



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
HOTELERAS Y TURÍSTICAS**

**TÍTULO:
INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
HOTELERAS Y TURÍSTICAS BILINGÜE**

**AUTOR:
Colombo León, Giancarlo Piero**

**PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA CASA
PARA EVENTOS Y BANQUETES EN EL CANTÓN GENERAL
VILLAMIL PLAYAS, QUE FOMENTE EL DESARROLLO
ECONÓMICO DE LA LOCALIDAD**

**TUTORA:
Mgs. Vera Salas, Laura Guadalupe**

**Guayaquil, Ecuador
2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
HOTELERAS Y TURÍSTICAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Giancarlo Piero Colombo León**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniería en Administración de Empresas Hoteleras y Turísticas**.

TUTORA

Mgs. Laura Guadalupe Vera Salas

REVISORES

Mgs. Said Diez Farhat

Mgs. Alicia Calderón Gallegos

DIRECTORA DE LA CARRERA

Mgs. María Belén Salazar Raymond

Guayaquil, a los 31 días del mes de enero del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
HOTELERAS Y TURÍSTICAS BILINGÜE**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Giancarlo Piero Colombo León

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Propuesta para la implementación de una casa para eventos y banquetes en el cantón General Villamil, Playas que fomente el desarrollo económico de la localidad**, previa a la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Hoteleras y Turísticas Bilingüe**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 31 días del mes de enero del año 2014

EL AUTOR

Giancarlo Piero Colombo León



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
HOTELERAS Y TURÍSTICAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, Giancarlo Piero Colombo León

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Propuesta para la implementación de una casa para eventos y banquetes en el cantón General Villamil, Playas que fomente el desarrollo económico de la localidad** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 31 días del mes de enero del año 2014

EL AUTOR

Giancarlo Piero Colombo León

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Católica por formarme profesionalmente, a mis abuelos Gastón y Mercedes, por ser un apoyo económico a lo largo de mi vida estudiantil, a mis padres William y Yadira, a mi tío Marlon, a mi hermano Gabriel y a Jessica Pinoargotty quienes han sido un apoyo emocional a lo largo de todos estos años en mi vida personal, al Sr. Gerardo Valenzuela, por su guía para conocer más sobre el negocio de los eventos y banquetes, y a mi tutora, la Magister Laura Vera, quien ha sido una excelente maestra desde los semestres cursados.

A todos ustedes, que Dios los bendiga siempre.

Giancarlo Colombo

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mi madre Yadira León y a mi abuela Mercedes Jurado.

Giancarlo Colombo

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	XVII
ABSTRACT	XVIII
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I.....	2
1.1 JUSTIFICACIÓN	2
1.2 ANTECEDENTES.....	4
1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	6
1.4. OBJETIVOS	7
1.4.1 OBJETIVO GENERAL.....	7
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	7
1.5 FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS	7
1.6 DELIMITACIÓN ESPACIAL	7
1.7 DELIMITACIÓN DE TIEMPO.....	7
1.8 CONTRIBUCIÓN POTENCIAL DE ESTUDIO	8
CAPITULO II.....	9
MARCO CONTEXTUAL.....	9
2.1 MARCO TEÓRICO.....	9
2.2 MARCO REFERENCIAL	11
2.3 MARCO CONCEPTUAL.....	12
2.4 MARCO LEGAL.....	13

2.4.1 CATEGORIZACIÓN	13
2.4.2 REQUISITOS DE CONSTITUCIÓN.....	14
2.4.3 PLAN NACIONAL PARA EL BUEN VIVIR (2013-2017).....	18
2.4.4 CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR	19
2.4.5 LEY DE TURISMO.....	22
CAPITULO III.....	26
3.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	26
3.2 MÉTODO HISTÓRICO	26
3.3 MÉTODO EMPÍRICO	26
3.4 MÉTODO DEDUCTIVO – INDUCTIVO	27
3.5 MÉTODO DE MEDICIÓN.....	27
3.5.1 MEDICIÓN ESTADÍSTICA.....	27
3.6 TÉCNICAS.....	27
3.7 ENTREVISTA A GERARDO VALENZUELA	28
3.8 CALCULO DE LA MUESTRA	30
3.9 DIAGRAMA DE GANTT	31
CAPITULO IV	32
4.1 ANALIZAR LAS TENDENCIAS DE MERCADO QUE PERMITAN DEFINIR LOS GUSTOS Y PREFERENCIAS DE LOS POTENCIALES CLIENTES	32
4.1.1 PREGUNTA 1	32
4.1.2 PREGUNTA 2	33
4.1.3 PREGUNTA 3	34

4.1.4 PREGUNTA 4	35
4.1.5 PREGUNTA 5	36
4.1.6 PREGUNTA 6	37
4.1.7 PREGUNTA 7	38
4.1.8 PREGUNTA 8	39
4.1.9 PREGUNTA 9	40
4.1.10 PREGUNTA 10	41
4.2 ANÁLISIS PEST-A	42
4.3 ANÁLISIS PORTER.....	45
4.4 ANÁLISIS FODA.....	47
4.5 ADMINISTRACIÓN EFICAZ Y BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES.....	48
4.6 MARKETING MIX	50
4.6.1 PRODUCTO	50
4.6.1.1 MESA PARA 8 PERSONA.....	51
4.6.1.2 SILLAS TIFFANY	52
4.6.2 PRECIO	52
4.6.3 PLAZA.....	53
4.6.4 PROMOCIÓN.....	53
4.7 MISIÓN.....	54
4.8 VISIÓN	54
4.9 LOGO	55
4.10 SLOGAN	55

4.11 DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO	56
4.12 EVALUACIÓN DE IMPACTOS.....	58
CAPITULO V.....	60
DEFINIR LA ESTRUCTURA OPERATIVA ÓPTIMA DE LA EMPRESA QUE PERMITA MAXIMIZAR LAS GANANCIAS Y FOMENTE EL DESARROLLO ECONÓMICO DE LOS HABITANTES DEL CANTÓN.	60
5.1 ORGANIGRAMA	60
5.2 DESCRIPCIÓN DEL PERSONAL.....	61
5.2.1 PERSONAL FIJO	61
5.2.2 PERSONAL EVENTUAL.....	63
CAPITULO VI.....	64
ANALIZAR LA FACTIBILIDAD Y VIABILIDAD FINANCIERA DE LLEVAR A CABO EL PROYECTO Y LA RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.	64
6.1 CICLO PRODUCTIVO Y VENTAS	64
6.2 COSTOS FIJOS.....	64
6.3 INVERSIÓN INICIAL	66
6.4 BALANCE INICIAL	67
6.5 MENÚ 1	68
6.6 MENÚ 2	69
6.7 PROYECCIÓN DE INGRESOS DEL PRIMER AÑO	71
6.8 FLUJO DE CAJA DEL PRIMER AÑO.....	72

6.9 PROYECCIÓN DE INGRESOS DEL SEGUNDO AÑO	73
6.10 FLUJO DE CAJA DEL SEGUNDO AÑO	74
6.11 PROYECCIÓN DE INGRESOS DEL TERCER AÑO	75
6.12 FLUJO DE CAJA DEL TERCER AÑO	76
6.13 PROYECCIÓN DE INGRESOS DEL CUARTO AÑO	77
6.14 FLUJO DE CAJA DEL CUARTO AÑO	78
6.15 PROYECCIÓN DE INGRESOS DEL QUINTO AÑO	79
6.16 FLUJO DE CAJA DEL QUINTO AÑO	80
6.17 INGRESOS POR AÑOS	81
6.18 ESTADO DE RESULTADO POR AÑOS	81
6.19 FLUJO DE CAJA POR AÑOS	81
6.20 VALOR ACTUAL NETO	82
6.21 TASA INTERNA DE RETORNO	82
6.23 RATIO BENEFICIO	84
6.24 PERIODO DE RECUPERACIÓN	85
6.25 PUNTO DE EQUILIBRIO	85
CONCLUSIONES	86
BIBLIOGRAFÍA	88
ANEXOS	90
MODELO DE LA ENCUESTA	90

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 DIAGRAMA DE GANTT	31
TABLA 2 RESULTADOS PREGUNTA 1	32
TABLA 3 RESULTADOS PREGUNTA 2	33
TABLA 4 RESULTADOS PREGUNTA 3	34
TABLA 5 RESULTADOS PREGUNTA 4	35
TABLA 6 RESULTADOS PREGUNTA 5	36
TABLA 7 RESULTADOS PREGUNTA 6	37
TABLA 8 RESULTADOS PREGUNTA 7	38
TABLA 9 RESULTADOS PREGUNTA 8	39
TABLA 10 RESULTADOS PREGUNTA 9.....	40
TABLA 11 RESULTADOS PREGUNTA 10.....	41
TABLA 12 COSTOS FIJOS: RECURSO HUMANO	64
TABLA 13 COSTOS FIJOS: SERVICIOS EXTERNOS.....	65
TABLA 14 INVERSIÓN INICIAL	66
TABLA 15 BALANCE INICIAL	67
TABLA 16 COSTO DE ELABORACIÓN DE ENTRADA 1	68
TABLA 17 COSTO DE ELABORACIÓN DE PLATO FUERTE 1.....	68
TABLA 18 COSTO DE ELABORACIÓN DE MENU 1	69
TABLA 19 COSTO DE ELABORACIÓN DE ENTRADA 2	69
TABLA 20 COSTO DE ELABORACIÓN DE PLATO FUERTE 2.....	70
TABLA 21 COSTO DE ELABORACIÓN DE MENÚ 2.....	70
TABLA 22 PROYECCIÓN DE INGRESOS DEL PRIMER AÑO	71

TABLA 23 FLUJO DE CAJA DEL PRIMER AÑO.....	72
TABLA 24 PROYECCION DE INGRESOS DEL SEGUNDO AÑO	73
TABLA 25 FLUJO DE CAJA DEL SEGUNDO AÑO	74
TABLA 26 PROYECCIÓN DE INGRESOS DEL TERCER AÑO.....	75
TABLA 27 FLUJO DE CAJA DEL TERCER AÑO	76
TABLA 28 PROYECCIÓN DE INGRESOS DEL CUARTO AÑO.....	77
TABLA 29 FLUJO DE CAJA DEL CUARTO AÑO	78
TABLA 30 PROYECCIÓN DE INGRESOS DEL QUINTO AÑO.....	79
TABLA 31 FLUJO DE CAJA DEL QUINTO AÑO	80
TABLA 32 INGRESOS POR AÑOS.....	81
TABLA 33 UTILIDAD NETA POR AÑOS.....	81
TABLA 34 FLUJO DE CAJA POR AÑOS	81
TABLA 35 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD EN FUNCIÓN A LA TASA DE DESCUENTO.....	82
TABLA 36 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD EN FUNCIÓN A PRECIOS DE VENTA VARIABLES DURANTE LOS CINCO AÑOS.....	83
TABLA 37 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD EN FUNCIÓN A PRECIOS DE VENTA FIJOS DURANTE LOS CINCO AÑOS	83
TABLA 38 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD EN FUNCIÓN A PRECIOS MÁS ECONÓMICOS	84
TABLA 39 RATIO BENEFICIO	84
TABLA 40 PERIODO DE RECUPERACIÓN	85

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: ENTREVISTA A GERARDO VALENZUELA	28
GRÁFICO 2 DIAGRAMA DE GANTT	31
GRÁFICO 3 RESULTADOS PREGUNTA 1.....	32
GRÁFICO 4 RESULTADOS PREGUNTA 2.....	33
GRÁFICO 5 RESULTADOS PREGUNTA 3.....	34
GRÁFICO 6 RESULTADOS PREGUNTA 4.....	35
GRÁFICO 7 RESULTADOS PREGUNTA 5.....	36
GRÁFICO 8 RESULTADOS PREGUNTA 6.....	37
GRÁFICO 9 RESULTADOS PREGUNTA 7.....	38
GRÁFICO 10 RESULTADOS PREGUNTA 8	39
GRÁFICO 11 RESULTADOS PREGUNTA 9	40
GRÁFICO 12 RESULTADOS PREGUNTA 10	41
GRÁFICO 13 ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA EN ECUADOR	43
GRÁFICO 14 ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA	44
GRÁFICO 15 HABITANTES CON ACCESO A INTERNET	45
GRÁFICO 16 MESA PARA 8 PERSONAS.....	51
GRÁFICO 17 SILLAS TIFFANY	52
GRÁFICO 18 LOGO.....	55
GRÁFICO 19 DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO	56
GRÁFICO 20 DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO	57
GRÁFICO 21 DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO	57
GRÁFICO 22 ORGANIGRAMA.....	60

RESUMEN

El estudio que se realiza a continuación analiza la factibilidad económica de implementar un negocio de Eventos y Banquetes en General Villamil Playas, y que también genere desarrollo económico a sus participantes. Es una propuesta que incentiva las buenas prácticas ambientales y se busca demostrar que con poco personal operativo se puede ser eficiente.

Incluye todos los aspectos legales que se necesitan para la operatividad de este tipo de negocios, en el cuál se explican ciertas diferencias que resultan interesantes a la hora de manejar los costos de la propuesta.

Se utilizó el método histórico para conocer los antecedentes del cantón y la comunidad, lo cual contribuyó a formular las preguntas correctas en las encuestas. Otra técnica usada para recopilación de información fue la entrevista a una persona relacionada con la organización de eventos, lo cual sirvió como iniciativa para conocer más sobre la calidad que se debe promover en este tipo de negocios.

La implementación de esta casa para eventos es un negocio rentable y en el que hay que invertir en artículos más que en infraestructura, y se recupera la inversión antes de los cinco años de funcionamiento.

Palabras Claves:

Eventos, Banquetes, Gastronomía, General Villamil Playas, Desarrollo Económico, Comunidad

ABSTRACT

The study below analyzes the economic feasibility of implementing an events house in General Villamil Playas, generating economic development to its participants. This project encourages good environmental practices and shows that with few operational staff can be efficient.

Includes all legal aspects that are needed for this business implementation, in which certain differences that are interesting when managing the costs of the proposal are discussed.

The historical method was used to know the background of the community and canton, which contributed to ask the right questions in the surveys. Another technique used for data collection was the interview with a person connected with the organization of events, and it helps as initiative to learn more about the quality that should be promoted in this business.

The implementation of this project is a profitable business and in which invest on items is superior to infrastructure investment, and is recovered before two years of operation.

Keywords:

Events, Banquets, General Villamil Playas, Cuisine, Economic development,
Community

INTRODUCCIÓN

El presente estudio busca determinar el impacto económico y social que tendría la implementación de un negocio dedicado a brindar el servicio de eventos y banquetes, que estará ubicado dentro del Cantón General Villamil Playas de la Provincia del Guayas. Se trata de una propuesta innovadora enfocada en la prestación de servicios de calidad a precios al alcance del mercado al que estará dirigida.

La realización de eventos es importante dentro de la comunidad porque la comunicación y refuerza los vínculos afectivos entre las personas.

El cliente desea celebrar sus fiestas en cualquier temporada del año, ya sea celebraciones de cumpleaños, matrimonios, o simplemente reuniones para compartir entre amigos. Estas situaciones hacen que el negocio de eventos y banquetes sea un mercado creciente en el que los aspectos sociales y culturales deberán ser analizados a fondo a fin de establecer los requerimientos particulares de los clientes, puesto que cada celebración tiene una naturaleza diferente, así como los gustos y preferencias de los anfitriones e invitados.

El cantón Playas de la provincia del Guayas es un pueblo de tradiciones, que a pesar de los atractivos turísticos que posee, la baja inversión y desinterés sector público, han limitado que sus encantos naturales sean reconocidos o explotados. En esta localidad, al igual que en el resto del país, la gente celebra en sus casas los cumpleaños, matrimonios y demás, algunas veces en lugares no adecuados, como es la vía pública o dentro de sus domicilios, razón por la cual esta iniciativa nace como respuesta a la necesidad que existe en la zona de contar con un local para eventos y banquetes que capte el interés de los habitantes que acudirían a celebrar sus reuniones.

CAPITULO I

1.1 JUSTIFICACIÓN

El Ecuador es un país de grandes oportunidades para las empresas nuevas, particularmente aquellas que vayan a operar en el ámbito turístico, considerado estratégico dentro de nuestra economía como motor de desarrollo socioeconómico y eje que impulsa la consecución de varios derechos de los ecuatorianos.

La constitución del Ecuador, establece que el trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico así como fuente de realización personal y base de la economía y por esta razón, el Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado. En esta misma concepción, el Plan Nacional para el buen vivir, que nos encamina a vivir en una sociedad justa y equilibrada, abre un camino de oportunidades, tanto para el desarrollo económico de los inversionistas como el de los trabajadores, y también como ayuda a la comunidad donde se ubica, garantizando el trabajo digno en todas sus formas e impulsando el desarrollo del turismo como uno de los ejes para el cambio de la matriz productiva del Ecuador.

Por otro lado, la recreación es parte integral del bienestar de la población, ya que estas actividades contribuyen a la formación y desarrollo de las personas. Este derecho también se encuentra consagrado en la Constitución y el Estado garantiza la promoción de actividades para el esparcimiento, descanso, y desarrollo de la personalidad. En este contexto es necesario mencionar que hay eventos en la vida de una persona, que sólo ocurren una vez, pero se recuerdan toda una vida; de ahí la importancia de saber elegir un buen servicio que se adapte a las necesidades de la celebración. Todos sueñan con un

evento perfectamente organizado y con una atención de calidad, y nada mejor que estar rodeados de la tranquilidad del mar.

El desarrollo de esta propuesta se centrará en la satisfacción de una necesidad social que es la generación de empleo porque a través de ella los habitantes del cantón General Villamil Playas podrán destacar la riqueza gastronómica y atractivos naturales que pueden ser dados a conocer a nivel nacional. Para lograr este sueño lo mejor es que en la localidad haya una casa de eventos especializada. La empresa en cuestión espera contar con la participación de sus pobladores.

Con la implementación de esta propuesta, se beneficiarán los habitantes de este sector a través de la creación de empleo directo e indirecto; y permitiendo que los pescadores obtengan ingresos económicos, ya que el menú a elaborar contendrá fuentes alimenticias típicas de la zona. De la misma manera, generará ingresos a las hosterías de la localidad, ya que los invitados del evento necesitan hospedarse y por consiguiente, los atractivos turísticos de Playas serán reconocidos y frecuentados.

General Villamil Playas presenta actualmente una escasa inversión pública, en materia de infraestructura básica como el agua potable, alcantarillado, energía eléctrica. Por otro lado, la falta de educación ambiental también ha contribuido a la contaminación con desechos sólidos, lo que hace que Playas luzca como un pueblo descuidado, y esto trae consecuencias como la falta de inversión privada. En este sentido, la Constitución establece que el Estado promoverá y priorizará la inversión nacional.

No se ha dado a conocer su potencial a fondo, que son sus atractivos turísticos. De hecho, Playas es más conocido actualmente por sus platos típicos y por sus playas, que por otros atractivos turísticos que posee. El problema necesita ser solucionado para que General Villamil Playas avance no solo en el campo de la organización de eventos sino también darse a conocer por medio de esta propuesta que en ámbito turístico y gastronómico, permitirá mostrar su potencial de desarrollo.

1.2 ANTECEDENTES

General Villamil, mejor conocido como Playas, es un cantón de la provincia del Guayas. Según el último censo poblacional actualmente cuenta con 41.935 habitantes. Está situado al sur oeste del Ecuador junto al Océano Pacífico y alrededor de 100 kilómetros de distancia de la ciudad de Guayaquil.

Desde la época precolombina, General Villamil fue un importante puerto pesquero para la comunidad. Los Yagual, Lindao, Cruz, Tomalá, Mite, eran familias que estaban desde antes de la conquista española. Después de la llegada de los españoles, sus generaciones continuaron con la pesca.

Alrededor del año 1900, Playas empieza a ser visitado con más frecuencia por los guayaquileños; empiezan a aparecer casas y a convertirse en un balneario. Esto llegó a darse debido a su riqueza en flora, fauna, y su ubicación geográfica. Con el pasar de los años, la localidad empezó a crecer turísticamente por factores como la gastronomía y el turismo, y esto hizo que el General Eloy Alfaro, el 9 de marzo de 1910 convirtiera a Playas en la parroquia rural General José de Villamil, perteneciendo aún al cantón Guayaquil. En 1948 se inaugura la carretera Guayaquil–General José de Villamil, la cual contaba con 96 kilómetros.

Entre los años 1960 y 1970 hubo varios intentos de cantonizar Playas, pero fueron intentos fallidos por motivos políticos. Años más tarde, un 15 de agosto de 1989, el presidente Rodrigo Borja firmó el decreto, quedando Playas cantonizado mediante el Decreto Ejecutivo N° 253 publicado en el Registro Oficial. Así fue como General Villamil se separó de Guayaquil y y finalmente se convirtió en cantón de la provincia del Guayas.

En el año 2007, se constituye la provincia de Santa Elena, dejando al cantón General Villamil como único balneario de la provincia del Guayas, lo cual despertó el interés por la inversión del sector privado.

También se cuenta con la actividad comercial de las camarónicas y atuneras, así como sembríos de frutas como la pitahaya. Hasta la actualidad, la pesca es la actividad económica más importante para la comunidad de la zona. Las aguas del cantón General Villamil gozan de la variedad de especies marinas listas para el comercio y la gastronomía. La pesca artesanal siempre ha sido importante tanto para el consumo doméstico como para el comercio al por mayor.

