

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMERICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE
UNA EMPRESA DE CONVENCIONES Y
EVENTOS SOCIALES E INFANTILES EN LA
CIUDAD DE ARCHIDONA, PROVINCIA DE
NAPO.

Trabajo de investigación para la obtención del Título
de Ingeniero en Administración de Empresas y
Negocios.

AUTOR

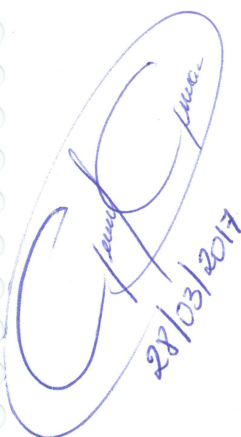
Espinosa Espinosa Vinicio Darwin

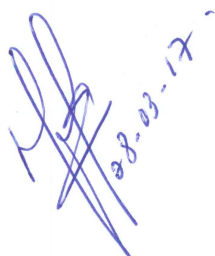
DIRECTORA

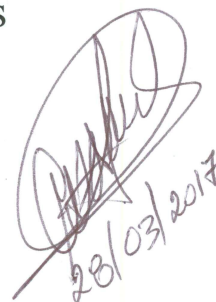
Ing. Mg. Ibeth Molina Arcos

AMBATO – ECUADOR

2017


28/03/2017

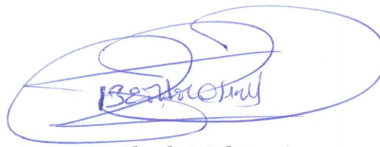

28-03-17


28/03/2017

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Directora del Trabajo de Investigación “*PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONVENCIONES Y EVENTOS SOCIALES E INFANTILES EN LA CIUDAD DE ARCHIDONA, PROVINCIA DE NAPO*”, presentado por *Vinicio Darwin Espinosa Espinosa*, para optar por el título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, CERTIFICO, que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

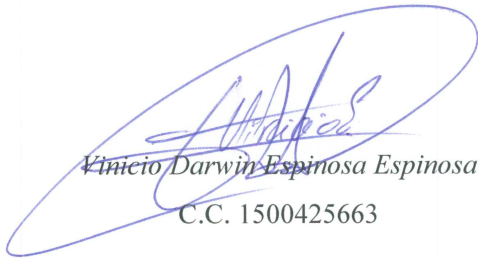
Ambato, 27 de marzo de 2017



Ing. Mg. Ibeth Molina Arcos
DIRECTORA

DECLARACIÓN DE AUTENCIDAD

Quien suscribe, declara que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del Autor.



Vinicio Darwin Espinosa Espinosa
C.C. 1500425663

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Vinicio Darwin Espinosa Espinosa, declaro ser autor del Proyecto de Tesis, titulado “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONVENCIONES Y EVENTOS SOCIALES E INFANTILES EN LA CIUDAD DE ARCHIDONA, PROVINCIA DE NAPO”, como requisito para optar al grado de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, autorizo al sistema de bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional RDI-UTI.

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los derechos de autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitare la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Ambato, a los 28 días del mes de marzo de 2017, firmo conforme:

Autor: Vinicio Darwin Espinosa Espinosa

Firma



Numero de cedula: 1500425663

Dirección: Tamiahurco S/N y los Yutzos, Barrio Aeropuerto 2, Tena

Correo Electrónico: viniespinosa@hotmail.com

Teléfono: 0995018376

AGRADECIMIENTO

Este proyecto es el resultado del esfuerzo familiar y el apoyo profesional de mi tutora, Ing. Mg. Ibeth Molina Arcos, para quienes extiendo mi agradecimiento imperecedero.

Gracias

DEDICATORIA

De manera especial a mi esposa, quien ha sido pilar fundamental en mi desarrollo profesional, mostrando su infinita capacidad y virtudes como ser humano.

A mis hijos que ha su corta edad han mostrado la madurez suficiente para entender los momentos de ausencia de su padre.

A mis padres y hermanos por haber forjado los cimientos y valores de persona de bien y espíritu de superación.

Vinicio Espinosa Espinosa

INDICE GENERAL INDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
APROBACIÓN TUTOR	ii
DECLARACIÓN DE AUTENCIDAD.....	iii
AUTORIZACIÓN	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
INDICE GENERAL.....	vii
INDICE DE CONTENIDOS	vii
INDICE DE CUADROS.....	x
INDICE DE GRAFICOS	xii
SUMARIO INVESTIGATIVO	xiii
ABSTRACT.....	xiv
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I.....	3
ÁREA DE MARKETING.....	3
1.1. Definición del producto o servicio	3
1.2. Definición del mercado	4
1.3. Análisis del macro y microambiente	20
1.4. Demanda Potencial Insatisfecha.....	25
1.5. Promoción y publicidad que se realizará.....	26
1.6. Canales de distribución	27
1.7. Seguimiento del cliente	27
CAPITULO II	29
ÁREA DE OPERACIONES	29

2.1	Descripción del proceso	29
2.1.1	<i>Descripción del proceso de transformación del bien o servicio</i>	29
2.1.2	<i>Descripción de instalaciones, equipos y personas</i>	41
2.1.3	<i>Tecnología a aplicar</i>	47
2.2	Factores que afectan el plan de operaciones	48
2.2.1	<i>Ritmo de producción</i>	48
2.2.2	<i>Nivel de inventario promedio</i>	50
2.2.3	<i>Número de Trabajadores</i>	50
2.3	Capacidad de producción	54
2.3.1	<i>Capacidad de producción futura</i>	54
2.4	Definición de recursos necesarios para la producción	54
2.4.1	<i>Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar</i>	54
2.5	Calidad	55
2.5.1	<i>Método de control de calidad</i>	55
2.6	Normativa y permisos	56
CAPITULO III		59
ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN		59
3.1	Análisis estratégico y definición de objetivo	59
3.1.1	<i>Visión de la Empresa</i>	59
3.1.2	<i>Misión</i>	59
3.1.3	<i>Análisis FODA</i>	60
3.2	Organización funcional de la empresa	61
3.2.1	<i>Organización Interna</i>	61
3.2.2	<i>Descripción de cargos del organigrama</i>	64
3.3	Control de gestión	70

3.3.1	<i>Indicadores de gestión</i>	70
3.3.2	<i>Necesidades de personal</i>	71
	CAPITULO IV	72
	ÁREA JURIDICO LEGAL	72
4.1	Determinación de la forma jurídica	72
4.2	Patentes y Marcas	73
4.3	Licencias de funcionamiento	73
	CAPITULO V	76
	ÁREA FINANCIERA	76
5.1	Plan de inversiones	76
5.2	Plan de financiamiento	78
5.3	Cálculo de costos y gastos	78
5.4	Cálculo de ingresos	94
5.5	Flujo de caja	96
5.6	Punto de equilibrio	98
5.7	Estado de resultados proyectado	100
5.8	Evaluación financiera	101
5.9	Conclusiones de la evaluación económica	104
	ANEXOS	106
	ANEXO 2	108
	BIBLIOGRAFIA	113

INDICE DE CUADROS

Tabla 1. Categorización de sujetos.....	4
Tabla 2. Dimensión conductual.....	4
Tabla 3. Dimensión geográfica	5
Tabla 4. Dimensión demográfica	5
Tabla 5. Cuadro de necesidades	6
Tabla 6. Cuadro de necesidades	7
Tabla 7. Pregunta No. 1.....	9
Tabla 8. Pregunta No. 2.....	10
Tabla 9. Pregunta No. 3.....	11
Tabla 10. Pregunta No. 4.....	12
Tabla 11. Pregunta No. 5.....	13
Tabla 12. Pregunta No. 6.....	14
Tabla 13. Pregunta No. 7.....	15
Tabla 14. Pregunta No. 8.....	16
Tabla 15. Pregunta No. 9.....	17
Tabla 16. Pregunta No. 10.....	18
Tabla 17. Proyección de la demanda.....	19
Tabla 18. Evaluación de factores internos (EFI).....	21
Tabla 19. Evaluación de factores externos (EFE).....	21
Tabla 20. Matriz de perfil competitivo (MPC)	22
Tabla 21. Análisis de la oferta de competidores	23
Tabla 22. Participación en el mercado	24
Tabla 23. Proyección de la oferta.....	24
Tabla 24. Demanda potencial insatisfecha.....	25
Tabla 25. Cronograma de publicidad	26
Tabla 26. Equipos.....	43
Tabla 27. Cálculo de número de operarios y horas hombre.....	45
Tabla 28. Ritmo de producción	48
Tabla 29. Número de trabajadores	51
Tabla 30. Capacidad de producción futura	54
Tabla 31. Materia prima.....	54

Tabla 32. Descripción de cargos - Administrador	64
Tabla 33. Descripción de cargos - Chef	65
Tabla 34. Descripción de cargos - Contador	66
Tabla 35. Descripción de cargos – Ayudante de Cocina	67
Tabla 36. Descripción de cargos - Mesero.....	68
Tabla 37. Descripción de cargos – Sistemas / Ventas.....	68
Tabla 38. Indicadores de gestión.....	70
Tabla 39. Descripción de cargos	71
Tabla 40. Plan de inversiones.....	76
Tabla 41. Listado de activos.....	77
Tabla 42. Plan de financiamiento.....	78
Tabla 43. Detalle de costos	79
Tabla 44. Proyección de Costos	84
Tabla 45. Detalle de gastos	85
Tabla 46. Proyección de gastos	87
Tabla 47. Rol de pagos producción.....	88
Tabla 48. Rol de pagos ventas.....	89
Tabla 49. Rol de pagos Administración.....	90
Tabla 50. Depreciación	91
Tabla 51. Proyección depreciación	93
Tabla 52. Calculo de ingresos	94
Tabla 53. Proyección de Ingresos	95
Tabla 54. Flujo de caja	96
Tabla 55. Estado de resultados proyectado	101
Tabla 56. Evaluación financiera.....	101
Tabla 57. Beneficio costo.....	103
Tabla 58. Período de recuperación.....	103
Tabla 59. Evaluación del proyecto.....	105

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1 - Fuente: encuesta - elaborado por : el Autor.....	9
Gráfico 2 - Fuente: encuesta - elaborado por : el Autor.....	10
Gráfico 3 - Fuente: encuesta - elaborado por : el Autor.....	11
Gráfico 4 - Fuente: encuesta - elaborado por : el Autor.....	12
Gráfico 5 - Fuente: encuesta - elaborado por : el Autor.....	13
Gráfico 6 - Fuente: encuesta - elaborado por : el Autor.....	14
Gráfico 7 - Fuente: encuesta - elaborado por : el Autor.....	15
Gráfico 8 - Fuente: encuesta - elaborado por: el Autor.....	16
Gráfico 9 - Fuente: encuesta - elaborado por : el Autor.....	17
Gráfico 10 - Fuente: encuesta - elaborado por : el Autor.....	18
Gráfico 11 - Fuente: el Autor - elaborado por: el Autor	19
Gráfico 12 - Fuente: encuesta - elaborado por : el Autor.....	20
Gráfico 13- Fuente: el Autor - elaborado por : el Autor	27
Gráfico 14 - Fuente: el Autor - elaborado por : el Autor	31
Gráfico 15 - Fuente: el Autor - elaborado por : el Autor	31
Gráfico 16 - Fuente: el Autor - elaborado por : el Autor	32
Gráfico 17 - Fuente: el Autor - elaborado por : el Autor	32
Gráfico 18 - Fuente: el Autor - elaborado por : el Autor	34
Gráfico 19 - Fuente: el Autor - elaborado por : el Autor	34
Gráfico 20 - Fuente: el Autor - elaborado por : el Autor	34
Gráfico 21 - Fuente: el Autor - elaborado por : el Autor	35
Gráfico 22 - Fuente: el Autor - elaborado por : el Autor	38
Gráfico 23 - Fuente: el Autor - elaborado por : el Autor	39
Gráfico 24 - Fuente: el Autor - elaborado por : el Autor	41
Gráfico 25 - Fuente: el Autor - elaborado por : el Autor	47
Gráfico 26 – Fuente: el Autor – elaborado por : el Autor.....	60
Gráfico 27 - Fuente: GAD Archidona - elaborado por : el Autor.....	74
Gráfico 28 - Fuente: encuesta - elaborado por : el Autor.....	100

SUMARIO INVESTIGATIVO

TEMA: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONVENCIONES Y EVENTOS SOCIALES E INFANTILES EN LA CIUDAD DE ARCHIDONA, PROVINCIA DE NAPO.”

AUTOR: Vinicio Darwin Espinosa Espinosa

TUTORA: Ing. Mg. Ibeth Molina Arcos

La creación de una empresa de eventos, se muestra como una opción necesaria en el cantón Archidona, los locales existentes no brindan exclusividad en éste tipo de servicio, por lo tanto proponemos en el presente proyecto el Centro de Eventos “LAS CARMELAS”, que brinda las características idóneas para éste fin, lo que ha motivado su desarrollo. La metodología de investigación está basada en información primaria y de campo, ejecutada directamente por el Autor confrontando los principales oferentes de ésta línea de producto, permitiendo evidenciar la falencia que presenta ésta área social; a la vez que, la información escasea en todos los organismos que involucrados. Una vez que se la ha procesado los datos obtenidos, podemos concluir que los resultados de los indicadores financieros garantizan que el proyecto: es viable.

DESCRIPTORES: Mercado, encuesta, demanda, oferta, organigrama, inversión, bienes, costos, gastos, proyección, resultados financieros.

ABSTRACT

THEME: "BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A COMPANY OF CONVENTIONS AND SOCIAL AND CHILDREN EVENTS IN THE CITY OF ARCHIDONA, PROVINCE OF NAPO."

AUTOR: Vinicio Darwin Espinosa Espinosa

TUTORA: Ing. Mg. Ibeth Molina Arcos

The creation of an event company, is shown as a necessary option in the canton Archidona, the existing premises do not provide exclusivity in this type of service, therefore we propose in the present project the "LAS CARMELAS" Events Center, which provides The characteristics suitable for this purpose, which has motivated its development. The research methodology is based on primary and field information, executed directly by the Author confronting the main suppliers of this product line, allowing to show the bankruptcy that presents this social area; At the same time, information is scarce in all the organisms involved. Once the data obtained has been processed, we can conclude that the results of the financial indicators guarantee that the project: is viable.

DESCRIPTORS: Market, survey, demand, offer, organization chart, investment, goods, costs, expenses, projection, financial results.

INTRODUCCIÓN

Según el último Censo de Población y Vivienda (INEC 2010), el 83,7% se identifican como Kichwa; 13,6% como mestizos, el 1,7% como blancos, y el 0,9% con otros grupos culturales. El área urbana es compartida por el 52,48% por la población mestiza, y el 39,96% por la población Kichwa; mientras que el área rural por el 91,68 de población Kichwa y el 7,28% de población mestiza. Los otros grupos se distribuyen indistintamente.

Se divide administrativamente en cuatro parroquias que son: San Pablo de Ushpayaku, Cotundo, Hatun Sumaku, y Archidona, la cabecera principal. 1981: Archidona es declarado como cantón el 21 de abril. Su creación se da mediante Decreto Legislativo N° 61 del 21 de Abril de 1981 y publicado en el Registro Oficial N° 427 el 27 del mismo mes y año.

El presente trabajo propone diseñar un plan de negocios para la puesta en marcha de una empresa de convenciones y eventos sociales e infantiles en la ciudad de Archidona, provincia de Napo.

La logística de eventos, es trascendental en la organización de eventos sociales, familiares e infantiles, ofreciendo como elemento innovador la asesoría personalizada y acompañamiento en cuanto a nuevas tendencias de decoración para este tipo de celebraciones, ofreciendo un servicio de calidad, enfocados inicialmente en los estratos medio y medio alto para la ciudad de Archidona.

Las temáticas que se pretenden desarrollar, comprenden desde aspectos como la logística, montaje, asesoría personalizada en el desarrollo de eventos, nuevas tendencias, lo cual plantea una alternativa innovadora para prestar este tipo de servicios a un mercado potencial que está en fase de crecimiento y proyecta buenas posibilidades de desarrollo.

Este trabajo se encuentra compuesto por cinco capítulos, en los que se detalla el procedimiento cronológico del estudio realizado, los mismos que comprenden las áreas de Marketing, Producción, Organización y Gestión, Jurídico, y; Financiero.

CAPITULO I - ÁREA DE MARKETING.- Inicio fundamental para establecer la viabilidad del proyecto, se define claramente el producto a ofertar y el mercado al cual va dirigido, para lo cual se ha utilizado la herramienta básica “la encuesta”, con una muestra que ha permitido segmentar la población del cantón Archidona.

CAPITULO II - ÁREA DE OPERACIONES.- Representación del proceso que desempeña el producto, para cumplir su objetivo. Además, se describen las instalaciones, equipos, personas, recursos para la producción y la normativa, que se requiere para desarrollar el proyecto.

CAPITULO III - ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN.- Se encuentran claramente establecidos el principal motivo para la creación y la imagen que se espera en un futuro, de la empresa. Se define la estructura y funcionalidad a implementar.

CAPITULO IV - ÁREA JURÍDICO LEGAL.- Descripción de los requisitos a cumplir ante las instancias gubernamentales, para la puesta en marcha de este tipo de proyectos.

CAPITULO V - ÁREA FINANCIERA.- Los recursos económicos que se requiere para la implementación del proyecto y análisis de su viabilidad, con sus respectivos indicadores.

CAPITULO I

ÁREA DE MARKETING

1.1. Definición del producto o servicio

1.1.1. Especificación del Producto

Se desarrollará eventos basados en las ideas y necesidades de los clientes con el objetivo de que se dediquen solamente a ser los anfitriones de una celebración singular y original, teniendo como compromiso brindar un excelente servicio que consiste en planear, organizar y coordinar el evento de una manera integral.

Nace la idea del proyecto, para dar una alternativa diferente a todas aquellas empresas que realicen eventos, ofreciéndoles un servicio personalizado para la coordinación de cada uno de los detalles que conlleva la organización de un evento, entre ellos están los siguientes:

- Elaboración de invitaciones y recuerdos, de acuerdo a la ocasión; y sorpresas infantiles.
- Coordinación en la parte decorativa, flores, banquetes, música, equipos audiovisuales y toda la logística necesaria para el evento.
- Animación de fiestas infantiles e implementación de juegos.

1.1.2. Aspectos innovadores que proporciona

En la zona no existe centros de convenciones y eventos especializados, la empresa plantea su diferenciación en base a la utilización de materiales típicos de la zona en su decoración, complementado con un servicio puerta a puerta al cliente.

1.2. Definición del mercado

“Conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio.” (Kotler & Armstrong, 2012, p.35)

El centro de convenciones y eventos está direccionado a núcleos familiares que necesitan realizar eventos en la ciudad de Archidona.

1.2.1. Qué mercado se va a tocar en general

1.2.1.1. Categorización de sujetos

Tabla 1. Categorización de sujetos

CATEGORIA	SUJETO
Quién compra?	Papá, Mamá
Quién usa?	Familia
Quién decide?	Papá, Mamá
Qué influye?	Papá, Mamá

Fuente : el Autor - elaborado por : el Autor

1.2.1.2. Estudio de segmentación

Tabla 2. Dimensión conductual

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
Tipo de necesidad	Social
Tipo de compra	Comparación
Relación con la marca	No
Actitud frente al producto	Positiva

Fuente : el Autor - elaborado por : el Autor

Tabla 3. Dimensión geográfica

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
País	Ecuador
Región	Amazonia
Ciudad urbana y rural	Archidona
Tamaño	24.969

Fuente : Inec - elaborado por : el Autor

Tabla 4. Dimensión demográfica

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	HABITANTES
País	Ecuador	
Región	Amazonia	
Provincia	Napo	103.697
Ciudad	Archidona	24.969
Año 2016	# DE HOGARES - FAMILIAS	5786

Fuente : Inec - elaborado por : el Autor

1.2.1.3. Plan de Muestreo

Muestra

“Segmento de la población que se selecciona para la investigación de mercados y para que represente a toda la población”. (Armstrong, 2012, p.114)

Unidad de estudio: No. de Familias al 2016 = 5786 (Fuente : Inec)

Tipo de Investigación: Encuesta

Tipo de muestreo: Probabilístico:

Los sujetos a ser analizados para obtener la muestra son el segmento de familias del Cantón Archidona.

$$n = \frac{Z^2 pqN}{e^2 N + Z^2 pq}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,87)(0,13)(5.786)}{(0,05)^2 5.786 + (1,96)^2(0,87)(0,13)}$$

$$n = 168$$

Donde:

N = tamaño del universo

n = tamaño de la muestra que queremos calcular

Z = nivel de confianza

p = probabilidad de ocurrencia

q = probabilidad de no ocurrencia

e = margen de error

Se aplicará la encuesta a 168 familias, visitando sus domicilios por una sola vez, en el mes de abril de 2016

1.2.1.3.1. OBJETIVOS

1.2.1.3.1.1. OBJETIVO GENERAL

Estudiar la factibilidad para la creación de una empresa de convenciones y eventos sociales e infantiles en la ciudad de Archidona, provincia de Napo.

1.2.1.3.1.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Analizar la demanda y la oferta de los servicios de convenciones en el mercado de Archidona.
- Determinar la localización y aspectos técnicos necesarios para la implementación del negocio.
- Proyectar los índices financieros que mostraran la factibilidad económica financiera futuro del negocio.

Tabla 5. Cuadro de necesidades

Analizar la demanda y la oferta de los servicios de convenciones en el mercado de Archidona.

