATRE		RIVAS HERRERA		BARLOVENTO		PROEVENT		
	IMPORTANCIA PONDERADA	EFFECTIVA	PONDERACIÓN	EFFECTIVA	PONDERACIÓN	EFFECTIVA	PONDERACIÓN	EFFECTIVA	PONDERACIÓN	EFFECTIVA	PONDERACIÓN	
Fidelización de Clientes	9	0,32	4	1,28	3	0,96	3	0,96	2	0,64	2	0,64
Experiencia, capacidad y calidad del personal	10	0,36	3	1,08	3	1,08	2	0,72	2	0,72	4	1,44
Capacidad de reacción ante eventualidades	9	0,32	3	0,96	3	0,96	2	0,64	2	0,64	3	0,96
TOTAL	28	1,00	10	3,32	9	3,0	7	2,32	6	2,00	9	3,04

MARURI	3,32
SATRE	3,00
RIVAS HERRERA	2,32
BARLOVENTO	2,00
PROEVENT	3,04

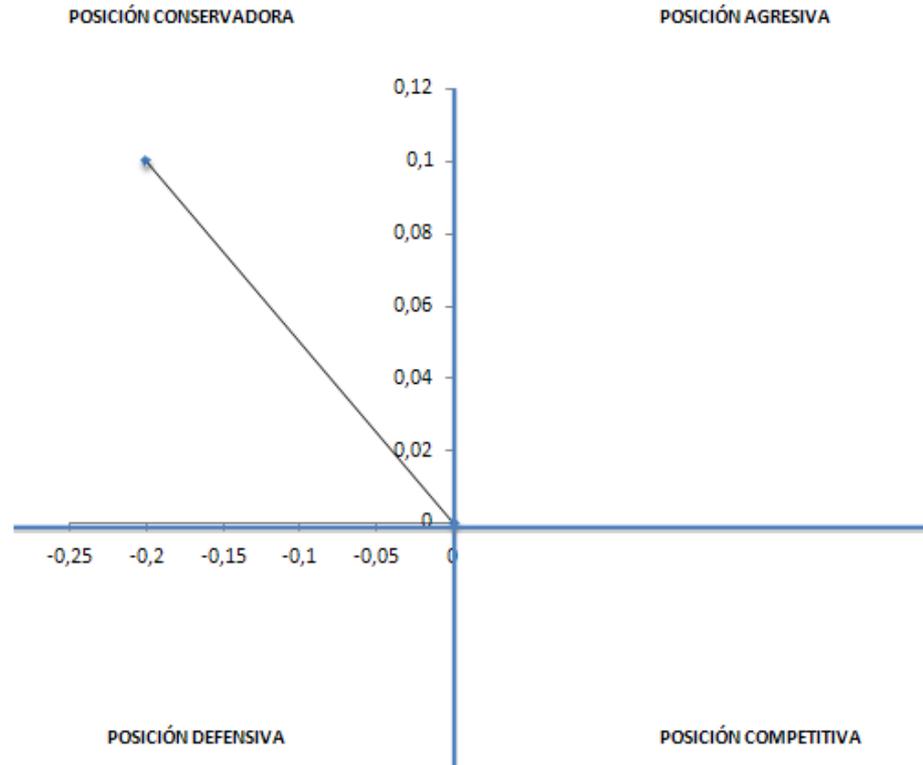
MATRICES DE SÍNTESIS ESTRATÉGICO FODA

MATRIZ I - E



MATRICES DE SÍNTESIS ESTRATÉGICO FODA

MATRIZ PEYEA



PROPUESTA ESTRATÉGICA





MISIÓN

PROEVENT es una empresa dedicada a la producción y coordinación de eventos corporativos, que brinda sus servicios a todas las empresas nacionales y multinacionales, convirtiéndose en un aliado estratégico que genera una ventaja competitiva en sus clientes.



VISIÓN

En 3 años, PROEVENT será una empresa líder en el mercado ecuatoriano en la producción y coordinación de eventos corporativos y asesoramiento comunicacional

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

OBJETIVOS FINANCIEROS

- En el 2016, mejorar en un 30% la capacidad de ingreso por medio de la recuperación de cartera vencida.
- Consolidar en el 2016, por lo menos un 10% de la utilidad, para destinar al presupuesto de marketing.
- Incrementar en un 20% la rentabilidad de la empresa para el 2016.

OBJETIVOS EN BASE A CLIENTES

- Incremento en las ventas de los servicios de la empresa en un 30% (\$82566,135 USD), con respecto al año 2014
- Aumento del 300% de seguidores en las redes sociales durante el año 2016..

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

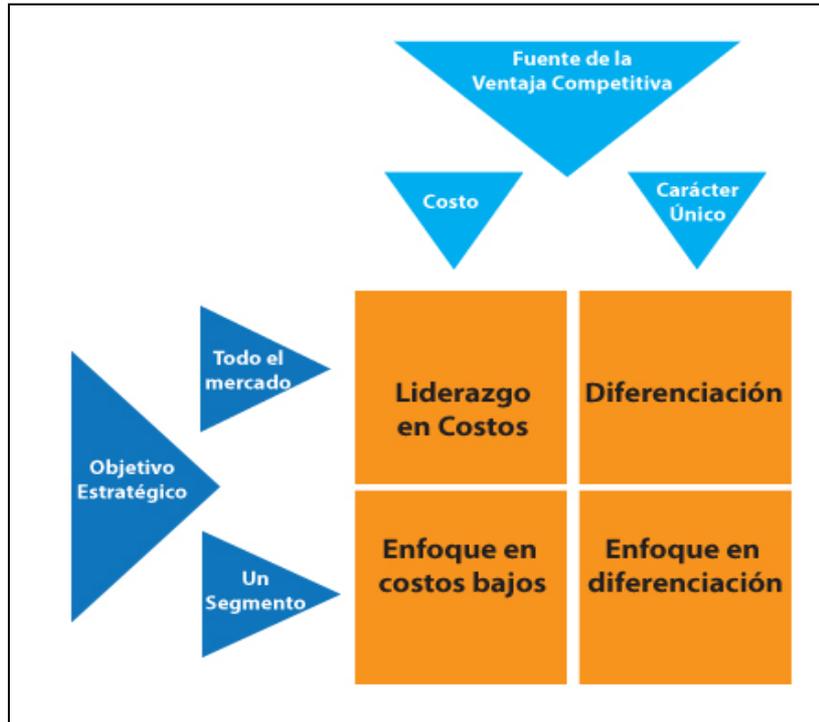
OBJETIVOS EN BASE A LOS PROCESOS

- Mejorar en el 2016 un 5% del precio negociado con los proveedores.
- Incremento en un 10% la cantidad de proveedores y socios estratégicos durante el año 2016, .