En el ámbito del turismo, a pesar de tener potencial por sus atractivos y el clima favorable, el cantón carece de implementación de todo tipo de servicios acorde con la potencia que podría ser General Villamil como balneario, y como fuente de ingresos económicos, hablando de todos en conjunto: pescadores, actividad económica de los negocios, hospedaje, ingresos económicos en general para el Ecuador.

Lo que más atrae a los turistas son sus acogedoras playas y gastronomía.

Sus principales festividades son:

- La Cabalgata de los Reyes en enero.
- Carnaval en Playas y elección de la Reina de Carnaval en febrero.
- Fiesta tradicional y religiosa de los pescadores "San Pedro" en junio.
- El Día del Pescador en julio.
- Desfile y Celebración del día de los Servidores Turísticos del Cantón y fiestas de cantonización en agosto.
- Patronal en honor a la Virgen de la Merced el 24 de septiembre.

Algo típico del turismo de Playas son las cabalgatas por la playa. El sector tiene puntos turísticos hermosos y no muy bien promocionados como los siguientes:

- Playa Rosada junto a El Faro.
- Punta El Pelao vía al recinto Engabao.
- El Cerro del Muerto y el Santuario de la Virgen de la Roca.
- Ocean Club, desde el cual se puede avistar varias especies de aves, como los pelicanos.
- Avistamiento de delfines y fragatas desde Puerto El Morro.

Podemos decir de Playas, que tiene también una gran variedad de platos típicos, ya sean estos combinados con ingredientes o un solo ingrediente principal.

Algunos productos de la gastronomía de la zona son ampliamente conocidos, como cebiches, arroz marinero, camarón, langostino, arroz con pescado frito, encebollado de albacora, ostras y conchas asadas.

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La falta de iniciativa de los moradores y de algunos empresarios ha dejado de lado la idea de crear un establecimiento específico con las características necesarias para la realización de eventos sociales. Al ser escasas las entidades de Eventos y Banquetes en la zona, las personas recurren a realizar sus celebraciones en hosterías, lo cual incomoda a los invitados, ya que existen huéspedes ajenos al mismo, y no cuentan tampoco con el espacio físico adecuado.

Playas, es una cantón de tradiciones donde su gente celebra fiestas entre familiares y amigos, como bodas, bautizos, primeras comuniones, confirmaciones, cumpleaños; y otras fiestas cívicas muy importantes pero no muy conocidas como el día del pescador en el mes de junio, o la cantonización celebrada el 15 de agosto.

¿De qué manera la implementación de una casa de eventos y banquetes en Playas va a influir en el desarrollo económico y social de los habitantes del sector?

Tomando en cuenta todas estas fiestas, la gastronomía y los atractivos turísticos de la zona, es importante implementar una casa para eventos y banquetes, con instalaciones y atenciones de calidad, donde se pueda dar un evento social o comercial, un patio con adecuaciones específicas de un local para eventos. Los pocos lugares que existen no brindan el servicio de calidad ni tienen la infraestructura adecuada que caracteriza un local ejemplar, introduciéndose en la parte administrativa, técnica, y con elaboración de comida para invitados.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar una propuesta para la implementación de una casa para eventos y banquetes en el cantón General Villamil Playas, que fomente el desarrollo económico de la localidad.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar las tendencias de mercado que permita definir los gustos y preferencias de los potenciales clientes de la Casa de Eventos y Banquetes.
- Definir la estructura operativa óptima de la empresa que permita maximizar las ganancias y fomente el desarrollo económico de los habitantes del cantón.
- Analizar la factibilidad y viabilidad financiera de llevar a cabo el proyecto y la recuperación de la inversión.

1.5 FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS

La implementación de la casa de eventos y banquetes “La Gran Casa” en el cantón General Villamil Playas es una propuesta económicamente viable y genera desarrollo económico para los habitantes del sector.

1.6 DELIMITACIÓN ESPACIAL

La propuesta se desarrollará en el cantón General Villamil Playas de la provincia del Guayas, en la vía a Data km 2.

1.7 DELIMITACIÓN DE TIEMPO

La operatividad de la empresa se dará en 75 días, o 2 meses y medio.

1.8 CONTRIBUCIÓN POTENCIAL DE ESTUDIO

- Fomento del desarrollo económico para los habitantes del cantón General Villamil Playas.
- Difusión de la cultura, tradiciones gastronómicas y riqueza turística del cantón General Villamil Playas.
- Generación de valor agregado para los accionistas.

CAPITULO II

MARCO CONTEXTUAL

2.1 MARCO TEÓRICO

La casa de eventos de banquetes es un negocio de carácter privado. Según (Jijena Sanchez, 2011, pág. 21) el evento es uno de los recursos del futuro por los ingresos que genera, por ser una fuente de trabajo para una cantidad de personas, por la posibilidad de negocios que se concretan, por los contactos que se amplían; lo cual indica que esta propuesta es importante para el desarrollo económico de los habitantes y negocios del sector.

Según (Gerber, 2011, pág. 23) una empresa es un producto visual, un producto emocional, un producto funcional y un producto económico. Un producto visual porque la imagen que tiene debe vender; emocional porque debe transmitir sentimiento para crear lazos de confianza con clientes; un producto funcional porque debe satisfacer a todos los que necesiten de los servicios de la casa para eventos y banquetes, y un producto económico porque debe venderse al precio justo y accesible al cliente.

Este tipo de negocio tiene que ser dirigido por un jefe que tenga conocimientos en servicio, preparación de platillos y deberá saber llevar un control no solamente de los costos de la comida sino también sobre todos los elementos que requiere la implementación de una empresa, tales como las relaciones laborales y comerciales con clientes y proveedores. Según (Jijena Sanchez, 2011, pág. 20) el toque de distinción o de originalidad, ese *no sé qué*, que a veces sentimos y no podemos expresar con palabras, será dado por la personalidad, creatividad, profesionalismo y exigencia de cada organizador.

En primer lugar, debe existir una necesidad, y la conciencia de esa necesidad por parte de alguien. (Santambrosio, 2013)

El comercio con los pescadores y el mercado de Playas es clave para esta empresa. Según (Gilli, 2011, pág. 41) existe un contrato implícito entre la empresa y la comunidad en la cual se desarrolla. Se espera de ella que provea a los mercados, que genere empleo, que innove y produzca un excedente suficiente para sostener sus actividades en el tiempo.

En una casa de eventos y banquetes es importante tomar en cuenta la infraestructura del establecimiento, puesto que se cuenta con ventajas y requerimientos diferentes al estar ubicados en una playa, el menaje de servicio, menaje de cocina, suministros de oficina, ubicación de mesas, entre otros. Según (Sánchez González, 2011, pág. 66) la preparación de las mesas es un elemento importantísimo para la organización de cualquier evento. Por eso será preciso conocer los tipos de mesa existentes y el orden de distribución de los elementos en la misma y en torno a ella. Ésta será proporcionada en función al número de comensales que hayamos invitado y la característica del evento que estamos organizando.

La organización del espacio permite q las herramientas adecuadas estén en el lugar adecuado y en la cantidad adecuada para que la acción adecuada pueda llevarse a cabo con el mínimo esfuerzo posible.(Carantoña, 2007, pág. 48)

Esta propuesta posee factores importantes como el tipo de evento y el menú escogido como banquete. Este segundo factor es opcional, pues depende mucho del tipo de evento que se esté realizando y del presupuesto del cliente. Mientras el evento y el banquete sean más grandes mayor será el número de personas y negocios beneficiados. En este negocio es clave el comercio con los pescadores y el mercado de Playas.

Existen cientos de banquetes diferentes en el mundo, y cambian según la cultura, la organización y la gastronomía del mismo. En China, los banquetes suelen ser muy elaborados y diversos. Tienen esta cultura de elaboración de banquetes desde la época imperial. Por otro lado, en Alemania, están los famosos banquetes de cerveza, como el Oktoberfest en München.

¿Con qué está asociado el evento? Con el protocolo, el marketing, la prensa, las relaciones públicas, el turismo, la economía, la gastronomía, la creatividad y la imagen, entre otras cosas.(Jijena Sanchez, 2011, pág. 19)

Los banquetes también pueden ser de carácter familiar. En muchos países de Latinoamérica, como México y Ecuador, se celebran los 15 años de edad en las adolescentes, no como obligación pero si se lo tiene como parte de la cultura. En estas fiestas de 15 años se reúnen muchas personas a celebrar con comida y bailes a la cumpleañera.

En Armenia, se tiene la costumbre de preparar banquetes entre vecinos varias veces al mes. Estos banquetes deben ser preparados por los hombres y se denominan khorovats. Son parrilladas de carne de cerdo o borrego.

El mundo de los eventos brinda posibilidades infinitas, abre caminos, tendencias y modas que permiten, en algunos casos, rescatar la nostalgia o aplicar la tecnología que se renueva diariamente. Para ello, es necesario determinar claramente cuál es el objetivo del evento.(Jijena Sanchez, 2011, pág. 19).

2.2 MARCO REFERENCIAL

Banquetes y Decoraciones Consorcio Perignon fue fundado en Quito 1990 por su gerente propietario Darwin Proaño Lozano, Licenciado en Administración Hotelera. Es una exitosa empresa quiteña dedicada a ofrecer los mejores espacios para todo tipo de evento corporativo, cultural, empresarial, matrimonios, 15 años, graduaciones, aniversarios, primeras comuniones, bautizos y todo compromiso social.

Banquetes y Recepciones El Manantial es una empresa que tiene más de 15 años de experiencia en el tema planeación, organización de eventos corporativos y sociales. Organizan eventos de acuerdo a las necesidades del cliente. Cuentan con 6 salones

diferentes para ofrecer al público. Tienen el local en la ciudad de Guayaquil y se ubica en la avenida principal de La Garzota.

Eventos Yanira es una casa de eventos y banquetes de la ciudad de de Manta que empezó en 1985 como menaje de eventos, con la construcción de mesas y bancos de madera para bingos barriales. Con los años se capacitaron sus dueños y pasaron de los bancos a la organización de eventos. Actualmente tienen 4 salones y es una empresa exitosa en el ámbito de eventos y banquetes.

Kika de Altamirano es una experta en organización de eventos y bodas. Lleva más de 10 años brindando el servicio de asesoría en organización de eventos, diseño de eventos, selección y manejo de proveedores, planificación, logística, decoración, montaje, coordinación y supervisión general de eventos.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Banquete: Comida que se sirven grupos de personas para celebrar un acontecimiento específico.

Buffet: Es una de las distintas formas de ofrecer comida. El comensal la encuentra lista y se sirve al gusto.

Catering: A diferencia de un banquete, es cuando la comida elaborada se la lleva a domicilio y se resume a elaboración de platillos indistintamente a la planificación u organización de eventos.

Centro de convenciones: Es un lugar diseñado para realizar eventos privados, empresariales, que ha sido adecuado específicamente para realizar dicho acontecimiento.

Coffee break: Es una comida sencilla que se sirve en un corto tiempo, este receso se hace normalmente a la mitad del evento para que descansen los invitados y el expositor. Suelen ser galletitas, sánduches, cola, agua, infusiones

Gastronomía.- Se denomina a la comida típica de una zona a partir de los ingredientes y la manera en que han sido preparados para servirlos.

Menú servido: Es cuando los platillos son servidos por meseros directamente en la mesa donde se encuentran los comensales, y normalmente consta de entrada, plato fuerte y postre.

Organización de eventos: Es el proceso de planificar y producir fiestas, convenciones, cualquier tipo de celebración y cada uno tiene un desarrollo y finalidad diferente.

Servicio: Trabajo que se realiza para satisfacer la necesidad del cliente.

Mesero: Persona que está al servicio del comensal.

2.4 MARCO LEGAL

2.4.1 CATEGORIZACIÓN

En Ecuador no se puede categorizar legalmente una empresa como Casa de Eventos y Banquetes específicamente, pero se la puede relacionar con una cafetería o restaurante ya que este tipo de negocios cumplen con ciertos requisitos para considerar al momento de categorizar esta propuesta. Según la página web de (CAPTUR, 2013) entre las coincidencias que se presentan para operar como cafetería o restaurante de lujo son las siguientes:

- Entrada para los clientes independiente de la del personal de servicios y mercancías.

- Vestíbulo con guardarropa, teléfono y servicios higiénicos independientes para hombres y mujeres.
- Cocina con elementos acordes a su capacidad, almacenes, cámaras frigoríficas, cuartos fríos, mesa caliente, fregaderos, extractores de humo y olores.
- Muebles, alfombras, lámparas, tapicería, vajilla, cristalería, cubertería, mantelería y servilletas de tela acorde a la categoría del lugar.
- Carta de Platos.
- Deberá tener además aguas, cervezas, colas, refrescos, café e infusiones.

También deberá cumplir con los siguientes requisitos acerca del personal:

- Un jefe de eventos que en este caso será el Capitán de Servicio con conocimiento del idioma inglés. También llamado Maitre.
- Personal suficiente y uniformado.

2.4.2 REQUISITOS DE CONSTITUCIÓN

Todos los pasos y requisitos de los que se hablará a continuación son para personas jurídicas.

Lo primero que hay que hacer es acercarse a la (Super Intendencia de Compañías, 2013) ubicada en Guayaquil. El trabajo de la Súper Intendencia de Compañías es garantizar la transparencia de la actividad comercial en el país. Hay que tener en claro, antes de empezar con el proceso, que para crear una compañía hay que ser mayor de edad y estar en capacidad de obligarse.

Posterior a esto, el proceso empieza ingresando a la página web www.supercias.gob.ec creando una cuenta de usuario en la página. Se ingresa a la sección llamada Portal de Trámites y se procede a reservar el nombre deseado para la

futura compañía. En caso de que no exista al momento una compañía con el mismo nombre y tampoco haya alguna observación, el solicitante recibirá la respuesta a través de la web en 24 horas.

Esta sección señala que mediante la (Guía de Denominación, 2013) debemos establecer la denominación o nombre de la compañía, denominación objetiva, razón social y el tipo de compañía. Para esta propuesta se asignó:

- Denominación: La Gran Casa
- Denominación objetiva: Restaurante de lujo
- Razón Social: Colombo C.LTDA.
- Tipo de compañía: Limitada

Seguido de esto debe abrirse una cuenta de integración de capital en cualquier institución financiera nacional, y por ser Compañía Limitada el capital mínimo responde al 50% de \$400, lo que da de resultado \$200.

Un Abogado debe redactar la minuta de constitución de la empresa, seguidamente deberá ser elevada a escritura pública por un notario. Estas escrituras se entregarán a la Súper Intendencia de Compañías. Si no hay anomalías en el proceso, el mismo que lo determina el departamento legal, en 4 o 5 días se tiene la respuesta favorable de constitución de la empresa. El trámite en la Súper Intendencia de Compañías no tiene ningún costo. Se estableció para esta propuesta que el abogado cobrará \$500 por el trámite de documentación.

Una vez que se ha obtenido la respuesta favorable, el documento debe pasar al Registro Mercantil junto a una carta en la que se especifique los datos de la empresa y los datos del representante legal, lo cual será parte del trabajo del abogado. Al momento de estar inscrita la compañía en el Registro Mercantil, ya habrá nacido legalmente. Cuando los documentos sean aprobados deberán regresar a la Súper de Compañías para que quede registrada la misma.

Seguido de esto, hay que ir al S.R.I.; El (Servicio de Rentas Internas, 2013) es una entidad que tiene como finalidad la responsabilidad de recaudar los tributos establecidos por Ley en el Ecuador, acorde a las leyes vigentes. Para obtener el RUC, el S.R.I. exige llenar un formulario que se descarga de www.sri.gob.ec, documento original y copia de la escritura pública de la constitución de la compañía con la resolución e inscripción en el Registro Mercantil, Original y copia de la resolución de aprobación de los estatutos de la personería jurídica, presentar original y entregar copia del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil, original del registro de sociedades, original y copia a color de cédula de identidad y certificado de votación del Representante Legal, el original y copia de la planilla de servicio básico, y el contrato de arrendamiento vigente a nombre de la compañía o representante legal.

Seguido de esto está el Municipio de Playas, que es el encargado de otorgar los permisos necesarios para que se realice una actividad comercial como lo es el permiso de patente municipal. Para obtener la Patente Municipal se debe cumplir con requisitos como la solicitud de patente, croquis de la ubicación del establecimiento con clave catastral, copia de la cédula de identidad, certificado de no adeudar al Municipio, pago al Cuerpo de Bomberos, R.U.C., certificado de salud y certificado de normas particulares; este último documento se lo solicita en la tesorería municipal y se tramita en la dirección de Agua Potable y Planificación.

Los documentos que se deben tramitar en la Ilustre Municipalidad del Cantón General Villamil Playas son el catastro de escrituras, inspección final, certificado de factibilidad de uso de suelo. El Municipio de Playas dio como referencia un costo de \$1500 para tener en regla los trámites que se necesitan para un establecimiento de comidas. Con el fin de fomentar y regular la actividad turística, la tasa de turismo se cancela en el Municipio, el cual establece parámetros que deben cumplirse antes de iniciar el funcionamiento de la empresa.

Deben presentarse también los precios de los servicios ofertados y un inventario valorado de los activos fijos, firmado por el representante legal para la declaración del 1 por 1000. En ocho días laborables se emite el Certificado del Registro. Para obtener el

permiso de turismo se necesita cancelar un aproximado de \$150 que corresponde a la tasa de turismo aproximada para restaurante de lujo, una copia de la escritura de constitución, escritura de propiedad, pago predial, copia del RUC, copia de cédula del Representante Legal y papeleta de votación, croquis del establecimiento, contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado, fotos, certificado de búsqueda de nombre comercial y marca de producto. También se debe pagar un impuesto por el uso de Rótulos por un valor aproximado de \$300.

El cuerpo de bomberos es una organización que se dedica a salvar y precautelar la vida, por lo que están encargados de otorgar uno de los permisos de funcionamiento para esta propuesta. Deben inspeccionar cada local y dependiendo de la naturaleza de cada negocio y dimensiones, deberá colocarse determinada cantidad de extintores, señalética, luces y salidas de emergencia, sistemas contra incendios, entre otros. En primera instancia se presentan las facturas de la compra de los extintores y demás, para poder pagar la tasa de bomberos, que por la información que se obtuvo, dependiendo de los activos de los restaurantes, cafeterías, y salas de eventos, el valor aproximado proporcionado por el Cuerpo de Bomberos fue de \$240. Una vez que el establecimiento esté listo para la atención al público, es necesario comprar y llenar una solicitud de inspección para que la empresa pueda abrir sus puertas y operar. Para solicitar la inspección se necesita copia de cedula, y copia del ruc.

Luego, de que los bomberos realizan la observación, éstos emiten la autorización respectiva y entregan el Certificado de Funcionamiento. Para obtener la licencia única anual de funcionamiento, los establecimientos de alimentos y bebidas deben presentar en orden documentos como copia del comprobante de pago de tasa de turismo y patente municipal, Formulario de solicitud de la autorización de funcionamiento firmado por el representante legal, permiso de uso de suelo, copia del RUC.

El Ministerio de Salud es el que se encarga de otorgar el permiso de sanitación para los negocios, y el carnet correspondiente a los trabajadores de las empresas que se dediquen o guarden relación al servicio de alimentos y bebidas como actividad

comercial. Para conseguir el permiso de sanitación hay que tener en regla documentos tales como la planilla de inspección, copia del RUC de la compañía, copia de la cédula de identidad del Representante Legal, croquis del establecimiento, tramitar los certificados de salud de los trabajadores, licencia anual de funcionamiento y hacer una carta dirigida al Director de Salud a nombre del representante legal, en palabras cortas lo que desea solicitar. El municipio exige que se instale una trampa de grasa cuando se trata de restaurantes, y las dimensiones de la misma serán verificadas luego en la inspección hecha por el ministerio de salud. El ministerio de salud proporcionó un valor aproximado de \$150.

Se debe pagar en la intendencia un impuesto con un valor aproximado de \$20, que permite la venta y el consumo de bebidas alcohólicas en la casa de eventos.

Como la casa de eventos y banquetes es un negocio que utiliza música, se deberá pagar a SAYCE como impuesto el 65% del salario básico unificado más IVA anualmente, lo que da de resultado \$206,70.

Soprofón es otra de las reguladoras de música en Ecuador, y para un local de eventos y banquetes de lujo hay que cancelar anualmente \$422.

El Servicio de Guardia de 24 horas costará \$1340. En el Ecuador, es un requisito contratar este servicio, y la cantidad de guardias va en relación a las dimensiones en metros cuadrados de cada establecimiento. Se obtuvo información de establecimientos de la zona con dimensiones similares, obteniendo como resultado 1 guardia.