NECESIDADES DE INFORMACION	TIPO DE INFORMACION	FUENTES	INSTRUMENTOS
Base de datos de las familias de Archidona	secundaria	INEC	Banco de datos de otras organizaciones
Estudio de la Oferta	secundaria	Cámara/Ministerio Turismo	Banco de datos de otras organizaciones
Estudio de la Demanda	primaria	consumidor	Encuesta/cuestionario
Gustos y Preferencias	primaria	consumidor	Encuesta/cuestionario

Fuente : el Autor - elaborado por : el Autor

Tabla 6. Cuadro de necesidades

Determinar la localización y aspectos técnicos necesarios para la implementación del negocio.

Proyectar los índices financieros que mostraran la factibilidad económica financiera futuro del negocio.

NECESIDADES DE INFORMACION	TIPO DE INFORMACION	FUENTES	INSTRUMENTOS
Costo de materiales	secundaria	proveedor	proformas
Costos de arrendamiento	Secundaria	Proveedor	proformas
Distribución del local	Secundaria	Proveedor	proformas
Tamaño de la Planta	Secundaria	Bibliografía especializada	Nombre de libro
Localización del negocio	Primaria	Consumidor final	Encuesta/cuestionario
Costo de materiales	Secundaria	Proveedor	proformas

Fuente : el Autor - elaborado por : el Autor

1.2.1.4. DISEÑO Y RECOLECCIÓN DE INFORMACION

Para fines de la recolección de la información se sugiere la aplicación de una encuesta.

Encuesta

“Recopilación de datos a través de cuestionarios realizados por una muestra significativa de población que se efectúa con la intención de saber la opinión de

una colectividad determinada sobre diversos aspectos económicos, sociales, políticos, etc.” (Ámez, 2002, p.89)

La misma que constará de un cuestionario con preguntas abiertas y cerradas, las mismas que darán cumplimiento a los objetivos del estudio de Mercado.

Luego de la aplicación de la encuesta se procederá a tabular cada pregunta y graficar en un histograma.

DESARROLLO DE INSTRUMENTOS

INFORMACION PRIMARIA

1.2.1.5. Análisis e Interpretación

El tamaño de la muestra fue de 168 familias, de las cuales el 36% aún no ha contratado un servicio de eventos, éste 36% no califica el tipo de servicio que se brinda en la zona, frente a un 24% calificado que como excelente. La mayor parte de clientes se encuentran en un rango de ingresos de \$701 a \$1000. Entre las características más relevantes que busca un cliente en el local de eventos se encuentran: la capacidad del local, el menaje y las áreas infantiles, es muy importante resaltar que el 95% reconoce que se necesita una nueva empresa de eventos que propongan tendencias frescas e innovadoras.

Una tendencia muy marcada se puede evidenciar en la preferencia de exclusividad que buscan los clientes con un 70% como un factor que influye en su decisión, y siendo la tecnología (internet) un medio de predilección con un 86% por el cual se busca información de centros de eventos.

La periferia de la ciudad con un 52% brinda mayor satisfacción a los clientes en donde les gustaría celebrar sus Bodas y Eventos Institucionales (57%), al mismo tiempo que se busca diversión es necesario medir la economía lo que hace al paquete estándar con un 53% el más atractivo.

Tabla 7. Pregunta No. 1

Usted ha contratado anteriormente una empresa que brinde el servicio de eventos sociales?

		FRECUENCIA	PORCENTAJE
VALIDOS	Si	108	64%
	No	60	36%
TOTAL		168	100%

Fuente : encuesta - elaborado por : el Autor

¿Usted ha contratado anteriormente una empresa que brinde el servicio de eventos sociales?

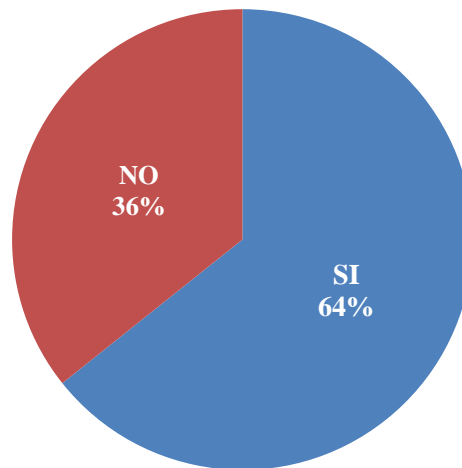


Gráfico 1 - Fuente: encuesta - elaborado por : el Autor

El 64% de los encuestados afirma haber contratado una empresa y el 36% aún no ha contratado, o, no han sido motivadas para acceder a un servicio de eventos sociales. Si consideramos nuestro que mercado objetivo son 5.786 hogares; nos permite determinar que 2083 hogares podrían demandar de nuestros servicios.

Tabla 8. Pregunta No. 2

Cómo califica el servicio proporcionado?			
		FRECUENCIA	PORCENTAJE
VALIDOS	Excelente	40	24%
	Bueno	51	30%
	Regular	17	10%
	Malo	0	0%
	No califica (no ha ocupado ningún servicio)	60	36%
TOTAL		168	100%

Fuente: encuesta - elaborado por : el Autor

Cómo califica el servicio proporcionado?

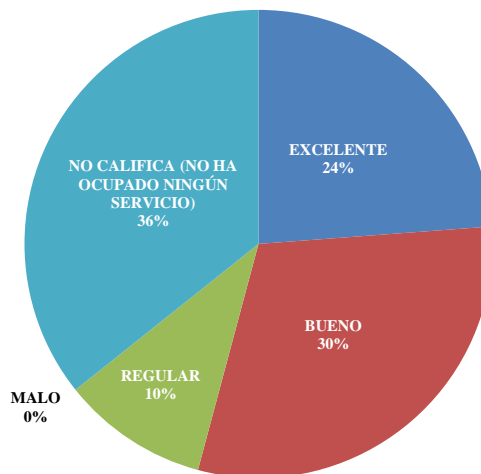


Gráfico 2 - Fuente: encuesta - elaborado por : el Autor

El 30% de encuestados, define como bueno el servicio para eventos sociales que hasta el momento se brinda en la zona, por otro lado el 24% define como excelente el servicio, un 10% como regular y el 36% al no haber contratado un servicio no califica, esto demuestra que el mayor porcentaje de la población, aún no se inclina por contratar una empresa que administre su evento. A través de una publicidad bien planificada se puede incursionar a fin de incentivar que los clientes que aún no han contratado una empresa que administre sus eventos lo hagan.

Tabla 9. Pregunta No. 3

Seleccione el rango de su ingreso promedio?			
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	
VALIDOS	300-500	45	27%
	501-700	38	23%
	701-1000	55	33%
	1001-adelante	30	18%
TOTAL	168	100%	

Fuente: encuesta - elaborado por : el Autor

Seleccione el rango de su ingreso promedio?

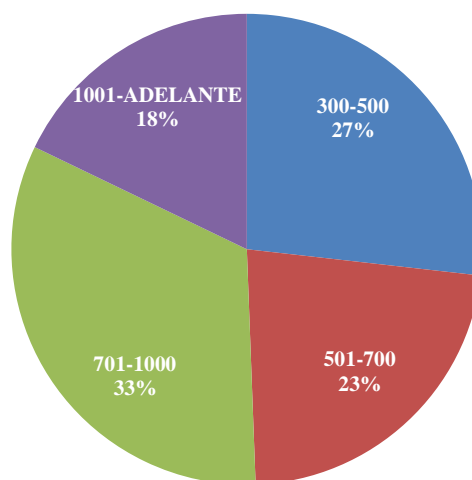


Gráfico 3 - Fuente: encuesta - elaborado por : el Autor

De la muestra se evidencia que el rango de ingresos de entre 300-500 dólares representa el 27%, de 501-700 el 23%, el rango de 701-1000 el 33% y de 1000 en adelante el 18%.

Podemos interpretar por tanto que se impone implementar políticas publicitarias a fin de captar una considerable participación en el mercado de clientes que si hacen uso de éstos servicios. Buscando destacar la diferencia de nuestro servicio e incentivando al grupo económico de \$1000 en adelante para que busque encargar en manos profesionales el manejo de sus eventos sociales.

Tabla 10. Pregunta No. 4

Qué tipo de expectativa debería cubrir la empresa de eventos?			
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	
VALIDOS	Capacidad del local	118	70%
	Local de eventos	77	46%
	Canchas	48	29%
	Piscina	66	39%
	Área infantil	90	54%
	Espacios verdes	77	46%
	Iluminación	80	48%
	Menaje local	101	60%
	no se aplica totales en función de que es una pregunta de opción múltiple		

Fuente: encuesta - elaborado por : el Autor

Qué tipo de expectativa debería cubrir la empresa de eventos?

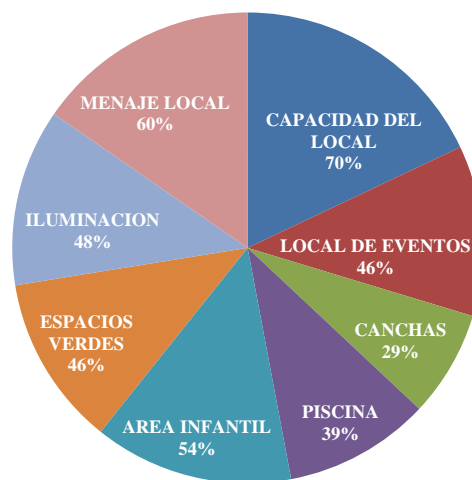


Gráfico 4 - Fuente: encuesta - elaborado por : el Autor

La capacidad y el menaje de local es muy importante para los clientes, sin embargo un área infantil es algo que busca un padre de familia a fin de encontrar esparcimiento para todos los integrantes del hogar, manteniendo un ambiente ecológico para todos los invitados.

Tabla 11. Pregunta No. 5

¿Le interesaría que exista en el mercado una nueva empresa de eventos sociales que presente nuevas y variadas opciones que se ajusten a sus necesidades?			
		FRECUENCIA	PORCENTAJE
VALIDOS	Si	159	95%
	No	9	5%
TOTAL		168	100%

Fuente: encuesta - elaborado por: el Autor

¿Le interesaría que exista en el mercado una nueva empresa de eventos sociales que presente nuevas y variadas opciones que se ajusten a sus necesidades?

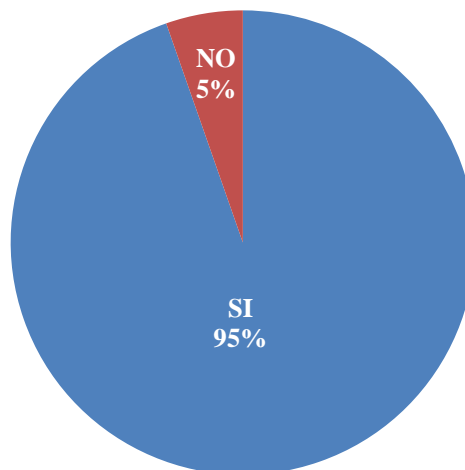


Gráfico 5 - Fuente: encuesta - elaborado por : el Autor

El 95% de los encuestados si le interesaría que exista una nueva empresa frente a un 5% que no.

Podemos definir que el 95% de clientes, es decir 4739 cabeza de familia, se inclina por que existan centros de eventos que permitan escoger tendencias frescas e innovadoras, proponiendo una sustancial mejora en el servicio actual, brindado exclusividad, infraestructura adecuada en medio de un ambiente natural.

Tabla 12. Pregunta No. 6

Qué le gustaría que esta empresa ofrezca a diferencia de la competencia que ya existe en el mercado?			
		FRECUENCIA	PORCENTAJE
VALIDOS	Exclusividad	131	78%
	Visita puerta a puerta	37	22%
	Servicio de transporte	81	48%
no se aplica totales en función de que es una pregunta de opción múltiple			

Fuente: encuesta - elaborado por : el Autor

Qué le gustaría que esta empresa ofrezca a diferencia de la competencia que ya existe en el mercado?

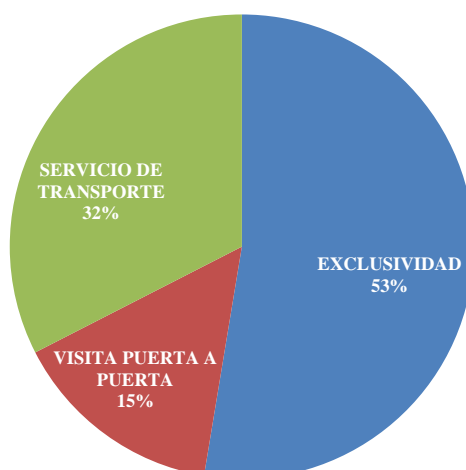


Gráfico 6 - Fuente: encuesta - elaborado por : el Autor

La exclusividad cuenta con un 78% de aceptación, un 22% aprueba una visita puerta a puerta para contratar un servicio y el 48% requiere apoyo en cuanto se refiere a movilización.

La exclusividad denota un alto porcentaje de preferencia, porque se pueda mantener un ambiente privado dentro de un evento social, lo que ha permitido evidenciar que en la competencia se ofertan eventos sociales; y al mismo tiempo, se encuentran ocupando las instalaciones personas particulares.

Tabla 13. Pregunta No. 7

¿Escoja el o los medios de comunicación en los que usted se informa para conocer sobre empresas que brinden servicios de eventos sociales?			
		FRECUENCIA	PORCENTAJE
VALIDOS	Televisión	48	29%
	Radio	53	32%
	Internet	144	86%
	Prensa	17	10%
	Referidos	23	14%
	Directorio telefónico	16	10%

no se aplica totales en función de que es una pregunta de opción múltiple

Fuente: encuesta - elaborado por: el Autor

¿Escoja el o los medios de comunicación en los que usted se informa para conocer sobre empresas que brinden servicios de eventos sociales?

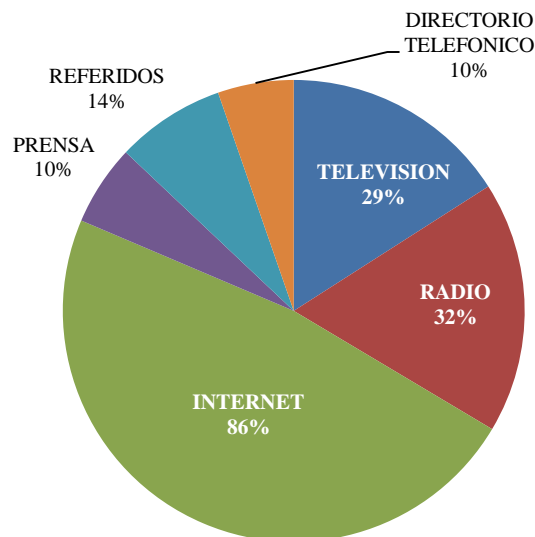


Gráfico 7 - Fuente: encuesta - elaborado por : el Autor

Es evidente el crecimiento de la tecnología a nivel mundial, lo que hace que el Internet cuente con un 86% de aceptación para informarse, seguido por un lejano 32% de la radio, con un 29% la televisión, 14% de referidos, 10% se informa a través de la prensa y 10% directorios telefónicos.

Esto deja en claro, que en nuestra zona no existe mucho espacio incursionado en cuanto se refiere a publicidad vía radio, televisión o prensa, sin embargo el internet ha invadido tanto nuestros sistemas de vida que al parecer todo gira en torno a él.

Tabla 14. Pregunta No. 8

¿Cuál es para usted el sector más adecuado para que se encuentren ubicadas las oficinas de esta empresa, en el cantón Archidona, provincia de Napo?			
		FRECUENCIA	PORCENTAJE
VALIDOS	Centro	81	48%
	Periférico	87	52%
TOTAL		168	100%

Fuente: encuesta - elaborado por: el Autor

¿Cuál es para usted el sector más adecuado para que se encuentren ubicadas las oficinas de esta empresa, en el cantón Archidona, provincia de Napo?

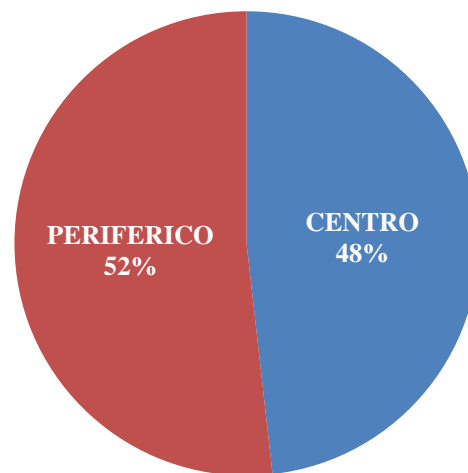


Gráfico 8 - Fuente: encuesta - elaborado por: el Autor

El sector periférico reporta un 52% de aceptación y el sector centro un 48%, se mantiene un relativo equilibrio.

Podemos evidenciar que el cliente si prefiere salir de la ciudad, busca un ambiente distinto para ofrecer su reunión social que se compadece evidentemente con el objetivo de bajar el stress diario.

Tabla 15. Pregunta No. 9

¿En qué ocasión contrataría este tipo de servicio?			
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	
VALIDOS	Boda	95	57%
	Bautizo	62	37%
	15 años	62	37%
	Cumpleaños	74	44%
	Primera comunión	39	23%
	Evento institucional	95	57%
	no se aplica totales en función de que es una pregunta de opción múltiple		

Fuente: encuesta - elaborado por: el Autor

¿En qué ocasión contrataría este tipo de servicio?

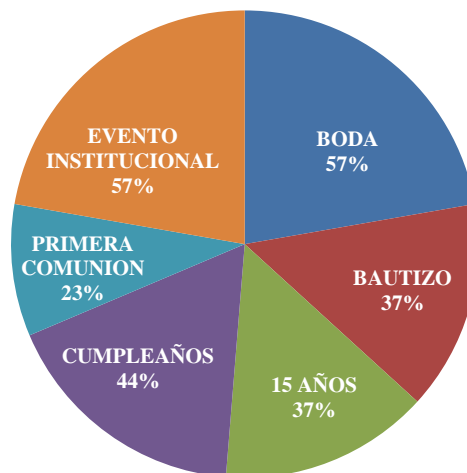


Gráfico 9 - Fuente: encuesta - elaborado por : el Autor

Los eventos institucionales y las bodas con un 57% cada uno, marcan la tendencia, 44% los cumpleaños, Bautizos y 15 Años con un 37% cada uno y Primera Comunión un 23%.

Se puede interpretar que definitivamente nuestra sociedad, tiene en su cultura marcada tendencia por celebrar de diferentes maneras las ocasiones especiales. Las Bodas y los Eventos Sociales a la cabeza sugieren un amplio mercado.

Tabla 16. Pregunta No. 10

¿Qué paquete le agradaría tomar para su evento?			
		FRECUENCIA	PORCENTAJE
VALIDOS	Premium	35	21%
	Estándar	89	53%
	Económico	44	26%
TOTALES		168	100%

Fuente: encuesta - elaborado por: el Autor

¿Qué paquete le agradaría tomar para su evento?

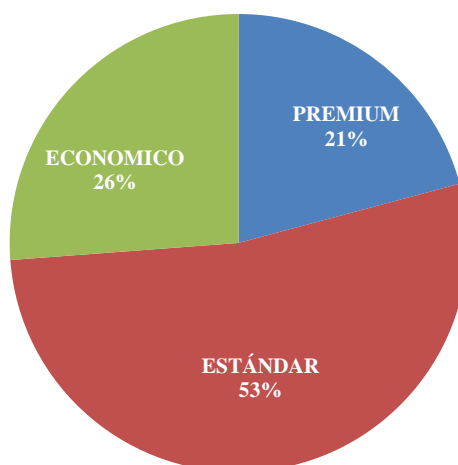


Gráfico 10 - Fuente: encuesta - elaborado por : el Autor

El paquete Premium cuenta con una aceptación del 21%, el estándar con un 53% y el económico un 26%.

Esto evidencia nuestra realidad nacional en cuanto a la estabilidad política y económica se refiere, debido a la limitación en la economía de todos los hogares es pertinente buscar un paquete acorde con ella, como se evidencia en el 53% del paquete estándar.

1.2.2. Demanda Potencial

“Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”. (Baca, 2001,p.17)

El mercado específico al cual va dirigido este proyecto considera un universo de 5786 hogares – familias del Cantón Archidona, con capacidad de contratar éste servicio y que sostiene su demanda con una tasa de crecimiento poblacional que es del 2,5% - Fuente 2,5%.

