



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

TESIS DE GRADO PREVIO LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
"INGENIERIA EN MARKETING"

TEMA:

"PLAN DE MARKETING PARA EL ENCUENTRO INTERNACIONAL LOJA  
CUSTOM CLUB EN LA CIUDAD DE LOJA EN EL AÑO 2019"

AUTOR:

PATRICIO EDUARDO BENITEZ ORELLANA

DIRECTORA:

ING. NANCY ARMIJOS MGS.  
ENERO AGOSTO LOJA – ECUADOR

Yo, Patricio Eduardo Benitez Orellana declaro bajo juramento, que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedo mis derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, reglamento y leyes.



---

Patricio Eduardo Benitez Orellana

Yo, Ing. Nancy Armijos D. Mgs., certifico que conozco al autor del presente trabajo siendo el responsable exclusivo tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido.



---

Ing. Nancy Armijos D. Mgs.

*Me faltarían páginas para agradecer a las personas que se han involucrado de una o de otra manera en la realización de este trabajo.*

*Agradezco a la Comunidad Harley Davidson Ecuador (CHD-E) por designar a Loja como cede en Ecuador del Mega Rally Andino.*

*A los representantes oficiales de Harley Davidson en Ecuador por su apoyo incondicional, por ser parte del encuentro con su comunidad HOG "Harley Owners Group".*

*Este proyecto es posible gracias a Loja Custom Club quienes confían en mis conocimientos para llevar a la práctica dicho proyecto, estaré por siempre agradecido por brindarme esta oportunidad y a todos los amigos moteros que formaron parte de este encuentro.*

*Agradezco a todos los auspiciantes que me abrieron las puertas y confiaron en el proyecto, ya que sin su aporte no se hubiera conseguido los resultados deseados, a los medios de comunicación por su ardua labor al cubrir los preparativos, desarrollo y culminación del primer encuentro Internacional Loja Custom Club.*

*A la directora, docentes, personal administrativo, operativo y todos quienes hacen la Universidad Internacional del Ecuador, extensión Loja, que me han visto crecer como persona y gracias a todo lo que he aprendido de cada uno de ellos hoy puedo sentirme dichoso y contento.*

*Sin embargo, merecen un agradecimiento especial a mis amados padres Patricio y Elizabeth, que con su esfuerzo y dedicación me dieron el apoyo no solamente en el periodo universitario, si no en todas las etapas de mi vida.*

*Así mismo, agradezco infinitamente a mis hermanas Lolita, y Violetita, quienes me motivan a seguir adelante, me alientan y me dan fuerza para seguir en mi camino.*

*A mi hermano y más que hermano, mi amigo Víctor Paúl, y mi entrañable primo José Daniel, a todo el personal de mi empresa, quienes son un pilar fundamental, los cuales han dedicado su tiempo y esfuerzo, para ocupar mi lugar durante mi formación profesional.*

*A cada miembro de mi familia, que forman parte de mi esencia: abuelitos, tíos, primos, sobrinos, para que sigamos cosechando éxitos, y que llevemos con orgullo, que somos personas que hacemos bien a nuestra sociedad.*

*Sin duda a mi compañera, mejor amiga y novia quien esta siempre a mi lado, me complementa en cada instante de mi vida*

*Y como no agradecer a mis queridos compañeros de aula, por todos esos agradables momentos compartidos, por su simpatía y amistad, por sus bromas que cada día le daban un matiz cálido a nuestra profesionalización.*

*Dedico este proyecto a mis padres por haber sido siempre el pilar más importante en mi vida, por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo, por demostrarme siempre cariño sin importar los resbalones y caídas. Siempre me enseñaron a levantarme, a ser ante todo un hombre de bien, que cada logro sólo debe construir más humildad en mi vida y cada fracaso constituir un aprendizaje que me ayude a ser un mejor ser humano, dicen que los hijos son los reflejos de sus padres, espero algún día ser una parte de lo que es mi padre Patricio, por ser ejemplo de superación, honorabilidad y prestancia, y a mi madre Elizabeth por ser mi primer y más grande amor, ser la motivación idónea para salir adelante. Son los detonantes de mi felicidad, de mi esfuerzo, de mis ganas de buscar lo mejor para mí.*

*“La pasión por las motos se lleva en la sangre, de generación en generación, yo aprendí de mi padre, y mi padre lo aprendió de ti”*

*En memoria de mi abuelito Víctor Tello  
Tuvo la Primera Moto Harley Davidson  
Hace aproximadamente 30 años en la ciudad de Loja.*

*Este trabajo no tendría el mismo valor, si no se lo hiciera con pasión.  
Este proyecto te reconoció en vida. Por que tú sabes lo que es ser un campeón.*

## 1 Resumen

El plan de marketing para el Encuentro Internacional Loja Custom Club en Loja 2019, se diseña con la finalidad de realizar un evento de primer nivel, captar clientes, satisfacer las expectativas de los participantes y autofinanciar el moto encuentro.

El estudio se realiza en referencia a la Marca Harley Davidson, su historia, tradiciones, su competencia, calidad, potencia de los diferentes motores, sonido característico y estilo de vida en las mayores concentraciones a nivel mundial.

Posteriormente el plan de marketing se divide en 5 fases que son: análisis, objetivos, estrategias, ejecución y control, por lo tanto, hemos desglosado cada una estas fases por capítulos.

En el primer capítulo, se realiza un análisis externo e interno de la situación en la que se encuentra el Club ante la realización del encuentro, el segundo capítulo identifica las necesidades para determinar los objetivos tanto como operativos y estratégicos, El tercer capítulo establece las estrategias para implementar estos objetivos de manera efectiva.

Estas estrategias son el camino al público meta, entre ellas marketing directo, publicidad tradicional y el agregado de fuerza de ventas. En el cuarto capítulo se ejecuta el presente proyecto según el plan de acción para finalmente ser evaluado en el quinto capítulo.

**Palabras clave:** Plan de marketing, Harley Davidson, marketing directo.

## 2 Abstract

The marketing plan for the Loja Custom Club International Meeting in Loja 2019, is designed in order to carry out a first-class event, attract customers and satisfy the expectations of the participants.

The study refers to the Harley Davidson Brand, its history, traditions, its competence, quality, power of the different engines, its characteristic sound and lifestyle in the highest concentrations worldwide.

Subsequently, the marketing plan is divided into 5 phases that are: analysis, objectives, strategies, execution and control, therefore we have broken down each of these phases by chapters.

In the first chapter, an external and internal analysis of the situation in which the Club finds itself before the meeting is carried out, the second chapter identifies the needs to determine the operational objectives. The third chapter will establish strategies to effectively implement these objectives.

These strategies are the way to the target audience, among them direct marketing, traditional advertising and the aggregation of sales force. In the fourth chapter, this project is executed according to the action plan to be finally evaluated in the fifth chapter.

**Key Words:** Marketing plan, Harley Davidson, direct marketing.

**“PLAN DE MARKETING PARA EL ENCUENTRO INTERNACIONAL  
LOJA CUSTOM CLUB EN LA CIUDAD DE LOJA EN EL AÑO 2019”**

<b>1</b>	<b><i>Resumen</i></b> .....	<b><i>vi</i></b>
<b>2</b>	<b><i>Abstract</i></b> .....	<b><i>vii</i></b>
<b>3</b>	<b><i>Introducción</i></b> .....	<b><i>1</i></b>
<b>4</b>	<b><i>Planteamiento, solución y sistematización del problema</i></b> .....	<b><i>3</i></b>
4.1	Planteamiento del problema .....	3
4.2	Solución del Problema .....	3
4.3	Sistematización del problema .....	4
<b>5</b>	<b><i>Objetivos de la investigación</i></b> .....	<b><i>5</i></b>
5.1	Objetivo general .....	5
5.2	Objetivos específicos .....	5
<b>6</b>	<b><i>Justificación de la investigación</i></b> .....	<b><i>6</i></b>
6.1	Teórica .....	6
6.2	Práctica .....	6
6.3	Metodología .....	7
6.4	Métodos .....	7
6.5	Técnicas.....	7
6.6	<b>8.3. Población y muestra</b> .....	<b>8</b>
6.6.1	Población.....	8
<b>7</b>	<b><i>Fundamentación teórica</i></b> .....	<b><i>9</i></b>
7.1	<b>Marco Teórico</b> .....	<b>9</b>
7.1.1	Definición de Marketing .....	9
7.1.2	¿Qué es un plan de marketing? .....	10
7.1.3	Elementos del Plan de marketing.....	11



<b>7.2</b>	<b>Marco Referencial .....</b>	<b>16</b>
7.2.1	Harley Davidson .....	16
7.2.2	Historia de Harley Davidson Motor Company.....	16
7.2.3	El primer motor Harley Davidson.....	17
7.2.4	Una maquina de guerra.....	18
7.2.5	Rivales Internacionales.....	19
7.2.6	HOG (Harley Owners Group).....	20
7.2.7	Los motores Harley Davidson.....	20
7.2.8	Sonido Harley Davidson .....	20
7.2.9	Modelos Harley Davidson .....	21
7.2.10	Las mejores concentraciones moteras del mundo.....	22
7.2.11	Sturgis Motorcycle Rally.....	22
7.2.12	Elefantentreffen .....	23
7.2.13	Daytona Bike Week .....	24
7.2.14	Pingüinos .....	25
7.2.15	Laconia Motorcycle Week .....	26
7.2.16	Concentración Internacional de Faro .....	27
7.2.17	Black Bike Week .....	28
7.2.18	Stella Alpina.....	29
7.2.19	Thundersprint.....	30
7.2.20	RO Texas Biker Rally .....	31
7.2.21	Kristal Rally .....	32
<b>8</b>	<b>CAPÍTULO 1 (Análisis).....</b>	<b>33</b>
<b>8.1</b>	<b>Análisis Externo .....</b>	<b>33</b>
<b>8.2</b>	<b>Entorno general del macro entorno .....</b>	<b>33</b>
8.2.1	Entorno económico.....	33
8.2.2	Entorno Socio Demográfico .....	33
8.2.3	Entorno Político Jurídico .....	34
8.2.4	Entorno Ecológico .....	34
8.2.5	Entorno Tecnológico .....	35
<b>8.3</b>	<b>Delimitación del mercado referencia .....</b>	<b>36</b>
<b>8.4</b>	<b>Análisis Interno para la ejecución del encuentro .....</b>	<b>38</b>
8.4.1	Tangibles .....	38
8.4.2	Intangibles.....	38
8.4.3	Humanos .....	39

8.4.4	Matriz FODA .....	41
8.4.5	Diagnóstico de la situación.....	42
<b>9</b>	<b><i>CAPÍTULO II (Objetivos del plan de marketing)</i></b> .....	<b>44</b>
<b>9.1</b>	<b>Objetivos del Plan de Marketing .....</b>	<b>44</b>
9.1.1	Objetivo Principal .....	44
9.1.2	Objetivos Secundarios.....	44
9.1.3	Organización Logística.....	45
9.1.4	Recibimiento .....	45
9.1.5	Seguridad .....	45
9.1.6	Logística.....	47
9.1.7	Hoteles .....	48
9.1.8	Músicos .....	48
9.1.9	Elaboración de Kits.....	48
<b>9.2</b>	<b>Descripción funcional del evento .....</b>	<b>49</b>
9.2.1	Viernes 09 de agosto.....	49
9.2.2	Sábado 10 de agosto.....	50
9.2.3	Responsabilidad.....	51
<b>9.3</b>	<b>Priorización de públicos objetivos.....</b>	<b>52</b>
<b>9.4</b>	<b>Factores críticos del éxito .....</b>	<b>53</b>
<b>10</b>	<b><i>CAPÍTULO III (estrategias del plan de marketing)</i></b> .....	<b>54</b>
<b>10.1</b>	<b>Elaboración y selección de estrategias .....</b>	<b>54</b>
10.1.1	Estrategia de segmentación .....	54
<b>10.2</b>	<b>Estrategias funcionales .....</b>	<b>54</b>
10.2.1	Producto.....	55
10.2.2	Precio.....	55
10.2.3	Plaza .....	56
10.2.4	Promoción .....	56
<b>10.3</b>	<b>Plan de acción.....</b>	<b>57</b>
10.3.1	Plan de producto .....	57
10.3.2	Camisetas Multi-marca.....	63
10.3.3	Plan de precio.....	67
10.3.4	Plan de Plaza.....	68
10.3.1	Agregado de fuerza de ventas.....	92

<b>10.4</b>	<b>Presupuesto del Plan de Marketing .....</b>	<b>93</b>
10.4.1	Presupuesto de Gastos Operativos .....	93
10.4.2	Presupuesto de Gastos Administrativos.....	94
10.4.3	Presupuesto de Hoteles y Alimentación.....	94
10.4.4	Presupuesto de Kits Loja Custom Club .....	94
10.4.5	Presupuesto de Publicidad .....	95
10.4.6	Presupuesto Shows Artísticos .....	96
10.4.7	Presupuesto de Audio .....	96
10.4.8	Presupuesto de Bebidas .....	97
10.4.9	Presupuesto Premios.....	97
10.4.10	Presupuesto Modelos.....	97
<b>10.5</b>	<b>Informe Económico.....</b>	<b>98</b>
10.5.1	Ingresos .....	98
10.5.2	Egresos .....	101
10.5.3	Utilidades.....	102
10.5.4	Cuenta Única (Banco Pichincha).....	103
10.5.5	Auspicios y Donaciones (sin valor en efectivo).....	104
<b>11</b>	<b><i>CAPÍTULO IV (Ejecución) .....</i></b>	<b><i>106</i></b>
<b>11.1</b>	<b>Cronograma de ejecución del Plan de Marketing del Encuentro Internacional Loja Custom Club .....</b>	<b>106</b>
<b>11.2</b>	<b>Ejecución del proyecto.....</b>	<b>107</b>
11.2.1	Salida de las distintas delegaciones a Loja .....	107
11.2.2	Llegada de los participantes .....	108
11.2.3	Programa "La Pileta" .....	109
11.2.4	"Ruta de las iglesias" .....	112
11.2.5	"Cena de Bienvenida" .....	113
11.2.6	"Rodada Loja-Vilcabamba" .....	115
11.2.7	Vilcabamba .....	116
11.2.8	Hostería Descanso del Toro.....	118
11.2.9	Clausura.....	121
11.2.10	Despedida de delegaciones.....	123
<b>12</b>	<b><i>CAPÍTULO V (Control y Análisis de datos).....</i></b>	<b><i>125</i></b>
<b>12.1</b>	<b>Evaluación de los resultados .....</b>	<b>125</b>
12.1.1	Inscritos .....	125

12.1.2	Marcas Participantes .....	126
12.1.3	Formas de Pago .....	127
12.1.4	Clubs Participantes .....	128
12.1.5	Distancias recorridas .....	130
<b>12.2</b>	<b>Análisis de satisfacción de los participantes .....</b>	<b>136</b>
<b>12.3</b>	<b>Resultados del Plan de Marketing.....</b>	<b>137</b>
<b>13</b>	<b>Capítulo 6 (Plan de Marketing).....</b>	<b>139</b>
<b>13.1</b>	<b>Resumen ejecutivo .....</b>	<b>139</b>
13.1.1	Descripción del proyecto.....	140
13.1.2	Modelo de negocio y cadena de valor.....	140
13.1.3	Mercado objetivo y potencial.....	140
<b>13.2</b>	<b>Historia Moto Encuentro Internacional "Loja Custom Club" .....</b>	<b>141</b>
<b>13.3</b>	<b>Situación Actual.....</b>	<b>141</b>
<b>13.4</b>	<b>FODA.....</b>	<b>143</b>
<b>13.5</b>	<b>Objetivos.....</b>	<b>144</b>
13.5.1	Objetivo Principal .....	144
13.5.2	Objetivos Secundarios .....	144
<b>13.6</b>	<b>Estrategias.....</b>	<b>145</b>
<b>13.7</b>	<b>Planes de acción .....</b>	<b>146</b>
13.7.1	Producto .....	146
13.7.2	Plan de precios .....	147
13.7.3	Plan de distribución y ventas.....	148
13.7.4	Plan de Acción de comunicación .....	148
13.7.5	Promoción .....	149
<b>13.8</b>	<b>Posicionamiento del Moto Encuentro en el mercado Internacional.....</b>	<b>149</b>
<b>13.9</b>	<b>Presupuesto .....</b>	<b>150</b>
<b>13.10</b>	<b>Control .....</b>	<b>151</b>
<b>13.11</b>	<b>Plan de contingencia del Plan de marketing.....</b>	<b>152</b>
<b>14</b>	<b>Conclusiones.....</b>	<b>153</b>
<b>15</b>	<b>Recomendaciones.....</b>	<b>154</b>

<b>16</b>	<b><i>Bibliografía</i></b> .....	<b>155</b>
<b>17</b>	<b><i>Anexos</i></b> .....	<b>156</b>

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz Foda .....	41
Tabla 2 Público Objetivo.....	52
Tabla 3 Presupuesto Moto Encuentro Internacional Loja Custom Club .....	93
Tabla 4 Presupuesto Gastos Operativos .....	93
Tabla 5 Presupuesto de Gastos Administrativos .....	94
Tabla 6 Presupuesto de Hoteles y Alimentación.....	94
Tabla 7 Presupuesto de Kits Loja Custom Club.....	94
Tabla 8 Presupuesto de Publicidad.....	95
Tabla 9 Presupuesto Shows Artísticos .....	96
Tabla 10 Presupuesto Audio.....	96
Tabla 11 Presupuesto Bebidas.....	97
Tabla 12 Presupuesto Premios.....	97
Tabla 13 Presupuesto Modelos.....	97
Tabla 14 Ingresos Money Gram.....	98
Tabla 15 Ingresos Inscripciones y Varios .....	98
Tabla 16 Ingresos Efectivo (Peru-Chile y Bolivia) .....	99
Tabla 17 Ingresos Sponsors.....	99
Tabla 18 Ingresos Inscripciones Moto Club Riders Loja.....	100
Tabla 19 Total Ingresos en efectivo .....	100
Tabla 20 Egresos en Efectivo .....	101
Tabla 21 Utilidades.....	102
Tabla 22 Transferencias Cuenta Única.....	103
Tabla 23 Auspicios y Donaciones (Sin valor en efectivo) .....	104
Tabla 24 Inscritos por sexo.....	125
Tabla 25 Marcas Participantes.....	126
Tabla 26 Marcas Participantes.....	126
Tabla 27 Formas de Pago .....	127
Tabla 28 Clubs Participantes .....	128
Tabla 29 Participantes por ciudad .....	130
Tabla 30 Total Kilomentros recorridos por participantes.....	132
Tabla 31 Mayores distnacias recorridas .....	134

Tabla 32 Análisis de satisfacción .....	136
Tabla 33 Mercado objetivo y potencial .....	140
Tabla 34 Matriz FODA .....	143
Tabla 35 Plan Producto .....	146
Tabla 36 Plan Precios .....	147
Tabla 37 Plan distribución y ventas.....	148
Tabla 38 Plan de Acción de comunicación .....	148
Tabla 39 Presupuesto Plan de Marketing .....	150
Tabla 40 Control del Plan de Marketing .....	151
Tabla 41 Plan de contingencia del Plan de Marketing .....	152

## INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Delimitación del Mercado Referencia.....	37
Ilustración 2 Factores críticos de éxito.....	53
Ilustración 3 Producto.....	55
Ilustración 4 Precio.....	55
Ilustración 5 Promoción .....	56
Ilustración 6 Chaqueta.....	60
Ilustración 7 Camiseta .....	61
Ilustración 8 Gorra, certificado y pin .....	62
Ilustración 9 Camisetas multi-marca .....	63
Ilustración 10 Membresía Loja Custom Club .....	64
Ilustración 11 Placa Sudamérica .....	65
Ilustración 12 Placa Premios .....	66
Ilustración 13 Placa Fuerza de Ventas.....	67
Ilustración 14 Revista Digital.....	68
Ilustración 15 Seguidores facebook.....	70
Ilustración 16 Rendimiento video promocional .....	70
Ilustración 17 Credenciales .....	71
Ilustración 18 Campaña faltan x días .....	78
Ilustración 19 Campaña agradecimiento .....	79
Ilustración 20 Campaña Hotel Sonesta.....	81
Ilustración 21 Campaña Grand Hotel Loja.....	82
Ilustración 22 Campaña Hotel Grand Victoria .....	83
Ilustración 23 Campaña Página web .....	84
Ilustración 24 Afiche rueda de prensa .....	86
Ilustración 25 Pancarta Publicitaria Culturanomade .....	87
Ilustración 26 Pancarta Publicitaria Gema Salomé .....	87
Ilustración 27 Pancarta Publicitaria Fuera de Sitio .....	88
Ilustración 28 Pancarta Publicitaria Roxanne.....	88
Ilustración 29 Pancarta Publicitaria Omid Forootan .....	88
Ilustración 30 Pancarta Publicitaria Pink Tomate .....	88
Ilustración 31 Pancarta Publicitaria "Calle Lourdes".....	89



Ilustración 32 Pancarta Publicitaria "San Sebastián" .....	89
Ilustración 33 Pancarta Publicitaria "Pedestal" .....	89
Ilustración 34 Pancarta Publicitaria "Teatro Benajamin Carrión" .....	89
Ilustración 35 Pancarta Publicitaria "El Valle" .....	90
Ilustración 36 Pancarta Publicitaria "Parque Eólico" .....	90
Ilustración 37 Flyers Publicitarios.....	91
Ilustración 38 Inscritos por sexo.....	125
Ilustración 39 Formas de pago .....	127
Ilustración 40 Clubs o Grupos Participantes .....	129
Ilustración 41 Participantes por ciudad .....	131
Ilustración 42 Total Kilomentros recorridos por participantes.....	133
Ilustración 43 Mayores distancias recorridas .....	135
Ilustración 44 Calificación del Encuentro .....	136

## INDICE DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía 1 Cartel con el primer logo Harley Davidson .....	16
Fotografía 2 Primera motocicleta Harley Davidson equipada con motor V-Twin ....	17
Fotografía 3 Ejercito estadounidense con modelo Harley Davidson WLA .....	19
Fotografía 4 Desde 1938 Sturgis reúne a todo tipo de moteros. ....	22
Fotografía 5 Miles de motoristas cruzan Europa en invierno.....	23
Fotografía 6 Playa, NASCAR y medio millón de motos en Florida. ....	24
Fotografía 7 El invierno en España también puede ser muy frío. ....	25
Fotografía 8 Una de las concentraciones más antiguas de EE.UU.....	26
Fotografía 9 El Algarve portugués, un lugar perfecto en verano. ....	27
Fotografía 10 Una de las más controvertidas concentraciones. ....	28
Fotografía 11 En el Stelvio nació esta gran concentración trail.....	29
Fotografía 12 La concentración más familiar.....	30
Fotografía 13 La concentración más joven se celebra en Texas. ....	31
Fotografía 14 En Noruega se celebra la reunión invernal más dura.....	32
Fotografía 15 Pirámide de Maslow .....	36
Fotografía 16 Fan page facebook .....	69
Fotografía 17 Fuerza de Ventas.....	92
Fotografía 18 Delegaciones camino a Loja .....	107
Fotografía 19 Belleza de la mujer Harlista.....	107
Fotografía 20 Delegación arriba a la ciudad de Loja .....	108
Fotografía 21 Cantaclaro Sponsor.....	108
Fotografía 22 Llegada de los participantes y entrega de kits .....	109
Fotografía 23 Entrada de las delegaciones a la Pileta .....	109
Fotografía 24 Quemada de llanta .....	110
Fotografía 25 Danza Folclórica.....	110
Fotografía 26 Concursos Varios.....	110
Fotografía 27 Más de 3000 asistentes .....	111
Fotografía 28 Shows Artísticos .....	111
Fotografía 29 Salida a la `Ruta de las iglesias:.....	112
Fotografía 30 Rodada en la calle Bolivar .....	112
Fotografía 31 Cena de Bienvenida .....	113

Fotografía 32 Gastronomía Loja	113
Fotografía 33 Salón del Sonesta lleno	113
Fotografía 34 Discurso de bienvenida	114
Fotografía 35 Barra Libre	114
Fotografía 36 Ambiente de fiesta	114
Fotografía 37 Caravana Av. 24 de Mayo	115
Fotografía 38 Motociclistas Chilenos Rumbo a Vilcabamba	115
Fotografía 39 Ultra Classic Loja-Vilcabamba	116
Fotografía 40 Cientos de motociclistas en Vilcabamba	116
Fotografía 41 Turismo en Vilcabamba	116
Fotografía 42 Motocicletas sorprendetes	117
Fotografía 43 La oportunidad perfecta para el turismo	117
Fotografía 44 Parqueaderos llenos	118
Fotografía 45 Photo Booth	118
Fotografía 46 Welcome to Loja	119
Fotografía 47 Molino de Viento	119
Fotografía 48 Foto Oficial	120
Fotografía 49 Motos Harley Davidson	120
Fotografía 50 Comida Típica	121
Fotografía 51 Entrega de Placas de reconocimiento	121
Fotografía 52 Entrega de Premios	122
Fotografía 53 Baile de Clausura	122
Fotografía 54 Despedida de delegaciones	123
Fotografía 55 Delegaciones de Perú, Chile, Bolivia y Brasil	123
Fotografía 56 Delegaciones de Ecuador, Perú y Colombia	124

### 3 Introducción

Un moto encuentro internacional es un evento en el cual se reúnen motociclistas y agrupaciones de distintas regiones, para disfrutar de varios días de camaradería, y shows que ofrezca el, o los organizadores, donde pueden encontrarse viejos y queridos compañeros de ruta.

El objetivo de un moto encuentro es rodar en motos, conocer nuevas rutas, nuevas amistades, nuevas ciudades, y por que no otros países con la presencia de amigos moteros, la distinta gastronomía por donde las dos ruedas los lleven, respetando todas las leyes y reglamentos para la respectiva movilización.

Se viven aventuras sin igual a nivel internacional en varios moto encuentros de Harlistas, entre los mas relevantes son los de Estados Unidos, Alemania, España, Portugal, Italia, Inglaterra y Noruega.

En Ecuador se registran encuentros nacionales en Quito, Cuenca, Guayaquil, Cañar y Manta, de carácter internacional, el primero fue en la ciudad de Riobamba.

A los Harlistas los caracteriza por llevar una gran hermandad, respeto entre ellos y sus amigos. Ecuador registra un total aproximado de 250 motos Harley Davidson de las cuales un promedio 110 son las que asisten a los distintos encuentros.

La Harley Andina se inicia con los países de Ecuador y Perú quienes realizan su Primer Mega Rally en el mes de septiembre de 2018 en Manta y el Cusco. Por la iniciativa de los representantes de Ecuador Diego Viteri y Mario Yerovi.

Posteriormente se fusiona Colombia, Chile y Bolivia en el año 2019 designando a “Loja Custom Club” como representante de Ecuador para la organización del evento en dicha ciudad el 9, 10 y 11 de agosto del 2019, en Colombia la ciudad de Pereira para el evento Bike Week Pereira el 16,17 y 18 de agosto, el cual se lo denomina como Segundo Mega Rally Andino.

Loja Custom Club se formó el 22 de diciembre del 2014, el cual cuenta actualmente con 14 socios, de los cuales Nelson Jaramillo, Henry Romero, Yenner Guarnizo y Patricio Benítez son propietarios de motocicletas de la marca Harley.

Los diez miembros restantes como Diego Jaramillo, Jaime Torres, Jairo Espinoza, Juan Carlos Burneo, Jorge Bermeo, y Pedro Armijos poseen motos multi marca.

## **4 Planteamiento, solución y sistematización del problema**

### **4.1 Planteamiento del problema**

El club no posee presupuesto, por lo cual manifiestan la realización del Moto Encuentro Internacional Loja Custom Club con autofinanciamiento.

### **4.2 Solución del Problema**

Por ello la presente investigación plantea como alternativa realizar un “Plan de Marketing” el cual permita autofinanciar el moto encuentro internacional.

### 4.3 Sistematización del problema

- ¿Será factible la realización del Moto Encuentro Internacional en la ciudad de Loja?
- ¿Cuál será la demanda de motociclistas que visitarán la ciudad de Loja?
- ¿Cómo afectará el encuentro a realizarse en Pereira al encuentro de la ciudad de Loja?
- ¿El Plan de marketing podrá persuadir a los motociclistas a visitar la ciudad de Loja?
- ¿Se conseguirá el autofinanciamiento para el encuentro?
- ¿Cuáles son los equipos y personal requerido para poner realizar en encuentro?
- ¿Cuáles son los requisitos para realizar un encuentro internacional en la ciudad de Loja?
- ¿Será la ubicación geográfica de la ciudad de Loja un impedimento?
- ¿Cuál será la inversión total del proyecto?
- ¿Se conseguirá los sponsors correspondientes para el autofinanciamiento?
- ¿Será factible la participación de Harlistas internacionales?
- ¿Será la ciudad de Loja un atractivo turístico de interés?
- ¿La capacidad hotelera será suficiente para recibir los Harlistas?
- ¿Pueden inferir las redes sociales en Harlistas de los países vecinos?

## **5 Objetivos de la investigación**

### **5.1 Objetivo general**

Realizar un plan de marketing para el Encuentro Internacional Loja Custom Club en la ciudad de Loja provincia de Loja.

### **5.2 Objetivos específicos**

- Realizar un análisis interno, externo, FODA para identificar la posición de Loja Custom Club ante la realización al encuentro.
- Determinar los objetivos de Club para elaborar estrategias de primer nivel para el encuentro internacional.
- Conseguir los recursos necesarios a través de autofinanciamiento para la ejecución del plan de marketing.
- Crear una base de datos de los inscritos para obtener datos estadísticos como respaldo para futuros encuentros.
- Analizar el nivel de satisfacción de los participantes para obtener una calificación general del Encuentro.



## **6 Justificación de la investigación**

### **6.1 Teórica**

En el presente proyecto aplicaré los conocimientos adquiridos en el transcurso de los años de estudio, consciente de que este trabajo de investigación sirva como fuente de consulta para ayuda en la formación de profesionales con un amplio potencial intelectual que puedan insertarse eficaz y eficientemente al desarrollo empresarial o futuros planes de marketing.

### **6.2 Práctica**

Al realizar el encuentro Internacional Loja Custom Club se contribuirá con el desarrollo turístico de la ciudad, que replicando dicho encuentro puede lograr un crecimiento económico sustentable, que a su vez brindará a esta ciudad una mayor dinámica en cuanto a recursos económicos se refiere, forjando un efecto multiplicador en los servicios hoteleros, gastronómicos y turísticos.

### 6.3 Metodología

Se utilizará los siguientes métodos:

- ✓ Inductivo
- ✓ Deductivo
- ✓ Analítico

Se utilizará las siguientes técnicas e instrumentos:

- ✓ Observación directa
- ✓ Entrevista
- ✓ Encuesta

### 6.4 Métodos

Los métodos más adecuados para el desarrollo de esta investigación serán:

✓ **Método deductivo:** Es aquel que parte de datos generales aceptados como válidos para llegar a una conclusión de tipo particular. Este método se lo utilizará en la recopilación de información secundaria para la realización del estudio de mercado y también en lo referente a la segmentación del mercado de los clientes y determinar los resultados.

✓ **Método inductivo:** Es aquel que parte de los datos particulares para llegar a conclusiones generales. Para la recopilación de información sobre el ambiente interno y externo, lo que permitirá determinar, la realidad actual sobre el consumo del producto a ofrecer, debe examinarse con la finalidad de hacer deducciones acertadas, con el propósito de llegar a conclusiones e ideas generales sobre el proyecto.

### 6.5 Técnicas

✓ **Observación directa:** Esta técnica será utilizada para establecer de forma clara y precisa, la situación actual del mercado y los inconvenientes que se presenten, determinando así los sectores donde se concentran los problemas, permitiendo recolectar información.

✓ **Entrevista:** Es una de las técnicas más importantes para el acopio de información de campo mediante el mecanismo de la intervención verbal entre el investigador y los involucrados en el proyecto, Se realizará la entrevista al Sr. Diego Viteri, presidente de la Harley Andina).

✓ **Encuesta:** Es el conjunto de preguntas tipificadas dirigidas en este caso a los participantes del evento. Se aplicará al total de la población (participantes) con la finalidad de conocer cuál es su opinión del encuentro

## **6.6 8.3. Población y muestra**

### **6.6.1 Población**

- En el proceso investigativo se determina con el total de los demandantes al cual va dirigido el estudio.
- El tamaño de la población depende de la cantidad de inscritos del encuentro.

## 7 Fundamentación teórica

### 7.1 Marco Teórico

#### 7.1.1 Definición de Marketing.

En términos generales, el marketing es un conjunto de actividades destinadas a satisfacer las necesidades y deseos de los mercados meta a cambio de una utilidad o beneficio para las empresas u organizaciones que la ponen en practica; razón por la cual, nadie duda de que el marketing es indispensable para lograr el éxito en los mercados actuales. (Kotler, 1999)

Por ese motivo, resulta indispensable que todas las personas que son parte (directa o indirectamente) del área comercial de una empresa u organización, conozcan a profundidad cuál es la definición de marketing.

##### *7.1.1.1 Definición de Marketing, según diversos expertos en la materia:*

Para Philip Kotler "el marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes" (Kotler P. , 1996)

Stanton, Etzel y Walker, proponen la siguiente definición de marketing: "El marketing es un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactorios de necesidades, asignarles precios, promover y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de la organización". (Stanton , Etzel , & Walker , 2004)

Para John A. Howard, de la Universidad de Columbia, "el marketing es el proceso de: 1) Identificar las necesidades del consumidor, 2) conceptualizar tales necesidades en función de la capacidad de la empresa para producir, 3) comunicar dicha conceptualización a quienes tienen la capacidad de toma de decisiones en la empresa. 4) conceptualizar la producción obtenida en función de las necesidades previamente identificadas del consumidor y 5) comunicar dicha conceptualización al consumidor" (Ries & Trout, 2006)

Según Al Ries y Jack Trout, "el termino marketing significa "guerra". Ambos consultores, consideran que una empresa debe orientarse al competidor; es decir, dedicar mucho más tiempo al análisis de cada "participante" en el mercado, exponiendo una lista de debilidades y fuerzas competitivas, así como un plan de acción para explotarlas y defenderse.

Para la American Marketing Association (A.M.A.), "el marketing es una función de la organización y un conjunto de procesos para crear, comunicar y entregar valor a los clientes, y para manejar las relaciones con estos últimos, de manera que beneficien a toda la organización...". (Asociation, n.d.)

### **7.1.2 ¿Qué es un plan de marketing?**

Un plan de marketing es un documento que relaciona los objetivos de una organización en el área comercial con sus recursos, es decir, es la bitácora mediante la cual la empresa establece qué objetivos en términos comerciales quiere alcanzar y qué debe hacer para alcanzar dichos objetivos decir la estrategia de marketing. Un plan de marketing generalmente es diseñado para periodos de un año, coincidiendo con la planeación de las organizaciones; para el caso de productos nuevos, el plan de marketing se puede hacer solo para el periodo que hace falta con respecto a la terminación del año, o para este periodo más el año contable siguiente. (Hoyos )

En este caso el proyecto se basa en un mono producto y durante un tiempo específico, según el cronograma.

#### **7.1.2.1 ¿Para qué sirve un plan de marketing?**

El plan de marketing es una herramienta que permite a una organización hacer un análisis de su situación actual para conocer con certeza sus principales debilidades y fortalezas, al igual que las oportunidades y amenazas del entorno. Gracias a esto la organización puede aclarar el pensamiento estratégico y definir prioridades en la asignación de recursos. El plan de marketing ayuda a la empresa a generar una disciplina en torno a la cultura de planear y supervisar las actividades de marketing de manera formal, sistemática y permanente. (Hoyos )

Permite identificar cual es la situación de la organización frente a la organización del encuentro, de esta manera se estructura el plan de marketing para la conseguir los objetivos.

### **7.1.3 Elementos del Plan de marketing**

#### ***7.1.3.1 Análisis interno***

El análisis interno es el primer paso dentro de un proceso de planeación de marketing; mediante este proceso se evidenciarán las fortalezas y debilidades de la compañía en términos de marketing. (Hoyos ) Nos permitirá identificar la posición de la organización con relación al encuentro.

#### ***7.1.3.2 Análisis de Rentabilidad***

El análisis de rentabilidad va a permitir hacer diversas comparaciones, la primera de ellas se hace a nivel interno, es decir, se comparan las rentabilidades de cada producto con la rentabilidad global esperada. En este análisis interno también se compara la rentabilidad de los productos entre sí para establecer diferencias entre ellos.

El otro tipo de análisis es el que se hace con respecto a la rentabilidad que se maneja en el sector en el que compite una empresa, esta comparación es más difícil por cuanto en ocasiones no se tienen fuentes de información serias que den esta información, aunque actualmente existen bases de datos en el mercado que muestran los estados financieros de las principales empresas, lo cual permite conocer los índices de rentabilidad, si no por producto, por lo menos de manera global. Este análisis es diferente si se trata de una empresa mono producto o con un portafolio amplio de productos.

Para empresas mono producto es suficiente trabajar con el estado de resultados; allí se establecen varios análisis, el primero es la utilidad bruta, la cual se obtiene de la diferencia entre las ventas netas alcanzadas en un periodo y los costos de producción de estos bienes. Este costo incluye tanto costos directos e indirectos de producción. (Hoyos )

A través del estado de resultados identificamos la rentabilidad del proyecto factibilidad y viabilidad.

### **7.1.3.3 *Análisis Externo***

#### 7.1.3.3.1 El análisis externo Consumidor

El consumidor es la esencia de toda acción de marketing, por tanto, este análisis es uno de los más importantes. Cuando se habla de consumidor es necesario hablar tanto de los consumidores actuales como de los potenciales, aquellos que podrían llegar a comprarle a una compañía pero que por alguna razón aún no lo hacen.

#### 7.1.3.3.2 Macro entorno

El macro entorno está constituido por una serie de variables no controlables que influyen de manera directa o indirecta en el desempeño de una marca. Es obligación del estratega de marketing monitorear permanentemente lo que sucede allí para detectar oportunidades y amenazas que puedan favorecer o afectar las marcas a su cargo. Una inadecuada lectura del macro entorno puede llevar a una compañía a cometer errores costosos o a desaprovechar oportunidades importantes y con gran potencial.

#### 7.1.3.3.3 Micro entorno

Tradicionalmente se ha hablado del micro entorno como las variables semi controlables; se llaman así porque de alguna manera una empresa puede hacer algo para modificar lo que sucede en los diferentes componentes de este. El micro entorno está compuesto por proveedores, canales y públicos.

#### 7.1.3.3.4 Proveedores

Los proveedores son elementos vitales dentro de la estrategia de la compañía, cuya adecuada selección contribuirá a que una empresa sea competitiva, producto de haber obtenido de sus proveedores las materias primas a unos precios adecuados, con una calidad adecuada y dentro de unos parámetros de cumplimiento adecuados; por eso se habla de la integración que debe haber con los proveedores, volviéndolos socios estratégicos de la compañía. (Hoyos )

#### 7.1.3.3.5 Matriz DOFA

Luego de hacer el análisis de cada uno de los elementos del componente interno, se deben reunir los principales hallazgos en lo que se conoce como matriz DOFA.

El análisis de situación precisamente lo que busca es que el empresario rompa sus esquemas mentales y haga el esfuerzo de analizar de manera meticulosa la situación actual de la empresa partiendo desde cero. (Hoyos )

#### 7.1.3.3.6 Factores críticos de éxito

Es un resumen de los aspectos más relevantes de la matriz DOFA y se emplea cuando esta última contiene demasiados elementos que en realidad no se pueden manejar dentro de un plan de marketing. Los factores críticos de éxito son los elementos que se deben trabajar prioritariamente para garantizar el éxito del plan. (Hoyos )

#### 7.1.3.3.7 Objetivos de marketing

En esta etapa el empresario o estratega de marketing debe revisar el análisis interno, en especial el punto relacionado con el análisis de indicadores, el cual debe conducir a determinar primero cuáles indicadores se tienen; establecer el estatus, es decir qué número están mostrando los indicadores, y determinar si se está o no conforme con la medida que muestra el indicador. (Hoyos )



#### 7.1.3.3.8 El presupuesto de marketing

Este es un documento que recoge de manera consolidada los presupuestos de cada una de las actividades o programas diseñados dentro del plan de marketing. En el presupuesto se presentan los ingresos y la inversión total que se va a realizar para cumplir con los objetivos planteados (Hoyos )

#### 7.1.3.3.9 Marketing Digital

El marketing digital es el uso de los canales digitales para promover o comercializar productos y servicios a los consumidores y las empresas. El mismo ámbito que recoge la enciclopedia de CISS (2010):

El conjunto de estrategias y técnicas desarrolladas en internet para comunicar o vender cualquier tipo de información, bien o servicio. (Sainz, 2015)

#### **7.1.3.4 Teoría de la pirámide de las necesidades de Abraham Maslow**

Abraham Maslow desarrolló dentro de la Teoría de la Motivación, una jerarquía de las necesidades representada mediante una pirámide, denominada la Pirámide de Maslow.

Esta jerarquía reproduce las necesidades que los hombres buscan satisfacer. Mediante la interpretación de la figura en pirámide nos proporciona la clave de su teoría desarrollada a continuación.

En primer lugar, se deben complacer las necesidades fisiológicas, aquellas que forman la base de la pirámide. Éstas se satisfacen mediante la ingesta de comida, bebidas, disposición de un lugar donde cobijarse, tener una temperatura apropiada, etc.

Cumplidas estas primeras, pasamos al siguiente nivel, el segundo nivel comenzando por la base de la pirámide lo representan las necesidades de seguridad. Éstas hacen referencia a la

seguridad proporcionada a los miembros por la sociedad. Muchos ejemplos de pérdida de seguridad los podemos encontrar en zonas donde sufren conflictos bélicos.

En esta fase se busca la estabilidad y seguridad, encontrar un trabajo que te permita solidez y vivir.

El tercer nivel se alcanza tras cubrir las dos primeras necesidades, las fisiológicas básicas y las de seguridad, apareciendo las necesidades sociales. Éstas pueden ser el amor, la pertenencia, la amistad, la comunicación o vivir en comunidad, buscando cubrir las necesidades sociales que todos tenemos. Otro ejemplo es encontrar el trabajo que buscábamos.

El cuarto nivel orientado hacia el logro del crecimiento, se alcanza una vez satisfechas las tres primeras necesidades representadas en la pirámide. Ésta es la denominada estima. Una vez que hemos encontrado el trabajo que buscábamos, ahora necesitamos ser reconocidos en nuestro trabajo por nuestros logros, quieres que te elogien en el trabajo y te reconozcan, que haces algo bien en el desarrollo del mismo o bien si destacas en una actividad. Se quiere alcanzar el ser reconocidos, valorados y apreciados. También se denomina necesidad del ego, se refiere a la valoración otorgada por otros de uno mismo.

Cuando se alcanza la última necesidad alojada en lo más alto de la pirámide se llega al pleno crecimiento. Ésta es la denominada necesidad de autorrealización. Se quiere alcanzar la autoestima, la necesidad de forma instintiva de un ser humano de hacer lo máximo que puedan dar de sí las habilidades únicas que posee como ser individual.

Este nivel surge una vez conseguido ser estimados, reconocidos en el trabajo que realizamos, entonces comienza esa necesidad de autorrealización buscando convertirse cada vez en alguien más de lo que es, teniendo como meta lo que cree que uno es capaz de ser en el futuro, es decir, los sueños que uno tiene.

El siguiente nivel a satisfacer es la trascendencia, crear algo que perdure más allá de uno, para que otros puedan ver algo que uno ha dejado. (Sánchez Fernández, 2014)

## 7.2 Marco Referencial

### 7.2.1 Harley Davidson

Fundada en 1903 en Milwaukee, Harley Davidson Motor Co. Es uno de los fabricantes de motocicletas más famosos del mundo. Actualmente es una compañía que cotiza en bolsa y fabrica unas 200.000 motocicletas al año.

Además de motocicletas y accesorios para éstas, el volumen de ventas que supone todo lo que lleve su marca (desde ropa a los artículos más diversos) alcanza cifras multimillonarias. (Biker, 2018)

**Fotografía 1 Cartel con el primer logo Harley Davidson**



Fuente: <http://www.culturabiker.es/harley-davidson/>

### 7.2.2 Historia de Harley Davidson Motor Company

La historia de la motocicleta Harley-Davidson comenzó en Milwaukee en 1903. Donde Bill Harley y Arthur Walter Davidson fundaron la mítica marca que lleva sus nombres.

El primer taller original fue el sótano de la familia Davidson, hasta que el padre los construyó un cobertizo en el patio trasero de 3×5 metros. Janet, la hermana de Arthur tenía cierta inquietud

para el arte y a parte de pintar en la puerta del cobertizo la palabra Harley-Davidson Motor Co, diseñó un logotipo que pintó a mano, en color rojo sobre los grises tanques de combustible.

Arthur no tardó en contratar a su hermano Walter, mientras que su otro hermano William no entraría en la compañía hasta el año 1907. Elizabeth Davidson fue la encargada de la contabilidad y al final consiguió que la compañía le pagara sus estudios en la universidad. (Biker, 2018)

### 7.2.3 El primer motor Harley Davidson

Puede decirse que en principio prácticamente buscaban la forma de acoplar un motor a una bicicleta. En esa época los motores eléctricos todavía no estaban disponibles para máquinas pequeñas, por lo que comenzaron a desarrollar un motor de gasolina para mecanizar estas bicicletas.

William Harley y Arthur Davidson consiguieron fabricar una motocicleta, con un motor de un solo cilindro que fue vendido a su amigo Henry Meyer por \$200

#### Fotografía 2 Primera motocicleta Harley Davidson equipada con motor V-Twin



Fuente: <http://www.culturabiker.es/harley-davidson/>

En 1904 se crea el primer concesionario de Harley-Davidson, denominado CH Lang de Chicago que logró vender una de las tres primeras Harleys de producción.

Su modelo va avanzando y en 1905 una motocicleta Harley Davidson gana la carrera de las 15 millas en Chicago.

En 1906 se construye una nueva fábrica de más de 200 m<sup>2</sup>, incrementado a seis el número de empleados.

A los seis años de fundar la compañía, presentan su primera motocicleta V-twin que producía siete caballos de fuerza. La imagen de dos cilindros en una configuración de 45 grados se terminará convirtiendo en uno de los iconos de Harley-Davidson. (Biker, 2018)

#### **7.2.4 Una maquina de guerra**

En 1916, el general Pershing durante la guerra con México ordenó acoplar ametralladoras en los sidecar de 12 Harley Davidson. Pocos meses después Estados Unidos entraría en la Primera Guerra Mundial, donde utilizaría más de 20.000 motocicletas, la mayoría de la marca Harley Davidson.