2.4.3 PLAN NACIONAL PARA EL BUEN VIVIR (2013-2017)

El (Plan Nacional Para El Buen Vivir, 2009) que fue adoptado por los ecuatorianos en la Constitución del Ecuador sostiene que todas personas, animales y naturaleza vivimos en una sociedad donde todos sus participantes tienen derechos y libertades por

igual, sin excepciones. Se trata de pasar a la práctica los principios de justicia, equilibrio, ética y respeto hacia todos los que nos rodean. Entrando en materia, garantiza la igualdad en el Ecuador, puesto que habla de reestructurar la constitución, con el fin de favorecer los derechos de los ecuatorianos. El plan del buen vivir se refiere a la ética como un brazo del desarrollo del país, puesto que con la transparencia se podrá manejar mejor los recursos sociales y así crear una sociedad de excelencia. También habla sobre desarrollo económico, lo cual se dará orientando los recursos del estado hacia la educación, el trabajo, la salud, el hogar. Existe un gran interés en el plan del buen vivir respecto a la igualdad social: los indígenas, las comunidades, los pueblos, también deben ser integrados en la sociedad para que sus economías se fortalezcan y puedan tener una vida digna. En general, promoverá cambios fundamentales en el sector artesanal, de servicios, la pesca artesanal, agricultura campesina, reconociendo especialmente que el trabajo rural es importante para el desarrollo de la economía y la vida de las personas en general.

2.4.4 CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

Los artículos a continuación corresponden a la (Constitución del Ecuador, 2008) y contribuyen al desarrollo de esta propuesta.

Art. 13.- Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales. El Estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria.

Todas las personas tienen derecho al trabajo, y todo trabajo debe ser remunerado. Que los trabajos sean remunerados es una obligación del empleador, y ningún trabajo es excusa de malos tratos, ya sea que afecte la dignidad o la remuneración del trabajador. En el Ecuador, todo empleador debe afiliarse al Seguro Social a sus trabajadores sin excepción. La seguridad social es un beneficio irrenunciable de los trabajadores.

Art. 34.- El derecho a la seguridad social es un derecho irrenunciable de todas las personas, y será deber y responsabilidad primordial del Estado. La seguridad social se regirá por los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiaridad, suficiencia, transparencia y participación, para la atención de las necesidades individuales y colectivas.

Todas las personas tienen la libertad de elegir el bien o servicio que les favorezca, y éste bien o servicio debe ser de calidad y auténtico.

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La falsa publicidad será penalizada. Si el cliente no recibe lo acordado, o éste bien o servicio afecta su bienestar, deberá haber un arreglo económico a favor del perjudicado.

Art. 54.- Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore.

Todas las personas tienen derecho a tener una vida mejor.

Art. 74.- Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir.

Art. 275.- El régimen de desarrollo es el conjunto organizado, sostenible y dinámico de los sistemas económicos, políticos, socio-culturales y ambientales, que garantizan la realización del buen vivir, del sumak kawsay.

El Estado planificará el desarrollo del país para garantizar el ejercicio de los derechos, la consecución de los objetivos del régimen de desarrollo y los principios

consagrados en la Constitución. La planificación propiciará la equidad social y territorial, promoverá la concertación, y será participativa, descentralizada, desconcentrada y transparente.

El buen vivir requerirá que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades gocen efectivamente de sus derechos, y ejerzan responsabilidades en el marco de la interculturalidad, del respeto a sus diversidades, y de la convivencia armónica con la naturaleza.

Art. 277.- Para la consecución del buen vivir, serán deberes generales del Estado:

5. Impulsar el desarrollo de las actividades económicas mediante un orden jurídico e instituciones políticas que las promuevan, fomenten y defiendan mediante el cumplimiento de la Constitución y la ley.

6. Promover e impulsar la ciencia, la tecnología, las artes, los saberes ancestrales y en general las actividades de la iniciativa creativa comunitaria, asociativa, cooperativa y privada.

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Art. 325.- El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de auto sustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores.

Art. 327.- La relación laboral entre personas trabajadoras y empleadoras será bilateral y directa. Se prohíbe toda forma de precarización, como la intermediación laboral y la tercerización en las actividades propias y habituales de la empresa o persona empleadora, la contratación laboral por horas, o cualquiera otra que afecte los derechos de las personas trabajadoras en forma individual o colectiva. El incumplimiento de obligaciones, el fraude, la simulación, y el enriquecimiento injusto en materia laboral se penalizarán y sancionarán de acuerdo con la ley.

Art. 328.- La remuneración será justa, con un salario digno que cubra al menos las necesidades básicas de la persona trabajadora, así como las de su familia; será inembargable, salvo para el pago de pensiones por alimentos.

2.4.5 LEY DE TURISMO

Según el **Art. 3** de la (Ley de Turismo, 2007) vigente en el Ecuador, Son principios de la actividad turística, los siguientes literales:

- a)** La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b)** La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c)** El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d)** La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
- e)** La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

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

b) Servicios de alimentos y bebidas.

e) La de intermediación, agencia de servicio turístico y organizadoras de eventos, congresos, y convenciones.

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;

b. Dar publicidad a su categoría;

c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;

d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,

e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

Art. 19.- El Ministerio de Turismo establecerá privativamente las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo. Estas categorías deberán sujetarse a las normas

de uso internacional. Para este efecto expedirá las normas técnicas y de calidad generales para cada actividad vinculada con el turismo y las específicas de cada categoría.

Art. 26.- Las personas naturales o jurídicas que presenten proyectos turísticos y que sean aprobados por el Ministerio de Turismo, gozarán de los siguientes incentivos:

1. Exoneración total de los derechos de impuestos que gravan los actos societarios de aumento de capital, transformación, escisión, fusión incluidos los derechos de registro de las empresas de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo. La compañía beneficiaria de la exoneración, en el caso de la constitución, de una empresa de objeto turístico, deberá presentar al municipio respectivo, la Licencia Única de Funcionamiento del respectivo año, en el plazo de 90 días contados a partir de la fecha de su inscripción en el Registro Mercantil del Cantón respectivo, caso contrario la municipalidad correspondiente emitirá los respectivos títulos de crédito de los tributos exonerados sin necesidad de un trámite administrativo previo. En el caso de los demás actos societarios posteriores a la constitución de la empresa, la presentación de la Licencia Única de Funcionamiento de la empresa turística será requisito previo para aplicar, la exoneración contemplada en el presente artículo;

2. Exoneración total de los tributos que graven la transferencia de dominio de inmuebles que se aporten para la constitución de empresas cuya finalidad principal sea el turismo, así como los aportes al incremento del capital de compañías de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo. Esta exoneración comprende los impuestos de registro y alcabala así como sus adicionales tanto para el tradente como para la empresa que recibe el aporte. Estos bienes no podrán ser enajenados dentro del plazo de 5 años, desde la fecha del respectivo contrato, caso contrario se gravará con los respectivos impuestos previamente exonerados con los respectivos intereses, con excepción de que la enajenación se produzca a otro prestador de servicios turísticos, calificado, así mismo, por el Ministerio de Turismo.

Art. 32.- Los establecimientos de turismo que se acojan a los incentivos tributarios previstos en esta Ley registrarán ante el Ministerio de Turismo los precios de los servicios al usuario y consumidor antes y después de recibidos los beneficios. La información que demuestre el cumplimiento de esta norma deberá ser remitida anualmente por el Ministerio de Turismo al Servicio de Rentas Internas para el análisis y registro correspondiente.

Art. 33.- Los municipios y gobiernos provinciales podrán establecer incentivos especiales para inversiones en servicios de turismo receptivo e interno rescate de bienes históricos, culturales y naturales en sus respectivas circunscripciones.

Art. 44.- El empresario que venda o preste servicios turísticos de los detallados en esta Ley, es civilmente responsable por los eventuales daños que cause a quien los utilice. Su responsabilidad llega hasta la culpa leve. Así mismo, es responsable por los actos de negligencia de sus empleados; en el ejercicio de sus funciones vinculadas con la empresa que presta el servicio.

Todas las personas tienen derecho a adquirir cualquier tipo de alimento, y que éstos estén frescos y sanos para el consumo saludable.

CAPITULO III

3.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Los métodos sirven para diseñar la mejor manera de obtener resultados. Según (Mármol Palacios, 2006, pág. 199) el método es el camino que nos conduce a un fin. Los métodos más utilizados en esta propuesta para la implementación de una casa para eventos y banquetes son los siguientes:

3.2 MÉTODO HISTÓRICO

Se utilizará este método para recopilar datos como las fiestas tradicionales, cronología de hechos históricos, el estudio de la comunidad de playas, cómo se ha desarrollado la economía en el sector, lo que se dedican a hacer, desde cuándo lo hacen, cómo lo hacen. De esta manera se mencionarán los atractivos turísticos, gastronomía, e información general de la cultura de General Villamil Playas, cómo se ha ido convirtiendo en un punto turístico del Ecuador.

3.3 MÉTODO EMPÍRICO

Consiste en obtener información a partir de la observación y de la experiencia propia del investigador. Este método será utilizado en esta propuesta ya que de la observación partirá si existe competencia, cuáles son las ventajas, desventajas, si tendrá aceptación, lo que se puede mejorar y lo que se debe evitar; servirá para adquirir conocimientos y experiencias, que servirán a su vez para sacar conclusiones. Este método es esencial para establecer las características fundamentales del objeto de estudio.

3.4 MÉTODO DEDUCTIVO – INDUCTIVO

Estos métodos se los empleará para deducir de lo que ya se conoce, un nuevo análisis. Es decir, de la experiencia y observación de los fenómenos que se desarrollarán antes y durante la propuesta. Este proceso viene a ser el producto de investigar, que parte de la observación y termina en la conclusión lógica.

3.5 MÉTODO DE MEDICIÓN

Es aquel que se desarrolla con el fin de obtener un resultado cuantitativo que permitirá tener un criterio de valores o porcentajes. Este método es también de mucha importancia porque para tener datos precisos se tendrá que realizar un proceso de medición a los habitantes del cantón Playas, el principal cantón que debe verse beneficiado de esta propuesta. Se resume a asignarle valores numéricos a las investigaciones realizadas, y se soporta con estadísticas. Por otro lado, también se elaborarán métodos de medición cualitativos para analizar las tendencias de mercado en función a esta propuesta.

3.5.1 MEDICIÓN ESTADÍSTICA

Es aquella que se da al efectuar una serie de comparaciones a partir de los resultados obtenidos por medio de las técnicas de recolección de información.

3.6 TÉCNICAS

Esta propuesta utilizará diversas técnicas en el ámbito de recolección de información. Como técnica primaria se utilizará la observación del ámbito empírico, puesto que debe analizarse todos los factores que rodean la casa de eventos y banquetes, como lo son las

casas de los alrededores, los negocios que posiblemente sean competencia; las encuestas, la cual consiste en un cuestionario con preguntas cerradas que ayudarán a conocer las tendencias de mercado en datos verídicos. Estas preguntas cerradas ayudarán a conseguir resultados cuantitativos, que generará datos medibles en cantidades; y cualitativos, los cuales no son medibles en números pero nos ayudará a evaluar la realidad de lo que el cliente necesita y que lo hará sentir mejor en el desarrollo del evento. Se harán a civiles de la comunidad de playas y principalmente a las empresas que trabajan en playas pescando, empacando camarón, trabajando con la sal, avícolas, entre otras, pues estas empresas suelen tener muchos empleados. También se utilizará como fuente primaria las entrevistas, a personas importantes relacionadas en el ámbito de la organización de eventos.

Como fuentes secundarias de recolección de información se utilizarán libros.

3.7 ENTREVISTA A GERARDO VALENZUELA

GRÁFICO 1: ENTREVISTA A GERARDO VALENZUELA



Fuente: Giancarlo Colombo

Biblos es un club ubicado en vía a Samborondón y pertenece a la Sociedad Unión Libanesa, donde el Gerente General (Valenzuela Martillo, 2013), contribuyó su experiencia como Organizador de eventos, para el desarrollo de esta propuesta.

Actualmente en nuestro país se realizan miles de eventos a diario y simultáneamente. A veces muchos sin que nos demos cuenta o nos enteremos. Es un negocio muy rentable y se debe encontrar zonas comerciales importantísimas que nos mantengan con demanda constante para generar nuevos eventos, impulsándonos a promover nuevas tendencias o recomendar ideas creativas para marcar la diferencia ante la competencia que nos incentiva a mejorar constantemente, manteniendo la calidad al mejor precio.

Para llevar a cabo un evento exitoso es necesario preparar al personal del servicio. Los puntos a tomar en cuenta son:

- El reconocimiento de áreas de trabajo de parte del personal, para asignar responsabilidades.
- Disposición de rangos, para saber a quién recurrir y cómo solucionar conflictos.
- Cronograma en que se desarrollarán las diversas actividades dentro de un evento, como por ejemplo a qué hora servir la comida, en cuanto tiempo recoger las mesas. La atención a tiempo es atención de calidad.
- Números de contactos para eventualidades como contratación de un gasfitero en la noche, entre otros.
- La ficha de montaje y cierre es el documento creado donde el cliente firma para confirmar la cantidad de mesas, sillas, comidas previo al evento, y el cierre es la parte posterior de la hoja donde una vez finalizado el evento, se le pedirá una firma de conformidad al cliente.

Estos puntos nos ayudan a medir la satisfacción del cliente, conocer y solucionar conflictos, errores, y son definitivamente indispensables para brindar un servicio de calidad.

Para trascender como organizador de eventos se deben superar las expectativas de los clientes, anticipar cualquier novedad y tener la solución inmediata más acertada.

Además de tener aptitudes de líder, un Gerente General y Organizador de eventos debe prepararse tanto física como mentalmente para trabajar en horarios rotativos, contestar llamadas a cualquier hora y tener una actitud servicial, creativa, compartir sus experiencias con sus compañeros para recibir opiniones, viajar para aprender culturas y tendencias con el objetivo de ofrecer mayores alternativas tanto en sede, atractivos o gastronomía.

3.8 CALCULO DE LA MUESTRA

Según el (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010), General Villamil Playas cuenta con una población de 41.935 habitantes.

z: Grado de confianza. Para esta propuesta se eligió un grado de confianza del 95%, lo que nos da como valor asignado 1,96.

p: Probabilidad de éxito. Se designó 0,5 como probabilidad de éxito.

q: Probabilidad de fracaso. Se estableció 0,5.

e: Error. Es igual a (1 – p). Va entre el 1% y el 5%. Se determinó 0,5 como margen de error.

$$n = \frac{z^2 \times p \times q \times N}{e^2 (N - 1) + z^2 \times p \times q} = \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5) (41935)}{(0,05)^2 (41935 - 1) + (1,96)^2 (0,5) (0,5)} =$$

$$40274,374 / 105,7954 = 381 \text{ encuestas a realizar.}$$

Se realizarán 400 encuestas con el fin de tener resultados más acertados en la recopilación de datos. Se escogerá aleatoriamente a los encuestados.

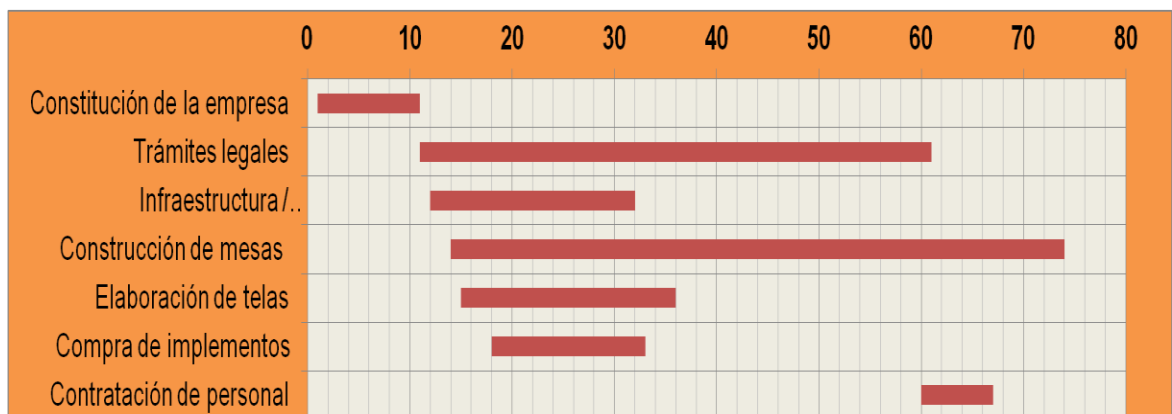
3.9 DIAGRAMA DE GANTT

TABLA 1 DIAGRAMA DE GANTT

Tarea	Día de inicio	Tiempo de duración de la tarea en días	Total de días de espera
Constitución de la empresa	1	10	11
Trámites legales	11	50	61
Infraestructura / Adecuaciones	12	20	32
Construcción de mesas	14	60	74
Elaboración de telas	15	21	36
Compra de implementos	18	15	33
Contratación de personal	60	7	67

Elaborado por Giancarlo Colombo

GRÁFICO 2 DIAGRAMA DE GANTT



Elaborado por Giancarlo Colombo

Este diagrama de Gantt muestra el orden cronológico que deberían desarrollarse las tareas para conseguir como resultado final la operatividad de la empresa. Se puede notar que lo que más tomará tiempo serán los permisos y la elaboración de las mesas y sillas de madera y lo que menos tomará tiempo será la selección del personal.

CAPITULO IV

4.1 ANALIZAR LAS TENDENCIAS DE MERCADO QUE PERMITAN DEFINIR LOS GUSTOS Y PREFERENCIAS DE LOS POTENCIALES CLIENTES

4.1.1 PREGUNTA 1

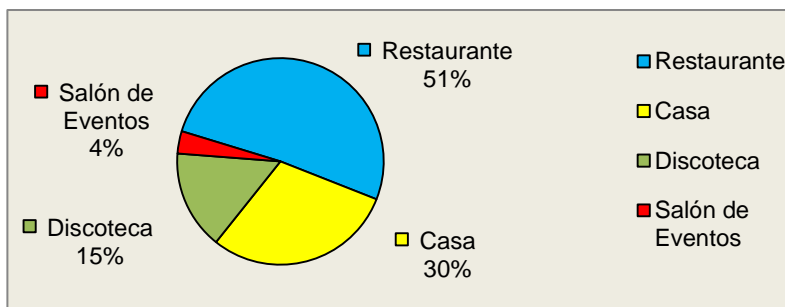
CUANDO USTED TIENE UN COMPROMISO SOCIAL, ¿DÓNDE LO REALIZA?

TABLA 2 RESULTADOS PREGUNTA 1

Opciones	Número de personas	Porcentaje
Restaurante	205	51%
Casa	119	30%
Discoteca	62	16%
Salón de Eventos	14	4%
Total de encuestados	400	100%

Elaborado por Giancarlo Colombo

GRÁFICO 3 RESULTADOS PREGUNTA 1



Elaborado por Giancarlo Colombo

Esta pregunta nos indica que más del 50% de los encuestados celebra sus compromisos sociales en restaurantes. Esto se traduce, a que las personas en Playas tienden a festejar acompañados de comida, lo cual es positivo para esta propuesta. Por otro lado, en Villamil - Playas no existen salones de eventos, por lo que los habitantes han optado por reunirse en casa.

4.1.2 PREGUNTA 2

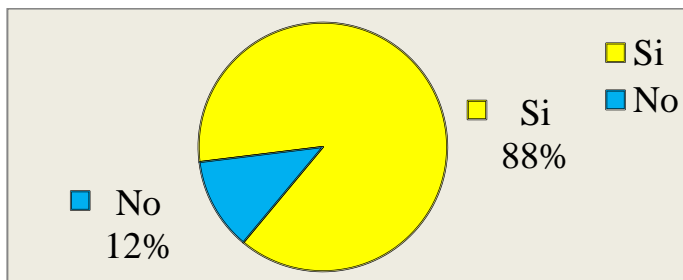
¿LE GUSTARÍA ALQUILAR UN LUGAR DE EVENTOS Y BANQUETES PARA REALIZAR SUS COMPROMISOS EN PLAYAS?

TABLA 3 RESULTADOS PREGUNTA 2

Opciones	Número de personas	Porcentaje
Si	352	88%
No	48	12%
Total de encuestados	400	100%

Elaborado por Giancarlo Colombo

GRÁFICO 4 RESULTADOS PREGUNTA 2



Elaborado por Giancarlo Colombo

El 88% de los encuestados respondió que si desea contar con una casa de eventos y banquetes en General Villamil, lo cual indica que existe una necesidad de parte de la comunidad de contar con un espacio especializado para eventos.

4.1.3 PREGUNTA 3

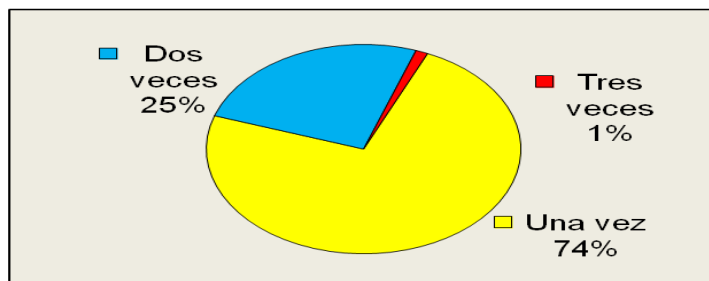
¿CUÁNTAS VECES AL AÑO UTILIZARÍA ESTE SERVICIO?

TABLA 4 RESULTADOS PREGUNTA 3

Opciones	Número de personas	Porcentaje
Una vez	294	74%
Dos veces	101	25%
Tres veces	5	1%
Total encuestados	400	100%

Elaborado por Giancarlo Colombo

GRÁFICO 5 RESULTADOS PREGUNTA 3



Elaborado por Giancarlo Colombo

El 74% de los encuestados contestó que solo utilizaría el servicio una vez. Esto quiere decir, que la infraestructura del lugar, el trato al cliente, el sabor de la comida, debe ser perfecto, para que los invitados del evento, sean los futuros clientes. Esto quiere decir, que los clientes están interesados en contratar el servicio no más de dos veces.