Tabla 17. Proyección de la demanda

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	
2016	5786
2017	5930
2018	6079
2019	6231
2020	6386
2021	6546

Fuente: INEC - elaborado por : el Autor

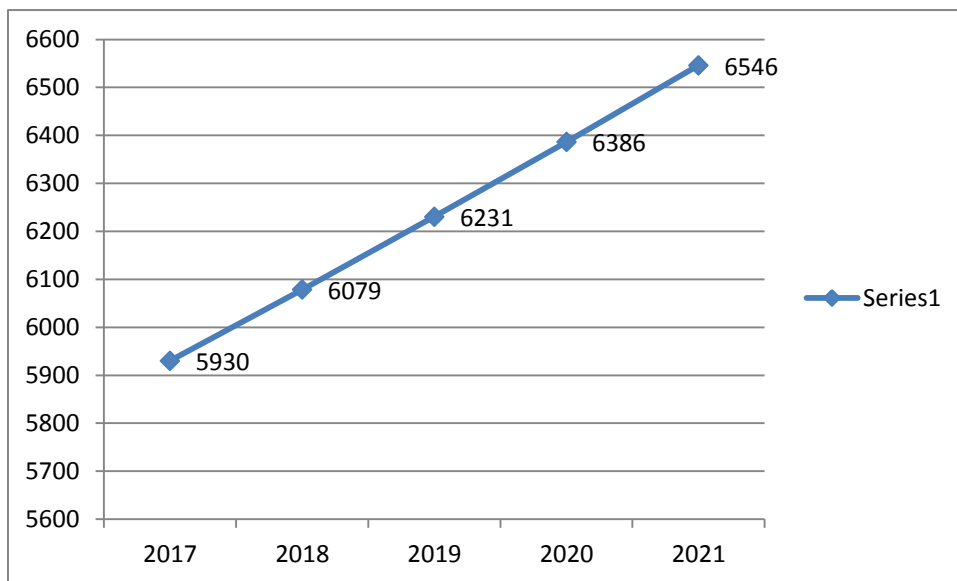


Gráfico 11 - Fuente: el Autor - elaborado por: el Autor

1.3. Análisis del macro y microambiente

1.3.1. Análisis del micro ambiente

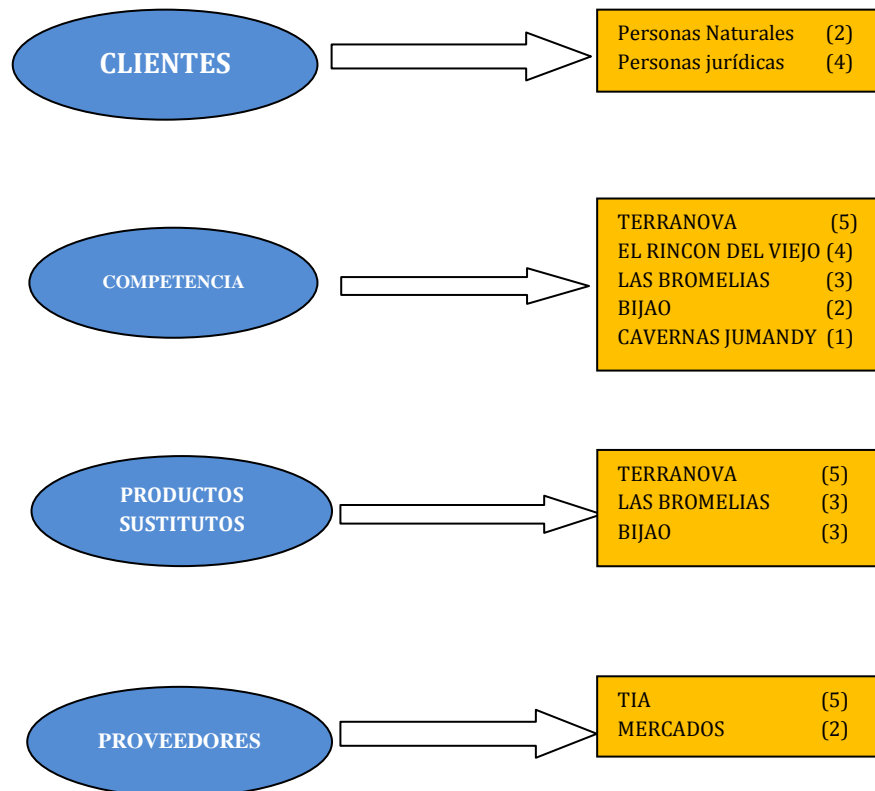


Gráfico 12 - Fuente: encuesta - elaborado por : el Autor

1.3.2. Análisis del macroambiente

Tabla 18. Evaluación de factores internos (EFI)

FACTORES CRITICOS PARA EL ÉXITO	PESO	CALIFICACION	TOTAL PONDERADO
FORTALEZAS			
Precios competitivos	0,10	3	0,30
Sabor	0,30	4	1,20
Contar con fuerza laboral, que conoce de alimentación nativa	0,15	4	0,60
Creatividad en la elaboración de nuevos productos	0,10	3	0,30
DEBILIDADES			
No contar con infraestructura propia	0,10	3	0,30
No se dispone de suficiente capital de trabajo	0,20	1	0,20
No se cuenta con suficiente información estadística en el campo	0,05	2	0,10
TOTAL	1,00		3,00

Fuente: el Autor - elaborado por: el Autor

Se evidencia que el contar con conocimiento de la cultura alimenticia nativa y el sabor de la misma, como parte integral de nuestros productos, demuestran una fuerza interna preponderante para alcanzar un total ponderado de 3 en la matriz EFI.

Tabla 19. Evaluación de factores externos (EFE)

FACTORES CRITICOS PARA EL ÉXITO	PESO	CALIFICACION	TOTAL PONDERADO
OPORTUNIDADES			
Requerimiento de un servicio de calidad con relación a la organización de eventos	0,10	4	0,40
Crecimiento de la demanda	0,10	3	0,30
Comercio electrónico en auge	0,10	2	0,20
Pocas empresas competidoras	0,15	3	0,45

AMENAZAS			
Aparición de productos sustitutos	0,15	3	0,45
No lograr una fidelidad a nuestro segmento	0,10	1	0,10
La competencia ya existe	0,05	2	0,10
Ambiente socio-económico desfavorable, alto costo de la vida	0,10	3	0,30
Inestabilidad del personal	0,10	2	0,20
Factores climáticos desfavorables para actividades que se realicen al aire libre	0,05	3	0,15
TOTAL	1,00		2,65

Fuente: el Autor - elaborado por: el Autor

Luego de analizar la matriz EFE, se puede encontrar buenos resultados, ya que se encuentra en un promedio ponderado de 2.65, lo que indica que es una empresa sólida en el ambiente externo y se encuentra por encima del promedio en sus esfuerzos por aplicar estrategias que aprovechen las oportunidades externas y eviten las amenazas.

Tabla 20. Matriz de perfil competitivo (MPC)

FACTORES CRITICOS PARA EL ÉXITO	PESO	LAS CARMELAS		TERRANOVA		RINCON DEL VIEJO		BROMELIAS	
		CALIF	POND	CALIF	POND	CALIF	POND	CALIF	POND
Servicio al cliente	0,10	3	0,30	3	0,30	3	0,30	3	0,30
Publicidad	0,10	4	0,40	3	0,30	2	0,20	3	0,30
Calidad de productos	0,15	4	0,60	2	0,30	3	0,45	2	0,30
Competitividad en precios	0,10	3	0,30	3	0,30	3	0,30	3	0,30
Dirección	0,10	4	0,40	3	0,30	2	0,20	2	0,20
Posicionamiento financiera	0,10	3	0,30	3	0,30	3	0,30	3	0,30
Lealtad de clientes	0,10	1	0,10	3	0,30	3	0,30	2	0,20
Expansión global	0,10	3	0,30	2	0,20	3	0,30	3	0,30
Participación en el mercado	0,05	2	0,10	3	0,15	4	0,20	3	0,15

Personal capacitado	0,10	4	0,40	3	0,30	4	0,40	3	0,30
TOTAL	1,00		3,20		2,75		2,95		2,65

Fuente: el Autor - elaborado por: el Autor

La matriz MPC, nos plantea que la empresa “LAS CARMELAS”, presenta rubros relevantes en la Calidad de los productos, la Dirección, y el Personal Capacitado, por lo que muestra un total ponderado de 3,2 luciendo como la empresa más fuerte.

1.3.3. Proyección de la oferta

“Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”. (Baca, Evaluación de proyectos, 2001, p.43)

En virtud del análisis de la competencia se determina que, los tres competidores más influyentes en la zona son: Terranova, Rincón del Viejo y Bromelias. Es preciso destacar que ninguno de ellos brinda un servicio exclusivo de eventos, más bien entregan un servicio mixto con restaurante y hospedaje, entre estos oferentes, cubren en un total anual de 192 eventos sociales al año; según la tabla descrita a continuación:

Tabla 21. Análisis de la oferta de competidores

EMPRESAS	TERRANOVA	RINCON DEL VIEJO	BROMELIAS
EVENTOS QUE MAS SE REALIZAN	EVENTOS SOCIALES	EVENTOS SOCIALES	EVENTOS SOCIALES
No. DE EVENTOS A LA SEMANA	1	2	1
PRECIO PROMEDIO POR EVENTO	\$ 20	\$ 22	\$ 16
TRANSPORTE	NO	NO	NO

CAPACIDAD MAXIMA POR EVENTO (PERSONAS)	150	100	150
TEMPORADA CON MAS VENTAS	TODO EL AÑO	TODO EL AÑO	TODO EL AÑO

Fuente: el Autor - elaborado por : el Autor

El 52% de los encuestados prefieren el sector periférico para realizar sus reuniones sociales.

Se determina según la tabla No. 22, que nuestra empresa está en condiciones de ofertar 120 eventos anuales, distribuidos según los meses de mayor demanda que son los de febrero, abril, mayo, junio, julio y diciembre en consideración a que se presentan eventos estacionales como por ejemplo: Fiestas cantonales, fiestas provinciales, día de la Madre, día del Padre, Primera Comuniones, Confirmación, día del Trabajo, Bodas, Grados, Navidad, fin de año.

Tabla 22. Participación en el mercado

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
PREMIUN		2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
ESTANDAR	1	3	3	4	4	4	3	2	2	2	3	5	36
BASICO	2	2	3	3	7	5	8	7	3	2	2	4	48
INFANTIL	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	1	3	24
TOTAL	5	8	9	10	14	13	14	12	8	7	7	13	120

Fuente: el Autor - elaborado por : el Autor

Tabla 23. Proyección de la oferta

AÑO	OFERTA
2016	192
2017	197
2018	202

2019	207
2020	212
2021	217

Fuente: el Autor - elaborado por : el Autor

1.4. Demanda Potencial Insatisfecha

Al comparar los datos de la oferta y la demanda, podemos determinar que es un servicio donde claramente se identifica un mercado que no ha sido atendido aún. Debemos canalizar nuestros recursos de tal manera que podamos atacar una importante cuota de mercado.

Tabla 24. Demanda potencial insatisfecha

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DPI / AÑO	DPI / DIA
2016	5.786	2.083	3.703	10
2017	5.930	2.135	3.795	11
2018	6.079	2.188	3.890	11
2019	6.231	2.243	3.987	11
2020	6.386	2.299	4.087	11
2021	6.546	2.357	4.189	12

Fuente: Inec - elaborado por: el Autor

Según nuestro estudio el 36% de los hogares, aún no decide contratar un centro de eventos para sus reuniones sociales, esto significa 2083 hogares como demanda potencial insatisfecha, hacia donde se desplegará los esfuerzos de nuestra empresa, el 64% restante del mercado está dividido entre los competidores directos como son: El Rincón del Viejo, Terranova y Bromelias.

1.5. Promoción y publicidad que se realizará

La competencia mantiene una promoción de su negocio centrado básicamente en radio, el período de anuncios se encuentra en los noticieros de que se emiten a las 6H00 y 18H00 (una cuña por noticiero).

Nuestra empresa, emprenderá una publicidad basada en 3 medios: Televisión, Radio y redes sociales corporativas. Contamos con un canal de televisión público que permite anuncios a bajo costo por su naturaleza en el que se publicitará una cuña en los noticieros de 6H00 y 19H00, radio en los noticieros estelares de 6H00 y 18H00 una cuña por noticiero, y, redes sociales con un plan corporativo que asegura el ingreso a la mayoría de clientes. El costo mensual y anual detallo en la siguiente tabla:

Tabla 25. Cronograma de publicidad

MEDIO DE COMUNICACIÓN		meses												OBSERVACIONES
TIPO	NOMBRE	oct-16	nov-16	dic-16	ene-17	feb-17	mar-17	abr-17	may-17	jun-17	jul-17	ago-17	sep-17	
TV	ALLY TV	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	Pública – por ello costos bajos
RADIO	IDEAL	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
INTERNET	PAGINA WEB, REDES SOCIALES	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
TOTAL MENSUAL		230	230	230	230	230	230	230	230	230	230	230	230	

ANUAL	2760
--------------	-------------

Fuente: el Autor - elaborado por: el Autor

1.6 Canales de distribución

“El canal de distribución representa cada una de las etapas que componen el recorrido del producto desde el fabricante hasta el consumidor final”. (Monferrer Tirado, 2013, p.119)

Canal de distribución directa

“No existe intermediario alguno, y el producto se dirige desde el fabricante al consumidor final”. (Monferrer Tirado, 2013, p.122)

En consideración a la naturaleza de nuestra empresa se utilizará este canal lo que permitirá una asesoría personalizada hacia el cliente.

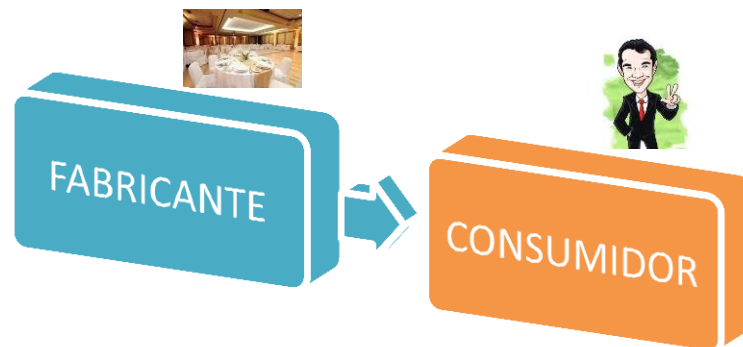


Gráfico 13- Fuente: el Autor - elaborado por : el Autor

1.7 Seguimiento del cliente

Para llevar a cabo un seguimiento efectivo de los clientes aplicaremos las siguientes actividades:

- Elaborar ficha de datos del cliente, con todos los datos de interés
- Generar una carta de agradecimiento al cliente por la compra del producto
- Contactar al cliente vía telefónica, o, vía redes sociales, una semana después del evento a fin de realizar una encuesta de satisfacción y sugerencias.

1.8 Mercados alternativos

El presente proyecto tiene como mercado objetivo la ciudad de Archidona, sin embargo, por la cercanía que se encuentran las ciudades de Tena, Puerto Napo y Arosemena Tola, son mercados alternativos, a los cuales nuestro proyecto podrá aplicar.

CAPITULO II

ÁREA DE OPERACIONES

2.1 Descripción del proceso

2.1.1 Descripción del proceso de transformación del bien o servicio

Proceso de definición del evento y contrato con clientes

Nuestro servicio se diseñará de acuerdo a las especificaciones del cliente y de lo que espera de su evento, nosotros nos encargamos de todos los detalles y confeccionamos un servicio personalizado, en el tiempo y la forma que fue estipulado por el cliente.

El producto se divide en dos: *alquiler del local de eventos* ó *Paquete completo*. Para lo cual se delimitará las siguientes consideraciones:

- *Alquiler del local de eventos*
 - Se prestará el servicio de alquiler del local, en el cual el cliente deberá cancelar el precio fijado por la administración y tendrá derecho a la utilización del local y equipos de audio y video.

- *Paquete completo*
 - Recepción del pedido del cliente definiendo con exactitud el tipo de celebración: boda, bautizo, 15 años, cumpleaños, primera comunión, evento institucional.

- Todo cliente que requiere una cotización de eventos, deberá recibirla en un plazo no mayor a 24 horas de su solicitud. No se pueden aceptar reservas por teléfono para el público en general. Reservas telefónicas se aceptan solamente a clientes, compañías u otros que tengan convenio con el establecimiento.
- Esta cotización será enviada por el Coordinador de Eventos de acuerdo a requerimientos realizados vía e-mail o personales. Toda reservación se la realizará en nuestras instalaciones.
- Una vez confirmado el evento, el Coordinador de Eventos realiza el contrato. Para su cancelación del deberá entregarse previamente el 70% a la firma del contrato y el 30% el día del evento, a través de depósito en la cuenta de la empresa o en efectivo.
- Logística de invitaciones:
 - Diseño de invitaciones
 - Aprobación de boceto por parte del cliente
 - Entrega a invitados (previa lista de invitados y direcciones, facilitada por el cliente). Se debe respetar tiempos estipulados de acuerdo al contrato.
- Decoración del local de eventos basado en el motivo de la reunión.
- Alimentación de acuerdo al menú seleccionado.
- Transporte de invitados, puerta a puerta si se lo requiere.
- En caso de que el cliente requiera llevar licores deberá cancelar el valor por descorche.
- Se prestará entera atención a reclamos de clientes, ya sea durante o al finalizar el evento.

Para obtener un producto terminado de excelente calidad se realizará un seguimiento de todos los aspectos que interfieran en la producción del producto como el desarrollo del servicio. Esto es, desde la selección de proveedores de materia prima, la capacitación permanente al personal de servicio y demás áreas como el seguimiento post venta para la verificación de satisfacción del cliente en el servicio prestado.

Propuesta del menú

En los últimos años se ha venido aumentando el gusto por la comida, cada vez más los clientes buscan nuevos lugares a donde ir y no solamente buscan un sitio donde comer, sino un lugar en donde se consigan satisfacer desde las más, pequeñas a las más grandes de sus exigencias.

Se propone los siguientes menús:

Menú 1

Canelones de Pollo

Filet Migñon en salsa de champiñones

Peras flambeadas



Gráfico 14 - Fuente: el Autor - elaborado por : el Autor

Menú 2

Crepe de jamón

Pavo en almendras

Tiramisú



Gráfico 15 - Fuente: el Autor - elaborado por : el Autor

Menú 3

Coctel de camarón

Lomo de cerdo a la naranja

Sorbete de fresa



Gráfico 16 - Fuente: el Autor - elaborado por : el Autor

Menú amazónico

Pincho de chontacuro

Maito de tilapia

Chontas en almíbar



Gráfico 17 - Fuente: el Autor - elaborado por : el Autor

Menú infantil

Hamburguesa

Hot Dog

Papi Pollo

Pizza

Para cada menú se elegirá una guarnición y un tipo de arroz:

Tipos de arroz

Al azafrán

Al cilantro

Al curry

Con nueces

Navideño

Guarniciones

Croqueta de papa

Papa rissole

Papa salteada con perejil

Ensalada mixta

Ensalada verde con manzana

Ensalada waldorf

Vainitas con tocineta

Zanahoria con tocineta

Además se ofrecerán las siguientes bebidas:

Agua

Gaseosa

Guayusa

Pasteles, de acuerdo a la ocasión y número de personas



Gráfico 18 - Fuente: el Autor - elaborado por : el Autor



Gráfico 19 - Fuente: el Autor - elaborado por : el Autor



Gráfico 20 - Fuente: el Autor - elaborado por : el Autor



Gráfico 21 - Fuente: el Autor - elaborado por : el Autor

PLANES

Plan Básico	\$ 777,07
Plan Estándar	\$ 971,44
Plan Premium	\$1.768,64
Plan infantil	\$ 707,51

Servicios que incluyen en el plan

Plan Básico

Asesoría personalizada
Local
Menú
Decoración de salón
Cristalería
Mesas con mantel y sobre mantel
Sillas vestidas
Meseros

Plan Estándar

Asesoría personalizada
Local
Decoración de salón

Mesa para regalos
Vajilla
Cristalería
Mesas con mantel y sobre mantel
Sillas vestidas
Banquete a la mesa
Meseros
Música
Licor para brindis

Plan Premium

Asesoría personalizada
Local
Decoración de salón
Mesa para regalos
Vajilla
Cristalería
Mesas con mantel y sobre mantel
Centros de mesa
Sillas vestidas
Bufet
Pastel
Meseros
Invitaciones
Música
Maestro de ceremonias (aprobación del guion con 48 horas de anticipación)
Licores
Video sin edición

Plan infantil

Asesoría personalizada
Local

Decoración de salón
Gigantografía acorde al motivo infantil
Mesa para regalos
Vajilla
Mesas con mantel y sobre mantel
Centros de mesa
Sillas
Menú infantil
Pastel
Meseros
Invitaciones
Música
Animador de fiestas infantiles
Bebidas
Video sin edición

Manejo de los planes

Será personalizado y se los venderá de manera directa, cuya asesoría estará a cargo de la empresa, las actividades como decoración de salón, centros de mesa, pastel, invitaciones y licores, se ejecutarán a través de la subcontratación, con el propósito de disminuir costos y hacerlo más operativo. Dicho proveedores deberán demostrar su trayectoria y experiencia profesional y así garantizar la calidad en la prestación del servicio.