OBJETIVOS EN BASE A LAS PERSONAS

- Realizar por lo menos 1 curso de actualización por año de conocimientos en las áreas tecnológicas para todo el personal de la empresa..
- Realizar cursos de capacitación para los gerentes en planificación estratégica y marketing digital durante el año, al menos 1 curso.
- Evaluar al personal de la compañía por medio de los resultados y desempeño cada 6 meses.

ESTRATEGIAS COMPETITIVAS GENÉRICAS



Esta estrategia nos permitirá destacar las fortalezas más relevantes de la agencia ante el cliente.

ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO

**Promocionar
y posicionar
la empresa**

		PRODUCTOS	
		NUEVOS	ACTUALES
MERCADOS	ACTUALES	Penetración del mercado	Desarrollo de productos
	NUEVOS	Desarrollo del mercado	Diversificación

**Generación
de productos
nuevos**

PROPUESTA DE MARKETING



OBJETIVOS DE MARKETING

- 1 Incremento de la participación de mercado en 30% a partir del año 2016, mediante la presentación de nuevos servicios
- 3 Incremento en las ventas de los servicios de la empresa en un 30% (\$82566,135 USD), con respecto al año 2014
- 5 Aumentar el Posicionamiento de la empresa en medios digitales (SEO), en un 90% de los potenciales clientes
- 7 Creación de por lo menos 1 evento propio, en el año 2016, que ayuden al incremento de los ingresos de la empresa
- 5 Fidelizar el 30% de los clientes en el año 2016, por medio de contratos anuales.

SEGMENTO META

Empresas donde la decisión de compra es del gerente general, que el factor de decisión de compra es la experiencia y desean información de agencias de eventos por medios digitales.



ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO

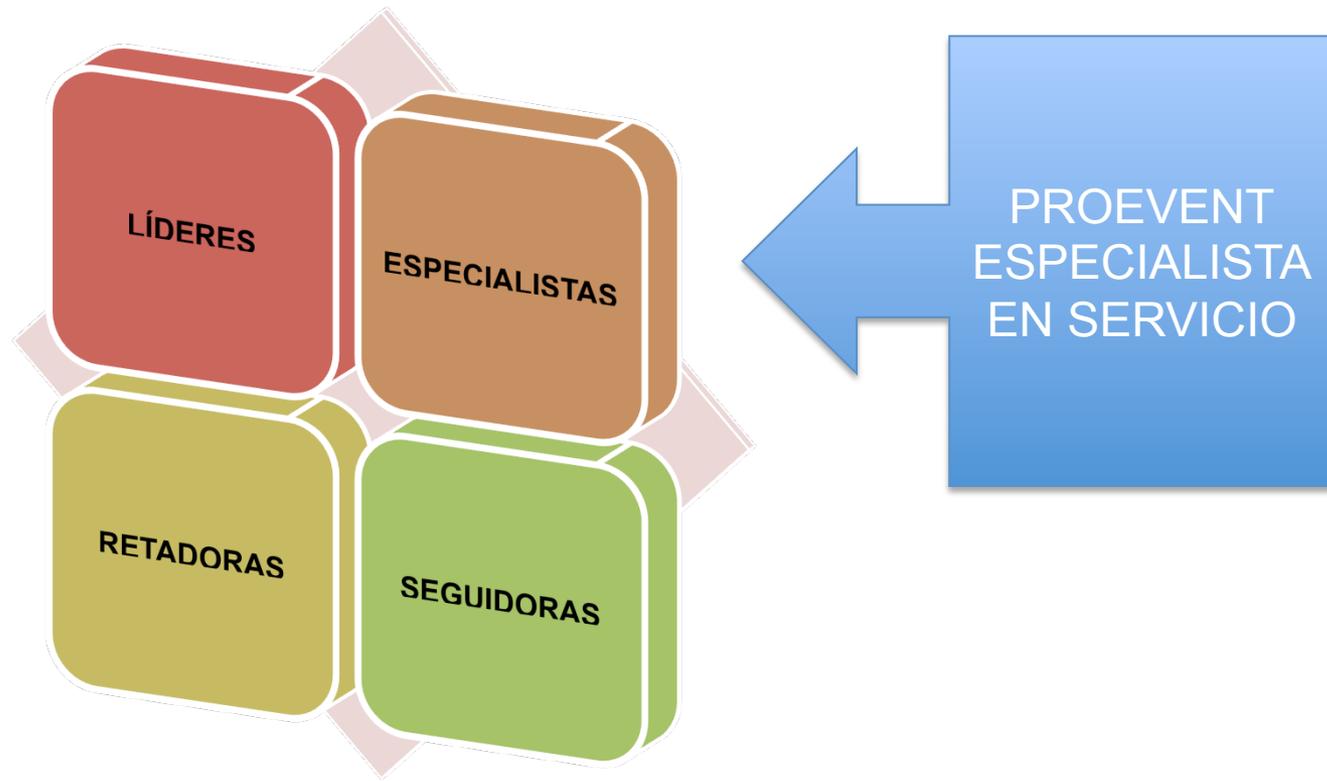
IMPORTANCIA	USO O APLICACIÓN
<ul style="list-style-type: none">• Más del 90% de las empresas realizan eventos corporativos• Tiene la necesidad de hacerse conocer en el mercado y generar ventas	<ul style="list-style-type: none">• Tiene la experiencia, el personal necesario y capacitado, para ser el mejor• Tienen un knowHow de alta calidad• Manejo efectivo y adecuado de presupuestos• Servicio a nivel local, nacional e internacional• Trabajos realizados con empresas públicas y privadas• Experiencia internacional• Procesos y metodologías adecuadas para cumplir con los objetivos de los clientes con éxito• Planificación, asesoramiento y soluciones rápidas y efectivas• Manejo de proveedores responsables y de calidad