Esta situación hizo que, en el año 1920, Harley-Davidson fuera el mayor fabricante de motocicletas del mundo. Sus maquinas se podían comprar a más de 2.000 distribuidores en 67 países diferentes. Llegaron a vender hasta 24.000 motocicletas en 1929, pero la Gran Depresión y la caída de la bolsa no le fue indiferente a ésta incipiente marca, bajando drásticamente sus ventas.

A pesar de la depresión en 1936 Harley Davidson presenta el motor de 61 pulgadas cúbicas, con una nueva distribución de Válvulas en cabeza. Se abría un nuevo mundo de potencia y prestaciones para los motociclistas. Este motor se ganaría el sobrenombre de Knucklehead (que podría traducirse como cabeza de nudillos) por su forma que recordaba a los nudillos de un puño cerrado. Se podría decir que es el primer motor Harley Davidson para la historia.

Pero en 1941 vuelven los conflictos en forma de la II Guerra Mundial. La producción de motocicletas civiles se suspende casi por completo a favor de la producción militar. Durante estos años Harley Davidson fabrica 60.000 motocicletas del modelo WLA para uso militar. (Biker, 2018)

### Fotografía 3 Ejercito estadounidense con modelo Harley Davidson WLA



Fuente: <http://www.culturabiker.es/harley-davidson/>

#### 7.2.5 Rivales Internacionales

Al final de la segunda guerra mundial la competencia internacional se intensificó. El Plan Marshall, destinado a ayudar a los países arruinados por la guerra a reconstruir sus economías ayudó a los fabricantes europeos a desarrollar motocicletas más baratas y avanzadas tecnológicamente. A la par las motos japonesas también se convirtieron en un gran competidor. Fruto de estos cambios en el mercado la mítica marca Indian desaparece, quedando Harley Davidson como el único fabricante americano.

Para colmo, los incidentes de Hollister y el ascenso de las famosas bandas de moteros dañaron la imagen de marca de Harley Davidson.

En 1965, la tercera generación de la familia Harley y Davidson querían abandonar la compañía, por lo que se la vendieron a AMF (American Machine and Foundry). Las ventas aumentaron, pero el desarrollo de nuevos modelos quedó rezagado en comparación con otras marcas a la par que los motociclistas se decantaban por marcas más rápidas y baratas. (Biker, 2018)

### **7.2.6 HOG (Harley Owners Group)**

Una de las medidas que la compañía impulsó para relanzar su marca, fue la creación en el año 1983 del HOG (Harley Owners Group), donde ofrecía a los compradores de motocicletas nuevas la posibilidad de incorporarse a un Club de usuarios de la marca.

La marca afirma tener más de 1.400.000 miembros en todo el mundo. Si bien es cierto que al comprar una Harley Davidson el cliente es dado de alta automáticamente en dicho Club. No teniendo muy claro si la marca habla de miembros activos o solo de compradores de sus motos. (Biker, 2018)

En Ecuador los HOG son autorizados por el dealer oficial “In the mittle of the world” ubicado en la ciudad de Quito.

### **7.2.7 Los motores Harley Davidson**

El motor V-twin de 45 grados ha sido el motor de la marca desde 1909, obteniendo mejoras en el diseño de válvulas y materiales a través de los años.

Desde que el Knucklehead fue introducido en 1935, cada motor se ha dado un nombre que describe aproximadamente el aspecto de la cabeza de cilindro. Su denominación ha sido:

Panhead (1948)

Flathead (1952)

Ironhead (1957) para modelos Sportster.

Shovelhead (1966)

Blockhead (1984) para el motor Evolution de aluminio.

Fathead (1999) para el motor de 1,450cc de doble leva.

### **7.2.8 Sonido Harley Davidson**

El sonido es una de las características de los motores Harley-Davidson. En 1994 intentó patentarlo como marca registrada, pero finalmente desistió en el año 2000. El cambio de

motores con carburador a motores inyectados, fue un gran reto para los ingenieros de Harley Davidson que por todos los medios querían preservar este peculiar sonido. (Biker, 2018)

### **7.2.9 Modelos Harley Davidson**

A lo largo de la historia se han fabricado muchos modelos de Harley Davidson, la marca decidió crear diferentes familias o categorías para clasificarlas, dependiendo entre otras cosas de su bastidor, su suspensión y sus motores. Actualmente podríamos distinguir las siguientes: (Biker, 2018)

- Street
- Sportster
- Dyna
- Softail
- Touring
- V-Rod



### 7.2.10 Las mejores concentraciones moteras del mundo

Todas tienen en común que son la representación de lo más mítico en cuestiones de eventos moteros. Y es que de todas las concentraciones de motos que hay en el mundo, las que os mostramos son, simplemente, imprescindibles. La excusa perfecta para recorrer kilómetros con la moto y reunirse con los amigos en el mejor de los escenarios.

### 7.2.11 Sturgis Motorcycle Rally

Se celebra cada año en Sturgis (Estados Unidos), y acuden más de medio millón de moteros, aunque el número aproximado siempre es incierto. Esta tradicional reunión motera, la más multitudinaria del mundo, se organizó por primera vez en 1938; y el responsable de su creación fue J.C. Hoel. Lo que en un principio se concibió como una reunión de aficionados, pronto cobró una dimensión sin precedentes, hasta el punto de que hoy sus asistentes se cuentan por cientos de miles.

Durante una semana, esta pequeña localidad de Dakota del Sur de no mucho más de 6.000 habitantes se ve desbordada. Por sus calles pasean cientos de Harley-Davidson, pilotos stunt, moteros de todo tipo, rockeros, famosillos y las tradicionales chicas con su camiseta levantada. Y la tradicional excursión que se realiza al famoso Monte Rushmore es multitudinaria. (Lluís & Bueno , 2017)

#### Fotografía 4 Desde 1938 Sturgis reúne a todo tipo de moteros.



Fuente: <https://www.redbull.com/co-es/las-mejores-concentraciones-moteras-del-mundo>

### 7.2.12 Elefantentreffen

Los Elefantentreffen tienen lugar en el primer fin de semana de febrero o en el último de enero de cada año, en un valle entre las ciudades de Thurmansbang y Solla (Alemania). Sin embargo, desde 1989 se ha llevado a cabo en el valle de Loh, cerca de la frontera checa, donde la nieve está garantizada. Cada año, entre 5.000 y 10.000 motoristas de toda Europa participan y algunas de sus motocicletas están modificadas y cuentan con diseños especiales.

Sus orígenes se remontan a 1956, cuando el periodista germano y exmilitar Ernst Leverkus organizó cerca de Nürburgring una reunión exclusiva para sidecars Zündapp KS 601, que viene directamente derivado de los utilizados en la II Guerra Mundial. De este modelo popularmente conocido como “Elefante verde” toma su nombre la concentración. Dos años después se abrió la concentración a todo tipo de motos. Y edición tras edición ha ido aumentando su número de asistentes. (Lluís & Bueno , 2017)

#### Fotografía 5 Miles de motoristas cruzan Europa en invierno.



Fuente: <https://www.redbull.com/co-es/las-mejores-concentraciones-moteras-del-mundo>

### 7.2.13 Daytona Bike Week

En el soleado estado norteamericano de Florida se celebra la concentración más variopinta y desmesurada del mundo, la Daytona Bike Week. El evento se remonta a 1937 y a lo largo de una semana de actividades se reúnen en torno al medio millón de visitantes, donde admiran Harley customizadas y todo tipo de trikes, Rat Bikes, o deportivas tuneadas.

Si a esto le sumamos un escenario idílico como las playas de Daytona con sus paseos y bulevares por donde circularán miles y miles de motos de todo tipo, y el famoso Circuito de Daytona con capacidad para 170.000 espectadores y que alberga la prueba más importante de la Nascar, las 500 millas de Daytona, y donde en esta semana se celebraran carreras de todo tipo, tenemos como resultado la concentración motera más espectacular del mundo. (Lluís & Bueno , 2017)

**Fotografía 6 Playa, NASCAR y medio millón de motos en Florida.**



Fuente: <https://www.redbull.com/co-es/las-mejores-concentraciones-moteras-del-mundo>

### 7.2.14 Pingüinos

Este gran encuentro, que en 2011 fue declarado Fiesta de Interés Turístico Regional, es un ejemplo de buen ambiente, pasión y camaradería. Pero no es la organización de Pingüinos la única que puede afirmar con rotundidad estas palabras. Son los cientos y cientos de motoristas que, durante años, han hecho de esta fiesta un acontecimiento único en el mundo.

Pingüinos se celebra desde 1982, el segundo fin de semana del mes de enero, durante cuatro días en la provincia de Valladolid (España). Se trata, junto con los Elefantentreffen, de la concentración motera invernal más importante del mundo, con una asistencia de más de 35.000 motoristas procedentes de todos los rincones de Europa e incluso de otros continentes. (Lluís & Bueno , 2017)

#### **Fotografía 7 El invierno en España también puede ser muy frío.**



Fuente: <https://www.redbull.com/co-es/las-mejores-concentraciones-moteras-del-mundo>

### 7.2.15 Laconia Motorcycle Week

La Semana de la Moto de Laconia se celebra en la famosa playa de Weirs, a las orillas del lago Winnepesaukee. Además de demostraciones y todo tipo de eventos hay un importante campeonato de póquer. Viene celebrándose desde el año 1916 y la American Motorcycle Association la incluyó, desde los años 30, en su Gipsy Tour en 1923.

En 1965 hubo graves problemas entre bandas de moteros y la policía y, lo que antes era un chollo para comerciantes y hosteleros, comenzó a ser visto como un problema por parte de las autoridades. Desde entonces se aplicaron fuertes medidas de seguridad y disminuyeron los eventos programados, quedando la concentración reducida a tres días. Sin embargo, años después la asociación de comerciantes de la zona y el AMA unieron fuerzas para que la concentración volviera a su esplendor. (Lluís & Bueno , 2017)

#### Fotografía 8 Una de las concentraciones más antiguas de EE.UU.



Fuente: <https://www.redbull.com/co-es/las-mejores-concentraciones-moteras-del-mundo>

### 7.2.16 Concentración Internacional de Faro

En los años setenta un grupo de amigos formaron el Moto Club de Faro, sin sospechar que años después organizarían una de las concentraciones más célebres de Europa. En 1982 dan el pistoletazo de salida de la 1ª Concentración de Motos de Faro, que reunió en la región del Algarve (Portugal) alrededor de doscientos motoristas, entre los cuales solo había cuatro portugueses.

No obstante, año tras año y desde hace varios lustros, este evento se ha convertido cada mes de julio en el punto de encuentro para miles de motoristas que se reúnen durante un fin de semana lleno de espectáculos, conciertos, exposiciones, etc. (Lluís & Bueno , 2017)

**Fotografía 9 El Algarve portugués, un lugar perfecto en verano.**



Fuente: <https://www.redbull.com/co-es/las-mejores-concentraciones-moteras-del-mundo>

### 7.2.17 Black Bike Week

Es una concentración célebre de afroamericanos que suele reunir entre 30.000 y 400.000 personas siendo la tercera o cuarta de EE. UU en cuanto a participación. Los eventos incluyen todo tipo de fiestas y demostraciones y, por supuesto, el derroche de personalizaciones de algunas motos. Quizá mereciera capítulo aparte la sensualidad de las féminas porque, es de esta concentración de donde salen la mayoría de las fotos de minishorts y tangas imposibles que vemos a lomos de motocicletas.

En Myrtle Beach, al Sur de Carolina, hay dos concentraciones, una de blancos y esta de afroamericanos sobre motos japonesas tuneadas. De vez en cuando saltan chispas entre los asistentes de una y otra, pero al margen de todos los problemas que rodean a esta concentración, es una de las más vistosas y sugerentes. (Lluís & Bueno , 2017)

**Fotografía 10 Una de las más controvertidas concentraciones.**



Fuente: <https://www.redbull.com/co-es/las-mejores-concentraciones-moteras-del-mundo>

### 7.2.18 Stella Alpina

La Stella Alpina Motociclistica Internazionale nació como una apuesta entre amigos. Era una reunión de camaradas trailers que se reunían todos los años desde 1.966 (segundo fin de semana de Julio) en Bardonecchia, Alpes italianos. Aunque si bien es cierto que la primera edición se celebró en el mítico Passo Stelvio.

La Stella Alpina se ha celebrado año tras año (durante 50 años) hasta que la afluencia de participantes resultó desmesurada. Esta concentración pasó a convertirse en una simple reunión de amigos, la más numerosa e importante de toda Europa a nivel trail. Lo mejor de esta concentración es su increíble ambiente entre los participantes y que siguen asistiendo con sus máquinas originales de finales de los sesenta; hecho que aporta espectacularidad y exclusividad al evento. (Lluís & Bueno , 2017)

#### Fotografía 11 En el Stelvio nació esta gran concentración trail.



Fuente: <https://www.redbull.com/co-es/las-mejores-concentraciones-moteras-del-mundo>



### 7.2.19 Thundersprint

La guinda de esta concentración que se celebra anualmente durante el segundo fin de semana en mayo y que se llevó a cabo en Hoghton Tower, cerca de Blackburn, y luego se trasladó a Wigan, Southport, Manchester y eventualmente Northwich, Cheshire, son las carreras de motos clásicas que atraen celebridades de todo el mundo: el 15 veces campeón del mundo, Giacomo Agostini, Sammy Miller, Jim Redman y un montón de estrellas modernas, como James Toseland, Cal Crutchlow, Ryuichi Kiyonari, Chris Walker y muchos otros.

Cada año atrae a más de 150.000 participantes y tiene un marcado carácter familiar; aunque, no faltan la cerveza, las fiestas y todo lo que conlleva este tipo de eventos. (Lluís & Bueno , 2017)

#### Fotografía 12 La concentración más familiar.



Fuente: <https://www.redbull.com/co-es/las-mejores-concentraciones-moteras-del-mundo>

### 7.2.20 RO Texas Biker Rally

La Texas Biker Rally mayor reunión motociclista de Texas. No es un evento con dilatada historia pues comenzó a realizarse en 1995, pero desde entonces no ha parado de crecer y se estima que mueve cada año cifras cercanas a los 35 millones de dólares.

El grueso de la fiesta es la noche del viernes, en la Avenida del Congreso donde hay una fiesta Biker que congrega a más de 200.000 personas. Además de los típicos establecimientos de venta de motos, exhibiciones y espectáculos han pasado por allí artistas de la talla de Willie Nelson, Waylon Jennings, Jerry Jeff Walker o Jerry Lee Lewis. (Lluís & Bueno , 2017)

#### Fotografía 13 La concentración más joven se celebra en Texas.



Fuente: <https://www.redbull.com/co-es/las-mejores-concentraciones-moteras-del-mundo>

### 7.2.21 Kristal Rally

Muchos que han tenido el valor que aventurarse al Kristal Rally aseguran que supera con creces a los Elefantentreffen en climatología y estado de carreteras (solo superada en dificultades por algunas reuniones invernales rusas). Durante muchos años el número de asistentes solía ser en torno a 50 motos/sidecars. Estos últimos años a veces han restringido a 200 vehículos la participación.

Su primera edición fue en 1970, cuando su creador, el noruego Morten Mager, quiso realizar una concentración similar a Elefantentreffen en su país. Aunque está abierta a todo tipo de motos las dificultades del terreno nevado hacen a los sidecares los protagonistas de la reunión, y para los más osados que acuden en moto los neumáticos de invierno con clavos son un buen consejo. (Lluís & Bueno , 2017)

#### Fotografía 14 En Noruega se celebra la reunión invernal más dura



Fuente: <https://www.redbull.com/co-es/las-mejores-concentraciones-moteras-del-mundo>

## **8 CAPÍTULO 1 (Análisis)**

### **8.1 Análisis Externo**

El análisis externo (también conocido como análisis del entorno, evaluación externa o auditoría externa) es un análisis en donde se identifican y evalúan acontecimientos, cambios y tendencias que suceden en el entorno de una empresa u organización, y que están más allá de su control.

### **8.2 Entorno general del macro entorno**

#### **8.2.1 Entorno económico**

Según el análisis del entorno económico con relación al moto encuentro se identifica que:

- De acuerdo a la distancia del país de procedencia, sus gastos serán mayores por los consumos correspondientes a (llantas, gasolina, hoteles, alimentación, aduanas etc.) y tasas arancelarias existentes entre cada país.
- Para pre cautelar la motocicleta y la salud de la persona quien la conduce, se puede pagar un seguro de movilización.
- El país se encuentra con una economía moderada, lo cual facilita la participación voluntaria al encuentro.
- Los propietarios de una motocicleta Harley Davidson según nuestros estratos, aparentemente son de clase media, media alta y alta, lo cual no afectaría a su economía.

#### **8.2.2 Entorno Socio Demográfico**

Según el análisis del entorno socio demográfico con relación al moto encuentro se identifica que:

- Permite integrar ciudades, provincias y países.
- El moto encuentro forma parte del Mega Rally de la comunidad andina.
- Nivel socio económico medio, medio-alto y alto.
- Grupo reducido en número.
- Público objetivo mayores a 30 años.

- La mayoría de Harlistas son de sexo masculino.
- Loja es una ciudad distante con relación a las otras ciudades por su ubicación geográfica.
- Las características de las vías de ingreso a Loja.
- Intereses en común:
  - Motocicletas
  - Rock & Roll y Arte
  - Rodar
  - Conocer nuevos lugares
  - Nuevas amistades
  - Nuevas gastronomías
  - Fiesta & Diversión

### **8.2.3 Entorno Político Jurídico**

Según el análisis del entorno político jurídico con relación al moto encuentro se identifica que:

- Permite la participación a muchas entidades públicas y clases políticas para ser parte del encuentro y dar un gran aporte para el realce del mismo, el cual sirve como una base para futuras contiendas electorales.
- El no consentimiento de las autoridades para la realización del presente encuentro, frustraría la realización del mismo.
- El apoyo libre y voluntario, al igual que su presencia, realza en gran magnitud el encuentro a realizarse.
- La inclusión del ilustre Municipio de Loja, La Gobernación y la Prefectura Provincial, como coautores, serían la imagen para fortalecer el evento.

### **8.2.4 Entorno Ecológico**

Según el análisis del entorno ecológico con relación al moto encuentro se identifica que:

- Las motocicletas son un medio de transporte que afectan en menor grado el ecosistema.
- Los pilotos tienen cultura formada y evitan la contaminación.
- Los paisajes de los valles son postales desde que empiezan a rodar.

- El motociclista esta expuesto a los riesgos por todas las variables que puede presentar el clima.
- La variedad del clima influye en la calidad del evento.
- La variedad del clima influye en los tiempos de movilización de los motociclistas.

### **8.2.5 Entorno Tecnológico**

Según el análisis del entorno tecnológico con relación al moto encuentro se identifica que:

- Los posibles participantes tienen acceso a redes sociales, internet, WhatsApp, correo electrónico y varias estructuras digitales.
- Cuentan con banca digital para pagos.
- Acceso a PayPal
- Aplicaciones Móviles
- Motociclistas que no están familiarizados con los medios electrónicos.
- Sitios de trabajo sin acceso a internet

### 8.3 Delimitación del mercado referencia

El mercado de referencia es un modelo estratégico que permite segmentar un mercado, el cual fue expuesto por Derek F. Abell. Para delimitar el mercado referencia nos basamos en la pirámide de Maslow, para conocer las necesidades que tiene nuestro público objetivo y llegar a él de una forma más segura y directa.

Fotografía 15 Pirámide de Maslow



Fuente: <https://depsicologia.com/piramide-de-maslow/>

La jerarquía que estructuró Maslow, nos ayuda a identificar las necesidades más “fuertes” del ser humano, las cuales ocupan nuestra atención cuando han sido satisfechas las necesidades más básicas, razón por la cual identificamos que el mercado meta se encuentra en el cuarto peldaño, “reconocimiento, confianza, respeto y éxito”.

Son las necesidades referentes a sentirte útil, productivo o de tener prestigio y ver que puedes lograr lo que tienes en mente para así, obtener el reconocimiento de los demás.

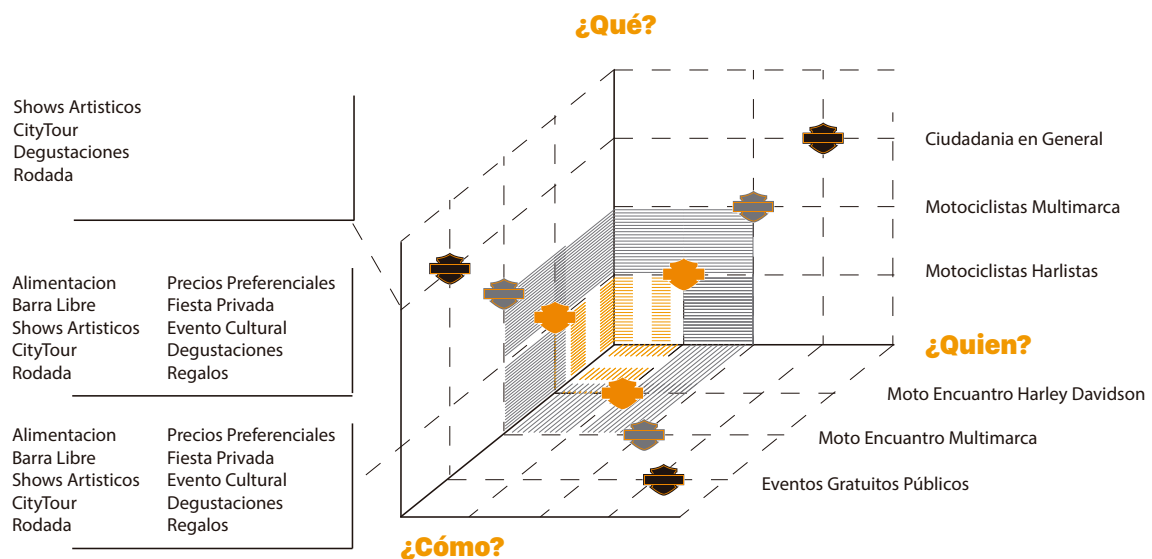
Muchos de ellos se encuentran en el quinto peldaño, Es la etapa final, es cuando “cruzas la meta” que trazaste y te sientes una persona auto-realizada porque lograste todo lo que te propusiste.

Según Maslow se puede provocar conflictos por varias razones como:

- Falta de Respeto
- Falta de comunicación
- Necesidades insatisfechas
- Confrontación de diferentes valores y principios

Razón por la cual, realizaremos estrategias para satisfacer, las necesidades y generar el impulso de compra, en este caso de participación en el encuentro, cabe destacar que se suplirá temas como descanso, alimentación, protección, desarrollo afectivo, asociación, etc. pero el enfoque principal esta en el reconocimiento.

### Ilustración 1 Delimitación del Mercado Referencia



**Elaborado por:** Patricio E. Benitez O.

Identificamos 2 tipos de clientes, los que tendrán acceso pagado (Motociclistas Harlistas y motociclistas Multi marca) los cuales participan del encuentro con todos los servicios que hemos identificado en el producto a ofrecer.

La ciudadanía en general, forma parte de la programación al público de manera gratuita.



## **8.4 Análisis Interno para la ejecución del encuentro**

### **8.4.1 Tangibles**

#### **8.4.1.1 Físicos**

Según el análisis interno de los recursos físicos, con relación al moto encuentro se identifica que:

- El club no cuenta con recursos tangibles, ni sede propia.

#### **8.4.1.2 Financieros**

Según el análisis interno de los recursos financieros, con relación al moto encuentro se identifica que:

- El club dispone en la libreta "Crece Diario" del Banco de Loja, \$2395.05 dólares americanos (Ahorros de cuotas mensuales).
- Los miembros del club no desean financiar el evento a través de entidades financieras.
- El presupuesto aproximado para 100 participantes es de \$10000 a \$20000 dólares americanos.
- El presupuesto aproximado para 300 participantes es de \$40000 a \$50000 dólares americanos.
- Los costes del evento superan el valor de las inscripciones.

### **8.4.2 Intangibles**

#### **8.4.2.1 Reputación**

Según el análisis interno de la reputación del club, con relación al moto encuentro se identifica que:

- Loja Custom Club como organizador carece de experiencia, ya que realiza el primer moto encuentro de este tipo, tanto a nivel nacional como internacional.

- Loja Custom Club ha participado en otros eventos nacionales e internacionales, y posee una buena relación con los distintos clubs moteros.

#### **8.4.2.2 Tecnología**

Según el análisis interno de los recursos tecnológicos, con relación al moto encuentro se identifica que:

- El Club contrató los servicios de mi persona (El Autor), gracias a la formación universitaria y experiencia que dispongo para que pueda llevar a cabo la organización del evento, y a través de las TIC llegar a su público objetivo.

#### **8.4.2.3 Cultura**

Según el análisis interno de los recursos culturales, con relación al moto encuentro se identifica que:

- Loja se la conoce como capital musical del Ecuador.
- Loja tiene una ventaja competitiva por su gran variedad gastronómica.
- La cadena hotelera se caracteriza por su alto nivel cultural.
- La ciudadanía lojana se caracteriza por su amabilidad, don de gente y respeto.

### **8.4.3 Humanos**

#### **8.4.3.1 Motivación**

Según el análisis interno de la motivación del Loja Custom Club, con relación al moto encuentro se identifica que:

- Loja Custom Club esta conformado por un grupo pequeño de integrantes, pero amantes y apasionados por las motos que anhelan que se convierta en el mejor moto encuentro del País.

### **8.4.3.2 Conocimiento**

Según el análisis interno del conocimiento de Loja Custom Club, con relación al moto encuentro se identifica que:

- La organización tiene amplio conocimiento de la ciudad donde se recibirán las delegaciones.
- Se necesita aliados estratégicos para la logística y seguridad.
- Se identifican los diferentes líderes y clubs moteros.
- Se desconoce la aceptación de los participantes de los distintos países.
- Loja es desconocida para algunos visitantes

### **8.4.3.3 Comunicación**

Según el análisis interno de la comunicación de Loja Custom Club, con relación al moto encuentro se identifica que:

- Existe buena comunicación a través de los medios digitales
- Se realizan sesiones programadas por los integrantes del club

#### 8.4.4 Matriz FODA

**Tabla 1 Matriz FODA**

	Positivos	Negativos
	Fortalezas:	Debilidades:
Internos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dispone de una fecha ya asignada.</li> <li>• Participación de LCC club en diferentes encuentros.</li> <li>• Buena relación de LCC con los diferentes clubs nacionales e internacionales.</li> <li>• Alto nivel hotelero y gastronómico de la ciudad de Loja.</li> <li>• Cultura y amabilidad de la ciudadanía lojana.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No existe experiencia previa.</li> <li>• No se ha realizado un evento anterior.</li> <li>• El número de integrantes de LCC es muy reducido.</li> <li>• La ubicación geográfica de la ciudad de Loja.</li> <li>• Los costes del evento superan el valor de las inscripciones.</li> </ul>
	Oportunidades:	Amenazas:
Externos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alto nivel de tecnología.</li> <li>• Buena relación con las autoridades.</li> <li>• No se aprovecha el potencial turístico de la ciudad de Loja.</li> <li>• Buena relación con los presidentes e integrantes de los distintos clubs.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El clima de la ciudad no es predecible.</li> <li>• Las características de las vías de ingreso a Loja.</li> <li>• Las instituciones pueden negar permisos correspondientes.</li> <li>• Problemas internos que pueden existir entre clubs.</li> </ul>

- No conocen la ciudad de Loja.
- Formar parte del Mega Rally de la comunidad Andina.
- Dificultad para obtener permisos correspondientes.
- Problemas personales entre los asistentes.

---

**Elaborado por:** Patricio E. Benitez O.

#### **8.4.5 Diagnóstico de la situación**

Una vez asignada la ciudad de Loja como sede para el primer Encuentro Internacional del Mega Rally Andino, analizando los factores a favor o en contra del mismo, no hay marcha atrás, ya que el encuentro esta programado y designado con fechas y días para su ejecución.

Loja Custom club se caracteriza por haber participado en todos los eventos que a realizado la comunidad Harley Davidson Ecuador, ha estado presente en los eventos realizados por los distintos clubs o grupos de amigos moteros desde su fundación, al igual que en eventos internacionales. Se espera la reciprocidad a este encuentro por las buenas relaciones adquiridas en este lapso de tiempo.

A veces existen rivalidades o discrepancias entre los clubs o grupos moteros, lo que afectaría el buen desenvolvimiento del encuentro, los cuales manejándolos organizadamente quedarían desapercibidos.

Debido a la falta de promoción de la ciudad de Loja, no se aprovecha el potencial turístico, encontrando una oportunidad a través del moto encuentro para dar a conocer todos los encantos de sus valles, su gastronomía, cultura y don de gente de sus ciudadanos.

Loja se encuentra distante en relación a las otras ciudades del Ecuador, lo que disminuiría el número de participantes, pero a la vez se vuelve una ventaja competitiva en el Mega Rally, ya que está en un punto medio de los otros países.

Loja tiene un clima variado que resulta impredecible saber como se encontrará durante esta temporada, ya que en agosto hay gran cantidad de lluvias y vientos por lo que se deben tomar precauciones para que no se dañe el encuentro.

La percepción de los visitantes sobre vías de ingreso a la ciudad de Loja es negativa, por lo que es importante informar la condición actual y seguridad de las mismas.

El club no tiene experiencia previa de la realización de un moto encuentro anterior, por lo que sus conocimientos son deficientes, razón por la cual proceden a contratarme para la organización, administración, y ejecución del mismo.

En comparación con otros clubs que tienen de 30 a 80 integrantes, Loja Custom Club posee un número reducido, contando únicamente con 14 socios activos.

Se necesita el apoyo de la empresa privada para poder realizar un evento de primera categoría. Al igual que el apoyo de las autoridades y de las instituciones a las cuales representan, para obtener los permisos correspondientes y de esta forma poder continuar con el encuentro, caso contrario no se realizaría.

## **9 CAPÍTULO II (Objetivos del plan de marketing)**

### **9.1 Objetivos del Plan de Marketing**

#### **9.1.1 Objetivo Principal**

- Persuadir a la participación del Encuentro Internacional Loja Custom Club 2019 en la ciudad de Loja.

#### **9.1.2 Objetivos Secundarios**

- Inscribir más de 100 participantes.
- Conseguir 3000 asistentes al encuentro.
- Convocar más de 5 países.
- Elaborar un paquete promocional del encuentro.
- Diseñar una propuesta comercial para sponsors.
- Realizar videos promocionales.
- Diseñar Afiches promocionales.
- Tour de medios.
- Rueda de prensa.
- Campaña en redes sociales.
- Identificar influencers.
- Elaborar Kits promocionales.

### **9.1.3 Organización Logística**

Se crean comisiones para cada una de las tareas asignadas en el moto encuentro, donde prestan su colaboración: Clubs Motos de la Ciudad de Loja, Cruz Roja Ecuatoriana, Cuerpo de Bomberos, Unidad de Control Operativo de Tránsito, Policía Metropolitana, Comisión de seguridad de Loja Custom Club y esposas de los integrantes del club.

### **9.1.4 Recibimiento**

Se establece dos puntos de encuentro para recibir las distintas delegaciones:

- Velacruz delegaciones de: (Perú, Chile, Bolivia, Brasil, Taiwán y Costa Ecuatoriana)
- Saraguro delegaciones de: (Venezuela, Colombia y Sierra Ecuatoriana)

Se realiza un convenio con el club de motos pisteras "Moto Club Riders Loja" para el recibimiento y escolta de las distintas delegaciones que nos visitan hacia la ciudad de Loja, llevando un distintivo de una pancarta gigante que da la bienvenida a los moto viajeros.

Escoltan 3 motos por grupo, ya que llegarán en distintos horarios con la finalidad de evitar aglomeración y accidentes.

### **9.1.5 Seguridad**

#### ***9.1.5.1 Soul Bikers Loja***

Funciones:

- Ubicar las motocicletas en el puesto específico en el sector de la pileta.
- Movilizar las motocicletas por la línea de seguridad.
- Vigilar que los peatones no sufran accidentes.
- Coordinar con ambulancias en caso de accidentes.
- Ubicar a los auspiciantes.
- Ubicar a los productores artesanales.



- Guiar en las calles colaterales o secundarias en las rutas de las iglesias.
- Guiar la rodada Loja-Vilcabamba y su retorno.
- Velar por la seguridad e integridad de los moto viajeros y de la ciudadanía en general.

#### ***9.1.5.2 Unidad de Control Operativo de Tránsito y Policía Metropolitana.***

Funciones:

- Escoltar y guiar a las distintas delegaciones desde el terminal terrestre al punto de encuentro "Sector la Pileta – Loja".
- Evitar el ingreso de motos que no estén inscritas en el moto encuentro.
- Ordenar el tráfico y cerrar el tráfico.
- Guiar a los participantes a los distintos hoteles donde se encuentran hospedados.
- Escoltar y dar seguridad en la ruta de las iglesias.
- Escoltar y dar seguridad en la rodada Loja-Vilcabamba y su retorno.
- Despedir a las delegaciones.

#### ***9.1.5.3 Cruz Roja Ecuatoriana, Cuerpo de Bomberos***

Funciones:

- Dar los primeros auxilios en caso de un accidente en los distintos puntos de encuentro y rodada, contando con el servicio de 2 ambulancias de tan distinguidas instituciones.

#### **9.1.5.4 Comisión de Seguridad**

Funciones:

- Conformar la brigada de seguridad y primeros auxilios integrada por socios activos de Loja Custom Club:

Pedro Alonso Armijos Valdivieso (Seguridad)

Ángel Jairo Espinoza Gonzales (Seguridad)

Jaime Gilberto Torres Torres (Seguridad)

Diego David Jaramillo Aguirre (Primeros Auxilios)

#### **9.1.6 Logística**

Para la realización del primer Encuentro Internacional se requiere la aprobación de los siguientes requisitos:

- Solicitud al Sr. alcalde
- Aprobación por la unidad de Gestión de Riesgos.
  - Comandante General de la Policía municipal
  - Encargado de la Unidad de Gestión de riesgos
  - Comisario de Ornato
- Autorización para realizar evento público dado por:
  - Gobernación de Loja
  - Intendente General de la Policía de Loja
- Aprobación del Encuentro dado por:
  - Unidad de control Operativo de Tránsito de Loja
- Permiso Cuerpo de Bomberos – Prevención de incendios.
- Autorización por parte de la Comisaría Nacional de Ornato de Loja.
- Autorización por la Jefatura de Coordinación de Parroquias (Municipio de Loja) Vilcabamba.
- Acta de compromiso entre el presidente de Loja Custom Club y el Municipio de Loja

Nota: Adjunto documentación en Anexos.

### **9.1.7 Hoteles**

Se solicita la autorización para el uso del predio de la Hostería "El Descanso del Toro" el día sábado 10 de agosto de 2019 desde las 11h00 hasta las 17h00, de la misma manera del Hotel Sonesta los días 9, 10 y 11 de agosto.

### **9.1.8 Músicos**

Se contrata los grupos de músicos Lojanos para las diferentes presentaciones según la cartelera establecida. (6 Bandas de Rock)

### **9.1.9 Elaboración de Kits**

Funciones:

- Designar grupos de trabajo a los miembros del club.
- Delegar comisiones para la entrega de los kits a los moto viajeros.
- Delegar comisiones específicas para validar la inscripción e ingreso de los moto viajeros.
- Entregar los distintivos personalizados a los participantes.

## 9.2 Descripción funcional del evento

Para la ejecución del moto encuentro se designará:

- 6 efectivos Policías
- 5 vallas
- 15 conos

### 9.2.1 Viernes 09 de agosto.

#### 9.2.1.1 Programa de recibimiento.

Ciudad de Loja:

- Se llevará a cabo el recibimiento en el Sector de la pileta a todas las delegaciones de motociclistas visitantes, para lo que se procederá con el cierre de vías a partir de las 12:30 pm

Zona de Cierres:

- (Segundo Cueva Celi — Segundo Puertas Moreno —Av. Orillas de Zamora y prolongación de la 24 de mayo — Zoilo Rodríguez) los cierres se mantendrán hasta las 18:00 pm.

Ruta de las iglesias:

- Se realizará el siguiente recorrido: Circuito Inicial 18:15 pm (Prolongación 24 de mayo — Zoilo Rodríguez — Santiago de las Montañas — Esmeraldas (Arco del Valle) a — Guayaquil CRUCE. - Redondel Zona Militar =Av. Gran Colombia —Puerta de la Ciudad CRUCE." Av. Emiliano Ortega — Bolívar CRUCE. -Mercadillo — 24 de mayo CRUCE'- Macará — Miguel Riofrío — Av. Orillas del Zamora Finaliza- Sector la Pileta. 19:30pm.

## 9.2.2 Sábado 10 de agosto.

### 9.2.2.1 Ruta Loja-Vilcabamba

- A partir de las 09:45 am se designará un patrullero y 4 Motorizados para trasladar a las delegaciones de motociclistas hasta 'la Parroquia' Vilcabamba "Parque Central". Por parte de la organización se solicita el mayor de los respaldos por seguridad. Ya que prevén un considerable número de participantes.
- El patrullero se ubicará para que encabece la caravana motorizada, mantendrá su ritmo dentro del rango moderado en la vía Loja-Vilcabamba 70Km/h. Los motorizados respaldarán la parte final de la caravana, para guardar la distancia de los participantes y el flujo vehicular.
- Dar las indicaciones antes de partir con la ruta establecida, el efectivo a cargo dará indicaciones de seguridad a los participantes en conjunto con el organizador.
- Al arribo, en la Parroquia Vilcabamba con las delegaciones de motociclistas, se destinará el costado derecho sobre las calles (Av. Loja entre Diego Vaca de Vega y Luis Fernando de la Vega), únicamente para exposición de las motocicletas ya que es un número considerable de participantes.
- Se designará un patrullero del Segundo turno para que preste la colaboración de acuerdo a lo programado a las 17:00 pm, Retorno Vilcabamba – Loja.

### **9.2.3 Responsabilidad.**

- Encabezar la caravana motorizada
- Garantizar la seguridad de los participantes
- Realizar los respectivos cierres de vías y brindar seguridad a los motociclistas
- Mantener íntegra la seguridad de los moto viajeros desde el inicio hasta el final de la caravana.

### 9.3 Priorización de públicos objetivos

El Público objetivo es un recorte demográfico, socioeconómico y comportamental de un grupo compuesto por los futuros consumidores del producto o servicio. Es para quien va dirigida las acciones de Marketing y Ventas. En otras palabras, encontramos el cliente ideal y a quien le interesa recibir información de las promociones del presente plan de marketing.

No conocer bien a tu público hace que la comunicación sea muy generalista o incluso equivocada, pero conozco a mi padre que es Harlista y los rasgos de sus amigos, gustos, edades e intereses, por lo que es fácil identificar el target Group del proyecto para dirigir la campaña digital.

**Tabla 2 Público Objetivo**

Público Objetivo	
Edad	30 a 75 años
Sexo	Masculino
Ubicación	Ecuador – Perú – Colombia -Bolivia - Chile
Formación educativa	Superior
Poder Adquisitivo	Bueno y Muy Bueno
Clase Social	Media – Media Alta y Alta
Hábitos de consumo	Bebedor Social - Fiestas
Gustos en común	Harley Davidson, Motocicletas, Rodar

Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

## 9.4 Factores críticos del éxito

**Ilustración 2 Factores críticos de éxito**



**Elaborado por:** Patricio E. Benitez O.

Se identifica los factores críticos del éxito, donde el precio debe ser atractivo para los posibles participantes. La publicidad y personalización va dirigido según el mercado referencia basado en el cuarto peldaño de la pirámide de Maslow.

El ser parte del Mega Rally Andino, permite al encuentro tener un realce importante en el ámbito Internacional, además debe contar con una excelente imagen corporativa, en conjunto con regalos personalizados para que los Harlistas sientan un impulso de participación, de tal manera que no puedan perderse esta oportunidad.

El establecer conversaciones del moto encuentro con los cabezas de grupos, presidentes y líderes, genera la necesidad de asistir a los miembros de cada club.

Para finalizar se debe promocionar el moto encuentro como un servicio que es único e irrepetible, que la ciudadanía y los participantes no se lo pueden perder.



## **10 CAPÍTULO III (estrategias del plan de marketing)**

### **10.1 Elaboración y selección de estrategias**

Para la selección de estrategias se analiza el público objetivo y la posición de la organización frente a los clientes o participantes.

- Los clientes son nuevos
- Comunidad pequeña
- Comunidad fuerte
- Comunidad fiel

#### **10.1.1 Estrategia de segmentación**

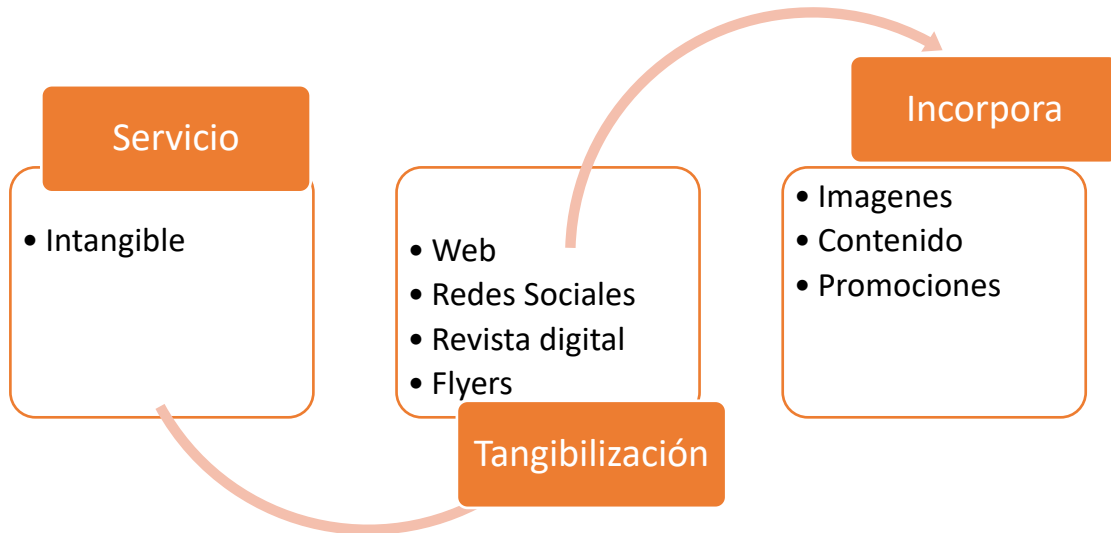
Dentro del marketing estratégico, la estrategia de segmentación de mercado divide el mercado en grupos con características y necesidades semejantes para poder ofrecer una oferta diferenciada y adaptada a cada uno de los grupos objetivo. Esta estrategia también nos ayuda a descubrir nuevos mercados y adaptar nuestra oferta a dicho target Group.

### **10.2 Estrategias funcionales**

La estrategia funcional nos ayudará a tomar las decisiones estratégicas necesarias sobre las 4P del Marketing Mix: producto, precio, plaza o comunicación y promoción o distribución. Las 4P tendrán que trabajar de forma coherente entre si.

### 10.2.1 Producto

**Ilustración 3 Producto**



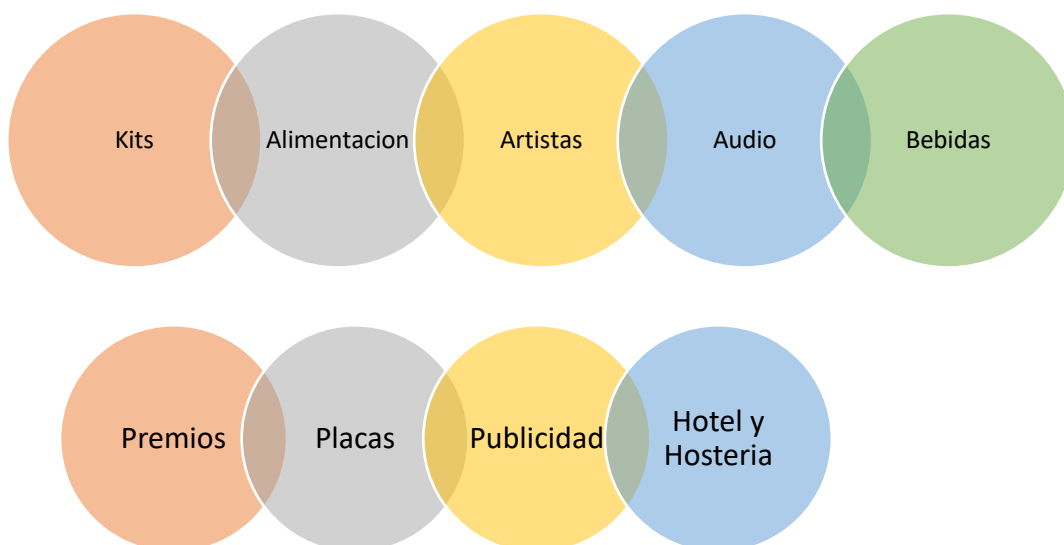
Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

Al ser un servicio intangible, se convierte en un servicio tangible a través de la digitalización

### 10.2.2 Precio

Se analiza los costes del producto determinando los gastos de

**Ilustración 4 Precio**



Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

Además, analizamos los precios de inscripción, que va de \$130 a \$200 en Ecuador, por lo que se utiliza como estrategia de precio, un valor cómodo de \$120 para el varón y \$80 para la mujer.

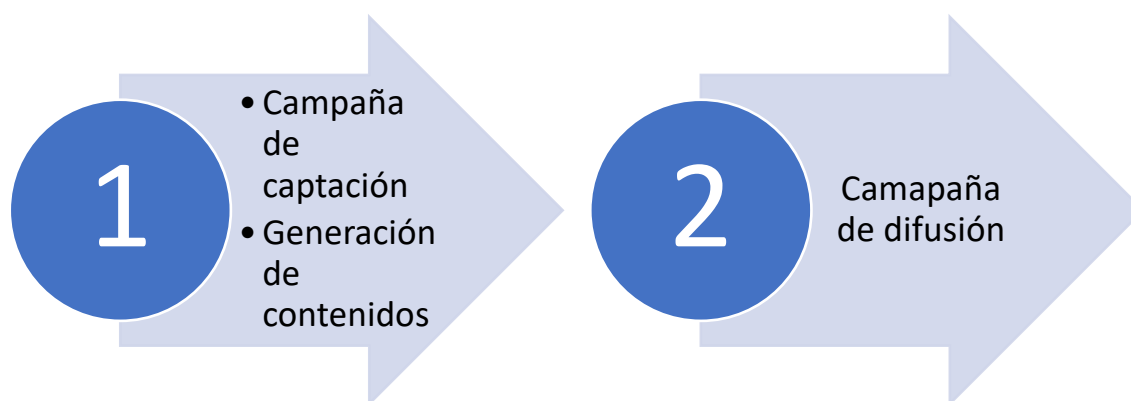
No existe un modelo de negocio, la intención es que sea un evento familiar, sin fines de lucro y de integración motera.