MAPA DE PROCESOS



Gráfico 22 - Fuente: el Autor - elaborado por : el Autor

FLUJOGRAMA DEL PROCESO

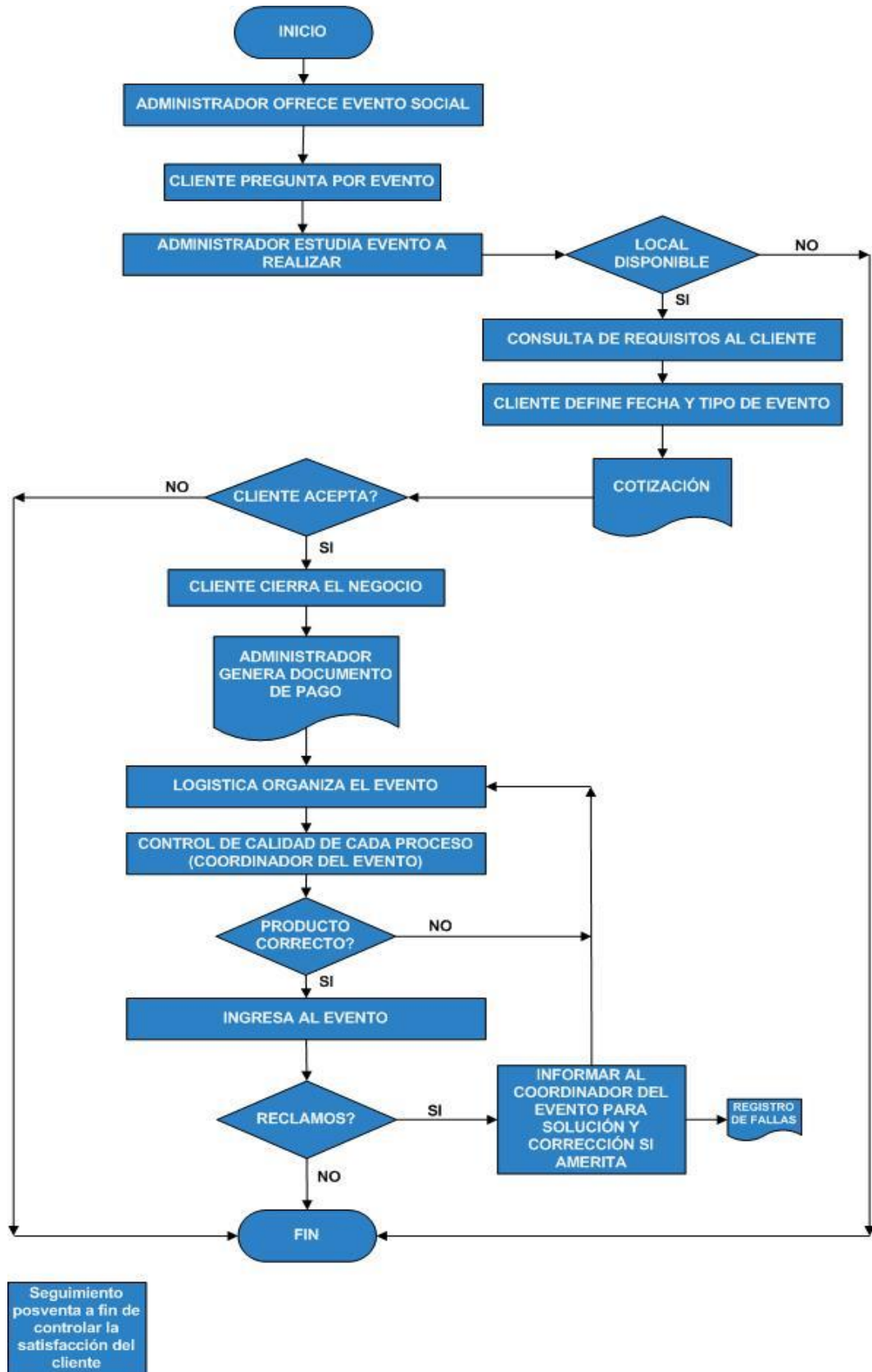


Gráfico 23 - Fuente: el Autor - elaborado por : el Autor

SIMBOLOGÍA



Inicio o Fin de un proceso



Proceso (actividad a desarrollar)



Condiciones y asociaciones alternativas de una decisión lógica.



Entrada / Salida: Representa cualquier tipo de Fuente de entrada y salida



Conector dentro de la página



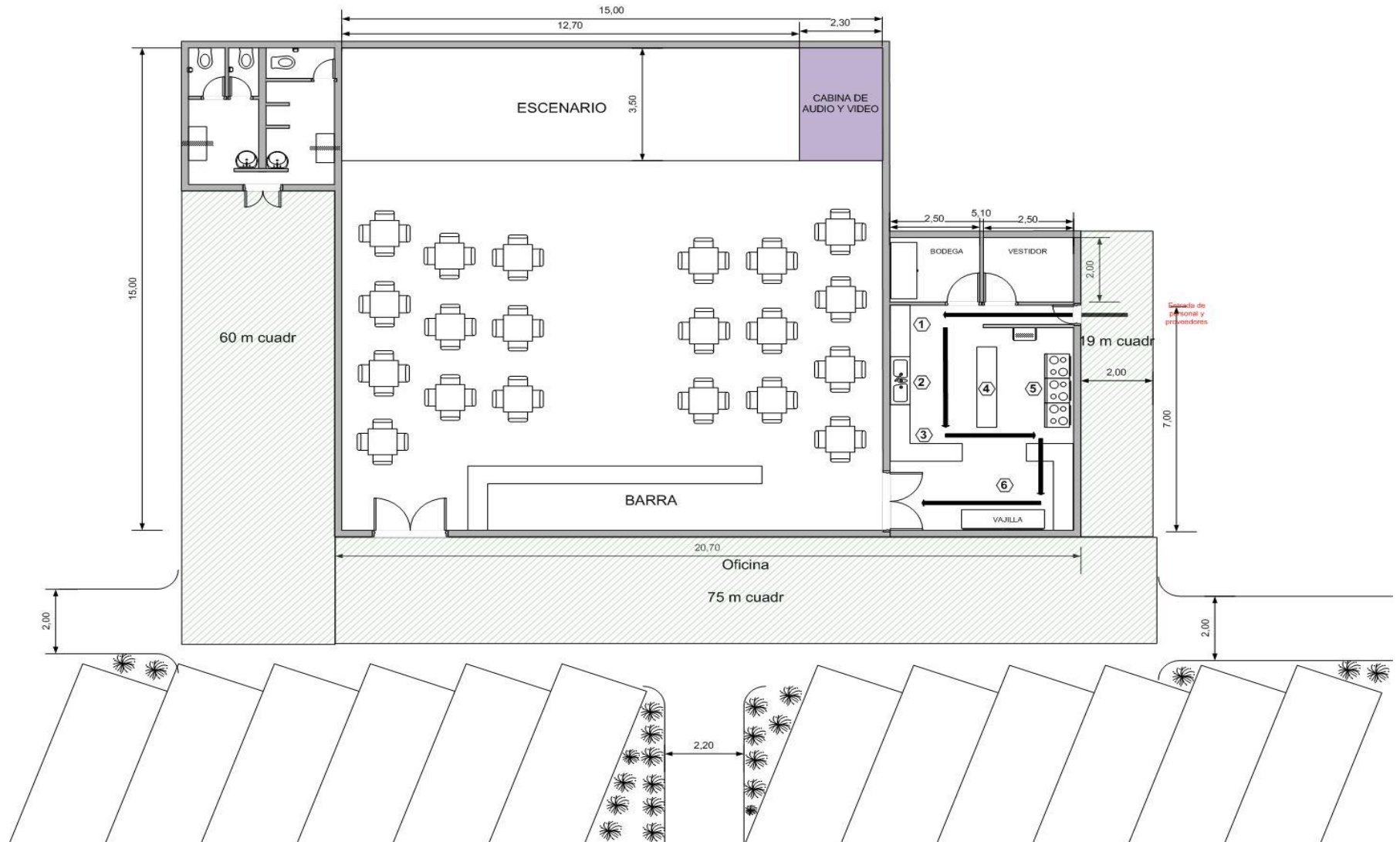
Representa resultado mediante un reporte impreso

2.1.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas

Gráfico 24 - Fuente: el Autor - elaborado por : el

Autor

Instalaciones



Flujo de materiales

Según el plano anterior se define la movilidad de materia prima para atender el evento de acuerdo a la siguiente secuencia:

- Zona 1: Recepción del producto a ser preparado
- Zona 2: Limpieza del producto
- Zona 3 y 4: Preparación del producto
- Zona 5: Cocido de alimentos
- Zona 6: Despacho

Capacidad instalada

Se cuenta con el terreno de 750m², el mismo que se lo ha distribuido así:

- Área de parqueadero, para 20 vehículos
- Infraestructura para el local de eventos y área de producción:
 - Local de eventos
 - Mesas de 80 X 80cm y 80 cm de alto
 - Sillas que permitan ser vestidas de acuerdo a la ocasión y el fácil manejo para el personal de servicio.
 - Barra de servicio para licores y atención en línea al cliente
 - Escenario
 - Cabina de audio y video
 - Computador Portátil
 - Proyector
 - Pantalla de proyección
 - Pizarra
 - Aire acondicionado
 - Puerta de acceso posterior al escenario

- Área de producción
 - Vestidores con cancelas para trabajadores
 - Baño para el personal
 - Bodega para menaje
 - Bodega de fríos
 - Congelador
 - Bodega de secos
 - Estanterías de almacenaje
 - Mesón para recepción de productos
 - Área de limpieza de productos
 - 2 mesones para preparación de productos
 - 2 Cocinas industriales de 3 hornillas cada una y plancha de asado
 - Horno en acero inoxidable
 - Mesón para despacho
 - Vajilla con capacidad para 100 personas
 - Estantería para vajilla

Tabla 26. Equipos

ACTIVIDAD	EQUIPO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	COSTO
EQUIPO DE CÓMPUTO				
Local eventos	de Proyector	1	3200 lúmenes, puertos HDMI, VGA	650,00
Local eventos	de Filmadora	1	Handycam	400,00
Local eventos	de Pantalla	1	Manual 211x 161cm	100,00
Local eventos	de Micrófonos	1	Inalámbricos (caja de dos)	120,00
Administrador	Computador Portátil	1	Intel Core i3, disco de 500Gb, 4Gb RAM	700,00
Administración	Impresora	1	Multifunción	300,00

MAQUINARIA Y EQUIPO

Área de cocina	Horno	1	3 bandejas a gas de acero inoxidable	700,00
Área de cocina	Cocina industrial	2	Acero inoxidable 3 hornillas	150,00
Área de cocina	Refrigerador	1	17 pies	1.000,00
Área de cocina	Licuada	2	3 velocidades	90,00
Área de cocina	Microondas	1	1200 watts	175,00
Área de cocina	Parrilla	1	Acero inoxidable	220,00
Área de bodegas	Congelador	1	Horizontal 15 Pies Smccg15hb 420 Lit	680,00
Área de bodegas	Vitrina fría	1	Vfv-520	600,00
Área externa	Lavadora	1	Capacidad de 16 KL	600,00
Local de eventos	Aire acondicionado	1	24000 BTU	750,00
Local de eventos	Parlante amplificado	2	600 Wats	270,00
Administración	Teléfono	1	Inalámbrico	70,00

MUEBLES Y ENSERES

Área de cocina	Pozo de lavado	1	servicios acero inoxidable	370,00
Área de cocina	Ollas	1	Juego	2.500,00
Área de cocina	Paila	1	Juego	300,00
Área de cocina	Olla presión	2	6Lt	70,00
Área de cocina	Set de cocina	1	Inoxidable	600,00
Área de cocina	Vajilla	1	100 personas	3.000,00
Área de cocina	Cristalería	1	100 personas	2.000,00
Área externa cocina	Tanque de gas	2	Industrial	70,00
Área de bodegas y	Estanterías y acero	4	Vertical 5 divisiones	100,00

despacho	de	inoxidable		
Local eventos	de	Pizarra	1 120m X 180m	150,00
Local eventos	de	Mesas	25 80x80x80	80,00
Local eventos	de	Sillas	100 Tiffany	32,00
Local eventos	de	Mantelería	1 Manteles, cubremanteles, cubresillas, cintas, servilletas	1.000,00
Área vestidores	de	Canceles	1 Metálico de 6 servicios	180,00
Área vestidores	de	Uniformes	14 Camisetas, jeans, mandiles y prendas de protección	36,00
Administración		Escritorio	2 Ejecutivo	250,00
Administración		Sillas	2 Giratorias tipo secretaria	100,00
Administración		Sillas	4 De espera	110,00
Administración		Archivador	1 Metálico 4 gavetas	130,00

Fuente : el Autor - elaborado por : el Autor

Tabla 27. Cálculo de número de operarios y horas hombre

ACTIVIDAD	TIEMPO	No. PERSONAS	HORAS HOMBRE
OFERTA DE PRODUCTOS			
BRIEFING Idea creativa, público objetivo, fecha de celebración, presupuesto, contenido y programa del evento	120min	Administrador - Ventas (2)	120min
Presentación de Briefing para aprobación por parte del cliente	30min	Administrador (1)	30min
Recepción de anticipo	15min	Administrador (1)	15min

ADQUISICIÓN			
Selección de proveedores, y, elaboración del listado de materia prima e insumos, para la preparación del menú y el evento en general	120min	Administrador, Chef, (2)	240min
Compra de materia prima e insumos	60min	Administrador, Chef (2)	120min
RECEPCIÓN - ALMACENAMIENTO DE ABASTOS			
Registro de materia prima e insumos adquiridos	60min	Sistemas	60min
Recepción y almacenaje de materia prima e insumos	30min	Chef, Ayudante de cocina (2)	60min
ELABORACIÓN DEL MENÚ			
Retirar la materia prima e insumos de acuerdo al requerimiento del menú	30min	Chef (1)	30min
Inspeccionar el estado de los productos recibidos	30min	Asistente de cocina (1)	30min
Devolver productos que no cumplen con estándares requeridos	10min	Asistente de cocina (1)	10min
Preparación del menú contratado de acuerdo a requerimientos del cliente	120min	Chef, asistente de cocina (2)	240min
EJECUCIÓN DEL EVENTO Y DISTRIBUCIÓN DEL MENU			
Supervisión del evento	120min	Administrador (1)	120min
Planificar los canales o rutas de distribución	15min	Ayudante de cocina (1)	15min
Planificar, controlar, y apoyar la entrega del pedido y el servicio durante el evento	30min	Chef, Ayudante de cocina (2)	60 min
Servir menú a las mesas	30 min	Meseros (2)	60 min
Diseñar y coordinar, supervisar actividades después del evento	30min	Administrador y ayudante de cocina(2)	60min
ELABORACIÓN DE DECORACIONES			
Receptar y retirar materiales, insumos e instrumentos	30min	Decorador (1)	30min

Inspeccionar el estado de lo entregado	30min	Decorador (1)	30min
Elaboración de la decoración según contrato	240min	Decorador (1)	240min
ELABORACION DE INVITACIONES			
Receptar requerimientos del cliente, para diseño de la invitación	30min	Administrador (1)	30min
Designar proveedor local	30min	Administrador (1)	30min
Aprobación del boceto	30min	Administrador (1) - cliente	30min
Realizar cambios y autorizar impresión de invitaciones definitivas	15min	Administrador (1)	15min

Fuente : el Autor - elaborado por : el Autor

2.1.3 Tecnología a aplicar

- Normativa técnica sanitaria sobre prácticas correctas de higiene para establecimientos procesadores de alimentos categorizados como artesanales y organizaciones del sistema de economía popular y solidaria.

Resolución ARCSA-DE-042-2015-GGG Expídase la Norma Técnica Sustitutiva de Buenas Prácticas de Manufactura para Alimentos Procesados. Registro oficial 555 – 30 de julio de 2015.

LOGOTIPO



Gráfico 25 - Fuente: el Autor - elaborado por : el Autor

El logotipo es la imagen de nuestro centro de eventos, será utilizado tanto en la identificación de la infraestructura, como en el área de publicidad y ventas. El nombre de la empresa es “LAS CARMELAS CENTRO DE EVENTOS” resaltan sus colores anaranjado oscuro y azul, que representa la calidez del clima y de sus habitantes, así como la exuberancia de su naturaleza en la zona.

2.2 Factores que afectan el plan de operaciones

2.2.1 Ritmo de producción

Tabla 28. Ritmo de producción

ACTIVIDAD	No. PERSONAS	TIEMPO PROMEDIO (min)	TIEMPO NORMAL (min)	RITMO DE TRABAJO (min)
OFERTA DE PRODUCTOS				
BRIEFING Idea creativa, público objetivo, fecha de celebración, presupuesto, contenido y programa del evento	2	120	126	136,08
Presentación de Briefing para aprobación por parte del cliente	1	30	31,5	34,02
Recepción de anticipo	1	15	15,75	17,01
ADQUISICIÓN				
Selección de proveedores, y, elaboración del listado de materia prima e insumos, para la preparación del menú y el evento en general	2	240	252	272,16
Compra de materia prima e insumos	2	120	126	136,08
RECEPCIÓN - ALMACENAMIENTO DE ABASTOS				
Registro de materia prima e insumos adquiridos	1	60	63	68,04
Recepción y almacenaje de materia prima e insumos	2	30	31,5	34,02

ELABORACIÓN DEL MENÚ				
Retirar la materia prima e insumos de acuerdo al requerimiento del menú	1	30	31,5	34,02
Inspeccionar el estado de los productos recibidos	1	30	31,5	34,02
Devolver productos que no cumplen con estándares requeridos	1	10	10,5	11,34
Preparación del menú contratado de acuerdo a requerimientos del cliente	2	240	252	272,16
EJECUCIÓN DEL EVENTO Y DISTRIBUCIÓN DEL MENU				
Supervisión del evento	1	120	126	136,08
Planificar los canales o rutas de distribución	1	15	15,75	17,01
Planificar, controlar, y apoyar la entrega del pedido y el servicio durante el evento	2	60	63	68,04
Servir menú a las mesas	2	60	63	68,04
Diseñar y coordinar, supervisar actividades después del evento	2	60	63	68,04
ELABORACIÓN DE DECORACIONES				
Receptar y retirar materiales, insumos e instrumentos	1	30	31,5	34,02
Inspeccionar el estado de lo entregado	1	30	31,5	34,02
Elaboración de la decoración según contrato	1	240	252	272,16
ELABORACION DE INVITACIONES				
Receptar requerimientos del cliente, para diseño de la invitación	1	30	31,5	34,02
Designar proveedor local	1	30	31,5	34,02
Aprobación del boceto	1	30	31,5	34,02
Realizar cambios y autorizar impresión de invitaciones definitivas	1	15	15,75	17,01

Fuente : el Autor – elaborado por : el Autor

2.2.2 Nivel de inventario promedio

Debido a la naturaleza del negocio no se requiere un stock fijo, es decir, se realizará las adquisiciones de acuerdo al evento contratado.

2.2.3 Número de Trabajadores

El número de personas que trabajarán inicialmente en el negocio se encuentra distribuido así:

Tabla 29. Número de trabajadores

CARGO	FUNCIONES	STATUS	CANT	OBSERVACIONES
Administrador	<p>Es el encargado de planificar, organizar, dirigir y vigilar el cumplimiento de todas las actividades administrativas, operativas y financieras de cada uno de los departamentos de la empresa a través de cada jefe departamental; para alcanzar los objetivos propuestos de una forma efectiva.</p> <p>Planifica con cada uno de los jefes departamentales las actividades a realizarse para el cumplimiento de las metas y objetivos de la empresa.</p> <p>Selecciona al personal.</p> <p>Responde legalmente como representante de la empresa.</p> <p>Vigila y hacer cumplir las políticas de la empresa.</p> <p>Aprueba los pedidos, solicitudes especiales para toda gestión del negocio.</p> <p>Organiza programas de capacitación al personal, en el que se observara la actualización tecnológica y demás, en las áreas que sean necesarias.</p> <p>Promociona el establecimiento mediante estrategias de marketing y ventas.</p> <p>Evalúa cada una de las áreas y el personal que conforma la empresa y solucionar problemas existentes de todo ámbito.</p> <p>Establece el precio de venta de los productos.</p> <p>Autoriza los proveedores sugeridos por la persona encargada de compras</p>	Planta	1	

Contador	<p>El contador no pertenece a la empresa, es una persona de asesoría externa que se encarga de realizar las declaraciones del IVA y llevar en orden los asuntos contables de la empresa, los datos que necesite serán proporcionados por la administración.</p>	Subcontratado	1
Chef	<p>Es el encargado de la preparación de los alimentos para todos los eventos y servicio de catering.</p> <p>Realiza la lista de mercado de acuerdo a los requerimientos.</p> <p>Realiza las recetas estándar y se las entrega a compras para el costeo respectivo.</p> <p>Supervisa el cumplimiento de los estándares en lo que se refiere a preparación, sanitación e higiene del área de cocina.</p> <p>Controla que en cada evento salga los platos con las especificaciones establecidas y a tiempo.</p> <p>Supervisa a los ayudantes de cocina.</p>	Planta	1
Ayudante de cocina	<p>Asiste al chef en todo lo necesario para la preparación de los alimentos para cada evento.</p> <p>Prepara el mise en place para los eventos que se realicen.</p> <p>Es el responsable de la limpieza de su estación de trabajo.</p> <p>Lleva un buen control en higiene y sanitación de los géneros que estén a su cargo.</p> <p>Lava los implementos utilizados en la cocina</p> <p>Saca la basura al área asignada para ella.</p> <p>Mantener la vajilla lista antes y después del evento.</p>	Planta	1

Mesero	<p>Realiza el mise en place para cada evento.</p> <p>Se encarga de la limpieza del salón.</p> <p>Atender a los clientes durante el evento.</p> <p>Lava y pule la cristalería y cubertería.</p> <p>Es el encargado de realizar compras menores en caso de ser requeridos por la cocina o servicio.</p> <p>Se encarga del montaje y desmontaje del salón.</p> <p>Mantiene en orden y buen estado la bodega que corresponde a servicio.</p> <p>Saca la basura al final de cada turno al área asignada para ello.</p>	Variable	1	Se pretende aumentar el número de meseros de acuerdo al avance de número de eventos
Sistemas / Ventas	<p>Instala los equipos necesarios en los salones que lo requieran</p> <p>Da mantenimiento permanente a todos los equipos del establecimiento incluyendo de las oficinas administrativas, del chef, de compras.</p> <p>Coordina acciones de seguridad cuando lo requiera el establecimiento</p> <p>Se asesora para realizar planes de evacuación en caso de emergencia</p> <p>Capacita al personal del establecimiento para actuar en caso de emergencia</p> <p>Controla la existencia y caducidad de los extintores</p>	Planta	1	
Decorador	Decoración del local de acuerdo al tipo de evento	Subcontratado	1	
Diseñador de invitaciones	Se encarga de diseñar las invitaciones	Subcontratado	1	

Fuente : el Autor - elaborado por : el Autor

2.3 Capacidad de producción

2.3.1 Capacidad de producción futura

Según el INEC la tasa de crecimiento poblacional en el año 2016 es del 2,5%, mediante la cual se presenta la proyección de eventos para los siguientes 5 años.