SLOGAN

PROEVENT
“TÚ VENTAJA COMPETITIVA”



ESTRATEGIA COMPETITIVA



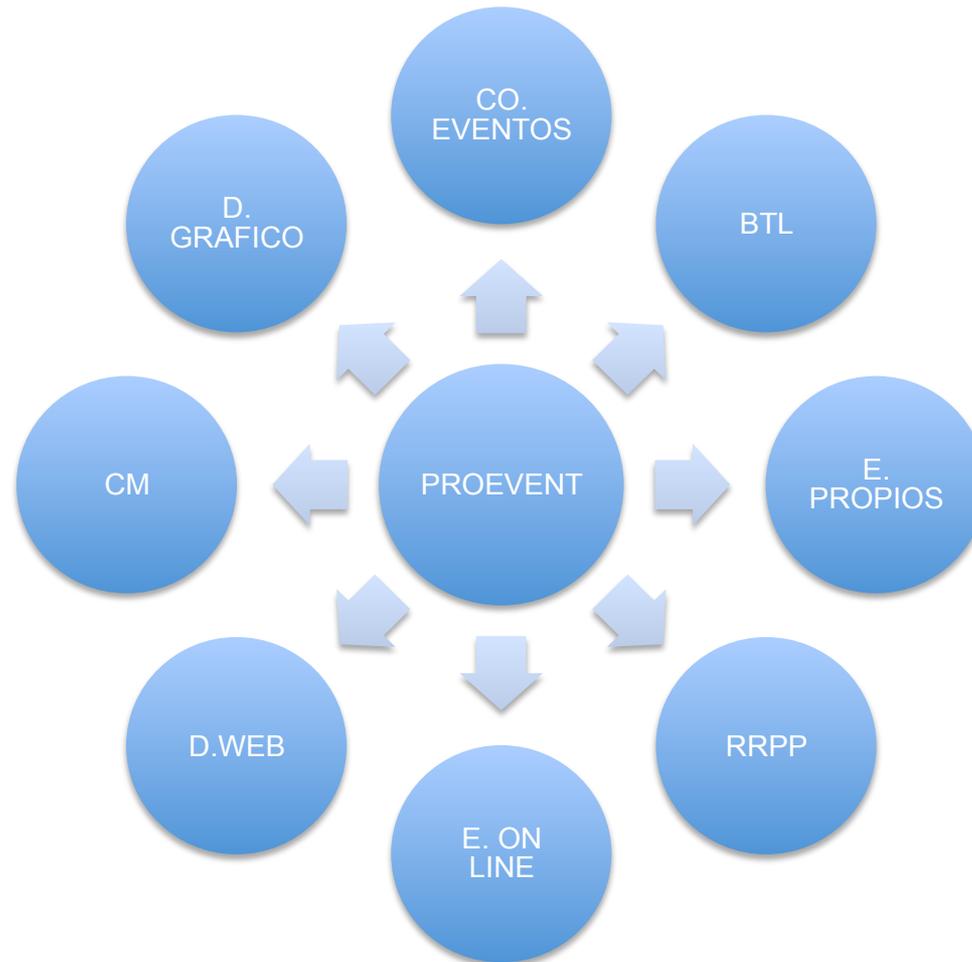


MIX DE MARKETING



PRODUCTO

ESTRATEGIA DE PENETRACIÓN DE MERCADO



PRODUCTO

COORDINACIÓN DE EVENTOS





www.provent.ec

PRODUCTO

DISEÑO GRÁFICO



Siempre hay algo que te impulsa a explorar la vida de otra manera



Por eso, antes que los lubricantes para motor Mobil® fluyan en tu vehículo, hemos puesto más de 100 años de ciencia y tecnología en perfeccionar cada producto. Mobil Delvac® y Mobil Super® protegiendo los motores de hoy y los de mañana. Conoce más en mobil.com. La energía vive aquí™



No busques más la dirección
¡Acá esta su premio!


Servitaxi
Mobil



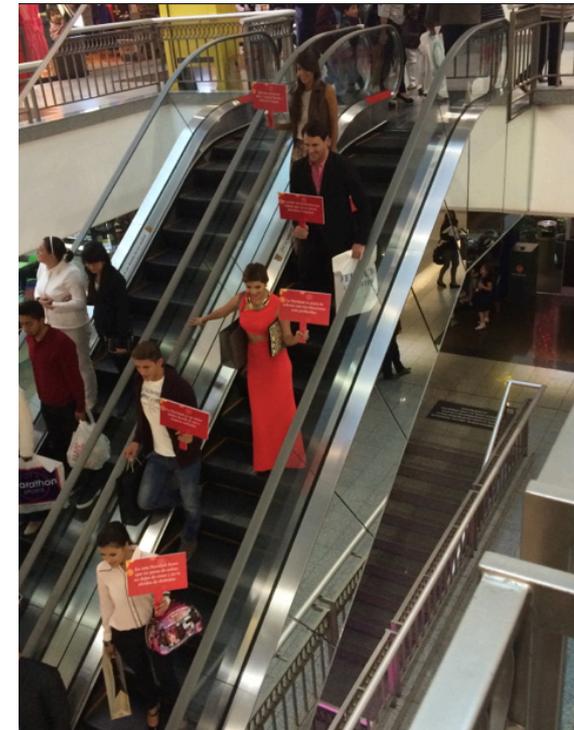
Ansell

VEPAMIL
Soporte de la Industria Ecuatoriana

3M

PRODUCTO

BTL



PRODUCTO

COMMUNITY MANAGER



• Propuesta de Portada



• Twitter

En Twitter empezaremos con **dos RT diarios** para hacer hacer presencia en esta red social, los RT serán con **temas específicos** como reportes de tráfico, vialidad y noticias de autos.