4.1.4 PREGUNTA 4

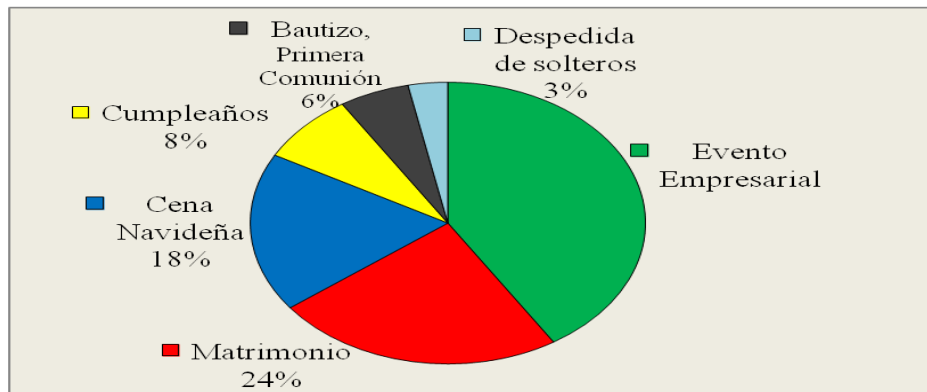
¿PARA QUÉ OCASIONES CONTRATARÍA ESTE SERVICIO?

TABLA 5 RESULTADOS PREGUNTA 4

Opciones	Número de personas	Porcentaje
Evento Empresarial	164	41%
Matrimonio	95	24%
Cena Navideña	73	18%
Cumpleaños	32	8%
Bautizo, Primera Comunión, Confirmación	23	6%
Despedida de solteros	13	3%
Total encuestados	400	100%

Elaborado por Giancarlo Colombo

GRÁFICO 6 RESULTADOS PREGUNTA 4



Elaborado por Giancarlo Colombo

Esta encuesta revela que la comunidad de Playas está interesada en contratar el espacio para desarrollar eventos empresariales. Seguido de esto, están los matrimonios y las cenas navideñas. Playas no cuenta con un local destinado para la realización de matrimonios, lo cual puede ser un punto a favor.

4.1.5 PREGUNTA 5

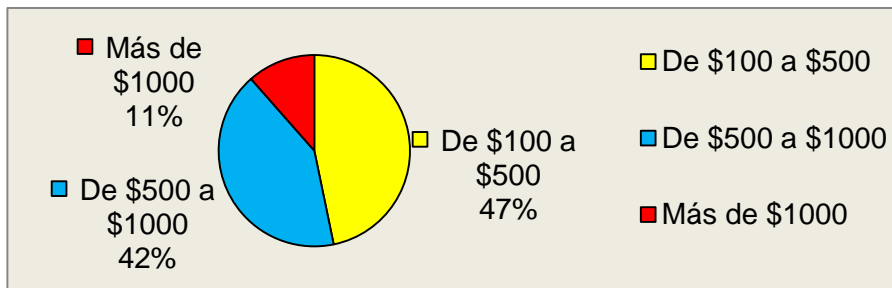
¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR UN LOCAL DE EVENTOS PARA REALIZAR UN EVENTO SOCIAL?

TABLA 6 RESULTADOS PREGUNTA 5

Opciones	Número de personas	Porcentaje
De \$100 a \$500	187	47%
De \$500 a \$1000	167	42%
Más de \$1000	46	12%
Total encuestados	400	100%

Elaborado por Giancarlo Colombo

GRÁFICO 7 RESULTADOS PREGUNTA 5



Elaborado por Giancarlo Colombo

La mayoría de los encuestados eligió la opción más económica, pero sin duda casi el mismo porcentaje eligió pagar de \$500 a \$1000. Lo que lleva a deducir que habrá que establecer un punto medio en el precio de alquiler entre \$100 y \$1000.

4.1.6 PREGUNTA 6

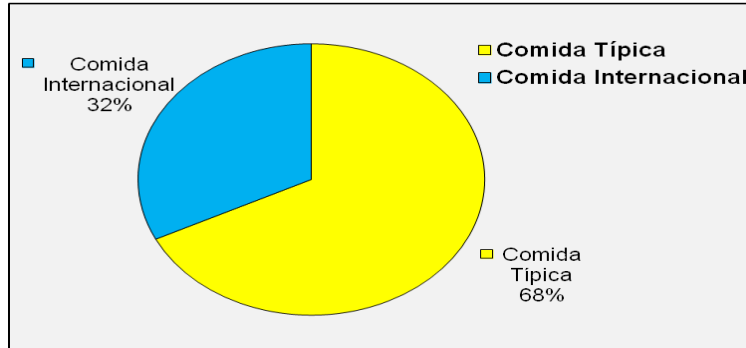
¿QUÉ TIPO DE COMIDA LE GUSTARÍA?

TABLA 7 RESULTADOS PREGUNTA 6

Opciones	Número de personas	Porcentaje
Comida Típica	271	68%
Comida Internacional	129	32%
Total de encuestados	400	100%

Elaborado por Giancarlo Colombo

GRÁFICO 8 RESULTADOS PREGUNTA 6



Elaborado por Giancarlo Colombo

El 68% de los encuestados respondieron que les gustaría comida típica en su evento. Era de esperarse, pues la comunidad de Playas es muy apegada a su cultura, a su gastronomía, y todo esto es un punto a favor ya que los insumos serán fáciles de conseguir en el mismo sector, y a su vez económicos. Que les guste la comida típica va a promover el desarrollo económico porque los pescadores y comunidad en general que se dedica a venta de alimentos van a beneficiarse económicamente. Se le dará un toque gourmet a la elaboración y nombre de los platos.

4.1.7 PREGUNTA 7

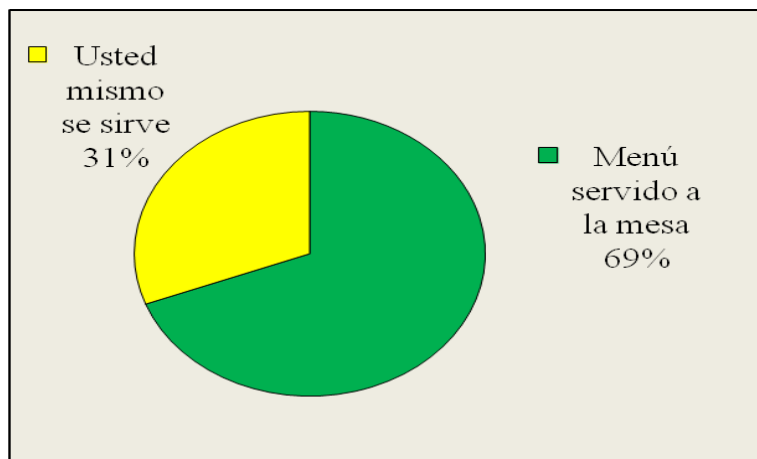
¿QUÉ CLASE DE SERVICIO LE INTERESARÍA QUE LE BRINDEN?

TABLA 8 RESULTADOS PREGUNTA 7

Opciones	Número de personas	Porcentaje
Menú servido a la mesa	277	69%
Usted mismo se sirve	123	31%
Total encuestados	400	100%

Elaborado por Giancarlo Colombo

GRÁFICO 9 RESULTADOS PREGUNTA 7



Elaborado por Giancarlo Colombo

La opción más elegida fue el Menú servido a la mesa. Las personas en Playas, no cuentan con un establecimiento donde puedan servirse tipo buffet los alimentos, por esto se puede deducir que están acostumbrados a que los atienda un mesero. Con el menú servido a la mesa, se evita que sobre o falte comida.

4.1.8 PREGUNTA 8

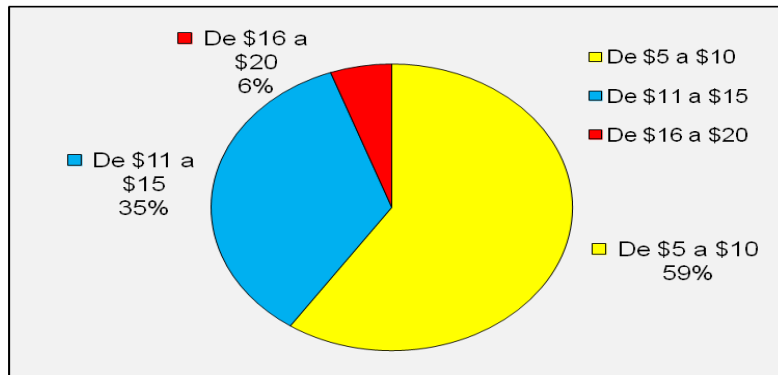
¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR UN MENÚ POR PERSONA EN SU EVENTO ESPECIAL?

TABLA 9 RESULTADOS PREGUNTA 8

Opciones	Número de personas	Porcentaje
De \$5 a \$10	238	60%
De \$11 a \$15	140	35%
De \$16 a \$20	22	6%
Total encuestados	400	100%

Elaborado por Giancarlo Colombo

GRÁFICO 10 RESULTADOS PREGUNTA 8



Elaborado por Giancarlo Colombo

Es normal que el cliente busque pagar menos cuando se trata de banquetes porque es el cliente el que debe pagar lo que sus invitados van a servirse. Esto significa que deben manejarse adecuadamente los costos para poder obtener una ganancia razonable.

4.1.9 PREGUNTA 9

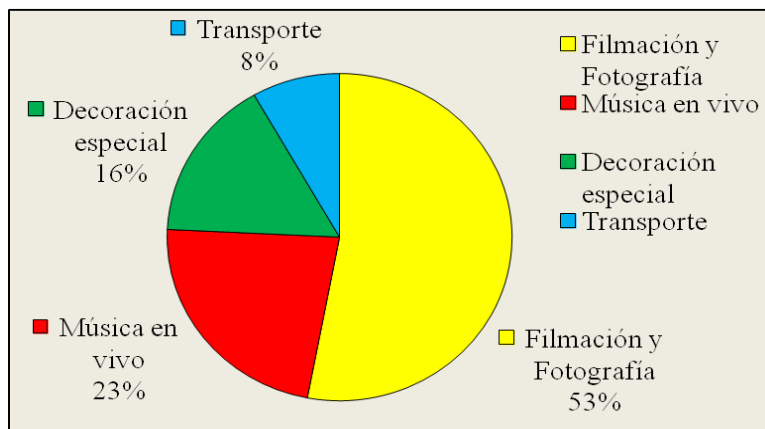
¿QUÉ OTRO SERVICIO APARTE DEL SALÓN Y LA COMIDA LE GUSTARÍA CONTRATAR?

TABLA 10 RESULTADOS PREGUNTA 9

Opciones	Número de personas	Porcentaje
Filmación y Fotografía	212	53%
Música en vivo	91	23%
Decoración especial	64	16%
Transporte	33	8%
Total encuestados	400	100%

Elaborado por Giancarlo Colombo

GRÁFICO 11 RESULTADOS PREGUNTA 9



Elaborado por Giancarlo Colombo

Las personas están más interesadas en llevarse un recuerdo a casa del evento al que asistieron, como una foto o grabación de video. Por este motivo, se contratará eventualmente un fotógrafo, en caso que algún cliente desee este servicio. A la comunidad de Playas le gusta celebrar bien, con música, por eso están más interesados en bailar o cantar junto a una banda que anime el evento, que la decoración del local.

4.1.10 PREGUNTA 10

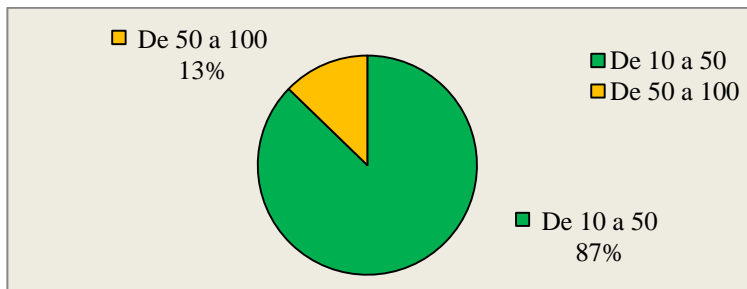
¿PARA CUÁNTAS PERSONAS ORGANIZARÍA EL EVENTO?

TABLA 11 RESULTADOS PREGUNTA 10

Opciones	Número de personas	Porcentaje
De 10 a 50	349	87%
De 50 a 100	51	13%
Total encuestados	400	100%

Elaborado por Giancarlo Colombo

GRÁFICO 12 RESULTADOS PREGUNTA 10



Elaborado por Giancarlo Colombo

El cliente al que vamos a atender, es un cliente consciente sobre la magnitud del gasto de alquilar una casa de eventos y lo que cuesta ofrecer un banquete a sus invitados; esto se puede deducir porque 349 de 400 encuestados contestaron que desean hacer eventos para una cantidad de hasta 50 invitados. Pero también existe un mercado que estará interesado en ocupar todas las mesas, por lo que igual se debe hacer una inversión para eventos más grandes, de hasta 120 personas.

4.2 ANÁLISIS PEST-A

El índice de competitividad global del (World Economic Forum, 2013) indica que Ecuador tiene un gobierno estable y transparente. Es un país donde los servicios jurídicos y policiales son justos. Sin embargo, es uno de los países en el mundo con la mayor cantidad de impuestos, lo que se traduce como una barrera para los nuevos empresarios. También se sabe que Ecuador es uno de los países en que más tiempo toma la documentación para abrir una empresa.

Según el Banco Central del Ecuador, en lo que va el primer semestre del año 2013 el PIB alcanza los \$23.000 millones; es decir, un 3,5% más en comparación al año 2012, lo cual indica un crecimiento en la economía y una reducción en la pobreza del país. Aunque existen impuestos para las importaciones y exportaciones, limitando al mercado interesado en el comercio internacional, el Ecuador cuenta con 700 millones de dólares exportados hasta julio del 2013.

A pesar de que el índice de criminalidad es alto, el Barómetro Turístico del Ecuador Vol. 1 de la (Organización Mundial del Turismo, 2011) coloca a Ecuador entre los países con mayor afluencia de turistas extranjeros. Los países con economías emergentes en Latinoamérica, han recibido más turistas que los países con economías desarrolladas en lo que va el primer semestre del año 2013.

GRÁFICO 13 ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA EN ECUADOR

The Travel & Tourism Competitiveness Index in detail

INDICATOR	SCORE	RANK	INDICATOR	SCORE	RANK
1st pillar: Policy rules and regulations	4.3	89	8th pillar: Tourism infrastructure	3.2	84
1.01 Prevalence of foreign ownership	4.0	113	8.01 Hotel rooms/100 pop.*	0.4	66
1.02 Property rights	3.4	117	8.02 Presence of major car rental co. (1-7)*	4	82
1.03 Business impact of rules on FDI	3.2	132	8.03 ATMs accepting Visa cards/million pop.*	207.1	82
1.04 Visa requirements, no. of countries*	184.0	2			
1.05 Openness bilateral ASAs (0-38)*	16.2	23	9th pillar: ICT infrastructure	2.4	98
1.06 Transparency of government policymaking	4.0	93	9.01 ICT use for B-to-B transactions	n/a	n/a
1.07 No. of days to start a business*	56	128	9.02 ICT use for B-to-C transactions	n/a	n/a
1.08 Cost to start a business, % GNI/capita*	29.9	110	9.03 Individuals using the Internet, %*	31.4	88
1.09 GATS commitment restrictiveness (0-100)*	72.8	32	9.04 Fixed telephone lines/100 pop.*	15.1	82
			9.05 Broadband Internet subscribers/100 pop.*	4.2	80
2nd pillar: Environmental sustainability	4.6	65	9.06 Mobile telephone subscriptions/100 pop.*	104.5	74
2.01 Stringency of environmental regulation	3.8	75	9.07 Mobile broadband subscriptions/100 pop.*	10.3	73
2.02 Enforcement of environmental regulation	3.4	82			
2.03 Sustainability of T&T industry development	4.5	65	10th pillar: Price competitiveness in T&T ind.	5.2	11
2.04 Carbon dioxide emission, million tons/capita*	1.9	55	10.01 Ticket taxes and airport charges (0-100)*	74.0	91
2.05 Particulate matter concentration, µg/m ³ *	19.8	37	10.02 Purchasing power parity*	0.5	40
2.06 Threatened species, %*	12.7	125	10.04 Fuel price, US\$ cents/liter*	28.0	10
2.07 Environm. treaty ratification (0-25)*	22	20	10.03 Extent and effect of taxation	3.0	110
			10.05 Hotel price index, US\$*	94.8	19
3rd pillar: Safety and security	4.0	104			
3.01 Business costs of crime and violence	3.1	127	11th pillar: Human resources	4.7	88
3.02 Reliability of police services	3.2	112	<i>Education and training</i>	4.5	86
3.03 Road traffic accidents/100,000 pop.*	11.7	32	11.01 Primary education enrollment, net %*	97.0	39
3.04 Business costs of terrorism	4.4	123	11.02 Secondary education enrollment, gross %*	74.8	97

Fuente: <http://www3.weforum.org/docs/TTCR/2013/Ecuador.pdf>

GRÁFICO 14 ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

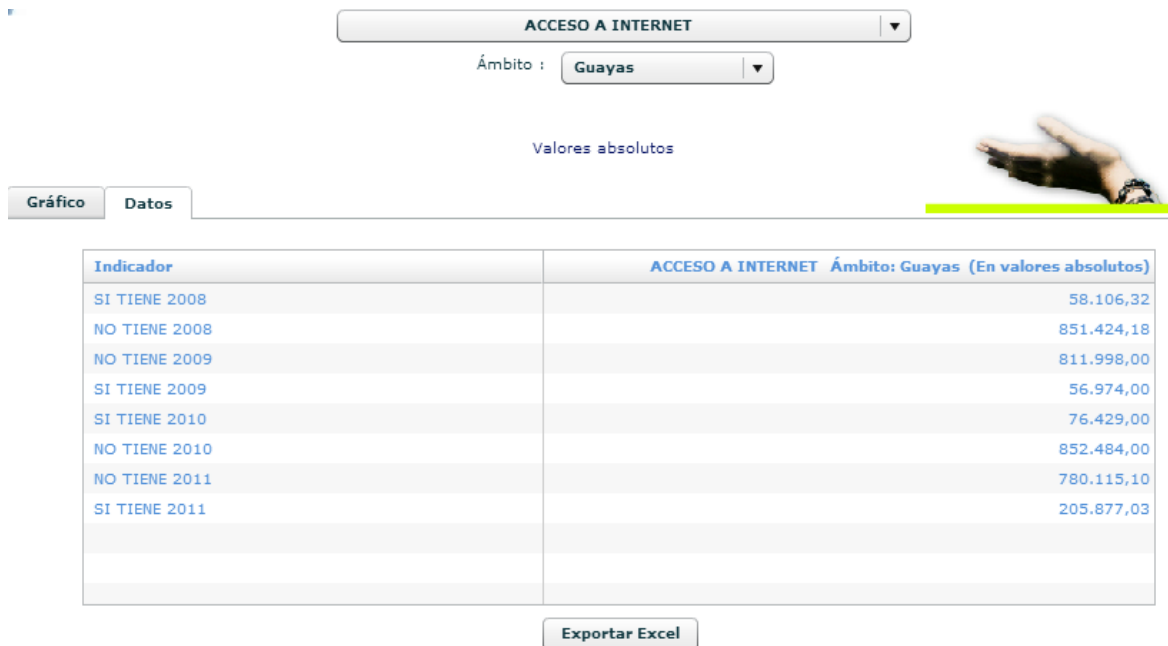
4th pillar: Health and hygiene 4.6..... 76	11.04 Local availability specialized research & training... 3.6..... 104	
4.01 Physician density/1,000 pop.* 1.7 69	11.05 Extent of staff training 3.7 89	
4.02 Access to improved sanitation, % pop.* 92.0 62	<i>Availability of qualified labor</i> 4.9 88	
4.03 Access to improved drinking water, % pop.* 94.0 73	11.06 Hiring and firing practices 3.1 121	
4.04 Hospital beds/10,000 pop.* 15.0 99	11.07 Ease of hiring foreign labor 3.8 93	
<hr/>		
5th pillar: Prioritization of Travel & Tourism 4.3..... 76	11.08 HIV prevalence, % adult pop.* 0.4 76	
5.01 Government prioritization of the T&T industry 5.1 76	11.09 Business impact of HIV/AIDS..... 4.4 110	
5.02 T&T gov't expenditure, % gov't budget* 3.8 58	11.10 Life expectancy, years* 75.6 47	
5.03 Effectiveness of marketing to attract tourists 4.5 66	<hr/>	
5.04 Comprehensiveness of T&T data (0-120)* 45.0 108	12th pillar: Affinity for Travel & Tourism 4.1..... 123	
5.05 Timeliness of T&T data (0-18)* 13.5 71	12.01 Tourism openness, % of GDP* 2.2 113	
<hr/>		
6th pillar: Air transport infrastructure 2.7 84	12.02 Attitude of population toward foreign visitors 5.7 119	
6.01 Quality of air transport infrastructure 4.3 80	12.03 Extension of business trips recommended 5.4 71	
6.02 Airline seat kms/week, dom., millions* 37.2 38	12.04 Degree of customer orientation..... 3.8 125	
6.03 Airline seat kms/week, int'l, millions* 105.3 75	<hr/>	
6.04 Departures/1,000 pop.* 3.4 69	13th pillar: Natural resources 5.3..... 13	
6.05 Airport density/million pop.* 1.0 46	13.01 No. of World Heritage natural sites* 2 25	
6.06 No. of operating airlines* 19.5 83	13.02 Quality of the natural environment..... 4.1 81	
6.07 International air transport network 4.4 84	13.03 Total known species* 2,423 5	
<hr/>		
7th pillar: Ground transport infrastructure 3.3..... 79	13.04 Terrestrial biome protection (0-17%)* 15.6 28	
7.01 Quality of roads 4.4 53	13.05 Marine protected areas, %* 12.9 6	
7.02 Quality of railroad infrastructure 2.3 76	<hr/>	
7.03 Quality of port infrastructure..... 3.9 87	14th pillar: Cultural resources 2.2..... 76	
7.04 Quality of ground transport network 4.3 81	14.01 No. of World Heritage cultural sites* 3 74	
7.05 Road density/million pop.* 17.0 94	14.02 Sports stadiums, seats/million pop.* 54,649.0 48	
<hr/>		
	14.03 No. of int'l fairs and exhibitions* 32.7 56	
	14.04 Creative industries exports, % of world total* 0.0 93	

Fuente: <http://www3.weforum.org/docs/TTCR/2013/Ecuador.pdf>

En el ámbito de la tecnología, El INEC muestra que los habitantes del Ecuador no están muy familiarizados con el uso del internet. Por otro lado, el gobierno está desarrollando la transparencia política, seguridad ciudadana e infraestructura con tecnología de punta. El Ecuador no es un país con negocios sofisticados o innovadores,

lo que sirve de ventaja para las nuevas empresas ofreciendo nuevos servicios y de calidad.