Tabla 30. Capacidad de producción futura

AÑOS	NUM/EVENTOS
2016	120
2017	123
2018	126
2019	129
2020	132
2021	136

Fuente : el Autor - elaborado por : el Autor

2.4 Definición de recursos necesarios para la producción

2.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar

La materia prima necesaria para presentar nuestro producto y servicio se detalla a continuación:

Tabla 31. Materia prima

MATERIA PRIMA	IMPORTANCIA	PROVEEDOR 1	PROVEEDOR 2
Carnes	Alta	Supermercados Tía	Feria Libre
Mariscos	Alta	Supermercados Tía	Feria Libre
Hortalizas y Verduras	Alta	Feria Libre	Mercado Municipal
Guarniciones	Media	Supermercados Tía	Feria Libre
Pastelería	Media	Napoles	El Espigal
Decoración	Alta	Artesanías DM	El Jardín
Invitaciones	Alta	Artesanías DM	Litocromo
Licores	Baja	La Bodeguita	El Epicentro

Fuente : el Autor - elaborado por : el Autor

- En la materia prima se deben observar las características de color, olor, textura, temperatura de llegada, empaque y etiquetado.
- Es necesario medir y registrar la temperatura de las materias primas, aquellas que vienen refrigerados o congelados, los cuales deben venir máximo a 4 °C y a menos 18°C respectivamente.
- Toda materia prima que viene del lugar de producción, empacada en materiales como cartón, madera, mimbre o tela, debe trasladarse a recipientes propios del establecimiento, como cajones plásticos o de otro material de fácil limpieza, para evitar entrar contaminación externa al lugar.
- Se debe programar la recepción de materia prima fuera de las horas pico.
- Se debe planificar con anticipación la llegada de las materias primas, asegurándose que el responsable de la recepción cuente con suficiente espacio en las unidades de frío.
- A todas las materias primas se les debe registrar la fecha y otras características en que fueron recibidas.
- La materia prima una vez inspeccionada debe ser colocada fuera de la zona de peligro (temperaturas entre 4°C y 6°C).
- Las áreas de almacenamiento deben permanecer limpias, secas y aireadas.
- Los pisos, paredes, unidades de frío y todas las áreas en general deben mantenerse limpias y desinfectadas para evitar la contaminación cruzada.
- Todo establecimiento de la industria gastronómica, debe tener por lo menos dos tipos de área de almacenamiento debidamente aisladas y separadas: una para guardar materia prima y otra para sustancias químicas, con el fin de evitar la contaminación cruzada.

2.5 Calidad

2.5.1 Método de control de calidad

La recepción de las mercancías la realizará una persona que tenga conocimientos en cuanto a las características de los productos, su calidad, sus condiciones óptimas en las cuales se deberán recibir, que los empaques sean apropiados. Y por

último pero sin ser menos importante aunque el proveedor sea de plena confianza es necesario que la administración revise periódicamente el proceso, para poder llevar un control.

Características de la Materia Prima

- Color
- Temperatura
- Tamaño
- Peso
- Empaque etiquetado
- Control de refrigeración

Características del producto

- Imagen
- Estándar de cantidad
- Sabor
- Temperatura

Características del servicio

- Seriedad y Puntualidad
- Respeto a protocolos de etiqueta
- Eficiencia en solución de contingencias
- Suficiencia de suministros
- Iniciativa
- Cortesía

Se utilizará, diagramas de Pareto y hojas de control alfanumérico.

2.6 Normativa y permisos

La normativa vigente que rige a los establecimientos sujetos a control sanitario se detalla a continuación:

- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria – ARCSA

Según el Art. 10 del REGLAMENTO SUSTITUTIVO PARA OTORGAR PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO A LOS ESTABLECIMIENTOS SUJETOS A VIGILANCIA Y CONTROL SANITARIO.

REQUISITOS

- a) Registro Único de Contribuyentes (RUC);
- b) Cédula de identidad, identidad y ciudadanía, carné de refugiado, o documento equivalente a éstos, del propietario o representante legal del establecimiento.
- c) Documentos que acrediten la personería jurídica del establecimiento, cuando corresponda;
- d) Nota: Literal derogado por Acuerdo Ministerial No. 5004, publicado en Registro Oficial Suplemento 317 de 22 de Agosto del 2014.
- e) Categorización emitida por los Ministerios de Turismo o de Industrias y Productividad, cuando corresponda.
- f) Nota: Literal derogado por Fe de Erratas, publicada en Registro Oficial Suplemento 299 de 29 de Julio del 2014.
- g) Comprobante de pago por derecho de Permiso de Funcionamiento; y,
- h) Otros requisitos establecidos en reglamentos específicos.

PROCEDIMIENTO

Para obtener éste permiso el ARCSA ha implementado un sistema a través de la página web, por medio del cual se ingresará y calificará las solicitudes, página web www.controlsanitario.gob.ec

- Ministerio de Salud Pública

REQUISITOS

- Solicitud de permiso de funcionamiento por primera vez o por ampliación.

- Registro Único de Contribuyentes (RUC) Generado.
- Documentos que acrediten la personería jurídica del establecimiento cuando corresponda.
- Comprobante de pago.
- Otros requisitos establecidos en reglamentos específicos.
 - Carnet de Salud Ocupacional (por cada trabajador) que será expedido por centros médicos del Ministerio de Salud Pública o privados.

PROCEDIMIENTO

- Ingresar a la página web del Ministerio de Salud Pública al link: [Permisos de funcionamiento.](#)
 - Ingresar datos y requisitos.
 - Pagar el valor solicitado.
 - Recibir la inspección y resultados de la inspección.
 - Recibir el permiso de funcionamiento a través del sistema/en caso de ser desfavorable la inspección, se fija la fecha de la siguiente inspección en conjunto con el usuario.
 - Presentarse cada trabajador, en los centros médicos para los exámenes médicos correspondientes
- **NORMATIVA TÉCNICA SANITARIA SOBRE PRÁCTICAS CORRECTAS DE HIGIENE PARA ESTABLECIMIENTOS PROCESADORES DE ALIMENTOS.**

Según la Registro Oficial 609 del 16 de octubre de 2015, se expide la normativa, que reglamenta los estándares que seguiremos a fin de aprobar la inspección de “Prácticas Correctas de Higiene”, aplicada por el ARCSA.

CAPITULO III

ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

3.1 Análisis estratégico y definición de objetivo

3.1.1 Visión de la Empresa

“Nuestra visión es llegar a ser la empresa N° 1 en la organización de Eventos Sociales en Archidona y consolidar nuestra participación en el mercado local, que permita extenderse a ciudades vecinas en los próximos 5 años”.

3.1.2 Misión

“Satisfacer las expectativas de nuestros clientes mediante la organización de eventos, con productos y servicios de óptima calidad, higiene y presentación; con la máxima efectividad, cortesía y entusiasmo, y sobre todo un servicio diferenciado dentro de la ciudad; ofrecido por nuestra empresa de eventos y su personal capacitado. Además de lograr rentabilidad que beneficiará al personal que colabora en el establecimiento”.

3.1.3 Análisis FODA



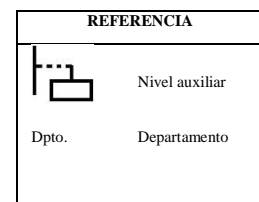
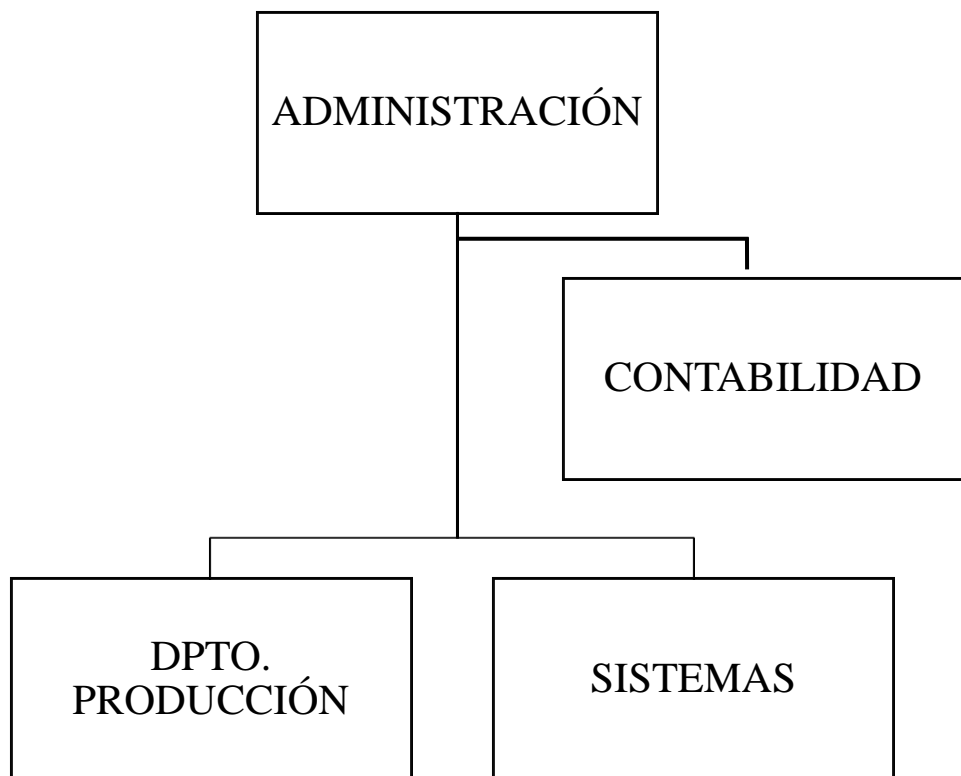
Gráfico 26 – Fuente: el Autor – elaborado por : el Autor

3.2 Organización funcional de la empresa

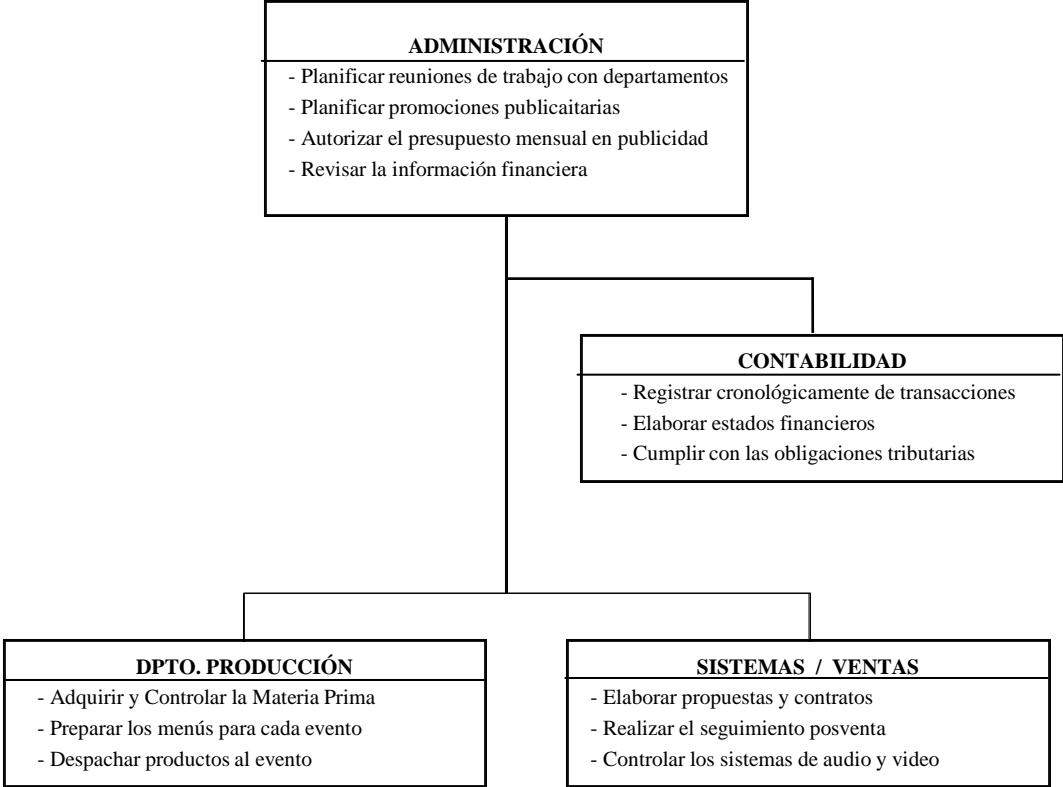
3.2.1 Organización Interna



“Organigrama es la gráfica que muestra la estructura orgánica interna de la organización formal de una empresa, sus relaciones, sus niveles de jerarquía y las principales funciones que se desarrollan”. (Reinoso, 1986, p.618)

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



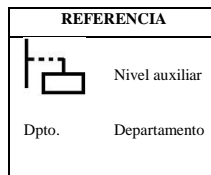
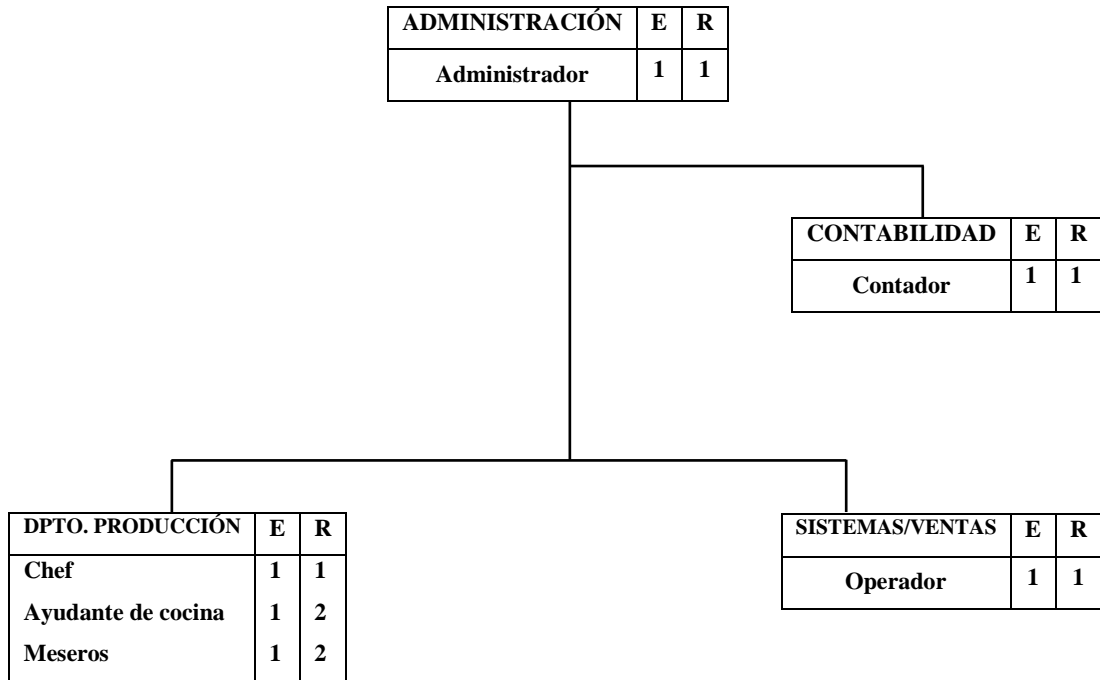
ORGANIGRAMA FUNCIONAL



REFERENCIA	
	Nivel auxiliar
	Dpto. Departamento

FECHA	ELABORACIÓN	APROBADO
18/08/2016	Vinicio Espinosa	Ing. Ibeth Molina

ORGANIGRAMA DE PUESTOS Y PLAZAS



FECHA	ELABORACIÓN	APROBADO
18/08/2016	Vinicio Espinosa	Ing. Ibeth Molina

3.2.2 Descripción de cargos del organigrama

Tabla 32. Descripción de cargos - Administrador

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Administrador
JEFE INMEDIATO	Ninguno
SUPERVISA A	Jefaturas departamentales
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Es el encargado de planificar, organizar, dirigir y vigilar el cumplimiento de todas las actividades administrativas, operativas y financieras de cada uno de los departamentos de la empresa a través de cada jefe departamental; para alcanzar los objetivos propuestos de una forma efectiva	
III. FUNCIONES	
GENERALES	
Planificar reuniones de trabajo con Jefes departamentales	
Planificar las promociones publicitarias	
Autorizar el presupuesto mensual para promociones publicitarias	
Revisar de información financiera para declaraciones	
ESPECÍFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> • Planificar con cada uno de los jefes departamentales las actividades a realizarse para el cumplimiento de las metas y objetivos de la empresa. • Seleccionar al personal. • Responder legalmente como representante de la empresa. • Vigilar y hacer cumplir las políticas de la empresa. • Aprobar los pedidos, solicitudes especiales para toda gestión del negocio. • Organizar programas de capacitación al personal, en el que se observara la actualización tecnológica y demás, en las áreas que sean necesarias. • Promocionar el establecimiento mediante estrategias de marketing y ventas. • Evaluar cada una de las áreas y el personal que conforma la empresa y solucionar problemas existentes de todo ámbito. • Establecer el precio de venta de los productos. • Autorizar a los proveedores sugeridos por la persona encargada de compras. 	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TÍTULO	Administrador de Empresas y afines
EXPERIENCIA	3 Años
HABILIDADES	Liderazgo, negociador, manejo de problemas, proactivo, creativo
FORMACIÓN	Conocimientos financieros, Normas legales, ofimática, inglés

Fuente : el Autor - elaborado por : el Autor

Tabla 33. Descripción de cargos - Chef

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Chef
JEFE INMEDIATO	Administrador
SUPERVISA A	Ayudante de cocina, mesero
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Encargado de la producción de todos los menús para los eventos sociales, requerimientos y control de materia prima.	
III. FUNCIONES	
GENERALES	
<p>Coordinar el mantenimiento de equipos del área de producción</p> <p>Costear los menús</p> <p>Realizar el inventario de equipos, vajilla y menaje</p>	
ESPECÍFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> • Coordinar, supervisar y preparar de los alimentos para todos los eventos y servicio de catering. • Realizar la lista de mercado de acuerdo a los requerimientos • Realizar las recetas estándar y la entrega a compras para el costeo respectivo • Supervisar el cumplimiento de los estándares en lo que se refiere a preparación, sanitación e higiene del área de cocina. • Realizar las especificaciones de los productos a utilizar y las entregas a bodega. • Controlar que en cada evento salga los platos con las especificaciones establecidas y a tiempo. • Supervisar a los ayudantes de cocina • Realizar informes de asistencia del personal de cocina y entregar a la administración. 	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TITULO	Chef
EXPERIENCIA	3 Años
HABILIDADES	Destreza en preparación de alimentos, manejo de personal, motivador
FORMACIÓN	Normas de higiene alimenticia, sólidos fundamentos en preparación de alimentos,

Fuente : el Autor - elaborado por : el Autor

Tabla 34. Descripción de cargos - Contador

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Contador
JEFE INMEDIATO	Administrador
SUPERVISA A	Ninguno
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Encargado de administrar todo el campo de transacciones contables y tributarias. <i>No pertenece a la empresa por lo que será contratada externamente.</i>	
III. FUNCIONES	
GENERALES	
	Registrar movimientos contables
	Presentar estados financieros
	Realizar las declaraciones tributarias
	Generar inventarios
ESPECÍFICAS	
	<ul style="list-style-type: none"> • Registrar cronológica y ordenadamente de transacciones contables • Elaborar pagos • Elaborar, analizar y emitir estados financieros Elaboración de conciliaciones bancarias • Ejecutar los pagos respectivos • Cumplir con las obligaciones tributarias • Establecer y presentar para su respectiva aprobación la planificación de compras y pagos
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TITULO	Contador Bachiller o estudiante de tercer año de carrera afines
EXPERIENCIA	2 Años
HABILIDADES	Cálculos, registro de transacciones, dominio del campo tributario
FORMACIÓN	Contabilidad, ofimática, tributación, sistemas contables

Fuente : el Autor - elaborado por : el Autor

Tabla 35. Descripción de cargos – Ayudante de Cocina

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Ayudante de cocina
JEFE INMEDIATO	Chef
SUPERVISA A	Ninguno
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Asistencia en todo campo al Chef, prepara los menús de acuerdo a las directrices del Chef, y manejo del mece place, posillería.	
III. FUNCIONES	
GENERALES	
Apoyar en el mantenimiento de equipos del área de producción	
ESPECÍFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> • Asistir al chef en todo lo necesario para la preparación de los alimentos para cada evento. • Preparar el mise place para los eventos que se realicen. • Realizar la limpieza de su estación de trabajo. • Llevar un buen control en higiene y sanitación de los géneros que estén a su cargo. • Lavar los implementos utilizados en la cocina • Sacar la basura al área asignada para ella. • Controlar la posillería. 	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TITULO	Estudiante - 1 año carrera para Chef
EXPERIENCIA	1 Año
HABILIDADES	Destreza en preparación de alimentos, proactividad, facilidad para trabajo en equipo.
FORMACIÓN	Normas de higiene alimenticia, preparación de alimentos.