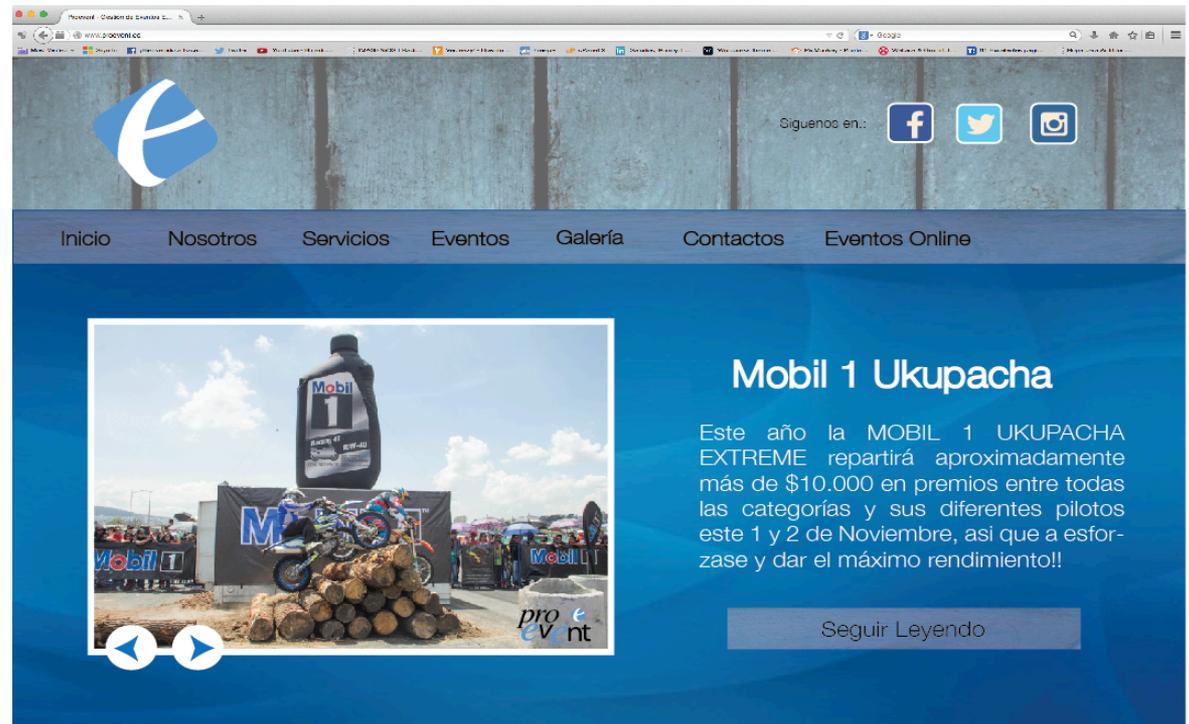
Aprovecharemos los **TT más destacados** para insertar la marca en temas de relevancia.

Seguiremos a dos **tweteros** o páginas famosas que se especialicen en **tema de autos** y afines.



PRODUCTO

DISEÑO WEB



PRODUCTO

STREAMING



PRODUCTO

RELACIONES PÚBLICAS



Este domingo la Copa de Cabezales en Yahuarcocha

Comunicación

Click para más fotos

Michael Parades, de Industrias Retiroveth; Sergio Gutiérrez, gerente de Ventas de Shell; Pablo Contreras, gerente de Ventas de Shell; Sebastián de la Cruz; Álvaro Mejía, gerente de ASES Eventos y patrocinador; organizador de la "Copa de Cabezales Mobil Shell"; Javier Ayala, representante de Casa Wack y Volvo; Juan Manuel Rendón, representante del Municipio de Barro y Héctor Macías de la empresa Factor México, Katoch.

La séptima Copa de Cabezales Mobil Shell se realizará este domingo 29 de abril en el ambiente de Yahuarcocha. La jornada empezará a las 10:00 y concluirá a las 15:00.

A diferencia de las seis ediciones anteriores, en esta ocasión el evento será televisado y los organizadores se reservarán el derecho de exhibición en más participantes, especialmente aquellas personas que en el pasado no se registraron a las reglas y concursos programados a la organización.

La semana pasada se realizó la conferencia de prensa para presentar la "Copa de Cabezales Mobil Shell". Esta cita se separó la participación de 20 camioneros y más de 12.000 espectadores, quienes podrán disfrutar de la carrera y de una variedad de shows que solamente el público presente en las 7 horas de duración de la competencia.

"Estamos muy orgullosos. Contamos con todos los instrumentos tecnológicos y de seguridad para brindar un mejor espectáculo", dijo Álvaro Mejía, el presidente de la empresa ASES Eventos a Tótem.

Publicado en **Noticias**

Compartir en redes sociales: [Facebook](#) [Twitter](#) [LinkedIn](#) [YouTube](#) [Instagram](#) [WhatsApp](#)

18
19

CONCURSO

OSCAR DIAZ
RallyeStar 2000

POSICIONES

1º Oscar Díaz
2º ...
3º ...
4º ...
5º ...
6º ...
7º ...
8º ...
9º ...
10º ...

LUIS PEREZ
Representante de Discovery

El representante de Discovery, Luis Pérez, se destacó por su habilidad al volante del vehículo que lo llevó a ganar el concurso. Este año, el representante de la empresa se destacó por su habilidad al volante del vehículo que lo llevó a ganar el concurso.

CONCURSO

DAMIAN AMADOR gerente de Oil Group

El representante de Oil Group, Damian Amador, se destacó por su habilidad al volante del vehículo que lo llevó a ganar el concurso. Este año, el representante de la empresa se destacó por su habilidad al volante del vehículo que lo llevó a ganar el concurso.

Una fecha para los amantes

El evento se realizará este domingo 29 de abril en el ambiente de Yahuarcocha. La jornada empezará a las 10:00 y concluirá a las 15:00.