### 10.2.3 Plaza

El medio por el que se promocioe va ser digital 80% (Marketing Directo) dirigido a los posibles participantes en Ecuador, Perú, Colombia, Bolivia y Chile y 20% publicidad tradicional dirigido a la ciudadanía Lojana.

### 10.2.4 Promoción

#### Ilustración 5 Promoción



Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

## **10.3 Plan de acción**

### **10.3.1 Plan de producto**

Comercializamos un producto estrella, el cual esta planificado para ser único e irrepetible ya que cuenta con regalos personalizados. Los cuales tienen un valor sentimental que no se puede adquirir en ningún lugar.

Realizamos un mix de las teorías (Personalización + Emociones + Reconocimiento) nos preguntamos ¿como lo conseguimos?

#### ***10.3.1.1 Gastronomía***

Se ofrecen sabores únicos de la gastronomía lojanas durante los eventos.

- Cena de Bienvenida (Parrillada)
- Comida Típica (Cecina)
- Cena Clausura (Plato Gourmet)
- Postres (Varios)
- Bebidas

#### ***10.3.1.2 Diversión***

- Show Artístico (Conciertos / Fiestas)
- Barra Libre (Whisky - Cocteles y Sorpresas)
- Fiesta Privada (Recibimiento / Clausura)
- Pruebas motorizadas (Quema de llanta / Sonido de motores)
- Juegos y Concursos

#### ***10.3.1.3 Cultura***

- Evento Cultural (Parque Central Vilcabamba)

- Degustaciones (Productos Locales)
- Baile Folclórico

#### **10.3.1.4 Ecológico**

- Rodada (Loja-Vilcabamba / Vilcabamba -Loja)

#### **10.3.1.5 Promociones**

El enganche para los participantes son los regalos completamente personalizados.

##### 10.3.1.5.1 Chaqueta

Se diseña un producto único y moderno, con el distintivo del logo del Encuentro Loja Custom Club, además tiene la bandera de Ecuador que genera un sentido de pertenencia para los ecuatorianos y un recuerdo de un encuentro Internacional para los países que nos visitan.

##### 10.3.1.5.2 Camiseta

La camiseta mantiene el mismo estilo convirtiéndose en un complemento del conjunto, con la presencia del logo del evento y el logo de Loja Custom Club.

##### 10.3.1.5.3 Gorra

Es un accesorio bastante útil para los motociclistas, de algodón y bordado el logo Harley con la insignia en la parte posterior "Rally Loja Custom Club 2019", lo que hace de este artículo, un producto invaluable.

##### 10.3.1.5.4 Certificado

Se entrega un certificado de participación personalizado a cada uno de los participantes. El mismo que lucirá en los estantes de los Harlistas.

#### 10.3.1.5.5 Pin

El pin personalizado y en alto relieve, es un recuerdo que se entrega a los motociclistas que se han hecho acreedores por su trayecto en el viaje, los exhiben orgullosamente en los chalecos de ruta.

### 10.3.1.6 Chaqueta

#### Ilustración 6 Chaqueta

**CHAQUETA**



**BANDERA**  
Logo Evento  
Loja Custom Club

**BANDERA**  
Ecuador

**CHAQUETA LIMITED**  
HARLEY DAVIDSON - RALLY LOJA



**LOGO**  
Harley Davidson

### 10.3.1.7 Camiseta

#### Ilustración 7 Camiseta



Elaborado por: Patricio E. Benitez O.



### 10.3.1.8 Gorra, Certificado y Pin

Ilustración 8 Gorra, certificado y pin



### 10.3.2 Camisetas Multi-marca

#### Ilustración 9 Camisetas Multi-marca

## CAMISETAS



### BMW MOTOR SPORT



### KAWASAKI



### KTM KTM



Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

Nota: Se diseñó los kits dependiendo de la marca de la motocicleta, siendo 100% personalizados.

### 10.3.2.1 Membresía

Ilustración 10 Membresía Loja Custom Club

MEMBRESÍA



GRATIS



		<b>40%</b> <small>DESCUENTO</small>
1 Chompa	Barra Libre	Descuentos Tiendas
		<b>%</b>
1 Camiseta	1 Parrillada	Tarifas Hoteles
		
1 Gorra	1 Comida Gourmet	Acceso Inauguración
		<b>PARTY</b>
1 Certificado	1 Comida Tipica	Acceso Clausura
		
1 Pin	Acceso Concierto	Participación Rodada

**MEMBRESÍA**  
Rally Loja Custom Club

La inscripción al Moto-Encuentro Internacional te otorga una membresía durante el evento que te permitirá gozar de una serie de beneficios completamente GRATIS con su inscripción, regalos, tarifa preferencial en nuestra cadena de hoteles afiliados, descuentos en tiendas, acceso a fiestas privadas y muchas sorpresas más.

**WELCOME TO LOJA**  
Bienvenido a Loja

Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

La membresía es un paso clave en la personalización, ya que cada carnet entregado fue 100% personalizado con la fotografía del conductor, la bandera según su nacionalidad y los nombres respectivamente.

Se lo utiliza para la entrega de los kits, acceso a las fiestas, barra libre, comidas, descuentos en locales comerciales, tarifas preferenciales en los hoteles entre otros.

### Ilustración 11 Placa Sudamérica



### 10.3.2.2 Placas

#### 10.3.2.2.1 Clubs

Dentro de los productos personalizados nos encontramos con las placas que se entrega a cada club en este tipo de encuentro.

Al ser un encuentro Internacional reflejamos todos los países que asisten a este moto encuentro Internacional Loja Custom Club

### 10.3.2.2.2 Reconocimientos

Reconocimientos a las siguientes designaciones:

- Mejor Motocicleta del evento "Harley Davidson".
- Mejor Motocicleta del evento "Clásica".
- Mejor Motocicleta del evento "Doble Propósito".
- Mejor Motocicleta del evento "Pistera".
- Primer Inscrito.
- Olimpiadas Loja Custom Club.
- Reconocimiento a las Autoridades.
- Reconocimiento a las Instituciones.
- Sponsors.

#### Ilustración 12 Placa Premios



Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

### Ilustración 13 Placa Fuerza de Ventas

#### 10.3.2.2.3 Fuerza de ventas



Elaborado por: Patricio E. Benítez O.

Se realiza un reconocimiento a todas las personas de fuerza de ventas, ya que ellos garantizaron el éxito del evento y la presencia de los participantes.

### 10.3.3 Plan de precio

La intención aparte de captar clientes, es que el encuentro sea familiar, se genera una promoción especial para el sexo femenino realizando un descuento del 30%.

Hombres: \$120

Mujeres \$80

En el moto encuentro las mujeres gozan de los mismos beneficios y privilegios que los hombres, se cubren los gastos sin tener utilidad, con el sobrante de las cuotas de los varones se nivela los gastos. (técnicamente se lo conoce como enganche)

### 10.3.4 Plan de Plaza

Se divide en 2 segmentos (Marketing Directo y Publicidad Tradicional)

#### 10.3.4.1 Marketing Directo (on-Line)

##### 10.3.4.1.1 Email marketing

El marketing directo por correo electrónico permite enviar ofertas y anuncios a los participantes, ya que se genera una base de datos con los inscritos.

##### 10.3.4.1.2 "Marketing por catálogo"

Los catálogos migran al internet y son digitales, la difusión se realiza por vía Mailing a los contactos obtenidos en la base de datos y por vía WhatsApp a través de los influencers de cada Club o grupos moteros del Ecuador, al igual que los clubs del Mega Rally Andino.

**Ilustración 14 Revista Digital**



Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

#### 10.3.4.1.3.4 "Redes sociales"

Las social media han cambiado profundamente el marketing directo. A través de estas plataformas sociales se realiza un diálogo directo con los posibles participantes. Ofreciéndoles el evento de manera continua y directa con contenido atractivo y variado.

### Fotografía 16 Fan page facebook



#### 10.3.4.1.3.1 Fan Page Facebook

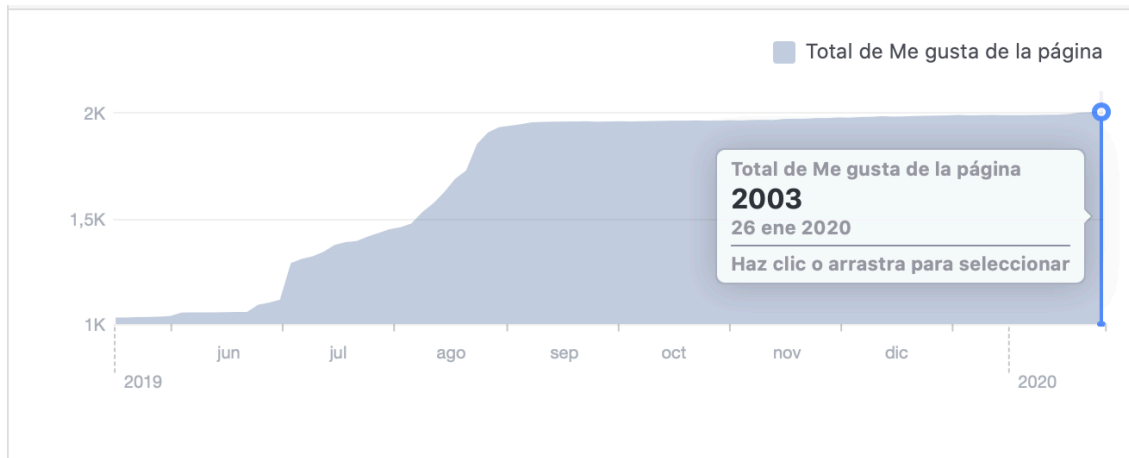
Se crea la página oficial del club el 31 de mayo de 2010 por los integrantes del club.

Esta página oficial cuenta con 1031 seguidores al 1 de mayo de 2019 y se consigue 2003 seguidores hasta el 26 de enero del 2020

Fuente: <https://www.facebook.com/LojaCustomClub>



### Ilustración 15 Seguidores Facebook



Fuente: <https://www.facebook.com/LojaCustomClub>

#### 10.3.4.1.3.2 "Video Promocional"

Se realiza un video promocional del moto encuentro, el cual fue segmentado según el Target Group con un alcance de 35000 personas, de las cuales 5384 dieron seguimiento.

### Ilustración 16 Rendimiento video promocional

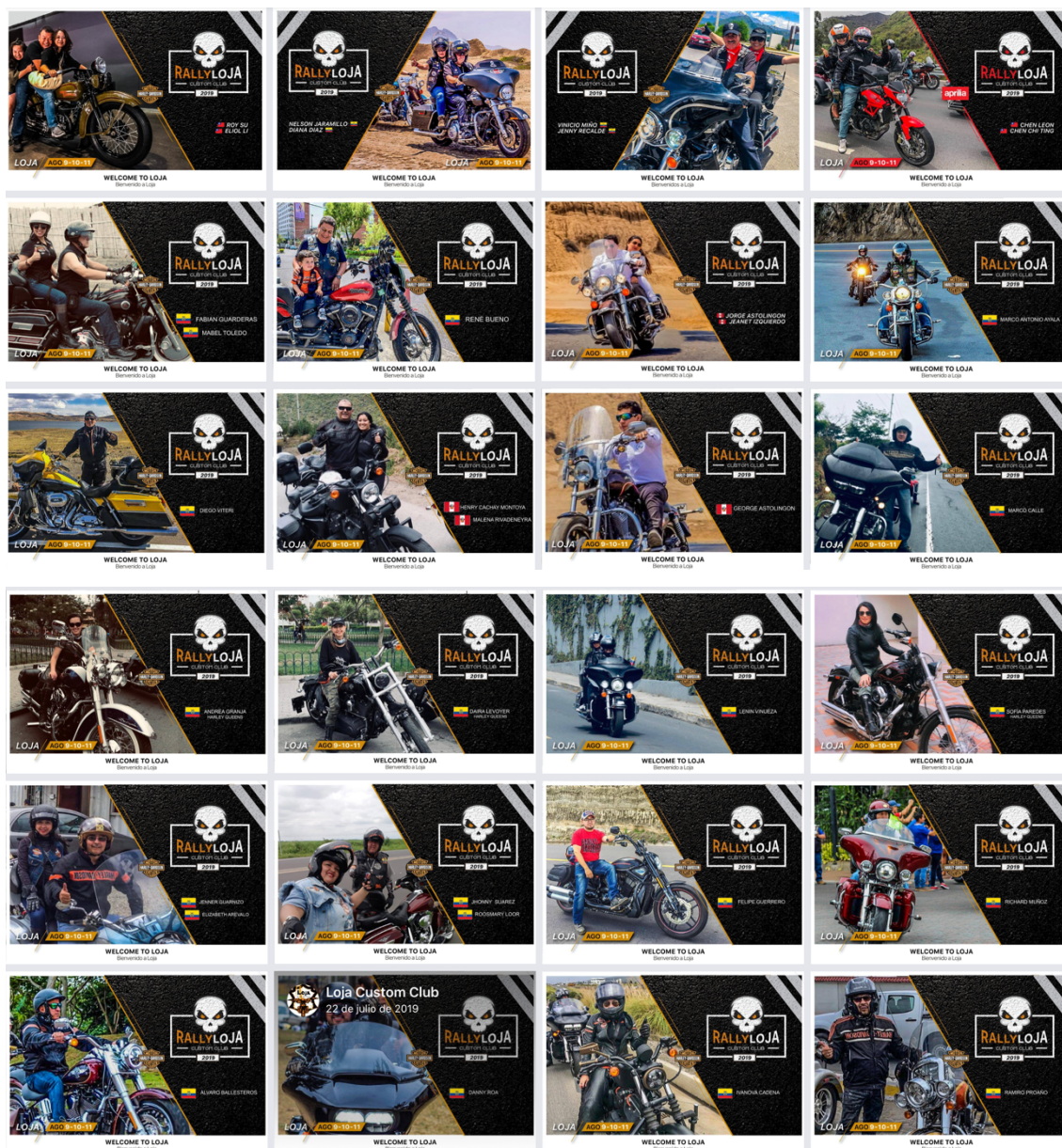


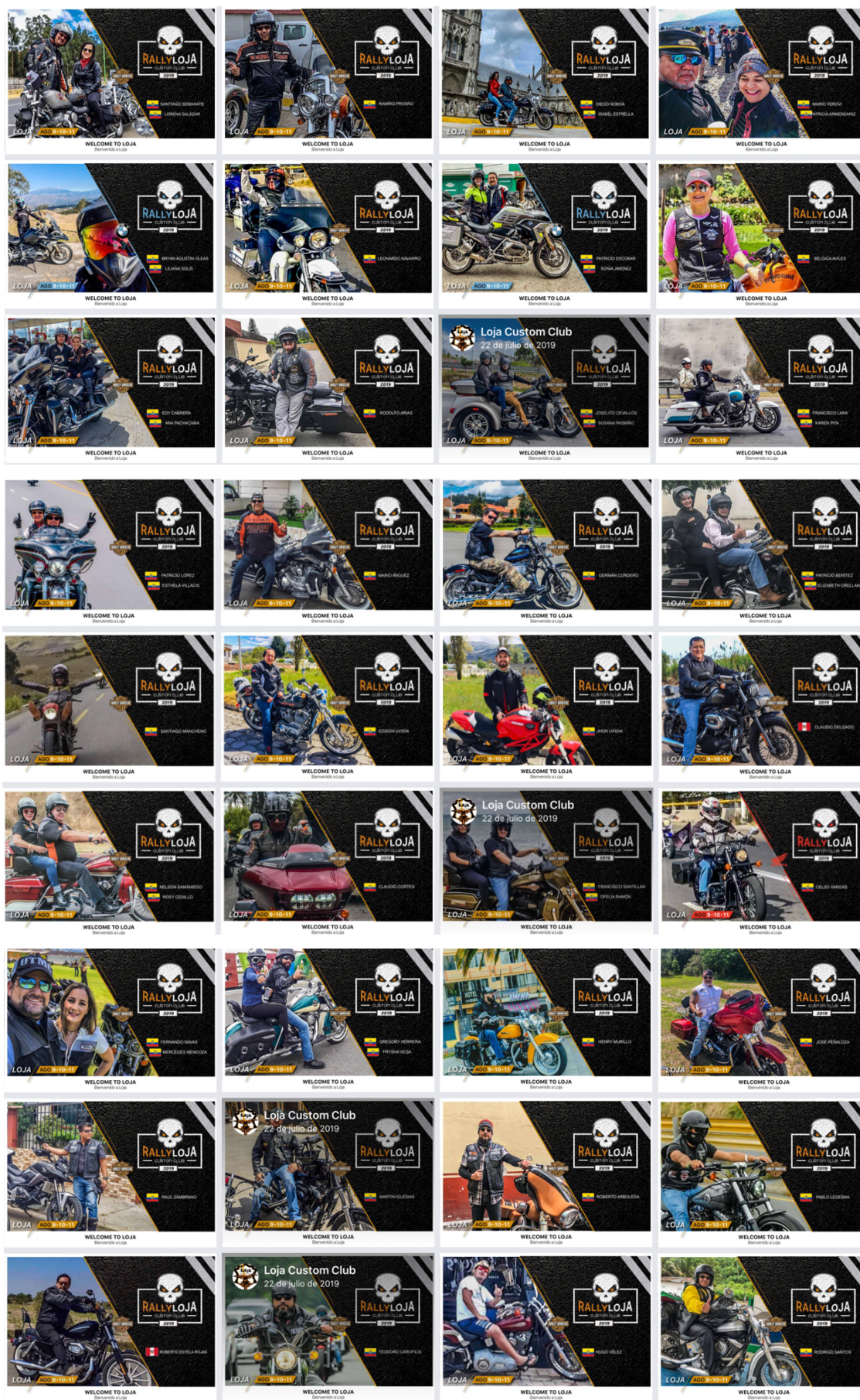
Fuente: <https://www.facebook.com/LojaCustomClub>

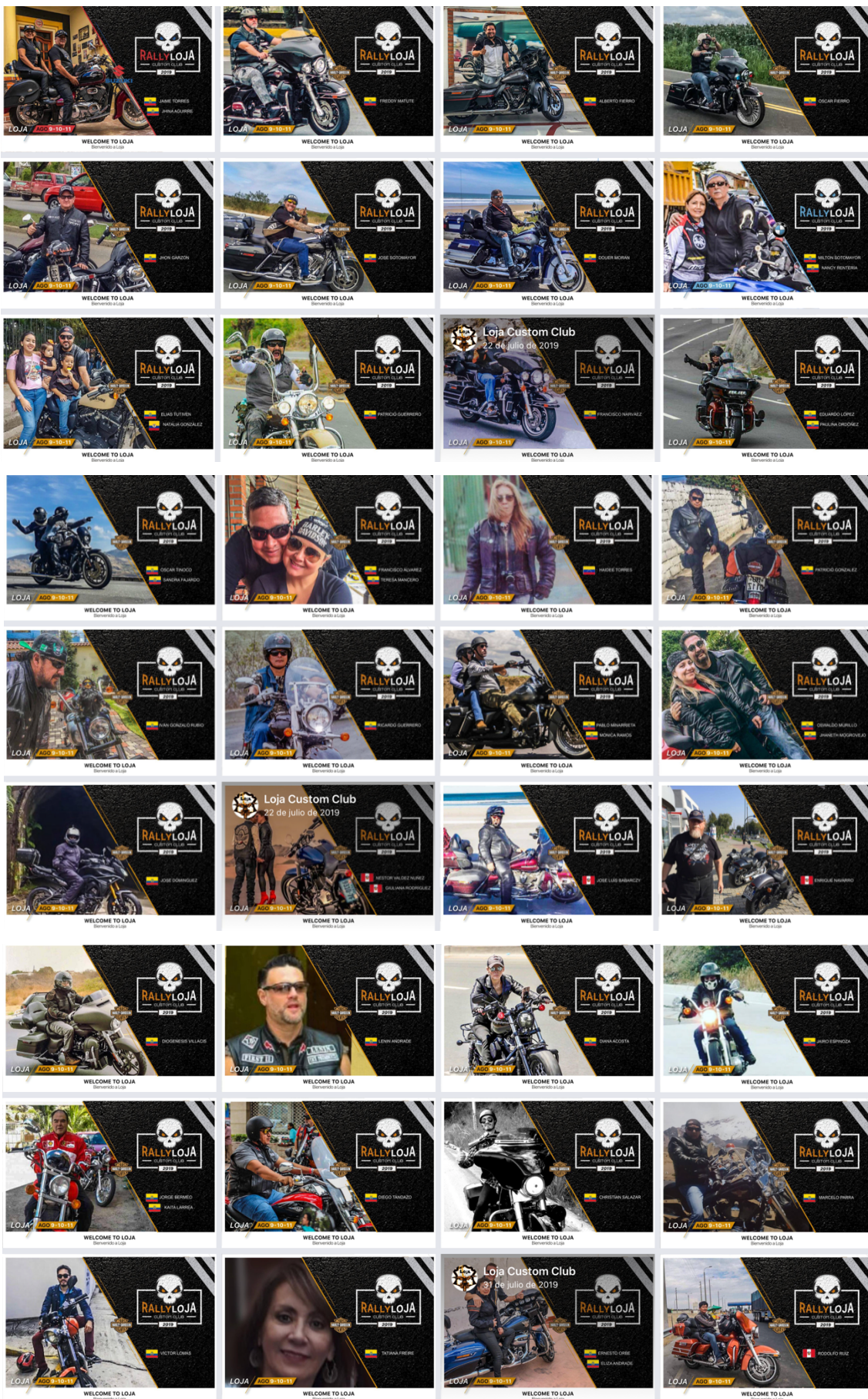
### 10.3.4.1.3.3 "Credenciales y membresías"

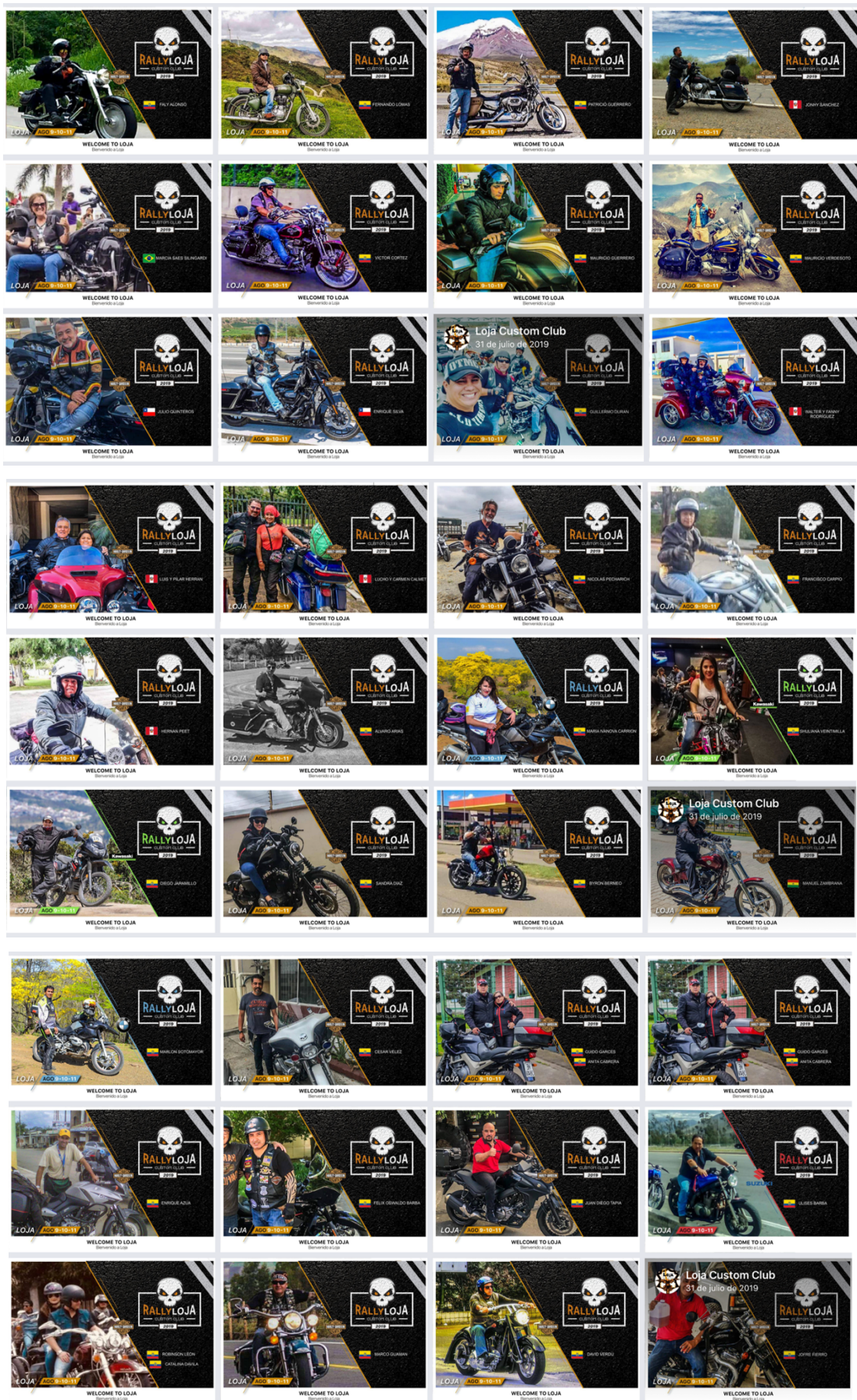
Las credenciales y membresías personalizadas generan un sentido de fidelidad y pertenencia, las cuales causan un boom en las redes sociales, al compartir en la página de Loja Custom Club los motociclistas empiezan a usarla como foto de perfil en sus redes sociales personales, además comparten en sus muros y redes en general, dando como resultado una gran acogida al moto encuentro, convirtiéndose en moda entre los motociclistas, posicionando al moto encuentro como tal.

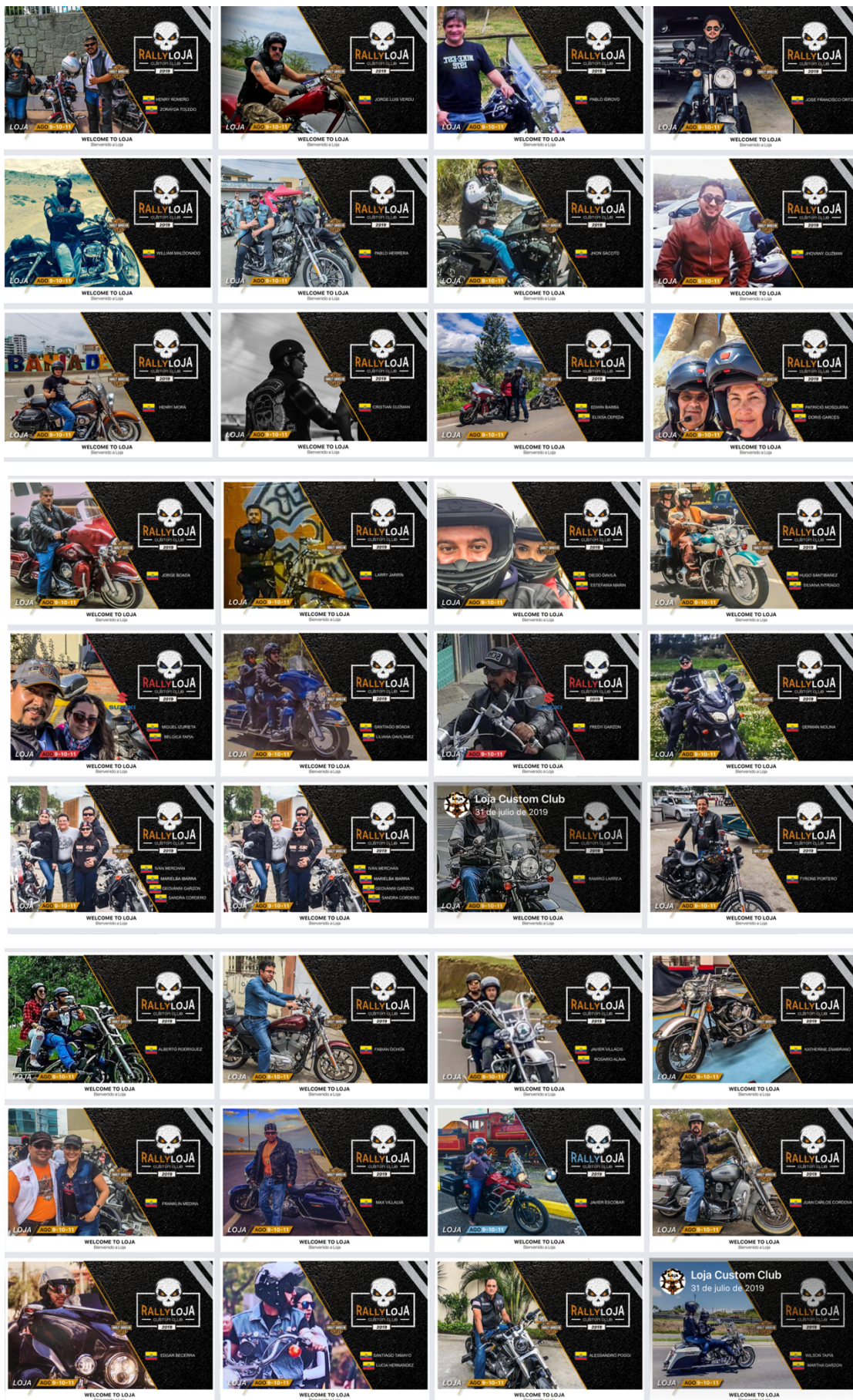
### Ilustración 17 Credenciales

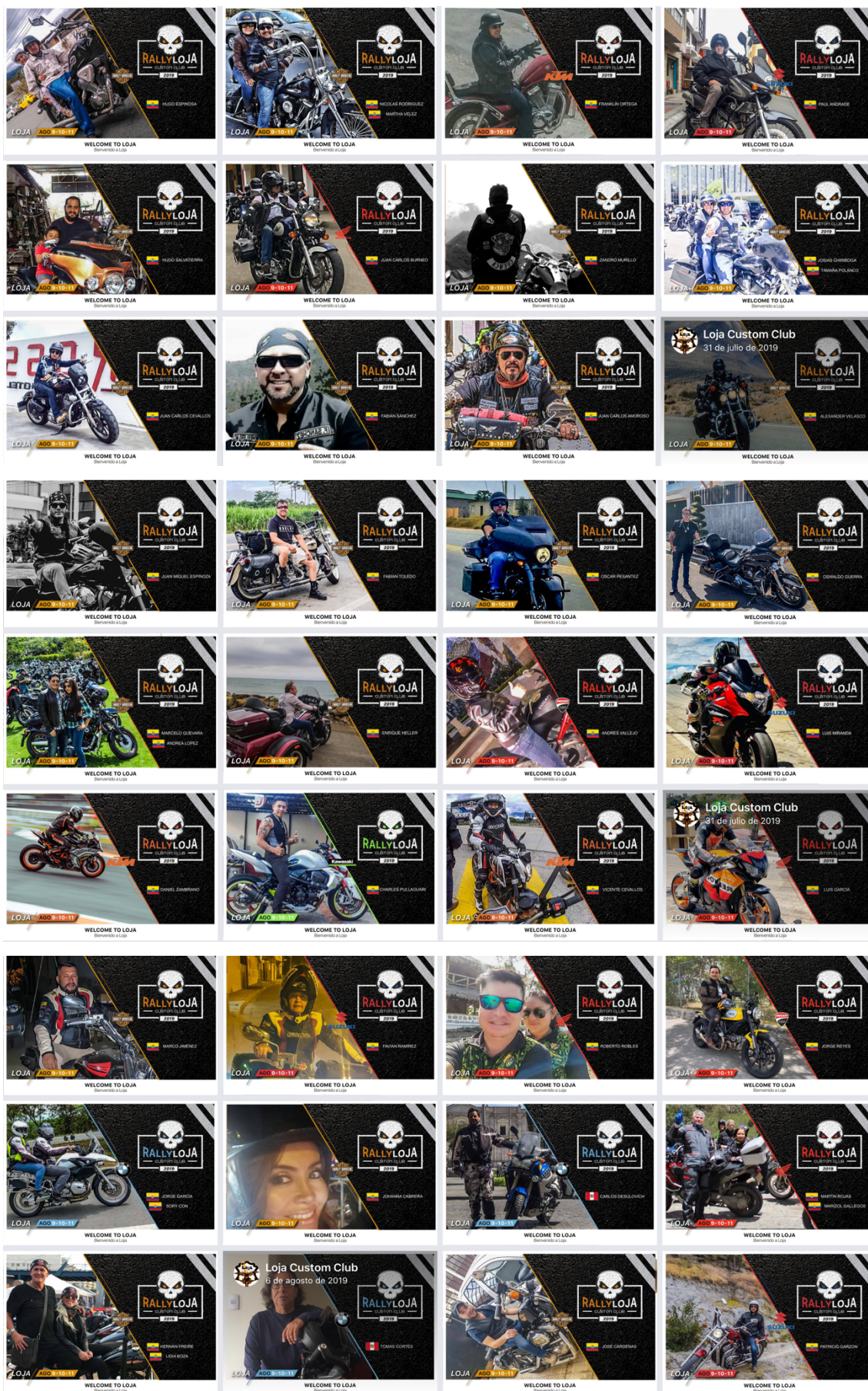














Elaborado por: Patricio E. Benitez O.



### Ilustración 18 Campaña faltan x días

#### 10.3.4.1.3.4 "Faltan X días"

El ser humano se caracteriza por esperar una fecha o día en especial como navidad, un cumpleaños, un evento, la llegada de un ser querido o la fecha de salir de vacaciones.

Se genera con este tipo de publicidad la expectativa, por que el reloj empieza a correr en contra, si no te inscribes te quedas fuera.

La campaña "faltan x días" se lo realiza durante el último mes, Los cupos de inscripciones se agotaron 15 días antes del cierre.

Obteniendo el sorprendente número de 300 inscritos.



WELCOME TO LOJA  
Bienvenido a Loja

Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

## 10.3.4.1.3.5 "Agradecimiento"

## Ilustración 19 Campaña agradecimiento



Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

Fuente: <https://www.facebook.com/LojaCustomClub>

Muchos clubs o participantes dejan al final para realizar la inscripción, este tipo de campaña se utiliza para poder persuadir a los clientes, como una urgencia, las tiendas la utilizan como últimas unidades disponibles o dan a entender que hay pocos en stock.

En este caso funcionó, cuando no existían cupos por la logística preparada, apenas se comunicó que los cupos están llenos 300/300 comenzaron a llegar llamadas de distintos clubs e independientes para su inscripción.

La capacidad del hotel era únicamente para 240 personas, pero se realizó una adecuación colocando mesas alrededor de la piscina para recibir los 300 participantes sin dañar la calidad del moto encuentro.

Aproximadamente 200 participantes no pudieron inscribirse. No se puede sacrificar la calidad por la cantidad.

#### 10.3.4.1.4 Hoteles

Se llega a un acuerdo con los hoteles de la localidad, generando descuentos y tarifas especiales que sean atractivas para los moto viajeros, se realiza un canje con publicidad en redes y en ventas por catálogo, para ser parte de la oferta del Mega Rally.

## Ilustración 20 Campaña Hotel Sonesta

Sonesta Hotel Loja  
Sede oficial evento internacional

 **SONESTA**  
LOJA



Sonesta Hotel Loja, un acogedor hotel premium 5 estrellas en Loja, cuenta con 73 modernas habitaciones con excelente vista a la ciudad e iluminación natural, se encuentra ubicado en la ciudadela Zamora, sector residencial que se caracteriza por su seguridad y tranquilidad. Estamos a 5 minutos del centro de la ciudad y a 45 minutos del Aeropuerto Ciudad de Catamayo.

### Habitación Sencilla

PVP NORMAL: \$120

**86**<sup>50</sup>  
Valor incluido impuestos

Tarifa Preferencial  
Evento Internacional

Smart TV 43"  
Escritorio de trabajo  
Cajilla de seguridad digital  
Servicio telefónico  
Wifi gratis

Maletero  
Secador de cabello  
Plancha y mesa  
Cafetera  
Nevera

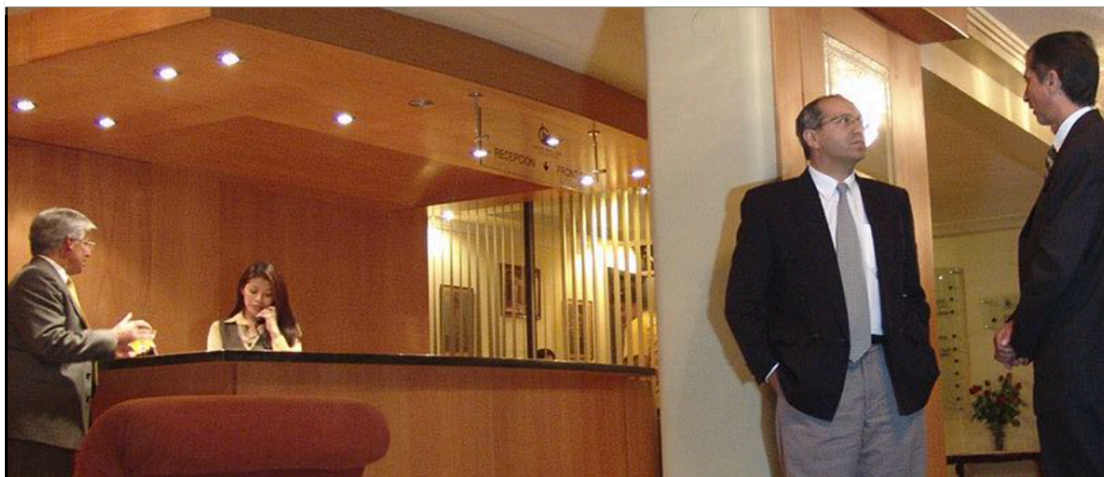


Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

Por primera vez se logra que la capacidad instalada del hotel Sonesta este completamente llena antes de la fecha del moto encuentro.

## Ilustración 21 Campaña Grand Hotel Loja

**Grand Hotel Loja**  
Hotel oficial evento internacional



Estamos ubicados a 30 minutos del Aeropuerto Ciudad de Catamayo, en pleno centro histórico, turístico, comercial y bancario de la ciudad, en pocos minutos estará en una reunión de negocios, museos, parques y lugares de entretenimiento que ofrece nuestra ciudad.

Contamos con 52 confortables habitaciones, suites distribuidas en dos categorías, Junior Suite y Suite Ejecutivas, renovadas y equipadas con todos los servicios necesarios para que los viajeros de negocios y placer disfruten de una agradable y cómoda estadía con nosotros.

### Habitación Individual

PVP NORMAL: \$40

**36<sup>00</sup>**

Valor incluido impuestos

Tarifa Preferencial  
Evento Internacional

### Habitación Matrimonial

PVP NORMAL: \$61

**53<sup>00</sup>**

Tarifa Preferencial  
Evento Internacional

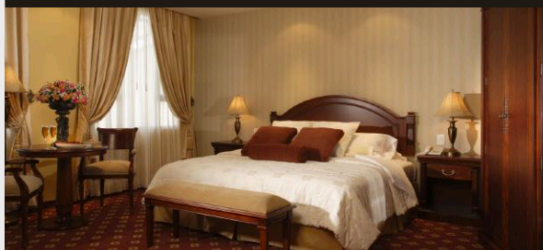
Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

## Ilustración 22 Campaña Hotel Grand Victoria

**Hotel Grand Victoria**  
Hotel oficial evento internacional



El Grand Victoria Boutique Hotel abrió sus puertas el 26 de julio del 2007. Es una hermosa propiedad de estilo republicano, que brinda a sus huéspedes un entorno natural inmerso en la bellísima ciudad de Loja. Por sus amplias instalaciones y su impecable servicio, lo invita a vivir días inolvidables, hospedándose en el hotel más emblemático de la ciudad, con la mejor gastronomía local e internacional.



### Habitación Sencilla

PVP NORMAL: \$85

**73**<sup>20</sup>

Valor incluido impuestos

Tarifa Preferencial  
Evento Internacional

Habitación alfombrada  
Cama Queen size  
Minibar  
Caja fuerte  
Escritorio  
Televisión por cable  
Baño privado

Amenities  
Bata de baño  
Juego de toallas.

La mayoría de nuestras  
habitaciones simples  
son internas.

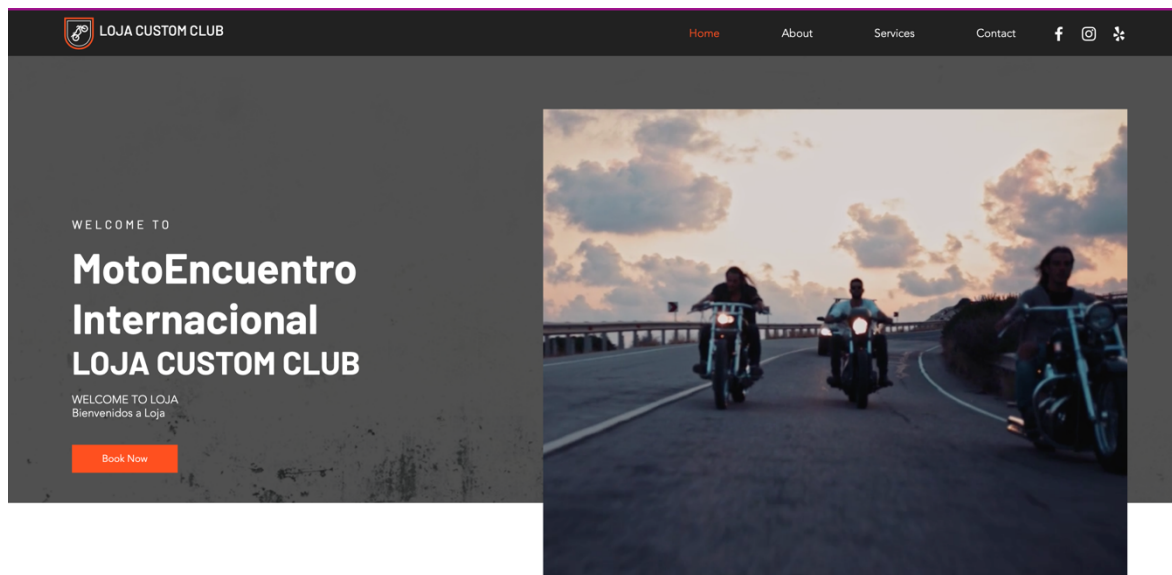
Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

Los clientes a través del código "Loja Custom Club" utilizan los descuentos promocionales, consiguiendo llenar 5 hoteles de la localidad.

### 10.3.4.2 Página Web

#### Ilustración 23 Campaña Página web

##### 10.3.4.2.1



**Elaborado por:** Patricio E. Benitez O.

**Fuente:** [www.lojacustomclub.com](http://www.lojacustomclub.com)

La Creación de una página web, da confianza así mismo permite al usuario revisar libremente las características del producto que se esta ofreciendo.

La página cuenta con la opción de seleccionar el plan que se ajuste a sus necesidades y pago en línea por transferencia, PayPal o tarjeta de crédito.

BOOK NOW

## Our Services

Now Available for Booking

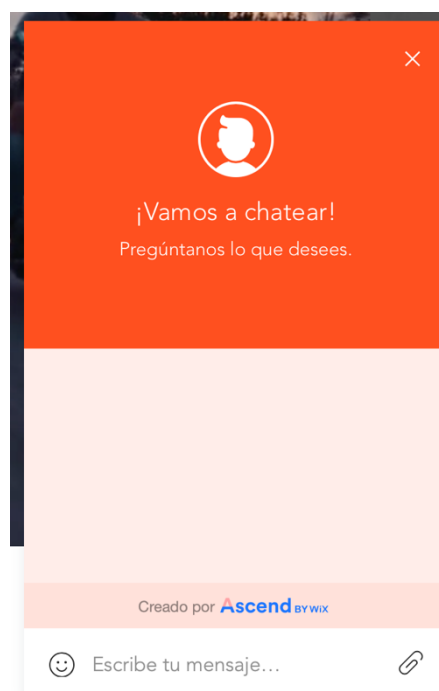
<b>Inscripción Evento (Piloto)</b> <a href="#">Leer más</a>	Comienza el 09, Aug, 2019 \$120	<a href="#">Book Now</a>
<b>Copia de Inscripción Evento (Pareja)</b> <a href="#">Leer más</a>	Comienza el 09, Aug, 2019 \$200	<a href="#">Book Now</a>

**Elaborado por:** Patricio E. Benitez O.

**Fuente:** [www.lojacustomclub.com](http://www.lojacustomclub.com)

Además, permite tener contacto directo con los clientes a través de la plataforma de chat en vivo, la cual permite asesorar con información del encuentro o para resolver dudas a los participantes.

Permite adjuntar información, fotos, videos, incluso, las revistas digitales con las promociones específicas.



**Elaborado por:** Patricio E. Benitez O.

**Fuente:** [www.lojacustomclub.com](http://www.lojacustomclub.com)



### 10.3.4.3 Publicidad Tradicional

#### 10.3.4.3.1 Tour de Medios

Se genera un calendario de medios para asistir a las diferentes entrevistas del moto encuentro, los cuales fueron transmitidos por redes sociales y a través de los principales medios locales. El objetivo es captar la atención de la ciudadanía.

#### 10.3.4.3.2 Rueda de prensa

Ilustración 24 Afiche rueda de prensa



Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

La rueda de prensa jugó un papel fundamental para llegar a la ciudadanía a través de los medios de comunicación como televisivos, radio y prensa escrita, dando a conocer la totalidad de la programación del moto encuentro internacional Loja Custom Club.

Además, los auspiciantes gozan de la posibilidad de hacer presencia de marca en dichos eventos.

#### 10.3.4.3 Pancartas Publicitarias

Las pancartas publicitarias están colocadas en lugares estratégicos de la ciudad donde consta la cartelera artística y los eventos públicos para la ciudadanía:

- Parques
- Centros comerciales
- Patios de comidas
- Terminales

**Ilustración 25 Pancarta Publicitaria  
Culturanomade**



WELCOME TO LOJA  
Bienvenido a Loja

Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

**Ilustración 26 Pancarta Publicitaria  
Gema Salomé**



WELCOME TO LOJA  
Bienvenido a Loja

Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

**Ilustración 27 Pancarta Publicitaria  
Fuera de Sitio**



WELCOME TO LOJA  
Bienvenido a Loja

Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

**Ilustración 29 Pancarta Publicitaria  
Omid Forootan**



WELCOME TO LOJA  
Bienvenido a Loja

Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

**Ilustración 28 Pancarta Publicitaria  
Roxanne**



WELCOME TO LOJA  
Bienvenido a Loja

Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

**Ilustración 30 Pancarta Publicitaria  
Pink Tomate**



WELCOME TO LOJA  
Bienvenido a Loja

Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

Ilustración 31 Pancarta Publicitaria  
"Calle Lourdes"



Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

Ilustración 33 Pancarta Publicitaria  
"Pedestal"



Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

Ilustración 32 Pancarta Publicitaria  
"San Sebastián"



Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

Ilustración 34 Pancarta Publicitaria  
"Teatro Benjamín Carrión"



Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

**Ilustración 35 Pancarta Publicitaria  
"El Valle"**



Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

**Ilustración 36 Pancarta Publicitaria  
"Parque Eólico"**



Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

### Ilustración 37 Flyers Publicitarios



Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

Coincide que hay un encuentro en la ciudad de Manta (San Clemente) antes del encuentro Internacional Loja Custom Club.

Se identifica como oportunidad, y como target directo a los participantes, razón por la cual los representantes de Loja Custom Club entregan los flyers con la información respectiva.

El presidente del Club Manta Riders, Hugo Santibañez enuncia que: es obligatorio asistir para sus miembros, por la presencia de Loja Custom Club en su evento.

### 10.3.1 Agregado de fuerza de ventas

Se identifica los principales representantes de los distintos grupos o clubs del Ecuador y de otros países, quienes colaboraron de forma directa y participaron en el encuentro.

Vinicio Miño, Lenin Vinuesa, José Andrés Sotomayor, Teodoro Carofilis, Santiago Boada, Juan Espinoza, Patricio Guerrero, George Astolington, Lucho Calmet, Mario Yerovi, Diego Viteri.

**Fotografía 17 Fuerza de Ventas**



Fuente: Propiedad del autor

## 10.4 Presupuesto del Plan de Marketing

**Tabla 3 Presupuesto Moto Encuentro Internacional Loja Custom Club**

#	Presupuesto	Costo	Total
1	Gastos Operativos	\$ 220,00	\$ 220,00
1	Gastos Administrativos	\$ 570,00	\$ 570,00
1	Hoteles y Alimentación	\$ 26.110,00	\$ 26.110,00
1	Kits	\$ 10.320,00	\$ 10.320,00
1	Publicidad	\$ 3.023,00	\$ 3.023,00
1	Show Artístico	\$ 2.486,00	\$ 2.486,00
1	Audio	\$ 1.550,00	\$ 1.550,00
1	Bebidas	\$ 1.238,00	\$ 1.238,00
1	Premios	\$ 800,00	\$ 800,00
1	Modelos	\$ 630,00	\$ 630,00
			\$ 46.947,00

Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

### 10.4.1 Presupuesto de Gastos Operativos

**Tabla 4 Presupuesto Gastos Operativos**

#	Presupuesto Gastos Operativos	Costo	Total
1	Cruz Roja	\$ 40,00	\$ 40,00
1	Acometida Eléctrica	\$ 30,00	\$ 30,00
5	Materiales	\$ 20,00	\$ 100,00
1	Personal	\$ 50,00	\$ 50,00
			\$ 220,00

Elaborado por: Patricio E. Benitez O.



### 10.4.2 Presupuesto de Gastos Administrativos

**Tabla 5 Presupuesto de Gastos Administrativos**

#	Presupuesto Gastos Administrativos	Costo	Total
1	Alimentación	\$ 70,00	\$ 70,00
1	Hoteles	\$ 250,00	\$ 250,00
1	Gestión	\$ 150,00	\$ 150,00
1	Movilización	\$ 100,00	\$ 100,00
			\$ 570,00

Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

### 10.4.3 Presupuesto de Hoteles y Alimentación

**Tabla 6 Presupuesto de Hoteles y Alimentación**

#	Presupuesto Hoteles y Alimentación	Costo	Total
300	Descanso del Toro Alimentación	\$ 14,50	\$ 4.350,00
600	Sonesta	\$ 35,00	\$ 21.000,00
76	Descorche	\$ 10,00	\$ 760,00
			\$ 26.110,00

Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

### 10.4.4 Presupuesto de Kits Loja Custom Club

**Tabla 7 Presupuesto de Kits Loja Custom Club**

#	Presupuesto Kits	Costo	Total
300	Chompa -Camiseta	\$ 25,00	\$ 7.500,00
300	Pines	\$ 3,00	\$ 900,00
300	Gorras	\$ 4,40	\$ 1.320,00
300	300 fundas de tela	\$ 2,00	\$ 600,00
			\$ 10.320,00

Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

### 10.4.5 Presupuesto de Publicidad

**Tabla 8 Presupuesto de Publicidad**

#	Presupuesto Publicidad	Costo	Total
45	Placas Acrílico	\$ 16,00	\$ 720,00
12	Vinilos 220 *150	\$ 49,00	\$ 588,00
300	Credenciales	\$ 1,00	\$ 300,00
1	Arreglos Lote Scrap	\$ 230,00	\$ 230,00
6	Pancartas durante el encuentro	\$ 35,00	\$ 210,00
1	Adecuación Espacio Público	\$ 200,00	\$ 200,00
300	Folletos de la ciudad de Loja	\$ 0,50	\$ 150,00
300	Manillas de la ciudad	\$ 0,30	\$ 90,00
15	Camisetas Logística	\$ 5,00	\$ 75,00
3	Placas Promocionales	\$ 20,00	\$ 60,00
1	Facebook	\$ 60,00	\$ 60,00
6	Alquiler soporte Gigantografía	\$ 9,00	\$ 54,00
1	Video Promocional	\$ 50,00	\$ 50,00
2	Pancartas de recibimiento	\$ 25,00	\$ 50,00
3	Revistas	\$ 15,00	\$ 45,00
300	Manillas de ingreso	\$ 0,15	\$ 45,00
34	impresiones A3	\$ 1,00	\$ 34,00
300	Pack de adhesivos	\$ 0,07	\$ 21,00
1	Rebate lavado de motos	\$ 20,00	\$ 20,00
1	Flash Memory	\$ 11,00	\$ 11,00
1	Afiche	\$ 10,00	\$ 10,00
			\$ 3.023,00

Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

#### 10.4.6 Presupuesto Shows Artísticos

**Tabla 9 Presupuesto Shows Artísticos**

#	Presupuesto Shows Artísticos	Costo	Total
1	Culturanomade	\$ 50,00	\$ 50,00
1	Omid Forootan	\$ 560,00	\$ 560,00
1	Villonaco	\$ 448,00	\$ 448,00
1	Deiko y Yadira	\$ 448,00	\$ 448,00
1	Pink Tomate	\$ 250,00	\$ 250,00
1	Roxanne	\$ 210,00	\$ 210,00
1	Orquesta	\$ 300,00	\$ 300,00
1	Danza Folclórica	\$ 100,00	\$ 100,00
1	Música Folclórica	\$ 70,00	\$ 70,00
1	Artistas Vilcabamba	\$ 50,00	\$ 50,00
			\$ 2.486,00

Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

#### 10.4.7 Presupuesto de Audio

**Tabla 10 Presupuesto Audio**

#	Presupuesto Audio	Costo	Total
1	Disco Móvil	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
1	Amplificación	\$ 50,00	\$ 50,00
			\$ 1.550,00

Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

#### 10.4.8 Presupuesto de Bebidas

**Tabla 11 Presupuesto Bebidas**

#	Presupuesto Bebidas	Costo	Total
72	Johnny Rojo	\$ 16,50	\$ 1.188,00
50	Cerveza	\$ 1,00	\$ 50,00
			\$ 1.238,00

Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

#### 10.4.9 Presupuesto Premios

**Tabla 12 Presupuesto Premios**

#	Presupuesto Premios	Costo	Total
1	Smart Tv Riviera	\$ 500,00	\$ 500,00
300	Pines Loja	\$ 1,00	\$ 300,00
			\$ 800,00

Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

#### 10.4.10 Presupuesto Modelos

**Tabla 13 Presupuesto Modelos**

#	Presupuesto Modelos	Costo	Total
7	Modelos	\$ 90,00	\$ 630,00
			\$ 630,00

Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

## 10.5 Informe Económico

### 10.5.1 Ingresos

**Tabla 14 Ingresos Money Gram**

Money Gram Perú					
Néstor	Valdez	Maybe Giuliana	Rodríguez	\$	200,00
Henry Cachai	Montoya	Malena	Rivadeneira	\$	200,00
George	Astolington			\$	120,00
George	Astolington	Laura	Izquierdo	\$	200,00
Alfredo Bernard	Claudio			\$	120,00
Roberto	Estela			\$	120,00
				Total	\$ 960,00

Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

**Tabla 15 Ingresos Inscripciones y Varios**

Dinero Recibido Patricio Benitez Cano por inscripciones y varios					
Diego Jaramillo				\$	200,00
Arturo Ruiz (Peru)		Perú		\$	120,00
Marlon Sotomayor				\$	120,00
Ulises Barba		Estados Unidos		\$	120,00
Félix Barba		Estados Unidos		\$	120,00
		Marisol			
Martin	Rojas	Gallegos	(Colombia)	\$	200,00
Jorge García		Sori Con	(Colombia)	\$	200,00
	(Diego				
Jorge Espinoza	Viteri)		Perú	\$	120,00
Carlos Desulovich	Diego Viteri		(Perú)	\$	120,00
Jhoster Colosume			(Sticker S/N )	\$	20,00
Juan Rubo Gordon			(Sticker S/N )	\$	20,00
Fabio Burmester			(Sin Kit)	\$	90,00

Sin Nombre	(Sticker S/N )	\$	20,00
Sin Nombre	(Sticker S/N )	\$	20,00
Esposa	Oscar		
Pesantes		\$	80,00
Total		\$	1.570,00

Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

**Tabla 16 Ingresos Efectivo (Perú-Chile y Bolivia)**

Nomina Lucho Calmet cancela a Patricio Benitez Cano				
Gustavo	Cerdeña	Lidia	Cerdeña	\$ 200,00
Johnny	Sánchez			\$ 120,00
Julio	Quintero			\$ 120,00
Enrique	Silva			\$ 120,00
Luis	Calmet	Carmen	Calmet	\$ 200,00
Lucho	Herrán	Pilar	Herrán	\$ 200,00
Walter	Rodríguez	Fanny	Rodríguez	\$ 200,00
		Marcia	Sáenz	\$ 120,00
Hernán	Pet			\$ 120,00
Enrique	Navarro			\$ 120,00
Rodolfo	Ruiz	Pareja		\$ 120,00
José Luis	Babarczy			\$ 120,00
Sandra Acebedo			(Sin Kit)	\$ 50,00
Total				\$ 1.810,00

Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

**Tabla 17 Ingresos Sponsors**

Auspicios a Patricio Benitez Orellana	
Suzuki	\$ 500,00
Continental	\$ 300,00
Cantaclaro	\$ 200,00
Fotógrafo Harley	\$ 250,00
Fotógrafo Harley	\$ 150,00

Jv Ingeniería Mecánica	\$	200,00
Ultimate Ears	\$	200,00
Pits Lavadora	\$	100,00
Total		\$ 1.900,00

Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

**Tabla 18 Ingresos Inscripciones Moto Club Riders Loja**

Inscripciones Moto Club Riders Loja (DESCANSO DEL TORO)		
Renato Rojas	Kit y Alimentación	\$ 45,00
Charles Pullaguari	Kit y Alimentación	\$ 45,00
Max Ochoa	Kit y Alimentación	\$ 45,00
Paul Velasteguí	Kit y Alimentación	\$ 45,00
Daniel Mena	Kit y Alimentación	\$ 45,00
Andrés Vallejo	Kit y Alimentación	\$ 45,00
Wilson Luzuriaga	Kit y Alimentación	\$ 45,00
Cesar Loayza	Kit	\$ 30,00
Michael Cueva	Alimentación	\$ 15,00
Total		\$ 360,00

Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

**Tabla 19 Total Ingresos en efectivo**

Total, Ingresos en Efectivo	
Money Gram Perú Henry	\$ 960,00
Dinero Recibido PBO Inscripciones y Varios	\$ 1.570,00
Nomina Lucho Calmet (Perú)	\$ 1.810,00
Auspicios Patricio Benitez	
Orellana	\$ 1.900,00
Inscripciones Moto Club Riders Loja	\$ 360,00
Total	\$ 6.600,00

Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

## 10.5.2 Egresos

Tabla 20 Egresos en Efectivo

Egresos por Patricio Benitez Cano			
Andrés Coronel		Video	\$ 50,00
Afiches diseño Loja Custom Club		Dibujo	\$ 10,00
Placa Trujillo		Promoción Encuentro	\$ 20,00
Placa Motomanía			\$ 20,00
Placa Rayo de Portoviejo		Promoción Encuentro	\$ 20,00
Flash Memory			\$ 11,00
Violeta Benitez	Anticipo	Gastos arreglos	\$ 100,00
Cruz Roja		Combustibles	\$ 40,00
Lenin Maya		Acometida Eléctrica	\$ 30,00
		Descanso del Toro	
Ximena Ruiz		(anticipo)	\$ 500,00
Arturo Sarmiento	(Chompas)	Alimentación	\$ 31,25
Cultura Nómade		Cantante	\$ 50,00
		Descanso del Toro	
Ximena Ruiz	Anticipo	(anticipo)	\$ 1.000,00
Violeta Benitez	Anticipo	Gastos arreglos	\$ 130,00
Omid Forootan		Cantante	\$ 310,00
Lenin Maya		Amplificación + Batería	\$ 800,00
Roberto Mora	(cancelación)	Banda Villonaco	\$ 248,00
Personas Pileta		Alimentación	\$ 36,00
3 Kits * trasportes		Faltante	\$ 72,00
Jordi Vallejo Delgado		Pines	\$ 194,37
Villareal Yaruquí Patricio		(Deiko y Yadira)	\$ 248,00
Pink Tomate		Banda	\$ 100,00
Roxanne	(cancelación)	Banda	\$ 110,00
Restauración Carteles		Grandes del Municipio	\$ 90,72
	Trasferencia		
Pink Tomate	PBO	Banda	\$ 50,00



Byron Lavanda (360 Publicidad)	Pack de adhesivos	\$	20,00
Byron Lavanda (360 Publicidad)	Revistas	\$	45,00
Byron Lavanda (360 Publicidad)	Pack de impresiones	\$	34,00
Byron Lavanda (360 Publicidad)	12 Vinilos 220 *150	\$	588,00
Gastos Publicidad	Facebook	\$	60,00
		Total	\$ 5.018,34

Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

### 10.5.3 Utilidades

**Tabla 21 Utilidades**

Utilidades	
Ingresos	\$ 6.600,00
Egresos	\$ 5.018,34
	\$ 1.581,66

Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

Nota: Se divide las utilidades 50% para Loja Custom Club y 50% para el organizador (El Autor), equivalente a \$790,83.

### 10.5.4 Cuenta Única (Banco Pichincha)

**Tabla 22 Transferencias Cuenta Única**

Transferencias Realizadas Por Henry Romero Banco Pichincha				
Ximena Ruiz			Descanso Del Toro	\$ 300,00
			Anticipo	
Lenin Maya			Amplificación	\$ 700,00
			Pink Tomate	
Ruiz Iñiguez	María Angélica		(Anticipo)	\$ 100,00
			Banda (Deiko Y	
Villarroel Yarukí	Patricio	Anticipo	Yadira)	\$ 200,00
	Diego			
Morejón Contento	Edmundo	Anticipo	Gorras	\$ 400,00
	Roberto			
Mora Burneo	Santiago	Anticipo	Villonaco	\$ 200,00
Hoteles Y Servicios	Almendral	Anticipo	Hotel Sonesta	\$ 1.000,00
Forootan Omid		Anticipo	Cantante	\$ 250,00
Henry		Cancela	Loja Custom Club	\$ 2.395,05
	Arturo			
Sarmiento Hidalgo	Fabricio	Anticipo	Chompas Y Camisetas	\$ 1.104,95
Hoteles Y Servicios	Almendral	Anticipo	Hotel Sonesta	\$ 2.000,00
	Teneda			
Carlos Valentín	Jaramillo	Anticipo	Roxanne	\$ 100,00
Josdi Vallejo Delgado		Anticipo	Pines	\$ 400,00
	Cueva			
Zabaleta Castro	Cumandad	Anticipo	Descanso Del Toro	\$ 1.000,00
	Priscila			
Días Pullas	Verónica	Cancelación	Manillas	\$ 43,80
	Byron			
Lavanda	Gonzalo	Publicidad	Vinilos Impresos	\$ 205,00
Hoteles Y Servicios	Almendral	Anticipo	Hotel Sonesta	\$ 2.514,76
Hoteles Y Servicios	Almendral	Cancelación	Hotel Sonesta	\$ 6.000,00

Lavanda Lavanda	Byron Gonzalo	Cancelación	Placas Acrílico	\$ 560,00
Ramón Aleaga	Edwin Rolando	Cancelación	6 Cajas Johnny Rojo Chompas Y Camisetas	\$ 1.177,90
Sarmiento Hidalgo	Arturo Fabricio Diego		251 Kits	\$ 3.273,00
Morejón Contento	Edmundo	Cancelación	Gorras Chompas Y Camisetas	\$ 917,12
Sarmiento Hidalgo	Arturo Fabricio		Kits	\$ 1.127,00
Yosdi Vallejo	Delgado	Paga Henry	Efectivo Pines	\$ 302,75
<b>Total</b>				<b>\$ 26.271,33</b>

**Elaborado por:** Patricio E. Benitez O.

Nota: Esta cuenta se apertura exclusivamente para los movimientos económicos de ingresos y egresos del primer Encuentro Internacional Loja Custom Club. (Siendo responsable de su manejo por el Sr. Henry Romero Tesorero del Moto Encuentro")

### 10.5.5 Auspicios y Donaciones (sin valor en efectivo)

**Tabla 23 Auspicios y Donaciones (Sin valor en efectivo)**

Auspicios Donaciones (Sin Valor en Efectivo)		
Gran Hotel Loja	Descuento por habitación	
Marlon Sotomayor	Credenciales	\$ 300,00
Violeta Benitez	Adecuación	\$ 200,00
Suzuki	Tv 55"	\$ 500,00
Brok	Cervezas	\$ 250,00
	Modelo	
	100 camisetas verdes	
	(Personal)	
360 publicidad	Descuentos en Placas	\$ 150,00
	Publicidad	
iLuv Store	Gestión	\$ 250,00
	Movilización	

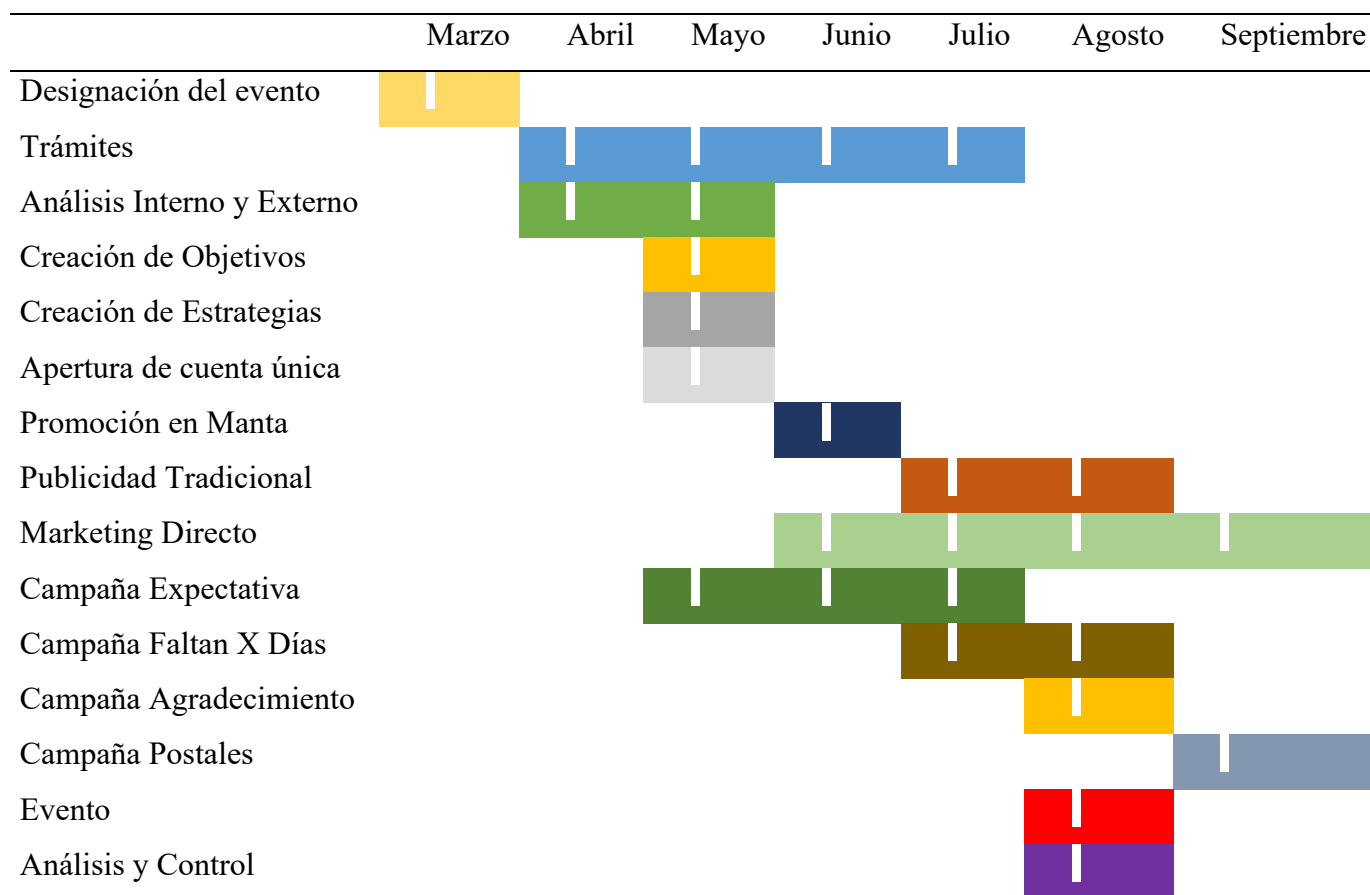
	3 modelos	\$ 225,00
	Hotel	
Be Strong	Gestión	\$ 150,00
	Modelo	\$ 100,00
	Movilización	
Moto Club Riders Loja	Recibimiento	\$ 150,00
	2 pancartas Gigantes	
Hotel Sonesta	Descuento Alimentación 600 Platos	\$ 3.000,00
	5 dólares por plato	
	Estadía \$116	
	Descuento 32 por 2 noches	\$ 7.296,00
	114 personas	
Descanso del Toro	Descuento en Alimentación	\$ 1.500,00
	\$5 Dólares por Plato	
Harley Davidson	Autorización uso de la Marca	
Pits	1 modelo	\$ 60,00
	Lavado descuento	\$ 20,00
Municipio de Loja	Artistas	\$ 300,00
	Pines	\$ 300,00
	Folletos de la ciudad	\$ 150,00
	Manilla	\$ 90,00
	Danza Folclórica	\$ 100,00
	Música Folclórica	\$ 70,00
	Ministerio de Turismo	
	Arco Inflable (Loja y Vilcabamba)	
	Artistas Vilcabamba y Amplificación	\$ 100,00
	Soportes Gigantografía	\$ 50,00
	Facilitación Trámites	
Prefectura	300 fundas de Tela para Kits	\$ 600,00
Ruta 66	2 modelos	\$ 150,00
<b>Total</b>		<b>\$ 16.061,00</b>

Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

Nota: Auspicios, Donaciones sin valor en efectivo (Valores Aproximados)

## 11 CAPÍTULO IV (Ejecución)

### 11.1 Cronograma de ejecución del Plan de Marketing del Encuentro Internacional Loja Custom Club



Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

## 11.2 Ejecución del proyecto

### 11.2.1 Salida de las distintas delegaciones a Loja

**Fotografía 18 Delegaciones camino a Loja**



Fuente: Fotografía propiedad del autor

Nota: Las distintas delegaciones se reportan desde su salida hasta llegar a Loja, por parte de la organización se realiza el seguimiento de su trayectoria, tanto de llegada como de regreso a su ciudad de origen.

**Fotografía 19 Belleza de la mujer Harlista**



Fuente: Fotografía propiedad del autor

Nota: Sorprendieron a todos, la presencia de la mujer Harlista dio un realce al encuentro, demostrando la belleza, la sutileza, inteligencia y fortaleza.

## 11.2.2 Llegada de los participantes

Fotografía 20 Delegación arriba a la ciudad de Loja



Fuente: Fotografía propiedad del autor

Nota: Se realiza el recibimiento a las diferentes delegaciones por parte de Moto Club Riders Loja en representación de los organizadores.

Fotografía 21 Cantaclaro Sponsor



Fuente: Fotografía propiedad del autor

Nota: Cantaclaro es un licor tradicional de la ciudad de Loja, auspiciante del encuentro, se brindó una copa como cordialidad luego de un largo recorrido como recibimiento.

### 11.2.3 Programa "La Pileta"

#### Fotografía 22 Llegada de los participantes y entrega de kits



**Fuente:** Fotografía propiedad del autor

**Nota:** Zona de ingreso al encuentro y entrega de kits a los participantes.

#### Fotografía 23 Entrada de las delegaciones a la Pileta



**Nota:** La entrada de las delegaciones al sector de "La Pileta", recibidos con ovaciones por la ciudadanía lojana y demás participantes.

Cada moto cuenta con su respectiva numeración la cual es colocada en una zona visible, ya que en lo posterior se realiza la calificación de las motocicletas.

El personal de seguridad evita que las motocicletas tomen contacto con la ciudadanía, y las movilizan a través del cordón de seguridad. No se permite el ingreso a motociclistas que no estén registrados.

**Fuente:** Fotografía propiedad del autor



### Fotografía 24 Quemada de llanta



Fuente: Fotografía propiedad del autor

Nota: Se cumple con la programación establecida y diferentes shows artísticos, culturales, entre los participantes como la quema de llanta, sonidos de motores, etc.

### Fotografía 25 Danza Folclórica



Fuente: Fotografía propiedad del autor

Nota: El ministerio de Turismo se hace presente con el grupo folclórico de la ciudad.

### Fotografía 26 Concursos Varios



Fuente: Fotografía propiedad del autor

Nota: Se realizan actividades recreativas entre participantes y ciudadanía en general.

### Fotografía 27 Más de 3000 asistentes



Fuente: Fotografía propiedad del autor

Nota: Se cumple y se supera la meta de los 3000 asistentes, demostrando la ciudadanía lojana un alto nivel de aceptación.

### Fotografía 28 Shows Artísticos



Fuente: Fotografía propiedad del autor

Nota: Se presenta un mega concierto con bandas de artistas Lojanos, que deleitó al público y a nuestros visitantes.

### 11.2.4 "Ruta de las iglesias"

**Fotografía 29 Salida a la `Ruta de las iglesias:**



**Fuente:** Fotografía propiedad del autor

**Nota:** Se convoca por los alto parlante a los participantes. Formar filas para salir a la rodada nocturna por la ciudad denominada "Ruta de las Iglesias"

**Fotografía 30 Rodada en la calle Bolívar**



**Fuente:** Fotografía propiedad del autor

**Nota:** La ciudadanía lojana tuvo la oportunidad de disfrutar el paso de la caravana motorizada por las principales calles de la ciudad, siendo los visitantes ovacionados por los espectadores.

## 11.2.5 "Cena de Bienvenida"

### Fotografía 31 Cena de Bienvenida



**Fuente:** Fotografía propiedad del autor

**Nota:** Se recibe a las distintas delegaciones en el salón de reuniones del Hotel Sonesta.

### Fotografía 32 Gastronomía Lojana



**Fuente:** Fotografía propiedad del autor

**Nota:** Las distintas delegaciones degustan de lo mejor de la gastronomía lojana.

### Fotografía 33 Salón del Sonesta lleno



**Fuente:** Fotografía propiedad del autor

**Nota:** Se solicitó a la gerencia del hotel ampliar a su capacidad máxima del salón, para poder recibir a los participantes sin dañar la estética, decoración y comodidad, sin poner en riesgo la calidad del moto encuentro.

Al ser un hotel 5 estrellas demostró que está a la altura del moto encuentro.

### Fotografía 34 Discurso de bienvenida



Fuente: Fotografía propiedad del autor

Nota: Presidente de Loja Custom Club da la bienvenida a las distintas delegaciones y da por inaugurado el Moto Encuentro Internacional.

### Fotografía 35 Barra Libre



Fuente: Fotografía propiedad del autor

Nota: La empresa Ielsa brindó variedad de cocteles en barra libre durante todas las programaciones.

### Fotografía 36 Ambiente de fiesta



Fuente: Fotografía propiedad del autor

Nota: Se vive un ambiente de fiesta y camaradería, donde sucede algo extraño, pueden no conocerse, pero al compartir la misma pasión motera, se estrechan grandes amistades.

### 11.2.6 "Rodada Loja-Vilcabamba"

#### Fotografía 37 Caravana Av. 24 de Mayo



**Fuente:** Fotografía propiedad del autor

Nota: Luego de concentrarse los motociclistas en el sector de la Pileta, se dirigen a la parroquia de Vilcabamba en caravana motorizada, en dicha concentración también participaron motociclistas locales, las colas son interminables ya que no se puede determinar la cantidad exacta que se movilizaron.

#### Fotografía 38 Motociclistas Chilenos Rumbo a Vilcabamba



**Fuente:** Fotografía propiedad del autor

Nota: Los Chilenos Julio Quinteros y Enrique Silva viajaron 4592 Kilómetros desde Santiago de Chile para asistir al Moto Encuentro Internacional Loja Custom Club.

### Fotografía 39 Ultra Classic Loja-Vilcabamba



Fuente: Fotografía propiedad del autor

### 11.2.7 Vilcabamba

#### Fotografía 40 Cientos de motociclistas en Vilcabamba



Fuente: Fotografía propiedad del autor

Nota: Se realizó la exhibición de motocicletas rodeándolo en su totalidad al parque central de Vilcabamba.

#### Fotografía 41 Turismo en Vilcabamba



Fuente: Fotografía propiedad del autor

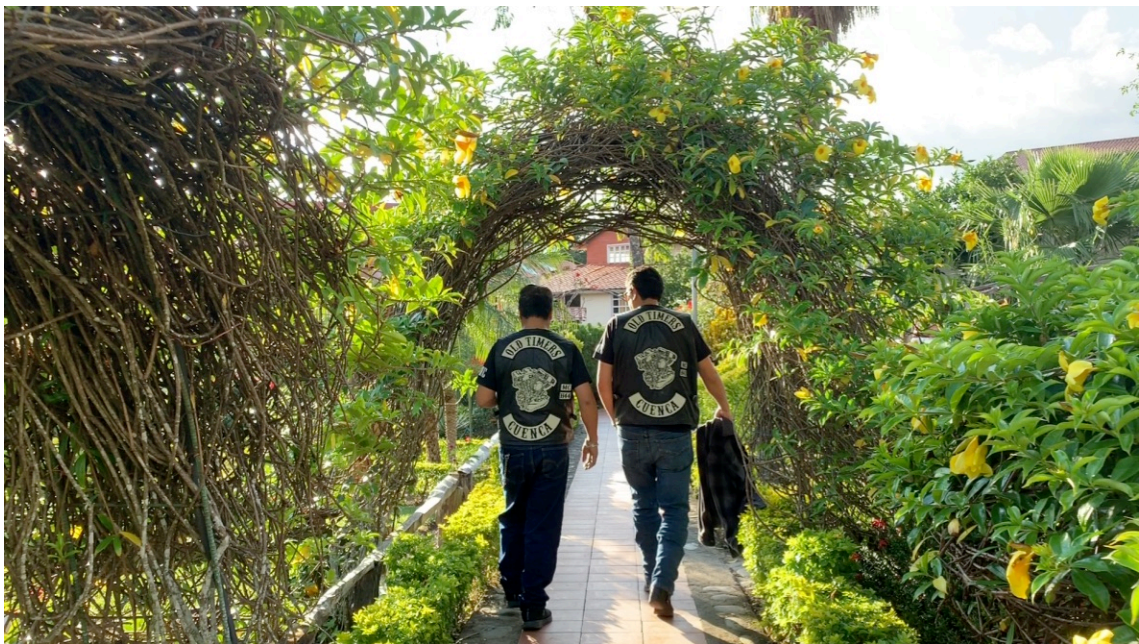
Nota: Tanto los turistas como los habitantes del sector aprovecharon para realizarse fotografías, aprovechando el espectacular clima de Vilcabamba y la exhibición de las sorprendentes motos.

### Fotografía 42 Motocicletas sorprendentes



Fuente: Fotografía propiedad del autor

### Fotografía 43 La oportunidad perfecta para el turismo.



Fuente: Fotografía propiedad del autor

Nota: Sin duda este tipo de eventos, dinamiza la economía de una región. Vilcabamba es un paraíso turístico que se puede explotar.



## 11.2.8 Hostería Descanso del Toro

### Fotografía 44 Parqueaderos llenos



Fuente: Fotografía propiedad del autor

Nota: Resulta deslumbrante ver las instalaciones de la hostería descanso del toro completamente copadas, sus 3 parqueaderos por motocicletas de lujo.

### Fotografía 45 Photo Booth



Fuente: Fotografía propiedad del autor

Nota: Es la oportunidad perfecta para un selfie o una foto para los motociclistas y al mismo tiempo para el moto encuentro dejar un recuerdo inolvidable.

### Fotografía 46 Welcome to Loja



**Fuente:** Fotografía propiedad del autor

**Nota:** La frase "WELCOME TO LOJA" esta presente en toda la publicidad del encuentro.

### Fotografía 47 Molino de Viento



**Fuente:** Fotografía propiedad del autor

**Nota:** El encanto no está únicamente en las motocicletas, si no en el servicio e instalaciones de primer nivel y alto profesionalismo que ofrece la hostería descanso del Toro.

### Fotografía 48 Foto Oficial



Fuente: Fotografía propiedad del autor

Nota: Es la fotografía oficial en la cual participan los inscritos al moto encuentro.

### Fotografía 49 Motos Harley Davidson



Fuente: Fotografía propiedad del autor

### Fotografía 50 Comida Típica



Fuente: Fotografía propiedad del autor

Nota: Se brinda a los participantes un plato de comida típica Lojana, la tradicional sopa de alverja con guineo y la deliciosa Cecina acompañada con la refrescante horchata la Sureñita.

### 11.2.9 Clausura

#### Fotografía 51 Entrega de Placas de reconocimiento



Fuente: Fotografía propiedad del autor

Nota: Se entrega las placas de reconocimiento a las delegaciones que participaron.

### Fotografía 52 Entrega de Premios



Fuente: Fotografía propiedad del autor

Nota: Delegación ganadora del Tv de 55" Smart Tv.

### Fotografía 53 Baile de Clausura



Fuente: Fotografía propiedad del autor

Nota: Luego de rodar, llegó la hora de la fiesta.

## 11.2.10 Despedida de delegaciones

### Fotografía 54 Despedida de delegaciones



Fuente: Fotografía propiedad del autor

Nota: Los representantes de Loja Custom Club despiden las diferentes delegaciones, unos que regresan a sus ciudades o países de origen y otros que siguen el MegaRally a Pereira "Colombia"

### Fotografía 55 Delegaciones de Perú, Chile, Bolivia y Brasil



Fuente: Fotografía propiedad del autor

### Fotografía 56 Delegaciones de Ecuador, Perú y Colombia



Fuente: Fotografía propiedad del autor

## 12 CAPÍTULO V (Control y Análisis de datos)

### 12.1 Evaluación de los resultados

#### 12.1.1 Inscritos

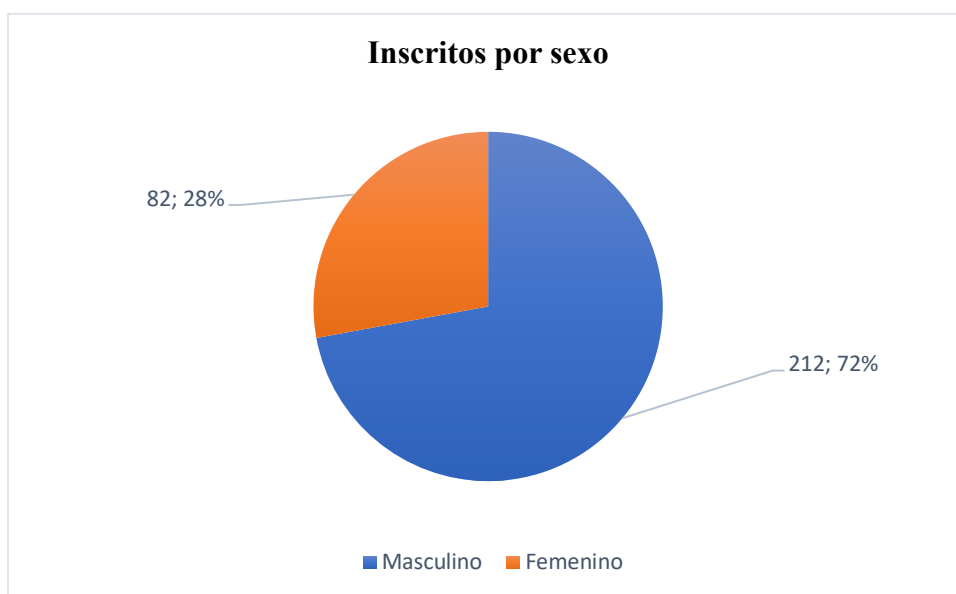
**Tabla 24 Inscritos por sexo**

Inscritos al encuentro por sexo	
Masculino	212
Femenino	82
	294

**Fuente:** Base de datos del Encuentro Internacional Loja Custom Club

**Elaborado por:** Patricio E. Benitez O.

**Ilustración 38 Inscritos por sexo**



**Fuente:** Base de datos del Encuentro Internacional Loja Custom Club

**Elaborado por:** Patricio E. Benitez O.

Se obtiene un total de 294 participantes con inscripción pagada, se otorgó 6 puestos para autoridades, y compromisos correspondientes. Prevalciendo el sexo masculino con 212 inscritos que equivale al 72% y el sexo femenino el 28% con 82 inscritos.

Cabe recalcar que a pesar de la distancia, es uno de los encuentros con mayor cantidad de mujeres inscritas.



### 12.1.2 Marcas Participantes

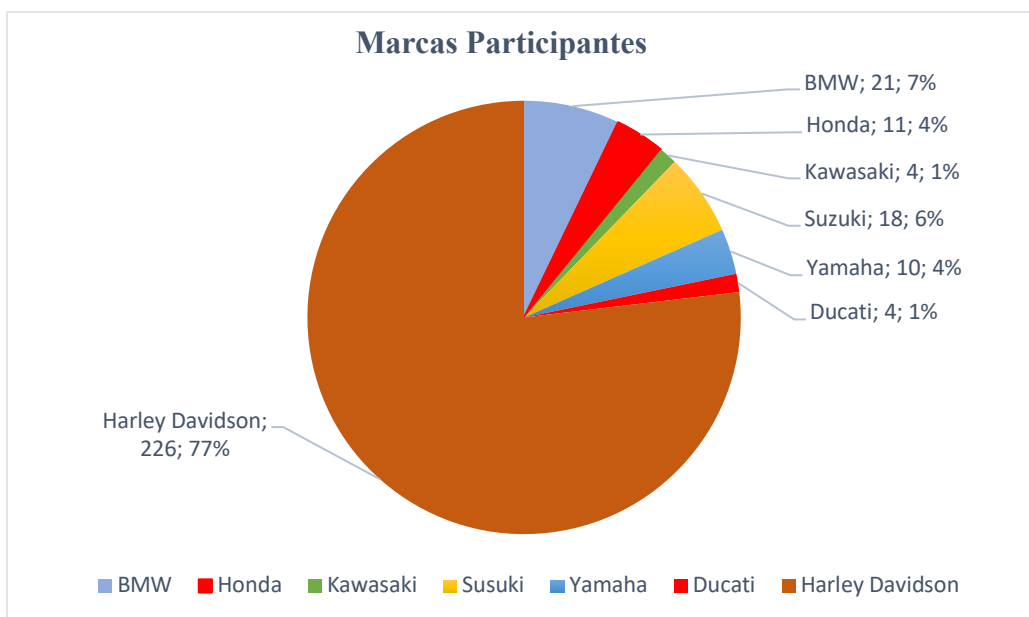
**Tabla 25 Marcas Participantes**

Marcas Participantes	
Harley	226
Bmw	21
Suzuki	18
Yamaha	10
Honda	11
Kawasaki	4
Ducati	4
	294

**Fuente:** Base de datos del Encuentro Internacional Loja Custom Club

**Elaborado por:** Patricio E. Benitez O.

**Tabla 26 Marcas Participantes**



**Fuente:** Base de datos del Encuentro Internacional Loja Custom Club

**Elaborado por:** Patricio E. Benitez O.

La marca que prevalece en participantes es Harley Davidson con 226 inscritos, que representa el 77% del total de motos registradas demostrando un dominio total en el encuentro. El 23%

restante se divide entre las marcas Bmw 7% Suzuki 6%, las marcas japonesas Yamaha y Honda 4%, las marcas con menos participantes Ducati y Kawasaki con el 1%

### 12.1.3 Formas de Pago

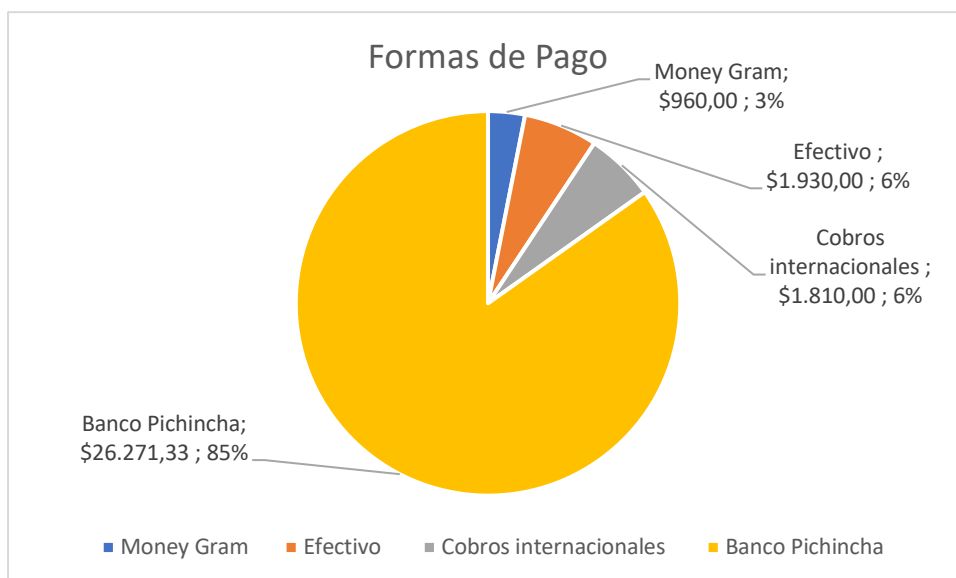
**Tabla 27 Formas de Pago**

Formas de Pago	
Money Gram	\$ 960,00
Efectivo	\$ 1.930,00
Cobros internacionales	\$ 1.810,00
Banco Pichincha	\$ 26.271,33
	<b>\$ 30.971,33</b>

**Fuente:** Base de datos del Encuentro Internacional Loja Custom Club

**Elaborado por:** Patricio E. Benitez O.

**Ilustración 39 Formas de pago**



**Fuente:** Base de datos del Encuentro Internacional Loja Custom Club

**Elaborado por:** Patricio E. Benitez O.

El 85% de los ingresos se realizó por la cuenta única del Banco Pichincha, Cobros internacionales 6%, pagos en efectivo el 6%, el 3% del total de los pagos por Money Gram.

### 12.1.4 Clubs Participantes

**Tabla 28 Clubs Participantes**

Ranking	Club o Grupos Participantes	#
1	Old Timers	40
2	Harlistas Uio	35
3	Club Harley Davidson Del Perú	26
4	Harlistas Independientes	25
5	Wheelers Mc	24
6	Loja Custom Club	23
7	Ambato Bikers Club	19
8	Rayo Mc Portoviejo	10
9	Moto Club Riders Loja	9
10	Hog-Quito Chapter	8
11	Comunidad Harley Davidson Ecuador	7
12	Sangres Cañar Mc	7
13	Guayaquil Riders Moto Club	6
14	Manta Riders	5
15	Skulls Of Route	5
16	Bmw Brosters Group Ecuador	4
17	Cuenca Ruta Club	4
18	Harley Queens	4
19	Ladies Of Harley	4
20	Asturias - Cali Colombia	4
21	Harley Club Ecuador	3
22	Motomanía	3
23	Selva Riders	3
24	Club Zdd Piura	3
25	Intis Mc	2
26	Lone Wolf	2
27	Hell Boys	2
28	Club Harley Davidson Chile	2

29	Cuenca Dual Sport	2
30	Sambo Riders	1
31	Club Harley Davidson La Paz	1
32	Mpete	1

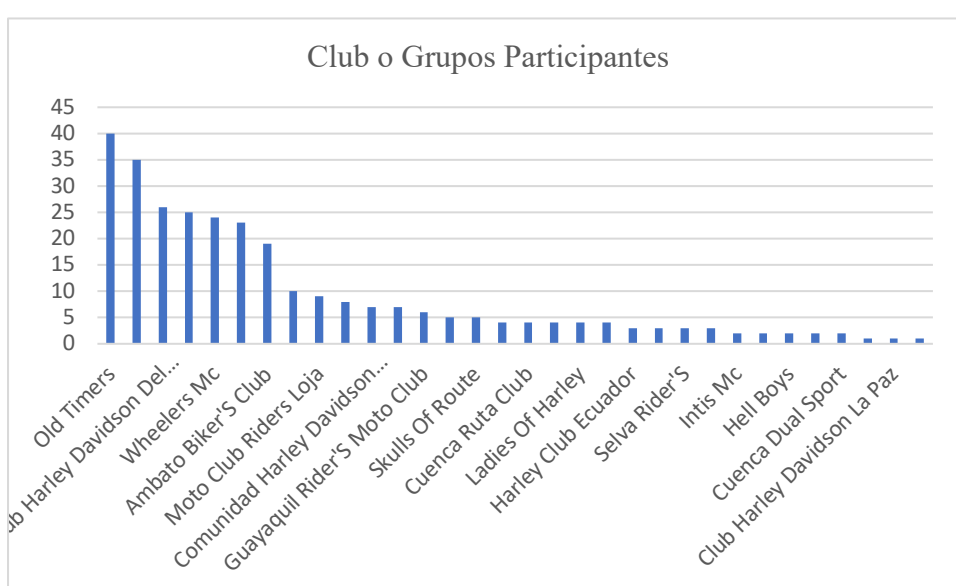
---

294

**Fuente:** Base de datos del Encuentro Internacional Loja Custom Club

**Elaborado por:** Patricio E. Benitez O.

### Ilustración 40 Clubs o Grupos Participantes



**Fuente:** Base de datos del Encuentro Internacional Loja Custom Club

**Elaborado por:** Patricio E. Benitez O.

El club con mayor cantidad de participantes en el encuentro son los Old Timers con 40 inscritos, seguidos por los Harlistas UIO con 35 inscritos, ambos clubs representan a Ecuador, cabe destacar que en tercer lugar se encuentra el club Harley Davidson del Perú con 26 inscritos lo que demuestra la eficiencia del plan de marketing a nivel internacional.

## 12.1.5 Distancias recorridas

### 12.1.5.1 Participantes por ciudad

**Tabla 29 Participantes por ciudad**

Participantes por ciudad	
Quito	62
Guayaquil	52
Loja	37
Cuenca	31
Perú	26
Ambato	19
Manta	15
Cañar	7
Colombia	4
Portoviejo	3
Puyo	3
Santiago de Chile	2
La Paz-Bolivia	1
	<hr/> 262

**Fuente:** Base de datos del Encuentro Internacional Loja Custom Club

**Elaborado por:** Patricio E. Benitez O.

Nota: No se considera los motociclistas independientes y clubs de distintos orígenes.

### Ilustración 41 Participantes por ciudad



**Fuente:** Base de datos del Encuentro Internacional Loja Custom Club

**Elaborado por:** Patricio E. Benitez O.

Nota: No se considera los motociclistas independientes y clubs de distintos orígenes.

Las ciudades con mayor cantidad de representantes son Quito con 62 inscritos y Guayaquil con 52 inscritos, en tercer lugar, la ciudad anfitriona Loja con 37 participantes.

**Tabla 30 Total Kilómetros recorridos por participantes**

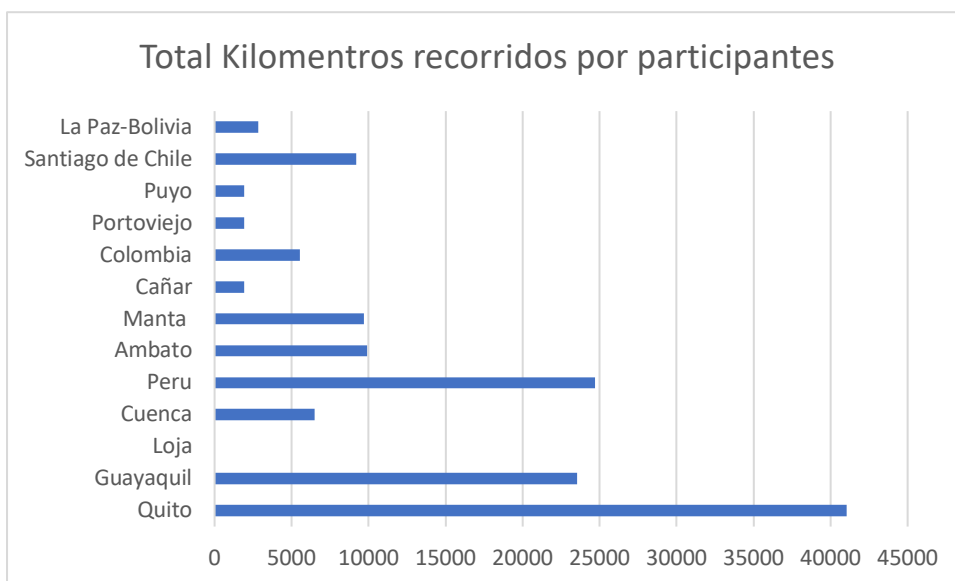
Ciudad	#	Kilómetros	Total, Km Recorrido
Quito	62	662	41044
Guayaquil	52	453	23556
Loja	37	0	0
Cuenca	31	209	6479
Perú	26	950	24700
Ambato	19	522	9918
Manta	15	645	9675
Cañar	7	272	1904
Colombia	4	1389	5556
Portoviejo	3	641	1923
Puyo	3	636	1908
Santiago de Chile	2	4592	9184
La Paz-Bolivia	1	2817	2817
			138664

**Fuente:** Base de datos del Encuentro Internacional Loja Custom Club

**Elaborado por:** Patricio E. Benitez O.

Nota: No se considera los motociclistas independientes y clubs de distintos orígenes.

### Ilustración 42 Total Kilómetros recorridos por participantes



**Fuente:** Base de datos del Encuentro Internacional Loja Custom Club

**Elaborado por:** Patricio E. Benitez O.

El total de los kilómetros recorridos por los participantes para llegar a Loja, únicamente en el tramo de ida a la ciudad de Loja, es de 138664 km/, el kilometraje representa casi 4 vueltas al mundo.



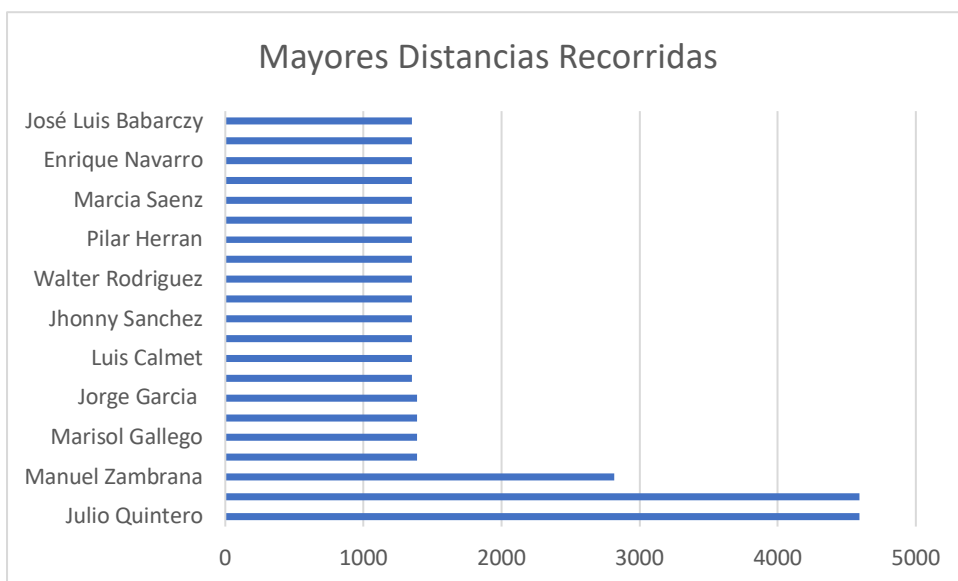
**Tabla 31 Mayores distancias recorridas**

Mayores distancias Recorridas				
Nombre	Apellido	kilómetros	Ciudad	País
Julio	Quintero	4592	Santiago	Chile
Enrique	Silva	4592	Santiago	Chile
Manuel	Zambrana	2817	La Paz	Bolivia
Sori	Con	1389	Cali	Colombia
Marisol	Gallego	1389	Cali	Colombia
Martin	Rojas	1389	Cali	Colombia
Jorge	García	1389	Cali	Colombia
Marcia	Silingardi	1353	Lima	Brasil
Luis	Calmet	1353	Lima	Perú
Gustavo	Cerdeña	1353	Lima	Perú
Johnny	Sánchez	1353	Lima	Perú
Lucho	Herrán	1353	Lima	Perú
Walter	Rodríguez	1353	Lima	Perú
Carmen	Calmet	1353	Lima	Perú
Pilar	Herrán	1353	Lima	Perú
Fanny	Rodríguez	1353	Lima	Perú
Marcia	Sáenz	1353	Lima	Perú
Hernán	Pet	1353	Lima	Perú
Enrique	Navarro	1353	Lima	Perú
Rodolfo	Ruiz	1353	Lima	Perú
José Luis	Babarczy	1353	Lima	Perú

**Fuente:** Base de datos del Encuentro Internacional Loja Custom Club

**Elaborado por:** Patricio E. Benitez O.

**Ilustración 43 Mayores distancias recorridas**



**Fuente:** Base de datos del Encuentro Internacional Loja Custom Club

**Elaborado por:** Patricio E. Benitez O.

Los pilotos que recorren mayor distancia para asistir al Moto Encuentro Internacional Loja Custom Club, son los chilenos: Julio Quinteros y Enrique Silva desde Santiago de Chile (Chile) con 4592 Kilómetros, seguidos de Manuel Zambrana representante de (Bolivia) La paz, con 2817 kilómetros.

## 12.2 Análisis de satisfacción de los participantes

El análisis de satisfacción se lo realiza en la cena de clausura, con un total de 232 encuestados presentes en el último meeting del encuentro.

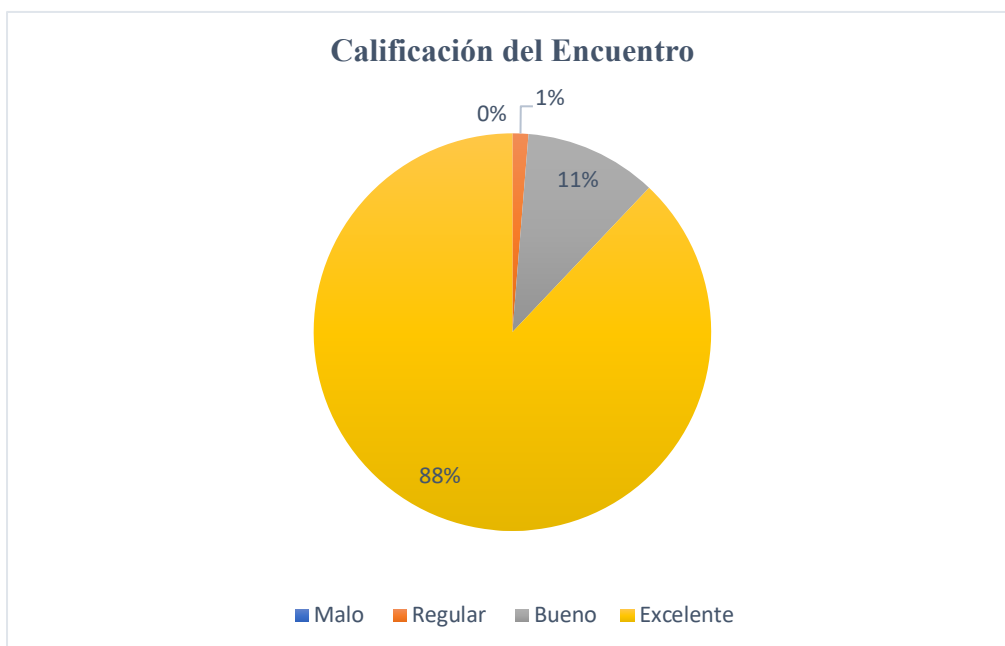
**Tabla 32 Análisis de satisfacción**

Nivel de Satisfacción		
Malo	0	0%
Regular	3	1%
Bueno	25	11%
Excelente	204	88%
	232	100%

**Fuente:** Base de datos del Encuentro Internacional Loja Custom Club

**Elaborado por:** Patricio E. Benitez O.

**Ilustración 44 Calificación del Encuentro**



**Fuente:** Base de datos del Encuentro Internacional Loja Custom Club

**Elaborado por:** Patricio E. Benitez O.

Denotamos un 99% de satisfacción en general: El 88% con calificación excelente y el 11% es de calificación bueno, tan solo el 1% tiene una calificación regular, no registrando calificaciones negativas.

### 12.3 Resultados del Plan de Marketing

- Se consigue persuadir a la participación del Encuentro Internacional Loja Custom Club 2019 en la ciudad de Loja a los motociclistas nacionales y extranjeros con un alto nivel aceptación y posicionamiento del mismo.
- Se superó el objetivo de los 100 participantes, triplicando la cantidad de inscritos con un total de 294 asistentes, la capacidad instalada máxima es de 300 participantes, los 6 cupos restantes se los utilizó para compromisos del club con autoridades locales.
- La ciudadanía Lojana, respondió a la convocatoria a los encuentros públicos superando los 3500 asistentes.
- Se consigue la participación Chile, Bolivia, Perú, Brasil, Colombia, Venezuela, Taiwán y Ecuador, superando la expectativa de 5 países
- Se realizó la difusión del paquete promocional a través de medios digitales, obteniendo excelentes resultados
- La Propuesta comercial para Sponsors permitió recaudar \$1900 dólares americanos en efectivo, y 16061 en canje (Sin valor en efectivo) con un total aproximado de \$17961.
- Los videos promocionales generaron un excelente resultado, ya que no se utiliza este tipo de publicidad en los moto encuentros, siendo clave para la asistencia de los invitados.
- La publicidad con la imagen corporativa, 100% personalizada, con los integrantes del club generó un alto nivel de expectativa, tanto para la ciudadanía lojana, como para los asistentes del moto encuentro.

- Los medios de comunicación jugaron un papel importante, y le dieron la relevancia al encuentro, a través de ellos se promocionó a nivel local, nacional e internacional.
- La rueda de prensa oficializó el encuentro Internacional Loja Custom Club, compartiendo información del desarrollo, características, noticias y publicidad.
- Las campañas publicitarias de alto impacto en redes sociales generaron el resultado deseado, convirtiéndolo al encuentro internacional en un boom mediático.
- Los líderes de los distintos clubs o grupos influenciaron de manera efectiva en los participantes, siendo ellos uno de los principales medios de inscripción.
- La directiva del Club realizó un gran esfuerzo económico, cediendo lo que hubieran sido sus utilidades, con la finalidad de satisfacer a los participantes, otorgando un kit invaluable por su valor emocional, sin escatimar esfuerzos en la alimentación, shows artísticos, hoteles y hosterías de primer nivel, bebidas, premios, etc.

## 13 Capítulo 6 (Plan de Marketing)

### 13.1 Resumen ejecutivo

**Nombre del proyecto:** Plan de Marketing para el Encuentro Internacional Loja Custom Club en la Ciudad de Loja en el año 2019

**Año de constitución del Club:** 2014

**Ubicación del proyecto:**

- País: Ecuador
- Provincia: Loja
- Ciudad: Loja

**Actividad:** Club de motociclistas

**Número de Integrantes:** 14

**Descripción del proyecto en una línea:** Plan de Marketing para el Moto Encuentro Internacional

**Responsable del proyecto:** Patricio Eduardo Benitez Orellana

**Teléfono de contacto:** 0998519281

**Correo electrónico:** [patriciob58@gmail.com](mailto:patriciob58@gmail.com)

### 13.1.1 Descripción del proyecto

Se realiza el Plan de Marketing para el Encuentro Internacional Loja Custom Club en la Ciudad de Loja en el año 2019, con la finalidad de conseguir el autofinanciamiento poder ejecutarlo.

### 13.1.2 Modelo de negocio y cadena de valor

El autofinanciamiento del proyecto se realiza a través del pago de las inscripciones y por los auspiciantes.

La directiva del Club realizó un gran esfuerzo económico, cediendo sus utilidades, con la finalidad de satisfacer a los participantes, otorgando un kit invaluable por su valor emocional, sin escatimar esfuerzos en la alimentación, shows artísticos, hoteles y hosterías de primer nivel, bebidas, premios, etc.

### 13.1.3 Mercado objetivo y potencial

**Tabla 33 Mercado objetivo y potencial**

Público Objetivo	
Edad	30 a 75 años
Sexo	Masculino
Ubicación	Ecuador – Perú – Colombia -Bolivia - Chile
Formación educativa	Superior
Poder Adquisitivo	Bueno y Muy Bueno
Clase Social	Media – Media Alta y Alta
Hábitos de consumo	Bebedor Social - Fiestas
Gustos en común	Harley Davidson, Motocicletas, Rodar

Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

### **13.2 Historia Moto Encuentro Internacional “Loja Custom Club”**

La Harley Andina se inicia con los países de Ecuador y Perú quienes realizan su Primer Mega Rally en el mes de septiembre de 2018 en Manta y el Cusco. Por la iniciativa de los representantes de Ecuador Diego Viteri y Mario Yerovi.

Posteriormente se fusiona Colombia, Chile y Bolivia en el año 2019 designando a “Loja Custom Club” como representante de Ecuador para la organización del evento en dicha ciudad el 9, 10 y 11 de agosto del 2019, en Colombia la ciudad de Pereira para el evento Bike Week Pereira el 16,17 y 18 de agosto, el cual se lo denomina como Segundo Mega Rally Andino.

Loja Custom Club se formó el 22 de diciembre del 2014, el cual cuenta actualmente con 14 socios, de los cuales Nelson Jaramillo, Henry Romero, Yenner Guarnizo y Patricio Benítez son propietarios de motocicletas de la marca Harley.

Los diez miembros restantes como Diego Jaramillo, Jaime Torres, Jairo Espinoza, Juan Carlos Burneo, Jorge Bermeo, y Pedro Armijos poseen motos multi marca.

### **13.3 Situación Actual**

Una vez asignada la ciudad de Loja como sede para el primer Encuentro Internacional del Mega Rally Andino, analizando los factores a favor o en contra del mismo, no hay marcha atrás, ya que el encuentro esta programado y designado con fechas y días para su ejecución.

Loja Custom club se caracteriza por haber participado en todos los eventos que a realizado la comunidad Harley Davidson Ecuador, ha estado presente en los eventos realizados por los distintos clubs o grupos de amigos moteros desde su fundación, al igual que en eventos internacionales. Se espera la reciprocidad a este encuentro por las buenas relaciones adquiridas en este lapso de tiempo.

A veces existen rivalidades o discrepancias entre los clubs o grupos moteros, lo que afectaría el buen desenvolvimiento del encuentro, los cuales manejándolos organizadamente quedarían desapercibidos.



Debido a la falta de promoción de la ciudad de Loja, no se aprovecha el potencial turístico, encontrando una oportunidad a través del moto encuentro para dar a conocer todos los encantos de sus valles, su gastronomía, cultura y don de gente de sus ciudadanos.

Loja se encuentra distante en relación a las otras ciudades del Ecuador, lo que disminuiría el número de participantes, pero a la vez se vuelve una ventaja competitiva en el Mega Rally, ya que está en un punto medio de los otros países.

Loja tiene un clima variado que resulta impredecible saber como se encontrará durante esta temporada, ya que en agosto hay gran cantidad de lluvias y vientos por lo que se deben tomar precauciones para que no se dañe el encuentro.

La percepción de los visitantes sobre vías de ingreso a la ciudad de Loja es negativa, por lo que es importante informar la condición actual y seguridad de las mismas.

El club no tiene experiencia previa de la realización de un moto encuentro anterior, por lo que sus conocimientos son deficientes, razón por la cual proceden a contratarme para la organización, administración, y ejecución del mismo.

En comparación con otros clubs que tienen de 30 a 80 integrantes, Loja Custom Club posee un número reducido, contando únicamente con 14 socios activos.

Se necesita el apoyo de la empresa privada para poder realizar un evento de primera categoría. Al igual que el apoyo de las autoridades y de las instituciones a las cuales representan, para obtener los permisos correspondientes y de esta forma poder continuar con el encuentro, caso contrario no se realizaría.

## 13.4 FODA

Tabla 34 Matriz FODA

	Positivos	Negativos
	Fortalezas:	Debilidades:
Internos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dispone de una fecha ya asignada.</li> <li>• Participación de LCC club en diferentes encuentros.</li> <li>• Buena relación de LCC con los diferentes clubs nacionales e internacionales.</li> <li>• Alto nivel hotelero y gastronómico de la ciudad de Loja.</li> <li>• Cultura y amabilidad de la ciudadanía lojana.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No existe experiencia previa.</li> <li>• No se ha realizado un evento anterior.</li> <li>• El número de integrantes de LCC es muy reducido.</li> <li>• La ubicación geográfica de la ciudad de Loja.</li> <li>• Los costes del evento superan el valor de las inscripciones.</li> </ul>
	Oportunidades:	Amenazas:
Externos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alto nivel de tecnología.</li> <li>• Buena relación con las autoridades.</li> <li>• No se aprovecha el potencial turístico de la ciudad de Loja.</li> <li>• Buena relación con los presidentes e integrantes de los distintos clubs.</li> <li>• No conocen la ciudad de Loja.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El clima de la ciudad no es predecible.</li> <li>• Las características de las vías de ingreso a Loja.</li> <li>• Las instituciones pueden negar permisos correspondientes.</li> <li>• Problemas internos que pueden existir entre clubs.</li> <li>• Dificultad para obtener permisos correspondientes.</li> </ul>

- Formar parte del Mega Rally de la comunidad Andina.
- Problemas personales entre los asistentes.

---

Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

## **13.5 Objetivos**

### **13.5.1 Objetivo Principal**

- Persuadir a la participación del Encuentro Internacional Loja Custom Club 2019 en la ciudad de Loja.

### **13.5.2 Objetivos Secundarios**

- Inscribir más de 100 participantes.
- Conseguir 3000 asistentes al encuentro.
- Convocar más de 5 países.
- Elaborar un paquete promocional del encuentro.
- Diseñar una propuesta comercial para sponsors.
- Realizar videos promocionales.
- Diseñar Afiches promocionales.
- Tour de medios.
- Rueda de prensa.
- Campaña en redes sociales.
- Identificar influencers.
- Elaborar Kits promocionales.

### 13.6 Estrategias

- Email Marketing
- Marketing por catálogo
- Redes Sociales
- Video Promocional
- Membresías
- Faltan x días
- Agradecimiento
- Hoteles
- Pagina web
- Campañas Tradicionales
- Tour de medios
- Rueda de prensa
- Pancartas publicitarias
- Flyers

## 13.7 Planes de acción

### 13.7.1 Producto

Comercializamos un producto estrella, el cual esta planificado para ser único e irrepitible ya que cuenta con regalos personalizados. Los cuales tienen un valor sentimental que no se puede adquirir en ningún lugar. Al ser un servicio intangible, se convierte en un servicio tangible a través de la digitalización

**Tabla 35 Plan Producto**

Plan de producto			
Decisión	Acciones	Tarea	Presupuesto
Moto Encuentro	Tomar decisión del moto encuentro	Aprobar	\$ -
	Tomar la decisión de los componentes		
Crear producto	del producto	Aprobar	\$ 200,00
	Gastronomía		
	Diversión		
	Cultura		
	Ecológico		
	Promociones		
	Diseñar productos	100%	
Diseñar Kits	personalizados	Diseñar	\$ 100,00
	Chaqueta		
	Camiseta		
	Gorra		
	Certificado		
	Pin		
	Diseñar y obtener beneficios		
Membresías	membresías	Diseñar	\$ 20,00
Placas	Diseñar Placas de reconocimiento	Diseñar	\$ 20,00
		Captar	
Digitalización	Campaña de Captación	Clientes	\$ 30,00

	Generar		
Campaña de Generación de contenidos	contenido	\$	-
	Difundir		
Campaña de difusión	contenido	\$	-
		\$	370,00

Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

### 13.7.2 Plan de precios

**Tabla 36 Plan Precios**

Plan de precios			
Decisión	Acciones	Tarea	Presupuesto
Costo del Producto	Identificar los costos del producto	Cálculo	\$ 100,00
	Kits		
	Alimentación		
	Artistas		
	Audio		
	Bebidas		
	Premios		
	Placas		
	Publicidad		
	Hotelería		
	Sponsors para el		
Aliados estratégicos	autofinanciamiento	Convenios	\$ 150,00
			\$ 250,00

Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

### 13.7.3 Plan de distribución y ventas

El medio por el que se promocióne va ser digital 80% (Marketing Directo) dirigido a los posibles participantes en Ecuador, Perú, Colombia, Bolivia y Chile y 20% publicidad tradicional dirigido a la ciudadanía Lojana.

**Tabla 37 Plan distribución y ventas**

Plan de distribución y ventas			
Decisión	Acciones	Tarea	Presupuesto
Segmentación	Identificar Mercado	Análisis	\$ 150,00
	Nacional		
Ventas	Internacional	Identificar	\$ 100,00
	Puntos de venta		
	Página Web		
	WhatsApp		
	Fuerza de ventas		
Publicidad	Fan Page Facebook	Difundir	\$ 111,66
	Difundir la publicidad		
	Marketing Directo		
	Publicidad Tradicional		
			\$ 361,66

Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

### 13.7.4 Plan de Acción de comunicación

**Tabla 38 Plan de Acción de comunicación**

Plan de Acción de comunicación			
Decisión	Acciones	Tarea	Presupuesto
Comunicación	Campañas Publicitarias en línea	Persuadir	\$ 300,00
	Email Marketing		
	Marketing por catálogo		
	Redes Sociales		

	Video Promocional			
	Membresías			
	Faltan x días			
	Agradecimiento			
	Hoteles			
	Pagina web			
Comunicación	Campañas Tradicionales	Persuadir	\$	300,00
	Tour de medios			
	Rueda de prensa			
	Pancartas publicitarias			
	Flyers			
			\$	600,00

Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

### 13.7.5 Promoción

Se genera una promoción especial para el sexo femenino realizando un descuento del 30%.

Hombres: \$120

Mujeres \$80

En el moto encuentro las mujeres gozan de los mismos beneficios y privilegios que los hombres, se cubren los gastos sin tener utilidad, con el sobrante de las cuotas de los varones se nivela los gastos. (técnicamente se lo conoce como enganche)

### 13.8 Posicionamiento del Moto Encuentro en el mercado Internacional

Al ser la segunda edición del Mega Rally Andino, tiene posicionamiento internacional y es reconocido en Sud América, pero como organizador Loja Custom Club no tienen eventos previos.



### 13.9 Presupuesto

Los costes del evento superan el valor de las inscripciones, Se presupuesta un déficit de \$14947, el cual debe ser cubierto por autofinanciamiento.

**Tabla 39 Presupuesto Plan de Marketing**

Presupuesto	
Ventas	32000
Costo de Ventas	-46157
Margen Bruto	-14157
Gastos Operativos	-790
Resultado	-14947

Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

### 13.10 Control

**Tabla 40 Control del Plan de Marketing**

Estándar	Real
Inscribir más de 100 participantes.	Se inscriben 294 participantes.
Conseguir 3000 asistentes al encuentro.	Se consiguen más de 3500 asistentes al encuentro.
Convocar más de 5 países.	Se convoca 8 países.
Elaborar un paquete promocional del encuentro.	Se consiguió elaborar un paquete promocional efectivo y atractivo para los consumidores.
Diseñar una propuesta comercial para sponsors.	Se consiguió diseñar una propuesta comercial que permitió autofinanciar el moto encuentro.
Realizar videos promocionales.	Los videos promocionales tuvieron excelente aceptación en los medios digitales.
Diseñar Afiches promocionales.	Alta expectativa de la ciudadanía Loja, y de los asistentes al Moto Encuentro.
Tour de medios.	Promoción a nivel local, nacional e internacional.
Rueda de prensa.	Oficializó y compartió información desde la preparación hasta la culminación del moto encuentro.
Campaña en redes sociales.	Se convirtió en un boom mediático entre los asistentes.
Identificar influencers.	Se convirtieron en los principales medios de inscripción.
Elaborar Kits promocionales.	Kit invaluable por su valor emocional.

### 13.11 Plan de contingencia del Plan de marketing

**Tabla 41 Plan de contingencia del Plan de Marketing**

Plan de contingencia del Plan de Marketing	
Problema	Acción
No se consigue auto financiamiento.	Presidente del club asume los costos por su responsabilidad.
Problemas con tallas de los Kits.	Se confecciona 3 kits. extra por talla.
Falta de membresías/ adhesivos / Manillas.	Se realizan 5 membresías/ 20 Adhesivos y 20 Manillas extras.
No se consigue el número de participantes al moto encuentro.	Se adapta el moto encuentro al número de participantes.
Accidentes durante el moto encuentro.	Plan de seguridad de Cruz Roja Ecuatoriana, Cuerpo de Bomberos, Unidad de Control Operativo de Tránsito, Policía Metropolitana y la Comisión de Seguridad de Loja Custom Club.
Falta de comida	Los hoteles y hosterías preparan 15 platos extras

Elaborado por: Patricio E. Benitez O.

## 14 Conclusiones

- Luego de efectuar el análisis interno, externo y FODA, Loja Custom Club se encontró en una posición favorable para la realización del encuentro, gracias a sus buenas relaciones desde su fundación con los diferentes clubs tanto a nivel nacional e internacional.
- Se generaron estrategias adecuadas, que permitieron a Loja Custom Club realizar un encuentro de primer nivel
- Se logró ejecutar el plan de marketing del Encuentro Internacional Loja Custom Club en su totalidad gracias al autofinanciamiento conseguido durante el proyecto.
- Se califica como excelente con un 99% de aceptación. Luego de analizar el nivel de satisfacción del encuentro.
- El plan marketing del Primer Encuentro Internacional Loja Custom Club en la ciudad de Loja provincia de Loja, sobrepaso los objetivos y metas propuestas.

## 15 Recomendaciones

- Recomiendo usar el presente documento únicamente como guía. Ya que un plan de marketing puede variar según el análisis que se realice de la situación.
- Recomiendo a las Universidades y Estudiantes a partir de esta tesis, realizar proyectos que se ejecuten y que no solo queden en datos bibliográficos y proyecciones, de tal manera que puedan generar ingresos y ganar experiencia palpando la realidad.
- Al Municipio de Loja, la Prefectura y Gobernación que generen alianzas estratégicas con Universidades e Institutos, para aprovechar el talento de la juventud en formación y de esta manera se ejecuten proyectos reales que permitan dinamizar la economía.
- A la Cruz Roja Ecuatoriana, Cuerpo de Bomberos, Unidad de Control Operativo de Tránsito y Policía Metropolitana, recomiendo que participen en todas las actividades sociales, religiosas, culturales, deportivas, etc. Con la finalidad de disminuir o evitar accidentes precautelando la integridad ciudadana.
- A las empresas privadas, recomiendo invertir en este tipo de proyectos, guiados por su departamento de Marketing, para que el gasto se convierta en una inversión y puedan aprovechar las oportunidades de negocio.
- Recomiendo a los clubs, organizaciones, grupos, etc. seguir participando y apoyando este tipo de iniciativas, de tal manera que sea factible realizar encuentros y seguir fomentando su hermandad.

## 16 Bibliografía

- Asociation, A. M. (s.f.). *MarketingPower.com* . Obtenido de <http://www.marketingpower.com>
- Bellver, E. (27 de Febrero de 2020). *depsicologia*. Obtenido de depsicologia: <https://depsicologia.com/piramide-de-maslow/>
- Biker, C. (2018). *www.culturabiker.com*. Obtenido de <http://www.culturabiker.es/harley-davidson/>
- Hoyos , B. R. (s.f.). *Plan de marketing*. Obtenido de <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliovirtualuidesp/detail.action?docID=3213503> . Created from bibliovirtualuidesp on 2020
- Kotler. (1999). *El Marketing segun Kotler P*.
- Kotler, P. (1996). *Dirección de Mercadotecnia*. 8va Edición.
- Lluís , L., & Bueno , P. (2017 de Agosto de 2017). <https://www.redbull.com>. Obtenido de <https://www.redbull.com/co-es/las-mejores-concentraciones-moteras-del-mundo>
- Ries, A., & Trout, J. (2006). *La Guerra de la Mercadotecnia*.
- Sainz, d. V. (2015). *El plan de marketing digital en la práctica*. ESIC Editorial. Obtenido de <https://www.mdconsult.internacional.edu.ec:2095/lib/bibliovirtualuidesp/detail.action?docID=5885802>.
- Sánchez Fernández, M. D. (2014). *Comunicación efectiva y trabajo en equipo*. Editorial CEP.
- Stanton , W., Etzel , M., & Walker , B. (2004). *Fundamentos de marketing* (Vol. 13a Edición).

## 17 Anexos

## Permisos Alcaldía

*Cafros*

Municipio de Loja

Trámite Nro.:

2019-EXT-9677

COMPROBANTE DE TRÁMITE  
ARCHIVO GENERAL

ASUNTO: ASUNTO: EN CALIDAD DE PRESIDENTE DEL CLUB DE MOTOS, EXPONE QUE SE ENCUENTRAN ORGANIZANDO UN ENCUENTRO INTERNACIONAL DE MOTOS, POR TAL RAZÓN SOLICITAN EL PERMISO RESPECTIVO PARA LOS DÍAS 9, 10 Y 11 DE AGOSTO.

FECHA DE INICIO: 2019-03-13 17:46:45.984

INGRESADO POR: gksoto

CLAVES DE BÚSQUEDA: 1102190749

SOLICITANTE: BENITEZ CANO GALO PATRICIO

Departamento destino: Secretaría Administrativa

La única definición de lo que somos... es lo que hacemos!

CONSERVE ESTE DOCUMENTO PARA EL SEGUIMIENTO DE SU TRÁMITE

Loja  
Alcaldía

Bolívar y José Antonio Eguiguren  
Atención al ciudadano: + 593 7 2532223  
+ 593 7 570492 - Casilla letra "M"  
alcaldede@loja.gob.ec  
www.loja.gob.ec



UNIDAD DE CONTROL OPERATIVO DE TRÁNSITO LOJA



MUNICIPIO DE LOJA

Memorando Nro. 0106-OP-UCOT-2019  
Loja, 27 de Marzo de 2019

**Para:** Ing. Ricardo Maldonado.  
**ENCARGADO DE LA UNIDAD DE GESTION DE RIESGOS.**

**Asunto:** Remitiendo Orden de Operación

Por medio del presente me permito poner a su conocimiento la Orden de Operación Nro. **0232-UCOT-2019**, la misma que ha sido elaborada en esta Unidad en atención al trámite **2019-EXT-9677**, enviado directamente mediante sumilla por la **Lic. Piedad Fineda, Alcaldesa del GAD Loja**, con fecha **14 Marzo** del presente año.

Particular que pongo a su conocimiento para los fines pertinentes.

Atentamente.

ING. MARLÓN I. SEVERINO M.  
AGENTE CIVIL DE TRÁNSITO.  
JEFE DE LA UCOT

VTO. BUENO

ING. DIEGO GUERRERO O.  
DIRECTOR DE LA UMTTSV.

MISM/JAB

Anexos:  
Orden de operación Nro. 0232-UCOT-2019.



La única definición de lo que somos...  
es lo que hacemos

**Loja**  
Alcaldía

Bolívar y José Antonio Eguiguren  
+593 7 2570492  
Casilla letra "M"  
alcalde@loja.gob.ec

www.loja.gob.ec

MUNICIPIO DE LOJA  
DEPARTAMENTO DE DESARROLLO  
LOCAL Y PROYECTOS  
Fecha: 28-03-2019  
Hora: 16h35  
Recibido por: [Firma]



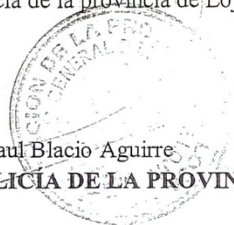


### AUTORIZACION PARA EVENTO PÚBLICO Nro. 085- 2019-AEP

Loja, el día de hoy 18 de abril del dos mil diecinueve, a las nueve horas con diez minutos.- **VISTOS.-** Avoco conocimiento de la presente solicitud-presentada por Galo Patricio Benítez Cano, por haber tomado legal posesión del cargo de Intendente General de Policía de Loja.- agréguese al expediente copias de cédulas Nros. 1102190749, 1101793832, 1102284161, 1104276827, 1102762745 pertenecientes a Galo Patricio Benítez Cano, Jorge Orlando Bermeo Guerreo, Nelson Efran Jaramillo Rojas, Henry Mauricio Romero Gonzalez; y, Jenner Baltazar Guarnizo Torres respectivamente; autorización No. 273-2019 por uso de espacio público, otorgado por la Comisaría de Ornato del Municipio de Loja, copia de plan de contingencia y autorización emitido por la Unidad de Gestión de Riesgos del Municipio de Loja, informe Nro. 156 emitido por el Cuerpo de Bomberos de Loja, orden de operación Nro. 232-UCOT-2019, emitido por la Unidad de Control Operativo de Tránsito de Loja; autorización de la Jefatura de Coordinación de Parroquias del Municipio de Loja y, acta de compromiso para autorizaciones de eventos públicos, en cuarenta y cuatro (44) fojas, y por haber tomado legal posesión del cargo de Intendente General de Policía de Loja mediante Acción de Personal GL- 241 de fecha 01 de agosto de 2017.-, **SE DISPONE: 1.- AUTORIZAR LA SOLICITUD PARA EL EVENTO PÚBLICO “I ENCUENTRO INTERNACIONAL LOJA CUSTOM CLUB”,** los días 09 de agosto de 2019 de 13h00 a 18h00 en las calles Prolongación de la 24 de Mayo y Segundo Cueva Celi, sector “La Pileta” y de 18h00 a 20h00, recorrido ruta de las iglesias de la ciudad y 10 agosto de 2019 de 09h00 a 17h00 a desarrollarse en la ruta Loja – Vilcabamba y exhibición en el parque central de la Parroquia Vilcabamba, del cantón de Loja.- **2.-** En atención a lo previsto al literal j) del art. 4 y literal j) del art. 6 del Acuerdo Ministerial 0069-2019 del Ministerio del Interior; y, en el uso de mis facultades como Intendente General de Policía de la Provincia de Loja me permito **DELEGAR**, al señor Comisario Nacional de Policía del Cantón Loja, Abg. Clído Stalin Cobos Jumbo, para la ejecución y control de este evento público a fin de precautelar el orden y la seguridad ciudadana de los asistentes al evento en mención; mismo que una vez se dé por terminado el evento al cual ha sido delegado, realizará el informe correspondiente del mismo para los fines legales pertinentes.- **3.-** En caso de incumplimiento en cualquier infracción prevista en la norma legal antes invocada, causará que sin dilatación alguna se proceda por parte de esta dependencia en la clausura del evento público con la sanción y medidas cautelares que el caso amerite.- **4.-** Oficiese a la Policía Nacional para que se designe personal especializado, con la finalidad de evitar alteración del orden público y escándalos.- Llámese a intervenir al Ec. Bolívar de Jesús Jumbo Lapo, en calidad de Analista de la Intendencia General de Policía de la provincia de Loja.- **CUMPLASE.-**

Mgs. Robert Paul Blacio Aguirre

**INTENDENTE GENERAL DE POLICÍA DE LA PROVINCIA DE LOJA.**





**Oficio Nro. MDI-IGP-L-2019-0018-O**

**Loja, 18 de abril de 2019**

**Asunto:** Autorización de evento público Nro. 084-2019-AEP

Señor  
 Cnrl. Lic. Nestor Fabian Veloz Vera  
**Comandante de la Subzona Loja N° 11, Subrogante**  
**POLICÍA NACIONAL**  
 En su Despacho

De mi consideración:

Por medio de la presente me dirijo a usted con la finalidad de poner en su conocimiento lo correspondiente a la autorización de evento público Nro. 084-2019-AEP, en el que se concede "...AUTORIZACIÓN para la realización del evento público "I ENCUENTRO INTERNACIONAL LOJA CUSTOM CLUB", los días 09 de agosto de 2019 de 13h00 a 18h00 en las calles Prolongación de la 24 de Mayo y Segundo Cueva Celi, sector "La Pileta" y de 18h00 a 20h00, recorrido ruta de las iglesias de la ciudad y 10 agosto de 2019 de 09h00 a 17h00 a desarrollarse en la ruta Loja - Vilcabamba y exhibición en el parque central de la Parroquia Vilcabamba, del cantón de Loja.", hecho que pongo bajo su conocimiento a fin de que asigne personal policial a su cargo para precautelar el orden público y seguridad ciudadana.

Con sentimientos de distinguida consideración.

Atentamente,

Mgs. Robert Paul Blacio Aguirre  
**INTENDENTE GENERAL DE POLICIA DE LOJA**

je



Municipio de Loja

Loja 17-04-2019

Memorando Nro. ML-UGR-2019-0376-M

### UNIDAD DE GESTIÓN DE RIESGOS

En referencia al Trámite Nro. 2019-EXT-9677 y al Plan de Contingencia presentado a esta dependencia, para la realización del evento **I ENCUENTRO INTERNACIONAL LOJA CUSTOM CLUB**, a desarrollarse los días 9, 10 y 11 de Agosto, en la ciudad de Loja y la parroquia Vilcabamba, en los horarios que se indican en el plan adjunto. Se ha procedido a la revisión y verificación de la documentación adjunta, ante lo cual, se constata que se ha cumplido con las exigencias a la fecha vigentes para este tipo de eventos.

Por lo tanto, se aprueba el Plan de Contingencia presentado, el mismo que se cumplirá bajo la responsabilidad de los organizadores del evento.

Comprometidos por el adelanto de Loja y con la finalidad de evitar situaciones de riesgo o vulnerabilidad para los ciudadanos.

**NOTA.-** Cabe recalcar que la aprobación del Plan de Contingencia no significa que se **AUTORICE EL EVENTO**, en vista que esto es potestad de la Intendencia de Policía. Finalmente indicar que todas las dependencias Municipales en caso de estar presentes, previo al Inicio del evento verificarán la autorización respectiva y en caso de que no se cuente con dicho documento se retiran, indicando al Ecu 911 de que el mencionado evento no cuenta con la autorización correspondiente por lo que se solicita se intervenga por parte de quien corresponde para el cierre de dicho evento.

Adicional deberá entregar una copia de la Autorización de Intendencia en las oficinas de la UCOT, para confirmar la orden operativa y que se brinde el apoyo.

Atentamente,

#### LEGALIZACIÓN PLAN DE CONTINGENCIA

Aprobado por:	Tnte. Crnel. Giovanni Castro Galarza	COMANDANTE GENERAL DE LA POLICIA MUNICIPAL	
Elaborado por:	Ing. Ricardo Maldonado Naranjo	ENCARGADO UNIDAD GESTIÓN DE RIESGOS	
Registro.	Dr. Santiago Reyes	COMISARIO DE ORNATO	

*La única definición de lo que somos, es lo que hacemos*

**Loja**  
Alcaldía



**Municipio de Loja**

Loja, 09 de Abril del 2019


Lcda.  
Piedad Pineda L  
**ALCALDESA DEL CANTÓN LOJA**  
Ciudad.-

Yo Galo Patricio Benítez Cano, con cédula de identidad N° 1102190749, me permito presentar el **Plan de Contingencia** del evento: **I ENCUENTRO INTERNACIONAL LOJA CUSTOM CLUB**, que se llevará a cabo los días 9, 10 y 11 de Agosto del presente año en la ciudad de Loja y parroquia Vilcabamba, esto con el fin de precautelar la integridad de los asistentes y dar una respuesta inmediata frente a cualquier incidente o emergencia que se presente.

Por lo tanto, declaro que la información consignada en el presente Plan de Contingencia es verdadera y podrá ser verificada por el Municipio de Loja; y, conociendo la gravedad y las penas de perjurio, declaro bajo juramento que la información proporcionada en este documento es verídica y en caso de falsedad u ocultamiento de información, nos sometemos a las penas que por estos hechos prevén las leyes de la República, como también nos comprometemos a cumplir el PLAN DE CONTINGENCIA aprobado por la Unidad de Riesgos del Municipio de Loja. Para tal efecto, se adjunta la documentación necesaria.

Atentamente,

(f.)

  
Galo Patricio Benítez Cano  
C.I.: 1102190749  
Teléfono: 0993843831  
Correo electrónico: gpbc31@gmail.com

*La única definición de lo que somos, es lo que hacemos*

**Loja**  
Alrededor

Bolívar y José Antonio Eguiguren  
+593 7 2570492  
Casilla letra "M"  
alcalde@loja.gob.ec

www.loja.gob.ec



**Cruz Roja Ecuatoriana**

Junta Provincial de Loja

Loja, 30 de julio de 2019

## CERTIFICACION

La Cruz Roja Ecuatoriana – Junta Provincial de Loja, a través de su programa de Gestión de Riesgos y Atención de Emergencias y Desastres; certifica que participará en labores de **PRIMEROS AUXILIOS y ATENCION PREHOSPITALARIA con una ambulancia**, en los eventos:

Evento	Fecha	Hora	Lugar
Encuentro Internacional de Motociclismo “Harley Davidson”	Viernes 09 de agosto de 2019	12h30 a 20h00	Exhibición en Sector Pileta y Recorrido por la Ciudad de Loja
Encuentro Internacional de Motociclismo “Harley Davidson”	Sábado 10 de agosto de 2019	09h30 a 18h00	Recorrido Loja – Vilcabamba, exhibición en la parroquia Vilcabamba y posterior retorno Vilcabamba - Loja

Es todo cuanto puedo manifestar, para que la presente certificación sea de utilidad en los trámites de elaboración del plan de contingencia para eventos masivos.

Atentamente,



Diego A. Guillén Gordillo

**COORDINADOR PROVINCIAL**

**Programa de Gestión de Riesgos y Atención de Emergencias y Desastres  
Cruz Roja Ecuatoriana – Junta Provincial de Loja**



MUNICIPIO DE LOJA

## JEFATURA DE COORDINACIÓN DE PARROQUIAS

Vilcabamba, 11 de abril del 2019

El Municipio de Loja, coordina eventos culturales en las parroquias Rurales, tal es el caso que el día sábado 10 de Agosto del 2019, a partir de las 11h30 a 14h00, se desarrollara el evento de "1° ENCUENTRO INTERNACIONAL LOJA CUSTOM CLUB " en el parque central de la Parroquia Vilcabamba; Por tal motivo se **Certifica** que el espacio se encuentra disponible para efectuarse el evento en la fecha estipulada, respetando lo que la ley prevé para este tipo de eventos; el cual estará a cargo del Dr. Patricio Benítez Cano, con número de **Cedula 1102190749**, **COORDINADOR DEL EVENTO**, mismo que será el responsable que se desarrolle con normalidad, de igual manera realizar la limpieza del espacio público, de no hacerlo se implementara la respectiva sanción.

Para efecto del mismo, el Coordinador del Evento, debe presentar este documento en la Comisaria de Ornato del Municipio de Loja.