Fuente : el Autor - elaborado por : el Autor

Tabla 36. Descripción de cargos - Mesero

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Mesero
JEFE INMEDIATO	Chef
SUPERVISA A	Ninguno
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Contacto directo con el cliente, transporta y pule vajilla con y sin alimentos, es el vínculo directo entre el cliente y lo que propone el evento. <i>No pertenece directamente a la empresa y será contratado por evento.</i>	
III. FUNCIONES	
ESPECÍFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar el mise en place para cada evento • Limpiar el salón • Atender a los clientes durante el evento • Lavar y pulir la cristalería y cubertería • Realizar compras menores en caso de ser requeridas por la cocina o servicio. • Hacer el montaje y desmontaje del salón • Mantener en orden y buen estado la bodega que corresponde a servicio • Entregar el servicio a domicilio en caso de haberlos y organiza los implementos necesarios. • Sacar la basura al final de cada turno al área asignada para ello. 	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TÍTULO	Estudiante de turismo o afines
EXPERIENCIA	1 Año
HABILIDADES	Facilidad para trabajo en equipo, proactividad, habilidad para trabajo bajo presión
FORMACIÓN	Normas de higiene alimenticia, atención al cliente

Fuente : el Autor - elaborado por : el Autor

Tabla 37. Descripción de cargos – Sistemas / Ventas

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	SISTEMAS / VENTAS
JEFE INMEDIATO	Administrador
SUPERVISA A	Ninguno
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
La persona de sistemas es la que se encarga del buen funcionamiento de todos los equipos,	

además que es responsable directa de la bodega de audio y video. Además es el encargado de presentar las propuestas a los clientes, y el seguimiento de posventa.

III. FUNCIONES

GENERALES

- Realizar el mantenimiento de equipos electrónicos, reportes a la Administración.
- Actualizar los sistemas y plantillas de propuestas.
- Generar el inventario de equipos

ESPECÍFICAS

- Instalar los equipos necesarios en los salones que lo requieran
- Realizar el mantenimiento permanente a todos los equipos del establecimiento incluyendo de las oficinas administrativas, del chef, de compras.
- Coordinar acciones de seguridad cuando lo requiera el establecimiento.
- Asesorar para realizar planes de evacuación en caso de emergencia
- Capacitar al personal del establecimiento para actuar en caso de emergencia
- Controlar la existencia y caducidad de los extintores
- Visitar las empresas en la ciudad para promocionar los servicios del establecimiento.
- Realizar seguimiento de las cotizaciones enviadas
- Invitar a clientes potenciales a realizar una inspección de nuestras instalaciones.
- Cumplir con el plan de Ingresos del departamento de Ventas.

IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO

TÍTULO	Técnico en Sistemas o superior, experiencia en Ventas
EXPERIENCIA	3 Años
HABILIDADES	Destreza en sistemas, habilidad para creación de propuestas, habilidad para trabajo en equipo, motivador
FORMACIÓN	Manejo de Sistemas, ofimática, Ventas

Fuente : el Autor - elaborado por : el Autor

3.3 Control de gestión

3.3.1 Indicadores de gestión

Tabla 38. Indicadores de gestión

AREAS	INDICADORES	JUSTIFICACIÓN
FINANCIERA	INDICADOR DE LIQUIDEZ CORRIENTE (ACTIVO CORRIENTE / PASIVO CORRIENTE)	Medir la capacidad que tiene la empresa para cancelar sus obligaciones en el corto plazo
	RENTABILIDAD FINANCIERA (VENTAS / ACTIVO) * (UAII / VENTAS)*(ACTIVO / PATRIMONIO)*(UAI / UAII)*(UN / UAI)	Permite medir el beneficio neto, deduciendo los gastos financieros e impuestos, además, refleja las expectativas de su propietario.
	PERIODO MEDIO DE PAGO (CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR * 365 / COMPRAS)	Para un adecuado manejo de pagos, se crea la necesidad, de conocer cuántos días tarda la empresa en cubrir sus obligaciones de inventarios.
PRODUCCIÓN	PRODUCTIVIDAD DE MANO DE OBRA (INGRESOS POR SERVICIOS DEL PERIODO / VALOR TOTAL DE MANO DE OBRA DEL PERIODO)	Un nivel de eficiencia bajo no solo significaría que los trabajadores no sean eficientes en su trabajo, también podría influir : la falta de equipo, ó, el no tener de manera oportuna la materia prima para sus labores, o bien que las decisiones administrativas y desorganizaciones obstaculizan su trabajo
	NIVEL DE CALIDAD (TOTAL DE PRODUCTOS SIN DEFECTOS / TOTAL DE PRODUCTOS ELABORADOS)	Permite medir la cantidad de productos mal elaborados, en relación al total de productos, además el funcionamiento del control de calidad y cuantificar las pérdidas de materia prima.
	INDICE DE PRODUCTIVIDAD EN SERVICIOS (NÚMERO DE CLIENTES QUE REGRESAN / NÚMERO TOTAL DE CLIENTES)	Establece el nivel de retorno del cliente, en relación a la calidad del producto
VENTAS	INDICE DE CRECIMIENTO EN VENTAS (UTILIDAD NETA / ACTIVO TOTAL)	Permite mantener un control de la caída o crecimiento en nuestras ventas
	EFFECTIVIDAD EN LAS VENTAS (VOLUMEN VENDIDO / VOLUMEN PLANIFICADO *100)	Es el cumplimiento del plan de ventas, en términos de volumen despachado, El indicador es medido porcentualmente (%).
	ROTACION DE VENTAS (VENTAS / ACTIVO TOTAL)	A través de este indicador, se establecerá la eficiencia de la dirección del negocio, con relación a la utilización del activo total

Fuente : el Autor - elaborado por : el Autor

3.3.2 *Necesidades de personal*

Para el año 2016 la empresa cuenta con 5 empleados, por lo que hasta el 2021 se detalla de la siguiente manera:

Tabla 39. Descripción de cargos

AÑOS	CANTIDAD DE PERSONAL
2016	5
2017	5
2018	7
2019	7
2020	7
2021	7

Fuente : el Autor - elaborado por : el Autor

CAPITULO IV

ÁREA JURIDICO LEGAL

4.1 Determinación de la forma jurídica

Se ha determinado que para la legalización de nuestra empresa, lo haremos como:

Persona natural

“Se denomina persona natural, a las personas físicas que tienen el goce pleno de los derechos civiles y, por ende, de los deberes que le impone el ordenamiento jurídico. Salvo las excepciones expresamente establecidas por la Ley”.

(http://galeon.com/cvirtualjr/empres_cont/pers_nat.html)

Esto implicará la inscripción del RUC en el Sistema de Rentas Internas, sin costo; cumpliendo con los siguientes requisitos según formulario:

- Documento de identificación
- Documento de votación
- Documento migratorio (aplica para trámites realizados en la Provincia de Galápagos)
- Factura, planilla, comprobante de pago de servicios básicos
- Factura o estados de cuenta de otros servicios
- Comprobante de pago de impuesto predial urbano o rural
- Notas de crédito y Notas de débito
- Cualquier documento emitido por una entidad pública

- Contrato o factura de arrendamiento, contrato o comodato
- Contrato de Concesión Comercial o certificaciones de uso de locales u oficinas, otorgadas por administradores de centros comerciales, del municipio, de asociaciones de plazas y mercados u otros
- Estado de cuenta bancario o tarjeta de crédito
- Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar de domicilio
- Carta de cesión de uso gratuito del inmueble
- Escritura de compra venta del inmueble o certificado del Registrador de la Propiedad.

4.2 Patentes y Marcas

No aplica para nuestro producto

4.3 Licencias de funcionamiento

- Permiso de uso de suelo emitido por el GAD Archidona
 - Solicitud dirigida al Coordinador de la Unidad de Regulación Territorial
 - Cédula de Identidad y certificado de votación
 - Copia del RUC del Propietario
 - Croquis de ubicación del local (formato A4)
 - Certificado de no adeudar al Municipio – costo \$1 (un dólar)
 - Adjuntar copia de uso de suelo del año anterior si es por renovación
 - Pago por inspección del local por uso de suelo \$2 (dos dólares)
- Permiso de funcionamiento para locales establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario, emitido por el Ministerio de Salud Pública – MSP, 7 dólares
- Permiso del Cuerpo de Bomberos de Archidona, \$25



Gráfico 27 - Fuente: GAD Archidona - elaborado por : el Autor

- Permiso de funcionamiento del Ministerio de Turismo

Requisitos: Personas Naturales

1. Registro único de contribuyentes (R.U.C.)
2. Cédula de identidad
3. Papeleta de votación
4. Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario **CON LA AUTORIZACIÓN DE UTILIZAR EL NOMBRE COMERCIAL.**
5. Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en las ciudades de: Quito: Av. República 396 y Diego de Almagro Edif. Forum Guayaquil: Av. Francisco de Orellana y Justino Cornejo Edif. Gobierno del Litoral Cuenca: Av. José Peralta y Av. 12 de Abril Edif. Acrópolis
6. Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
7. Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)
8. Declaración de activos fijos para cancelación del uno por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.

9. Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados (Nuevos usuarios).

- Permiso de funcionamiento de la Cámara Provincial de Turismo.

Este permiso no se puede determinar requisitos debido a que la Cámara Provincial, al momento no se encuentra en funcionamiento debido a problemas internos y no cuenta con una directiva definida.

CAPITULO V

ÁREA FINANCIERA

5.1 Plan de inversiones

Consideraciones básicas detalladas en el plan de inversiones, con el propósito de llevar a cabo la implementación del proyecto en estudio:

Tabla 40. Plan de inversiones

CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	TOTAL (USD)
1	Edificación	32.000,00	32.000,00
1	Terreno	8.000,00	8.000,00
1	Muebles y enseres	17.754,00	17.754,00
1	Maquinaria y equipo	5.815,00	5.815,00
1	Equipo de computación	2.270,00	2.270,00
1	Costos de constitución	35,00	35,00
1	Capital de trabajo		4.848,07
INVERSIÓN TOTAL			70.722,07

Fuente : el Autor - elaborado por : el Autor

Tabla 41. Listado de activos

ACTIVIDAD	EQUIPO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	COSTO	TOTAL	TIPO DE ACTIVO
Local de eventos	Proyector	1	3200 lúmenes, puertos hdmi, vga	650,00	650,00	EQUIPO COMPUTO DE
Local de eventos	Filmadora	1	Handycam	400,00	400,00	EQUIPO COMPUTO DE
Local de eventos	Pantalla	1	Manual 211x 161cm	100,00	100,00	EQUIPO COMPUTO DE
Local de eventos	Micrófonos	1	Inalámbricos (caja de dos)	120,00	120,00	EQUIPO COMPUTO DE
Administrador	Computador Portátil	1	Intel Core i3, disco de 500Gb, 4Gb RAM	700,00	700,00	EQUIPO COMPUTO DE
Administración	Impresora	1	Multifunción	300,00	300,00	EQUIPO COMPUTO DE
TOTAL EQUIPO DE COMPUTO					2.270,00	
Área de cocina	Horno	1	3 bandejas a gas de acero inoxidable	700,00	700,00	MAQUINARIA Y EQUIPO
Área de cocina	Cocina industrial	2	Acero inoxidable 3 hornillas	150,00	300,00	MAQUINARIA Y EQUIPO
Área de cocina	Refrigerador	1	17 pies	1.000,00	1.000,00	MAQUINARIA Y EQUIPO
Área de cocina	Licuadora	2	3 velocidades	90,00	180,00	MAQUINARIA Y EQUIPO
Área de cocina	Microondas	1	1200 watts	175,00	175,00	MAQUINARIA Y EQUIPO
Área de cocina	Parrilla	1	Acero inoxidable	220,00	220,00	MAQUINARIA Y EQUIPO
Área de bodegas	Congelador	1	Horizontal 15 Pies Smccg15hb 420 Lit	680,00	680,00	MAQUINARIA Y EQUIPO
Área de bodegas	Vitrina fría	1	Vfv-520	600,00	600,00	MAQUINARIA Y EQUIPO
Área externa	Lavadora	1	Capacidad de 16 KL	600,00	600,00	MAQUINARIA Y EQUIPO
Local de eventos	Aire acondicionado	1	24000 BTU	750,00	750,00	MAQUINARIA Y EQUIPO
Local de eventos	Parlante amplificado	2	600 Wats	270,00	540,00	MAQUINARIA Y EQUIPO
Administración	Teléfono	1	Inalámbrico	70,00	70,00	MAQUINARIA Y EQUIPO
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO					5.815,00	
Área de cocina	Pozo de lavado	1	servicios acero inoxidable	370,00	370,00	MUEBLES ENSERES Y
Área de cocina	Ollas	1	Juego	2.500,00	2.500,00	MUEBLES ENSERES Y
Área de cocina	Paila	1	Juego	300,00	300,00	MUEBLES ENSERES Y
Área de cocina	Olla presión	2	6Lt	70,00	140,00	MUEBLES ENSERES Y
Área de cocina	Set de cocina	1	Inoxidable	600,00	600,00	MUEBLES ENSERES Y
Área de cocina	Vajilla	1	100 personas	3.000,00	3.000,00	MUEBLES ENSERES Y
Área de cocina	Cristalería	1	100 personas	2.000,00	2.000,00	MUEBLES ENSERES Y
Área externa cocina	Tanque de gas	2	Industrial	70,00	140,00	MUEBLES ENSERES Y
Área de bodegas y	Estanterías acero	4	Vertical 5 divisiones	100,00	400,00	MUEBLES ENSERES Y

despacho	inoxidable						
Local de eventos	Pizarra	1	120m X 180m	150,00	150,00	MUEBLES ENSERES	Y
Local de eventos	Mesas	25	80x80x80	80,00	2.000,00	MUEBLES ENSERES	Y
Local de eventos	Sillas	100	Tifany	32,00	3.200,00	MUEBLES ENSERES	Y
Local de eventos	Mantelería	1	Manteles, cubremanteles, cubresillas, cintas, servilletas	1.000,00	1.000,00	MUEBLES ENSERES	Y
Área de vestidores	Canceles	1	Metálico de 6 servicios	180,00	180,00	MUEBLES ENSERES	Y
Área de vestidores	Uniformes	14	Camisetas, jeans, mandiles y prendas de protección	36,00	504,00	MUEBLES ENSERES	Y
Administración	Escritorio	2	Ejecutivo	250,00	500,00	MUEBLES ENSERES	Y
Administración	Sillas	2	Giratorias tipo secretaria	100,00	200,00	MUEBLES ENSERES	Y
Administración	Sillas	4	De espera	110,00	440,00	MUEBLES ENSERES	Y
Administración	Archivador	1	Metálico 4 gavetas	130,00	130,00	MUEBLES ENSERES	Y
TOTAL MUEBLES Y ENSERES					17.754,00		
TOTAL ACTIVO		25.839,00					

Fuente : el Autor - elaborado por : el Autor

5.2 Plan de financiamiento

Los requerimientos de inversión serán cubiertos de acuerdo al siguiente detalle:

Tabla 42. Plan de financiamiento

DESCRIPCION	TOTAL (USD)	PARCIAL (%)	TOTAL (%)
Recursos propios	8.000,00	11%	11%
Recursos de terceros	35.000,00	49%	49%
Préstamo bancario	27.722,07	39%	39%
TOTAL	70.722,07	100%	100%

Fuente : el Autor - elaborado por : el Autor

5.3 Cálculo de costos y gastos

“Costo es una palabra muy utilizada, pero nadie ha logrado definirla con exactitud debido a su amplia utilización, pero se puede decir que el costo es un desembolso

en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente, en el futuro o en forma virtual". (Baca, Evaluación de proyectos, 2010, p.139)

a. DETALLE DE COSTOS

Tabla 43. Detalle de costos

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL REQUERIDA	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
MATERIA PRIMA					
PLAN BASICO					
Aceite de oliva	ml	4.240,00	0,00	16,96	203,52
Ají	unidad	16,00	0,05	0,80	9,60
Ajo	unidad	128,00	0,10	12,80	153,60
Arroz	g	20.800,00	0,00	27,04	324,48
Azúcar	g	10.000,00	0,00	15,43	185,16
Caldo de pollo	ml	12.000,00	0,01	60,00	720,00
Camarón	kg	16,00	9,00	144,00	1.728,00
Cebolla	unidad	64,00	0,06	3,84	46,08
Curry en polvo	g	480,00	0,02	11,09	133,06
Especias pimienta	g	384,00	0,00	0,54	6,45
Fresa	kg	40,00	1,25	50,00	600,00
Huevo	unidad	32,00	0,09	2,98	35,71
Jugo de limón	ml	960,00	0,01	5,57	66,82
Jugo de naranja	ml	4.000,00	0,00	4,80	57,60
Lechuga crespita	unidad	16,00	0,56	8,96	107,52
Limón	unidad	80,00	0,04	3,20	38,40
Lomo de cerdo	kg	48,00	6,00	288,00	3.456,00
Mantequilla	g	1.280,00	0,01	7,42	89,09
Menta	g	2.400,00	0,00	4,08	48,96
Mostaza	g	800,00	0,00	3,28	39,36
Papa	kg	16,00	0,56	8,96	107,52
Perejil	g	320,00	0,00	0,99	11,90
Pimiento rojo	unidad	32,00	0,01	0,46	5,49
Sal	g	1.427,20	0,00	1,71	20,55
Salsa de tomate	ml	1.600,00	0,00	2,88	34,56
Tocino ahumado	g	5.120,00	0,02	79,87	958,46
Vainita	g	8.000,00	0,00	8,80	105,60
Vinagre	ml	1.200,00	0,01	12,00	144,00
Vino blanco	ml	4.160,00	0,02	66,56	798,72
SUBTOTAL			17,83	853,02	10.236,21
NUMERO DE EVENTOS AL MES				4,00	
COSTO POR EVENTO				213,25	

PLAN ESTÁNDAR					
Aceite	ml	480,00	0,00	1,26	15,15
Aceite de oliva	ml	6.300,00	0,00	25,20	302,40
Ajo	unidad	108,00	0,10	10,80	129,60
Apio	g	1.200,00	0,00	2,64	31,68
Arroz	g	15.600,00	0,00	20,28	243,36
Azúcar	g	2.160,00	0,00	3,33	39,99
Caldo de carne	ml	3.000,00	0,01	21,00	252,00
Caldo de pollo	ml	9.000,00	0,01	45,00	540,00
Canelones	kg	12,00	3,75	45,00	540,00
Cebolla	unidad	84,00	0,06	5,04	60,48
Champiñones	g	6.000,00	0,01	31,80	381,60
Crema de leche	ml	3.000,00	0,00	8,10	97,20
Esencia de vainilla	ml	60,00	0,01	0,48	5,76
Especias comino	g	360,00	0,00	0,65	7,78
Especias laurel	g	96,00	0,01	0,54	6,45
Especias orégano	g	90,00	0,00	0,07	0,86
Especias pimienta	g	204,00	0,00	0,29	3,43
Harina de trigo	g	420,00	0,00	0,50	6,05
Huevo	unidad	60,00	0,09	5,58	66,96
Leche	ml	15.000,00	0,00	10,20	122,40
Lechuga crespa	unidad	24,00	0,56	13,44	161,28
Lomo fino	kg	36,00	8,80	316,80	3.801,60
Mantequilla	g	2.364,00	0,01	13,71	164,53
Manzana verde	unidad	48,00	0,23	11,04	132,48
Mermelada de damascos	g	2.400,00	0,01	19,20	230,40
Nuez	g	1.200,00	0,02	26,88	322,56
Nuez molida	g	1.200,00	0,03	35,16	421,92
Papa	kg	12,00	0,56	6,72	80,64
Pasas	g	1.500,00	0,01	12,00	144,00
Pera bosc	unidad	120,00	0,20	23,40	280,80
Perejil	g	2.160,00	0,00	6,70	80,35
Pollo (pechuga)	lb	36,00	1,65	59,40	712,80
Queso parmesano	g	4.200,00	0,01	56,28	675,36
Ron	ml	1.500,00	0,02	28,05	336,60
Sal	g	1.320,00	0,00	1,58	19,01
Tocino ahumado	g	1.440,00	0,02	22,46	269,57
Tomate en pasta	g	5.100,00	0,00	13,46	161,57
Vainita	g	6.000,00	0,00	6,60	79,20
Vinagre	ml	1.620,00	0,01	16,20	194,40
Vino blanco	ml	1.620,00	0,02	25,92	311,04
Vino tinto	ml	1.500,00	0,02	24,00	288,00
SUBTOTAL			16,22	976,77	11.721,26
NUMERO DE EVENTOS AL MES				3,00	
COSTO POR EVENTO				325,59	
PLAN PREMIUM					
Aceite	ml	500,00	0,00	1,32	15,78
Aceite de oliva	ml	1.440,00	0,00	5,76	69,12
Aceituna	g	1.000,00	0,01	8,00	96,00