GRÁFICO 15 HABITANTES CON ACCESO A INTERNET



Fuente: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/ecuador-en-cifras/>

Hasta hace algún tiempo, tanto las prácticas ambientales como la gravedad de la contaminación del suelo y el agua eran conocidas en el Ecuador, pero hoy con la reestructuración de las normas y leyes en torno a esta problemática, se busca ser un país verde, poder proteger el medio ambiente con su diversidad de fauna y flora, insertando en nuestras comunidades el respeto por las especies y enseñando a las futuras generaciones la forma de preservar la naturaleza.

4.3 ANÁLISIS PORTER

Respecto a las políticas gubernamentales, no existen barreras para el negocio de eventos y banquetes en Playas. La documentación que hay que tener en regla previo a

operar tiene un costo de más de \$2000 y toma cerca de 60 días estar legalmente en regla para operar, lo cual es negativo para el emprendimiento de negocios.

Los alquileres en Playas son baratos para cualquier negocio en general que se quiera implementar. Eso es una ventaja para los nuevos competidores, pero por otro lado, implementar una casa de eventos y banquetes puede resultar caro; hay que comprar mesas, sillas, equipos industriales, pero en esta propuesta se demostrará que puede desarrollarse este negocio utilizando incluso buenas prácticas ambientales.

Actualmente, General Villamil Playas está creciendo turísticamente. Por eso, hay que brindar un servicio de calidad que pueda competir con los competidores existentes y así convertirse en la primera opción para los clientes cuando les interese realizar un evento. Según el directorio de empresas del INEC, en Playas no existen establecimientos dedicados específicamente a eventos y banquetes. Esto quiere decir que la competencia son las hosterías, las cuales brindan un servicio básico de alquiler de espacios, pero tienen precios muy elevados en función a la calidad. Al mismo tiempo, no son negocios innovadores, su objetivo principal no es organizar eventos sino vender habitaciones, y no le facilitan al cliente las herramientas del valor agregado como música en vivo, show de barman, o lo que el cliente pueda llegar a necesitar. Esto hace que no estén al nivel de la casa de eventos de la propuesta. No tienen páginas web con la información actualizada, clara, organizada y no utilizan vallas publicitarias para darse a conocer masivamente.

El alquiler del evento depende del pago de parte del cliente. Este tipo de negocios admite a todas las personas. Aunque los clientes potenciales sean los habitantes de Playas, hay que tener en consideración que la página web será un punto a favor, para llegar a los habitantes de Guayaquil que estén interesados en realizar eventos en la playa.

Los proveedores directos son los pescadores que ofrecen sus productos en el mercado de Playas. Es un mercado que está abierto todos los días y en caso de que haya algún problema, el sustituto será Mi Comisariato, el cual tiene los precios un poco más elevados y en el caso de que deba cambiarse de proveedor, no representará problemas para adquirir los insumos necesarios, controlando de manera adecuada los costos de elaboración de los platillos.

4.4 ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS

- Precios competitivos en comparación a la competencia.
- Capacidad económica de la empresa para invertir sin ser sujeto de crédito.
- Facilidad para acceder a los insumos.
- Instalaciones amplias para el desarrollo del evento.
- Disponibilidad de servicios adicionales.
- Local ubicado en una vía principal.

OPORTUNIDADES

- Carencia de negocios dedicados a brindar el servicio de espacios para evento.
- La empresa cuenta con todos los servicios básicos e internet inalámbrico gratis en el establecimiento.
- Población con cultura de celebración de festividades.

DEBILIDADES

- Empresa nueva sin referencias.
- La falta de experiencia.

AMENAZAS

- El clima en invierno, con lluvias torrenciales, afectaría en ventas a la propuesta.
- Nuevos competidores.
- Delincuencia.

4.5 ADMINISTRACIÓN EFICAZ Y BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES

Controlar los costos operativos de la empresa tiene como resultado mayor rentabilidad y productividad. Esta propuesta se va a caracterizar por tener una baja inversión y alta eficiencia del personal, que se contratará en un número reducido, pero sin sacrificar la calidad del servicio y cumpliendo con el pago oportuno de sus remuneraciones y beneficios sociales. La infraestructura debe permitir el trabajo en equipo, de manera que todos los empleados puedan realizar su trabajo de manera óptima. Se deberá también definir reglas de pagos anticipados con los clientes, para que se asegure la venta y se pueda empezar a trabajar en la organización del espacio y planificación del banquete en base al anticipo que se recibe del cliente.

Es indispensable crear una empresa fijando objetivos de calidad y orientando a todo el sector a las buenas prácticas ambientales y a la gestión de calidad en la preparación de los alimentos. La casa de eventos y banquetes, como parte del desarrollo turístico del sector, debe salvaguardar el entorno natural para crear un crecimiento económico sostenible que no solo satisfaga las aspiraciones de presentes sino también de las futuras generaciones. Debe motivar además el ahorro de energía, y el manejo de los desechos sólidos.

Para garantizar un adecuado control ambiental, la empresa contará con los elementos necesarios, tales como la trampa de grasa que evitará que los desechos taponen las alcantarillas, y elimina un desecho semanal. Ese desecho semanal equivale a dos fundas

de basura de materia grasa en estado de descomposición y mal olor. Esta grasa debe combinarse con un saco de arena, cal, y materia grasa hasta que quede más sólido, para que el recolector se lo pueda llevar. Si no se hace esto, la consecuencia será que la grasa se chorree en las calles y genere mal olor en las instalaciones de la empresa y en sus alrededores.

No se utilizarán vasos plásticos, platos, ni cubiertos desechables. Se instalará un filtro de agua en la llave de la cocina, para garantizar la calidad del agua para consumo de los invitados y para evitar generar desperdicios plásticos con la compra de botellas. Inicialmente el filtro costará \$300. Se instalará otro filtro de aguas grises en el baño, para que esa agua sirva en el riego de las áreas verdes. Este filtro cuesta \$700.

Por otro lado, la empresa debe asegurar la remuneración a tiempo para satisfacer a los empleados. En el contrato se debe especificar a todo el personal las labores que deben desarrollar. Todos los empleados de la empresa deben conocer y entender la dimensión cultural de General Villamil, para que puedan responder y sean capaces de resolver cualquier inquietud referente a los temas relacionados al aspecto cultural, geográfico y turístico.

Siempre es importante explicarle al cliente los ingredientes que se usarán para preparar los platos que desea en su banquete. De esta manera se dará confianza al cliente para que tenga una idea de lo que va a comprar. Si existen platos que tengan especies que tengan temporadas de veda, respetar las fechas de consumo. Es importante llevar un registro de los comentarios que hayan tenido los clientes sobre su experiencia al cierre del evento, que servirá para tener referencias archivadas en documentos impresos.

4.6 MARKETING MIX

4.6.1 PRODUCTO

El servicio consiste en el alquiler del espacio con mesas y sillas vestidas, pantallas de 40 pulgadas, DVD, amplificación y meseros. Serán 15 mesas de madera para 8 personas con 120 sillas de metal inoxidable estilo Tiffany. Se cuenta con internet inalámbrico gratuito en el local y el alquiler del espacio es indiferente a la naturaleza del evento y al número de invitados.

Se van a ofrecer servicios adicionales, como la elaboración de banquetes, donde el cliente tendrá dos opciones para elegir de entrada, dos opciones de plato fuerte y un solo postre. Las entradas y platos fuertes serán elaborados por la empresa en proyecto, mientras que los postres serán comprados a una panadería del sector para generar desarrollo económico en una familia más.

Las bebidas soft es un negocio silencioso muy rentable del cual se puede generar utilidad para la empresa. Se trata de venderle al cliente, como servicio adicional, agua natural, agua mineral, y el hielo. A la hora de la celebración, para los invitados es una molestia salir a comprar a la tienda. Por cada dos personas, se dará una botella de agua mineral y una funda de hielo. El agua natural se obtendrá del purificador de agua instalado y se servirá en jarros de cristal. Se cobrará \$3,50 por persona.

Otros servicios adicionales son el DJ, la banda musical, y el show de barman, a los cuales se les pagará por evento, y no constan en la nómina de empleados de la empresa.

4.6.1.1 MESA PARA 8 PERSONA

GRÁFICO 16 MESA PARA 8 PERSONAS



Fuente: Giancarlo Colombo

4.6.1.2 SILLAS TIFFANY

GRÁFICO 17 SILLAS TIFFANY



Fuente: Giancarlo Colombo

4.6.2 PRECIO

Hay que ofrecer un precio económico para el alquiler del espacio. Con los resultados obtenidos en las encuestas, se ha decidido \$700 por el alquiler de 8 horas del espacio incluidas 8 mesas vestidas y 120 sillas, 2 pantallas de 40 pulgadas, DVD, amplificación y meseros.

En servicios adicionales, el costo del banquete se establecerá en \$12 por persona para ser aún más competitivos. Las bebidas soft se venderán a \$3,50 por persona.

El DJ cobra \$60 las 8 horas de trabajo. El precio que deberá pagar el cliente por este servicio será \$200.

El Barman ofrece un show por \$600 incluido 40 shots de cocteles para brindar a los invitados. Se cobrará \$1.200 por este servicio. Este show es muy importante porque hay interacción con los invitados, y es un bonito recuerdo que se llevan.

La banda cobra \$1000 por 3 horas. Se ofrecerá este servicio por \$3000.

Es importante anotar que estos servicios adicionales que generan ingresos y costos no forman parte de la planificación económica ya que se ofrecerán en el caso de ser solicitados. Es así que, en caso de generarse una contratación, la empresa generará ingresos adicionales.

4.6.3 PLAZA

El lugar donde estará ubicada la casa de eventos y banquetes es en General Villamil Playas en la vía a data; sus principales clientes son los habitantes del sector, sin dejar de lado empresas de la ciudad de Guayaquil y otras cercanas que requieran el servicio para atender eventos empresariales.

4.6.4 PROMOCIÓN

La promoción será masiva. Se utilizarán las vallas publicitarias en la entrada de Playas, que tendrán un costo mensual de \$1000, pero hará que locales y turistas sepan desde que llegan a Playas, que existe una casa de eventos y banquetes. De esta manera se evitará la impresión de volantes y el gasto de hojas de papel. El papel se daña, se pierde, sin embargo la valla publicitaria llegará a todos.

El logo tiene que ser directo y el slogan tiene que ser breve pero con un mensaje claro en función del objetivo de la empresa.

El uso de las redes sociales es importante, pues para que la gente conozca el producto sin visitarlo se puede utilizar facebook, twitter para promocionar gratuitamente el producto, e incluso se creará una página web donde los clientes puedan ver las fotos del local, conocer la oferta de los menús, y se pueda responder cualquier inquietud de un cliente potencial, inclusive tomando datos de contacto para recibir la propuesta personalizada.

4.7 MISIÓN

Ser parte del desarrollo económico y social de la comunidad de General Villamil, con la convicción de brindar, en un ambiente costero, un servicio personalizado para la realización de eventos inolvidables para nuestros clientes.

4.8 VISIÓN

Constituirnos en el referente para la celebración de eventos y banquetes, caracterizándonos por ser una empresa que ofrece servicios de alta calidad manteniendo las tradiciones gastronómicas del sector para resaltar el potencial turístico.

4.9 LOGO

GRÁFICO 18 LOGO



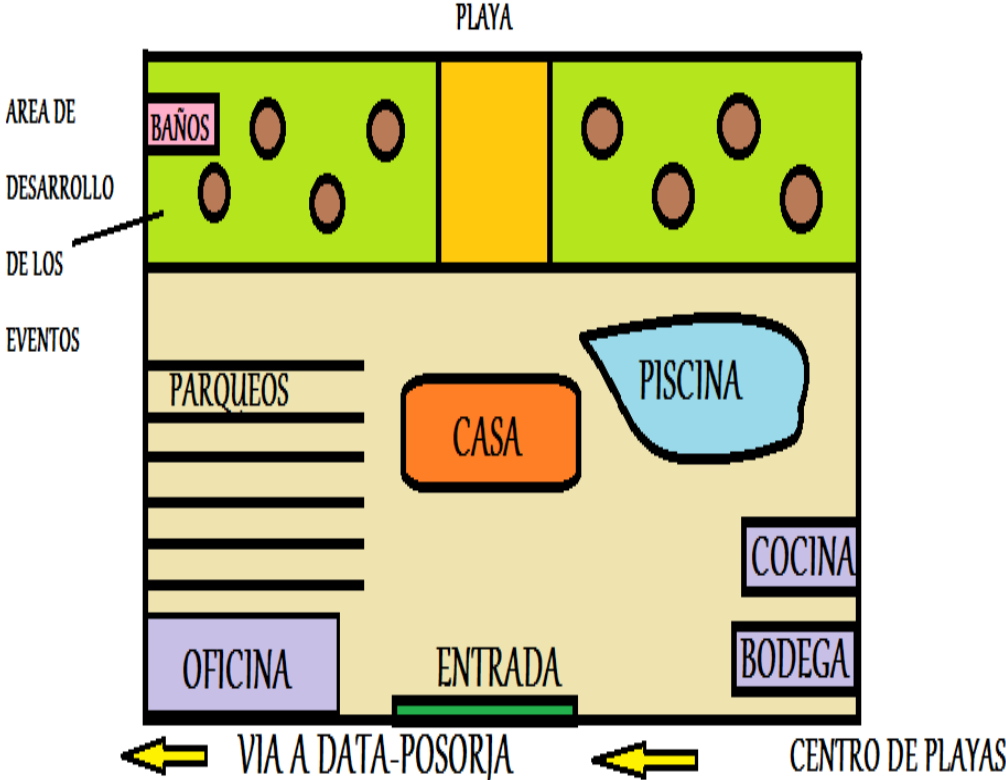
Elaborado por Giancarlo Colombo

4.10 SLOGAN

Espacio y Gastronomía

4.11 DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO

GRÁFICO 19 DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO



Elaborado por Giancarlo Colombo

GRÁFICO 20 DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO



Fuente: Giancarlo Colombo

GRÁFICO 21 DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO



Fuente: Giancarlo Colombo

4.12 EVALUACIÓN DE IMPACTOS

Siendo la valoración más negativa -3, la neutral 0 y la más positiva 3, se ha analizado los impactos de la propuesta con el fin de sacar un promedio de impacto. Respecto a las actividades y su impacto ambiental, se explica que:

- Esta propuesta no afecta el clima ni la temperatura. 3
- No se contaminará el aire. La elaboración de la comida no representa un impacto significativo. Se le dio una valoración de 3
- Ruido: Música durante el desarrollo del evento. -1
- No se harán modificaciones significativas en infraestructura. 2
- No se verán afectados las calles ni el suelo. 3
- Se cuenta con espacios verdes en el área de desarrollo de los eventos. 3
- Se cuenta con agua potable en la zona. 3
- El agua del mar no se verá afectada con desechos sólidos. 2
- Se filtrará el agua potable para servirla en jarras, y así obtener agua libre de químicos plásticos. 3
- No habrá edificaciones que afecten el paisaje de Playas. 3
- No se talará árboles. 3
- No habrá vegetación terrestre o acuática afectada negativamente, los eventos se desarrollarán dentro del establecimiento. 2
- Se necesita de la pesca artesanal para elaboración de platillos. -1
- Fácil acceso a los pescadores para la compra de insumos. 2
- Generación de empleo. 3
- Desarrollo turístico en la localidad. 3
- La propuesta incentiva la gastronomía de la zona. 3

El promedio como impacto es de 2.2, lo cual indica que es muy bueno.

En cuanto a las actividades y su impacto turístico, se explica que:

- Es un servicio accesible para nacionales y extranjeros. 3
- El personal contratado estará conformado por habitantes de la zona que estarán en constante interacción con los clientes e invitados. 3
- Se generan empleos fijos y eventuales. 3
- Esta propuesta no se relaciona a integración de actividades deportivas pero si a prácticas ecológicas. 2
- Salida a la playa por puerta trasera. -1
- Internet inalámbrico gratuito dentro de la casa de eventos y banquetes. 2
- Se cuenta con hosterías en la zona, cajeros automáticos, farmacias, policía, restaurantes. 2

El promedio de impacto turístico es de 2, lo cual se considera muy bueno, siendo 3 el máximo.

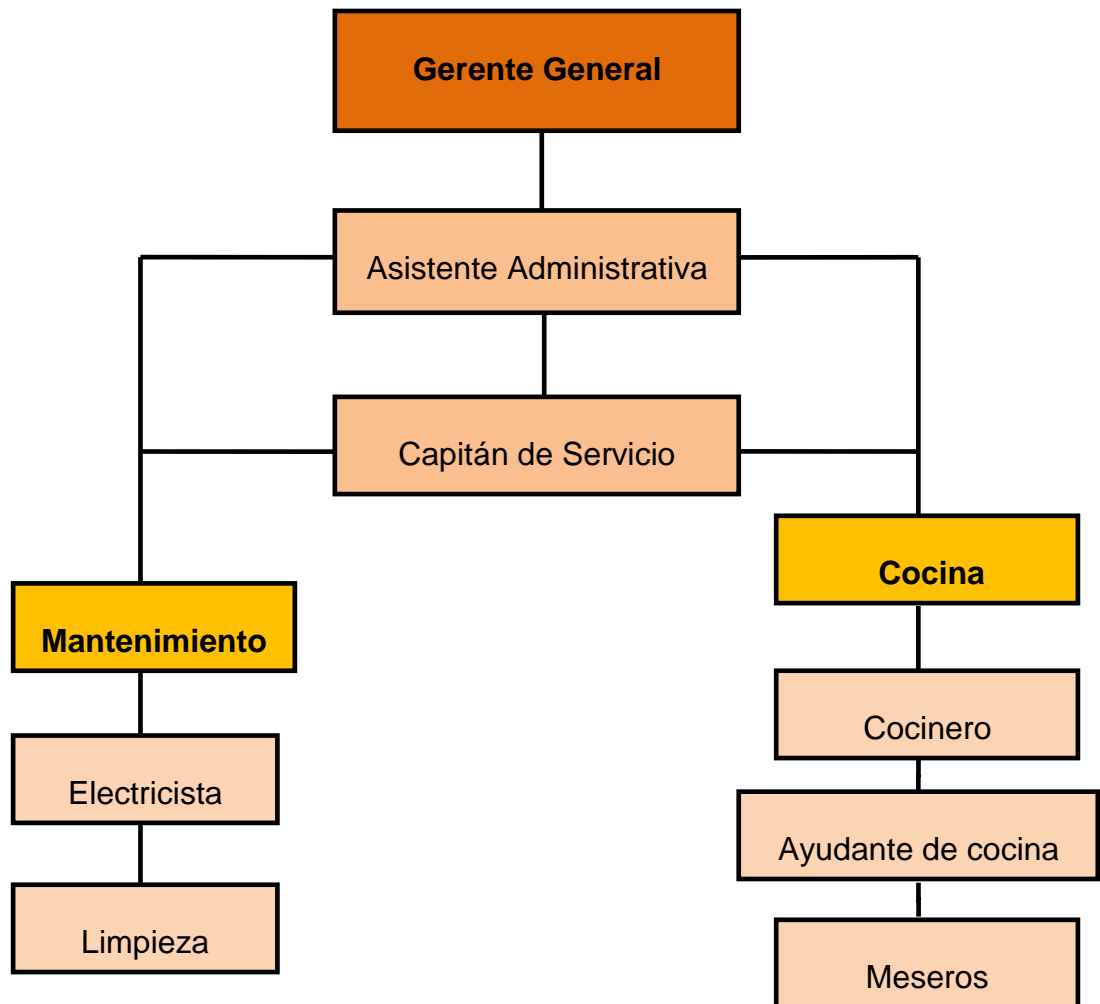
Los impactos en cuanto a infraestructura serán mínimos debido a que los eventos se desarrollarán al aire libre en el patio designado. Se harán pocas modificaciones que será la adecuación de trampa de grasa, filtros de agua en el lavaplatos y ciertos arreglos que no representan un impacto significativo. La elaboración de la comida para los banquetes se realizará en la cocina de la casa, que viene incluida en el pago del alquiler. Con la operatividad de esta propuesta, se puede generar ocupación laboral a una decena de personas de manera directa, y otros más, de manera indirecta, ya que existe una cadena de beneficiarios, como los pescadores, los vendedores del Mercado de Playas; es decir, son familias enteras que se benefician por cada jefe de familia.