Particular que pongo a conocimiento para fines pertinentes

Atentamente

  
 Ing. Arianna Ambuludí Armijos  
**ADMINISTRADORA DEL DISTRITO  
 MUNICIPAL VILCABAMBA.**

Visto Bueno

  
 Ing. Alcivar Saca Montoya  
**COORDINADOR DE PARROQUIAS  
 RURALES DE LOJA**



*La única definición de lo que somos...  
es lo que hacemos*

**Loja**  
Alcaldía

*Seguio de las  
Cafeteras*

**COMISARÍA MUNICIPAL DE ORNATO DE LOJA**  
**AUTORIZACIÓN NO. 273-2019**

En la ciudad de Loja a los diecisiete días del mes de abril del año dos mil Diecinueve, la Comisaría Municipal de Ornato en uso de las atribuciones que le confiere el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización y el Código Municipal de Vía Pública, Circulación y Transporte, AUTORIZA a: DR. BENITEZ CANO GALO PATRICIO CON CI. 1102190749

➤ LA OCUPACIÓN DE ESPACIO PÚBLICO: PARA REALIZAR EVENTO: "I ENCUENTRO INTERNACIONAL LOJA CUSTOM CLUB", LOS DÍAS 9, 10 Y 11 DE AGOSTO DE 2019, DE ACUERDO A LOS LUGARES Y HORAS SEÑALADAS EN COMUNICACIÓN S/N, DE FECHA 13 DE MARZO DE 2019, SUSCRITO POR DR. GALO BENÍTEZ CANO (T: 9677)

➤ EL (LA) ADMINISTRADO (A), SE SUJETARÁ A LAS SIGUIENTES DISPOSICIONES:

- Tomará las precauciones necesarias a fin de evitar daños en la vía pública, siendo de su responsabilidad asumirlos en caso de que se produjeran.
- Se compromete a brindar la colaboración necesaria a fin de evitar interferencias en el libre tránsito.
- En caso de que la Municipalidad requiera dejar sin efecto la presente autorización, acatará voluntaria e inmediatamente, cualquier disposición que se emane sin reclamos posteriores.
- De no acatar las disposiciones antes mencionadas se procederá a actuar de conformidad a lo que establece el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y descentralización así como demás Ordenanzas Municipales vigentes.
- El Beneficiario de este permiso manifiesta su adhesión al contenido.

Referente a copia de trámite 2019-ext-9677 (Autorización sin costo de acuerdo a sumilla inserta en trámite).

**Compromiso:** El Administrado, se compromete en adoptar medidas del caso que permitan salvaguardar la infraestructura existente, así como su reposición en caso que la misma se vea afectada.

**NOTA:**

- El presente no constituye el permiso para la realización del evento, solo la ocupación del espacio público.

El Administrado, se compromete a sacar los permisos en la Intendencia de Policía.

*Santiago Reyes Barahona*  
COMISARIO MUNICIPAL DE ORNATO



*Galo Benítez Cano*

Dr. Galo Benítez Cano  
RESPONSABLE



**CUERPO DE BOMBEROS DE LOJA  
PREVENCIÓN DE INCENDIOS**

**INFORME Nro. 156**

El órgano competente para la Inspección Técnica de Prevención de Incendios del Cuerpo de Bomberos de Loja, en cumplimiento a lo establecido en la Ley de Defensa Contra Incendios, analiza la documentación presentada para llevar a cabo **EL PRIMER ENCUENTRO INTERNACIONAL LOJA CUSTON CLUB**, a desarrollarse el 9 de agosto del 2019, desde las 12h30 hasta las 18h00 en el sector de la pileta exposición de motos y el 10 del mismo mes y año, desde las 11h00am a 13h30 pm, en el Parque Central de Vilcabamba, exposición de motos..

En tal virtud, y; una vez que se ha cumplido con los requerimientos exigidos por el Cuerpo de Bomberos de Loja se **EMITE EL INFORME FAVORABLE**, para la realización de dicho acto, dejando bajo absoluta responsabilidad de cualquier novedad suscitada durante el evento al Sr. Benitez Cano Galo Patricio, con número de cédula 1102190749, organizador.

Loja, 08 de abril de 2019.

Atentamente.

**ABNEGACIÓN Y DISCIPLINA**

*[Firma]*  
Subtte. (B) Fabian Calvachi Fernandez  
**JEFE (E) DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS**  
BFCF/nsr






A.C.T ENCARGADO DE LA ORDEN	CÓDIGO	FIRMA	

TT.HH Y RECURSOS LOGISTICOS / CANTIDAD									
EFFECTIVOS A PIE Nº	PATRULLEROS Nº	2	MOTORIZADOS Nº	4	CICLISTAS Nº	VALLAS Nº	5	CONOS Nº	15

PATRULLEROS, MOTORIZADOS Y CICLISTAS DE LA UCOT				
RECURSO	PLACA	CODIGO	NOMBRES Y APELLIDOS	RESPONSABILIDAD
RP				<ul style="list-style-type: none"> <li>Encabezar la caravana motorizada.</li> <li>Garantizar la seguridad de los participantes.</li> </ul>
MOTORIZADO				<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar los respectivos cierres de vías y de brindar seguridad a los Motociclistas.</li> </ul>
				<ul style="list-style-type: none"> <li>Se encargarán de brindar seguridad a los ciclistas.</li> <li>Se ubicara al final de la caravana.</li> </ul>



CALIFICACIÓN DE LA ORDEN DE OPERACIÓN											
MARCAR	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%	
OBSERVACIONES:											

  
**ING. MARLON ISRAEL SEVERINO MAEDONADO**  
**AGENTE CIVIL DE TRÁNSITO**  
**JEFE DE LA UNIDAD DE CONTROL OPERATIVO DE TRÁNSITO DE LOJA**



Alejandro Bermeo C.  
 Agente Civil de Tránsito  
 OPERACIONES UCOT

Memoria de logs.  
 Archivo Central.  
 Clasificación de documentos.  
 13 Marzo 2017.  
 I. I. st. 9/22.

 <p style="text-align: center;"><b>Unidad de Control Operativo de Tránsito</b> <b>LOJA</b> República del Ecuador</p> 			
<b>ORDEN DE OPERACIÓN Nro. 0232-UCOT-2019</b>			
TRÁMITE / MEMORANDO Nº	Nº 2019-EXT-9677	FECHA DE EJECUCIÓN	<b>09-10-AGO-2019</b>
ACTIVIDAD	<b>CONTROL Y REGULACIÓN DE CIRCULACION VEHICULAR.</b>	HORA DE EJECUCIÓN	<b>11:30am-22:00pm</b>
NOMBRE DEL EVENTO	<b>ENCUENTRO INTERNACIONAL DE MOTOCICLISMO "HARLEY DAVIDSON"</b>		
LUGAR DEL EVENTO	<b>Sector la Pileta-Parroquia Vilcabamba-Hotel Sonesta.</b>		
RESPONSABLE O SOLICITANTE	Dr. Patricio Benítez Cano.	TELEFONO / CELULAR	0993843831
<b>OBSERVACIONES GENERALES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Para la ejecución de la siguiente operación se designara.</li> <li>o TT.HH.- 6 Efectivos.</li> <li>o LOGISTICA.- 5 Vallas Y 15 Conos.</li> </ul>		
	<p><b>Viernes 09 de Agosto.</b></p> <p><b>1.- Programa de recibimiento.</b>- a nuestra ciudad de Loja, que se llevara a cabo en el sector de la pileta a todas las delegaciones de motociclistas visitantes, para lo que se procederá con el cierre de vías a partir de las <b>12:30pm</b>.</p> <p><b>1.1.- Zona de Cierres</b> (Segundo Cueva Celi – Segundo Puertas Moreno – Av. Orillas del Zamora y Prolongación de la 24 de Mayo – Zoilo Rodríguez) <b>los cierres se mantendrán hasta las 18:00pm.</b></p> <p><b>2. Ruta de las Iglesias.</b>- Circuito Inicia a las <b>18:15pm</b> (Prolongación 24 de Mayor – Zoilo Rodríguez – Santiago de las Montañas – Esmeraldas (<b>Arco del Valle</b>) – Guayaquil CRUCE.- Redondel Zona Militar – Av. Gran Colombia – Puerta de la Ciudad CRUCE.- Av. Emiliano Ortega – Bolívar CRUCE.- Mercadillo – 24 de Mayo CRUCE.- Macara – Miguel Riofrío – Av. Orillas del Zamora <b>Finaliza.- Sector la Pileta. 19:30pm</b></p> <p><b>Sábado 10 de Agosto.</b></p> <p><b>3.- Ruta Loja-Vilcabamba.</b>- A partir de las <b>09:45am</b> se designara un patrullero y 4 Motorizados para trasladar a las delegaciones de motociclistas hasta la Parroquia Vilcabamba "Parque Central" por parte de la organización solicita el mayor de los respaldos por seguridad ya que prevén un considerable número de participantes.</p> <p><b>3.1.-</b> El patrullero se ubicara para que encabece la caravana motorizada mantendrá su ritmo dentro del rango moderado en la vía Loja-Vilcabamba <b>70Km/h</b> Los motorizados respaldaran la parte final de la caravana a para guardar distancia de entre los participantes y el flujo vehicular.</p> <p><b>3.2.-</b> Dar las indicaciones antes de partir con la ruta establecida el efectivo a cargo dará indicaciones de seguridad a los participantes en conjunto con el Organizador.</p> <p><b>3.3.-</b> Al arribo en la Parroquia Vilcabamba con las delegaciones de motociclistas, se destinara el costado derecho sobre las calles (Av. Loja entre <b>Diego Vaca de Vega</b> y <b>Luis Fernando de la Vega</b>) únicamente para <b>EXPOSICIÓN</b> de las motocicletas ya que es un número considerable de participantes.</p> <p><b>3.4.-</b> se designara un patrullero del segundo turno para que preste la colaboración de acuerdo a lo programado a las <b>17:00pm</b></p>		



Municipio de Loja

### ACTA DE COMPROMISO

Yo, Galo Patricio Benítez Cano con cédula N° 1102190749 como responsable del evento **I ENCUENTRO INTERNACIONAL LOJA CUSTOM CLUB**, remito el Plan de Contingencia y a través de la presente me comprometo a ejecutarlo en su totalidad, con el fin de precautelar la integridad de los asistentes y dar una respuesta inmediata frente a cualquier incidente o emergencia que se presente.

A la vez declaro que la información consignada en el referido plan, es verdadera y podrá ser verificada por el Municipio de Loja. En el caso de falsedad u ocultamiento de información, nos sometemos a las penas que por estos hechos prevén las leyes de la República.

Galo Patricio Benítez Cano  
Responsable del evento  
CI: 1102190749

*La única definición de lo que somos, es lo que hacemos*

**Loja**  
ciudad

Bolívar y José Antonio Eguiguren  
+593 7 2570492  
Casilla letra "M"  
alcalde@loja.gob.ec

www.loja.gob.ec

Plan de Contingencia

• IDENTIFICACIÓN DE AMENAZAS



Municipio de Loja

IDENTIFICACIÓN DE AMENAZAS					
Amenaza	¿Puede afectar en el lugar donde se realizará?		Nivel de exposición a la amenaza		
	Si	No	Alto	Medio	Bajo
Sismos	X				X
Inundaciones		X			
Deslizamientos-laderas inestables		X			
Hundimientos		X			
Incendios	X				X
Riesgo social (robos, pandillas, expendio de drogas)	X				X
Carreteras-vías rápidas, caminos sin señalización	X				X
Otros: (especificar)		X			

• PLANOS/CROQUIS/UBICACIÓN

PLANO/CROQUIS/FOTO DE UBICACIÓN DEL LUGAR DONDE SE REALIZARÁ EL EVENTO



CROQUIS/PLANO

La única definición de lo que somos, es lo que hacemos



Bolívar y José Antonio Eguiguren  
 +593 7 2570492  
 Casilla letra "M"  
 alcalde@loja.gob.ec

www.loja.gob.ec



• **CRONOGRAMA DEL EVENTO**

**Municipio de Loja**

FASE	FECHA	HORA DE INICIO	HORA DE FINALIZACIÓN	OBSERVACIONES
Montaje – Preparación	09/08/2019	8h00	12h00	
Ingreso de Público	09/08/2019	13h00	18h00	
Presentaciones	09/08/2019	14h00	17h30	
Salida de Público	09/08/2019	18h00	18H30	
Reacondicionamiento del área	09/08/2019	18h30	20h30	
<b>EN CASO DE USO DE PIROTECNIA (debe ser autorizada por la Autoridad competente)</b>				
Instalación de Pirotecnia				
Activación de Pirotecnia				

• **RECURSOS QUE DISPONE EL LUGAR EN CASO DE EMERGENCIA**

Recursos	Existencia		Cantidad	Estado	
	Si	No		Bueno	Malo
	Botiquín de primeros auxilios	X			
Extintor contra incendios	X			X	
Megáfono	x			X	
Lámparas de emergencia o linternas	X			X	
Vías de evacuación señalizadas	x			X	
Puertas de emergencia funcionales		x		X	
Señaléticas	x			X	
Sistema de alarma/sirena/timbre/campana	x			X	
Zonas de seguridad	x			x	
Otro					

*La única definición de lo que somos, es lo que hacemos*



Bolívar y José Antonio Eguiguren  
+593 7 2570492  
Casilla letra "M"  
alcalde@loja.gob.ec

www.loja.gob.ec



Municipio de Loja

## MUNICIPIO DE LOJA

### PLAN DE CONTINGENCIA

Nombre del evento: I ENCUENTRO INTERNACIONAL LOJA CUSTOM CLUB

Fecha a realizarse: 09, 10 y 11 de Agosto Hora inicio: 10h00 Hora Fin: 00h00

Fecha a realizarse: 09 de Agosto Hora inicio: 13h00 Hora Fin: 18h00

Barrio: Orillas del Zamora Parroquia: El Sagrario: Loja

Lugar: La Pileta

Casa Comunal	<input type="checkbox"/>	Área Comunal	<input type="checkbox"/>	Uso de la vía Pública	x
Coliseo	<input type="checkbox"/>	Cancha Deportiva	<input type="checkbox"/>	Parque	<input type="checkbox"/>
Infraestructura móvil	<input type="checkbox"/>	Plaza	x		
Otro					

Descripción del evento:

Evento social para poner a disposición de la ciudadanía las motocicletas en sus distintos modelos y su cultura en general.

- AFORO (CAPACIDAD)

LOCALIDAD	AFORO TOTAL PERMITIDO	AFORO (DÍA DEL EVENTO)	AFORO (VENTA)	RESPONSABLE DEL CONTROL
Pileta	500	200		Jorge Bermeo

La única definición de lo que somos, es lo que hacemos



Bolívar y José Antonio Eguiguren  
+593 7 2570492  
Casilla letra "M"  
alcalde@loja.gob.ec

www.loja.gob.ec

• PLANOS/CROQUIS/UBICACIÓN



**Municipio de Loja**

**PLANO/CROQUIS/FOTO DE UBICACIÓN DEL LUGAR DONDE SE REALIZARÁ EL EVENTO**



**CROQUIS/PLANO**

Identificar: Señalética, extintores, lámparas de emergencia, detectores de humo, rutas de evacuación, zona segura o punto de encuentro, etc.

*La única definición de lo que somos, es lo que hacemos*



Bolívar y José Antonio Eguiguren  
 +593 7 2570492  
 Casilla letra "M"  
 alcalde@loja.gob.ec

www.loja.gob.ec



• RECURSOS QUE DISPONE EL LUGAR EN CASO DE EMERGENCIA **Municipio de Loja**

INVENTARIO DE RECURSOS					
Recursos	Existencia		Cantidad	Estado	
	Si	No		Bueno	Malo
Botiquín de primeros auxilios	X			x	
Extintor contra incendios	X			X	
Megáfono	x			X	
Lámparas de emergencia o linternas	X			X	
Vías de evacuación señalizadas	x			X	
Puertas de emergencia funcionales		x		X	
Señaléticas	x			X	
Sistema de alarma/sirena/timbre/campana	x			X	
Zonas de seguridad	x			x	
Otro					

• IDENTIFICACIÓN DE AMENAZAS

IDENTIFICACIÓN DE AMENAZAS					
Amenaza	¿Puede afectar en el lugar donde se realizará?		Nivel de exposición a la amenaza		
	Si	No	Alto	Medio	Bajo
Sismos	X				X
Inundaciones		X			
Deslizamientos-laderas inestables		X			
Hundimientos		X			
Incendios	X				X
Riesgo social (robos, pandillas, expendio de drogas)	X				X
Carreteras-vías rápidas, caminos sin señalización	X				X
Otros: (especificar)		X			

La única definición de lo que somos, es lo que hacemos



Bolivar y José Antonio Eguiguren  
+593 7 2570492  
Casilla letra "M"  
alcalde@loja.gob.ec

www.loja.gob.ec





**Fecha a realizarse:** 09 de Agosto **Hora inicio:** 18h00 **Hora Fin:** 20h00

**Barrio:** Orillas del Zamora **Parroquia:** El Sagrario: Loja

**Municipio de Loja**

**Lugar:** Calles de la ciudad

Casa Comunal	<input type="checkbox"/>	Área Comunal	<input type="checkbox"/>	Uso de la vía Pública	x
Coliseo	<input type="checkbox"/>	Cancha Deportiva	<input type="checkbox"/>	Parque	<input type="checkbox"/>
Infraestructura móvil	<input type="checkbox"/>	Plaza	x		
Otro					

Descripción del evento:

Evento social de recorrido a velocidad moderada para socialización de la ciudad y disfrutar de sus lugares turísticos.

• **AFORO (CAPACIDAD)**

LOCALIDAD	AFORO TOTAL PERMITIDO	AFORO (DÍA DEL EVENTO)	AFORO (VENTA)	RESPONSABLE DEL CONTROL
Calles de la ciudad	100	100		Jorge Bermeo

• **CRONOGRAMA DEL EVENTO**

FASE	FECHA	HORA DE INICIO	HORA DE FINALIZACIÓN	OBSERVACIONES
Montaje – Preparación	09/08/2019	18h00	19h00	
Ingreso de Público	09/08/2019	19h00	20h00	
Presentaciones	09/08/2019	19h00	20h00	
Salida de Público	09/08/2019	20h00	20h30	
Reacondicionamiento del área	09/08/2019	20h30	21h30	
<b>EN CASO DE USO DE PIROTECNIA (debe ser autorizada por la Autoridad competente)</b>				
Instalación de Pirotecnia				
Activación de Pirotecnia				

*La única definición de lo que somos, es lo que hacemos*



Bolívar y José Antonio Eguiguren  
+593 7 2570492  
Casilla letra "M"  
alcalde@loja.gob.ec

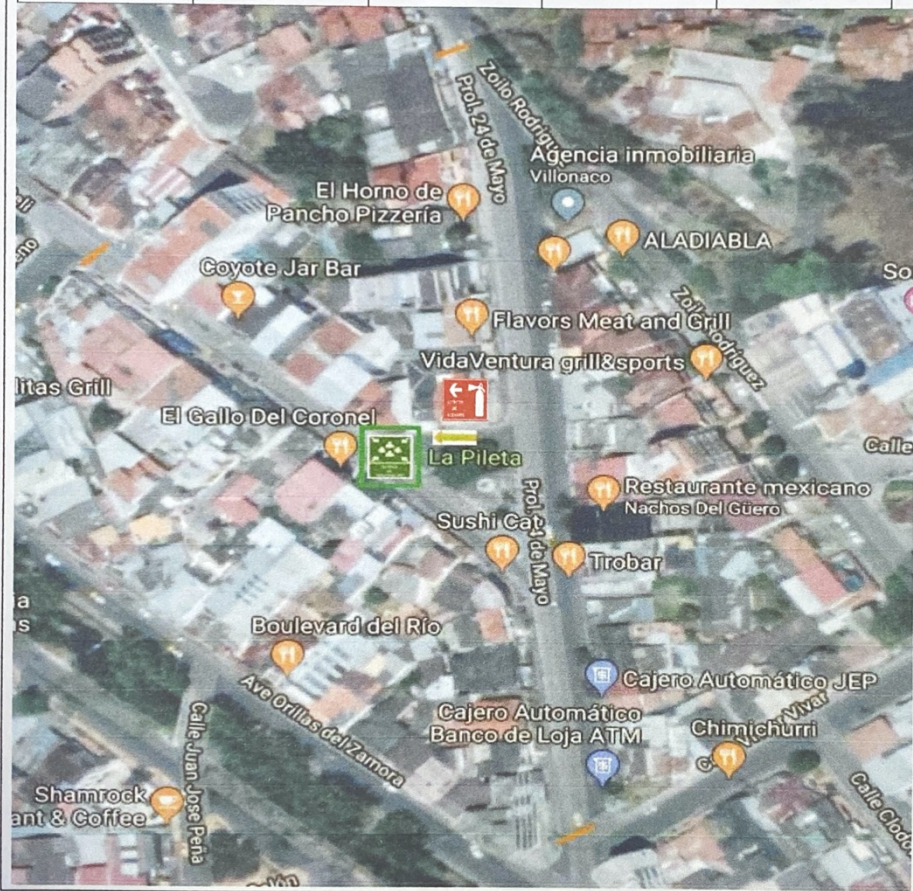
www.loja.gob.ec



**Municipio de Loja**

Identificar: Señalética, extintores, lámparas de emergencia, detectores de humo, rutas de evacuación, zona segura o punto de encuentro, etc.

PUNTO DE ENCUENTRO	EXTINTOR	LAMPARAS DE EMERGENCIA	DETECTOR DE HUMO	RUTA DE EVACUACIÓN



*La única definición de lo que somos, es lo que hacemos*



Bolívar y José Antonio Eguiguren  
 +593 7 2570492  
 Casilla letra "M"  
 alcalde@loja.gob.ec

www.loja.gob.ec



**Municipio de Loja**



**Fecha a realizarse:** 10 de Agosto **Hora inicio:** 11h30 **Hora Fin:** 14h00

**Barrio:** Central **Parroquia:** Vilcabamba

**Lugar:** junto a la plaza Central

Casa Comunal	<input type="checkbox"/>	Área Comunal	<input type="checkbox"/>	Uso de la vía Pública	
Coliseo	<input type="checkbox"/>	Cancha Deportiva	<input type="checkbox"/>	Parque	<input type="checkbox"/>
Infraestructura móvil	<input type="checkbox"/>	Plaza	x		
Otro					

*La única definición de lo que somos, es lo que hacemos*



Bolívar y José Antonio Eguiguren  
 +593 7 2570492  
 Casilla letra "M"  
 alcalde@loja.gob.ec

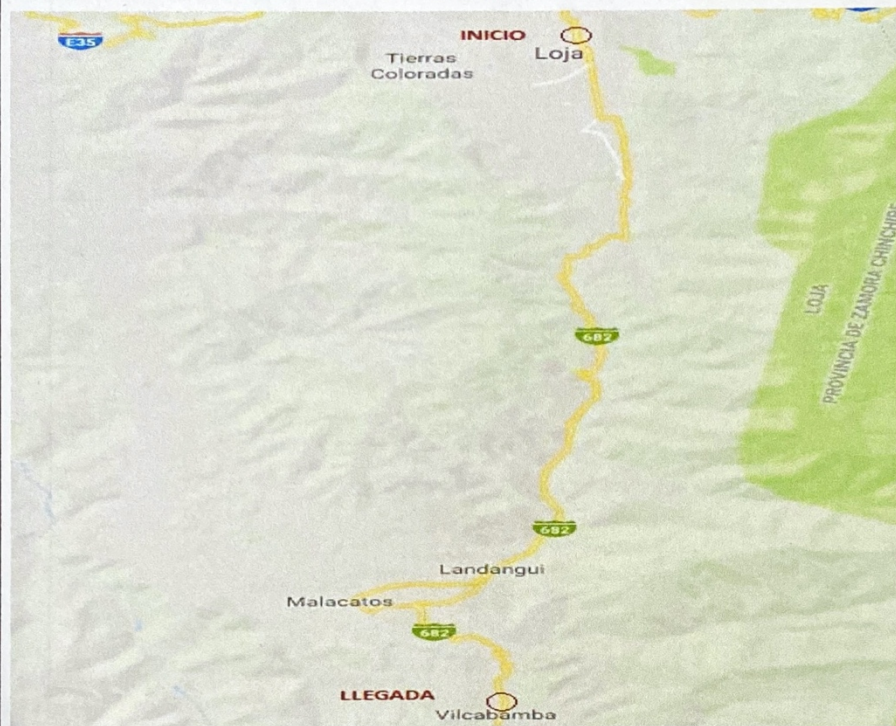
[www.loja.gob.ec](http://www.loja.gob.ec)

- PLANOS/CROQUIS/UBICACIÓN



Municipio de Loja

PLANO/CROQUIS/FOTO DE UBICACIÓN DEL LUGAR DONDE SE REALIZARÁ EL EVENTO



CROQUIS/PLANO

Identificar: Señalética, extintores, lámparas de emergencia, detectores de humo, rutas de evacuación, zona segura o punto de encuentro, etc.

PUNTO DE ENCUENTRO	EXTINTOR	LAMPARAS DE EMERGENCIA	DETECTOR DE HUMO	RUTA DE EVACUACIÓN

Loja



• RECURSOS QUE DISPONE EL LUGAR EN CASO DE EMERGENCIA **Municipio de Loja**

INVENTARIO DE RECURSOS					
Recursos	Existencia		Cantidad	Estado	
	Si	No		Bueno	Malo
Botiquín de primeros auxilios	X			x	
Extintor contra incendios	X			X	
Megáfono	x			X	
Lámparas de emergencia o linternas	X			X	
Vías de evacuación señalizadas	x			X	
Puertas de emergencia funcionales		x		X	
Señaléticas	x			X	
Sistema de alarma/sirena/timbre/campana	x			X	
Zonas de seguridad	x			x	
Otro					

• IDENTIFICACIÓN DE AMENAZAS

IDENTIFICACIÓN DE AMENAZAS						
Amenaza	¿Puede afectar en el lugar donde se realizará?		Nivel de exposición a la amenaza			
	Si	No	Alto	Medio	Bajo	
Sismos	X				X	
Inundaciones		X				
Deslizamientos-laderas inestables		X				
Hundimientos		X				
Incendios	X				X	
Riesgo social (robos, pandillas, expendio de drogas)	X				X	
Carreteras-vías rápidas, caminos sin señalización	X				X	
Otros: (especificar)		X				

La única definición de lo que somos, es lo que hacemos





**Fecha a realizarse:** 10 de Agosto **Hora inicio:** 10h00 **Hora Fin:** 11h30

**Barrio:** Orillas del Zamora **Parroquia:** El Sagrario: Loja

**Municipio de Loja**

**Lugar:** Calles de la ciudad y la parroquia Vilcabamba

Casa Comunal	<input type="checkbox"/>	Área Comunal	<input type="checkbox"/>	Uso de la vía Pública	x
Coliseo	<input type="checkbox"/>	Cancha Deportiva	<input type="checkbox"/>	Parque	<input type="checkbox"/>
Infraestructura móvil	<input type="checkbox"/>	Plaza	x		
Otro					

Descripción del evento:

Evento social de recorrido a velocidad moderada para socialización de la ciudad y disfrutar de sus lugares turísticos de la ciudad y la parroquia Vilcabamba

• **AFORO (CAPACIDAD)**

LOCALIDAD	AFORO TOTAL PERMITIDO	AFORO (DÍA DEL EVENTO)	AFORO (VENTA)	RESPONSABLE DEL CONTROL
Calles de la ciudad	100	100		Jorge Bermeo

• **CRONOGRAMA DEL EVENTO**

FASE	FECHA	HORA DE INICIO	HORA DE FINALIZACIÓN	OBSERVACIONES
Montaje – Preparación	10/08/2019	7h00	9h30	
Ingreso de Público	10/08/2019	10h00	10h15	
Presentaciones	10/08/2019	10h15	11h30	
Salida de Público	10/08/2019	11h30	12H00	
Reacondicionamiento del área	10/08/2019	12h00	12h15	
<b>EN CASO DE USO DE PIROTECNIA (debe ser autorizada por la Autoridad competente)</b>				
Instalación de Pirotecnia				
Activación de Pirotecnia				

*La única definición de lo que somos, es lo que hacemos*

**Loja**  
Alcaldía

Bolívar y José Antonio Eguiguren  
+593 7 2570492  
Casilla letra "M"  
alcalde@loja.gob.ec

www.loja.gob.ec



**Municipio de Loja**

<b>PUNTO DE ENCUENTRO</b> 	<b>EXTINTOR</b> 	<b>LAMPARAS DE EMERGENCIA</b> 	<b>DETECTOR DE HUMO</b> 	<b>RUTA DE EVACUACIÓN</b> 
--	--	--	---	--



*La única definición de lo que somos, es lo que hacemos*



Bolívar y José Antonio Eguiguren  
 +593 7 2570492  
 Casilla letra "M"  
 alcalde@loja.gob.ec

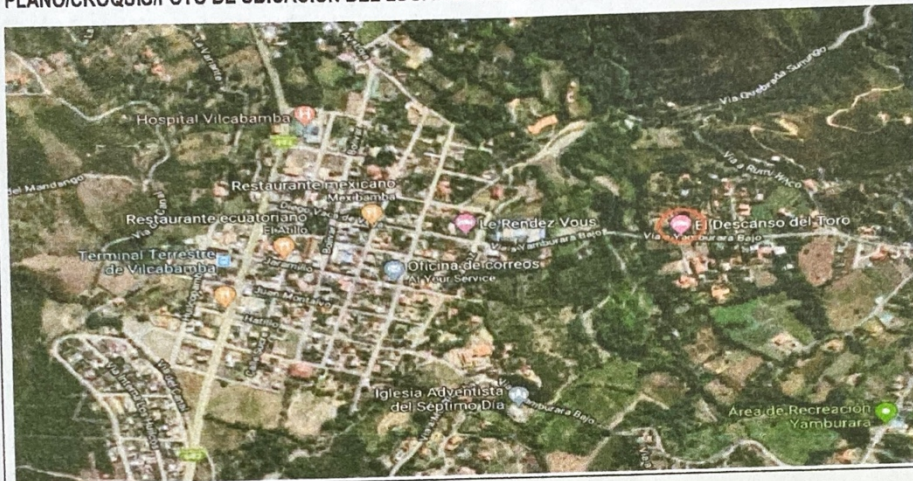
[www.loja.gob.ec](http://www.loja.gob.ec)

• PLANOS/CROQUIS/UBICACIÓN



Municipio de Loja

PLANO/CROQUIS/FOTO DE UBICACIÓN DEL LUGAR DONDE SE REALIZARÁ EL EVENTO



CROQUIS/PLANO

Identificar: Señalética, extintores, lámparas de emergencia, detectores de humo, rutas de evacuación, zona segura o punto de encuentro, etc.

PUNTO DE ENCUENTRO	EXTINTOR	LAMPARAS DE EMERGENCIA	DETECTOR DE HUMO	RUTA DE EVACUACIÓN

La única definición de lo que somos, es lo que hacemos



Bolívar y José Antonio Eguiguren  
 +593 7 2570492  
 Casilla letra "M"  
 alcalde@loja.gob.ec

www.loja.gob.ec





• RECURSOS QUE DISPONE EL LUGAR EN CASO DE EMERGENCIA **Municipio de Loja**

INVENTARIO DE RECURSOS					
Recursos	Existencia		Cantidad	Estado	
	Si	No		Bueno	Malo
Botiquín de primeros auxilios	X			x	
Extintor contra incendios	X			X	
Megáfono	x			X	
Lámparas de emergencia o linternas	X			X	
Vías de evacuación señalizadas	x			X	
Puertas de emergencia funcionales		x		X	
Señaléticas	x			X	
Sistema de alarma/sirena/timbre/campana	x			X	
Zonas de seguridad	x			x	
Otro					

• IDENTIFICACIÓN DE AMENAZAS

IDENTIFICACIÓN DE AMENAZAS					
Amenaza	¿Puede afectar en el lugar donde se realizará?		Nivel de exposición a la amenaza		
	Si	No	Alto	Medio	Bajo
Sismos	X				X
Inundaciones		X			
Deslizamientos-laderas inestables		X			
Hundimientos		X			
Incendios	X				X
Riesgo social (robos, pandillas, expendio de drogas)	X				X
Carreteras-vías rápidas, caminos sin señalización		X			X
Otros: (especificar)		X			

La única definición de lo que somos, es lo que hacemos



Bolívar y José Antonio Eguiguren  
+593 7 2570492  
Casilla letra "M"  
alcalde@loja.gob.ec

www.loja.gob.ec



**Fecha a realizarse:** 10 de Agosto **Hora inicio:** 17h00 **Hora Fin:** 18h30

**Municipio de Loja**

**Barrio:** Central **Parroquia:** Vilcabamba

**Lugar:** Vilcabamba - Loja.

Casa Comunal	<input type="checkbox"/>	Área Comunal	<input type="checkbox"/>	Uso de la vía Pública	x
Coliseo	<input type="checkbox"/>	Cancha Deportiva	<input type="checkbox"/>	Parque	<input type="checkbox"/>
Infraestructura móvil	<input type="checkbox"/>	Plaza			
Otro					

Descripción del evento:

Recorrido de retorno a la ciudad de Loja

- **AFORO (CAPACIDAD)**

LOCALIDAD	AFORO TOTAL PERMITIDO	AFORO (DÍA DEL EVENTO)	AFORO (VENTA)	RESPONSABLE DEL CONTROL
Vilcabamba-Loja	100	100		Jorge Bermeo

- **CRONOGRAMA DEL EVENTO**

FASE	FECHA	HORA DE INICIO	HORA DE FINALIZACIÓN	OBSERVACIONES
Montaje – Preparación	10/08/2019	16h00	16h30	
Ingreso de Público	10/08/2019	17h00	17h30	
Presentaciones	10/08/2019	17h00	18h30	
Salida de Público	10/08/2019	18h30	19H00	
Reacondicionamiento del área	10/08/2019	19h00	19h15	
<b>EN CASO DE USO DE PIROTECNIA (debe ser autorizada por la Autoridad competente)</b>				
Instalación de Pirotecnia				
Activación de Pirotecnia				

*La única definición de lo que somos, es lo que hacemos*



Bolívar y José Antonio Eguiguren  
+593 7 2570492  
Casilla letra "M"  
alcalde@loja.gob.ec

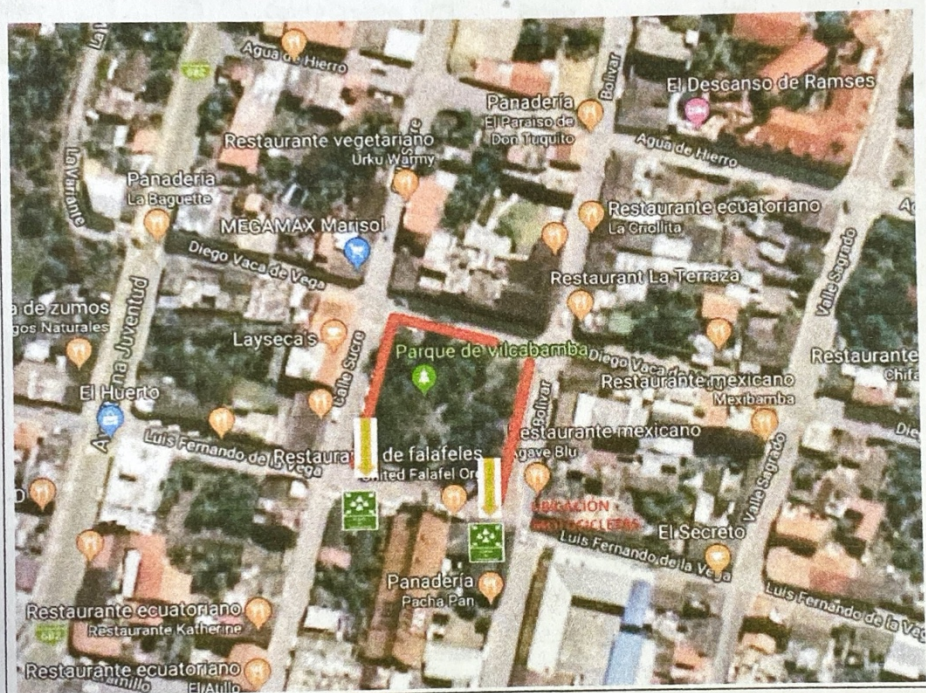
www.loja.gob.ec



**Municipio de Loja**

Identificar: Señalética, extintores, lámparas de emergencia, detectores de humo, rutas de evacuación, zona segura o punto de encuentro, etc.

PUNTO DE ENCUENTRO	EXTINTOR	LAMPARAS DE EMERGENCIA	DETECTOR DE HUMO	RUTA DE EVACUACIÓN



La única definición de lo que somos, es lo que hacemos



Bolívar y José Antonio Eguiguren  
 +593 7 2570492  
 Casilla letra "M"  
 alcaldia@loja.gob.ec

www.loja.gob.ec



• IDENTIFICACIÓN DE AMENAZAS

Municipio de Loja

Amenaza	¿Puede afectar en el lugar donde se realizará?		Nivel de exposición a la amenaza		
	Si	No	Alto	Medio	Bajo
	Sismos	X			
Inundaciones		X			
Deslizamientos-laderas inestables		X			
Hundimientos		X			
Incendios	X				X
Riesgo social (robos, pandillas, expendio de drogas)	X				X
Carreteras-vías rápidas, caminos sin señalización	X				X
Otros: (especificar)		X			

• PLANOS/CROQUIS/UBICACIÓN

PLANO/CROQUIS/FOTO DE UBICACIÓN DEL LUGAR DONDE SE REALIZARÁ EL EVENTO



CROQUIS/PLANO

La única definición de lo que somos, es lo que hacemos



Bolívar y José Antonio Eguiguren  
 +593 7 2570492  
 Casilla letra "M"  
 alcalde@loja.gob.ec

www.loja.gob.ec



Descripción del evento:

Evento social de exposición de las motocicletas a las personas que se den cita a la plaza Central. **Municipio de Loja**

• **AFORO (CAPACIDAD)**

LOCALIDAD	AFORO TOTAL PERMITIDO	AFORO (DÍA DEL EVENTO)	AFORO (VENTA)	RESPONSABLE DEL CONTROL
Calles de la ciudad	100	100		Jorge Bermeo

• **CRONOGRAMA DEL EVENTO**

FASE	FECHA	HORA DE INICIO	HORA DE FINALIZACIÓN	OBSERVACIONES
Montaje – Preparación	10/08/2019	9h00	11h30	
Ingreso de Público	10/08/2019	12h00	14h00	
Presentaciones	10/08/2019	12h00	14h00	
Salida de Público	10/08/2019	14h00	14H30	
Reacondicionamiento del área	10/08/2019	14h30	15h15	
<b>EN CASO DE USO DE PIROTECNIA (debe ser autorizada por la Autoridad competente)</b>				
Instalación de Pirotecnia				
Activación de Pirotecnia				

• **RECURSOS QUE DISPONE EL LUGAR EN CASO DE EMERGENCIA**

Recursos	Existencia		Cantidad	Estado	
	Si	No		Bueno	Malo
Botiquín de primeros auxilios	X			X	
Extintor contra incendios	X			X	
Megáfono	x			X	
Lámparas de emergencia o linternas	X			X	
Vías de evacuación señalizadas	x			X	
Puertas de emergencia funcionales		x		X	
Señaléticas	x			X	
Sistema de alarma/sirena/timbre/campana	x			X	
Zonas de seguridad	x			X	
Otro					

*La única definición de lo que somos, es lo que hacemos*





**Municipio de Loja**

Descripción del evento:

Clausura del evento

• **AFORO (CAPACIDAD)**

LOCALIDAD	AFORO TOTAL PERMITIDO	AFORO (DÍA DEL EVENTO)	AFORO (VENTA)	RESPONSABLE DEL CONTROL
Hotel Sonesta	100	100		Jorge Bermeo

• **CRONOGRAMA DEL EVENTO**

FASE	FECHA	HORA DE INICIO	HORA DE FINALIZACIÓN	OBSERVACIONES
Montaje – Preparación	10/08/2019	17h00	19h30	
Ingreso de Público	10/08/2019	20h00	2h00	
Presentaciones	10/08/2019	21h00	2h00	
Salida de Público	10/08/2019	22h30	2H00	
Reacondicionamiento del área	10/08/2019	2h00	4h15	
<b>EN CASO DE USO DE PIROTECNIA (debe ser autorizada por la Autoridad competente)</b>				
Instalación de Pirotecnia				
Activación de Pirotecnia				

• **RECURSOS QUE DISPONE EL LUGAR EN CASO DE EMERGENCIA**

Recursos	Existencia		Cantidad	Estado	
	Si	No		Bueno	Malo
	Botiquín de primeros auxilios	X			
Extintor contra incendios	X			X	
Megáfono	x			X	
Lámparas de emergencia o linternas	X			X	
Vías de evacuación señalizadas	x			X	
Puertas de emergencia funcionales		x		X	
Señaléticas	x			X	
Sistema de alarma/sirena/timbre/campana	x			X	
Zonas de seguridad	x			X	
Otro					

Loja, la ciudad que somos, es lo que hacemos





Municipio de Loja



**Fecha a realizarse:** 10 de Agosto **Hora inicio:** 20h00 **Hora Fin:** 2h30 (11-08-2019)

**Barrio:** Central **Parroquia:** Vilcabamba

**Lugar:** Ciudadela Zamora.

Casa Comunal	<input type="checkbox"/>	Área Comunal	<input type="checkbox"/>	Uso de la vía Pública	
Coliseo	<input type="checkbox"/>	Cancha Deportiva	<input type="checkbox"/>	Parque	<input type="checkbox"/>
Infraestructura móvil	<input type="checkbox"/>	Plaza			
Otro	Hotel Sonesta				

*La única definición de lo que somos, es lo que hacemos*



Bolívar y José Antonio Eguiguren  
 +593 7 2570492  
 Casilla letra "M"  
 alcalde@loja.gob.ec

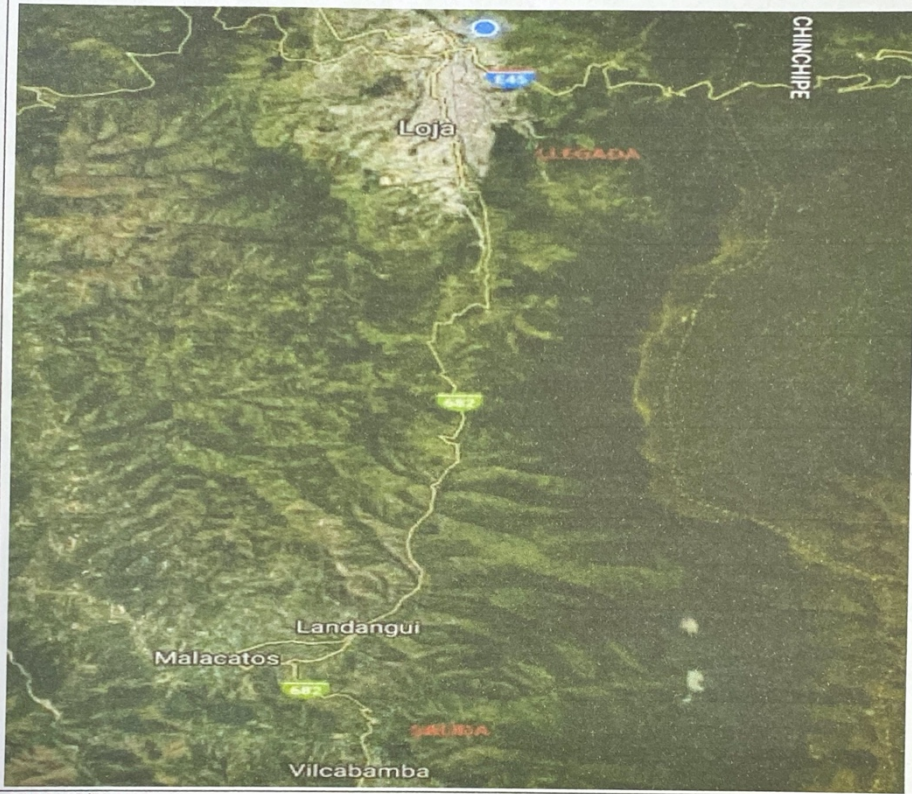
[www.loja.gob.ec](http://www.loja.gob.ec)

- PLANOS/CROQUIS/UBICACIÓN



Municipio de Loja

PLANO/CROQUIS/FOTO DE UBICACIÓN DEL LUGAR DONDE SE REALIZARÁ EL EVENTO



CROQUIS/PLANO

Identificar: Señalética, extintores, lámparas de emergencia, detectores de humo, rutas de evacuación, zona segura o punto de encuentro, etc.

PUNTO DE ENCUENTRO	EXTINTOR	LAMPARAS DE EMERGENCIA	DETECTOR DE HUMO	RUTA DE EVACUACIÓN

La única definición de lo que somos, es lo que hacemos



Bolívar y José Antonio Eguiguren  
 +593 7 2570492  
 Casilla letra "M"  
 alcalde@loja.gob.ec

www.loja.gob.ec





• RECURSOS QUE DISPONE EL LUGAR EN CASO DE EMERGENCIA **Municipio de Loja**

INVENTARIO DE RECURSOS

Recursos	Existencia		Cantidad	Estado	
	Si	No		Bueno	Malo
Botiquín de primeros auxilios	X			x	
Extintor contra incendios	X			X	
Megáfono	x			X	
Lámparas de emergencia o linternas	X			X	
Vías de evacuación señalizadas	x			X	
Puertas de emergencia funcionales		x		X	
Señaléticas	x			X	
Sistema de alarma/sirena/timbre/campana	x			X	
Zonas de seguridad	x			x	
Otro					

• IDENTIFICACIÓN DE AMENAZAS

IDENTIFICACIÓN DE AMENAZAS

Amenaza	¿Puede afectar en el lugar donde se realizará?		Nivel de exposición a la amenaza		
	Si	No	Alto	Medio	Bajo
Sismos	X				X
Inundaciones		X			
Deslizamientos-laderas inestables		X			
Hundimientos		X			
Incendios	X				X
Riesgo social (robos, pandillas, expendio de drogas)	X				X
Carreteras-vías rápidas, caminos sin señalización		X			X
Otros: (especificar)		X			

*La única definición de lo que somos, es lo que hacemos*





**Municipio de Loja**

**Fecha a realizarse:** 10 de Agosto **Hora inicio:** 17h00 **Hora Fin:** 18h30

**Barrio:** Central **Parroquia:** Vilcabamba

**Lugar:** Vilcabamba - Loja.

Casa Comunal       Área Comunal       Uso de la vía Pública      x  
 Coliseo       Cancha Deportiva       Parque        
 Infraestructura móvil       Plaza  
 Otro

Descripción del evento:

Recorrido de retorno a la ciudad de Loja

• **AFORO (CAPACIDAD)**

LOCALIDAD	AFORO TOTAL PERMITIDO	AFORO (DÍA DEL EVENTO)	AFORO (VENTA)	RESPONSABLE DEL CONTROL
Vilcabamba-Loja	100	100		Jorge Bermeo

• **CRONOGRAMA DEL EVENTO**

FASE	FECHA	HORA DE INICIO	HORA DE FINALIZACIÓN	OBSERVACIONES
Montaje – Preparación	10/08/2019	16h00	16h30	
Ingreso de Público	10/08/2019	17h00	17h30	
Presentaciones	10/08/2019	17h00	18h30	
Salida de Público	10/08/2019	18h30	19H00	
Reacondicionamiento del área	10/08/2019	19h00	19h15	
<b>EN CASO DE USO DE PIROTECNIA (debe ser autorizada por la Autoridad competente)</b>				
Instalación de Pirotecnia				
Activación de Pirotecnia				

*La única definición de lo que somos, es lo que hacemos*



Bolívar y José Antonio Eguiguren  
+593 7 2570492  
Casilla letra "M"  
alcalde@loja.gob.ec

www.loja.gob.ec



► Una experiencia GHL

Loja, 15 de abril de 2019

Señores.  
**MUNICIPIO DE LOJA**  
Ciudad.-

De mi consideración:

Reciba un cordial y afectuoso saludo al tiempo de anhelar los mayores éxitos en sus funciones.

Permítame informarle que las instalaciones de Sonesta Hotel Loja se encuentran reservadas para el **I ENCUENTRO INTERNACIONAL LOJA CUSTOM CLUB** del 09 al 11 de agosto de 2019, por tal motivo se certifica que el espacio está disponible para efectuarse el evento en la fecha antes indicada.

Particular que pongo a su conocimiento para fines pertinentes.

Atentamente,

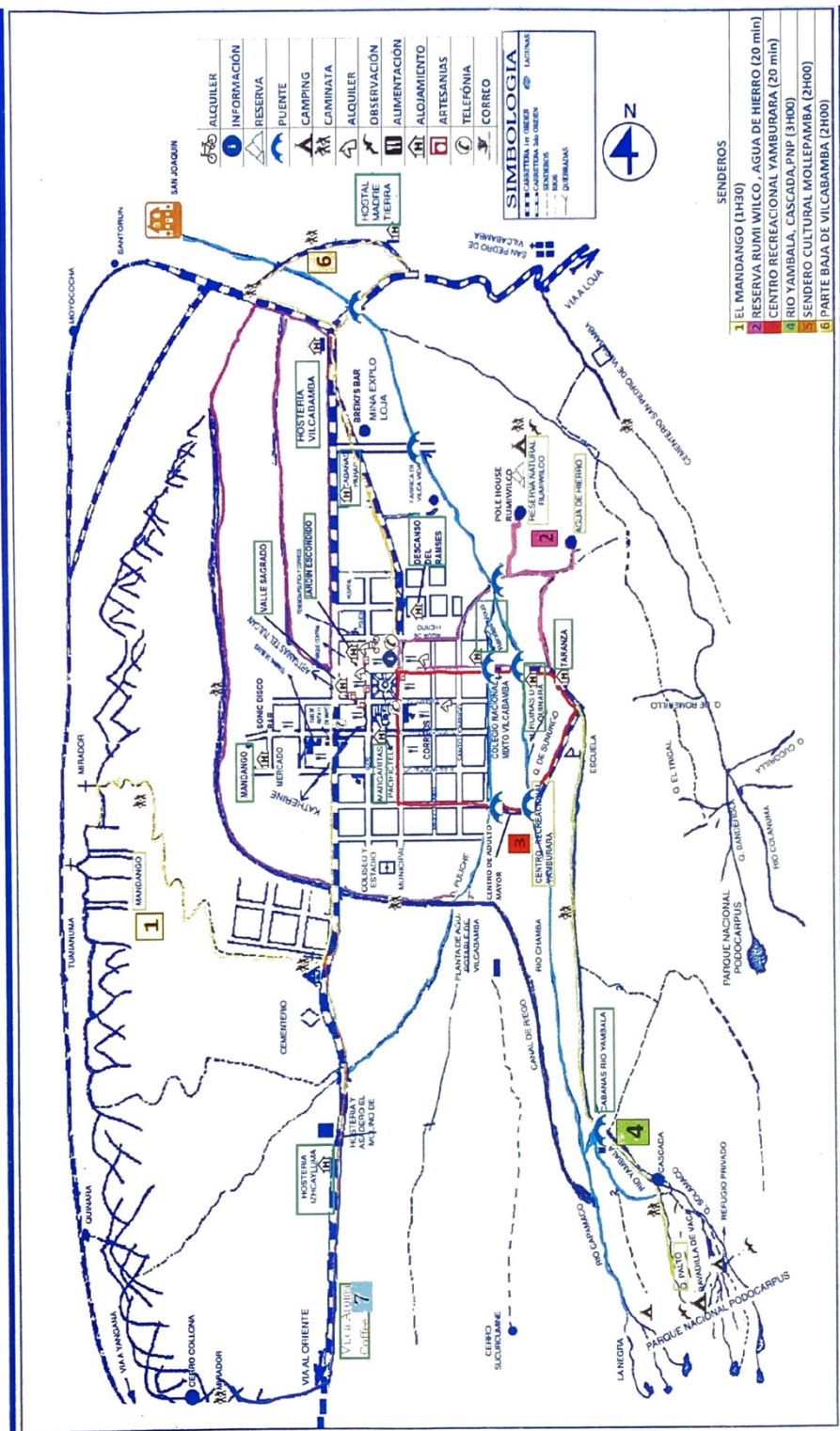


Eric Macías  
**GERENTE GENERAL**  
**SONESTA HOTEL LOJA**

HOTELES Y SERVICIOS  
**ALMENDRAL**  
RUC: 1191711307001

Sonesta Hotel Loja | Av. Zoilo Rodríguez y Antisana  
PBX: (593- 7) 2589000 • Whatsapp: 0979410854  
reservas@sonestaloja.com | www.ghlhoteles.com • www.sonesta.com

# PLANO TURISTICO DE VILCABAMBA





### Municipio de Loja

**Respuesta** Conforme se indica en los planos de señalética en caso de existir algún tipo de eventualidad o accidente que obligue a salir del sector del evento deberán llegar hasta los sitios determinados como puntos de encuentro. Esto lo harán de forma adecuada y encabezados por los responsables de seguridad.

Medios de Información al público asistente	Pantallas	
	Altos parlantes	x
	Megáfono	
	Sirenas/Alarmas	x
	Otros (especificar)	

• **COORDINACIÓN PARA LA ASISTENCIA EN CASO DE EMERGENCIA**

LUGARES MÁS CERCANOS AL EVENTO	UBICACIÓN (CALLES)	TELÉFONO
Unidad de Policía Comunitaria	Estancia Norte (frente a urbanización portal 2) calle Salvador Bustamante Celi y Sebastián Paredes	911
Centro de atención médica	Hospital U.T.P.L. Calle Salvador Bustamante Celi y Agustín Carrión	2614105
Cuerpo de Bomberos	Estación Central	2616060

Instituciones que se encuentran informadas y prestarán ayuda durante el evento:

INSTITUCIONES		INSTITUCIONES	
Cuerpo de Bomberos	X	ECU 911	X
Ministerio de Salud Pública		Cruz Roja	
Policía Nacional		Seguridad privada	
Policía Municipal			
Ministerio de Cultura		Otro (indique).....	

*La única definición de lo que somos, es lo que hacemos*

**Loja**  
Alcaldía

Bolívar y José Antonio Eguiguren  
+593 7 2570492  
Casilla letra "M"  
alcalde@loja.gob.ec

www.loja.gob.ec



**Municipio de Loja**

Identificar: Señalética, extintores, lámparas de emergencia, detectores de humo, rutas de evacuación, zona segura o punto de encuentro, etc.

<b>PUNTO DE ENCUENTRO</b> 	<b>EXTINTOR</b> 	<b>LAMPARAS DE EMERGENCIA</b> 	<b>DETECTOR DE HUMO</b> 	<b>RUTA DE EVACUACIÓN</b> 
-------------------------------	---------------------	-----------------------------------	-----------------------------	-------------------------------



• ORGANIZACIÓN-RESPUESTA-COORDINACIÓN

a) Obligatorio

DESIGNACIÓN	NOMBRES Y APELLIDOS	Nº DE CEDULA	Nº TELÉFONO
Responsable del evento	Galo Patricio Benítez Cano	1102190749	0993843831
Coordinación de emergencias o seguridad	Jorge Orlando Bermeo Guerrero	1101793832	0982887441

*La única definición de lo que somos, es lo que hacemos*



Bolívar y José Antonio Eguiguren  
+593 7 2570492  
Casilla letra "M"  
alcalde@loja.gob.ec

www.loja.gob.ec



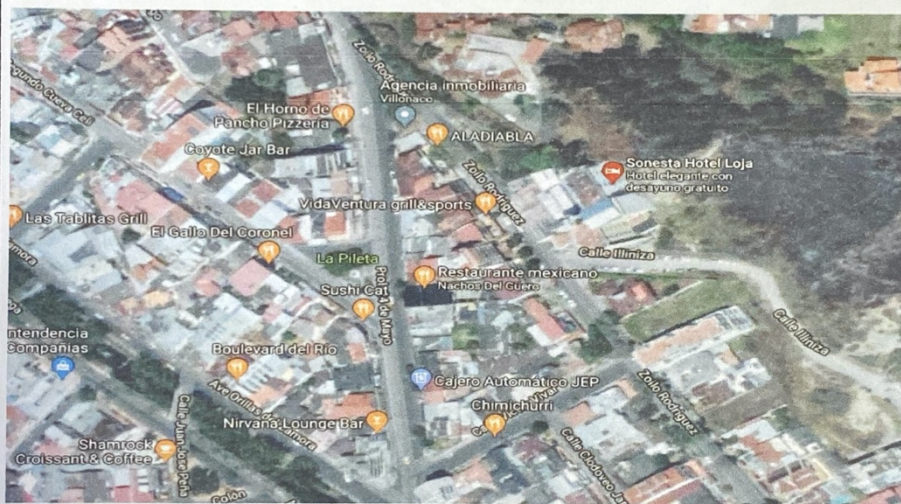
• IDENTIFICACIÓN DE AMENAZAS

Municipio de Loja

IDENTIFICACIÓN DE AMENAZAS					
Amenaza	¿Puede afectar en el lugar donde se realizará?		Nivel de exposición a la amenaza		
	Si	No	Alto	Medio	Bajo
Sismos	X				X
Inundaciones		X			
Deslizamientos-laderas inestables		X			
Hundimientos		X			
Incendios	X				X
Riesgo social (robos, pandillas, expendio de drogas)	X				X
Carreteras-vías rápidas, caminos sin señalización		X			X
Otros: (especificar)		X			

• PLANOS/CROQUIS/UBICACIÓN

PLANO/CROQUIS/FOTO DE UBICACIÓN DEL LUGAR DONDE SE REALIZARÁ EL EVENTO



CROQUIS/PLANO

La única definición de lo que somos, es lo que hacemos



Bolívar y José Antonio Eguiguren  
 +593 7 2570492  
 Casilla letra "M"  
 alcalde@loja.gob.ec

www.loja.gob.ec




## ACTA DE COMPROMISO PARA AUTORIZACIONES DE EVENTOS PÚBLICOS

En la ciudad de Loja el día de hoy, 18 de Abril.....dos mil diecinueve, a las 10h30.....- Ante el Señor Intendente General de Policía de Loja Dr. Robert Paul Blacio Aguirre, Comparece Dr. Sandy Casales Robles....., con cedula de ciudadanía Nro. 1102190749....., en calidad de Organizador del evento público Primer Encuentro Internacional Loja Custom Club....., Conforme disposición establecida en el numeral 16 del art. 49 del Acuerdo Ministerial 0069-2019 del Ministerio del Interior, el Organizador del Evento se compromete libre y voluntariamente a lo siguiente:

**PRIMERA.-** Sandy Casales Robles.....con cedula de ciudadanía Nro. 1102190749....., se compromete libre y voluntariamente al cumplimiento de las obligaciones, condiciones y restricciones establecidas todas las disposiciones previstas en el acuerdo ministerial Nro. 0069 emitido por el Ministerio del Interior; **SEGUNDA.-** En caso de incumplimiento en cualquier infracción prevista en la norma legal antes invocada, causará que sin dilatación alguna se proceda por parte de esta dependencia en la clausura del evento público con la sanción y medidas cautelares que el caso amerite.-

**TERCERA.-** El organizador del evento se compromete a prestar la colaboración necesaria para el control efectuado por el personal de la Intendencia General de Policía para precautelar el orden público y la seguridad ciudadana de los asistentes al evento en mención.- Con el compromiso a cumplir lo dispuesto y acordado en la presente acta de constancia de la misma con la firma de mi responsiva.-

Sr./Sra. .....  
 C.I. Nro. 1102190749.....  
 Organizador(a) del Evento



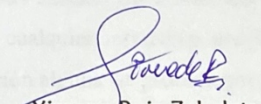


*Original  
Municipal*

Loja 11 de abril de 2019

Yo, Ximena Cumandá Ruiz Zabaleta, Gerente de la Hostería El Descanso del Toro, comunico al Municipio de Loja que autorizo la utilización de nuestro predio el día sábado 10 de agosto de 2019 para el "1º ENCUENTRO INTERNACIONAL LOJA CUSTOM CLUB" desde las 14:00 hasta las 17:00, por tal motivo se certifica que el espacio se encuentra disponible para efectuarse el evento en la fecha estipulada.

Particular que pongo a su conocimiento, para fines pertinentes.

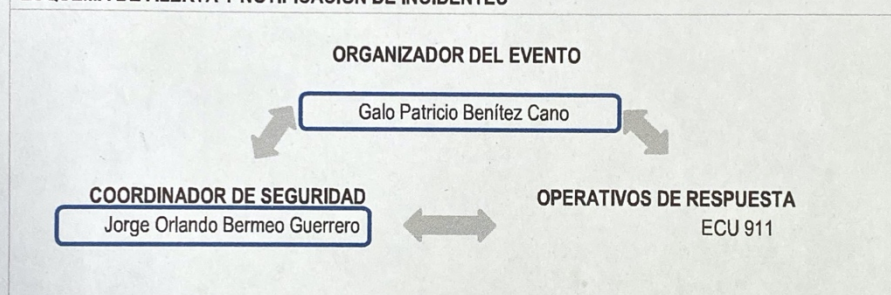
  
Ximena Ruiz Zabaleta  
GERENTE  
1104334006


**Municipio de Loja**

Coordinación de logística	Nelson Efrén Jaramillo Rojas	1102284161	0982979704
Líder/esa	Henry Mauricio Romero González	1104276827	0959529441

**b) En base al nivel de riesgo y aforo (mayor a 500 personas)**

DESIGNACIÓN	NOMBRES Y APELLIDOS	Nº DE CÉDULA	Nº TELÉFONO
Coordinador de atención médica			
Coordinador de implementación de plan contraincendios			
Coordinador de evacuación			

**ESQUEMA DE ALERTA Y NOTIFICACIÓN DE INCIDENTES**

**• PLAN DE EVACUACIÓN**

	DESCRIPCIÓN
Preparación	Luego de la señal de alarma, en forma ordenada, despacio, se deberán acatar las disposiciones de los Coordinadores del Evento, hasta que lleguen los organismos de respuesta. La ruta de evacuación para llegar a la zona segura o punto de encuentro, es la siguiente:

*La única definición de lo que somos, es lo que hacemos*



## Solicitudes



## ENCUENTRO INTERNACIONAL HARLEY DAVIDSON

CUSTOM - CLÁSICAS - DOBLE PROPÓSITO

Miguel Riofrio  
y José María Peña  
Edificio iLuv  
Loja - Ecuador



lojacustomhd@gmail.com  
+(593)993843831  
+(593)998519281  
+(593)998779781



Loja, 12 de Julio de 2019



Coronel. de E.M.  
Lic. Wilson Geovanny Pavon Carrera  
**Comandante de la Subzona 11 Loja**  
Ciudad.

**LOJA CUSTOM CLUB.**

Tiene el honor de invitar a usted a ser parte del **PRIMER MOTO-ENCUENTRO INTERNACIONAL** a realizarse los días 9, 10 y 11 de agosto del presente año en la ciudad de Loja y Vilcabamba.

Solicitamos a usted de Loja sea partícipe de este evento deportivo, turístico y cultural. Apoyado de la Policía Nacional que sea partícipe de la seguridad y la prestación de las vallas en el sector **"LA PILETA"** a partir de las **10h00 AM del día viernes 9 de agosto del presente año.**

Lo cual agradecemos la solicitud presentada haciéndole conocer los permisos correspondientes.

Por la favorable atención a la presente, le antelamos nuestros sinceros agradecimientos.



Dr. Patricio Benítez Cano  
Presidente de Loja Custom Club

Contacto: 0993843831 - lojacustomhd@gmail.com

POLICIA NACIONAL  
SUBZONA LOJA N° 11

12 JUL 2019

*[Handwritten signature]* *11/12/19*

REGISTRO DE DOCUMENTOS

**WELCOME TO LOJA**  
Bienvenido a Loja





# ENCUENTRO INTERNACIONAL HARLEY DAVIDSON

CUSTOM - CLÁSICAS - DOBLE PROPÓSITO

Loja, 12 de Julio de 2019

Miguel Riofrio  
y José María Peña  
Edificio iLuv  
Loja - Ecuador



lojacustomhd@gmail.com  
+(593)993843831  
+(593)998519281  
+(593)998779781



Crl. Paul Aguilar  
**UCOT**  
DIRECTOR DE LA UNIDAD DE CONTROL  
OPERATIVO DE TRANSITO  
Ciudad.



## LOJA CUSTOM CLUB.

Tiene el honor de invitar a usted a ser parte del **PRIMER MOTO-ENCUENTRO INTERNACIONAL** a realizarse los días 9, 10 y 11 de agosto del presente año en la ciudad de Loja y Vilcabamba.

Solicitamos a la unidad de transito de Loja, sea partícipe de este evento deportivo, turístico y cultural. Apoyado de su noble institución a la que pertenece para la seguridad y vialidad de este evento en nuestra ciudad de Loja.

Lo cual agradecemos la solicitud presentada haciéndole conocer los permisos correspondientes.

Por la favorable atención a la presente, le antelamos nuestros sinceros agradecimientos.

*Bebol*

OTRO  
SIDO  
11 JUL 2019  
16:27

Atentamente

Dr. Patricio Benitez Cano  
Presidente de Loja Custom Club

Contacto: 0993843831 - lojacustomhd@gmail.com



**WELCOME TO LOJA**  
Bienvenido a Loja



# ENCUENTRO INTERNACIONAL HARLEY DAVIDSON

CUSTOM - CLÁSICAS - DOBLE PROPÓSITO

Loja, 12 de Julio de 2019

Miguel Riofrio  
y José María Peña  
Edificio iLuv  
Loja - Ecuador

Lic. Eduardo Jaramillo  
**GOBERNADOR DE LA PROVINCIA DE LOJA**  
Ciudad.



## LOJA CUSTOM CLUB.

Tiene el honor de invitar a usted a ser parte del **PRIMER MOTO-ENCUENTRO INTERNACIONAL** a realizarse los días 9, 10 y 11 de agosto del presente año en la ciudad de Loja y Vilcabamba.

Solicitamos a la GOBERNACIÓN de Loja sea partícipe de este evento deportivo, turístico y cultural. **Ayudado de la intendencia y Policía Nacional que sea partícipe de la seguridad y atención de este evento.**

lojacustomhd@gmail.com  
+(593)993843831  
+(593)998519281  
+(593)998779781



Además de usted Sr. Gobernador como nuestro primer representante del ejecutivo solicitamos dar el **saludo de bienvenida a las delegaciones participantes moteras nacionales e internacionales.**

Lo cual agradecemos la solicitud presentada haciéndole conocer los permisos correspondientes.

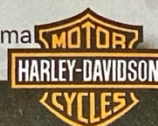
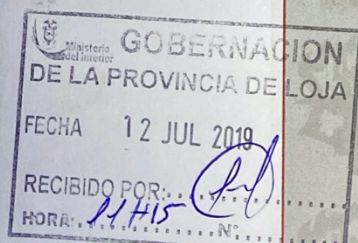
Por la favorable atención a la presente, le antelamos nuestros sinceros agradecimientos.

Atentamente

Dr. Patricio Benitez Cano

Presidente de Loja Custom Club

Contacto: 0993843831 - lojacustomhd@gmail.com



**WELCOME TO LOJA**  
Bienvenido a Loja



# ENCUENTRO INTERNACIONAL HARLEY DAVIDSON

CUSTOM - CLÁSICAS - DOBLE PROPÓSITO

Loja, 12 de Julio de 2019

Miguel Riofrio  
y José María Peña  
Edificio iLuv  
Loja - Ecuador

Tnte. Coronel. Luis Alberto Santos  
**Comandante Operativo del Cuerpo  
de Bomberos Loja**  
Ciudad.



## LOJA CUSTOM CLUB.

Tiene el honor de invitar a usted a ser parte del **PRIMER MOTO-ENCUENTRO INTERNACIONAL** a realizarse los días 9, 10 y 11 de agosto del presente año en la ciudad de Loja y Vilcabamba.

Solicitamos al Cuerpo de Bomberos de Loja sea participe de este evento deportivo, turístico y cultural. **Apoyado de la Policía Nacional con seguridad y atención de este encuentro.**

Lo cual agradecemos la solicitud presentada haciéndole conocer los permisos correspondientes.

Por la favorable atención a la presente, le antelamos nuestros sinceros agradecimientos.

lojacustomhd@gmail.com  
+(593)993843831  
+(593)998519281  
+(593)998779781



CUERPO DE BOMBEROS DE LOJA  
**RECIBIDO**  
FECHA: 12-07-19 HORA: 16:17

JEFATURA DE BOMBEROS

Atentamente

Dr. Patricio Benitez Cano  
Presidente de Loja Custom Club  
Contacto: 0993843831 - lojacustomhd@gmail.com



**WELCOME TO LOJA**  
Bienvenido a Loja



# ENCUENTRO INTERNACIONAL HARLEY DAVIDSON

CUSTOM - CLÁSICAS - DOBLE PROPÓSITO

Loja, 12 de Julio de 2019

Miguel Riofrio  
y José María Peña  
Edificio iLuv  
Loja - Ecuador



lojacustomhd@gmail.com  
+(593)993843831  
+(593)998519281  
+(593)998779781



Dra. Naida Valarezo  
**INTENDENTA DE LA PROVINCIA DE LOJA**  
Ciudad.



## LOJA CUSTOM CLUB.

Tiene el honor de invitar a usted a ser parte del **PRIMER MOTO-ENCUENTRO INTERNACIONAL** a realizarse los días 9, 10 y 11 de agosto del presente año en la ciudad de Loja y Vilcabamba.

Solicitamos a la INTENDENCIA de Loja sea partícipe de este evento deportivo, turístico y cultural. **Ayudado de la Policía Nacional con seguridad y atención de este encuentro.**

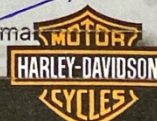
Lo cual agradecemos la solicitud presentada haciéndole conocer los permisos correspondientes.

Por la favorable atención a la presente, le antelamos nuestros sinceros agradecimientos.

*Patricio Benitez*  
Atentamente  
Dr. Patricio Benitez Cano  
Presidente de Loja Custom Club

11:07  
12/07/2019  
*alo*

Contacto: 0993843831 - lojacustomhd@gmail.com



**WELCOME TO LOJA**

Bienvenido a Loja



# ENCUENTRO INTERNACIONAL HARLEY DAVIDSON

CUSTOM - CLÁSICAS - DOBLE PROPÓSITO

Loja, 26 de Julio de 2019

Miguel Riofrio  
y José María Peña  
Edificio iLuv  
Loja - Ecuador



lojacustomhd@gmail.com  
+(593)993843831  
+(593)998519281  
+(593)998779781



*Recibido  
15.08  
26-07-2019*

Lic. Eduardo Román Luna  
**Presidente de la Cruz Roja Loja**  
Ciudad.

### LOJA CUSTOM CLUB.

Tiene el honor de invitar a usted a ser parte de nuestro selecto grupo de sponsors del **PRIMER MOTO-ENCUENTRO INTERNACIONAL LOJA CUSTOM CLUB** a realizarse los días 9, 10 y 11 de Agosto del presente año en la ciudad de Loja.

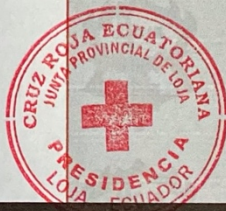
#### Categorías participantes:

- Custom
- Clásicas
- Doble Proposito
- Harley Davidson

Requerimos su participación en el evento, con el servicio de una Ambulancia y su respectivo equipo.  
El día Viernes 9 y Sábado 10 de Agosto.

Adjunto Itinerario.

Atentamente  
Dr. Patricio Benitez Cano



**WELCOME TO LOJA**  
Bienvenido a Loja



## Facturas

  
**SONESTA HOTEL**  
 LOJA

R.U.C.: 1191711307001

**FACTURA**

No. 001-004-000062589

ESTADO SRI: AUTORIZADO

NÚMERO DE AUTORIZACIÓN:

1308201901119171130700120010040000625891191711315

FECHA Y HORA DE AUTORIZACIÓN:

13/08/2019 17:33:40

AMBIENTE: PRODUCCIÓN

CLAVE DE ACCESO:

1308201901119171130700120010040000625891191711315

**HOTELES Y SERVICIOS ALMENDRAL S.A.**

Dir. Matriz: AV. ZOILO RODRIGUEZ Y ANTISANA

Dir. Sucursal: AV. ZOILO RODRIGUEZ Y ANTISANA

OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD: SI

 Razón Social / Nombres y Apellidos: **BENITEZ CANO GALO PATRICIO**  
 Dirección: PASAJE LA FEUE Y LAURO GUERRERO

CEDULA: 1102190749

Fecha Emisión: 13/08/2019

Cod. Principal	Cod. Auxiliar	Cant.	Descripción	Precio Unitario	Descuento	Precio Total
5	5	1.00	EVENTOS	819.67	0.00	819.67

PAGOS			
PAGO	PLAZO DE PAGO	FORMA DE PAGO	TOTAL A PAGAR
1	1 dias	OTROS CON UTILIZACIÓN DEL SISTEMA FINANCIERO	1000

SUBTOTAL 12%	819.67
SUBTOTAL 0%	0.00
SUBTOTAL No sujeto de IVA	0.00
EXENTO DE IVA	0.00
SUBTOTAL SIN IMPUESTOS	819.67
DESCUENTO	0.00
ICE	0.00
IVA 12%	98.36
PROPINA	81.97
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>1000.00</b>

**Información Adicional**

Folio: 134721  
 Huésped: BENITEZ CANO GALO PATRICIO ✓  
 Identificación: 1102190749  
 Llegada: 2019/08/22  
 Salida: 2019/08/22  
 Email: GTBC31@GMAIL.COM  
 Email2: GTBC31@GMAIL.COM  
 Observación: LOJA CUSTOM CLUB ✓

<b>Evento</b>	RESERVA - LOJA CUSTON CLUB	<b>Fecha Revision</b>	Lunes 05 Agosto de 2019
<b>Fecha</b>	Viernes 01 Marzo de 2019	<b>NIT</b>	30-0
<b>Nombre</b>	Sr. CLIENTE	<b>Teléfono</b>	0 - Fax :
<b>Dirección</b>	ECUADOR	<b>Cargo</b>	
<b>Contacto</b>	CLIENTE	<b>Tipo Evento</b>	SOCIAL - ANIVERSARIO
<b>Email</b>		<b>No. Folio</b>	134721- PONER EN FACTURA OBSERVACIÓN- LOJA CUSTON CLUB
<b>Forma Pago</b>	50% AL CONFIRMAR Y 50% 3 DIAS AN..		

### Sábado 10 Agosto de 2019

#### TERRAZA BBQ

Fecha	Sábado 10 Agosto de 2019	Subtotal Espacios	0.00
Hora Inicio	06:00 pm		
Hora final	12:00 am	Impuesto (12.0%)	0.00
Tipo Montaje	MESAS REDONDAS	<b>TOTAL</b>	0.00
Numero Pax	300		

#### AUDIOVISUALES

Codigo	Concepto	Cant.	Valor uni.	Subtotal	Descuento	Impuesto	Total
672	SONIDO BASICO	1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

#### INCLUYE:

- MUSICACAMBIAL DEL SALÓN

\*\*\*\*CORTESÍA\*\*\*\*

Subtotal AUDIOVISUALES 0.00

SERVICIO 0.00

**TOTAL AUDIOVISUALES 0.00**

#### ALIMENTOS

Codigo	Concepto	Cant.	Valor uni.	Subtotal	Descuento	Impuesto	Total
316	MENU SERVIDO	300	16.40	4,920.00	0.00	590.40	5,510.40

HORA DEL SERVICIO 19:30

#### INCLUYE:

- ENTRADA

- CÓCTEL DE CAMARÓN

- PLATO PRINCIPAL

- DUO MIÑONETA, POLO EN SALSAS CÍTRICAS CON NARANJA PICANTE, CERDO EN SALSAS DE VINO ROSE, CON PURÉ DE PAPA Y VEGETALES

- ARROZ CREMOSO SOLO CON CHOCLO

POSTRE

- TIRAMISU

- 1 COPA DE VINO POR PERSONA

- COPA DE AGUA

Subtotal ALIMENTOS 5,510.40

SERVICIO 492.00

**TOTAL ALIMENTOS 6,002.40**

#### OTROS INGRESOS A&B

Codigo	Concepto	Cant.	Valor uni.	Subtotal	Descuento	Impuesto	Total
400	DESCORCHE ILIMITADO	1	500.00	500.00	250.00	30.00	280.00
389	ALQUILER DE SALON	1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

#### INCLUYE:

- USO DEL SALÓN

- MANTELERÍA BÁSICA DEL HOTEL

\*\*\*\*CORTESÍA\*\*\*\*

Subtotal OTROS INGRESOS A&B 280.00

SERVICIO 25.00

**TOTAL OTROS INGRESOS A&B 305.00**

#### BEBIDAS NO ALCOHOLICAS

Codigo	Concepto	Cant.	Valor uni.	Subtotal	Descuento	Impuesto	Total
46	ESTACION DE CAFE Y AROMATICAS	1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

#### INCLUYE:

- CAFÉ, AGUA AROMÁTICA

- 2 GALLETAS POR PERSONAS

- \*\*\*\*CORTESÍA\*\*\*\*

Subtotal BEBIDAS NO ALCOHOLICAS 0.00

SERVICIO 0.00

<b>Evento</b>	RESERVA - LOJA CUSTON CLUB	<b>Fecha Revisión</b>	Lunes 05 Agosto de 2019
<b>Fecha</b>	Viernes 01 Marzo de 2019	<b>NIT</b>	30-0
<b>Nombre</b>	Sr. CLIENTE	<b>Teléfono</b>	0 - Fax :
<b>Dirección</b>	ECUADOR	<b>Cargo</b>	
<b>Contacto</b>	CLIENTE	<b>Tipo Evento</b>	SOCIAL - ANIVERSARIO
<b>Email</b>		<b>No. Folio</b>	134721- PONER EN FACTURA OBSERVACIÓN- LOJA CUSTOM CLUB
<b>Forma Pago</b>	50% AL CONFIRMAR Y 50% 3 DIAS AN..		

### Viernes 09 Agosto de 2019

**Observaciones:**

PONER EN LA FACTURA LA OBSERVACION- LOJA CUSTOM CLUB

**TERRAZA BBQ**

Fecha	Viernes 09 Agosto de 2019	Subtotal Espacios	0.00
Hora Inicio	06:30 pm		
Hora final	12:00 am	Impuesto (12.0%)	0.00
Tipo Montaje	MESAS REDONDAS	<b>TOTAL</b>	0.00
Numero Pax	295		

**AUDIOVISUALES**

Código	Concepto	Cant.	Valor uni.	Subtotal	Descuento	Impuesto	Total
672	SONIDO BASICO	1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
INCLUYE:							
- MUSICACAMBIENTAL DEL SALÓN							
****CORTESÍA****							
<b>Subtotal AUDIOVISUALES</b>							0.00
SERVICIO							0.00
<b>TOTAL AUDIOVISUALES</b>							0.00

**ALIMENTOS**

Código	Concepto	Cant.	Valor uni.	Subtotal	Descuento	Impuesto	Total
315	MENU SERVIDO	295	16.40	4,838.00	0.00	580.56	5,418.56
HORA DEL SERVICIO 19:30							
-PARRILLADA SERVIDA							
INCLUYE:							
- POLLO PARRILA							
- CHULETA DE CERDO							
- PICAÑA							
- CHORIZO PARRILERO							
- GUARNICIONES (MONTADO, PAPA, MADURO Y MOTE EN EL PLATO) CUIDAR LA DECORACIÓN.							
- ENSALADA MIXTA (PLATO SERVIDO EN MESA )							
- ARROZ							
- BARRA DE POSTRES							
- - 1 COPA DE SANGRIA							
<b>Subtotal ALIMENTOS</b>							5,418.56
SERVICIO							483.80
<b>TOTAL ALIMENTOS</b>							5,902.36

**OTROS INGRESOS A&B**

Código	Concepto	Cant.	Valor uni.	Subtotal	Descuento	Impuesto	Total
400	DESCORCHE ILIMITADO	1	500.00	500.00	250.00	30.00	280.00
389	ALQUILER DE SALON	1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
INCLUYE:							
- USO DEL SALÓN							
- MANTELERÍA BÁSICA DEL HOTEL							
****CORTESÍA****							
<b>Subtotal OTROS INGRESOS A&amp;B</b>							280.00
SERVICIO							25.00
<b>TOTAL OTROS INGRESOS A&amp;B</b>							305.00

**BEBIDAS NO ALCOHOLICAS**

Código	Concepto	Cant.	Valor uni.	Subtotal	Descuento	Impuesto	Total
46	ESTACION DE CAFE Y AROMATICAS	1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
INCLUYE:							
- CAFÉ, AGUA AROMÁTICA							
- 2 GALLETAS POR PERSONAS							

**HOTELES Y SERVICIOS ALMENDRAL S.A.**

SONESTA HOTEL LOJA  
 R.U.C. No.1191711307001  
 Av. Zoilo Rodríguez y Antisana  
 Tel: (593) 7 2589000  
 Loja Ecuador



**Estado De Cuenta**

**Folio : 134721**

**Nombre: BENITEZ CANO GALO PATRICIO**

**Habitacion :**

**NOCHES: -9      ADULTOS: 100      NIÑOS: 0**

Fecha:	Tickete	Consumo	I.v.a. 12%	Servicio 10%	Total
2019.07.18					
APLICACION DEPOSITO	002860	-1,000.00	2 pagadas en CCC (500.00 + 500.00)		-1,000.00 ✓
APLICACION DEPOSITO	002915	-1,000.00	TRANSFERENCIA HEWLEY		-1,000.00 ✓
	<b>Subtotal</b>	-2,000.00			-2,000.00
2019.07.26					
Cheque 1324      80 [U\$: 2000.00]	012074		TRANSFERENCIA HEWLEY		-2,000.00 ✓
2019.08.09					
EVENTOS (12) (IVA 12.00%)(SERVICIO)	010349	5,088.00	610.56	508.80	6,207.36
	<b>Subtotal</b>	5,088.00	610.56	508.80	6,207.36
2019.08.11					
T:134721^EVENTOS (12) (IVA)	010350	819.67	98.36	81.97	1,000.00
T:134721^EVENTOS (12) (IVA)	010350	4,350.33	522.04	435.03	5,307.40
	<b>Subtotal</b>	10,258.00	1,230.96	1,025.80	12,514.76
2019.08.12					
Cheque 13213      80 [U\$: 6000.00]	012151		TRANSFERENCIA HEWLEY		-6,000.00 ✓
Cheque 2123      80 [U\$: 2514.76]	012152		TRANSFERENCIA HEWLEY		-2,514.76 ✓

**Total Factura      10,514.76**

**Cargos:      \$12,514.76 ✓**  
**Abonos:      -12,514.76 ✓**  
**Saldo:      \$0.00 ✓**

Firma - Signature C.C



**SONESTA HOTEL**  
LOJA

R.U.C.: 1191711307001

**FACTURA**

No. 001-004-000062590

ESTADO SRI: AUTORIZADO

NÚMERO DE AUTORIZACIÓN:

1308201901119171130700120010040000625901191711310

FECHA Y HORA DE AUTORIZACIÓN:

13/08/2019 17:49:10

AMBIENTE: PRODUCCIÓN

CLAVE DE ACCESO:

1308201901119171130700120010040000625901191711310

**HOTELES Y SERVICIOS ALMENDRAL S.A.**

Dir. Matriz: AV. ZOILO RODRIGUEZ Y ANTISANA

Dir. Sucursal: AV. ZOILO RODRIGUEZ Y ANTISANA

OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD: SI

Razón Social / Nombres y Apellidos: ROMERO GONZALEZ HENRY MAURICIO  
Dirección: VENECIA Y PARIS

CEDULA: 1104276827

Fecha Emisión: 13/08/2019

Cod. Principal	Cod. Auxiliar	Cant.	Descripción	Precio Unitario	Descuento	Precio Total
5	5	1.00	EVENTOS	9438.33	0.00	9438.33

PAGOS			
PAGO	PLAZO DE PAGO	FORMA DE PAGO	TOTAL A PAGAR
1	1 dias	OTROS CON UTILIZACIÓN DEL SISTEMA FINANCIERO	2000
2	1 dias	OTROS CON UTILIZACIÓN DEL SISTEMA FINANCIERO	6000
3	1 dias	OTROS CON UTILIZACIÓN DEL SISTEMA FINANCIERO	2514.76
4	1 dias	SIN UTILIZACION DEL SISTEMA FINANCIERO	1000

SUBTOTAL 12%	9438.33
SUBTOTAL 0%	0.00
SUBTOTAL No sujeto de IVA	0.00
EXENTO DE IVA	0.00
SUBTOTAL SIN IMPUESTOS	9438.33
DESCUENTO	0.00
ICE	0.00
IVA 12%	1132.60
PROPINA	943.83
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>11514.76</b>

**Información Adicional**

Folio: 134721  
 Huésped: BENITEZ CANO GALO PATRICIO  
 Identificación: 1102190749  
 Llegada: 2019/08/22  
 Salida: 2019/08/22  
 Email: GTBC31@GMAIL.COM  
 Email2: HMR1501@GMAIL.COM  
 Observación: LOJA CUSTOM CLUB  
 Forma\_Pago: Multiple/Pago, Final: Cheque 80 04 1212 2123



ZABALETA CASTRO AURA CUMANDA

Dir. Matriz:  
VILCABAMBA, VIA PRINCIPAL A YAMBURARA

OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD: SI

RUC: 1100295953001

FACTURA

Nro: 002-003-000001128

NÚMERO DE AUTORIZACIÓN:  
0309201901110029595300120020030000011281234567812

FECHA Y HORA DE AUTORIZACIÓN:  
2019-09-03T19:27:47.000-05:00

AMBIENTE: PRODUCCIÓN

EMISIÓN: NORMAL

CLAVE DE ACCESO:



0309201901110029595300120020030000011281234567812

RAZÓN SOCIAL CLIENTE: HENRY MAURICIO ROMERO GONZALEZ C/RUC: 1104276827  
FECHA EMISIÓN: 03/09/2019 Guía Remisión:

DETALLES

Cod. Principal	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Descuento	Precio Total
HOS0003	100.00	VAREIDAD EVENTOS	10.00	0.00	1000.00
SUBTOTAL 0%					0.00
SUBTOTAL 12%					1000.00
SUBTOTAL					1000.00
DESCUENTO					0.00
IVA 12%					120.00
VALOR TOTAL					1120.00

Información Adicional

DIRECCION DEL ADQUIRENTE: LOJA, VENECIA Y PARIS  
EMAIL DEL ADQUIRENTE: hmy1501@gmail.com

Formas de pago

Descripción	Total	Plazo	Unidad de Tiempo
SIN UTILIZACION DEL SISTEMA FINANCIERO (Efectivo)	1120.0	30	días



ZABALETA CASTRO AURA CUMANDA

Dir. Matriz:  
VILCABAMBA, VIA PRINCIPAL A YAMBURARA  
OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD: SI

RUC: 1100295953001

FACTURA

Nro: 002-003-000001127

NÚMERO DE AUTORIZACIÓN:  
0309201901110029595300120020030000011271234567817

FECHA Y HORA DE AUTORIZACIÓN:  
2019-09-03T19:07:37.000-05:00

AMBIENTE: PRODUCCIÓN

EMISIÓN: NORMAL

CLAVE DE ACCESO:



0309201901110029595300120020030000011271234567817

RAZÓN SOCIAL CLIENTE: PATRICIO EDUARDO BENITEZ ORELLANA C/RUC: 1104556318001  
FECHA EMISIÓN: 03/09/2019 Guía Remisión:

#### DETALLES

Cod. Principal	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Descuento	Precio Total
HOS0003	110.00	VARIEDAD EVENTOS	10.00	0.00	1100.00
SUBTOTAL 0%					0.00
SUBTOTAL 12%					1100.00
SUBTOTAL					1100.00
DESCUENTO					0.00
IVA 12%					132.00
<b>VALOR TOTAL</b>					<b>1232.00</b>

#### Información Adicional

DIRECCION DEL ADQUIRENTE: MIGUEL RIOFRIO Y JOSÉ MARIA PEÑA  
TELEFONO DEL ADQUIRENTE: 0998519281  
EMAIL DEL ADQUIRENTE: vipgempresarial@gmail.com

#### Formas de pago

Descripción	Total	Plazo	Unidad de Tiempo
SIN UTILIZACION DEL SISTEMA FINANCIERO (Efectivo)	232.0	30	dias
SIN UTILIZACION DEL SISTEMA FINANCIERO (Efectivo)	1000.0		







**PUBLIGORRAS**

Ropa de trabajo y artículos publicitarios

MOREJON CENTENO DIEGO EDMUNDO

"OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD"

Rodrigo de Chávez OEl-218 y Francisco Gómez

Tel.: (02) 6037356 • Cel.: 099 3600 104

E-mail: publigorras@andinanet.net

Web: www.publigorras.com • Quito - Ecuador

R.U.C. 1719104786001

**FACTURA**  
001-001-00

**0003140**

AUTORIZACIÓN S.R.I. 1125195508  
VÁLIDO PARA SU EMISIÓN HASTA 24 - OCTUBRE - 2019

Cliente: Henry Mauricio Romero Gonzales

Dirección: Loja.

R.U.C. 1104276827.

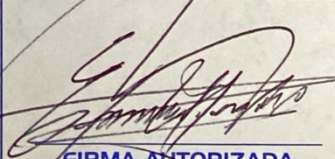
Fecha de Emisión:

DIA	MES	AÑO
08	08	2019

Tipo de Pago:  Contado  Crédito

Teléfono: \_\_\_\_\_

CANT.	DETALLE DE LOS PRODUCTOS	V. UNITARIO	V. TOTAL
303	gorros Can. 2 Bandados	4	L 212
Abono. 400 = Saldo Transferido 917.12			

<b>FORMA DE PAGO</b>	EFFECTIVO	DINERO ELECTRÓNICO	Subtotal	%
	TARJETA DE CREDITO / DEBITO	OTROS	Subtotal	0 %
ORIGINAL: ADQUIRENTE • COPIA VERDE: EMISOR			Subtotal	
 <b>FIRMA AUTORIZADA</b>			I.V.A. 12 %	L 45.44
			<b>TOTAL USD \$</b>	L 357.44

**RECIBÍ CONFORME**



# TECNOMUNDO FOROOTAN

## OMID FOROOTAN TAHGHIGHI

Dirección: Ramón Burneo 540 y Clotario Paz • Teléfono: 098 723 6800 • [impforootan@yahoo.com](mailto:impforootan@yahoo.com) • Loja - Ecuador

VENTA AL POR MENOR DE COMPUTADORAS, SUMINISTROS Y ACCESORIOS PARA COMPUTADORAS - SERVICIOS PRESTADOS POR ARTISTAS - VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS E INSUMOS QUIMICOS, COMPUTADORAS Y EQUIPOS MEDIO AMBIENTALES

**R.U.C. 1102802137001**

FECHA DE EMISION	DIA	MES	AÑO	<b>FACTURA 004-001-</b> Autorización SRI. 1123934953	<b>000000622</b>
	14	08	2019		

Cliente:	Lomero Gonzalez Harry (Loja Gaston Club)		
Dirección:	Venezia y Paris		
R.U.C./C.I.:	1104276827	Teléfono:	GUIA DE REMISION:

CANT.	DESCRIPCION	V. UNITARIO	VALOR DE VENTA
1	Inserción artística	500 =	500

Son: <u>Quinientos sesenta</u>		<b>SUBTOTAL</b>	<u>500</u>
FORMA DE PAGO		<b>DESCUENTO</b>	<u>-</u>
Efectivo:	Tarjeta de Crédito/Debito:	<b>I.V.A. 0%</b>	<u>-</u>
Dinero Electrónico:	Otros:	<b>I.V.A. 12%</b>	<u>60</u>
		<b>VALOR TOTAL</b>	<u>560 =</u>
<b>FIRMA AUTORIZADA</b>	<b>RECIBI CONFORME</b>		



**JOYERÍA Y RELOJERÍA "EL DIAMANTE"**

*Vallejo Delgado Yosdi Rosario*

Venta al por Menor de Relojes, Trofeos, Placas y Artículos de Joyería  
Reparación de Joyas y Relojes

Dir.: Central, Sucre 201-14 y José Antonio Eguiguren  
Telf. Alm.: 2588457 / Dom.: 2550530

Documento Categorizado: No **LOJA - ECUADOR**

**FACTURA 002-001-00**

**R.U.C.: 1102270897001**

**Aut.SRI.: 1125228676**

**Nº 0003357**

FECHA DE EMISIÓN	DÍA	MES	AÑO
	15	08	2019

SEÑORES:

*Henty Mauricio Romeo González (LOJA - CUSTOM CLUB)*

R.U.C./C.I.:

*114276827.*

TELÉFONO:

*0959529441.*

DIRECCIÓN:

*Venecia, Parr*

Guía de Remisión N°:

CANT.	DESCRIPCIÓN	V. UNIT	V. TOTAL
<i>65</i>	<i>botones en alto relieve y esmaltados loja Custom Club</i>	<i>2.67.</i>	<i>173.55.</i>
	<i>Pago efectivo BR</i>		

FORMA DE PAGO	Efectivo	<input type="checkbox"/>
	Electrónico	<input type="checkbox"/>
	Tarjeta de Crédito/Débito	<input type="checkbox"/>
	Otros	<i>efectivo</i>

IMPRESA BRICEÑO - Francisco Rafael Cuenca Briceño - RUC: 1718937954001 - S.R.L Aut. N°13628 - 0987382250 - F.E. 30/Julio/2019 - Emisión: 000003351 al 000003350.  
Joyería y Relojería "EL DIAMANTE"  
RUC: 1102270897001

SUB TOTAL \$	<i>194.37.</i>
DESCUENTO \$	
I.V.A. 0%	
I.V.A. 12%	<i>20.82.</i>
<b>TOTAL A COBRAR \$</b>	<b><i>194.37.</i></b>

Original: Adquirente - Copia: Emisor  
Válido hasta **30/Julio/2020**

*[Signature]*  
Firma Autorizada

*[Signature]*  
Firma Cliente



**JOYERÍA Y RELOJERÍA "EL DIAMANTE"**

Vallejo Delgado Yosdi Rosario

Venta al por Menor de Relojes, Trofeos, Placas y Artículos de Joyería  
Reparación de Joyas y Relojes

Dir.: Central, Sucre 201-14 y José Antonio Eguiguren  
Telf. Alm.: 2588457 / Dom.: 2550530

Documento Categorizado: No LOJA - ECUADOR

**FACTURA 002-001-00**

**R.U.C.: 1102270897001**

**Aut.SRI.: 1125228676**

**Nº 0003356**

FECHA DE EMISIÓN	DÍA	MES	AÑO
	15	08	2019

SEÑORES: Henry Mauricio Romero González (con custom club)

R.U.C./C.I.: 1104276827. TELÉFONO: 0959529441.

DIRECCIÓN: Venecia y Posir. Guía de Remisión N°:

CANT.	DESCRIPCIÓN	V. UNIT	V. TOTAL
235	boleros n otro relieve y esmaltado loza custom club	2.67.	627.45.
	2 transferencias Henry		
	400 + 302.74.		

FORMA DE PAGO	Efectivo	IMPRENTA BRICEÑO - Francisco Rafael Cuenca Briceño - RUC. 1718937954001- S.R.L Aut. N°13628 - 0987382250 - F.E. 30/Julio/2019 - Emisión: 000003351 al 000003550. Joyería y Relojería "EL DIAMANTE" RUC: 1102270897001	SUB TOTAL \$	627.45.
	Electrónico		DESCUENTO \$	
	Tarjeta de Crédito/Débito		I.V.A. 0%	
	Otros		I.V.A. 12%	75.29.
			TOTAL A COBRAR \$	702.74.

Original: Adquirente - Copias: Emisor  
 Válido hasta 30/Julio/2020  
 Firma Autorizada Firma Cliente

ALMACENES  
**Juan Eljuri**  
Establecidos en 1925 Cía. Ltda.  
**LICORES**

ALMACENES JUAN ELJURI CÍA. LTDA.

Matriz : GIL RAMIREZ DAVALOS 5-32 Y ARMENILLAS

Sucursal : LOJA, Centro de convenciones Punzara(Ref.  
Más arriba de la universidad Nacional de Loja)

Contribuyente Especial Nro. 5368

OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD : SI

RUC: 0190007510001

**FACTURA**

N° 155-001-000013868

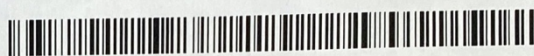
**NUMERO DE AUTORIZACIÓN**

0608201901019000751000121550010000138682341622311

AMBIENTE: PRODUCCIÓN

EMISIÓN: NORMAL

CLAVE DE ACCESO



0608201901019000751000121550010000138682341622311

Razón Social / Nombres y Apellidos : CORDOVA HUANCA ROSA NELY

RUC / CI: 1103516868001

Fecha de Emisión: 06/08/2019

E-mail : rosacord@hotmail.com

Provincia: LOJA

Dirección: AV 8 DE DICIEMBRE FEDERICO PAEZ

Teléfono: 0969880147

Cant.	Código	Código EAN	Descripción	Serie	Lote	Precio Unitario	Dcto.	Precio Total
36.00 ✓	10063792	5000267014074	JOHNNIE WALKER RED L-JOHNIE WALKER RED LABEL 750 ML		L8255CC003	15.4300	55,55	499,93
36.00 ✓	10064224	7861030501416	IMPERIAL-AGUA IMPERIAL 1500 ML Agua		L:2C93	0.7200	0,00	25,92

Información Adicional : MILLAS ACUMULADAS [0]. TIENES \$0 PARA TU PROXIMA COMPRA!!  
Pedido Cliente: Dirección Dest. Mercancia AV 8 DE DICIEMBRE FEDERICO PAEZ. Generado desde SAP: N90322161

ALMACENES JUAN ELJURI CIA LTDA - DIVISION LICORES. INFORMA QUE LAS ÚNICAS FORMAS DE PAGO AUTORIZADAS SON: TRANSFERENCIAS, DEPÓSITOS BANCARIOS O CHEQUE CRUZADO A NOMBRE DE ALMACENES JUAN ELJURI. NO SE RESPONSABILIZA POR LOS PAGOS REALIZADOS EN EFECTIVO, CHEQUES GIRADOS AL PORTADOR Y CHEQUES GIRADOS A TERCERAS PERSONAS. ASIMISMO RECUERDA QUE DEBEN EXIGIR A NUESTROS EJECUTIVOS, POR CADA PAGO QUE REALICEN, EL CORRESPONDIENTE RECIBO DE COBRO.

Código SAP: 90322161

Forma Pago	Valor	Plazo	Tiempo
OTROS CON UTILIZACION DEL SISTEMA FINANCIERO	588,95	0	Días



155001000013868

SubTotal 12% :	525,85
SubTotal 0%	0,00
SubTotal Exento IVA	0,00
<b>SubTotal SIN IMPUESTOS</b>	<b>525,85</b>
DESCUENTO	55,55
DESCUENTO MILLAS	0,00
ICE	0,00
IVA 12% :	63,10
PROPINA	0,00
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>588,95</b>

Almacenes  
**Juan Eljuri**  
división Licores  
**CANCELADO**

FECHA VENCIMIENTO FACTURA: 2019-08-06

La fecha de vencimiento corresponde a la última cuota de la factura, según su condición de pago.

Recordamos, que las retenciones tributarias, deben ser generadas en máximo de CINCO días posterior a la emisión de esta factura; y, enviada a retenciones@eljuri.com; en caso de no hacerlo, será su responsabilidad el pago total de la Factura.

DEBO Y PAGARE SIN CONDICIÓN A LA ORDEN DE ALMACENES JUAN ELJURI CIA. LTDA. LA SUMA QUE CONSTA EN ESTA FACTURA POR EL VALOR RECIBIDO DE LAS MERCANCIAS AQUÍ DETALLADAS, ENTREGADAS A MI ENTERA SATISFACCIÓN EN ESTA FECHA, Y/O EL MÁXIMO INTERÉS LEGAL POR MORA VIGENTE A LA FECHA DE LA CANCELACIÓN, CONTABILIZADO DESDE LA FECHA DE VENCIMIENTO, SEGÚN CORRESPONDA, MÁS COSTOS JUDICIALES. RENUNCIANDO A DOMICILIO ME SOMETO A LOS JUECES DE ESTE CANTÓN Y AL TRAMITE LEGAL CORRESPONDIENTE. FIRMA COMO SUSCRIPTOR AUTORIZADO EN LA FECHA INDICADA PREDETERMINADO A NOMBRE PROPIO Y/O DE LA COMPRADORA SIN PROTESTO.

Página: 1

RECIBI CONFORME:  
NOMBRE:  
CC:

ALMACENES  
**Juan Eljuri**  
Establecidos en 1925 Cia. Ltda.  
**LICORES**

ALMACENES JUAN ELJURI CÍA. LTDA.

Matriz : GIL RAMIREZ DAVALOS 5-32 Y ARMENILLAS

Sucursal : LOJA, Centro de convenciones Punzara(Ref.  
Más arriba de la universidad Nacional de Loja)

Contribuyente Especial Nro. 5368

OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD : SI

RUC: 0190007510001

**FACTURA**

N° 155-001-000013867

**NUMERO DE AUTORIZACIÓN**

0608201901019000751000121550010000138677406435616

AMBIENTE: PRODUCCIÓN

EMISIÓN: NORMAL

**CLAVE DE ACCESO**



0608201901019000751000121550010000138677406435616

Razón Social / Nombres y Apellidos : PARDO CASTILLO ELSA MAGALY

RUC / Ci: 1900669811001

Fecha de Emisión: 06/08/2019

E-mail : magy\_pardo17@hotmail.com

Provincia: LOJA

Dirección: PRADERA, BULGARIA Y CASCARILLAS FRE

Teléfono: 0990854117

Cant.	Código	Código EAN	Descripción	Serie	Lote	Precio Unitario	Dcto.	Precio Total
36.00	10063792	5000267014074	JOHNNIE WALKER RED L-JOHNIE WALKER RED LABEL 750 ML		L8255CC003	15.4300	55,55	499,93
36.00	10064224	7861030501416	IMPERIAL-AGUA IMPERIAL 1500 ML Agua		L2C93	0.7200	0,00	25,92

Información Adicional : MILLAS ACUMULADAS [0]. TIENES \$0 PARA TU PROXIMA COMPRA!!  
Pedido Cliente: Dirección Dest. Mercancia: PRADERA, BULGARIA Y CASCARILLAS FRE Generado desde SAP: N90322159

ALMACENES JUAN ELJURI CIA LTDA - DIVISIÓN LICORES. INFORMA QUE LAS ÚNICAS FORMAS DE PAGO AUTORIZADAS SON: TRANSFERENCIAS, DEPÓSITOS BANCARIOS O CHEQUE CRUZADO A NOMBRE DE ALMACENES JUAN ELJURI. NO SE RESPONSABILIZA POR LOS PAGOS REALIZADOS EN EFECTIVO, CHEQUES GIRADOS AL PORTADOR Y CHEQUES GIRADOS A TERCERAS PERSONAS. ASIMISMO RECUERDA QUE DEBEN EXIGIR A NUESTROS EJECUTIVOS, POR CADA PAGO QUE REALICEN, EL CORRESPONDIENTE RECIBO DE COBRO.

Código SAP: 90322159

Forma Pago	Valor	Plazo	Tiempo
OTROS CON UTILIZACION DEL SISTEMA FINANCIERO	588,95	30	Días



155001000013867

SubTotal 12% :	525,85
SubTotal 0%	0,00
SubTotal Exento IVA	0,00
<b>SubTotal SIN IMPUESTOS</b>	<b>525,85</b>
DESCUENTO	55,55
DESCUENTO MILLAS	0,00
ICE	0,00
IVA 12% :	63,10
PROPINA	0,00
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>588,95</b>

FECHA VENCIMIENTO FACTURA: 2019-09-05

La fecha de vencimiento corresponde a la última cuota de la factura, según su condición de pago.

Recordamos, que las retenciones tributarias, deben ser generadas en máximo de CINCO días posterior a la emisión de esta factura; y, enviada a retenciones@eljuri.com; en caso de no hacerlo, será su responsabilidad el pago total de la Factura.

DEBO Y PAGARE SIN CONDICIÓN A LA ORDEN DE ALMACENES JUAN ELJURI CIA. LTDA. LA SUMA QUE CONSTA EN ESTA FACTURA POR EL VALOR RECIBIDO DE LAS MERCANCIAS AQUÍ DETALLADAS, ENTREGADAS A MI ENTERA SATISFACCIÓN EN ESTA FECHA, Y/O EL MÁXIMO INTERÉS LEGAL POR MORA VIGENTE A LA FECHA DE LA CANCELACIÓN, CONTABILIZADO DESDE LA FECHA DE VENCIMIENTO, SEGÚN CORRESPONDA, MÁS COSTOS JUDICIALES, RENUNCIANDO A DOMICILIO ME SOMETO A LOS JUECES DE ESTE CANTÓN Y AL TRAMITE LEGAL CORRESPONDIENTE. FIRMA COMO SUSCRIPTOR AUTORIZADO EN LA FECHA INDICADA PREDETERMINADO A NOMBRE PROPIO Y/O DE LA COMPRADORA SIN PROTESTO.

Página: 1

RECIBI CONFORME:  
NOMBRE:  
CC:

Almacenes  
**Juan Eljuri**  
división licores  
**CANCELADO**

**CYBER EXPRESS***González Sonia Narcisa*

ACTIVIDADES DE FOTOCOPIADO Y REALIZACIÓN DE DUPLICADOS. VENTA AL POR MENOR DE ARTÍCULOS DE PAPELERÍA. ACTIVIDADES DE REVENTA DE SERVICIOS DE INTERNET EN INSTALACIONES ABIERTAS AL PÚBLICO: CIBERCAFÉS.

Dir.: DANIEL ALVAREZ 11-97 Y SEGUNDO CUEVA CELI  
Cel.: 0981232044 LOJA - ECUADOR**R.U.C. 1101830196001**  
**FACTURA**001-001- **Nº 00000283****Nº AUT. SRI. 1123497300****FECHA DE EMISION**

DÍA	MES	AÑO
27	06	2019

Documento Categorizado: NO

Cliente:

*Patricio Benitez Orellana*

Dir.:

*Miguel Rocio y Jose Maria Penon*

R.U.C./C.I.:

*1104556319001*

Telf.:

*2579801*

CANT	DESCRIPCIÓN	V. UNIT.	V. TOTAL
1	<i>Flush Memory Keys 16GB</i>	9.82	9.82

JUAN CARLOS VÁSQUEZ MOROCHO - IMPRENTA «JC VÁSQUEZ»  
R.U.C. 1104357155001 - AUT. Nº 11386 - EMISIÓN: 000000201 - 000000300  
FECHA: 20/Septiembre/2018 - VÁLIDA EMISIÓN HASTA: 20/Septiembre/2019

EFECTIVO	DINERO ELECTRONICO
TARJETA DE CRÉDITO / DEBITO	OTROS

Subtotal \$	<i>9.82</i>
Descuento	
IVA 0 %	
IVA 12 %	<i>1,18</i>
TOTAL \$	<i>11</i>

ORIGINAL: ADQUIRENTE / COPIA: EMISOR

*Sonia Narcisa Gonzalez*  
FIRMA AUTORIZADA*LB*  
FIRMA CLIENTE



# SIR DAN

**BENAVIDES ROMERO  
KARLA DEL ROCIO**

Dir.: Gabriel Valdivieso 0 y Carlos Berrezueta (Medio Ejido - San José) / Telf.: 0987676235 / 0988672136 / Cuenca

R.U.C.: 0106431265001

AUT. S.R.I.: 1125439508

**FACTURA** 001-001-

**Nº 0000006**

Fecha: 17 Septiembre 2019

Cliente: Romero Gonzalez Henry Mauricio

Dirección: Loja - Venecia y Paris

C.I./R.U.C.: 1104246827

Telf.:

CANT. I	DESCRIPCION	V. UNIT. I	V. TOTAL
238	Camiseta/Sudaderas - - Estampada	23,13	5504,9

ORIGINAL CLIENTE / COPIA EMISOR

Forma de Pago	
EFFECTIVO:	
DINERO ELECTRÓNICO:	X
TARJETA DE CRÉDITO / DÉBITO:	
OTROS:	

SUBTOTAL \$

DESCUENTO \$

IVA% \$

TOTAL \$

5504,9

Firma Autorizada

Firma Cliente

GRAFIMUNDO OFFSET  
VICTOR MANUEL TIGRE GUAMAN  
RUC 0101293934001 / AUT. 2309  
TELF.: 2812739 / CUENCA  
F.I. 09/septiembre/2019  
Nº 0000001 - 0000050  
CADUCA 09/septiembre/2020





# SIR DAN

**BENAVIDES ROMERO  
KARLA DEL ROCIO**

Dir.: Gabriel Valdivieso O y Carlos Berrezueta (Medio Ejido - San José) / Telf.: 0987676235 / 0988672136 / Cuenca

R.U.C.: 0106431265001

AUT. S.R.I.: 1125439508

**FACTURA** 001-001-

**Nº 0000007**

Fecha: 17 Septiembre 2019

Cliente: Benitez Cano Galo Patrio

Dirección: Loja-Pasaje FEUS y LORO GUERRERO

C.I./R.U.C.: 1102190749

Telf.:

CANT.	DESCRIPCION	V. UNIT.	V. TOTAL
62	Camisetas / Campos Estampadas	22,5	1395

ORIGINAL CLIENTE / COPIA EMISOR

Forma de Pago	
EFFECTIVO:	
DINERO ELECTRÓNICO:	X
TARJETA DE CRÉDITO / DÉBITO:	
OTROS:	

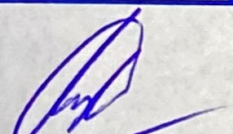
SUBTOTAL \$

DESCUENTO \$

IVA% \$

TOTAL \$

1395

  
Firma Autorizada

Firma Cliente

GRAFIMUNDO OFFSET  
VICTOR MANUEL TIGRE GUAMAN  
RUC 0101293934001 / AUT. 2309  
TELF.: 2812739 / CUENCA  
F.I. 09/septiembre/2019  
Nº 0000001- 0000050  
CADUCA 09/septiembre/2020



**De: Sandra Consuelo Eras Espinoza**  
 Matriz: Reinaldo Espinoza s/n y Calle C  
 Establecim.: 24 de Mayo 04-96 y Segundo Cueva Celi  
 Cels.: 0968089929 / 0939007683 LOJA - ECUADOR  
 ACTIVIDADES DE HOTELES Y RESTAURANTES hasta \$ 1700,00

**CONTRIBUYENTE RISE**  
**R.U.C.: 1103097703001** Cód. Aut. 1125677817  
 Documento Categorizado: SI

**NOTA DE VENTA 002-001- N° 000002052**

Fecha: 07/11/2019

Sr.(es): Pablo Bustos

R.U.C./C.I.: 1104556319

Dirección: Miguel Riquelme y Jox M. Plam

Cant.	DETALLE	V. UNIT.	TOTAL
1	Almuerzo	36.00	36.00
	Guests Mobs		

[Signature]  
 Firma Autorizada

[Signature]  
 Firma Cliente

**TOTALS** 36.00

Original: ADQUIRENTE Copia: EMISOR

Efectivo  Tarjeta de crédito / Débito  Dinero electrónico  Otros

**VILLA MUSIC PRODUCCIONES**

Villarreal Yaruqui Patricio Delfin

DIR.: Bernardo Valdivieso 05-14 y Colón  
Telf.: 0997562832 / 2577487 / 39798847  
Email: villamusicrecording@hotmail.com  
Loja - Ecuador

FECHA DE EMISIÓN		
DIA	MES	AÑO
15	08	2019

DOCUMENTO CATEGORIZADO:NO

R.U.C.:1102945605001

Cód. Aut. S.R.I. 1123517611

**FACTURA 001-001-**  
**Nº 000000937**

SR. (ES): Romero González Henry Mauricio  
R.U.C.I.: 1104276827 TELF.: 0959529441  
DIRECCIÓN: Venesia y Paris

GUÍA DE REM.:

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	VALOR DE VENTA
1	Presentación artística en el hotel Sonesta de LOJA CUSTOM CLUB	400,00	400,00

Edye Patricio Martínez Pineda \* Imbatza Marvel\* RUC: 1102776786001 \* Aut. 5412 \* Telf. 2583547 \*  
F. Emisión 24- SEPTIEMBRE-2018 \* Valido hasta 24/ SEPTIEMBRE/ 2019 \* Emisión: 000000921 - 000001020

SUBTOTAL 12 % \$

SUBTOTAL 0 % \$

DESCUENTO \$

SUBTOTAL \$

LVA 12 % \$

VALOR TOTAL \$

FIRMA AUTORIZADA

RECIBI CONFORME

FORMA DE PAGO	Efectivo	Dinero Electrónico	Tarjeta de crédito/débito	Otros

400,00

48,00

448,00





# HOLANT MUEBLES

De: Víctor Antonio Agila Gallegos  
FABRICACION DE MUEBLES DE MADERA PARA EL HOGAR Y LA OFICINA  
ACTIVIDADES COMERCIALES A CARGO DE COMISIONISTAS

Dirección: Barrio El Valle, Av. Salvador Bustamante Celi 11-95 y Chone Telf. 072613465 Cel. 0995722531 LOJA - ECUADOR

RUC: 1103597868001  
Aut. SRI. 1121653799

FACTURA 001-001-

000000519

SEÑORES: **PATRICIO EDUARDO BENITEZ ORELANA**

RUC o CI: **4404556314004** TELEFONO: \_\_\_\_\_

DÍA: **24** MES: **SEPT** AÑO: **2014**

DIRECCIÓN: **REVERENDO BAYLON EDUARDO M.** Guía de Remisión N° \_\_\_\_\_

CANT.	DESCRIPCIÓN	PI UNIT.	VITOTAL
5	RESTAURACIONES DE CARTONES LACADOS EN COLOR NEGRO	16.20	81.00

FORMA DE PAGO	
EFFECTIVO	90.72
DINERO ELECTRONICO	
TARJETA DE CREDITO / DEBITO	
OTROS	

*[Firma Autorizada]*  
AUTORIZADA

*[Firma Cliente]*  
F/ CLIENTE

SUBTOTAL	\$	81.00
DESCUENTOS	\$	
I.V.A. 0%	\$	
I.V.A. 12%	\$	9.72
TOTAL A COBRAR	\$	90.72

Imprenta "EL DORADO" - Hector Bolivar Delgado \* RUC: 1100097816001 - Autorización N° 1151 - Emisión: 24/Octubre/2017  
del 476 al 575 VÁLIDO para emisión hasta: 24/Octubre/2014

ORIGINAL: ADQUIRENTE  
COPIA: EMISOR

Documento Categorizado: NO



Logo 28. VIII / 2019

Transferencia 100

Efectivo 100

28. VIII B.C

Pink Tomate

*[Signature]*

Mons. Angelica Ruiz

098 579 2387

Nº. \_\_\_\_\_

Por US\$ 302.75

1012, 19 de agosto del 2019

Recibí de Henry Romero

la cantidad de TRECENTOS DOS 75/100

dólares,

por concepto de botones Joyería y Relojería "EL DIAMANTE"

YOSDI VALLEJO DE GONDO  
Sucre 06-50 J. A. Ezguirra, T. 2393-597



Henry paga 302.75 -> Yosdi Vallejo Gonzales (Pines)

Nº. \_\_\_\_\_ Por US\$ 50.00


9-VIII/2019 del 20 \_\_\_\_\_

Recibí de Comandante Pineda

la cantidad de cinco dólares,

por concepto de 0992470275

117544162



Nº. \_\_\_\_\_ Por US\$ \$20.00

loja, 19-00 del 20 19

Recibí de Patricio Benitez Cano - Loja Custom Club.

la cantidad de veinte o/o dólares,


por concepto de una placa

Rayo de Plata

Yessica D.

Joyería y Reparación "EL DIAMANTE"  
RUC: 110427397001

PLATEADO  
06-50 J. A. Esquivel y Asociados, 2003107



Nº. \_\_\_\_\_ Por US\$ 20.


Loia, 27 de abril del 20 19

Recibí de Patricio Benitez

la cantidad de VEINTE dólares,

por concepto de placa motor Joyeria y Relojeria "EL DIAMANTE"  
 Sucra 08-501. A. Eguiguren y Colón. Teléf. 2583457

YOSDI VALLEJO DELGADO  
 Sucra 08-501. A. Eguiguren y Colón. Teléf. 2583457



Nº. \_\_\_\_\_ Por US\$ 20

12 de marzo de 2 del 20 19


Recibí de Dr. Patricio Benitez como

la cantidad de VEINTE dólares,

por concepto de PLACA TRUJILLO

2588457  
098058007

Leonard Casval  
1103938732





Nº. \_\_\_\_\_ Por US\$ 10,00


del 11 - 03 / 2019 del 20 19

Recibí de Dr. Roberto Bonifaz Guo

la cantidad de Diez Dólares

\_\_\_\_\_ dólares,

por concepto de Diseño de AFICHES. el evento para  
Custom Club / 2019.

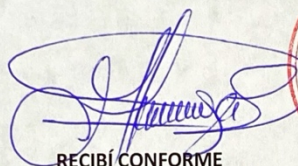
 7 862114 750492 Javier Ochoa Romero Xavier Auber ca.

CI: 1108157695 TEL: 0978961145

**RECIBO DE PAGO**

María Elena Luzuriaga, en su calidad de Directora Administrativa – Financiera de la Junta Provincial de Cruz Roja recibe la cantidad de \$ 40.00 CUARENTA DÓLARES, del Sr. Romero González Henry Mauricio, en su calidad de tesorero del Encuentro Internacional Loja Custom Club, por cancelación de combustible para ambulancia, por desarrollo del Evento Encuentro Internacional de Motociclismo “Harley Davison” los días Viernes y Sábado 9 y 10 de agosto respectivamente, por acuerdo de colaboración autorizado por Presidencia.

Loja, 05 de Agosto de 2019



**RECIBÍ CONFORME**

ING. MARÍA ELENA LUZURIAGA  
DIRECTORA ADMINISTRATIVA – FINANCIERA  
JUNTA PROVINCIAL DE CRUZ ROJA DE LOJA





Duarte Vera Daniel Alejandro  
 Dirección: Sucre sn y José Felix de Valdivieso  
 Telefax: 072568047 - Cel.: 0983998357  
 CALIFICACIÓN ARTESANAL: 012038  
 Loja - Ecuador

R.U.C.: 1102439120001 Aut. N° 1125032772

**FACTURA**

001-001-000 N° 044105

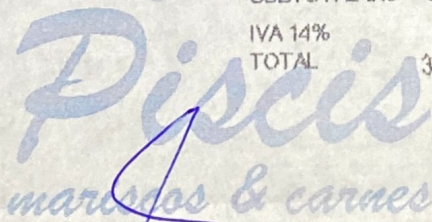
0 Turno: 80

FECHA: 06/08/2019  
 RUC / CI: 1102190749  
 NOMBRE: BENITEZ CANO GALO PATRICIO

DIRECCIÓN: PASAJE LA FEUE Y LAURO GUERRERO

TELÉFONO:

CANT.	PRODUCTO	P.TOTAL
1	CALDO DE BAGRE	3.25
1	CHAULAFAN ESPECIAL	6.00
1	MEDIA JARRA DE MARACUYA	2.00
1	MEDIA JARRA DE TAMARINDO	2.00
1	BANDERA	6.00
2	FILETE DE POLLO	12.00
SUBTOTAL 14%		
SUBTOTAL 0%		31.25
IVA 14%		
TOTAL		31.25



*[Handwritten Signature]*  
 Ahumador Sr. Jones.

Firma Autorizada

Firma Cliente

<input type="checkbox"/> EFECTIVO	<input type="checkbox"/> TARJETA CRÉDITO/DEBITO
<input type="checkbox"/> DINERO ELÉTRÓNICO	<input type="checkbox"/> OTROS

Documento Categorizado: NO Original: ADQUIRENTE Copia EMISOR  
 IMPRENTA SAN PABLO FRANKLIN EDUARDO FAJARDO HERRERA  
 RUC: 1103528509001 Aut. N° 9978 - Emis.000043401 al 000045400  
 Fecha Aut.: 26/Junio/2019 - Valido hasta: 26/Septiembre/2019

*[Handwritten Signature]*  
 Ahumador Charfes

Recibo de Parte del Sr. Patricio Benitez  
 La Cantidad de \$110,00, por concepto  
 de Pago de Presentación (SN/do), de la  
 Banda Roxanne. (10-08-2019.)

Recibo Conferencia. \_\_\_\_\_

Atte. Carlos V. Tejada J. \_\_\_\_\_  
 Representante Roxanne.

Loja, 02-09-2019.

Trans Jeroo	100.00
+	110.00 RBC
	<hr/>
	210.00

## Nómina de Participantes

#	Apellido	Nombre	Talla	Apellido	Nombre	Talla	Marca
1	Alonso	Faly	M				Harley
2	Alvarez	Francisco	XL	Mancero	Maria	L	Harley
3	Amoroso	Juan Carlos	M				Harley
4	Andrade	Lenin	M				Yamaha
5	Andrade	Paul	L				Susuki
6	Arboleda	Roberto	L				Harley
7	Arias	Rodolfo	XXL	Aviles	Belgica	M	Harley
8	Arias	Toti	L				Harley
9	Armijos	Pedro	L				Kawasaki
10	Astolington	George	L				Harley
11	Astolington	George	XXL	Izquierdo	Laura	m	Harley
12	AYALA	MARCO	M	Granja	Adrea		harley
13	Azua	Enrique	XL				Susuki
14	Babarczy	José Luis	XXXL				Harley
15	Ballesteros	Alvaro	M				Harley
16	Barba	Edwin	L	Cepeda	Elixsa	S	Harley
17	Barba	Felix	L				Harley
18	Barba	Ulises	L				Susuki
19	Becerra	Edgar	L				Harley
20	Benitez	Patricio	XXL	Orellana	Elizabeth		Harley
21	Bermeo	Jorge	L	Larrea	Kaita	M	BMW
22	Bermeo	Byron	L				Harley
23	Boada	Jorge	XL				Harley
24	Boada	Santiago	L	Gavilanes	Liliana	S	Harley
25	Bueno	Rene	XL				Harley
26	BURNEO	JUAN CARLO	M				Harley
27	Cabrera	Eddy	M	Pachacama	Ana	S	Harley
28	Calle	Marco	S	Paredes	Sofia	S	Harley
29	Calmet	Luis	XL	Calmet	Carmen	M	Harley
30	Carofilis	Teodoro	XXL				Yamaha
31	Carpio	Francisco	M				Harley
32	Cerdeña	Gustavo	XL	Cerdeña	Liadia	XL	Harley
33	Cevallos	Joselito	L	Pazmino	Susana	M	Harley
34	Cevallos	Juan Carlos	S				Harley
35	CHEN	LEON	XL	TING	CHEN CHI		Harley
36	Chiriboga	Jocias	L	Polanco	Tamara	M	Harley
37	Claudio	Alfredo Berr	L				Harley
38	Cordero	German	M				Harley
39	Cordova	Juan Carlos	XL				Harley
40	Cortez	Claudio	XXL				Harley
41	Cortez	Victor	XXL				Harley
42	Davila	Diego	XL	Marin	Estefania	M	Harley
43	Dominguez	Jose	M				Yamaha

44	Duran	Guillermo	XL				Harley
45	Escobar	Patricio	M	Jimenez	Sonia	M	BMW
46	Escobar	Javier	XL				BMW
47	Espinoza	Juan (Misu)	M				Harley
48	Espinoza	Jairo	S				Harley
49	Espinoza	Hugo	M				Harley
50	Estela	Roberto	XXL				Harley
51	Fierro	Oscar Albert	XXXL				Harley
52	Fierro	Oscar	XXL				Harley
53	Fierro	Jofre	M				Harley
54	Garces	Guido	XL				Yamaha
55	Garzon	Jhon	M				Harley
56	Garzon	Fredy	L				Susuki
57	Garzon	Diego	M	Cordero	Sandra	XS	harley
58	Gonzalez	Patricio	XL				Harley
59	Guaman	Marco	M				Harley
60	Guarderas	Fabian	L	Toledo	Mabel	S	Harley
61	GUARNIZO	JENNER	M	AREVALO	GENOVEVA		Harley
62	Guerra	Oswaldo	L				Harley
63	Guerrero	Felipe	M	Espinoza	Maria Elena		Harley
64	Guerrero	Ricardo	M				Susuki
65	Guerrero	Patricio	XL				Harley
66	Guerrero	Patricio	M				Harley
67	Guerrero	Mauricio	M				Harley
68	Guevara	Marcelo	L	Lopez	Andrea	M	Harley
69	Guzman	Jhovany	L	Diaz	Sandra	S	Harley
70	Guzman	Cristian	M				Harley
71	Heller	Enrique	S				Harley
72	Herran	Lucho	L	Herran	Pilar	L	Harley
73	Herrera	Gregory	L	Vega	Frysha	S	Harley
74	Herrera	Pablo	L				Harley
75	Idrovo	Pablo	XL				Harley
76	Iglesias	Martin	M				Harley
77	Iñiguez	Mario	L				Harley
78	Izurieta	Miguel	XL	Tapia	Belgica	S	Susuki
79	Jaramillo	Diego	XL	SHULIANA	Veintimilla	S	
80	Jaramillo	Nelson	L	Diaz	Diana	M	Harley
81	Jarrin	Larry	M				Harley
82	Lara	Otto	L	Pita	Karen	M	Harley
83	Larrea	Ramiro	XL				BMW
84	Ledesma	Pablo	M				Harley
85	Leon	Robinson	M	Davila	Catalina	M	Harley
86	Lomas	Fernando	M				Harley
87	Lomas	Victor	M				Honda
88	Lopez	Patricio	M	Villacis	Esthela	M	Harley

89	Lopez	Raul	M	Ordoñez	Paulina	M	Harley
90	Lopez	Walter	L				Harley
91	Maldonado	William	M	William Mald	Acompanant	S	harley
92	Mancheno	Santiago	M				Harley
93	Matute	Freddy	XL				Harley
94	Medina	Franklin	L	Rodriguez	Jessica	M	Harley
95	Merchan	Ivan	L	Ibarra	Marielba	L	Harley
96	Minarrieta	Pablo	L	Ramos	Monica	S	Harley
97	Mino	Vinicio	XXL	Recalde	Jenny		Harley
98	Molina	German	XL				Susuki
99	Montoya	Henry Cach	XL	Rivadeneira	Malena	M	Harley
100	Mora	Henry	L				Harley
101	Moran	Douer	L				Harley
102	Mosquera	Patricio	M	Garces	Doris	S	Susuki
103	Muñoz	Richard	M	Castillo	Myriam		harley
104	Murillo	Henry	L				Harley
105	Murillo	Oswaldo	XXL	Mogrovejo	Janeth	M	Harley
106	Murillo	Zandro	XL				Harley
107	Narvaez	Francisco	L				Harley
108	Navarro	Leonardo	XXXL				Harley
109	Navarro	Enrique	XXXL				Harley
110	Navas	Fernando	XXL	Mendoza	Mercedez	M	Harley
111	Noboa	Diego	L	Estrella	Isabel	S	Harley
112	Ochoa	Fabian	L				Harley
113	Oleas	Bryan	L	Solis	Liviana	M	BMW
114	Orbe	Ernesto	XL	Andrade	Eliza	M	Harley
115	Ortega	Franklin	M				Harley
116	Ortiz	José	M				Harley
117	Parra	Marcelo	M				Harley
118	Pcharich	Nicolas	L				Harley
119	Peñaloza	José	XXL				Harley
120	Pesantez	Oscar	XL				Harley
121	Pet	Hernan	M				Harley
122	Poggi	Alessandro	XL				Harley
123	Portero	Tyrone	XL				Harley
124	Proaño	Ramiro	M				Harley
125	Quintero	Julio	M				Harley
126	Roa	Danny	XL	Cadena	Ivanova	XS	Harley
127	Rodriguez	Nicolas	L	Velez	Martha	M	Harley
128	Rodriguez	Walter	XL	Rodriguez	Fanny	M	Harley
129	Romero	Henry	L	Toledo	Zorayda	L	Harley
130	Roriguez	Alberto	L				Harley
131	Rubio	Ivan	L	Rubio	Camila	L	Harley
132	Ruiz	Rodolfo	M		Pareja	M	Harley
133	Sacoto	Jhon	M				Harley

134	Salazar	Christian	M				Harley
135	Salvatierra	Hugo	L				Harley
136	Samaniego	Nelson	XXXL	Cedillo	Rosa	S	Harley
137	Sanchez	Fabian	M				Harley
138	Sanchez	Jhonny	L				Harley
139	Santibañez	Hugo	L	Intriago	Silvana	S	BMW
140	Santillan	Francisico	M	Ramon	Ofelia	M	Harley
141	Santos	José	S				Harley
142	Semanate	Santiago	XL	Salazar	Lorena	S	Harley
143	Silva	Enrique	M				Harley
144	Sotomayor	Marlon	XL	Maria Ivano	Sempertegui	L	
145	Sotomayor	José Andrés	L	Guerra	Cynthia	M	Harley
146	Sotomayor	Milton	M				BMW
147	SU	ROY	L	LI	ELIO		Harley
148	Suarez	Jhonny	XXL	Loor	Rosmary	XXL	Harley
149	Tamayo	Santiago	M	Hernandez	Ana	XS	Harley
150	Tandazo	Diego	XXL				Susuki
151	Tapia	Wilson	L	Garzon	Martha	M	Harley
152	Tapia	Juan	M				Susuki
153	Tinoco	Oscar	L	Fajardo	Sandra	M	Harley
154	Toledo	Fabian	L				Harley
155	TORRES	JAIME	M	Aguirre	Jhina		Susuki
156	Tutiven	Elias	XL	Gonzalez	Nathalia	CAMBIO CHI	Harley
157	Uvidia	Edison	M				Harley
158	Uvidia	John	M				Ducati
159	Valdez	Nestor	L	Rodriguez	Maybe Giulia	XS	Harley
160	Vargas	Celso	L				Honda
161	Velasco	Alexander	M				Harley
162	Velez	Hugo	L				Harley
163	Velez	Cesar	XL				Harley
164	Verdesoto	Mauricio	L				Harley
165	Verdu	David	M				Harley
166	Verdu	Jorge	M				Harley
167	Villacis	Javier	M	Alava	Rosario	M	Harley
168	Villacis	Diogenes	XL	Costa	Diana	XS	Harley
169	Villalva	Max	L				harley
170	VILLAMAGUA	ROBERTO	L	Castillo	Soraya		Harley
171	Villanueva	Kelvin	XL				Harley
172	Vinueza	Lenin	XXL	Levoyer	Daira	M	Harley
173	VITERI	DIEGO	L				Harley
174	Yerovi	Mario	L	Armendariz	Patricio	L	Harley
175	Zambrana	Manuel	L				Harley
176	Zambrano	Alberto	L				Yamaha
177	Zambrano	Raul	L				Honda
178				Renteria	Nancy	M	BMW



179				Torres	Haidee	M	Harley
180				Cabrera	Anita	L	Yamaha
181				Zambrano	Katherine	M	Harley
182				Freire	Tatiana	S	Susuki
183							
184				Saenz	Marcia	M	Harley
185	Cardenas	José	M				Harley
186	Castro	Julio	XL				BMW
187	Cortes	Tomas	L				BMW
188	Desulovich	Carlos	XL				Yamaha
189	ESPINOZA	JORGE	L				Kawasaki
190	Freire	Hernan	XL	Boza	Lidia	S	Harley
191	Garcia	Jorge	XL	Con	Sori	M	BMW
192	Garzon	Patricio	M				Susuki
193	Hill	Fernando	L CHINO	Rodriguez	Diego	(Niño)	Harley
194	Jimenez	Marco	XXXL				Yamaha
195	Lopez	Andres	XL	Jaramillo	Viviana	M	Honda
196	Manzano	Christian	XL				Harley
197	Martinez	Jhony	L				Harley
198	Peralta	Rodrigo	S	Bastidas	Dina	XS	BMW
199	Ramirez	Favian	L				Susuki
200	Recalde	Bryan	L				Harley
201	Reyes	Jorge	M				Ducati
202	Rios	Jaime	XL				BMW
203	Rios	Andres	L				bmw
204	Robles	Stalin	M				Honda
205	Rojas	Martin	XL	Gallego	Marisol	S	Honda
206	Torres	Klever	XI	Mayorga	Alexandra	M	Yamaha
207	Villavicencio	Carlos	XXL				bmw
208		Estefano Roc	(Niño)	Rodriguez	Emilio	(Niño)	
209				Cabrera	Johanna	S	Harley
210				Aguirre	Maritza	M	Honda
211				Cordova	Cristina	M	Harley
300	Patricio	Benitez	L				MCRL
301	Viche	Cevallos					SIN KIT
302	Renato	Rojas	L				Harley
303	Charles	Pullaguari	L				MCRL
304	Issac	Quinche	S				SIN KIT
305	Reymon	Pullaguari					SIN KIT
306	Max	Ochoa	XL				Harley
307	Daniel	Zambrano					SIN KIT
308	Alejandro	Bermeo					SIN KIT
309	Cesar	Hidalgo					SIN KIT
310	Michael	Cueva					SIN KIT
311	Anghelo	Paladines					SIN KIT

312	Luis	Miranda						SIN KIT
313	Joch	Garcia						SIN KIT
314	Paul	Velastegui	M					MCRL
315	Vinicio	Cabrera	L					Harley
316	Daniel	Mena	XL					Harley
317	Alfonso	Coronel						SIN KIT
318	Andres	Vallejo	M					DUCATI
319	Wilson	Luzuriaga	S					MCRL
320	Michel	Hidalgo	S					MCRL
321	Cesar	Loaiza	M					Harley
322	Cristian	Vire						SIN KIT

**La Hora**<sup>®</sup>  
LO QUE NECESITAS SABER

75c incl. IVA

SÁBADO 10 DE AGOSTO DE 2019 **Loja - Zamora** Número total de ejemplares puestos en circulación: 23.781

**LAS 'HARLEY' CAUSAN SENSACIÓN**

Empezó el primer Moto Encuentro Internacional en Loja, con la participación de cerca de 300 motociclistas de varios países. Las motos de la marca Harley Davidson se robaron la atención del público, durante una exhibición que se cumplió en La Pileta. Página A3

**EFEMERIDES**  
El 10 de Agosto se encendió la Luz de América  
B4

**PERFIL**  
Rosa López, una mujer centenaria  
A6

Red Socio Empleo



**AFICIÓN.** Este tipo de motociclistas se verá hoy en Loja.

# Motociclistas de varios países se reúnen en Loja

**Se estima que estén presentes alrededor de 300. Hay varias actividades.**

Loja y Vilcabamba, el 9, 10 y 11 de agosto, serán sedes del Moto Encuentro Internacional. El evento lo organiza el Loja Custom Club, y cuenta con el apoyo de la empresa privada y de entidades públicas como el Municipio de Loja.

El presidente del Loja Custom Club, Patricio Benítez Cano, informó que este evento contará con la participación de unos 300 motociclistas provenientes de países como Brasil, Chile, Colombia, Perú, Taiwan, Bolivia y de algunas ciudades del Ecuador.

“Para nosotros es un honor y un gusto realizar el primer encuentro internacional que no pensábamos que iba a tener la magnitud que ha tenido hasta este momento”, manifiesta.

Entre las actividades que forman parte de este encuentro internacional están un recorrido de los motociclistas por las diferentes iglesias de Loja. El 9 de agosto,

en el sector de La Pileta (ciudadela Zamora), desde las 13:00, se exhibirán los tipos de motocicletas que participan en el evento. “Vienen motos clásicas Harley Davidson, motos BMW, KTM, Honda...”, detalla Benítez Cano.

El sábado 10, los participantes se concentrarán nuevamente en La Pileta, a partir de las 09:30, para luego trasladarse hasta Vilcabamba. Ahí se exhibirán las motocicletas al público, de 11:00 a 13:00. Luego, los motociclistas participarán de un almuerzo en la hostería ‘El descanso del toro’, donde

se desarrollarán algunos concursos. A las 17:00 será el retorno a la ciudad de Loja, donde en el Sonesta Hotel, en la noche, habrá una cena de clausura donde se entregarán recuerdos a los participantes y premios a los ganadores de los concursos. El domingo 11 será la salida de las delegaciones desde Loja.

## EL DATO

Loja Custom Club se formó en diciembre de 2014. Actualmente tiene 12 socios.



**EXHIBICIÓN.** El público lojano se deleitó ayer en la tarde observando las motocicletas.

## 'Harlistas' de varios países se reúnen en Loja

**El evento lo organiza el Loja Custom Club. Hoy habrá una exhibición en Vilcabamba.**

Alrededor de 300 motociclistas de varios países y de otras ciudades de Ecuador arribaron a Loja para participar del primer Moto Encuentro Internacional que empezó ayer en el sector de La Pileta (Ciudadela Zamora).

El evento, en este primer día, concitó la atención de la ciudadanía. Es que las llamativas motocicletas, la mayoría de ellas de la reconocida marca Harley Davidson, impactaron a quienes se dieron cita hasta el sector de La Pileta. Los visitantes no dudaron ni un segundo en fotografiarse junto a esos vehículos motorizados de dos ruedas cuyo precio en el mercado está desde los 20.000 dólares.

Uno de los 'harlistas' (término que se da a un aficionado a las motos Harley Davidson) que visita Loja para participar de este encuentro es Johnny Suárez Reinoso, oriundo de la provincia de Guayas. Su pasión por las motos de la reconocida marca estadounidense empezó en el año 2003 y arribó a la urbe para reunirse con otras personas que comparten este gusto. Indicó que una motocicleta Harley Davidson puede llegar hasta los 100.000 dólares, dependiendo del modelo y el año en el que fue fabricada. En su caso, su motocicleta es de lujo y posee aire acondicionado, calefacción, maletas, equipo de sonido... "Es la más completa de las Harley", dice Suárez Reinoso.

### Agenda Hoy

Como parte de este evento, hoy los motociclistas, a las 09:30 se movilizarán hasta la parroquia Vilcabamba. Ahí se exhibirán estos vehículos de 11:00 a 13:00.

**Loja se merecía un encuentro internacional de esta magnitud"**

**PATRICIO BENÍTEZ CANO**  
PRESIDENTE DEL LOJA CUSTOM CLUB

### Organización

Este primer Moto Encuentro Internacional es organizado por el Loja Custom Club y cuenta con apoyo de instituciones públicas y empresas privadas. El presidente de este club, Patricio Benítez Cano, dijo sentirse muy contento por la acogida que ha tenido el evento que se cumple en Loja. Refiere que el encuentro se vino organizándolo desde hace más de tres meses y ese trabajo ya ha dado sus resultados.

Los invitados provienen de países como Brasil, Chile, Colombia, Perú, Taiwan, Bolivia, Venezuela, y de Ecuador.

Explicó que las motos que arribaron a la urbe son vehículos con motores que tienen un cilindraje que va desde los 600 centímetros cúbicos hasta los 1.800. Son motocicletas de paseo y lo importante, dice el dirigente, es saberlas disfrutar.