Ajo	unidad	48,00	0,10	4,80	57,60
Almendras	g	1.600,00	0,02	29,92	359,04
Arroz	g	5.200,00	0,00	6,76	81,12
Azúcar	g	1.200,00	0,00	1,85	22,22
Cacao amargo	g	360,00	0,01	2,95	35,42
Café fuerte	ml	2.000,00	0,00	0,80	9,60
Caldo de pollo	ml	1.720,00	0,01	8,60	103,20
Cebolla	unidad	20,00	0,06	1,20	14,40
Cebolla perla	g	604,00	0,00	0,53	6,38
Choclo dulce	g	1.200,00	0,02	18,36	220,32
Crema de leche	ml	1.000,00	0,00	2,70	32,40
Esencia de vainilla	ml	20,00	0,01	0,16	1,92
Especias pimienta	g	84,00	0,00	0,12	1,41
Harina de trigo	g	2.120,00	0,00	2,54	30,53
Huevo	unidad	68,00	0,09	6,32	75,89
Jamón serrano	g	1.000,00	0,01	9,60	115,20
Leche	ml	1.200,00	0,00	0,82	9,79
Lechuga crespita	unidad	16,00	0,56	8,96	107,52
Licor de café	ml	1.000,00	0,02	24,00	288,00
Mantequilla	g	660,00	0,01	3,83	45,94
Manzana verde	unidad	16,00	0,23	3,68	44,16
Nuez	g	980,00	0,02	21,95	263,42
Pan rallado	g	500,00	0,00	1,30	15,60
Papa	kg	4,00	0,56	2,24	26,88
Pasas	g	600,00	0,01	3,96	47,52
Pavo (pechuga)	kg	14,00	8,50	119,00	1.428,00
Perejil	g	200,00	0,00	0,62	7,44
Queso	g	500,00	0,01	2,80	33,60
Queso mascarpone	g	2.000,00	0,02	43,40	520,80
Queso mozzarella	g	800,00	0,00	3,44	41,28
Queso parmesano	g	1.800,00	0,01	24,12	289,44
Sal	g	440,00	0,00	0,53	6,34
Tomate	lb	8,00	0,41	3,28	39,36
Vinagre	ml	480,00	0,01	4,80	57,60
Vino blanco	ml	1.320,00	0,02	21,12	253,44
SUBTOTAL			10,74	406,14	4.873,68
NUMERO DE EVENTOS AL MES				1,00	
COSTO POR EVENTO				406,14	
PLAN INFANTIL					
Pan de hamburguesa	unidad	80,00	0,23	18,40	220,80
Carne molida	kg	12,00	5,10	61,20	734,40
Aceite	ml	2.000,00	0,00	5,26	63,12
Cebolla perla	g	1.800,00	0,00	1,58	19,01
Tomate	lb	8,00	0,41	3,28	39,36
Lechuga crespita	unidad	8,00	0,56	4,48	53,76
Especias comino	g	120,00	0,00	0,22	2,59
Ajo	unidad	32,00	0,10	3,20	38,40
Sal	g	240,00	0,00	0,29	3,46

Mayonesa	g	2.000,00	0,00	8,60	103,20
Salsa de tomate	ml	2.400,00	0,00	4,32	51,84
Vinagre	ml	240,00	0,01	2,40	28,80
SUBTOTAL			6,42	113,23	1.358,74
NUMERO DE EVENTOS AL MES				2,00	
COSTO POR EVENTO				56,61	
TOTAL MATERIA PRIMA				2.349,16	28.189,89
MANO DE OBRA					
Mano de obra directa					
PLAN PREMIUM	un	1,00	106,65	106,65	1.279,83
PLAN ESTANDAR	un	3,00	106,65	319,96	3.839,49
PLAN BASICO	un	4,00	106,65	426,61	5.119,32
PLAN INFANTIL	un	2,00	106,65	213,30	2.559,66
SUBTOTAL			426,61	1.066,52	12.798,29
Mano de obra indirecta (productos complementarios)					
PLAN PREMIUM	un	1,00	542,40	542,40	6.508,80
PLAN ESTANDAR	un	3,00	117,20	351,60	4.219,20
PLAN BASICO	un	4,00	89,60	358,40	4.300,80
PLAN INFANTIL	un	2,00	308,00	616,00	7.392,00
SUBTOTAL			1.057,20	1.868,40	22.420,80
TOTAL MANO DE OBRA				2.934,92	35.219,09
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN					
PLAN PREMIUM					
Agua	un	1,00	2,20	2,20	26,40
Luz	un	1,00	2,20	2,20	26,40
Depreciación	un	1,00	6,83	6,83	82,01
SUBTOTAL			11,23	11,23	134,81
PLAN ESTANDAR					
Agua	un	1,00	4,60	4,60	55,20
Luz	un	1,00	4,60	4,60	55,20
Depreciación	un	1,00	14,29	14,29	171,47
SUBTOTAL			23,49	23,49	281,87
PLAN BASICO					
Agua	un	1,00	9,20	9,20	110,40

Luz	un	1,00	9,20	9,20	110,40
Depreciación	un	1,00	28,58	28,58	342,93
SUBTOTAL			46,98	46,98	563,73
PLAN INFANTIL					
Agua	un	1,00	4,00	4,00	48,00
Luz	un	1,00	4,00	4,00	48,00
Depreciación	un	1,00	12,43	12,43	149,10
SUBTOTAL			20,43	20,43	245,10
TOTAL COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN				102,13	1.225,50
TOTALES			1.637,15	5.386,21	64.634,48

Fuente : el Autor - elaborado por : el Autor

b. Proyección de Costos

Para la proyección de costos, se aplica el porcentaje de inflación anual que es el 1,12%.

Tabla 44. Proyección de Costos

Porcentaje de Inflación anual - Diciembre 2016 1,12% - fuente INEC

DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	COSTOS		TOTAL AÑO 1	COSTOS		TOTAL AÑO 2	COSTOS		TOTAL AÑO 3	COSTOS		TOTAL AÑO 4	COSTOS		TOTAL AÑO 5
		FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES	
Materia prima	2.349,16		2.349,16	28.189,89		2.375,47	28.505,61		2.402,07	28.824,88		2.428,98	29.147,72		2.456,18	29.474,17
Mano de obra	2.934,92	2.934,92		35.219,09	2.967,80		35.613,54	3.001,03		36.012,42	3.034,65		36.415,75	3.068,63		36.823,61
Costos indirectos de fabricación	102,13	102,13	-	1.225,50	102,57	-	1.230,88	103,03	-	1.236,31	103,48	-	1.241,81	103,95	-	1.247,37
TOTALES	5.386,21	3.037,05	2.349,16	64.634,48	3.070,37	2.375,47	65.350,03	3.104,06	2.402,07	66.073,60	3.138,13	2.428,98	66.805,28	3.172,58	2.456,18	67.545,15

Fuente : el Autor - elaborado por : el Autor

c. Detalle de gastos

Tabla 45. Detalle de gastos

GASTOS DE ADMINISTRATIVOS					
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	FRECUENCIA MENSUAL DEL GASTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Sueldos (Administrador)	UN	513,03	1,00	513,03	6.156,36
Transporte	UN	20,00	1,00	20,00	240,00
Agua	UN	8,00	1,00	8,00	96,00
Luz	UN	10,00	1,00	10,00	120,00
Teléfono	UN	12,00	1,00	12,00	144,00
Internet	UN	20,00	1,00	20,00	240,00
Uniformes	UN	114,00	0,08	9,50	114,00
Depreciación	UN	1.705,67	0,08	142,14	1.705,67
Mantenimiento equipo de cómputo	UN	40,00	0,17	6,67	80,00
SUMINISTRO DE OFICINA					
Esfero	UN	0,25	3,00	0,75	9,00
Papel bond	RESMA	5,00	1,00	5,00	60,00
Grapadora	UN	2,00	0,08	0,17	2,00
Sacagrapa	UN	1,00	0,08	0,08	1,00
Perforadora	UN	2,00	0,08	0,17	2,00
Regla	UN	0,50	0,08	0,04	0,50
Tijera	UN	1,00	0,08	0,08	1,00
Resaltador	UN	1,00	1,00	1,00	12,00
Tinta para impresora	UN	6,00	1,00	6,00	72,00
SUMINISTROS DE ASEO					
Desinfectante	UN	5,00	1,00	5,00	60,00
Papel Higiénico industrial	UN	2,88	6,00	17,25	207,00
Jabón líquido	CANECA X 20LT	30,00	0,58	17,50	210,00
Dispensador de jabón líquido	UN	19,20	0,17	3,20	38,40
Escoba	UN	2,00	0,50	1,00	12,00
Trapeador	UN	54,00	0,08	4,50	54,00
Lavavajillas	CAJA 5KL	10,00	0,50	5,00	60,00
Limpiones	UN	1,35	1,00	1,35	16,20
Servilletas	UN	1,50	6,17	9,25	111,00
Malla protectora de cabello	UN	1,00	12,33	12,33	148,00
Guantes quirúrgicos	CAJA	5,00	0,17	0,83	10,00
Detergente	KL	12,00	0,75	9,00	108,00
Suavizante	GL	8,00	0,08	0,67	8,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS		2.613,37		841,51	10.098,12

GASTOS DE VENTAS

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	FRECUENCIA MENSUAL DEL GASTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Sueldos (Sistemas-Ventas/Mesero)	UN	553,94	1,00	553,94	6.647,25
Publicidad	UN	230,00	0,08	19,17	230,00
Transporte	UN	10,00	1,00	10,00	120,00
Cd's	UN	1,00	5,75	5,75	69,00
Uniformes	UN	24,00	0,08	2,00	24,00
				-	-
TOTAL GASTOS DE VENTAS		818,94		590,85	7.090,25

GASTOS FINANCIEROS

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	FRECUENCIA MENSUAL DEL GASTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Intereses	UN	236,85	1,00	236,85	2.842,19
Servicios Bancarios	UN	1,60	1,00	1,60	19,20
Chequera (100 cheques)	UN	30,00	0,17	5,00	60,00
				-	-
				-	-
TOTAL GASTOS FINANCIEROS		268,45		243,45	2.921,39

TOTAL GASTOS**1.675,81****20.109,76**

Fuente : el Autor - elaborado por : el Autor

d. Proyección de gastos

Tabla 46. Proyección de gastos

Porcentaje de Inflación anual - Diciembre 2016 1,12%

DESCRIPCIÓN	GASTO MENSUAL	GASTOS		TOTAL AÑO 1	GASTOS		TOTAL AÑO 2	GASTOS		TOTAL AÑO 3	GASTOS		TOTAL AÑO 4	GASTOS		TOTAL AÑO 5
		FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES	
Gastos administrativos	841,51	721,34	120,18	10.098,12	727,82	121,52	10.192,12	734,38	122,88	10.287,17	742,61	124,26	10.402,38	750,92	125,65	10.518,89
Gastos de ventas	590,85	590,85	-	7.090,25	597,47	-	7.169,66	604,16	-	7.249,96	610,93	-	7.331,16	617,77	-	7.413,27
Gastos financieros	243,45	243,45	-	2.921,39	6,67	-	2.343,18	6,75	-	1.771,80	6,82	-	1.200,43	6,90	-	629,07
TOTALES	1.675,81	1.555,64	120,18	20.109,76	1.331,97	121,52	19.704,96	1.345,29	122,88	19.308,93	1.360,36	124,26	18.933,97	1.375,60	125,65	18.561,23

Fuente : INEC - elaborado por : el Autor

MANO DE OBRA

Tabla 47. Rol de pagos producción

ROL DE PAGOS PRODUCCIÓN

SBU	375,00	OBSERVACIONES
IESS	9,45%	- Salarios tomados de la tabla emitida por el Ministerio de Trabajo, para el año 2017
PATRONAL	11,15%	
SECAP	0,50%	
IECE	0,50%	
VALOR HORA	3,00	

APELLIDOS Y NOMBRES	CARGO	CODIGO	INGRESOS			DESCUENTOS		TOTAL A PAGAR	
			SBU	OTROS	TOTAL	VIARIOS	IESS		TOTAL
ESPINOSA ESPINOSA FRAY DANNI	CHEF	002	380,00		380,00		35,91	35,91	344,09
ESPINOSA ESPINOSA MARCO LAUREANO	AYUDANTE DE COCINA	003	375,00		375,00		35,44	35,44	339,56
TOTALES			755,00	-	755,00	-	71,35	71,35	683,65

APELLIDOS Y NOMBRES	PATRONAL (11,15%)	SECAP (0,50%)	IECE (0,50%)	XIII	XIV	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL PROVISIONES
ESPINOSA ESPINOSA FRAY DANNI	42,37	1,90	1,90	31,67	31,25	31,67	15,83	156,59
ESPINOSA ESPINOSA MARCO LAUREANO	41,81	1,88	1,88	31,25	31,25	31,25	15,63	154,94
TOTAL								311,52

COSTO MANO DE OBRA	1.066,52
---------------------------	-----------------

Fuente : el Autor - elaborado por : el Autor

Tabla 48. Rol de pagos ventas

ROL DE PAGOS DE VENTAS

SBU	375,00	OBSERVACIONES
IESS	9,45%	- Salarios tomados de la tabla emitida por el Ministerio de Trabajo, para el año 2017.
PATRONAL	11,15%	
SECAP	0,50%	- Se contratará a los meseros por evento, no son personal de planta.
IECE	0,50%	
VALOR HORA	3,00	

APELLIDOS Y NOMBRES	CARGO	CODIGO	INGRESOS			DESCUENTOS			TOTAL A PAGAR
			SBU	OTROS	TOTAL	VARIOS	IESS	TOTAL	
ESPINOSA ESPINOSA VINICIO DARWIN	SISTEMAS/VENTAS	004	375,00		375,00		35,44	35,44	339,56
MESERO 1	MESERO 1	005		24,00	24,00			-	24,00
TOTALES			375,00	24,00	399,00	-	35,44	35,44	363,56

APELLIDOS Y NOMBRES	PATRONAL (11,15%)	SECAP (0,50%)	IECE (0,50%)	XIII	XIV	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL PROVISIONES
ESPINOSA ESPINOSA VINICIO DARWIN	41,81	1,88	1,88	31,25	31,25	31,25	15,63	154,94
TOTAL PROVISIONES								154,94

COSTO MANO DE OBRA	553,94
---------------------------	---------------

Fuente : el Autor - elaborado por : el Autor

Tabla 49. Rol de pagos Administración

ROL DE PAGOS ADMINISTRACIÓN

SBU	375,00	OBSERVACIONES - Salarios tomados de la tabla emitida por el Ministerio de Trabajo, para el año 2017.
IESS	9,45%	
PATRONAL	11,15%	
SECAP	0,50%	
IECE	0,50%	
VALOR HORA	3,00	

APELLIDOS Y NOMBRES	CARGO	CODIGO	INGRESOS			DESCUENTOS			TOTAL A PAGAR
			SBU	OTROS	TOTAL	VARIOS	IESS	TOTAL	
BRAVO NOBOA JULISSA DEL CARMEN	ADMINISTRADORA	001	390,00		390,00		36,86	36,86	353,15
TOTALES			390,00	-	390,00	-	36,86	36,86	353,15

APELLIDOS Y NOMBRES	PATRONAL (11,15%)	SECAP (0,50%)	IECE (0,50%)	XIII	XIV	FONDO DE RESERVA	VACACI ONES	TOTAL PROVISI ONES
BRAVO NOBOA JULISSA DEL CARMEN	43,49	1,95	1,95	32,50	31,25	32,50	16,25	159,89
TOTAL								159,89

Fuente : el Autor - elaborado por : el Autor

COSTO MANO DE OBRA	513,03
---------------------------	---------------

DEPRECIACIÓN

Tabla 50. Depreciación

DESCRIPCIÓN DEL BIEN	VIDA ÚTIL / AÑOS	VALOR	PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
EQUIPO DE COMPUTO				
Proyector	3	650,00	33,33%	216,67
Filmadora	3	700,00	33,33%	233,33
Pantalla	3	100,00	33,33%	33,33
Micrófonos	3	120,00	33,33%	40,00
Computador Portátil	3	700,00	33,33%	233,33
Pizarra	3	150,00	33,33%	50,00
Parlante amplificado	3	270,00	33,33%	90,00
Impresora	3	300,00	33,33%	100,00
TOTAL EQUIPO DE COMPUTO				996,67
MAQUINARIA Y EQUIPO				
AREA PRODUCCIÓN				
Horno	10	700,00	10%	70,00
Cocina industrial	10	150,00	10%	15,00
Refrigerador	10	1.000,00	10%	100,00
Licuadaora	10	90,00	10%	9,00
Microondas	10	175,00	10%	17,50
Parrilla	10	220,00	10%	22,00

Congelador	10	680,00	10%	68,00
Vitrina fría	10	600,00	10%	60,00
Pozo de lavado	10	370,00	10%	37,00
Set Ollas	10	2.870,00	10%	287,00
Set de cocina	10	600,00	10%	60,00
SUBTOTAL				745,50
AREA LOCAL				
Aire acondicionado	10	750,00	10%	75,00
Lavadora	10	600,00	10%	60,00
SUBTOTAL				135,00
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO				880,50
MUEBLES Y ENSERES				
Vajilla	10	3.000,00	10%	300,00
Cristalería	10	2.000,00	10%	200,00
Estanterías acero inoxidable	10	100,00	10%	10,00
Mesas	10	80,00	10%	8,00
Canceles	10	180,00	10%	18,00
Escritorio	10	250,00	10%	25,00
Archivador	10	130,00	10%	13,00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES				574,00

CONSTRUCCIÓN	20	32.000,00	5%	1.600,00
TOTAL				4.051,17

Fuente : el Autor - elaborado por : el Autor

PROYECCIÓN DEPRECIACIÓN

Tabla 51. Proyección depreciación

DESCRIPCIÓN DEL BIEN	VALOR INICIAL	VALOR DEPRECIACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Total equipo de computo			996,67	996,67	996,67		
Total maquinaria y equipo			880,50	880,50	880,50	880,50	880,50
Total muebles y enseres			574,00	574,00	574,00	574,00	574,00
Construcción	32.000,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00
TOTAL			4.051,17	4.051,17	4.051,17	3.054,50	3.054,50

Fuente : el Autor - elaborado por : el Autor

5.4 Cálculo de ingresos

Tabla 52. Calculo de ingresos

PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO MENSUAL	MARGEN DE UTILIDAD		INGRESOS MENSUALES				UNIDADES PRODUCIDAS	PRECIO DE VENTA UNITARIO
			%	\$	INGRESOS MENSUALES	INGRESOS POR DESCORCHE	INGRESO S POR FILMACI ON EDITADA	TOTAL INGRESOS MENSUALES		
Plan Premium	UN	1.066,43	60%	639,86	1.706,28			1.706,28	1,00	1.706,28
Plan estándar	UN	572,93	60%	343,76	916,69	84,00	30,00	1.030,69	3,00	3.092,07
Plan básico	UN	456,48	60%	273,89	730,38	84,00	30,00	844,38	4,00	3.377,50
Plan infantil	UN	491,69	60%	295,01	786,71			786,71	2,00	1.573,41
TOTALES		2.587,53			4.140,05				10,00	9.749,27

Fuente : el Autor - elaborado por : el Autor

PROYECCIÓN DE INGRESOS

Tabla 53. Proyección de Ingresos

Porcentaje de Inflación anual - Diciembre 2016 1,12%

PRODUCTOS	CANT.	PRECIO UNITARIO	TOTAL AÑO 1	CANT.	PRECIO UNITARIO	TOTAL AÑO 2	CANT.	PRECIO UNITARIO	TOTAL AÑO 3	CANT.	PRECIO UNITARIO	TOTAL AÑO 4	CANT.	PRECIO UNITARIO	TOTAL AÑO 5
Plan Premium	12	1.706,28	20.475,38	12,13	1.725,39	20.936,59	12,27	1.744,72	21.408,20	12,41	1.764,26	21.890,43	12,55	1.784,02	22.383,52
Plan Estándar	36	1.030,69	37.104,87	36,40	1.042,23	37.940,67	36,81	1.053,91	38.795,30	37,22	1.065,71	39.669,18	37,64	1.077,65	40.562,75
Plan Básico	48	844,38	40.530,00	48,54	853,83	41.442,96	49,08	863,39	42.376,48	49,63	873,06	43.331,03	50,19	882,84	44.307,08
Plan Infantil	24	786,71	18.880,95	24,27	795,52	19.306,25	24,54	804,43	19.741,13	24,82	813,44	20.185,81	25,09	822,55	20.640,51
TOTALES			116.991,20			119.626,47			122.321,11			125.076,45			127.893,85

Fuente : el Autor - elaborado por : el Autor

5.5 Flujo de caja

Tabla 54. Flujo de caja

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A. INGRESOS OPERACIONALES						
Recursos propios	43.000,00					
Recuperación por ventas		116.991,20	119.626,47	122.321,11	125.076,45	127.893,85
Recursos de terceros	27.722,07					
SUBTOTAL	70.722,07	116.991,20	119.626,47	122.321,11	125.076,45	127.893,85
B. EGRESOS OPERACIONALES						
Pago a proveedores		28.189,89	28.505,61	28.824,88	29.147,72	29.474,17
Mano de obra directa	-	12.798,29	12.941,63	13.086,58	13.233,15	13.381,36
Mano de obra indirecta	-	22.420,80	22.671,91	22.925,84	23.182,61	23.442,25
Gastos de ventas	-	7.090,25	7.169,66	7.249,96	7.331,16	7.413,27
Gastos de administración	-	10.098,12	10.192,12	10.287,17	10.402,38	10.518,89
Costos indirectos de fabricación	-	1.225,50	1.230,88	1.236,31	1.241,81	1.247,37
SUBTOTAL	-	81.822,85	82.711,81	83.610,73	84.538,82	85.477,31
C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)	70.722,07	35.168,35	36.914,66	38.710,38	40.537,63	42.416,54

D. INGRESOS NO OPERACIONALES -

E. EGRESOS NO OPERACIONALES	65.874,00	15.043,14	15.109,09	15.193,69	15.287,03	15.394,70
------------------------------------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

Inversión aplicada	65.874,00					
Pago de intereses	-	2.842,19	2.263,09	1.690,82	1.118,54	546,26
Pago de créditos a largo plazo	-	5.544,41	5.544,41	5.544,41	5.544,41	5.544,41
Pago de participación de utilidades	-	4.837,04	5.185,72	5.540,79	5.900,58	6.268,12
Pago de impuestos	-	1.819,49	2.115,86	2.417,67	2.723,49	3.035,90

F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	65.874,00	15.043,14	15.109,09	15.193,69	15.287,03	15.394,70
--------------------------------------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

+ DEPRECIACIÓN		4.051,17	4.051,17	4.051,17	3.054,50	3.054,50
-----------------------	--	----------	----------	----------	----------	----------

G. FLUJO NETO GENERADO (C-F+DEP)	4.848,07	24.176,38	25.856,73	27.567,86	28.305,10	30.076,34
---	----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

H. SALDO INICIAL DE CAJA		4.848,07	29.024,45	54.881,18	82.449,04	110.754,14
---------------------------------	--	----------	-----------	-----------	-----------	------------

I. SALDO FINAL DE CAJA (G+H)	4.848,07	29.024,45	54.881,18	82.449,04	110.754,14	140.830,49
-------------------------------------	----------	-----------	-----------	-----------	------------	------------

Fuente : el Autor - elaborado por : el Autor

5.6 Punto de equilibrio

“El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los ingresos. Si los costos de una empresa sólo fueran variables, no existiría problema para calcular el punto de equilibrio.