CAPITULO V

DEFINIR LA ESTRUCTURA OPERATIVA ÓPTIMA DE LA EMPRESA QUE PERMITA MAXIMIZAR LAS GANANCIAS Y FOMENTE EL DESARROLLO ECONÓMICO DE LOS HABITANTES DEL CANTÓN.

5.1 ORGANIGRAMA

GRÁFICO 22 ORGANIGRAMA



Elaborado por Giancarlo Colombo

5.2 DESCRIPCIÓN DEL PERSONAL

5.2.1 PERSONAL FIJO

Deberán cumplir 40 horas semanales, y serán en turnos rotativos de acuerdo a la necesidad por eventos.

GERENTE GENERAL

Para esta propuesta se ha asignado al propietario como Gerente General. Es la persona más importante de la empresa, puesto se encargará de administrar los recursos, tanto en la negociación del precio de los insumos con los proveedores, como entregarle al personal la cantidad de mesas, manteles, y la cantidad de materia prima exacta para la elaboración de los platillos. Como propietario, es el encargado de fijar los precios de venta.

Se encargará también de la contratación del personal y la designación de tareas a los empleados, y organizará reuniones al menos una vez a la semana con todo el personal para hablar de la semana laboral que acaba de transcurrir.

ASISTENTE ADMINISTRATIVA

Será la mano derecha del Gerente. Estará en recepción, y es la encargada de atender al cliente, ya sea en las instalaciones de la casa de eventos, o por teléfono. Trabjará en horarios de oficina. Deberá reportar diariamente al Gerente General todos los movimientos respecto a la empresa.

Estará encargada de la contabilidad de la empresa, de los pagos de documentos para el funcionamiento de la empresa, facturar por los servicios prestados y elaborar los roles de pago. Debe conocer los ingredientes para la elaboración de los platillos a fin de coordinar los abastecimientos de materiales.

Deberá tener conocimientos de computación e internet para que pueda comunicarse de manera óptima y tener listo en un correo electrónico las cotizaciones a los clientes sobre los requerimientos que hicieron previamente para el desarrollo del evento. Se

encargará de la promoción de la Casa de Eventos y Banquetes, como el pago mensual de la valla publicitaria y página web.

En gran parte, la secretaria será la encargada del flujo de operaciones junto al Gerente General. Deberá cerrar ventas y hacer firmar al cliente un compromiso cuando cancele el 100% previo al desarrollo del evento.

Deberá informarle al Capitán de Servicio los detalles de cada evento

CAPITÁN DE SERVICIO

Deberá tener conocimientos de gastronomía en general, de la elaboración de los platillos de la casa de eventos, y de bebidas alcohólicas. Se encargará de supervisar el desarrollo del evento y de asignarles tareas a los empleados que estén a su cargo, como lo son los meseros. Es el encargado del montaje de las mesas y deberá también explicarle a los meseros cómo hacerlo, y cómo desmontarla.

Deberá revisar cada plato antes de que llegue a la mesa.

ELECTRICISTA

Deberá supervisar diariamente el funcionamiento del sistema de luz y sistema eléctrico en general de la casa. Será el encargado de los audiovisuales en el desarrollo del evento. Este empleado es importante debido a que siempre hay eventualidades como un foco quemado, o la instalación y funcionamiento de cualquier artefacto eléctrico.

PERSONAL DE LIMPIEZA

En los eventos, es muy importante la limpieza. Solo habrá eventos 2 días a la semana, lo que quiere decir que durante los eventos, se encargarán constantemente de la limpieza de los baños y áreas de circulación, y el lavado de los platos y en los días que no haya

eventos, limpiarán el establecimiento de manera pormenorizada, así como los equipos disponibles (refrigeradoras, congeladores, muebles de cocina)

5.2.2 PERSONAL EVENTUAL

COCINERO

El cocinero deberá tener destreza en la elaboración de comida típica de la zona, pero no necesariamente debe ser una persona con estudios de gastronomía, como un Chef. Su trabajo será la elaboración de los diferentes platillos que serán servidos y es responsable del desempeño de su ayudante.

AYUDANTE DE COCINA

Estará al servicio del cocinero con el fin de lograr la elaboración correcta y a tiempo de los platillos.

MESEROS

Su trabajo es llevar los platillos de la cocina hacia la mesa de los invitados, y así mismo retirarlos luego. Deben estar al servicio de los invitados e informarle al Capitán de Servicio los requerimientos que vayan surgiendo durante el desarrollo del evento. Deberán ayudar en el montaje de las mesas, y deberán estar informados de la elaboración de los platillos.

CAPITULO VI

ANALIZAR LA FACTIBILIDAD Y VIABILIDAD FINANCIERA DE LLEVAR A CABO EL PROYECTO Y LA RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.

6.1 CICLO PRODUCTIVO Y VENTAS

Reservación del cliente 30 días

Pago en 15 días

Ciclo productivo y ventas: 45 días

6.2 COSTOS FIJOS

TABLA 12 COSTOS FIJOS: RECURSO HUMANO

RECURSO HUMANO	SUELDO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDO RESERVA	APORTE PATRONA	VACACIONES	TOTAL COSTO MENSUAL	TOTAL COSTO ANUAL
Gerente General	\$500	\$41.67	\$26.50	\$41.67	\$60.75	\$20.83	\$691.42	\$8,297
Asistente administrativa	\$380	\$31.67	\$26.50	\$31.67	\$46.17	\$15.83	\$531.84	\$6,382
Capitan de mesero	\$380	\$31.67	\$26.50	\$31.67	\$46.17	\$15.83	\$531.84	\$6,382
Electricista	\$350	\$29.17	\$26.50	\$29.17	\$42.53	\$14.58	\$491.94	\$5,903
Limpieza y mantenimiento	\$340	\$28.33	\$26.50	\$28.33	\$41.31	\$14.17	\$478.64	\$5,744
TOTAL	\$1,950	\$162.50	\$132.50	\$162.50	\$236.93		\$2,725.68	\$32,708

Elaborado por Giancarlo Colombo

TABLA 13 COSTOS FIJOS: SERVICIOS EXTERNOS

SERVICIOS EXTERNOS	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Pagina web	\$30	\$360
Valla publicitaria	\$1,000	\$12,000
Guardia 24 horas	\$1,340	\$16,080
Alquiler	\$500	\$6,000
Energía electrica	\$100	\$1,200
Agua	\$80	\$960
Internet	\$42	\$504
Teléfono	\$20	\$240
TOTAL	\$3,112	\$37,344
	TOTAL COSTOS FIJOS MENSUAL	TOTAL COSTOS FIJOS ANUAL
	\$5,838	\$70,052

Elaborado por Giancarlo Colombo

A pesar de que solo se contratarán 5 personas como personal fijo, los costos fijos mensuales son altos debido a que hay que contratar el servicio de guardia privado de compañía y la valla publicitaria para la promoción. En el alquiler está incluida la cocina con refrigeradora y utensilios.

6.3 INVERSIÓN INICIAL

TABLA 14 INVERSIÓN INICIAL

ARTICULO	COSTO UNIT	CANT	TOTAL	GRUPO	AÑOS VIDA	DEPREC ANUAL	DEPREC MENSUAL
Gastos de Investigación	\$80.00	1	\$80.00	INVESTIGACION			
Permisos	\$2,988.70	1	\$2,988.70				
Adecuación de local	\$2,000.00	1	\$2,000.00	ADECUACIONES	3	\$666.67	\$55.56
LAMPARA 400 WATTS	\$54.00	1	\$54.00	EQUIPO AUDIOVISUAL	5	\$10.80	\$0.90
Micrófonos	\$30.00	3	\$90.00	EQUIPO AUDIOVISUAL	3	\$30.00	\$2.50
Parlantes	\$50.00	3	\$150.00	EQUIPO AUDIOVISUAL	4	\$37.50	\$3.13
Licudadora industrial	\$150.00	1	\$150.00	EQUIPO DE COCINA	3	\$50.00	\$4.17
Olla arrocera	\$250.00	2	\$500.00	EQUIPO DE COCINA	5	\$100.00	\$8.33
Trampa de grasa	\$600.00	1	\$600.00	EQUIPO DE COCINA	5	\$120.00	\$10.00
Samobar	\$120.00	10	\$1,200.00	EQUIPO DE COCINA	3	\$400.00	\$33.33
Congeladores	\$1,000.00	2	\$2,000.00	EQUIPO DE COCINA	3	\$666.67	\$55.56
Computadora	\$300.00	1	\$300.00	EQUIPO COMPUTACION	3	\$100.00	\$8.33
Filtro de agua purificada	\$300.00	1	\$300.00	EQUIPO DE TRABAJO	5	\$60.00	\$5.00
Filtro de aguas grises	\$700.00	1	\$700.00	EQUIPO DE TRABAJO	5	\$140.00	\$11.67
Modelo 2 Mantel (2 piezas)	\$9.45	150	\$1,417.50	EQUIPO DE TRABAJO	2	\$708.75	\$59.06
Modelo 1 Mantel (2 piezas)	\$9.50	150	\$1,425.00	EQUIPO DE TRABAJO	2	\$712.50	\$59.38
Mesa para directivos	\$300.00	5	\$1,500.00	EQUIPO DE TRABAJO	3	\$500.00	\$41.67
Mesas madera 8 personas	\$240.00	16	\$3,840.00	EQUIPO DE TRABAJO	5	\$768.00	\$64.00
Sillas tiffany aluminio	\$62.00	140	\$8,680.00	EQUIPO DE TRABAJO	5	\$1,736.00	\$144.67
Vasos cristal	\$0.50	150	\$75.00	MENAJE DE COCINA	3	\$25.00	\$2.08
Copas modelo 1 (brindis)	\$0.88	150	\$132.00	MENAJE DE COCINA	3	\$44.00	\$3.67
Copas modelo 2 (agua)	\$0.88	150	\$132.00	MENAJE DE COCINA	3	\$44.00	\$3.67
Plato de taza	\$0.95	150	\$142.50	MENAJE DE COCINA	3	\$47.50	\$3.96
Taza	\$0.95	150	\$142.50	MENAJE DE COCINA	3	\$47.50	\$3.96
Plato trincherero (entradas)	\$1.10	150	\$165.00	MENAJE DE COCINA	3	\$55.00	\$4.58
Plato postre	\$1.15	150	\$172.50	MENAJE DE COCINA	3	\$57.50	\$4.79
Plato comida principal	\$1.22	150	\$183.00	MENAJE DE COCINA	3	\$61.00	\$5.08
Plato base	\$1.48	150	\$222.00	MENAJE DE COCINA	3	\$74.00	\$6.17
Juego cubiertos	\$4.00	150	\$600.00	MENAJE DE COCINA	3	\$200.00	\$16.67
Escritorio	\$170.00	1	\$170.00	MUEBLE DE OFICINA	3	\$56.67	\$4.72
TOTAL			\$30,112		TOT	\$6,841.58	\$570.13
Capital de trabajo			\$8,246.76				
APORTES DE SOCIO							
TOTAL INVERSION INICIAL			\$38,358				

Elaborado por Giancarlo Colombo

La inversión inicial para esta propuesta comprende los activos de la empresa, el gasto de investigación, permisos, adecuaciones y capital de trabajo. El total de la inversión inicial es de \$38.358.

6.4 BALANCE INICIAL

TABLA 15 BALANCE INICIAL

EMPRESA La Gran Casa		
BALANCE INICIAL		
ACTIVOS		
ACTIVO CORRIENTE		\$8,246.76
Caja-Bancos	\$8,246.76	
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPOS		\$27,043.00
Equipos Audiovisuales	\$294.00	
Menaje de cocina	\$1,966.50	
Equipo de cocina	\$4,450.00	
Mueble de oficina	\$170.00	
Equipo de computacion	\$300.00	
Muebles y otros de operación	\$17,862.50	
Adecuaciones	\$2,000.00	
TOTAL ACTIVOS		\$35,289.76
PASIVOS Y PATRIMONIO		
Pasivos		\$8,246.76
PATRIMONIO		\$27,043.00
Capital social	\$200.00	
Aportes para futuras capitalizaciones	\$26,843.00	
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO		\$35,289.76

Elaborado por Giancarlo Colombo

6.5 MENÚ 1

TABLA 16 COSTO DE ELABORACIÓN DE ENTRADA 1

CEBICHE	CANT	PRECIO
camarones	0.25 lb	\$0.75
cebolla colorada	1	\$0.10
limones	8	\$0.56
yerbita	pizca	\$0.05
sal	pizca	\$0.01
pimiento	1	\$0.10
maiz tostado	porcion	\$0.15
cebolla blanca	1	\$0.10
comino	pizca	\$0.01
ajo	3	\$0.10
tomate	1	\$0.10
moztaza	pizca	\$0.01
salsa de tomate	2 sachés	\$0.10
TOTAL		\$2.14

Elaborado por Giancarlo Colombo

TABLA 17 COSTO DE ELABORACIÓN DE PLATO FUERTE 1

Dorado en salsa de coco	Cantidad	Precio
arroz	0.25 lb	\$0.10
aceite	1 porcion	\$0.30
sal	1 pizca	\$0.01
pescado dorado	1 porcion	\$0.67
lechuga	1 porcion	\$0.09
cebolla blanc	1	\$0.10
cebolla perla	1	\$0.10
cebolla colorada	1	\$0.10
coco rayado	1 porcion	\$0.50
pimiento	1	\$0.10
tomatillos rojos	1 porcion	\$0.36
leche	0.25 Lt	\$0.30
ajo	3	\$0.10
TOTAL		\$2.83

Elaborado por Giancarlo Colombo

TABLA 18 COSTO DE ELABORACIÓN DE MENU 1

Menu 1	
ENTRADA 1	\$2.14
PLATO FUERTE 1	\$2.83
POSTRE	\$0.50
COSTO PROD	\$5.47
PRECIO VENTA	\$12.00

Elaborado por Giancarlo Colombo

Con este menú se puede concluir que en la elaboración del cebiche, lo que más cuesta es el camarón. Se usó dorado porque es un pez que tiene bastante carne, donde saldría un pedazo grueso para presentar en el plato y que no se va a desbaratar. A diferencia de una corvina, la cual se usa para los platillos típicos de playas, no se utilizará ya que se desarmaría y perdería el gusto gourmet. El postre será elaborado por una panadería de la zona.

6.6 MENÚ 2

TABLA 19 COSTO DE ELABORACIÓN DE ENTRADA 2

Patacones en salsa de queso	CANT	COSTO
verde	1	\$0.05
aceite	1 porcion	\$0.25
sal	1 pizca	\$0.01
queso	1 porcion	\$0.50
leche	0.25 ltrs	\$0.30
cebolla colo	0.5	\$0.05
yerbita	1	\$0.05
TOTAL		\$1.21

Elaborado por Giancarlo Colombo

TABLA 20 COSTO DE ELABORACIÓN DE PLATO FUERTE 2

Spaguetti a lo Villamil	CANT	PRECIO
fideo	0.25 lb	\$0.30
aceite	1 cda	\$0.10
sal	1 pizca	\$0.01
camarones	0.25 lb	\$0.75
cebolla colo	1	\$0.10
pimiento	1	\$0.10
cebolla blanca	1	\$0.10
perejil	1 cda	\$0.05
comino	1 pizca	\$0.01
pimienta	1 pizca	\$0.01
TOTAL		\$1.53

Elaborado por Giancarlo Colombo

TABLA 21 COSTO DE ELABORACIÓN DE MENÚ 2

Menu 2	
ENTRADA 2	\$1.21
PLATO FUERTE 2	\$1.53
POSTRE	\$0.50
COSTO PROD	\$3.24
PRECIO VENTA	\$12.00

Elaborado por Giancarlo Colombo

Elaborar este menú tiene un costo inferior al del primero, pero sin duda hay utilidad al prepararlo también. Este postre también será elaborado por la panadería de la zona.

6.7 PROYECCIÓN DE INGRESOS DEL PRIMER AÑO

TABLA 22 PROYECCIÓN DE INGRESOS DEL PRIMER AÑO

VENTAS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
Alquiler de local	\$5,600	\$8,400	\$5,600	\$5,600	\$5,600
Servicio de buffet	\$2,880	\$4,320	\$2,880	\$2,880	\$2,880
Bebidas Soft	\$840	\$1,260	\$840	\$840	\$840
INGRESOS MENSUALES	\$9,320	\$13,980	\$9,320	\$9,320	\$9,320
- COSTO DE VENTAS	\$2,273	\$3,409.20	\$2,272.80	\$2,272.80	\$2,272.80
Servicio de buffet	\$1,312.80	\$1,969.20	\$1,312.80	\$1,312.80	\$1,312.80
Bebidas soft	240	\$360	\$240	\$240	\$240
Meseros	\$320	\$480	\$320	\$320	\$320
Cocineros	\$400	\$600	\$400	\$400	\$400
= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$7,047.20	\$10,570.80	\$7,047.20	\$7,047.20	\$7,047.20
- GASTOS	\$9,476.51	\$6,407.81	\$6,407.81	\$6,407.81	\$6,407.81
Investigacion	\$80				
Total costos fijos mensuales	\$5,838	\$5,838	\$5,838	\$5,838	\$5,838
Permisos y patentes	\$2,989				
Depreciaciones	\$570.13	\$570.13	\$570.13	\$570.13	\$570.13
= UTILIDAD ANTES PARTICIPACION DE TRABAJADORES	-\$2,429.31	\$4,162.99	\$639.39	\$639.39	\$639.39
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-\$2,064.91	\$3,538.54	\$543.48	\$543.48	\$543.48
- 22% IMPUESTO A LA RENTA	-\$454.28	\$778.48	\$119.57	\$119.57	\$119.57
= UTILIDAD NETA	-\$1,610.63	\$2,760.06	\$423.92	\$423.92	\$423.92

Elaborado por Giancarlo Colombo

JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMB	OCTUBRE	NOVIEM	DICIEMBRE	TOTAL
\$5,600	\$5,600	\$5,600	\$5,600	\$5,600	\$5,600	\$8,400	\$72,800
\$2,880	\$2,880	\$2,880	\$2,880	\$2,880	\$2,880	\$4,320	\$37,440
\$840	\$840	\$840	\$840	\$840	\$840	\$1,260	\$10,920
\$9,320	\$9,320	\$9,320	\$9,320	\$9,320	\$9,320	\$13,980	\$121,160
\$2,272.80	\$2,272.80	\$2,272.80	\$2,272.80	\$2,272.80	\$2,272.80	\$3,409.20	\$29,546.40
\$1,312.80	\$1,312.80	\$1,312.80	\$1,312.80	\$1,312.80	\$1,312.80	\$1,969.20	\$17,066
\$240	\$240	\$240	\$240	\$240	\$240	\$360	\$3,120
\$320	\$320	\$320	\$320	\$320	\$320	\$480	\$4,160
\$400	\$400	\$400	\$400	\$400	\$400	\$600	\$5,200
\$7,047.20	\$7,047.20	\$7,047.20	\$7,047.20	\$7,047.20	\$7,047.20	\$10,570.80	\$91,613.60
\$6,407.81	\$6,407.81	\$6,407.81	\$6,407.81	\$6,407.81	\$6,407.81	\$6,407.81	\$76,893.68
\$5,838	\$5,838	\$5,838	\$5,838	\$5,838	\$5,838	\$5,838	\$70,052
\$570.13	\$570.13	\$570.13	\$570.13	\$570.13	\$570.13	\$570.13	\$6,842
\$639.39	\$639.39	\$639.39	\$639.39	\$639.39	\$639.39	\$4,162.99	\$14,719.92
\$95.91	\$95.91	\$95.91	\$95.91	\$95.91	\$95.91	\$624.45	\$2,207.99
\$543.48	\$543.48	\$543.48	\$543.48	\$543.48	\$543.48	\$3,538.54	\$12,511.93
\$119.57	\$119.57	\$119.57	\$119.57	\$119.57	\$119.57	\$778.48	\$2,752.62
\$423.92	\$423.92	\$423.92	\$423.92	\$423.92	\$423.92	\$2,760.06	\$9,759.30

Elaborado por Giancarlo Colombo

Para los ingresos del primer año, se cobrará \$700 por el alquiler del espacio, y se ha considerado que solo se alquilará 2 veces por semana. En febrero y diciembre, se alquilará 3 veces por semana. En el servicio de buffet y bebidas soft, se hizo el análisis partiendo de 30 invitados. Los meseros ganarán \$20 y los cocineros \$25 los dos primeros años. Para el primer año la utilidad neta es de \$9759.30.

6.8 FLUJO DE CAJA DEL PRIMER AÑO

TABLA 23 FLUJO DE CAJA DEL PRIMER AÑO

INGRESOS A CAJA	ENE	FEBR	MAR	ABR	MAY
VENTAS AL CONTADO	\$9,320	\$13,980	\$9,320	\$9,320	\$9,320
RECUPERACION VENTAS CREDITO					
TOTAL INGRESOS A CAJA	\$9,320	\$13,980	\$9,320	\$9,320	\$9,320
TOTAL EGRESOS	\$10,403.50	\$8,708.13	\$7,571.73	\$7,969.23	\$7,571.73
Servicio de buffet	\$2,272.80	\$3,409.20	\$2,272.80	\$2,272.80	\$2,272.80
Patentes y permisos	\$2,989				
Investigacion	\$80.00				
Sueldos	\$1,950	\$2,187	\$2,187	\$2,584	\$2,187
Servicios externos	\$3,112	\$3,112	\$3,112	\$3,112	\$3,112
FLUJO NETO DE CAJA	-\$ 1,083.50	\$ 5,271.88	\$ 1,748.28	\$ 1,350.78	\$ 1,748.28

Elaborado por Giancarlo Colombo

JUN	JUL	AGOST	SEPT	OCTUBRE	NOV	DIC	TOTAL FLUJO ANUAL
\$9,320	\$9,320	\$9,320	\$9,320	\$9,320	\$9,320	\$13,980	
\$9,320	\$9,320	\$9,320	\$9,320	\$9,320	\$9,320	\$13,980	\$121,160
\$7,571.73	\$7,571.73	\$7,571.73	\$7,571.73	\$7,571.73	\$7,571.73	\$10,495.63	\$98,150.28
\$2,272.80	\$2,272.80	\$2,272.80	\$2,272.80	\$2,272.80	\$2,272.80	\$3,409.20	
\$2,187	\$2,187	\$2,187	\$2,187	\$2,186.93	\$2,187	\$3,974.43	
\$3,112	\$3,112	\$3,112	\$3,112	\$3,112	\$3,112	\$3,112	
\$ 1,748.28	\$ 1,748.28	\$ 1,748.28	\$ 1,748.28	\$ 1,748.28	\$ 1,748.28	\$ 3,484.38	\$ 23,009.73

Elaborado por Giancarlo Colombo

6.9 PROYECCIÓN DE INGRESOS DEL SEGUNDO AÑO

TABLA 24 PROYECCION DE INGRESOS DEL SEGUNDO AÑO

VENTAS	ene	feb	mar	abr	may
Alquiler de local	\$5,760	\$8,640	\$5,760	\$5,760	\$5,760
Servicio de buffet	\$3,120	\$4,680	\$3,120	\$3,120	\$3,120
Bebidas Soft	\$840	\$1,260	\$840	\$840	\$840
Ingresos Mensuales	\$9,720	\$14,580	\$9,720	\$9,720	\$9,720
- COSTO DE VENTAS	\$2,273	\$3,410	\$2,273	\$2,273	\$2,273
Servicio de buffet	\$1,313.15	\$1,969.55	\$1,313.15	\$1,313.15	\$1,313.15
Bebidas soft	\$240	\$360	\$240	\$240	\$240
Meseros	\$320	\$480	\$320	\$320	\$320
Cocineros	\$400	\$600	\$400	\$400	\$400
= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$7,446.85	\$11,170.45	\$7,446.85	\$7,446.85	\$7,446.85
- GASTOS	\$9,396.81	\$6,407.81	\$6,407.81	\$6,407.81	\$6,407.81
Permisos y patentes	\$2,989				
Total costos fijos mensuales	\$5,838	\$5,838	\$5,838	\$5,838	\$5,838
Depreciaciones	\$570.13	\$570.13	\$570.13	\$570.13	\$570.13
= UTILIDAD ANTES PARTICIPACION DE TRABAJADORES	-\$1,949.96	\$8,172.19	\$3,312.19	\$3,312.19	\$3,312.19
- 15% PARTICIPACION TRABAJADORES	-\$292.49	\$1,225.83	\$496.83	\$496.83	\$496.83
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-\$1,657.46	\$6,946.36	\$2,815.36	\$2,815.36	\$2,815.36
- 22% IMPUESTO A LA RENTA	-\$364.64	\$1,528.20	\$619.38	\$619.38	\$619.38
= UTILIDAD NETA	-\$1,292.82	\$5,418.16	\$2,195.98	\$2,195.98	\$2,195.98

Elaborado por Giancarlo Colombo

jun	jul	agos	sept	oct	nov	dic	TOTAL
\$5,760	\$5,760	\$5,760	\$5,760	\$5,760	\$5,760	\$8,640	\$74,880
\$3,120	\$3,120	\$3,120	\$3,120	\$3,120	\$3,120	\$4,680	\$40,560
\$840	\$840	\$840	\$840	\$840	\$840	\$1,260	\$10,920
\$9,720	\$9,720	\$9,720	\$9,720	\$9,720	\$9,720	\$14,580	\$126,360
\$2,273	\$2,273	\$2,273	\$2,273	\$2,273	\$2,273	\$3,410	\$29,551
\$1,313.15	\$1,313.15	\$1,313.15	\$1,313.15	\$1,313.15	\$1,313.15	\$1,969.55	\$17,071
\$240	\$240	\$240	\$240	\$240	\$240	\$360	\$3,120
\$320	\$320	\$320	\$320	\$320	\$320	\$480	\$4,160
\$400	\$400	\$400	\$400	\$400	\$400	\$600	\$5,200
\$7,446.85	\$7,446.85	\$7,446.85	\$7,446.85	\$7,446.85	\$7,446.85	\$11,170.45	\$96,809.40
\$6,407.81	\$6,407.81	\$6,407.81	\$6,407.81	\$6,407.81	\$6,407.81	\$6,407.81	\$76,893.68
\$5,838	\$5,838	\$5,838	\$5,838	\$5,838	\$5,838	\$5,838	\$70,052
\$570.13	\$570.13	\$570.13	\$570.13	\$570.13	\$570.13	\$570.13	\$6,842
\$3,312.19	\$3,312.19	\$3,312.19	\$3,312.19	\$3,312.19	\$3,312.19	\$8,172.19	\$19,915.72
\$496.83	\$496.83	\$496.83	\$496.83	\$496.83	\$496.83	\$1,225.83	\$2,987.36
\$2,815.36	\$2,815.36	\$2,815.36	\$2,815.36	\$2,815.36	\$2,815.36	\$6,946.36	\$16,928.36
\$619.38	\$619.38	\$619.38	\$619.38	\$619.38	\$619.38	\$1,528.20	\$3,724.24
\$2,195.98	\$2,195.98	\$2,195.98	\$2,195.98	\$2,195.98	\$2,195.98	\$5,418.16	\$13,204.12

Elaborado por Giancarlo Colombo

Para el segundo año, se tiene proyectado \$720 como precio de alquiler para los clientes. Elaborar el buffet costará \$0,35 más y así mismo, su precio de venta subirá un dólar por año. A este año le correspondería \$13 el precio de venta persona. Este segundo año da como resultado una utilidad de \$13.204,12.

6.10 FLUJO DE CAJA DEL SEGUNDO AÑO

TABLA 25 FLUJO DE CAJA DEL SEGUNDO AÑO

INGRESOS A CAJA	ENE	FEBR	MAR	ABR	MAY
VENTAS AL CONTADO	\$9,720	\$14,580	\$9,720	\$9,720	\$9,720
RECUPERACION VENTAS					
TOTAL INGRESOS A CAJA	\$9,720	\$14,580	\$9,720	\$9,720	\$9,720
TOTAL EGRESOS	\$10,324.15	\$8,708.48	\$7,572.08	\$9,162.08	\$7,572.08
Permisos y patentes	\$2,989.00				
Servicio de buffet	\$2,273.15	\$3,409.55	\$2,273.15	\$2,273.15	\$2,273.15
Sueldos	\$1,950	\$2,187	\$2,187	\$3,777	\$2,187
Servicios externos	\$3,112	\$3,112	\$3,112	\$3,112	\$3,112
FLUJO NETO DE CAJA	-\$ 604.15	\$ 5,871.53	\$ 2,147.93	\$ 557.92	\$ 2,147.93

Elaborado por Giancarlo Colombo

JUN	JUL	AGOST	SEPT	OCTUBRE	NOV	DIC	TOTAL FLUJO ANUAL
\$9,720	\$9,720	\$9,720	\$9,720	\$9,720	\$9,720	\$14,580	
\$9,720	\$9,720	\$9,720	\$9,720	\$9,720	\$9,720	\$14,580	\$126,360
\$7,572.08	\$7,572.08	\$7,572.08	\$7,572.08	\$7,572.08	\$7,572.08	\$10,658.48	\$99,429.78
\$2,273.15	\$2,273.15	\$2,273.15	\$2,273.15	\$2,273.15	\$2,273.15	\$3,409.55	
\$2,187	\$2,187	\$2,187	\$2,187	\$2,186.93	\$2,187	\$4,136.93	
\$3,112	\$3,112	\$3,112	\$3,112	\$3,112	\$3,112	\$3,112	
\$ 2,147.93	\$ 2,147.93	\$ 2,147.93	\$ 2,147.93	\$ 2,147.93	\$ 2,147.93	\$ 3,921.53	\$ 26,930.23

Elaborado por Giancarlo Colombo

6.11 PROYECCIÓN DE INGRESOS DEL TERCER AÑO

TABLA 26 PROYECCIÓN DE INGRESOS DEL TERCER AÑO

VENTAS	ene	feb	mar	abr	may
Alquiler de local	\$5,920	\$8,880	\$5,920	\$5,920	\$5,920
Servicio de buffet	\$3,360	\$5,040	\$3,360	\$3,360	\$3,360
Bebidas Soft	\$840	\$1,260	\$840	\$840	\$840
Ingresos Mensuales	\$10,120	\$15,180	\$10,120	\$10,120	\$10,120
- COSTO DE VENTAS	\$2,433	\$3,650	\$2,433	\$2,433	\$2,433
Servicio de buffet	\$1,313.30	\$1,969.70	\$1,313.30	\$1,313.30	\$1,313.30
Bebidas soft	\$240	\$360	\$240	\$240	\$240
Meseros	\$400	\$600	\$400	\$400	\$400
Cocineros	\$480	\$720	\$480	\$480	\$480
= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$7,686.70	\$11,530.30	\$7,686.70	\$7,686.70	\$7,686.70
- GASTOS	\$9,396.81	\$6,407.81	\$6,407.81	\$6,407.81	\$6,407.81
Permisos y patentes	\$2,989				
Total costos fijos mensuales	\$5,838	\$5,838	\$5,838	\$5,838	\$5,838
Depreciaciones	\$570.13	\$570.13	\$570.13	\$570.13	\$570.13
= UTILIDAD ANTES PARTICIPACION DE TRABAJADORES	-\$1,710.11	\$5,122.49	\$1,278.89	\$1,278.89	\$1,278.89
- 15% PARTICIPACION TRABAJADORES	-\$256.52	\$768.37	\$191.83	\$191.83	\$191.83
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-\$1,453.59	\$4,354.12	\$1,087.06	\$1,087.06	\$1,087.06
- 22% IMPUESTO A LA RENTA	-\$319.79	\$957.91	\$239.15	\$239.15	\$239.15
= UTILIDAD NETA	-\$1,133.80	\$3,396.21	\$847.91	\$847.91	\$847.91

Elaborado por Giancarlo Colombo

jun	jul	agos	sept	oct	nov	dic	TOTAL
\$5,920	\$5,920	\$5,920	\$5,920	\$5,920	\$5,920	\$8,880	\$76,960
\$3,360	\$3,360	\$3,360	\$3,360	\$3,360	\$3,360	\$5,040	\$43,680
\$840	\$840	\$840	\$840	\$840	\$840	\$1,260	\$10,920
\$10,120	\$10,120	\$10,120	\$10,120	\$10,120	\$10,120	\$15,180	\$131,560
\$2,433	\$2,433	\$2,433	\$2,433	\$2,433	\$2,433	\$3,649	\$31,631
\$1,313.30	\$1,313.30	\$1,313.30	\$1,313.30	\$1,313.30	\$1,312.80	\$1,969.20	\$17,071
\$240	\$240	\$240	\$240	\$240	\$240	\$360	\$3,120
\$400	\$400	\$400	\$400	\$400	\$400	\$600	\$5,200
\$480	\$480	\$480	\$480	\$480	\$480	\$720	\$6,240
\$7,686.70	\$7,686.70	\$7,686.70	\$7,686.70	\$7,686.70	\$7,687.20	\$11,530.80	\$99,928.60
\$6,407.81	\$6,407.81	\$6,407.81	\$6,407.81	\$6,407.81	\$6,407.81	\$6,407.81	\$76,893.68
\$5,838	\$5,838	\$5,838	\$5,838	\$5,838	\$5,838	\$5,838	\$70,052
\$570.13	\$570.13	\$570.13	\$570.13	\$570.13	\$570.13	\$570.13	\$6,842
\$1,278.89	\$1,278.89	\$1,278.89	\$1,278.89	\$1,278.89	\$1,279.39	\$5,122.99	\$23,034.92
\$191.83	\$191.83	\$191.83	\$191.83	\$191.83	\$191.91	\$768.45	\$3,455.24
\$1,087.06	\$1,087.06	\$1,087.06	\$1,087.06	\$1,087.06	\$1,087.48	\$4,354.54	\$19,579.68
\$239.15	\$239.15	\$239.15	\$239.15	\$239.15	\$239.25	\$958.00	\$4,307.53
\$847.91	\$847.91	\$847.91	\$847.91	\$847.91	\$848.24	\$3,396.54	\$15,272.15

Elaborado por Giancarlo Colombo

Para el tercer año, el precio de alquiler estará en \$740, el costo de elaboración del menú tendrá un aumento de \$0.50 y la venta del mismo estarán sobre un dólar más que el año anterior. A este año le corresponde \$14. Los meseros ganarán \$25 y los cocineros \$30 por evento. La utilidad neta para el tercer año es de \$15.272,15

6.12 FLUJO DE CAJA DEL TERCER AÑO

TABLA 27 FLUJO DE CAJA DEL TERCER AÑO

INGRESOS A CAJA	ENE	FEBR	MAR	ABR	MAY
VENTAS AL CONTADO	\$10,120	\$15,180	\$10,120	\$10,120	\$10,120
RECUPERACION VENTAS CREDITO					
TOTAL INGRESOS A CAJA	\$10,120	\$15,180	\$10,120	\$10,120	\$10,120
TOTAL EGRESOS	\$10,484.30	\$8,948.63	\$7,732.23	\$9,322.23	\$7,732.23
Permisos y patentes	\$2,989.00				
Servicio de buffet	\$2,433.30	\$3,649.70	\$2,433.30	\$2,433.30	\$2,433.30
Sueldos	\$1,950	\$2,187	\$2,187	\$3,777	\$2,187
Servicios externos	\$3,112	\$3,112	\$3,112	\$3,112	\$3,112
FLUJO NETO DE CAJA	-\$ 364.30	\$ 6,231.38	\$ 2,387.78	\$ 797.78	\$ 2,387.78

Elaborado por Giancarlo Colombo

JUN	JUL	AGOST	SEPT	OCTUBRE	NOV	DIC	TOTAL FLUJO ANUAL
\$10,120	\$10,120	\$10,120	\$10,120	\$10,120	\$10,120	\$15,180	
\$10,120	\$10,120	\$10,120	\$10,120	\$10,120	\$10,120	\$15,180	\$131,560
\$7,732.23	\$7,732.23	\$7,732.23	\$7,732.23	\$7,732.23	\$7,731.73	\$10,898.13	\$101,510.58
\$2,433.30	\$2,433.30	\$2,433.30	\$2,433.30	\$2,433.30	\$2,432.80	\$3,649.20	
\$2,187	\$2,187	\$2,187	\$2,187	\$2,186.93	\$2,187	\$4,136.93	
\$3,112	\$3,112	\$3,112	\$3,112	\$3,112	\$3,112	\$3,112	
\$ 2,387.78	\$ 2,387.78	\$ 2,387.78	\$ 2,387.78	\$ 2,387.78	\$ 2,388.28	\$ 4,281.88	\$ 30,049.43

Elaborado por Giancarlo Colombo

6.13 PROYECCIÓN DE INGRESOS DEL CUARTO AÑO

TABLA 28 PROYECCIÓN DE INGRESOS DEL CUARTO AÑO

VENTAS	ene	feb	mar	abr	may
Alquiler de local	\$6,080	\$9,120	\$6,080	\$6,080	\$6,080
Servicio de buffet	\$3,600	\$5,400	\$3,600	\$3,600	\$3,600
Bebidas Soft	\$840	\$1,260	\$840	\$840	\$840
Ingresos Mensuales	\$10,520	\$15,780	\$10,520	\$10,520	\$10,520
- COSTO DE VENTAS	\$2,433	\$3,650	\$2,433	\$2,433	\$2,433
Servicio de buffet	\$1,313.45	\$1,969.85	\$1,313.45	\$1,313.45	\$1,313.45
Bebidas soft	\$240	\$360	\$240	\$240	\$240
Meseros	\$400	\$600	\$400	\$400	\$400
Cocineros	\$480	\$720	\$480	\$480	\$480
= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$8,086.55	\$12,130.15	\$8,086.55	\$8,086.55	\$8,086.55
- GASTOS	\$9,396.81	\$6,407.81	\$6,407.81	\$6,407.81	\$6,407.81
Permisos y patentes	\$2,989				
Total costos fijos mensuales	\$5,838	\$5,838	\$5,838	\$5,838	\$5,838
Depreciaciones	\$570.13	\$570.13	\$570.13	\$570.13	\$570.13
= UTILIDAD ANTES PARTICIPACION DE TRABAJADORES	-\$1,310.26	\$5,722.34	\$1,678.74	\$1,678.74	\$1,678.74
TRABAJADORES	-\$196.54	\$858.35	\$251.81	\$251.81	\$251.81
= UTLIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-\$1,113.72	\$4,863.99	\$1,426.93	\$1,426.93	\$1,426.93
- 22% IMPUESTO A LA RENTA	-\$245.02	\$1,070.08	\$313.92	\$313.92	\$313.92
= UTILIDAD NETA	-\$868.70	\$3,793.91	\$1,113.01	\$1,113.01	\$1,113.01

Elaborado por Giancarlo Colombo

jun	jul	agos	sept	oct	nov	dic	TOTAL
\$6,080	\$6,080	\$6,080	\$6,080	\$6,080	\$6,080	\$9,120	\$79,040
\$3,600	\$3,600	\$3,600	\$3,600	\$3,600	\$3,600	\$5,400	\$46,800
\$840	\$840	\$840	\$840	\$840	\$840	\$1,260	\$10,920
\$10,520	\$10,520	\$10,520	\$10,520	\$10,520	\$10,520	\$15,780	\$136,760
\$2,433	\$2,433	\$2,433	\$2,433	\$2,433	\$2,433	\$3,650	\$31,634
\$1,313.45	\$1,313.45	\$1,313.45	\$1,313.45	\$1,313.45	\$1,313.45	\$1,969.85	\$17,074
\$240	\$240	\$240	\$240	\$240	\$240	\$360	\$3,120
\$400	\$400	\$400	\$400	\$400	\$400	\$600	\$5,200
\$480	\$480	\$480	\$480	\$480	\$480	\$720	\$6,240
\$8,086.55	\$8,086.55	\$8,086.55	\$8,086.55	\$8,086.55	\$8,086.55	\$12,130.15	\$105,125.80
\$6,407.81	\$6,407.81	\$6,407.81	\$6,407.81	\$6,407.81	\$6,407.81	\$6,407.81	\$76,893.68
\$5,838	\$5,838	\$5,838	\$5,838	\$5,838	\$5,838	\$5,838	\$70,052
\$570.13	\$570.13	\$570.13	\$570.13	\$570.13	\$570.13	\$570.13	\$6,842
\$1,678.74	\$1,678.74	\$1,678.74	\$1,678.74	\$1,678.74	\$1,678.74	\$5,722.34	\$28,232.12
\$251.81	\$251.81	\$251.81	\$251.81	\$251.81	\$251.81	\$858.35	\$4,234.82
\$1,426.93	\$1,426.93	\$1,426.93	\$1,426.93	\$1,426.93	\$1,426.93	\$4,863.99	\$23,997.30
\$313.92	\$313.92	\$313.92	\$313.92	\$313.92	\$313.92	\$1,070.08	\$5,279.41
\$1,113.01	\$1,113.01	\$1,113.01	\$1,113.01	\$1,113.01	\$1,113.01	\$3,793.91	\$18,717.89

Elaborado por Giancarlo Colombo

Para el cuarto año el precio del alquiler del local para el cliente será de \$760. El costo de elaboración del buffet tendrá un incremento de \$0.65 para este año respecto al costo original, y a su vez, su precio de venta será de \$15. Los meseros seguirán ganando \$25 y los cocineros \$30, dando una utilidad neta de \$18.717,89.

6.14 FLUJO DE CAJA DEL CUARTO AÑO

TABLA 29 FLUJO DE CAJA DEL CUARTO AÑO

INGRESOS A CAJA	ENE	FEBR	MAR	ABR	MAY
VENTAS AL CONTADO	\$10,520	\$15,780	\$10,520	\$10,520	\$10,520
RECUPERACION VENTAS CREDITO					
TOTAL INGRESOS A CAJA	\$10,520	\$15,780	\$10,520	\$10,520	\$10,520
TOTAL EGRESOS	\$7,495.45	\$8,948.78	\$7,732.38	\$9,322.38	\$7,732.38
Permisos y patentes					
Servicio de buffet	\$2,433.45	\$3,649.85	\$2,433.45	\$2,433.45	\$2,433.45
Sueldos	\$1,950	\$2,187	\$2,187	\$3,777	\$2,187
Servicios externos	\$3,112	\$3,112	\$3,112	\$3,112	\$3,112
FLUJO NETO DE CAJA	\$ 3,024.55	\$ 6,831.23	\$ 2,787.63	\$ 1,197.63	\$ 2,787.63

Elaborado por Giancarlo Colombo

JUN	JUL	AGOST	SEPT	OCTUBRE	NOV	DIC	TOTAL FLUJO ANUAL
\$10,520	\$10,520	\$10,520	\$10,520	\$10,520	\$10,520	\$15,780	
\$10,520	\$10,520	\$10,520	\$10,520	\$10,520	\$10,520	\$15,780	\$136,760
\$7,732.38	\$7,732.38	\$7,732.38	\$7,732.38	\$7,732.38	\$7,732.38	\$10,898.78	\$98,524.38
\$2,433.45	\$2,433.45	\$2,433.45	\$2,433.45	\$2,433.45	\$2,433.45	\$3,649.85	
\$2,187	\$2,187	\$2,187	\$2,187	\$2,186.93	\$2,187	\$4,136.93	
\$3,112	\$3,112	\$3,112	\$3,112	\$3,112	\$3,112	\$3,112	
\$ 2,787.63	\$ 2,787.63	\$ 2,787.63	\$ 2,787.63	\$ 2,787.63	\$ 2,787.63	\$ 4,881.23	\$ 38,235.63

Elaborado por Giancarlo Colombo

6.15 PROYECCIÓN DE INGRESOS DEL QUINTO AÑO

TABLA 30 PROYECCIÓN DE INGRESOS DEL QUINTO AÑO

Proyección de ingresos	ene	feb	mar	abr	may
Alquiler de local	\$6,240	\$9,360	\$6,240	\$6,240	\$6,240
Servicio de buffet	\$3,840	\$5,760	\$3,840	\$3,840	\$3,840
Bebidas Soft	\$840	\$1,260	\$840	\$840	\$840
Ingresos Mensuales	\$10,920	\$16,380	\$10,920	\$10,920	\$10,920
- COSTO DE VENTAS	\$2,594	\$3,890.00	\$2,593.60	\$2,593.60	\$2,593.60
Servicio de buffet	\$1,313.60	\$1,970.00	\$1,313.60	\$1,313.60	\$1,313.60
Bebidas soft	\$240	\$360	\$240	\$240	\$240
Meseros	\$480	\$720	\$480	\$480	\$480
Cocineros	\$560	\$840	\$560	\$560	\$560
= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$8,326.40	\$12,490.00	\$8,326.40	\$8,326.40	\$8,326.40
- GASTOS	\$9,396.81	\$6,407.81	\$6,407.81	\$6,407.81	\$6,407.81
Permisos y patentes	\$2,989				
Total costos fijos mensuales	\$5,838	\$5,838	\$5,838	\$5,838	\$5,838
Depreciaciones	\$570.13	\$570.13	\$570.13	\$570.13	\$570.13
= UTILIDAD ANTES PARTICIPACION DE TRABAJADORES	-\$1,070.41	\$6,082.19	\$1,918.59	\$1,918.59	\$1,918.59
- 15% PARTICIPACION TRABAJADORES	-\$160.56	\$912.33	\$287.79	\$287.79	\$287.79
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-\$909.85	\$5,169.86	\$1,630.80	\$1,630.80	\$1,630.80
- 22% IMPUESTO A LA RENTA	-\$200.17	\$1,137.37	\$358.78	\$358.78	\$358.78
= UTILIDAD NETA	-\$709.68	\$4,032.49	\$1,272.03	\$1,272.03	\$1,272.03

Elaborado por Giancarlo Colombo

jun	jul	agos	sept	oct	nov	dic	TOTAL
\$6,240	\$6,240	\$6,240	\$6,240	\$6,240	\$6,240	\$9,360	\$81,120
\$3,840	\$3,840	\$3,840	\$3,840	\$3,840	\$3,840	\$5,760	\$49,920
\$840	\$840	\$840	\$840	\$840	\$840	\$1,260	\$10,920
\$10,920	\$10,920	\$10,920	\$10,920	\$10,920	\$10,920	\$16,380	\$141,960
\$2,593.60	\$2,593.60	\$2,593.60	\$2,593.60	\$2,593.60	\$2,593.60	\$3,890.00	\$33,716
\$1,313.60	\$1,313.60	\$1,313.60	\$1,313.60	\$1,313.60	\$1,313.60	\$1,970.00	\$17,076
\$240	\$240	\$240	\$240	\$240	\$240	\$360	\$3,120
\$480	\$480	\$480	\$480	\$480	\$480	\$720	\$6,240
\$560	\$560	\$560	\$560	\$560	\$560	\$840	\$7,280
\$8,326.40	\$8,326.40	\$8,326.40	\$8,326.40	\$8,326.40	\$8,326.40	\$12,490.00	\$108,244
\$6,407.81	\$6,407.81	\$6,407.81	\$6,407.81	\$6,407.81	\$6,407.81	\$6,407.81	\$76,893.68
\$5,838	\$5,838	\$5,838	\$5,838	\$5,838	\$5,838	\$5,838	\$70,052
\$570.13	\$570.13	\$570.13	\$570.13	\$570.13	\$570.13	\$570.13	\$6,842
\$1,918.59	\$1,918.59	\$1,918.59	\$1,918.59	\$1,918.59	\$1,918.59	\$6,082.19	\$31,350.32
\$287.79	\$287.79	\$287.79	\$287.79	\$287.79	\$287.79	\$912.33	\$4,702.55
\$1,630.80	\$1,630.80	\$1,630.80	\$1,630.80	\$1,630.80	\$1,630.80	\$5,169.86	\$26,647.77
\$358.78	\$358.78	\$358.78	\$358.78	\$358.78	\$358.78	\$1,137.37	\$5,862.51
\$1,272.03	\$1,272.03	\$1,272.03	\$1,272.03	\$1,272.03	\$1,272.03	\$4,032.49	\$20,785.26

Elaborado por Giancarlo Colombo

Para el quinto año, se proyecta como precio de alquiler del local \$780, el costo de elaboración del menú tendrá un aumento de \$0.80 respecto al costo original, y a su vez el precio de venta será d \$16. Los meseros ganarán \$30 y los cocineros \$35. La utilidad será \$20.785,26.

6.16 FLUJO DE CAJA DEL QUINTO AÑO

TABLA 31 FLUJO DE CAJA DEL QUINTO AÑO

INGRESOS A CAJA	ENE	FEBR	MAR	ABR	MAY
VENTAS AL CONTADO	\$10,920	\$16,380	\$10,920	\$10,920	\$10,920
RECUPERACION VENTAS CREDITO					
TOTAL INGRESOS A CAJA	\$10,920	\$16,380	\$10,920	\$10,920	\$10,920
TOTAL EGRESOS	\$10,644.60	\$9,188.93	\$7,892.53	\$9,482.53	\$7,892.53
Permisos y patentes	\$2,989.00				
Servicio de buffet	\$2,593.60	\$3,890.00	\$2,593.60	\$2,593.60	\$2,593.60
Sueldos	\$1,950	\$2,187	\$2,187	\$3,777	\$2,187
Servicios externos	\$3,112	\$3,112	\$3,112	\$3,112	\$3,112
FLUJO NETO DE CAJA	\$ 275.40	\$ 7,191.08	\$ 3,027.48	\$ 1,437.48	\$ 3,027.48

Elaborado por Giancarlo Colombo

JUN	JUL	AGOST	SEPT	OCTUBRE	NOV	DIC	TOTAL FLUJO ANUAL
\$10,920	\$10,920	\$10,920	\$10,920	\$10,920	\$10,920	\$16,380	
\$10,920	\$10,920	\$10,920	\$10,920	\$10,920	\$10,920	\$16,380	\$141,960
\$7,892.53	\$7,892.53	\$7,892.53	\$7,892.53	\$7,892.53	\$7,892.53	\$11,138.93	\$103,595.18
\$2,593.60	\$2,593.60	\$2,593.60	\$2,593.60	\$2,593.60	\$2,593.60	\$3,890.00	
\$2,187	\$2,187	\$2,187	\$2,187	\$2,186.93	\$2,187	\$4,136.93	
\$3,112	\$3,112	\$3,112	\$3,112	\$3,112	\$3,112	\$3,112	
\$ 3,027.48	\$ 3,027.48	\$ 3,027.48	\$ 3,027.48	\$ 3,027.48	\$ 3,027.48	\$ 5,241.08	\$ 38,364.83

Elaborado por Giancarlo Colombo

6.17 INGRESOS POR AÑOS

TABLA 32 INGRESOS POR AÑOS

INGRESO POR AÑOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
	\$121,160	\$126,360	\$131,560	\$136,760	\$141,960	\$657,800

Elaborado por Giancarlo Colombo

6.18 ESTADO DE RESULTADO POR AÑOS

TABLA 33 UTILIDAD NETA POR AÑOS

ESTADO DE RESULTADOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA	\$9,759	\$13,204	\$15,272	\$18,718	\$20,785

Elaborado por Giancarlo Colombo

6.19 FLUJO DE CAJA POR AÑOS

TABLA 34 FLUJO DE CAJA POR AÑOS

FLUJO DE CAJA ANUAL	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo inicial						
Ingresos		121,160.00	126,360.00	131,560.00	136,760.00	141,960.00
Total Ingresos		121,160.00	126,360.00	131,560.00	136,760.00	141,960.00
Egresos						
Activos fijos	(27,043.00)					
Permisos y patentes	(2,988.70)					
Investigación	(80.00)					
Participacion trabajadores			(2,207.99)	(2,987.36)	(3,455.24)	(4,234.82)
Impuesto a la renta			(2,752.62)	(3,724.24)	(4,307.53)	(5,279.41)
Inversion inicial	(30,111.70)					
Egresos corrientes	-\$30,111.70	-\$98,150.28	(99,429.78)	(101,510.58)	(98,524.38)	(103,595.18)
FLUJO NETO	(30,111.70)	23,009.73	21,969.61	23,337.83	30,472.86	28,850.60
FLUJO ACUMULADO	(30,111.70)	(7,101.98)	14,867.64	38,205.47	68,678.32	97,528.93

Elaborado por Giancarlo Colombo

6.20 VALOR ACTUAL NETO

El van del proyecto a un plazo de 5 años es de \$53.834,64 aplicando una tasa de descuento del 12%. El proyecto es rentable.

6.21 TASA INTERNA DE RETORNO

Para calcular la TIR se toma en cuenta los flujos netos anuales. El resultado es de 73.81%. Siendo este porcentaje mayor que la tasa de descuento, se considera esta propuesta lista para la ejecución.

6.22 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

TABLA 35 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD EN FUNCIÓN A LA TASA DE DESCUENTO

TASA DE DESCUENTO	5%	10%	12%	15%	20%	30%
VALOR ACTUAL NETO	\$75,776.00	\$59,294.84	\$53,834.64	\$46,626.73	\$36,762.89	\$22,807.81

Elaborado por Giancarlo Colombo

La propuesta es muy rentable, aún cuando la tasa de descuento es superior o inferior a 12%.

Por otra parte, las dos tablas a continuación muestran las diferencias en función a los precios que se cobrarían; En la primera tabla los valores están determinados como se elaboró el proyecto, es decir, aumentando \$20 cada año por el alquiler del local y \$1 cada año en el precio de venta del buffet.

En la segunda tabla se mantiene el precio de \$700 por el alquiler y \$12 por el buffet durante los cinco años, y se puede observar que la utilidad neta es mucho menor al

primer cuadro. Esto nos lleva a concluir que es necesario subir los precios debido a que cada año va a subir el costo de elaboración de los platillos y el pago a los meseros y cocineros.

TABLA 36 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD EN FUNCIÓN A PRECIOS DE VENTA VARIABLES DURANTE LOS CINCO AÑOS

Precio del alquiler de local	\$700	\$720	\$740	\$760	\$780
Precio de venta del buffet	\$12	\$13	\$14	\$15	\$16
ESTADO DE RESULTADOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA	\$9,759	\$13,204	\$15,272	\$18,718	\$20,785

Elaborado por Giancarlo Colombo

TABLA 37 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD EN FUNCIÓN A PRECIOS DE VENTA FIJOS DURANTE LOS CINCO AÑOS

Precio del alquiler de local	\$700	\$700	\$700	\$700	\$700
Precio de venta del buffet	\$12	\$12	\$12	\$12	\$12
ESTADO DE RESULTADOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA	\$9,759	\$9,757	\$8,377	\$8,375	\$6,995

Elaborado por Giancarlo Colombo

TABLA 38 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD EN FUNCIÓN A PRECIOS MÁS ECONÓMICOS

Cuando el alquiler del espacio es \$700 el primer año	La utilidad neta de ese año es \$9.759,30
Si el alquiler del espacio fuese \$600 el primer año	La utilidad neta de ese año sería \$2.864,10
Cuando el buffet se vende a \$12 el primer año	Los ingresos de este año por buffet son de \$37.440 y la utilidad neta \$9.759,30
Si el buffet se vendiese a \$10 el primer año	Los ingresos de este año por buffet sería de \$31.200 y la utilidad neta \$5.622,18
Cuando el buffet se elabora para 30 personas a \$12 como precio de venta	El primer año tendría por buffet un ingreso de \$37.440
Si el buffet fuese para 20 personas a \$12 como precio de venta	El primer año tendría por buffet un ingreso de \$24.960
Si el buffet fuese para 10 personas a \$12 como precio de venta	El primer año tendría por buffet un ingreso de \$12.480

6.23 RATIO BENEFICIO

TABLA 39 RATIO BENEFICIO

RATIO BENEFICIO	
VAN	\$53,834.64
DIVIDIDO PARA	
INVERSION INICIAL	\$38,358
TOTAL	\$1.40

Elaborado por Giancarlo Colombo

Por cada dólar invertido en la propuesta se generará \$1.40 de ganancia a valor actual para los accionistas.

6.24 PERIODO DE RECUPERACIÓN

TABLA 40 PERIODO DE RECUPERACIÓN

Periodo de recuperacion	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	(30,111.70)	23,009.73	21,969.61	23,337.83	30,472.86	28,850.60

Elaborado por Giancarlo Colombo

De acuerdo a los flujos netos, la inversión se recuperaría en 1.32 años. Es decir, en 1 año, 3 meses y 26 días.

6.25 PUNTO DE EQUILIBRIO

$$\begin{array}{rcl} \text{Punto de equilibrio en dólares} & = & \frac{\text{Costo fijo total}}{100\% - \%CV} \\ \\ \frac{\$70052}{1 - 0.243862661} & = & \frac{\$70052}{0.756137339} \end{array}$$

Punto de equilibrio = \$92,644.68

\$92,644.68 es el mínimo de ingresos requerido para el primer año.

Si se vende sobre el valor de punto de equilibrio, se gana. Si se vende menos, se pierde.

CONCLUSIONES

Las encuestas reflejaron que si existe la necesidad de contar con una casa para eventos y banquetes en General Villamil Playas y dado que el VAN es de \$53.834,64 y la TIR es de 73.81% se puede determinar que el proyecto es rentable.

Es un proyecto que genera desarrollo económico en sus habitantes dándoles empleos fijos, eventuales, y también genera ingresos a los pescadores y vendedores del Mercado de Playas; este fomento de desarrollo económico no solo beneficia a las personas que trabajan para la casa de eventos, sino a toda la familia de ese trabajador.

Hay que tomar en cuenta que en este tipo de negocios existen activos fijos que no cuestan mucho por unidad, pero hay que comprarlos por grandes cantidades y no se pueden omitir, como los cubiertos y las sillas, invirtiendo \$600 y más de \$8000 respectivamente.

Es importante mencionar que el costo de elaboración de cada platillo es bajo y no debe faltar este servicio en una casa de eventos, debido a que se le puede sacar mucha utilidad. Es fundamental disponer de todo lo que el cliente necesite, como el servicio de bebidas soft, DJ, y actividades adicionales.

RECOMENDACIONES

La implementación de la casa para eventos y banquetes, al igual que el resto de negocios en Ecuador, requiere muchos trámites legales para poner en marcha el negocio, por eso se recomienda empezar con el pago de los mismos para poder operar lo antes posible.

El personal que debe contratarse para este tipo de negocios debe ser en un número reducido, de lo contrario, el recurso humano sería perjudicial para las utilidades al final del año.

Hay que subir el precio del alquiler del local y venta del buffet anualmente puesto que cada año suben los insumos, de lo contrario la utilidad sería baja y la inversión no se recuperaría en un año como se ha planteado sino al quinto año.

Se debe tener una página web donde las personas puedan obtener la información del negocio sin tener que viajar a Playas, y también para llegar a posibles clientes fuera del Ecuador. La página web cuesta mucho menos que la valla publicitaria que solo servirá para las personas que estén en Ecuador.

BIBLIOGRAFÍA

CAPTUR. (2013). Recuperado el 01 de Agosto de 2013, de Cámara de Turismo:
<http://www.captur.com/Docs/SectorAlimentosBebidas.pdf>

Carantoña, E. (2007). *Igualdad y diversidad*. LID Editorial Empresarial.

Constitución del Ecuador. (2008). Recuperado el 03 de agosto de 2013, de Asamblea Nacional:
http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf

Gerber, M. E. (2011). *La empresa E-myth*. Paidós.

Gilli, J. J. (2011). *Ética y empresa: valores y responsabilidad social en la gestión*. Buenos Aires: Granica.

Guía de Denominación. (2013). Recuperado el 01 de Agosto de 2013, de Super Intendencia de Compañías:
http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/formularios/Manual%20de%20Usuario%20-%20Solicitar%20Reserva%20de%20Denominaciones.pdf

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). Recuperado el 02 de Agosto de 2013, de INEC: <http://inec.gob.ec/cpv/>

Jijena Sanchez, R. (2011). *Organización de Eventos: Problemas e Imprevistos. Soluciones y Sugerencias*. Edarsi.

Ley de Turismo. (2007). Recuperado el 01 de Agosto de 2013, de Quito Turismo:
<http://www.quito-turismo.gob.ec/descargas/septiembre2013/baselegal/LEY%20DE%20TURISMO.PDF>

Mármol Palacios, E. (2006). *INTRODUCCION A LA FILOSOFÍA DEL DERECHO Y A LOS DERECHOS HUMANOS*. Guayaquil: Imprenta Milenium.

Organización Mundial del Turismo. (2011). <http://www.certifika.com.ec>. Recuperado el 30 de Agosto de 2013, de http://www.certifika.com.ec/index.php?option=com_docman&task=search_result&Itemid=20

Plan Nacional Para El Buen Vivir. (2009). Recuperado el 04 de Agosto de 2013, de Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo:
<http://planbuenvivir.senplades.gob.ec/objetivos/objetivo1.html>

Sánchez González, D. (2011). *Fundamentos del ceremonial y protocolo*. Síntesis.

Santambrosio, M. (2013). *Todo lo que debes saber sobre marketing en una semana*. Gestión 2000.

Servicio de Rentas Internas. (2013). Recuperado el 01 de Agosto de 2013, de SRI:
www.sri.gob.ec

Super Intendencia de Compañías. (2013). Recuperado el 01 de Agosto de 2013, de
www.supercias.gob.ec

Valenzuela Martillo, G. (07 de Noviembre de 2013). Gerente General. (G. Colombo, Entrevistador)

World Economic Forum. (07 de Noviembre de 2013). *World Economic Forum*. Recuperado el 15 de Octubre de 2013, de <http://www3.weforum.org/docs/CSI/2012-13/Ecuador.pdf>

ANEXOS

MODELO DE LA ENCUESTA

1.- Cuando usted tiene un compromiso social, ¿Dónde lo realiza?

Casa () Salón de Eventos ()
Restaurante () Discoteca ()

2.- ¿Le gustaría alquilar un lugar de eventos y banquetes para realizar sus compromisos en Playas?

Si () No ()

3.- ¿Cuántas veces al año utilizaría este servicio?

1 () 2 () 3 ()

4.- ¿Para qué ocasiones contrataría este servicio?

Cumpleaños () Matrimonio () Cena Navideña ()
Bautizos, Primera Comunión, Confirmación ()
Evento Empresarial () Despedida de solteros ()

5.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un local de eventos para realizar un evento social?

De \$100 a \$500 () De \$500 a \$1000 () Más de \$1000 ()

6.- ¿Qué tipo de comida le gustaría?

Comida Internacional () Comida Típica ()

7.- ¿Qué clase de servicio le interesaría que le brinden?

Menú servido a la mesa () Usted mismo se sirve ()

8.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un menú por persona en su evento especial?

De 5 a 10 Dólares () De 11 a 15 Dólares () De 16 a 20 Dólares ()

9.- ¿Qué otro servicio aparte del salón y la comida le gustaría contratar?

Música en vivo () Transporte ()

Decoración Especial () Filmación y Fotografía ()

10.- ¿Para cuántas personas organizaría el evento?

De 10 a 50 () De 50 a 100 ()