PRODUCTO

EVENTOS PROPIOS



Herencia



Pasión



Honor



GRAN PREMIO AUTEC

Organiza: 

Auspicia:      

www.provent.ec

SHOW CENTRAL:
Los Hombres más Fuertes del Ecuador
 Lugar: Autódromo de Valdeucoscha
 Inscripciones: Sábado 26 de abril de 2014 / de 9a.m a 12p.m
 Clasificaciones: de 1pm a 6pm
 Finales: Domingo 27 de abril de 2014 / 9 a.m
 Tribuna US 7.00 - General US 4.00

PRODUCTO

MARCA

Estrategia de Merchandising Visual

La creación de productos físicos y digitales que apoyen a la información y venta de los servicios que ofrece la compañía.





PROMOCIÓN - COMUNICACIÓN

RELACIONES PÚBLICAS

PUBLICIDAD

MARKETING DIRECTO

PROMOCIÓN DE VENTAS

FUERZA DE VENTAS

PROMOCIÓN - COMUNICACIÓN

PUBLICIDAD

PLAN DE MEDIOS DIGITAL

- BUSCADORES
- REDES SOCIALES
- BLOG
- PORTALES



PROMOCIÓN - COMUNICACIÓN

PUBLICIDAD BUSCADORES

GOOGLE ADS

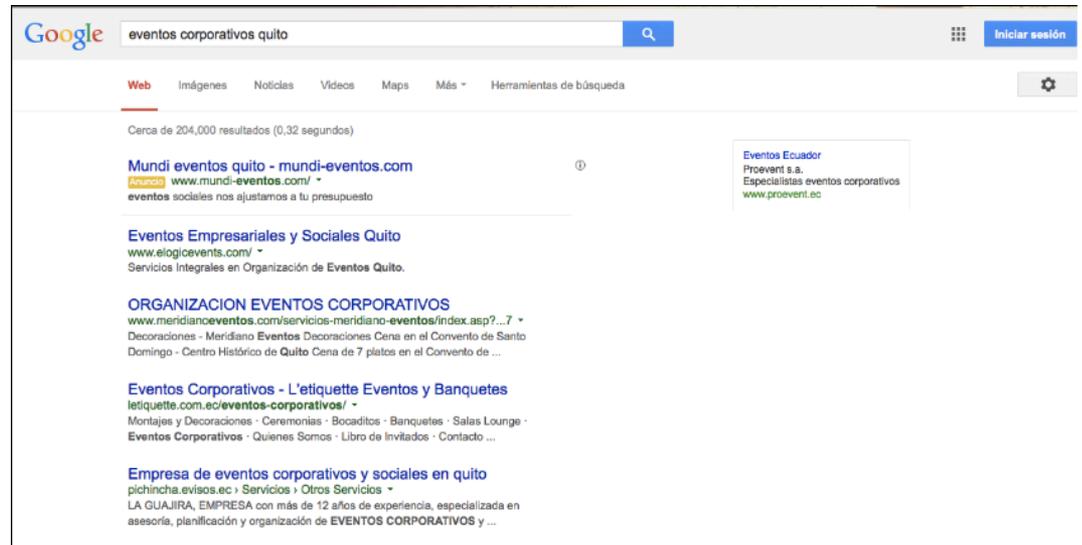
Eventos Ecuador
Proevent s.a.
Especialistas eventos corporativos
www.proevent.ec

Anuncio lateral

Eventos Ecuador
www.proevent.ec
Proevent s.a.
Especialistas eventos corporativos

Anuncio superior

Eventos Ecuador - Proevent s.a.
www.proevent.ec
Especialistas eventos corporativos



Google eventos corporativos quito

Web Imágenes Noticias Videos Maps Más Herramientas de búsqueda

Cerca de 204,000 resultados (0,32 segundos)

Mundi eventos quito - mundi-eventos.com
Anuncio www.mundi-eventos.com/ -
eventos sociales nos ajustamos a tu presupuesto

Eventos Empresariales y Sociales Quito
www.elogicevents.com/ -
Servicios Integrales en Organización de Eventos Quito.

ORGANIZACION EVENTOS CORPORATIVOS
www.meridianoeventos.com/servicios-meridiano-eventos/index.asp?...7 -
Decoraciones - Meridiano Eventos Decoraciones Cena en el Convento de Santo Domingo - Centro Histórico de Quito Cena de 7 platos en el Convento de ...

Eventos Corporativos - L'etiquette Eventos y Banquetes
letiquette.com.ec/eventos-corporativos/ -
Montajes y Decoraciones - Ceremonias - Bocaditos - Banquetes - Salas Lounge -
Eventos Corporativos - Quienes Somos - Libro de Invitados - Contacto ...

Empresa de eventos corporativos y sociales en quito
pichincha.evisos.ec > Servicios > Otros Servicios -
LA GUAJIRA, EMPRESA con más de 12 años de experiencia, especializada en
asesoría, planificación y organización de EVENTOS CORPORATIVOS y ...

Eventos Ecuador
Proevent s.a.
Especialistas eventos corporativos
www.proevent.ec

PROMOCIÓN - COMUNICACIÓN

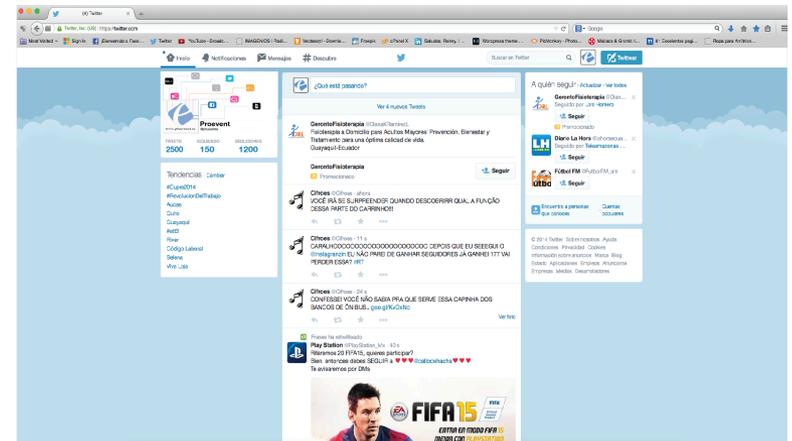
PUBLICIDAD REDES SOCIALES

FACEBOOK

TWITTER



The screenshot shows the Facebook profile page for 'PROEVENT'. The page header includes the name 'PROEVENT', a search bar, and navigation options like 'Inicio', 'Crear público', and 'Ayuda'. Below the header, there are tabs for 'Página', 'Actividad', 'Estadísticas', and 'Configuración'. The main content area features a cover photo with a collage of images and a profile picture. The profile information includes the name 'PROEVENT', the website 'www.proevent.ec', and the location 'Pinto 2 y Ave. 097345'. The page also displays a 'Planificador de eventos' and a 'Biografía' section. On the right side, there is a 'ESTA SEMANA' summary showing 0 likes, 3 reach, 0 unread notifications, and 0 messages. The 'PERSONAS' section shows 427 likes and a recent post with the text '¿Qué estuviste haciendo?'.



The screenshot shows the Twitter profile page for 'PROEVENT'. The page header includes the name 'PROEVENT', a search bar, and navigation options like 'Inicio', 'Crear público', and 'Ayuda'. Below the header, there are tabs for 'Página', 'Actividad', 'Estadísticas', and 'Configuración'. The main content area features a cover photo with a collage of images and a profile picture. The profile information includes the name 'PROEVENT', the website 'www.proevent.ec', and the location 'Pinto 2 y Ave. 097345'. The page also displays a 'Planificador de eventos' and a 'Biografía' section. On the right side, there is a 'ESTA SEMANA' summary showing 0 likes, 3 reach, 0 unread notifications, and 0 messages. The 'PERSONAS' section shows 427 likes and a recent post with the text '¿Qué estuviste haciendo?'.



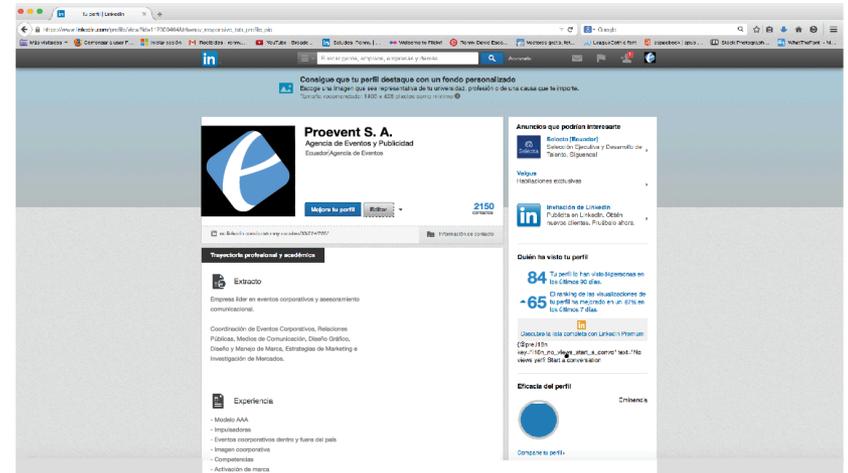
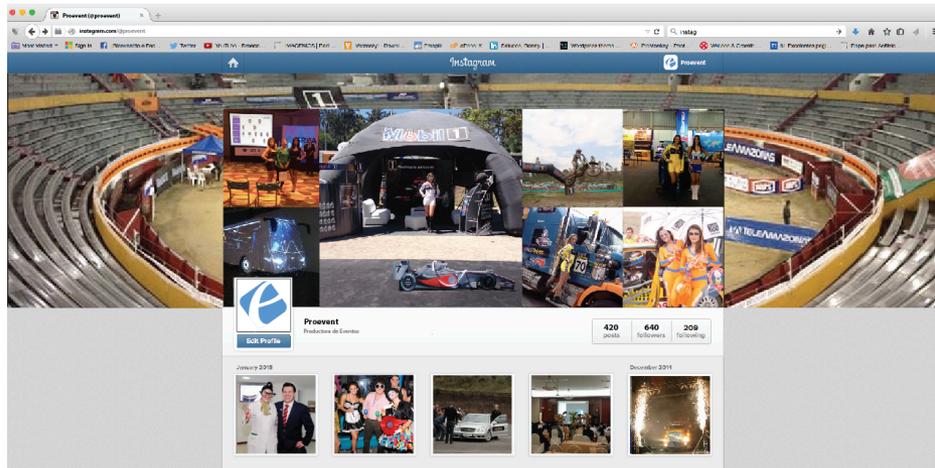
www.proevent.ec

PROMOCIÓN - COMUNICACIÓN

PUBLICIDAD REDES SOCIALES

INSTAGRAM

LINKENDIN



PROMOCIÓN - COMUNICACIÓN

PUBLICIDAD REDES SOCIALES

YOUTUBE



The screenshot shows a YouTube video player interface. The main video is titled "5ta Copa de Cabezales Mobil Delvac Gran Premio Autec 2014 Ibarra Ecuador" and has 3,980 views. The video content shows a horse race in progress on a grassy field with spectators and banners for sponsors like "ABRO", "KAMBA", and "JONESWAY".

Below the video player, there is a description: "Publicado el 06/02/2014. La carrera de pesos pesados y seves de volante hicieron vibrar y emocionaron al público, este Domingo 27 era Abri en el auditorio Internacional de Yahuarcocha se llevo acabo la 5ta copa de cabezales."

On the right side of the page, there is a list of recommended videos:

- la vida en el caserío e puzos 1 llamada 91 de Larko Maro contra o 22,398 vistas
- GRAN COMPETENCIA DE CABEZALES 2014, 9º COPA MOBIL DELVAC EN de abro-cabezas 2,912 vistas
- Competencia de Cabezales 2014 Cianca - OBG2014 de proevent 164 vistas
- Transmisorfivel 5ta Copa Cabezales Tulcan 2014(1) de Diego, Rosa Barriento 1,111 vistas
- 7era Carrera de Cabezales Latacunga - Ecuador 2014 de abro-peso 1,211 vistas
- 5ta Copa de Cabezales " Gran Premio Autec 2013", TRANSPORTE&Acelerando de abro-cabezas 1,375 vistas
- Mujer vs Hombre final 2013 VIDEO Intereceple! Quilo Olímpico Alahatipa de Intereceple! 1,722 vistas
- Karmoth vs Freightliner Tecanipa 2013 de Alexander toquero 22,739 vistas
- Tecanipa 2014 Accidente 27 Julio 2014 de Alexander Córdova León 5,137 vistas
- Competencia de cabezales en Latacunga 4 enero 2014 de Marlo Luis 13,316 vistas
- Javier nos habla desde Intag - Ibarra, Ecuador de JM Macías 420 vistas

PROMOCIÓN - COMUNICACIÓN

PUBLICIDAD BLOG



PROMOCIÓN - COMUNICACIÓN

PUBLICIDAD PORTAL

PÁGINA WEB



PROMOCIÓN - COMUNICACIÓN

MARKETING DIRECTO

E - MAIL

MERCHANDISING

pro event

www.proevent.ec

LA SOLUCIÓN INTEGRAL EN LA ORGANIZACIÓN Y COORDINACIÓN DE EVENTOS A NIVEL CORPORATIVO.

- Aniversarios corporativos.
- Lanzamiento de nuevos productos.
- Outsourcing de campañas de mercadeo.
- Convenciones.
- Congresos, seminarios y talleres.
- Shows y eventos especiales
- Eventos deportivos.
- Cocteles.
- Modelos profesionales.



Corporate

- Diseño Gráfico y Multimedia.
- Estrategias ATL.
- Estrategias BTL.
- Estrategias de Marketing.
- Manejo de marca.



brand

- Relación permanente con medios de comunicación.
- Relación con gremios.
- Manejo de crisis.
- Estrategias de comunicación.
- Monitoreo de medios impresos.
- Desarrollo de material para prensa.
- Capacitación a voceros.
- Agendas de medios.
- Asesoría permanente.



Specials

- Marketing.
- Investigación de mercado.
- Comportamiento del consumidor.
- Segmentación de mercado.
- Análisis de competencia.
- Estrategias de penetración de mercado.
- Posicionamiento.
- Manejo de marcas.
- Artículos promocionales



MKT



CONTÁCTENOS: 2 550 928 / 2 906 695 / 097 345 177 - info@proevent.ec
www.proevent.ec



PROMOCIÓN - COMUNICACIÓN

PROMOCIÓN DE VENTAS

MUNICIPIOS - PREFECTURAS

EMPRESAS COMERCIALES

CENTROS COMERCIALES



www.proevent.ec



Pregón de Fiestas

Tarimas
Juegos Pirotécnicos
Audio, Video, iluminación
Shows Artístico

Programas Especiales

Sesión Solemne
Capacitaciones
Cócteles

Catering

Desayunos
Almuerzos
Cenas

Reinados

Escenografías
Asesoramiento de Imagen y Vestuario
Preparación de Coreografías y Pasarela
Maestro (a) de Ceremonia
Producción de Videos
Atachés

Eventos Deportivos

Olimpiadas
Torneos

Pinto E4-286 y Amazonas - Edif. Saldaña Piso 3 Oficina 3A - Telf: 2906695 - 2530928
E-mail: info@proevent.ec - proeventas@gmail.com



www.proevent.ec

- Congresos, seminarios
- Lanzamiento de productos.
- Convenciones a nivel nacional e internacional.
- Video Mapping
- Modelos profesionales
- Aniversarios corporativos
- Shows y eventos especiales



Pinto E4-286 y Amazonas - Edif. Saldaña Piso 3 Oficina 3A - Telf: 2906695 - 2530928
E-mail: info@proevent.ec - proeventas@gmail.com



www.proevent.ec

Activaciones BTL en Centros Comerciales

- Desfiles de Modas
- Show Artísticos
- Personajes



Pinto E4-286 y Amazonas - Edif. Saldaña Piso 3 Oficina 3A - Telf: 2906695 - 2530928
E-mail: info@proevent.ec - proeventas@gmail.com

PROMOCIÓN - COMUNICACIÓN

FUERZA DE VENTAS

Objetivos de la Fuerza de Ventas

Incremento en las ventas de los servicios de la empresa en un 30%,
(\$82566,135 USD), con respecto al año 2014

Estrategia de Ventas

Venta interna y Venta externa

PERSONAL

CAPACITACIÓN

MARKETING –ASISTENCIA DE GERENCIA

Campos a capacitar

Mkt Digital – de contenidos, Comunicación, riesgos de inversión, elaboración de eventos, atención al cliente

DISEÑO GRAFICO

Diseño tridimensional, programación web, desarrollo creativo, atención al cliente

CONTABILIDAD

Facturación electrónica, finanzas, atención al cliente.



PRECIO

Estrategia: Fijación de precios por utilidades meta: consiste en fijar un precio con el fin de obtener cierta utilidad que es establecida como meta u objetivo.

ENTREGA DE PREMIOS - COMPARTIMOS EXITOS			
Pax: 250			
Lugar: VILLA VIEJA			
Salón: GRAN SALON			
Fecha: 26 DE FEBRERO			
ALIMENTOS Y BEBIDAS			
No.		UNITARIO	SUBTOTAL
200	CENAS con mesas para 8 pax RECOMENDADO	45	9000
	Vino y Champagne		1100
TOTAL ALIMENTOS Y BEBIDAS			10.100,00
INVITACIONES			
Diseño e impresión invitaciones a cargo del cliente			
	Envíos y confirmaciones		350,00
TOTAL INVITACIONES			350,00
OPCIONES DE OBSEQUIOS			
A cargo cliente			
TOTAL OBSEQUIOS			#,REFI
PRODUCCION TECNICA			
	Equipos de audio, video e iluminación		
	Videomapping		
TOTAL PRODUCCION TECNICA			10.500,00
AMBIENTACION			
1	Backing para fotos de 3 x 2,10 en doble foam para fotografías		-
2	Pendones de 1,20 x 3 m		-
1	Impresión en sintra para ingreso del salón		-
1	Decoración y Ambientación Adicional (Incluye tela en el techo y arreglos adicionales solitados en visita de Inspección)		-
TOTAL MONTAJE DECORACION INICIAL			1.500,00
DECORACIÓN ADICIONAL EVENTO			
25	Arreglos florales para mesas		-
3	Arreglos adicionales para podium, mesa registro, mesa memorias		-
TOTAL MONTAJE ADICIONAL EVENTO			900,00
SHOW			
1	Show Violín eléctrico durante 1 hora	650,00	650,00
3	Bailarines para Show Performance Visual		850,00
TOTAL SHOW			1.500,00
MAESTRA DE CEREMONIA Y MODELOS			
1	Maestra de Ceremonia		1.500,00
Impuestos en caso de que el valor lo deba recibir líquido			
4	Modelos AAA	140	560,00
4	Uniformes de Modelo	75	300,00
TOTAL ANIMADORA Y MODELOS			2.360,00
FOTOGRAFIA Y VIDEOS			
2	Fotógrafos	200	400,00
1	Filmación evento a 1 cámara - sin edición - 6 horas de evento	700	700,00
TOTAL FOTOGRAFIAS			1.100,00
VARIOS			
1	Animación en flash para presentación Natalia		650,00
	Transporte de Materiales de Imagen (puede variar dependiendo de la cantidad de materiales)		350,00
TOTAL VARIOS			1.000,00
SUBTOTAL			29.310,00
FEE PROEVENT - 20 % SUBTOTAL			5.862,00
COORDINACION PROEVENT			
1	Coordinación PROEVENT: Coordinación, desarrollo y gerenciamiento de todo el evento		4.500,00
TOTAL COORDINACION Y RELACIONES PUBLICAS			4.500,00
SUBTOTAL			33.810,00
IMPREVISTOS 5%			1.690,50
TOTAL			35.500,50

PRESUPUESTO DE MARKETING





PRESUPUESTO

MARKETING MIX	OBJETIVOS	ESTRATEGIA	RECURSOS	PRESUPUESTO				TOTAL
				2016	2017	2018	2019	
			Estaregia de Merchandising Visual	500	500	500	500	2000
PRODUCTO	ofrecer al mercado un servicio con parámetros completos, diferente en el soporte personalizado y apalancado en su experiencia o especialización de la elaboración y coordinación de eventos.	Cartera de Productos	Estreaming Costo Por 6 y 8 Eventos	4200	4200	5250	5250	18900
		Eventos Propios	EVENTO COPA DE CABEZALES	25000	25000	25000	25000	100000
PERSONAL	Tener el personal siempre capacitado	Actualización de Conocimientos	Bono de Apoyo Anual	500	500	500	500	2000
	Generación de contenidos que vinculen la marca con los consumidores a través de la generación de experiencias, en al menos un 70% de los clientes actuales.		RRPP	2000	2000	2000	2000	8000
COMUNICACIÓN		Buscadores	Google Ads	2000	2400	2400	2400	9200
	Mejoramiento en un 30 % de las relaciones entre la marca y los usuarios o posibles clientes	Medios digitales Community Manager, Blog	Facebook, Twitter, Youtube, linkedin, instagram	5000	6000	6000	6000	23000
TOTAL:				39200	40600	41650	41650	

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO CON ÉNFASIS EN MERCADOTÉCNIA

ESTADO DE RESULTADOS			
	2014	2016	2017
INGRESOS	\$275.220,45	\$357.786,59	\$447.233,23
GASTOS	\$252.000,00	\$289.800,00	\$333.270,00
INVERSIÓN MKT	\$0,00	\$39.200,00	\$40.600,00
UTILIDAD BRUTA	\$23.220,45	\$28.786,59	\$73.363,23

CONCLUSIONES

1. A pesar que existe gran cantidad de competencia, nos damos cuenta que hay mercado suficiente para que la empresa pueda sobresalir y aumentar sus ingresos.
2. Gracias al análisis FODA, encontramos que la compañía tiene grandes oportunidades de éxito con la aplicación del plan estratégico planteado.
3. Por las relaciones laborales que se tiene con la competencia y proveedores se pueden realizar sociedades comerciales con el fin de adquirir cuentas más representativas.
4. Realizar una reestructuración de la empresa, permitirá corregir errores y encaminar la administración por vías adecuadas, adoptando los cambios actuales que exige el mercado, permitiendo a la empresa estar a la vanguardia y tendencias del mismo.
5. Las estrategias de marketing mix, consolidarán a la compañía para generar mayores fortalezas para mantenerse en el mercado.

CONCLUSIONES

6. La aplicación de un plan de medios digital para la comunicación de los servicios de la empresa producirá en corto tiempo resultados positivos en los ingresos de la empresa. Como sabemos la tendencia de mantenernos cada día más pendiente de la tecnología y sus herramientas aseguran que los potenciales clientes lleguen a interesarse por contratar a PROEVENT.

7. El presupuesto de marketing puede variar dependiendo las oportunidades de mercado, en especial por los eventos propios que se van a realizar.

RECOMENDACIONES

1. La aplicación del plan estratégico de marketing es cada vez más imprescindible en las compañías, esto ayudará a tener una mayor participación en el mercado, por tal motivo se recomienda aplicar el plan propuesto.
2. Aplicar el plan piloto para los 3 segmentos de mercado que son atractivos para la empresa.
3. Tener en cuenta todos los detalles y estrategias presentadas en el proyecto, esto dará mayor oportunidad de éxito a la empresa.

RECOMENDACIONES

4. Las alianzas estratégicas en el medio de la industria de eventos son beneficiosas, pues están encaminadas a cumplir con los objetivos económicos de la empresa, por tal razón se recomienda participar con socios estratégicos en el desarrollo del plan.

5. En la industria de eventos, se recomienda no dejar de lado en ningún momento el marketing directo, esta herramienta permite mantenerse siempre en contacto con el cliente y crear una relación duradera que nos acerque más a su fidelización con la empresa, independientemente que cambie de lugar de trabajo.