El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.

En primer lugar hay que mencionar que ésta no es una técnica para evaluar la rentabilidad de una inversión, sino que sólo es una importante referencia a tomar en cuenta”. (Baca, Evaluación de Proyectos, 2010, p.148)

Costos fijos	55.112,25
Costos variables	29.631,99
Costos totales	84.744,24
Ingresos totales	116.991,20
Número unidades	120,00
Precio unitario de venta	974,93

Descripción	Costo fijo	Costo Variable	Costo Total
Detalle de costos	36.444,59	28.189,89	64.634,48
Gastos de Administración	8.656,02	1.442,10	10.098,12
Gastos de Ventas	7.090,25	0,00	7.090,25
Gastos Financieros	2.921,39	0,00	2.921,39
SUMAN	55.112,25	29.631,99	84.744,24

PUNTO DE EQUILIBRIO EN VALORES MONETARIOS

Punto de Equilibrio \$ = Costo fijo / (1 - (Costo variable/Ingresos de venta))

$$P.E. \$ = \frac{C.F}{1 - \frac{C.V}{I.V}}$$

$$P.E. \$ = 55.112,25 \quad 0,75$$

$$P.E. \$ = 73.806,17 \text{ USD en ventas al año}$$

$$6.150,51 \text{ USD en ventas mensuales}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES VENDIDAS

Punto de Equilibrio U = Costos Fijos / (Precio de venta unitario - Costo variable unitario)

$$P.E.U = \frac{C.F}{P.V.U - C.V.U}$$

$$P.E. u = 55.112,25 \quad 727,99$$

$$P.E. u = 76 \text{ unidades vendidas al año}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN PORCENTAJE DE PRODUCCIÓN

Punto de Equilibrio % = Punto de Equilibrio \$ * 100 / Ingresos Totales

$$P.E.\% = \frac{P.E.\$ * 100}{I.T}$$

$$\% P.E. = 73.806,17 * 100 / 116.991,20$$

$$\% P.E. = 63,09\%$$

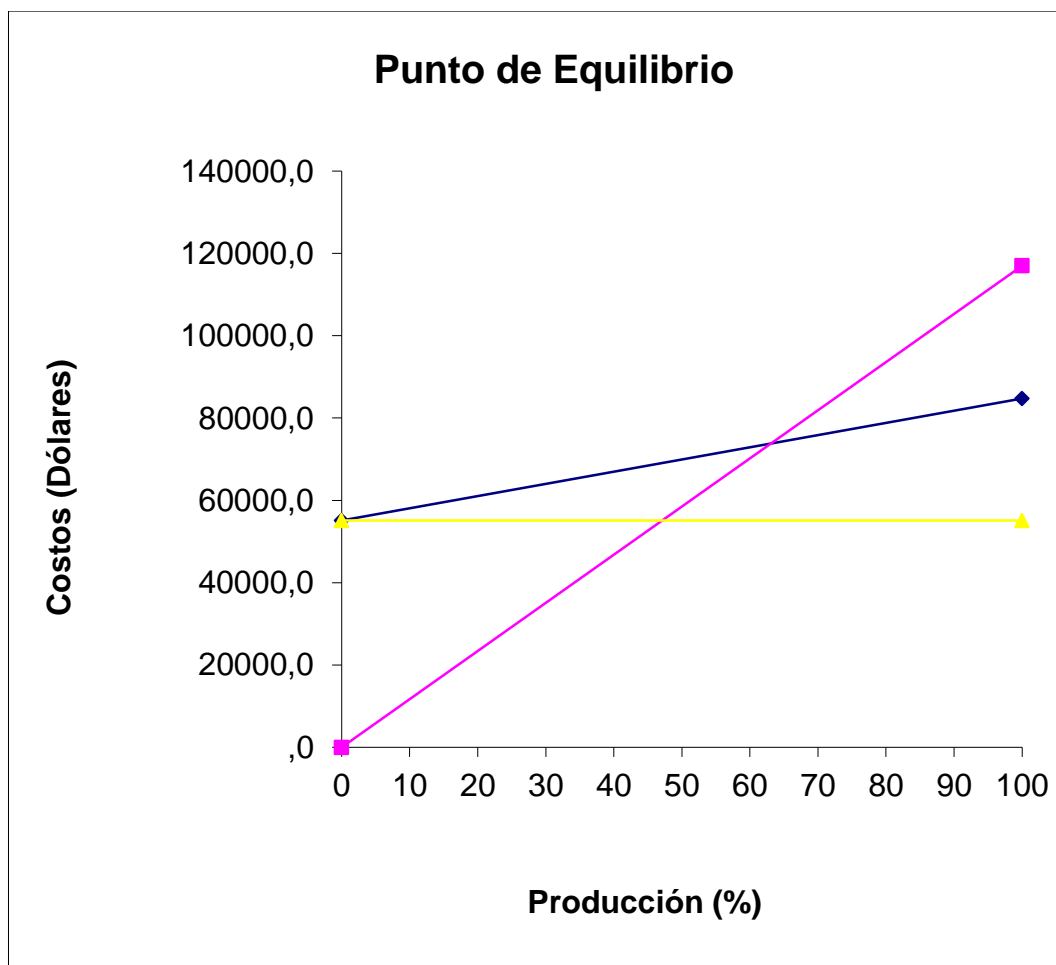


Gráfico 28 - Fuente: encuesta - elaborado por : el Autor

5.7 Estado de resultados proyectado

“La finalidad del análisis del estado de resultados o de pérdidas y ganancias es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de la operación de la planta, y que se obtienen restando a los ingresos todos los costos en que incurra la planta y los impuestos que deba pagar. Esta definición no es muy completa, pues habrá que aclarar que los ingresos pueden provenir de fuentes externas e internas y no sólo de la venta de los productos”. (Baca, Evaluación de proyectos, 2010, p.150)

Tabla 55. Estado de resultados proyectado

DESCRIPCIÓN	2017	2018	2019	2020	2021
Ingresos por ventas	116.991,20	119.626,47	122.321,11	125.076,45	127.893,85
(-) Costo de Ventas	(64.634,48)	(65.350,03)	(66.073,60)	(66.805,28)	(67.545,15)
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	52.356,72	54.276,44	56.247,51	58.271,17	60.348,70
(-) Gastos de ventas	(7.090,25)	(7.169,66)	(7.249,96)	(7.331,16)	(7.413,27)
(=) UTILIDAD NETA EN VENTAS	45.266,47	47.106,78	48.997,55	50.940,01	52.935,43
(-) Gastos administrativos	(10.098,12)	(10.192,12)	(10.287,17)	(10.402,38)	(10.518,89)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	35.168,35	36.914,66	38.710,38	40.537,63	42.416,54
(-) Gastos financieros	(2.921,39)	(2.343,18)	(1.771,80)	(1.200,43)	(629,07)
(+) Otros ingresos					
(-) Otros Egresos					
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	32.246,95	34.571,48	36.938,58	39.337,20	41.787,47
(-) 15% Participación trabajadores	4.837,04	5.185,72	5.540,79	5.900,58	6.268,12
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	27.409,91	29.385,76	31.397,79	33.436,62	35.519,35
(-) Impuesto a la renta	(1.819,49)	(2.115,86)	(2.417,67)	(2.723,49)	(3.035,90)
(=) UTILIDAD PÉRDIDA DEL EJERCICIO	25.590,42	27.269,90	28.980,12	30.713,12	32.483,45

Fuente : el Autor - elaborado por : el Autor

5.8 Evaluación financiera

Tabla 56. Evaluación financiera

F. FLUJO NO OPERACIONAL	65.874,00	15.043,14	15.109,09	15.193,69	15.287,03	15.394,70
+ DEPRECIACIÓN	4.051,17	4.051,17	4.051,17	3.054,50	3.054,50	
G. FLUJO NETO GENERADO	4.848,07	24.176,38	25.856,73	27.567,86	28.305,10	30.076,34
H. SALDO INICIAL DE CAJA	-	4.848,07	29.024,45	54.881,18	82.449,04	110.754,14

Fuente : el Autor - elaborado por : el Autor

FORMULACION DE DATOS	
n	5 años
i	6,29% tasa de interés
INVERSION INICIAL	70.722,07

Valor Actual Neto (VAN)

“Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”. (Baca, Evaluación de proyectos, 2010, p.182)

VAN	\$ 39.722,78
------------	---------------------

Tasa Interna de Rendimiento (TIR)

“Es la tasa de descuento por la cual el VAN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”. (Baca, Evaluación de proyectos, 2010, p.184)

TIR	25%
------------	------------

Relación Beneficio/Costo

“Compara de forma directa los beneficios y los costos. Para calcular la relación (B/C), primero se halla la suma de los beneficios descontados, traídos al presente, y se divide sobre la suma de los costos también descontados”. (<http://www.gestiopolis.com>)

Tabla 57. Beneficio costo

BENEFICIO COSTO		
	INGRESOS	COSTOS+GASTOS
	116.991,20	84.744,24
	119.626,47	85.054,99
	122.321,11	85.382,53
	125.076,45	85.739,25
	127.893,85	86.106,38
INGRESOS ACTUALIZADOS		\$ 510.114,60
COSTOS ACTUALIZADOS		\$ 356.783,33
COSTOS ACTUALIZADOS + MAS INVERSION		286.061,26
INGRESOS ACTUALIZADOS/COSTOS ACTUALIZADOS MAS INVERSION		1,78

Fuente : el Autor - elaborado por : el Autor

Periodo de Recuperación

“El periodo de recuperación se define como el número esperado de años que se requieren para que se recupere una inversión original. El proceso es muy sencillo, se suman los flujos futuros de efectivo de cada año hasta que el costo inicial del proyecto de capital quede por lo menos cubierto”. (<http://finanzasieptimo.blogspot.com/2010>)

Tabla 58. Período de recuperación

PERIODO DE RECUPERACION			
FLUJO ACUMULADO	AÑO 1	\$ 22.746,08	(\$ 47.976,00)
	AÑO 2	\$ 22.887,81	(\$ 25.088,19)
	AÑO 3	\$ 22.958,79	(\$ 2.129,40)
	AÑO 4	\$ 22.178,18	\$ 20.048,78
	AÑO 5	\$ 22.171,82	\$ 42.220,60
INVERSION INICIAL		(70.722,07)	
ULTIMO FLUJO (año 1)		25.856,73	
POR RECUPERAR (INV INI-ULT FL)		(96.578,81)	
PR = POR RECUPERAR/ULTIMO FLUJO		(3,74)	años

Fuente : el Autor - elaborado por : el Autor

Tasa de interés pasiva (Diciembre - 2016)	5,12%
Tasa de interés activa (Diciembre - 2016)	8,10%

TASA DE DESCUENTO	VALOR	ESTRUCTURA	COSTO	PONDERACION	
RECURSOS PROPIOS	43.000,00	60,80%	5,12%	3,11%	
PRESTAMO BANCARIO	27.722,07	39,20%	8,10%	3,18%	
TOTAL	70.722,07	100%		6,29%	TMAR

5.9 Conclusiones de la evaluación económica

- El presente proyecto ha requerido de una extensa recopilación de información, manejo y análisis de la misma, generando su evaluación económica.
- El Estudio de Mercado ha permitido identificar la oferta y demanda existentes, de servicios que prestan los locales de eventos y los productos que se ofertan.
- El Estudio de Producción determina claramente los procesos a seguir, denotando planificación y óptima organización.
- Una vez realizados los análisis correspondientes, constituyen de fácil interpretación los resultados obtenidos, tales como; el valor actual neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR), el Periodo de Recuperación y la Relación Beneficio/Costo, indicadores que facilitan la toma de decisiones, que para este caso se enfocan en la factibilidad financiera del proyecto.
- El proyecto propuesto obtuvo en dichos indicadores resultados favorables; por un lado el Valor Actual Neto es positivo, lo cual nos indica que el proyecto puede dar una tasa mayor a la establecida. La Tasa Interna de Retorno indica que el proyecto es capaz de ofrecer una tasa del 25%. La relación Beneficio/Costo es mayor a 1, lo que significa que los ingresos netos son superiores a los egresos netos, generando beneficio al proyecto. Claramente se establece que el Periodo de Recuperación con respecto a la inversión inicial

mediante los flujos de caja es de 3,74 años, lo que genera un riesgo menor en la ejecución del proyecto.

- Los resultados obtenidos satisfacen los requerimientos del inversionista y su permanencia en el mercado, determinándose así la viabilidad del proyecto.

La viabilidad del proyecto se establece en la tabla de resultados para su evaluación:

Tabla 59. Evaluación del proyecto

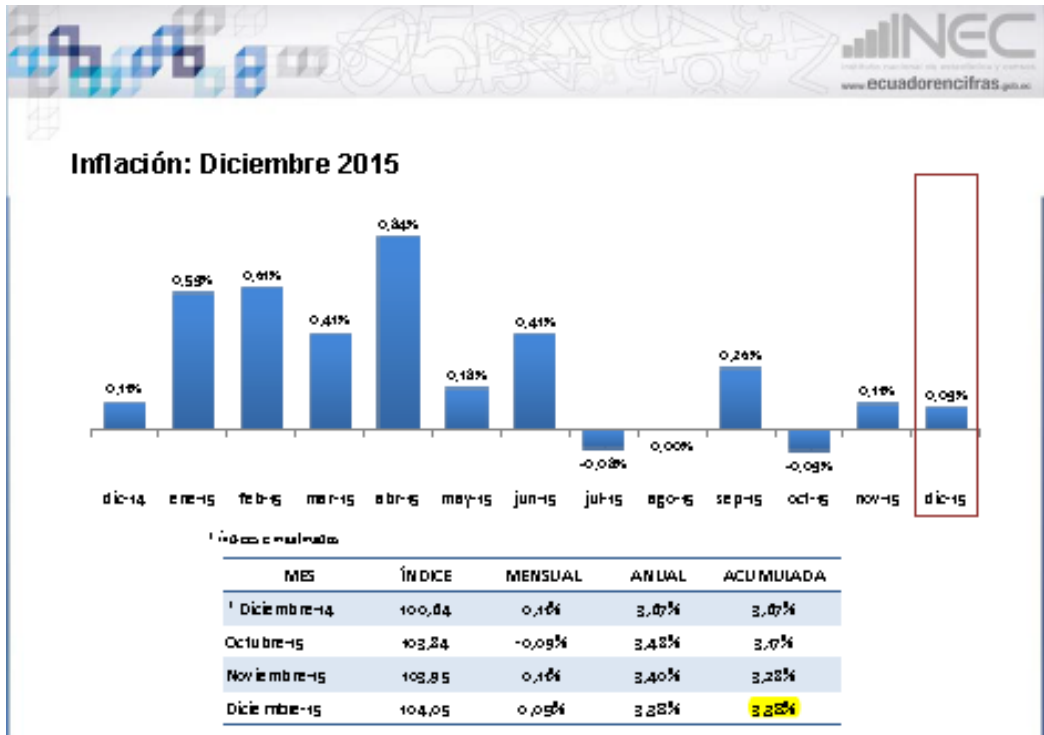
**TABLA DE RESULTADOS
PARA LA EVALUACION DEL PROYECTO**

TASA INTERNA DE RETORNO	25%
VALOR ACTUAL NETO	\$ 39.722,78
RELACION BENEFICIO/COSTO	1,78
PERIODO DE RECUPERACION	3,74

Fuente : el Autor - elaborado por : el Autor

ANEXOS

ANEXO 1



ANEXO 2

ENCUESTA

1. ¿Usted ha contratado anteriormente una empresa que brinde el servicio de eventos sociales?

Si _____ No _____

Nombre las utilizadas.....

2. ¿Cómo califica el servicio proporcionado?

Excelente _____ Bueno _____ Regular _____ Malo _____

Que no le gustó.....

Que le gustó.....

3. Seleccione el rango de su ingreso promedio?

- 300 – 500 ()
- 501 – 700 ()
- 701-1000 ()
- 1001- en adelante ()

4. ¿Qué tipo de expectativa debería cubrir la empresa de eventos?. Escoja una o más

- Capacidad del local ()
- Infraestructura:
 - Local de eventos ()
 - Canchas ()
 - Piscina ()
 - Área infantil ()
 - Espacios verdes ()
- Iluminación ()

- Mensaje de local ()

5. ¿Le interesaría que exista en el mercado una nueva empresa de eventos sociales que presente nuevas y variadas opciones que se ajusten a sus necesidades?

Si _____ No _____

6. ¿Qué le gustaría que esta empresa ofrezca a diferencia de la competencia que ya existe en el mercado?. Escoja una o más

- Exclusividad ()
- Visita puerta a puerta para contrataciones ()
- Servicio de Transporte ()

7. ¿Escoja el o los medios de comunicación en los que usted se informa para conocer sobre empresas que brinden servicios de eventos sociales?

- Televisión ()
- Radio ()
- Internet ()
- Prensa ()
- Referidos ()
- Directorio telefónico ()
- Otros (especifique).....

8. ¿Cuál es para usted el sector más adecuado para que se encuentren ubicadas las oficinas de esta empresa, en el cantón Archidona, provincia de Napo. Escoja una opción

- Centro ()
- Periférico ()

9. ¿En qué ocasión contrataría este tipo de servicio?

- Boda ()
- Bautizo ()
- 15 años ()

- Cumpleaños ()
- Primera comunión ()
- Evento Institucional ()
- Otros (especifique).....

10. ¿Qué paquete le agradecería tomar para su evento?

- Premium ()
- Estándar ()
- Económico ()

ANEXO 3

mercado libre

Regístrate Ingresar Vender

Archivadores Metalicos De 3 Y 4 Gavetas Muebles De Oficina **Me gusta**

Nuevo



U\$S 130⁰⁰

Pago a acordar con el vendedor
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Pedro Moncayo, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

¡Único disponible!

Comprar   

mercado libre

Regístrate Ingresar Vender

También puede interesarte: escritorio, juego comedor, lavadoras, cocinas.

Volver al listado | Hogar y Muebles > Electrodomésticos > Refrigeradoras

Publicación #409796375 [Denunciar](#) | [Vender uno igual](#)

Congelador Enfriador Horizontal De 15 Pies Smcgg15hb 420 Lit **Me gusta**

Nuevo 2 vendidos



U\$S 679⁰⁰

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)


Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Cantidad: **Comprar**   

mercado libre

Refrigerador Panasonic Nr-bt48pv1wc Inverter -2p Blanca-17 [Me gusta](#)

Nuevo



U\$S 1.221⁰⁰

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Cantidad: - 1 + [Comprar](#) [Me gusta](#) [Compartir](#) [Comentarios](#)

mercado libre

Silla Oficina Ejecutivo Secretaria Giratoria Ergonomica [Me gusta](#)

Nuevo 11 vendidos



U\$S 99⁰⁰

Finaliza en 1 d 8 h

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Cantidad: - 1 + [Comprar](#) [Me gusta](#) [Compartir](#) [Comentarios](#)

BIBLIOGRAFIA

- Ámez, F. (2002). *Diccionario de Contabilidad y Finanzas*. Madrid: Cultural S.A.
- Armstrong, K. &. (2012). *Marketing*. Naucalpan de Juárez: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- Baca, G. (2001). *Evaluación de proyectos*. México: McGRAW-HILL.
- Baca, G. (2001). *Evaluación de Proyectos*. México: McGRAW-HILL.
- Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. México: Mc Graw Hill.
- Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. México: Mc Graw Hill.
- Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. México: Mc Graw Hill.
- Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. México: Ma Graw Hill.
- Baca, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: Ma Graw Hill 6ta. edición.
- Espinosa, R. (<http://robertoepinosa.es>, 2012). *Estrategia, Marketing*.
- Fernando, Á. (2002). *Diccionario de Contabilidad y Finanzas*. Madrid: Cultural S.A.
- <http://deconceptos.com/informatica/menu>. (s.f.).
- <http://finanzasieptimo.blogspot.com/2010>. (s.f.).
- <http://finanzasieptimo.blogspot.com/2010/11/periodo-de-recuperacion.html>. (s.f.).
- http://galeon.com/cvirtualjr/empres_cont/pers_nat.html. (s.f.).
- <http://www.gestiopolis.com>. (s.f.).
- finanzasieptimo.blogspot.com/2010/11/periodo-de-recuperacion.html. (s.f.).
- Monferrer, D. (2013). *Fundamentos de Marketing*. Castellón de la Plana: Universidad Jaime I.
- Reinoso, V. (1986). *El proceso administrativo y su aplicación en las empresas*. Quito: Pedagógica "Freire".
- http://galeon.com/cvirtualjr/empres_cont/pers_nat.html. (s.f.).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. México: Pearson Educación.
- Monferrer Tirado, D. (2013). *Funadmentos de Marketing*. Panamá: Publicacions de la Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions.