



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

TÍTULO:

**“FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE
UNA EMPRESA ORGANIZADORA DE EVENTOS
SOCIALES, EN EL CANTÓN DE GUALAQUIZA,
PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO”**

**TESIS PREVIA A OPTAR POR EL
GRADO DE INGENIERA COMERCIAL**

AUTORA: Sandra Elizabeth Astudillo Llerena

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Manfredo Jaramillo Luna Mg. Sc.

LOJA - ECUADOR
2015

CERTIFICACIÓN

Ingeniero **Manfredo Jaramillo Luna Mg. Sc.**, DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de tesis, previo a la obtención del grado de Ingeniera Comercial, titulado: "FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA ORGANIZADORA DE EVENTOS SOCIALES EN EL CANTÓN GUALAQUIZA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO", realizado por la postulante **Sandra Elizabeth Astudillo LLerena**, ha sido orientado, dirigido y revisado bajo mi dirección, por lo que autorizo su presentación para que continúe los trámites correspondientes previos a la graduación.

Loja, 28 de abril de 2015



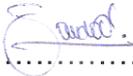
Ing. Manfredo Jaramillo Luna Mg. Sc.
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Sandra Elizabeth Astudillo Llerena, declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de la tesis al repositorio institucional – Biblioteca Virtual.

Autora: Sandra Elizabeth Astudillo Llerena

Firma:

Cédula: 1400562557

Fecha: Loja, mayo de 2015

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA,
PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y
PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO**

Yo, Sandra Elizabeth Astudillo Llerena, declaro ser autora de la tesis titulada: "FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA ORGANIZADORA DE EVENTOS SOCIALES, EN EL CANTON GUALAQUIZA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO", como requisito para optar el grado de Ingeniera Comercial; autorizo al sistema bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el repositorio digital institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la Tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 21 días del mes de mayo del dos mil quince. Firma la autora.

Firma: 

Autora: Sandra Elizabeth Astudillo Llerena

Cédula: 1400562557

Dirección: Gualaquiza (Cuenca y 12 de Febrero)

Correo electrónico: san_ely80@hotmail.com

Teléfono: 2780412 **Celular:** 0980438766

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de Tesis: Ing. Manfredo Jaramillo Luna Mg.Sc.

Tribunal de grado:

Presidente del Tribunal: Ing. Manuel Enrique Pasaca Mora

Vocal del Tribunal: Ing. Oscar Gómez Cabrera

Vocal del Tribunal: Ing. Santiago Javier Ludeña Yaguache

DEDICATORIA

Con todo amor, a mis padres, por su generosidad y apoyo, a mis hermanos que comparten mis alegrías y anhelo de superación, a mi mayor fuente de inspiración mi hija, María Paz. A mi Dios ser supremo, que nos da la vida para forjar nuestro destino.

Sandra Elizabeth

AGRADECIMIENTO

Dejo constancia de mi agradecimiento al Área Jurídica, Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja y particularmente a la Carrera de Administración de Empresas.

En especial al señor Ingeniero Manfredo Jaramillo Luna Mg.Sc. Director de tesis; quien tuteló decididamente en la realización del trabajo de investigación; y, por aquella constancia, apoyo, acertada dirección y responsabilidad en orientar el desarrollo de la presente investigación, dejo sentada mi congratulación.

Mi infinita gratitud a familiares y amigos que con su apoyo incondicional han hecho posible la culminación de este trabajo investigativo.

La Autora

1. TÍTULO

“FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA ORGANIZADORA DE EVENTOS SOCIALES, EN EL CANTÓN GUALAQUIZA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO”.

2. RESUMEN

El proyecto consiste en el análisis de factibilidad para la implementación de una empresa organizadora de eventos sociales del Cantón Gualaquiza, con la finalidad de aportar al desarrollo empresarial.

Inicialmente se partió con la realización del estudio de mercado el cual fue desarrollado en el Cantón Gualaquiza, mediante la investigación de campo (encuestas/entrevista), las mismas que permitieron obtener información real de la demanda y oferta existente, para así poder determinar la demanda insatisfecha en cuanto se refiere a la prestación del servicio en la localidad ya que este será el segmento de mercado al cual va dirigido el servicio.

Con los datos obtenidos del estudio de mercado se procedió a la elaboración del estudio técnico, el mismo que permitió determinar la capacidad instalada y utilizada, dando como resultado que estará en capacidad de ofertar 312 servicios anuales.

Es importante indicar que la empresa estará ubicada en la vía Troncal Amazónica en el sector conocido como Sacramento, cabe recalcar que en este lugar se encuentran también las oficinas de administración.

La organización empresarial se realizó de acuerdo a los principios jurídicos de la ley de compañías, la misma que estará bajo la forma de

compañía limitada, en vista de que este tipo de compañía ofrece todas las garantías necesarias para quienes se asocian en calidad de empresarios.

Posteriormente se realizó el Estudio Financiero en el cual se establece la inversión del proyecto, requiriéndose de \$ 227.000.00 dólares para su iniciación. Dentro de las fuentes de financiamiento para este proyecto existe un crédito otorgado por el Banco de Fomento cuyo monto representa el 44.05 % de la inversión siendo de \$ 100.000.00 dólares con una tasa de interés del 13%, a cinco años plazo sin periodos de gracia y con pagos semestrales, mientras que el 55.95 % restante será financiado como capital propio que es de \$127.000.00 y serán aportados por los socios de la compañía. Para la proyección de los costos se utilizará el porcentaje de inflación anual acumulada hasta octubre del 2014, siendo en este caso el 3%.

El precio unitario por servicio es de \$1.867.38 con un margen de utilidad del 34% dando un precio de venta al público de \$ 2.500, la estimación de ingresos para el primer año es de \$ 780.130.08. El punto de Equilibrio para el primer año en función a la capacidad instalada es de 31.89% y en función a las ventas de 248.787.26

En la Evaluación Financiera se presenta los siguientes resultados: el Valor Actual Neto (VAN) del proyecto es de \$ 299.345.38 dólares, lo cual asegura un incremento en el valor de la empresa al final de la vida útil del proyecto.

Por otro lado la Tasa Interna de Retorno (TIR) es 53.23% siendo este valor satisfactorio para realización del mismo.

La Relación Beneficio Costo es \$1,22 dólares, indicador que sustenta la realización del proyecto, ya que por cada dólar invertido se recibe una utilidad de 0,22 centavos de dólar. Por otro lado cabe indicar que la inversión se recuperará en las condiciones que se propone el proyecto en 3 años 9 meses y 12 días.

En lo que concierne al análisis de sensibilidad se tiene lo siguiente: con un incremento en los costos del 4.5 % el proyecto no es sensible y nos da como resultado un valor de 0,6854626 y con una disminución en los ingresos del 14% el proyecto no es sensible y da como resultado 0,50287954. Por lo que concluimos que el proyecto es factible y se lo puede poner en marcha.

Luego de haber realizado los estudios se determinó las conclusiones con las respectivas recomendaciones de acuerdo con los resultados obtenidos en la elaboración del proyecto.

ABSTRACT

The project is in the feasibility analysis for the implementation of a company that organizes social events Gualaquiza Canton, in order to contribute to business development.

Initially started with the realization of market research which was developed in the canton Gualaquiza, through field research (surveys / interviews), the same that allowed real information demand and existing supply, in order to determine the demand unsatisfied as it relates to the service in the area as this will be the market segment to which it is addressed the service.

With data from market research we proceeded to the preparation of the technical study, which made it possible to determine the installed and used capacity, resulting to be able to offer 312 annual services.

Importantly, the company will be located in the Amazon trunk road in the area known as Sacramento, it should be emphasized that in this place there are also administrative offices.

The business organization was performed according to the legal principles of the law of companies, the same that will be in the form of limited company, given that this type of company offers all necessary for those who are associated in business guarantees quality.

Subsequently, the Financial Study in which the project investment, requiring of \$ 227.000.00 for initiation set was performed. Among the sources of financing for this project there is a loan from the Development Bank loan which amount represents 44.05% of the investment being of \$ 100,000.00 with an interest rate of 13%, five-year term without periods grace and semiannual payments, while the remaining 55.95% will be financed as equity which is \$ 127.000.00 and will be provided by the partners of the company. For projecting the costs accumulated annual inflation rate will be used until October 2014, which in this case 3%.

The unit price for service is \$ 1.867.38 with a profit margin of 34% giving a retail price of \$ 2,500, the estimated revenue for the first year is \$ 780.130.08. The breakeven point for the first year according to the installed capacity of 31.89% and depending on sales of 248.787.26.

In the Financial Assessment presents the following results: Net Present Value (NPV) of the project is \$ 299.345.38, which ensures an increase in the value of the company at the end of the life of the project.

Moreover the Internal Rate of Return (IRR) is 53.23% and this satisfactory value for realization.

Benefit Cost Ratio is \$ 1.22 US dollars, an indicator that supports the project, because for every dollar invested earnings of 0.22 cents is received. On the other hand it should be noted that the investment will pay

off in the conditions that the project is proposed in three years nine months and twelve días.

With regard to sensitivity analysis is the following: an increase in costs of 4.5 % the project is not responsive and yields a result of 0.6854626 and a decrease in revenues of 14% the project is not sensitive 0.50287954 and results. So we conclude that the project is feasible and can be put in place.

After completing the studies the findings were determined with the respective recommendations based on the results obtained in developing the project.

3. INTRODUCCIÓN

El escaso desarrollo económico y social en el Ecuador, ha determinado la necesidad de analizar diversos factores que permiten identificar ideas de negocios y por ende identificar varias alternativas, ante la difícil situación económica y el desempleo que existe en el país, coadyuvando a la generación de servicios, a través de la implementación de fuentes generadoras de empleos mediante la ejecución de diversos proyectos de emprendimiento sobre todo en los diferentes sectores productivos, para de esta manera contribuir al desarrollo local, regional y nacional.

Con el presente trabajo se pretende contribuir, al mejoramiento de las condiciones socio-económicas del cantón Gualaquiza, a través de la planificación y puesta en marcha de proyectos, donde los emprendedores puedan aplicar su capacidad crítica y analítica, espíritu científico y sensibilidad humana, capaces de adaptarse a las nuevas exigencias, retos, avances sociales, tecnológicas de la sociedad actual; que permita optimizar los recursos humanos impulsando procesos productivos modernos que mejoren el desarrollo local.

La importancia de la implementación de la empresa en estudio, está encaminado a ofrecer a las familias gualaquicenses una alternativa diferente en la organización de sus eventos, por este motivo nos hemos visto en la necesidad de realizar un estudio de factibilidad de la

implementación de una empresa organizadora de eventos sociales que cumpla con las más altas exigencias.

Con estos antecedentes el presente proyecto que ponemos a consideración del público lector y de las autoridades académicas gira sobre un tema de gran interés para completar la formación profesional, él mismo que servirá como fuente bibliográfica.

Por lo antes expuesto el tema propuesto es: “FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA ORGANIZADORA DE EVENTOS SOCIALES EN EL CANTON GUALAQUIZA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO”; buscando medir el impacto que la inversión promueve en el bienestar de la sociedad, mediante la satisfacción de necesidades de los usuarios del servicio y generación de fuentes de empleo, desde este contexto se ha elaborado un proyecto de inversión el mismo que tiene una vida útil de 5 años en donde se analizan en forma minuciosa cada una de las diferentes fases del mismo como son:

En el Resumen se detalla de forma precisa la discusión de los resultados obtenidos en todo el proceso investigativo en dos idiomas (castellano e inglés).

En la Revisión Literaria, mediante la técnica de recolección de información se obtuvo la literatura de diferentes fuentes para lograr una caracterización adecuada sobre lo investigado.

Luego se encuentran los materiales y métodos que fueron de gran utilidad para desarrollar el proyecto en sus diferentes etapas, exponemos los resultados que son parte fundamental y base del proyecto para su elaboración posterior y la discusión que permitió determinar la factibilidad del proyecto.

En los resultados se hace una manifestación de los datos obtenidos presentándolos con claridad mediante la utilización de gráficos y cuadros que son interpretados y relacionados para inferir generalizaciones para la implementación de esta nueva empresa.

La parte referente a la discusión abarca desde el Estudio de Mercado donde se procedió a la recolección de información mediante la aplicación de encuestas a las familias, para luego ser tabulada, procesada e interpretada, además de realizar la encuesta a la competencia y poder así presentar los resultados.

El Estudio Técnico esta basado en el estudio de mercado, asimismo se realizó un estudio de todos los requerimientos para la localización de la Empresa a continuación se procedió a la realización de la estructura organizativa en base a las diferentes normas y reglas con el objeto de posibilitar un buen funcionamiento.

En el Estudio Financiero se tomó como base el Estudio de Mercado y Técnico lo que permitió determinar las necesidades, valiéndose de

instrumentos como el Presupuesto para cuantificar el monto que se requiere para la inversión y con ello determinar las fuentes de obtención de capital, dentro de la Evaluación Financiera esta basada en indicadores económicos importantes como son: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, la Relación Beneficio-Costo y al Análisis de Sensibilidad a través de los cuales se determinó la rentabilidad del proyecto.

Y finalmente acorde con los resultados que se obtuvieron se realizaron las respectivas conclusiones y recomendaciones.

4. REVISIÓN DE LITERATURA

4.1 MARCO REFERENCIAL

(H.R, 2013)¹No sabemos con certeza en qué momento exacto de la historia se originaron los eventos en el mundo, solo podemos partir Egipto: La nobleza egipcia llenaba las tumbas con comestibles y utensilios que usaban para preparar alimentos.

Grecia: El servicio era igual para todos los comensales sin importar los rangos, y los invitados de honor recibían porciones más grandes. Sus banquetes contenían langosta, aves y pescados.

Los banquetes eran usados en ritos de sacrificios, bodas, festividades y eventos donde se anunciaba autoridad.

IMPERIO ROMANO

Se conocen por las fiestas Bacanales

La carne era cocinada por los sacerdotes en presencia de los invitados.

Además de los cocineros había personas dedicadas especialmente a la cocción de pescados, salseros e instructores en el arte de decorar alimentos.

¹ <http://logistica-de-eventos.blogspot.com/2013/01/antecedentes-e-historia-banquetes.html>

En los montajes las personas con mayor rango se sentaban frente a los saleros.

Posteriormente se montaban cristalería y vajilla decorada, copas de cristal cortado y cubiertos traídos de la india. Se servían platos con pequeñas porciones.

Siempre había cantantes, actores, mimos, payasos y todo aquello que brinda entretenimiento a la gente

EUROPA MEDIEVAL

Los banquetes se asociaban con el bienestar político y moral se expresaban ideales estéticos y sociales. (Inglaterra y Francia)

En los banquetes se montaba una mesa principal y el resto de las mesas alrededor y en el centro el buffet decorado con tapicería.

La clase más alta de la sociedad ocupaba los lugares especiales con sillas individuales, el resto de las mesas se montaba con bancas corridas. En el centro del salón se presentaba el espectáculo.

En los banquetes de la nobleza, el rey y sus caballeros eran los primeros en entrar e iniciaban con oraciones en la capilla.

Para dar inicio al banquete se sonaban las trompetas, los invitados entraban y tomaban parte de la ceremonia de lado de manos.

Para distinguir a los invitados más importantes eran sentados en lo más alto.

Una de las reglas era que se sirviera poca cantidad de una gran variedad de alimentos. Se servían en vasijas que eran compartidas por 2 comensales. Utilizaban cuchillo y cuchara. Se acompañaban los platillos con cerveza y vino.

Dentro del arte culinario se construían figuras con los alimentos tratando de juntar los de colores similares.

Los salones para estos eventos eran cuartos espaciosos con techos elevados y usualmente contaban con balcón o galería donde se colocaban los músicos.

Las mesas más usadas fueron las rectangulares colocándolas de manera que formarían una U.

EUROPA

En Inglaterra en el siglo XIV la mesa más importante fue colocada en una plataforma elevada con mesas largas paralelas a la principal. Al rey se le

colocaba una silla con respaldo y descansa brazos y los demás utilizaban bancos, el uso de estos bancos fue el origen del término banquete (Loman, 2000).

En el renacimiento Catalina de Médecis aportó refinamiento a los manjares. En esta época se presta gran atención a la decoración de la estancia, de la mesa, cubiertos, vajilla y cristalería.

ESTADOS UNIDOS

Tenían un banquete ceremonial llamado “potlatch” se utilizaba para festejar bodas o sucesión de jefatura.

Entre mayores cantidades de alimentos mayores era la riqueza del anfitrión. También se esperaba que se contribuyera una fortuna en regalos a los invitados, canoas, esclavos, pieles de alce, pulseras de plata y se utilizaban vajillas de barro.

La cocina americana prerrevolucionaria y su servicio tenían lugar de acuerdo a las costumbres inglesas.

Se consumían jamones, patos, pavo, carne de res, budines de ciruela, tartas, helados. Después de las comidas se acostumbraba servir higos, almendras, comidas y vinos, todos ellos con influencia francesa.

Se acostumbraba guisar carne de muchachos de poca edad, más adelante este acto se amonestó y se utilizaron gallinas, gallos de papada, faisanes, perdices, codornices, patos, venados, conejos, fruta y copas de oro fino con bebidas hechas a base de cacao (Regordosa, 1993).

Entre los alimentos que se servían se encontraban: ensaladas, cabrito, pasteles de codornices y palomas. Y entre platillo y platillo se colocaban en la mesa diferentes frutas para quitarse el sabor de cada comida.

Durante la intervención, en los banquetes, el chocolate se sirve al lado del café al finalizar la comida. Antes de entregar sus abrigos, a los invitados que se retiraban, lo criados presentan vasos de ponche y vinos calientes.

4.1.1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

La idea es la creación de un establecimiento profesional en esta área que ofrezca servicios de eventos y banquetes, con sala de recepción y abundante espacio al aire libre con el fin de aprovechar las bondades del clima del cantón Gualaquiza y además aprovechar un terreno que es muy apto para la idea del negocio, ya que se encuentra en un sitio estratégico como lo es la troncal amazónica, y además cuenta con un área de terreno que permite la construcción de un establecimiento con todas sus comodidades para satisfacer las necesidades de nuestros posibles clientes.

4.1.2. DESCRIPCIÓN DE EVENTOS Y BANQUETES (ALACREU, 2003)²

Hoy en día los Eventos y Banquetes son actos muy generalizados que se producen por diversos motivos, debido a la necesidad de contactos entre las personas. Aunque las costumbres y los menús han sufrido una gran transformación, su finalidad en líneas generales, es reunir a un determinado número de personas para un fin determinado.

Evento:

Un evento es un suceso importante y programado, de índole social, académica, artística o deportiva; está motivado por la celebración de algún acontecimiento o por la divulgación de algún hecho trascendente. Es una reunión planificada, de carácter público o privado, que suele realizarse en el contexto de una organización o en el entorno de una persona o de un grupo para compartir alguna circunstancia especial.

Tanto en el ámbito de la empresa como en el círculo social, los eventos se llevan a cabo con un objetivo y respetan una serie de ritos transmitidos por tradición o por convenciones acordadas para el mejor intercambio en las relaciones; de modo que es necesario un proceso previo para planificar cada una de las acciones. (TURMO, 1999)³

² ALACREU José Ramón, *Gestión de Banquetes*, Editorial Síntesis S.A.; 2003.

³ GONZALEZ TURMO, Isabel, *Banquetes; Tapas, Cartas y Menús*; Cromosevilla; España; 1999.

**Banquete:**

Es una comida espléndida a la que concurren muchas personas para celebrar algún acontecimiento especial. Dado el gran incremento que debido a la vida moderna y el progreso que ha tomado el turismo, la extensión de contactos internacionales y de ámbito nacional, por la facilidad que representa el viajar de un lado del mundo a otro, han traído como consecuencia el poder celebrar en los Hoteles y en los centros de convenciones un sin número de congresos, conferencias y reuniones de negocios; encaminadas a fomentar los contactos culturales y comerciales.



Banquete Buffet

4.1.3 CLASIFICACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE EVENTOS Y BANQUETES:

Hacer una clasificación de los tipos de eventos, es como querer definirlos en forma exacta. No es una tarea fácil, pero se dará los más representativos, a partir de los cuales pueden surgir otros subgéneros o subclasificaciones, que seguramente pueden tener un origen común o al menos algunas similitudes.

4.1.3.1 CLASIFICACIÓN DE EVENTOS (GALLEGO, 1999)⁴

Los eventos sociales son parte de la vida de la mayoría de la gente, ya que es muy común asistir de invitados a fiestas de cumpleaños, de bodas,

⁴ GALLEGO Jesús Felipe; Principios Generales para la Dirección de Establecimientos Hoteleros; Gráficas Lormo; España; 1999

a eventos culturales y otros tipos de eventos sociales. Cuando hablamos de eventos sociales nos estamos refiriendo a un suceso importante y programado que puede abarcar cualquier área social, artística, deportiva y los mismos pueden presentarse como seminarios, talleres, conferencias, inauguraciones, exposiciones entre otros.

La clasificación es la siguiente:

Institucionales: La finalidad de este tipo de eventos es un interés particular por mejorar aspectos privados, generalmente de un colectivo, y que no suele tener una relevancia social. Son reuniones de especialistas o fanáticos de un tema determinado que fijan un punto y una fecha de encuentro para intercambiar ideas, análisis, opiniones, materiales sobre el tópico en cuestión.

- Campañas
- Congresos
- Seminarios
- Talleres
- Cursos
- Foros
- Charlas
- Conferencia de Prensa
- Inauguraciones

➤ Entrega de Reconocimientos



Evento Institucional

Comerciales: Son eventos promocionales donde la finalidad son las presentaciones de nuevos productos o servicios o proyectos, inauguraciones de nuevas instalaciones, aniversarios para conmemorar la fecha en que se creó la organización, exposiciones históricas, o de productos en ferias y salones de corte profesional e industrial.

- Lanzamiento de Productos
- Ferias
- Stands
- Exposiciones Comerciales



Feria Comercial

Sociales: El tipo de evento determinará la finalidad del mismo, aunque generalmente los eventos sociales se organizan con el principal objetivo de que la gente invitada se relacione entre sí.

- Desayunos
- Almuerzos
- Cenas
- Coffe Breaks
- Tés
- brindis
- Cócteles



Coffe break

Familiares: Son aquellos que se desarrollan en una ocasión especial y que tienen un significado de ritual.

- Bautizos
- Primeras Comuniones
- Quince Años
- Bodas
- Cumpleaños
- Funerales



Organización Matrimonios

Protocolarios y Ceremoniales: Son aquellos que suelen tratar disciplinas culturales sobre artes y letras.

- Condecoraciones
- Fiestas Nacionales
- Visitas Oficiales
- Saludos Oficiales



Condecoraciones

Deportivos: Son eventos públicos y empresariales: torneos, competencias, panamericanos, intercolegiales, campeonatos, interempresariales, mundiales.

Educativos: Son aquellos donde se tratan diversos aspectos relacionados con el mundo de la enseñanza (ya sean científicos, sociales, etc.)

4.1.3.2 CLASIFICACIÓN DE BANQUETES

Los banquetes se pueden clasificar de la siguiente manera:

El Tipo Cóctel: Es ideal cuando el número de invitados a la fiesta es reducido o se prefiere llevar a cabo una celebración sencilla y muy dinámica. Aplica a eventos donde el ambiente es un tanto informal, se puede organizar a cualquier hora del día.



Banquete tipo Cóctel

El Tipo Buffet: Es muy usual, porque los invitados pueden servirse de una manera cómoda las veces que lo deseen. Además, este servicio puede contar con una gran variedad de platillos para los diversos paladares



BanBanquete tipo Buffet

El Tipo Platillo: Son muy usuales ya que los invitados son atendidos en todo momento por los meseros, de esta forma el invitado solo se preocupó por relajarse y disfrutar mientras se le atiende. (ISMAIL, Congresos y Catering, 2001)⁵

Es muy importante elegir un buen menú acorde a la cantidad de invitados, al motivo del mismo y al presupuesto con que se cuenta para llevar a cabo el evento.

⁵ ISMAIL,Ahmed; Congresos y Catering; Organización y Ventas, Internacional Thompson Editores Spain Paraninfo S.A.;España 2001



Es muy importante conocer esta clasificación, ya que, para organizar un excelente evento y sin imprevistos en el desarrollo del mismo, necesitaremos conocer las características del tipo de evento o banquete que el cliente este en ese momento requiriendo.

4.2 RECONOCIMIENTO DEL ENTORNO

El Ecuador es un país pequeño desde el punto de vista geográfico, pero nadie puede negar que en la última década ha avanzado considerablemente gracias a los avances tecnológicos, a nuestra singular topografía, a los agentes climáticos y a la especialización universitaria, siendo este factor uno de los más importantes que ha puesto énfasis en crear carreras que no han sido explotadas y que son importantes para nuestro país y economía ya que generan fuentes de trabajo.

Nuestro país tiene una mega diversidad de plantas, animales, una gran riqueza étnica, cultural y una variedad de recursos, el objetivo principal del Ecuador es buscar que las actividades turísticas tengan el carácter de sustentabilidad.

Un destino turístico inigualable en el mundo, potenciando sus recursos naturales, culturales e históricos convierten a este pequeño Ecuador en un verdadero gigante.

El cantón Gualaquiza se constituye en una zona con mucho potencial social exuberante, pues la mayoría de sus recursos no han sido explotados con estos fines, por lo tanto es imprescindible generar proyectos competitivos que permitan optimizar el uso de sus recursos, el fomento de la inversión privada con fines rentables y sustentables.

El cantón Gualaquiza, a pesar de sus limitaciones, representa una zona con mucho potencial, ello se evidencia al contar con Usos de Suelo asignados a los sectores de planeamiento del comercio ocasional de productos de aprovisionamiento a la vivienda al por menor conocido como centro de diversión, presencia de gran variedad de especies acuícolas, artesanías elaboradas por la cultura shuar, recursos humanos conocedores de la pesca y las zonas ricas en atractivos turísticos; y, lo que es más importante para nosotros, existe mucho potencial en lo referente a eventos gastronómicos, ello se evidencia al observar como las fechas especiales nunca son desapercibidas y las celebran dentro de

los salones de alquiler que son adecuados para el momento, o dentro de sus domicilios, tratando de que sea un recuerdo inolvidable; sin embargo, estos eventos no son de total satisfacción, ya que las limitaciones son muchas, porque el demandante solo cuenta con el salón de recepción y tiene que encargarse de buscar en otro lado toda la gama que complementa un evento social.

4.2.1 ANTECEDES DEL CANTÓN GUALAQUIZA (Santiago)⁶

Gualaquiza es el cantón más meridional de los doce que conforman la provincia de Morona Santiago, en Ecuador. Su cabecera es la ciudad de Gualaquiza.

Fecha de Creación:

La ciudad de Gualaquiza. La población colona hispanohablante tiene sus ancestros en Azuay y Loja, por Gualaquiza, fue fundada en 1815 por el Padre José Prieto. Se erige como Cantón por Decreto Ejecutivo Nro. 789 de la Presidencia de la República del Ecuador el 16 de agosto del 1944.

Gualaquiza es un hermoso cantón forjado con decisión, amor y coraje; es la patria anhelada por cuantos la visitan. Dueña de una extraordinaria vegetación y de una variadísima producción agrícola

⁶ Cámara de Turismo Provincial de Morona Santiago;2014

Ubicación y límites:

Limita al norte con el cantón San Juan Bosco, al sur con la provincia de Zamora Chinchipe, al este con la República del Perú y al oeste con la provincia del Azuay.

ACCESOS AL CANTÓN GUALAQUIZA: mediante transporte terrestre lo podemos realizar por cuatro distintas rutas así:

Ruta 1: Loja-Zamora-Yanzatza-El Panguí-Gualaquiza = Asfalto.

Ruta 2: Cuenca-Gualaceo-Sigsig-Chigüinda-Gualaquiza. Tramo Cuenca-Gualaceo-Sigsig= Asfalto, Tramo Sigsig-Chigüinda-Gualaquiza=Afirmada.

Ruta 3: desde la ciudad de Cuenca-Gualaceo-Plan de milagro-San Juan Bosco-Gualaquiza Tramo Cuenca-Gualaceo.

Ruta 4: desde la ciudad de Macas-Sucúa-Plan de Milagro-San Juan Bosco-Gualaquiza.

Clima:**Clima y temperatura.**

El clima se ha subdividido en dos regiones bioclimáticas.

- **Región Húmeda Subtropical.-** Se localiza desde altitudes superiores a los 600 m.s.n.m. hasta 2000 m.s.n.m. La temperatura promedio anual oscila entre los 18° y 24° y la precipitación media anual, varía entre 1500 y 2000 m m. de lluvia.

- **Región Lluviosa Temperado.-** Se localiza desde altitudes que van de los 2.000 m. s.n.m. hasta los 3.000 m.s.n.m., la temperatura promedio oscila entre los 12 °C y 18 °C y la precipitación media anual varía entre los 2.000 y 3.000 mm. de lluvia.

División política

Gualaquiza contiene 10 parroquias:

Parroquias Urbanas

- Gualaquiza
- Mercedes Molina

Parroquias Rurales

- Bomboiza
- Nueva Tarqui
- San Miguel de Cuyes
- Amazonas
- Chigüinda
- Bermejos

- El Rosario
- El Ideal

Algunos lugares turísticos: Recorrer el verdor de la selva, disfrutar el aroma de una orquídea, mezclada con la fresca brisa del río, compartir la hospitalidad de su gente entusiasta, caminar con el aire puro, siempre serán una razón especial para visitar Gualaquiza, "Lugar de paz, un mundo por descubrir"

OPCIONES A VISITAR:

- Museo arqueológico etnográfico municipal
- Parques Lineales
- Mirador La Gruta
- Mirador El Portón
- Cascada de las Culebrillas
- Cascadas del Sacramento
- Cueva y Cascadas de la Dolorosa
- Callejón del Empalme
- Playas del Tambo Viejo
- Playas del Belén
- Playas de la Unión
- Chorrera del Guaby
- Misión Salesiana de Bomboiza
- Corporación U.N.S.A.

- Cascada de Cupiambritza
- Playa de Proveeduría
- Trayecto navegable por el río Zamora

ATRATIVOS ARQUEOLÓGICOS:

- Ruinas de Buenos Aires
- Ruinas del cady o del Zapas
- Ruinas del Remanso o San José

Fiestas más importantes: Cantonización de Gualaquiza: 16 de Agosto;
Fiesta de la Virgen María Auxiliadora: 24 de mayo.

Actividades de las Fiestas: Juegos Pirotécnicos, Rodeo de la vaca loca, Juegos Populares, Misa de acción de gracias, Quema de castillo, Baile popular, Torneo de cintas a caballo, Lidia de gallos, Brindis de canelazos, Se juega con harina, agua y espuma, Se organizan bailes familiares, barriales, de amigos y promoción turística, En algunos barrios se elige a la Señorita Carnaval.

Se organiza programas culturales, deportivos y sociales en las playas de los ríos Bomboiza y Chuchumletza. En Fin de año se acostumbra a la confección de muñecos o monigotes.

4.3 MARCO TEÓRICO

4.3.1. ASPECTOS GENERALES DE PROYECTOS DE INVERSIÓN.

(URBINA, 1996)⁷

4.3.1.1. DEFINICIÓN:

Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias.

Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo. Comprende desde la intención o pensamiento de ejecutar algo hasta el término o puesta en operación normal.

Responde a una decisión sobre uso de recursos con algún o algunos de los objetivos, de incrementar, mantener o mejorar la producción de bienes o la prestación de servicios.

⁷ URBINA, Gabriel, Evaluaciones de Proyectos, Segunda Edición, México. 1996

4.3.1.2. CICLO DE LOS PROYECTOS: (www.mef.gob.pe)⁸

El Ciclo de Proyecto de Inversión contempla las Fases de Pre Inversión, Inversión y Pos Inversión.

Pre Inversión: Se identifica un problema determinado y luego se analizan y evalúan - en forma iterativa - alternativas de solución que permitan para encontrar la de mayor rentabilidad social.

Inversión: se pone en marcha la ejecución proyecto conforme a los parámetros aprobados en la declaratoria de viabilidad para la alternativa seleccionada.

Operación: El proyecto entra a operación y mantenimiento y se efectúa la evaluación ex post.



8

https://www.mef.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=876&Itemid=100884&lang=en

4.3.1.2.1. ETAPA DE PREINVERSIÓN

4.3.1.2.1.1. Identificación de Ideas Básicas de Proyectos (SAPAG, 2007)⁹

La generación de una idea de proyecto de inversión surge como consecuencia de las necesidades insatisfechas, de políticas, de una existencia de otros proyectos en estudios o en ejecución, se requiere complementación mediante acciones en campos distintos, de políticas de acción institucional, de inventario de recursos naturales.

En el planteamiento y análisis del problema corresponde definir la necesidad que se pretende satisfacer o se trata de resolver, establecer su magnitud y establecer a quienes afectan las deficiencias detectadas (grupos, sectores, regiones o a totalidad del país). Es necesario indicar los criterios que han permitido detectar la existencia del problema, verificando la confiabilidad y pertinencia de la información utilizada. De tal análisis surgirá la especificación precisa del bien que desea o el servicio que se pretende dar.

Asimismo en esta etapa, corresponde identificar las alternativas básicas de solución del problema, de acuerdo con los objetivos predeterminados. Respecto a la idea de proyecto definida en su primera instancia, es

⁹ SAPAG, N.; Proyectos de Inversión. Formulación y Evaluación; México: Pearson Prentice Hall; 2007

posible adoptar diversas decisiones, tales como abandonarla, postergar su estudio, o profundizar este.

4.3.1.2.1.2. Estudio a nivel de Perfil

En esta fase corresponde estudiar todos los antecedentes que permitan formar juicio respecto a la conveniencia y factibilidad técnico –económico de llevar a cabo la idea del proyecto. En la evaluación se deben determinar y explicitar los beneficios y costos del proyecto para lo cual se requiere definir previa y precisamente la situación “sin proyecto”, es decir, prever que sucederá en el horizonte de evaluación si no se ejecuta el proyecto.

El perfil permite, en primer lugar, analizar su viabilidad técnica de las alternativas propuestas, descartando las que no son factibles técnicamente. En esta fase corresponde además evaluar las alternativas técnicamente factibles. En los proyectos que involucran inversiones pequeñas y cuyo perfil muestra la conveniencia de su implementación, cabe avanzar directamente al diseño o anteproyecto de ingeniería de detalle.

En suma del estudio del perfil permite adoptar alguna de las siguientes decisiones:

- Profundizar el estudio en los aspectos del proyecto que lo requieran. Para facilitar esta profundización conviene formular claramente los términos de referencia.
- Ejecutar el proyecto con los antecedentes disponibles en esta fase, o sin ellos, siempre que se haya llegado a un grado aceptable de certidumbre respecto a la conveniencia de materializarlo.
- Abandonar definitivamente la idea si el perfil es desfavorable a ella.
- Postergar la ejecución del proyecto.

4.3.1.2.1.3. Estudio de Prefactibilidad o Proyecto Preliminar

Para la elaboración del informe de pre factibilidad del proyecto deben analizarse en detalle los aspectos identificados en la fase de perfil, especialmente los que inciden en la factibilidad y rentabilidad de las posibles alternativas. Entre estos aspectos sobresalen:

- a. El mercado.
- b. La tecnología.
- c. El tamaño y la localización.
- d. Las condiciones de orden institucional y legal.

Conviene plantear primero el análisis en términos puramente técnicos, para después seguir con los económicos. Ambos análisis permiten calificar las alternativas u opciones de proyectos y como consecuencia de ello, elegir la que resulte más conveniente con relación a las condiciones existentes.

4.3.1.2.1.4. Estudio de Factibilidad

Esta última fase de aproximaciones sucesivas iniciadas en la pre inversión, se abordan los mismos puntos de la pre factibilidad. Además de profundizar el análisis el estudio de las variables que inciden en el proyecto, se minimiza la variación esperada de sus costos y beneficios. Para ello es primordial la participación de especialistas, además de disponer de información confiable.

Sobre la base de las recomendaciones hechas en el informe de pre factibilidad, y que han sido incluidas en los términos de referencia para el estudio de factibilidad, se deben definir aspectos técnicos del proyecto, tales como localización, tamaño, tecnología, calendario de ejecución y fecha de puesta en marcha. El estudio de factibilidad debe orientarse hacia el examen detallado y preciso de la alternativa que se ha considerado viable en la etapa anterior. Además, debe afinar todos aquellos aspectos y variables que puedan mejorar el proyecto, de acuerdo con sus objetivos, sean sociales o de rentabilidad.

Una vez que el proyecto ha sido caracterizado y definido deben ser optimizados. Por optimización se entiende la inclusión de todos los aspectos relacionados con la obra física, el programa de desembolsos de inversión, la organización por crear, puesta en marcha y operación del proyecto. El análisis de la organización por crear para la implementación del proyecto debe considerar el tamaño de la obra física, la capacidad empresarial y financiera del inversionista, el nivel técnico y administrativo que su operación requiere las fuentes y los plazos para el financiamiento.

Con la etapa de factibilidad finaliza el proceso de aproximaciones sucesivas en la formulación y preparación de proyectos, proceso en el cual tiene importancia significativa la secuencia de afinamiento y análisis de la información. El informe de factibilidad es la culminación de la formulación de un proyecto, y constituye la base de la decisión respecto de su ejecución. Sirve a quienes promueven el proyecto, a las instituciones financieras, a los responsables de la implementación económica global, regional y sectorial.

4.3.1.2.2. ETAPA DE INVERSIÓN

4.3.1.2.2.1. Proyectos de Ingeniería

Es el conjunto de cálculos, especificaciones y dibujos que sirven para construir un aparato o un sistema. Es una actividad cíclica y única para tomar decisiones, en la que el conocimiento de las bases de la ciencia

de ingeniería, la habilidad matemática y la experimentación se conjugan para poder transformar los recursos naturales en sistemas y mecanismos que satisfacen las necesidades humanas.

4.3.1.2.2. Negociación del Financiamiento

Comprende todos aquellos aspectos relacionaos con la negociación de los recursos necesarios para realizar el proyecto, en especial los financieros. Contempla cuatro procesos:

- La obtención de viabilidad política e institucional
- La identificación de organismos financieros
- La elaboración del documento de proyecto para solicitar financiamiento
- La formulación de una estrategia de negociación

4.3.1.2.2.3 Implementación

Si los resultados obtenidos en la evaluación son favorables y determinaron su viabilidad, el paso siguiente es tomar la decisión de implementar el proyecto.

Para la implementación se debe contar con un plan que determine detallada y cronológicamente en qué forma se van a desarrollar las

actividades para alcanzar los objetivos planeados, como por ejemplo, los tramites legales y administrativos, la obtención del financiamiento y la ejecución como tal del proyecto.

4.3.1.2.3. ETAPA DE OPERACIÓN

4.3.1.2.3.1. Seguimiento y control

Entendemos el control como un subsistema dentro de la gestión de proyectos, cuyos insumos son estándares y criterios, así como los documentos base, productos de la etapa de planeación. Durante la ejecución del proyecto, corre un proceso paralelo de recolección de datos, comparación y retroalimentación para tomar decisiones respecto al rumbo del proyecto. Estas decisiones pueden ser de dos tipos: encaminadas a seguir por la misma ruta o a cambiar para ajustar la ejecución y los planes del proyecto en función del logro de sus objetivos. Nuestra idea de control puede representarse gráficamente de la siguiente manera:

El control permite asegurarse de que todos los recursos estén siendo utilizados de la manera más efectiva posible en función del logro de los objetivos del proyecto.

Controlar implica medir y corregir las actividades y/o procedimientos que se realizan en el marco de un proyecto así como los productos a los que se llega, para asegurarse de que se están llevando a cabo los planes para

alcanzar los objetivos y la misión del proyecto fijados por el director, el cliente y el patrocinador del mismo.

La base del control es la retroalimentación, entendida como información confiable y oportuna que permita tomar decisiones respecto a la ejecución del proyecto.

4.3.1.2.3.2. Evaluación Ex – post

La evaluación busca cuantificar el impacto efectivo, positivo o negativo, de un proyecto. Sirve para verificar la coincidencia de las labores ejecutadas con lo programado. Su objeto consiste en explicar. Al identificar los aspectos del proyecto que fallaron o no estuvieron a la altura de las expectativas, analiza las causas que crearon esta situación. También indaga sobre los aspectos exitosos, con el fin de poder reproducirlos en proyectos futuros. Además, constituye una herramienta para identificar proyectos futuros, ya sean de reposición o de complemento.

4.3.2. CONTENIDO DEL PROYECTO

4.3.2.1. ESTUDIO DE MERCADO (KOTLER, 1997)¹⁰

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y

¹⁰ KOTLER, Philip., Dirección de Mercadotecnia, 8ª ed., México, Pentrice Hall, 1997

el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados. El estudio de mercado puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprará un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos.

4.3.2.1.1. INFORMACION BASE (IB)

Esto implica examinar, en lo posible, acciones que permitan resolver significativamente el problema (o menguarlo) solamente con mejoras mínimas, sin tener que incurrir en costos de inversión. Es decir, identificar medidas de tipo administrativo, procedimental, o cambios de métodos, que puedan lograr una solución satisfactoria estable o que evite el gasto de recursos durante un tiempo determinado.

4.3.2.1.1.1. Tamaño de la Muestra

Es un subconjunto del universo o de la población, dependiendo de que se haya seleccionado a un grupo de elementos o a un grupo de mediciones.

4.3.2.1.1.2. Estimación de la Población

Es cuando queremos realizar el estudio de una población cualquiera de la que desconocemos sus parámetros por ejemplo su media poblacional

o la probabilidad de éxito si la población sigue una distribución binomial, debemos tomar una muestra aleatoria de dicha población para calcular una aproximación a dichos parámetros que conocemos y queremos estimar.

4.3.2.1.1.3. Coeficientes de Confianza (Nivel) y su valor Z

El nivel de confianza con el que deseamos trabajar. No es una elección sin importancia, puesto que del nivel de confianza dependerá la precisión de la estimación que obtengamos, es decir, la anchura del intervalo. A mayor nivel de confianza exigido, mayor será el radio del intervalo y por tanto menor la precisión en la estimación. Generalmente se trabaja con niveles de confianza del orden del 90 % o 95 %.

4.3.2.1.1.4. PRODUCTO PRINCIPAL

Cuando un proceso de producción conjunto da lugar a un producto que tiene un valor total de ventas alto, en comparación de ventas totales de otros productos del proceso, ese producto recibe el nombre de producto principal

4.3.2.1.1.5. PRODUCTO SECUNDARIO (www.diclib.com)¹¹

Es un producto secundario o incidental, generalmente útil y comercializable, derivado de un proceso de manufactura o reacción

¹¹ www.diclib.com

química, que no es el producto primario o el servicio que se produce.

(<http://www.diclib.com>)

4.3.2.1.1.6. PRODUCTO SUSTITUTO

Los bienes sustitutos son bienes que compiten en el mismo mercado. Se puede decir que dos bienes son sustitutos cuando satisfacen la misma necesidad.

4.3.2.1.1.7. PRODUCTO COMPLEMENTARIO

Los bienes complementarios son aquellos que se deben utilizar con otros para satisfacer alguna necesidad. La relación que se establece entre bienes complementarios es tal que el consumo de unos va directamente unido al de los productos que lo complementan.

4.3.2.1.1.8. MERCADO DEMANDANTE

Es el conjunto de consumidores de un determinado bien o servicio ofertado.

4.3.2.1.1.9. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

El análisis de la demanda tiene como objetivo principal medir las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado, con respecto a un bien o

servicio y como este puede participar para lograr la satisfacción de dicha demanda.

La demanda funciona a través de distintos factores:

- La necesidad real del bien
- Su precio
- Nivel de ingreso de la población

Para establecer un buen análisis de la demanda se tendrá que recurrir a la investigación de información proveniente de fuentes primarias y secundarias, como indicadores económicos y sociales.

4.3.2.1.1.10. ESTUDIO DE LA OFERTA

El propósito que se busca mediante el análisis de la oferta es definir y medir las cantidades y condiciones en que se pone a disposición del mercado un bien o un servicio. La oferta, al igual que la demanda, está en función de una serie de factores, cómo es el precio en el mercado del producto o servicio, entre otros. La investigación de campo que se utilice deberá tomar en cuenta todos estos factores junto con el entorno económico en que se desarrolle el proyecto.

4.3.2.1.1.11. BALANCE DEMANDA OFERTA

El análisis de balance entre oferta y demanda, permite conocer si existe un déficit que debe ser cubierto por el proyecto o si este déficit puede ser

cubierto progresivamente sin recurrir al proyecto, la magnitud de la cobertura del déficit ya depende de los recursos que posea la entidad ejecutora o de su programación anual de inversiones, no necesariamente se debe cubrir el déficit ya que ello depende de las estrategias de cobertura con los grupos de usuarios.

4.3.2.1.1.12. COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales. Se da en dos planos: Micro y Macro y por lo tanto se generan dos definiciones: Microcomercialización y Macrocomercialización.

4.3.2.1.1.13. ANÁLISIS DE SITUACIÓN BASE

Este análisis evita sobre-estimar beneficios y/o sobredimensionar el proyecto, pues si hay una baja oferta de un servicio.

4.3.3. ESTUDIO TÉCNICO

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de

cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita.

El estudio técnico es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal.

4.3.3.1. TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

4.3.3.1.1. Tamaño

Se refiere a la capacidad instalada del proyecto, y se expresa en unidades de producción por año. Existen otros indicadores indirectos, como el monto de la inversión, el monto de ocupación efectiva de mano de obra o algún otro de sus efectos sobre la economía. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.

- a) Capacidad Teórica: La capacidad teórica (también denominada capacidad máxima o ideal) supone que todo el personal y los equipos operan a la máxima eficiencia usando 100% de la capacidad de la planta. La capacidad teórica es irreal; deja de

incluir las interrupciones normales que resulten de las descomposturas o del mantenimiento de las máquinas. Sin embargo los administradores usan la capacidad teórica como un instrumento auxiliar para medir la eficiencia de las operaciones, proporcionando con ello cifras ideales para hacer las comparaciones.

- b) Capacidad Instalada: La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección, puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, reinstalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/conocimientos, etc.

- c) Capacidad Utilizada: Es la fracción de la capacidad instalada que se utiliza y se mide en porcentaje se es aconsejable que las empresas no trabajen con un porcentaje de capacidad instalada superior al 90% porque en condiciones normales, no podrá atender pedidos extraordinarios y si los hace puede verse alterado significativamente se estructura de costos, especialmente por la participación de los costos fijos, salva que acuda al proceso de maquila, que es concentrar parte de producción con otras personas.

- d) Capacidad Financiera: que es el primer paso y el cual nos indica si podemos intervenir con nuestra oferta en el mercado, esta nos dice además que tanta capacidad poseemos para invertir, para endeudarnos o para responder a eventualidades no ajenas al objeto social. A través de su capacidad financiera, una empresa ejerce una buena administración de sus recursos internos y externos; así mismo, con el buen manejo de nuestros recursos creamos una seguridad financiera que nos permita la suficiente liquidez para cumplir con las operaciones sin la necesidad de recurrir al alza en los costos y finalmente lograr una buena prestación de los servicios, que es el objetivo principal para alcanzar.
- e) Capacidad Administrativa: Capacidad de planificar, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos y las actividades de trabajo con el propósito de lograr los objetivos y las metas de organización de manera eficaz y eficiente.

4.3.3.1.2. Localización

El estudio de localización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir, cubriendo las exigencias o requerimientos del proyecto, contribuyen a minimizar los costos de inversión, y los costos y gastos durante el período productivo del proyecto.

a) La Micro localización

La micro localización se trata de describir la determinación del punto preciso donde se ubicará la empresa dentro de la región, en esta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido, tomando en cuenta las fuerzas localizaciones típicas del proyecto. El objetivo consiste en elevar las ganancias al máximo y reducir al mínimo el costo del proyecto

b) La Macro Localización

A la selección del área donde se ubicará el proyecto se le conoce como Estudio de Macro localización, el análisis de la macro localización consiste en la ubicación de la organización en el país, en el espacio rural y/o urbano de alguna región, también debe justificarse sobre la alternativa técnica elegida.

c) Factores de Localización:

- Cercanía con nuestro mercado objetivo.
- Asegurarnos de que no hay prohibiciones de ubicar nuestra empresa en el lugar que hemos elegido (Normas y Planes de Ordenación Territorial).
- El lugar elegido debe contar con una infraestructura adecuada a las necesidades de la empresa. Tenemos que

comprobar que los suministros de agua, electricidad, teléfono, etc.

- Otro aspecto a tener en cuenta es la comunicación del lugar con el exterior. Si está bien comunicado por carretera, si hay presencia de transporte público, accesibilidad, etc.
- Tenemos que buscar, a ser posible, un lugar que esté cerca de las empresas proveedoras.
- En el caso de que vayamos a contratar trabajadores, debemos tener presente que en la zona en que vamos a instalar nuestro negocio haya suficiente mano de obra cualificada para cubrir los puestos de trabajo que surjan.

4.3.3.1.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

Probar la viabilidad técnica del proyecto, aportando información que permita su evaluación técnica y económica, y proporcionando los fundamentos técnicos sobre los cuales se diseñará y ejecutará el proyecto.

- a) Componente tecnológico:** Los componentes de los sistemas tecnológicos son artefactos físicos, organizaciones, componentes usualmente descritos como científicos, artefactos legislativos y los recursos naturales. Las personas, inventores, científicos, industriales, ingenieros, gerentes, financieros y trabajadores; son

componentes del sistema, pero no deben ser considerados como artefactos del mismo.

b) Infraestructura Física: Una infraestructura es el conjunto de elementos o servicios que están considerados como necesarios para que una organización pueda funcionar o bien para que una actividad se desarrolle efectivamente.

(<http://www.definicionabc.com>)¹²

c) Distribución en Planta: Es encontrar la mejor distribución de las áreas de trabajo y del equipo en aras de conseguir la máxima economía en el proceso al mismo tiempo que la mayor seguridad y satisfacción de los trabajadores.

d) Proceso de Producción: Como proceso de producción se denomina el sistema dinámico constituido por un conjunto de procedimientos técnicos de modificación o transformación de materias primas, sean estas de origen animal, vegetal o mineral, y que puede valerse tanto de mano de obra humana, como de maquinaria o tecnología para la obtención de bienes y servicios.

d1: Diseño del Producto: Todos los productos surgen por una necesidad, un problema o un deseo. Estos productos no

¹² Infraestructura de Proyectos

comienzan a concretarse hasta que no comienza la actividad de diseño. En este proceso se definen las características del producto y se tienen en cuenta múltiples factores relacionados con su uso, tamaño, materiales, función, etc.

d2: Flujograma de Procesos: Un Flujograma, también denominado diagrama de flujo, es una muestra visual de una línea de pasos de acciones que implican un proceso determinado. Es decir, el Flujograma consiste en representar gráficamente, situaciones, hechos, movimientos y relaciones de todo tipo a partir de símbolos.

4.3.3.1.4. DISEÑO ORGANIZACIONAL

Permite conocer una dimensión legal o jurídica y otra funcional o técnica, para la creación de la empresa.

Por un lado, la organización destinada a realizar o a operar el proyecto debe atender las exigencias resultantes del aparato jurídico- legal del país que la condiciona, a veces en forma muy estricta y, por otro lado, está sujeta a reglas y normas que resultan de la técnica de administración.

Estos aspectos deben analizarse para definir y justificar la organización que se propone para administrarlo, exponiendo los criterios que hayan

determinado su elección y su repercusión sobre los demás aspectos del proyecto.

4.3.3.1.4.1. Estructura Organizativa: La estructura organizacional son los patrones de diseño para organizar una empresa, con el fin de cumplir metas propuestas y así lograr los objetivos deseados.

a) Base Legal: La base legal determinará lo que se debe de hacer para que el proyecto se pueda constituir legalmente en una empresa reconocida por los organismos reguladores pertinentes.

b) Estructura Empresarial: Es la forma que adopta la empresa estableciendo pautas de coordinación de la totalidad de los recursos para mejorar la relación y regulación de las actividades

Mintzberg la denomina configuración estructural que define la forma en que se divide el trabajo en tareas distintas y su coordinación. La organización de estructura empresarial puede ser analizada de dos formas Vertical u Horizontal.

b1 Niveles Jerárquicos de Autoridad: se observan tres tipos de niveles de autoridad:

- Nivel estratégico o superior
- Nivel táctico
- Nivel operativo

b2 Organigramas: Son la representación gráfica de la estructura de una organización, es donde se pone de manifiesto la relación formal existente entre las diversas unidades que la integran, sus principales funciones, los canales de supervisión y la autoridad relativa de cada cargo. Son considerados instrumentos auxiliares del administrador, a través de los cuales se fija la posición, la acción y la responsabilidad de cada servicio.

➤ **Organigrama Estructural:** Los organigramas son la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa u organización que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran. Similar a esta definición se debe señalar que se considera como una representación esquemática de la estructura formal de la empresa, donde se destaca jerarquías, cargos y líneas de comunicación y presenta una visión inmediata y resumida de la forma de distribución de la misma.

➤ **Organigrama Funcional:** Se define como una representación gráfica que incluye las principales funciones que tienen asignadas cada jerarquía, además de las unidades y sus interrelaciones. Este tipo de organigrama es de gran utilidad para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general.

- **Organigrama Posicional:** Explican el nombre y cargo de cada persona.

b3 Manual de Funciones: Es un instrumento o herramienta de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basados en los respectivos procedimientos, sistemas, normas y que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas, sin interferir en las capacidades intelectuales, ni en la autonomía propia e independencia mental o profesional de cada uno de los trabajadores u operarios de una empresa ya que estos podrán tomar las decisiones más acertadas apoyados por las directrices de los superiores, y estableciendo con claridad la responsabilidad, las obligaciones que cada uno de los cargos conlleva, sus requisitos, perfiles, incluyendo informes de labores que deben ser elaborados por lo menos anualmente dentro de los cuales se indique cualitativa y cuantitativamente en resumen las labores realizadas en el período, los problemas e inconvenientes y sus respectivas soluciones tanto los informes como los manuales deberán ser evaluados permanentemente por los respectivos jefes para garantizar un adecuado desarrollo y calidad de la gestión.

4.3.4. ESTUDIO FINANCIERO (ZAPATA, 1985)¹³

El estudio financiero considera como objetivo que debe ordenar y sistematizar la información en forma monetaria que proporciona el estudio técnico, y el estudio de mercado para la facilitación de una evaluación de proyecto la cual debe determinar su rentabilidad o desecharlo, para de esta manera poder analizar los estados financieros y poner en marcha el presupuesto de proyecto de acuerdo al estudio financiero por lo cual se toma en cuenta las inversiones, los costos e ingresos que pueden deducirse en los estudios previos para su aceptabilidad del proyecto.

4.3.4.1. INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

4.3.4.1.1. Inversiones: Representan colocaciones de dinero sobre las cuales una empresa espera obtener algún rendimiento a futuro, ya sea, por la realización de un interés, dividendo o mediante la venta a un valor mayor que su costo de adquisición.

a) Inversiones en Activos Fijos: Los activos fijos denominados tangibles, están formados por los bienes destinados a asegurar la vida del proyecto, estos bienes no se destinan a la venta y se consumen en largos periodos de tiempo, a excepción del terreno que sufre un aumento en su valor por la plusvalía.

¹³ ZAPATA, Pedro, Contabilidad General, Editorial McGraw - Hill, Bogota. Colombia; 1985

b) Inversiones en Activos Diferidos: Está integrado por valores cuya posibilidad de recuperar está condicionada habitualmente, por la duración del Tiempo, es el caso de inversiones realizadas por la Empresa y que en un lapso se convertirán en Gastos. Se pueden mencionar en este concepto los Gastos de Instalación, las primas de seguro, etc.

c) Inversiones en Capital de Trabajo: El capital de operación constituye todos aquellos recursos disponibles en una empresa para la normal operación de la misma desde el inicio de su funcionamiento.

4.3.4.2. Financiamiento

Se denomina financiamiento al acto de hacer uso de recursos económicos para cancelar obligaciones o pagar bienes, servicios o algún tipo de activo particular. El financiamiento puede provenir de diversas fuentes, siendo el más habitual el propio ahorro. No obstante, es común que las empresas para llevar adelante sus tareas y actividades comerciales hagan uso de una fuente de financiamiento externa. En este caso existen numerosas variantes que pueden utilizarse siempre y cuando el agente económico en cuestión sea confiable en lo que respecta a pagos.

4.3.4.2. ANÁLISIS DE COSTOS (VÁZCONES, 1999)¹⁴

- a) **Costos de Producción o Fabricación:** Son aquellos que intervienen directamente en la elaboración de un bien o un servicio.
- b) **Costos de Operación:** Los costos de producción (también llamados costos de operación) son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento.
- c) **Costo Total de Producción:** El coste total son todos aquellos costes en los que se incurre en un proceso de producción o actividad. Se calcula sumando los costes fijos y los costes variables.
- d) **Costo Unitario de Producción:** Costo de producir una unidad de producto o de servicio, basado generalmente en promedios y tomando en consideración los costos de todos los factores productivos que intervienen en la producción.

4.3.4.3. ESTABLECIMIENTO DE INGRESOS

- a) **Determinación del Precio de Venta:** Todo negocio, consiste básicamente en satisfacer necesidades y deseos del cliente vendiéndole un producto o servicio por más dinero de lo que cuesta

¹⁴ VÁZCONES, Pedro José, Introducción a la Contabilidad de Costos, Tercera Edición; Quito Ecuador

fabricarlo. La ventaja que se obtiene con el precio, se utiliza para cubrir los costos y para obtener una utilidad.

- **Método Rígido:** La política de precio único, consiste en ofrecer el mismo precio a todos los clientes que compran bienes y servicios esencialmente bajo las mismas condiciones y en cantidades iguales.

- **Método Flexible:** consiste en ofrecer los mismos productos y cantidades a diferentes precios, dependiendo de la habilidad para regatear de cada cliente, sus lazos de amistad u otros factores.

4.3.4.4. CLASIFICACIÓN DE COSTOS

- a) **Costos fijos:** Costos fijos son los que se tienen que pagar sin importar si la empresa produce mayor o menor cantidad de productos.

- b) **Costos variables:** Los costos variables son los que se cancelan de acuerdo al volumen de producción, tal como la mano de obra,(si la producción es baja, se contratan pocos empleados, si aumentan pues se contrataran más y si disminuye, se despedirán), también tenemos la materia prima, que se comprará de acuerdo a la cantidad que se esté produciendo.

4.3.4.5. PRESUPUESTO PROYECTADO

Son estados contables preparados por la empresa, a través de los cuales se brinda información relativa a su mejor estimación posible del valor de su patrimonio a una determinada fecha futura, sus variaciones durante un cierto período futuro y las actividades de inversión y financiación estimadas para ese período futuro.

4.3.4.6. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

También conocido el estado de resultados, muestra detalladamente los ingresos, los gastos, y el beneficio o pérdida que ha generado una empresa durante un periodo de tiempo determinado.

4.3.4.7. DETERMINACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es aquel nivel de operaciones en el que los ingresos son iguales en importe a sus correspondientes en gastos y costos.

- **En función de las ventas**

$$PE = \frac{CF}{1 - CV/VT}$$

En donde: PE = Punto de equilibrio

CF = Costos fijo

CV = Costos variables

VT = Ventas totales

- **En función de la capacidad instalada**

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} \times 100$$

Representación gráfica

El punto de equilibrio muestra cómo los cambios operados en los ingresos o costos por diferentes niveles de venta repercuten en la empresa, generando utilidades o pérdidas. El eje horizontal representa las ventas en unidades, y el vertical, la variable en unidades monetarias; los ingresos se muestran calculando diferentes niveles de venta. Los costos fijos están representados por una recta horizontal dentro de un segmento relevante. Sumando la recta de los costos variables con la de los costos fijos se obtiene la de costos totales, y el punto donde se intercepta esta última recta con la de los ingresos, representa el punto de equilibrio.

4.3.5. EVALUACIÓN DE PROYECTOS

4.3.5.1. EVALUACIÓN FINANCIERA

El objetivo de la evaluación financiera es determinar el grado o nivel de utilidad que obtiene el empresario como premio al riesgo de utilizar su capital y su capacidad empresarial en la implementación de un proyecto

4.3.5.1.1. Flujo de caja

Muestra los flujos de ingresos y egresos de efectivo (dinero en efectivo) que ha tenido una empresa durante un periodo de tiempo determinado; nos permite además saber si la empresa tiene un déficit o excedente de efectivo.

4.3.5.1.2. Valor Actual Neto

Este es un indicador financiero que nos permite determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto.

$$VAN = 1 / (1 + i)^n$$

En donde: i = la tasa de interés con la que estamos comparando

n = el número de años de la inversión

4.3.5.1.3. Tasa Interna de Retorno

Método que toma en consideración el valor en el tiempo del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante la vida útil del proyecto.

$$TIR = T_m + DT \frac{van+}{van+ - (van-)}$$

En donde: T_m = tasa menor de descuento de actualización

DT = diferencia de tasas

$van+$ = van positivo

$van-$ = van negativo

4.3.5.1.4. Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad es un término financiero, muy utilizado en las empresas para tomar decisiones de inversión, que consiste en calcular los nuevos flujos de caja y el VAN (en un proyecto, en un negocio, etc.), al cambiar una variable (la inversión inicial, la duración, los ingresos, la tasa de crecimiento de los ingresos, los costes, etc.) De este modo teniendo los nuevos flujos de caja y el nuevo VAN podremos calcular y mejorar nuestras estimaciones sobre el proyecto que vamos a comenzar en el caso de que esas variables cambiasen o existiesen errores de apreciación por nuestra parte en los datos iniciales.

4.3.5.1.5. Relación Beneficio-Costo

Este se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido en el proyecto.

$$B/C = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Costos actualizados}}$$

4.3.5.1.6. Periodo de recuperación de capital

El que nos determina el tiempo en que el que se recuperará el capital invertido en el proyecto.

$$PRI = X_n + \frac{\Sigma FN - I_o}{FN_f}$$

En donde: PRI = Periodo de recuperación de la inversión

X_n = Años de recuperación

ΣFN = Sumatoria de los flujos netos para la recuperación

I_o = Inversión inicial

FN_f = Flujo neto del año en el cual se recupera

5. MATERIALES Y MÉTODOS

Para llevar a efecto el desarrollo del presente trabajo de investigación se utilizó los siguientes materiales, métodos y técnicas de investigación.

5.1. MATERIALES

Los materiales que se utilizaron para el desarrollo de la presente tesis fueron los siguientes:

Suministros de oficina:

- Resma de papel bond
- Esferos
- Borradores
- Lápices
- Corrector
- Carpetas y perfiles

Equipo de Oficina:

- Flash memory
- Calculadora
- Computadora Portátil

- Impresora
- Grapadora
- Perforadora
- Cámara

5.2. MÉTODOS

Método deductivo:

Este método permitió recopilar los conceptos, principios y definiciones referentes al tema en estudio, también permitió deducir datos y obtener información acerca del presente estudio de factibilidad.

Método inductivo:

Este método en el presente caso permitió realizar el estudio de mercado y el estudio técnico.

Método Descriptivo Analítico:

Este método se utilizó en la redacción de los diferentes estudios, puesto que permitió realizar la interpretación racional y el análisis objetivo de los hechos en la descripción de la información obtenida y de la información que se aplicó en la construcción de todas las partes del proyecto.

5.3 TÉCNICAS

Así mismo es importante señalar las diferentes técnicas de investigación que permitieron obtener la información necesaria para el desarrollo del tema de Tesis, de tal manera es importante señalar las principales técnicas.

Observación directa:

La observación directa se realizó a los diferentes negocios que ofertan el servicio de eventos sociales de la ciudad de Gualaquiza, con la finalidad de conocer la oferta del producto en el mercado, datos relevantes en cuanto a gustos y preferencias del servicio ofertado, rangos de precios, etc.

La Entrevista:

La entrevista se aplicó a los propietarios de los establecimientos que ofrecen el servicio de eventos en la ciudad de Gualaquiza, esta entrevista permitió conocer más a fondo temas inherentes a la realidad de la oferta y la demanda de este servicio en el sector, las condiciones en las cuales se oferta el servicio, los problemas más frecuentes que se suscitan al dar el servicio, y las preferencias de los clientes al requerir el servicio de eventos.

La Encuesta:

La encuesta se aplicó a 354 familias de Gualaquiza con la finalidad de recabar información de aspectos referentes a la mercadotecnia del proyecto así como también nos permitió conocer la aceptación del servicio como tal, la demanda del mismo, y la aceptación de una nueva empresa de eventos en Gualaquiza.

POBLACIÓN Y MUESTRA

En este estudio se consideró la población del cantón Gualaquiza, la misma que de acuerdo a la proyección realizada por el INEC para el año 2010 es de 17.890 habitantes, pero el universo del presente estudio es la población establecida por familias, por lo que la población se la dividió para cuatro miembros que tiene cada familia de acuerdo a la información del INEC estableciéndose en 4.747 familias, que son las que habitan en el cantón Gualaquiza.

PROYECCIÓN DE LA POBLACION:

$$P_f = P_i (1 + t)^n$$

En donde: P_f = población final

P_i = población inicial (4.473 familias)

t = tasa de crecimiento poblacional (1.5%)

n = número de años transcurridos (4)

$$Pf = 4.473 (1 + 0.015)^4$$

$$Pf = 4.473 (1.015)^4$$

$$Pf = 4.473 (1.0614)$$

$$Pf = 4.747 \text{ familias}$$

Cuadro N° 1

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN

AÑO	TASA DE CRECIMIENTO	POBLACIÓN	INTEGRANTES POR FAMILIA	Nº DE FAMILIAS
2010	1,5	17890	4	4473
2011	1,5	18158	4	4540
2012	1,5	18431	4	4608
2013	1,5	18707	4	4677
2014	1,5	18988	4	4747

FUENTE: INEC, proyección del censo 2010
ELABORACION: La Autora

La proyección de la población de estudio para el año base que es el 2014 con tasa de crecimiento anual del 1.5% nos da como resultado 4.747 familias.

CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para determinar una muestra significativa que conlleve a tener un margen de error mínimo del 5% en el estudio que se realizó, para ello se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot P \cdot Q}{(N-1) E^2 + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

En donde: n = Número de elementos de la muestra

N = Población de estudio (4.747 familias).

P = Probabilidad de éxito 50%

Q = Probabilidad de fracaso 50%

Z = Valor crítico de confianza al 95% (Z = 1.96)

E = Margen de error permitido (5%).

$$n = \frac{(4747)(1.96^2)(0.5)(0.5)}{(4747 - 1)(0.05^2) + (1.96^2)(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{(4747)(3.8416)(0.25)}{(4476)(0.0025) + (3.8416)(0.25)}$$

$$n = \frac{4300.67}{11.19 + 0.9604}$$

$$n = \frac{4300.67}{12.15}$$

n = 354 encuestas

PROCEDIMIENTO:

Para aplicar las encuestas, previamente se ha segmentado el mercado de usuarios, que en este caso por tratarse de una empresa de eventos sociales se ha estimado que es un servicio dirigido a las familias de la ciudad de Gualaquiza. Para conocer el número de familias, objeto de nuestro estudio, se ha tomado como base la población del cantón Gualaquiza según censo poblacional del año 2010 que es de 17.890 habitantes, la misma que se la ha dividido para cuatro que es el número de miembros por la que están integradas las familias. Luego se realiza la proyección para obtener el número de familias para el año 2014, información que servirá como base el número exacto de encuestas a aplicarse en la ciudad de Gualaquiza, dando como resultado 354 encuestas.

Se utilizó la técnica de la encuesta como medio para recolectar información a nivel local, para tal efecto se elaboró un formato con la finalidad de obtener información que permitió determinar las características de los demandantes del servicio de eventos sociales, que requieren las familias que viven en el cantón Gualaquiza, por intermedio de las relaciones sociales existentes y la entrevista a los oferentes que son las empresas de eventos sociales.

La muestra a la que se encuestó fueron las familias que viven en el cantón Gualaquiza y que tienen la posibilidad de realizar fiestas para sus

familiares y amigos por los diferentes motivos sociales de convivencia, y que fundamentalmente utilizarían una empresa de eventos sociales con categoría turística. Una vez aplicada la encuesta se realizó el procedimiento determinado por las técnicas estadísticas en todo lo que tiene relación con la investigación:

- Recopilación de información
- Organización de la información
- Presentación de la información a través de tabulaciones matemáticas y gráficas
- Análisis de la información

En base del análisis del comportamiento de los oferentes y demandantes del servicio se determinó por proyecciones en el tiempo, mediante la tendencia lineal las relaciones entre oferta y demanda, estableciendo su balance y el sistema de comercialización más apropiado para el proyecto.

El estudio técnico se realizó mediante relaciones apropiadas para determinar el tamaño y la localización del proyecto siendo necesario el asesoramiento de profesionales en la ingeniería civil, para la planificación de requerimientos de edificios y otros asuntos técnicos del proyecto. Se buscó un tipo de organización para una empresa de esta índole estableciendo su base legal, estructural y la distribución de funciones del personal programado para el desempeño.

Posteriormente se realizaron los cálculos necesarios para determinar el monto total de inversiones, fuentes de financiamiento, presupuestos; así como, la elaboración de los estados de resultados para los diferentes años de vida útil del proyecto a fin de determinar el flujo de fondos y realizar la evaluación financiera, donde en forma clara y precisa se demuestra la factibilidad del proyecto.

Finalmente se establece las conclusiones a las que se llegó con la presente investigación para luego formular las recomendaciones que se sugieren para aquellas personas que se interesen en el presente proyecto de inversión.

6. RESULTADOS

6.1. ENCUESTA A LOS DEMANDANTES

Del estudio realizado a los posibles usuarios del servicio de eventos sociales, se obtuvieron los datos primarios que luego de la sistematización de la información (tabulación, análisis y presentación de los datos obtenidos), las opiniones de las familias que habitan en el cantón Gualaquiza, se presenta de acuerdo a las preguntas realizadas a través de la encuesta, que consta en el Anexo N° 1, las mismas que son las siguientes:

1. ¿Realiza su familia eventos sociales?

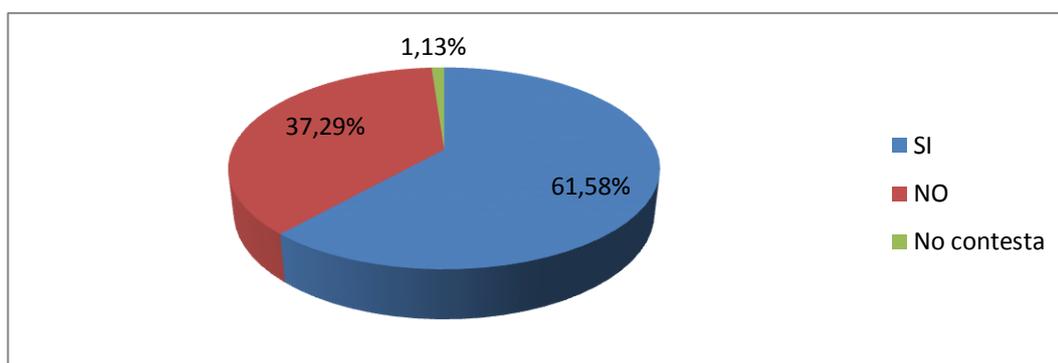
Cuadro N° 2

REALIZA EVENTOS SOCIALES

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	218	61,58%
NO	132	37,29%
NO CONTESTA	4	1,13%
TOTAL	354	100,00%

FUENTE: Encuestas
ELABORACION: La Autora

Gráfico N° 1

REALIZA EVENTOS SOCIALES

ANÁLISIS E INTERPRETACION: En la pregunta N° 1 del cuestionario de la encuesta se logró establecer que un 61.58% si realiza eventos sociales en el cantón Gualaquiza, un 37.29% no lo hace y el 1.13% no contestan. Por tanto, este dato se tomará para la demanda potencial.

2. **¿Alguna vez ha contratado el servicio de eventos sociales?**

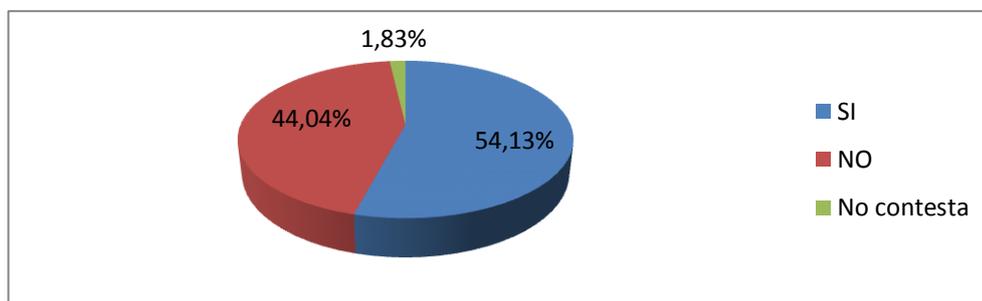
Cuadro N° 3

HA CONTRATADO EL SERVICIO DE EVENTOS SOCIALES

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	118	54,13%
NO	96	44,04%
NO CONTESTA	4	1,83%
TOTAL	218	100,00%

FUENTE: Encuestas
ELABORACION: La Autora

Gráfico N° 2

HA CONTRATADO EL SERVICIO DE EVENTOS SOCIALES

ANÁLISIS E INTERPRETACION.- Para la pregunta N° 2 se estimó que un 54.13% si ha contratado el servicio de eventos sociales, un 44.04% no los ha realizado y un 1.83% no contesta. De aquí en adelante solo se hará referencia a los que contestaron que si contratarán el servicio.

3. ¿Qué tipos de eventos sociales, ha realizado contratando una empresa de servicios?

Cuadro N° 4

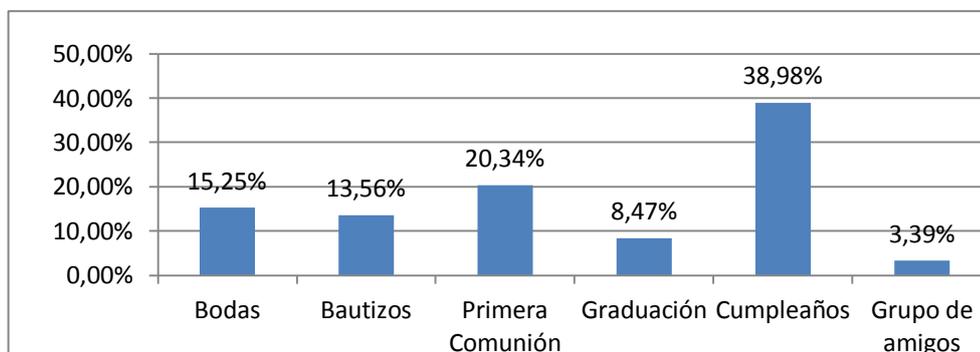
TIPO DE EVENTOS SOCIALES CONTRATADOS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bodas	18	15,25%
Bautizos	16	13,56%
Primera comunión	24	20,34%
Graduación	10	8,47%
Cumpleaños	46	38,98%
Grupo de amigos	4	3,39%
TOTAL	118	100,00%

FUENTE: Encuestas
ELABORACION: La Autora

Gráfico N° 3

TIPO DE EVENTOS SOCIALES CONTRATADOS



ANÁLISIS E INTERPRETACION.- Se determina que la población del cantón Gualaquiza contrata eventos sociales para realizar bodas en un 15.25%, en un 13.56% para bautizos, el 20.34% para primeras comuniones, el 8.47% para graduaciones, el 38.98% para cumpleaños y el 3.39% para grupos de amigos. Se debe considerar estos criterios para la decoración del local por lo tanto la prioridad son los cumpleaños.

4. ¿Cada qué tiempo contrata un servicio de eventos sociales?

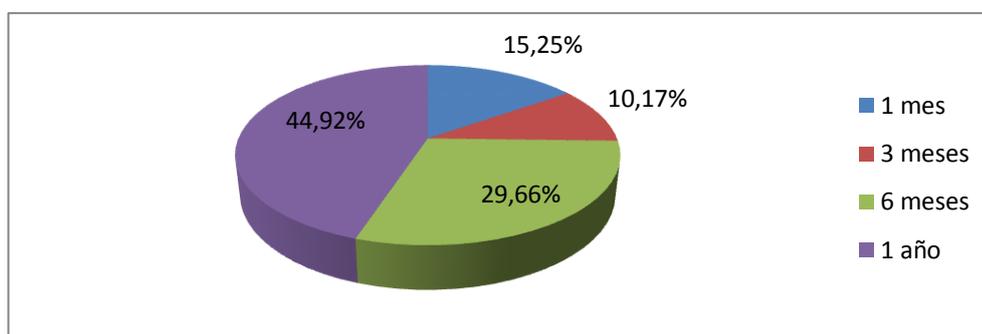
Cuadro N° 5

FRECUENCIA DE USO DEL SERVICIO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 mes	18	15,25%
3 meses	12	10,17%
6 meses	35	29,66%
1 año	53	44,92%
TOTAL	118	100,00%

FUENTE: Encuestas
ELABORACION: La Autora

Gráfico N° 4
FRECUENCIA DE USO DEL SERVICIO



ANÁLISIS E INTERPRETACION: Del tiempo que hace que contrataron los servicios de eventos sociales lo hicieron hace un mes en un 15.25%, en un 10.17% hace tres meses, el 29.66% en el tiempo de seis meses y el 44.92% hace un año. Lo que indica que las familias requieren del servicio de eventos sociales.

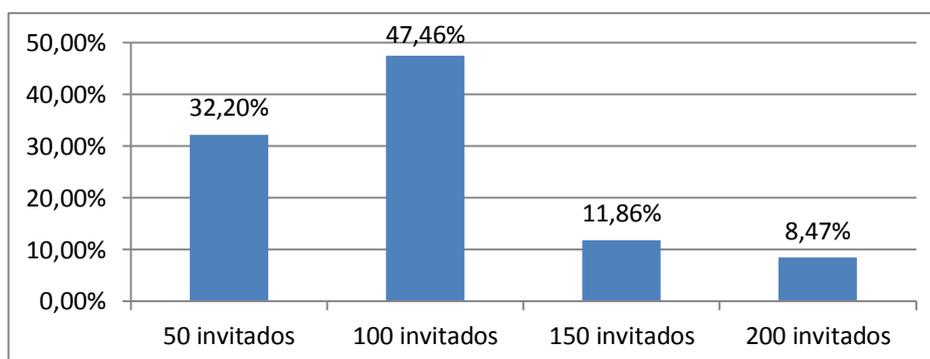
5. ¿Número máximo de invitados en sus eventos sociales?

Cuadro N° 6
INVITADOS A EVENTOS SOCIALES

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
50	38	32,20%
100	56	47,46%
150	14	11,86%
200	10	8,47%
TOTAL	118	100,00%

FUENTE: Encuestas
ELABORACION: La Autora

Gráfico N° 5
INVITADOS A EVENTOS SOCIALES



ANÁLISIS E INTERPRETACION: En esta pregunta se estableció que un 32.20% requiere el servicio de eventos sociales para 50 invitados, un 47.46% para 100 invitados, un 11.86% para 150 invitados y en un 8.47% para 200 invitados. Por tanto, el local deberá tener una capacidad máxima de 200 personas.

6. ¿Qué servicios contrata para realizar sus eventos sociales?

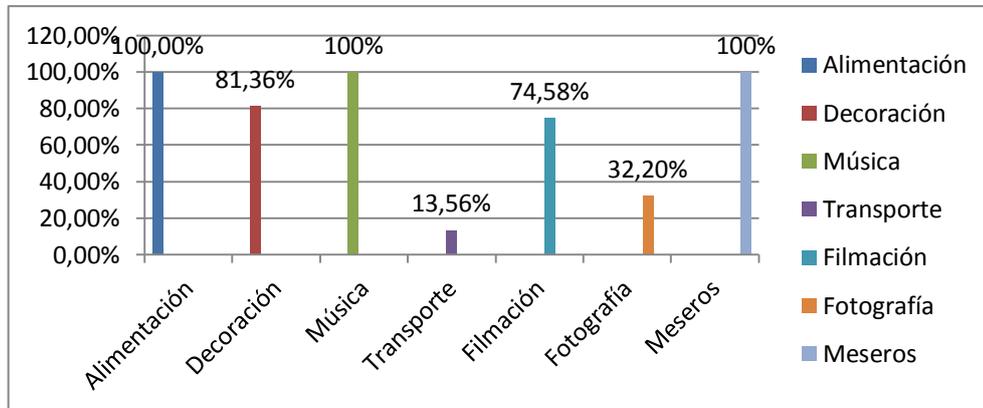
Cuadro N° 7
SERVICIOS DE PREFERENCIA PARA LOS EVENTOS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alimentación	118	100,00%
Decoración	96	81,36%
Música	118	100,00%
Transporte	16	13,56%
Filmación	88	74,58%
Fotografía	38	32,20%
Meseros	118	100,00%

FUENTE: Encuestas
ELABORACION: La Autora

Gráfico N° 6

SERVICIOS DE PREFERENCIA PARA LOS EVENTOS



ANÁLISIS E INTERPRETACION: Se debe aclarar que el análisis se lo realiza en forma horizontal para los 118 familias que si contratan el servicio de eventos sociales; siendo el resultado que para alimentación el 100% lo requiere, para decoración el 81.36%, para música el 100% requieren de los encuestados, para transporte el 13.56% dice que si requiere, para filmación el 74.58% lo requiere, para fotografía el 32.20% lo requiere y para meseros el 100% requiere de este servicio. Opinión que debe considerarse para la programación de los servicios siendo los indispensables alimentación, música y meseros; y, en menor importancia la decoración y la filmación, quedando de lado los servicios de fotografía y transporte.

7. ¿Para el servicio de alimentación, qué tipo de comida le gustaría?

Cuadro N° 8

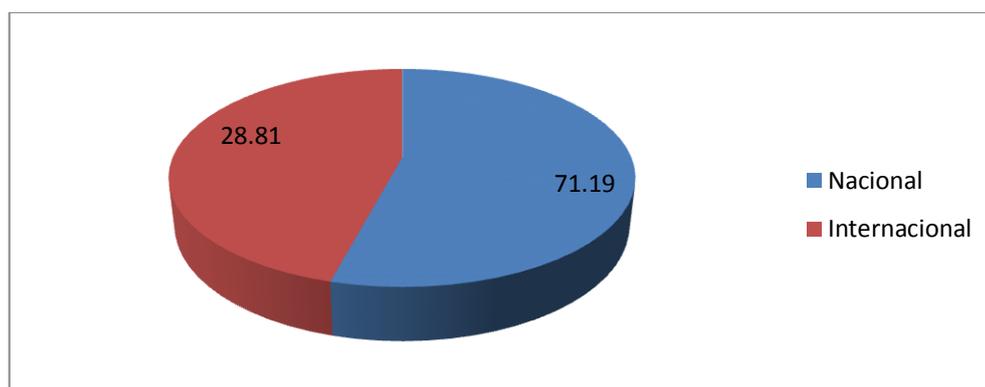
TIPO DE COMIDA CONTRATADA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nacional	84	71,19%
Internacional	34	28,81%
TOTAL	118	100,00%

FUENTE: Encuestas
ELABORACION: La Autora

Gráfico N° 7

TIPO DE COMIDA CONTRATADA



ANÁLISIS E INTERPRETACION: Un 71.19% le gustaría contratar la alimentación nacional, mientras que el 28.81% lo haría en comida internacional. Lo que se debe tomar en cuenta para la programación de los platos a servir en los eventos sociales.

8. ¿Qué tipo de servicio preferiría contratar?

Cuadro N° 9

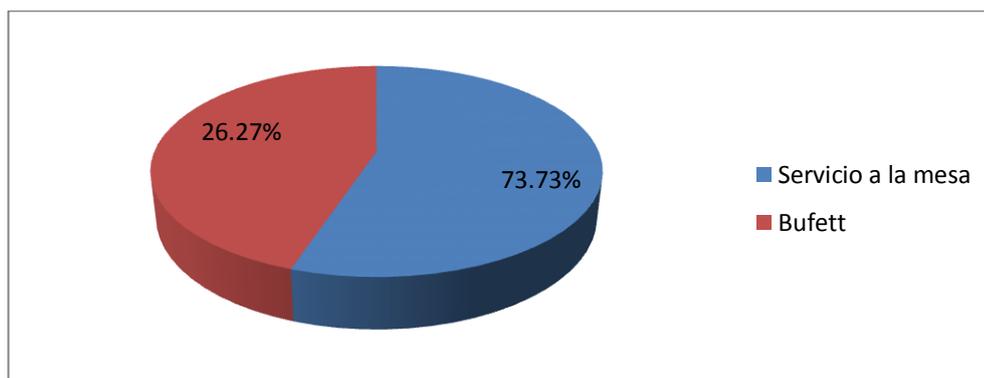
TIPO DE SERVICIO PREFERIDO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Servicio a la mesa	87	73,73%
Bufett	31	26,27%
TOTAL	118	100,00%

FUENTE: Encuestas
ELABORACION: La Autora

Gráfico N° 8

TIPO DE SERVICIO PREFERIDO



ANÁLISIS E INTERPRETACION: En la contratación de los servicios de eventos sociales y específicamente en el servicio de alimentación las familias prefieren que el servicio sea a la mesa en un 73.73% y el 26.27% prefiere que sea tipo bufett. Con esta información, se establece la forma de servicio, permitiendo establecer la tendencia para la programación.

9. ¿Qué días prefiere para realizar sus eventos sociales?

Cuadro N° 10

DÍAS DE PREFERENCIA PARA EL SERVICIO

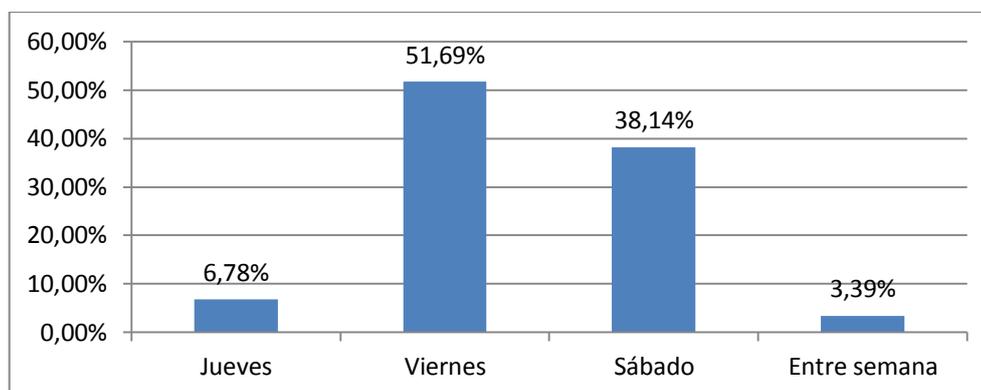
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Jueves	8	6,78%
Viernes	61	51,69%
Sábado	45	38,14%
Entre semana	4	3,39%
TOTAL	118	100,00%

FUENTE: Encuestas

ELABORACION: La Autora

Gráfico N° 9

DÍAS DE PREFERENCIA PARA EL SERVICIO



ANÁLISIS E INTERPRETACION: En cuanto a los días en los cuales se requiere del servicio de eventos sociales se tiene que la preferencia es del 6.78% para el día jueves, el 51.69% para el día viernes, el 38.14% para el día sábado y el 3.39% entre semana.

10. ¿El servicio contratado para sus eventos sociales le ha dejado satisfecho?

Cuadro N° 11

SATISFACCIÓN DEL SERVICIO CONTRATADO

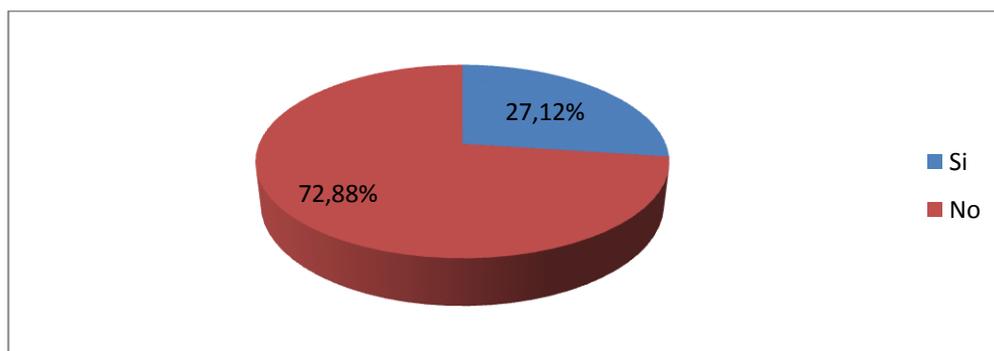
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	32	27,12%
NO	86	72,88%
TOTAL	118	100,00%

FUENTE: Encuestas

ELABORACION: La Autora

Cuadro N° 10

SATISFACCIÓN DEL SERVICIO CONTRATADO



ANÁLISIS E INTERPRETACION: Al preguntarles a los encuestados la satisfacción en el servicio de eventos sociales, el 72.88% manifiestan su descontento con los servicios contratados y solamente el 27.12% dice estar satisfecho con el servicio recibido.

11. El servicio contratado lo ha realizado en:

Cuadro N° 12

UBICACIÓN DE LOS EVENTOS Y BANQUETES

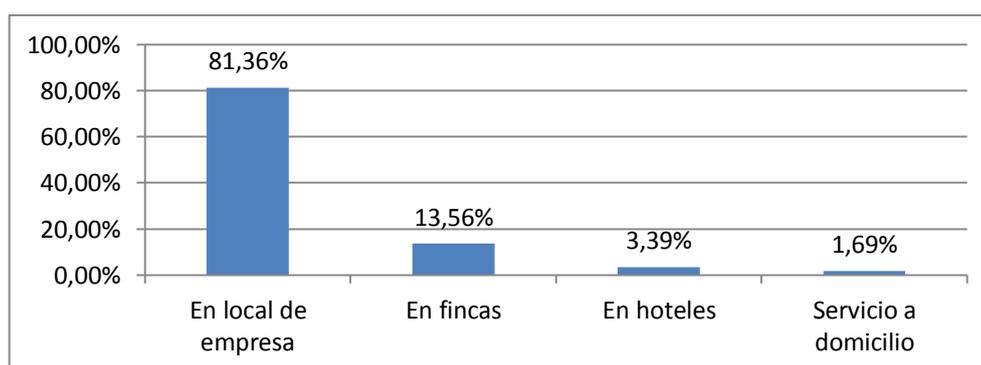
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En local de la empresa	96	81,36%
En fincas	16	13,56%
En hoteles	4	3,39%
Servicio a domicilio	2	1,69%
TOTAL	118	100,00%

FUENTE: Encuestas

ELABORACION: La Autora

Gráfico N° 11

UBICACIÓN DE LOS EVENTOS Y BANQUETES



ANÁLISIS E INTERPRETACION: El 81.36% prefiere que el servicio de eventos sociales se realice en el local de la empresa, el 13.56% lo requieren en fincas, el 3.39% lo piden que sea en hoteles y el 1.69% en el domicilio. Por tanto la empresa debe tener local propio.

12. La empresa de eventos sociales contratada es:

Cuadro N° 13

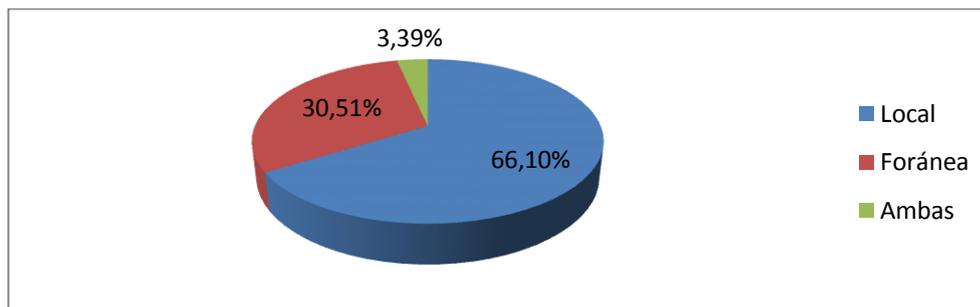
TIPO DE EMPRESA CONTRATADA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Local	78	66,10%
Foránea	36	30,51%
Ambas	4	3,39%
TOTAL	118	100,00%

FUENTE: Encuestas
ELABORACION: La Autora

Gráfico N° 12

TIPO DE EMPRESA CONTRATADA



ANÁLISIS E INTERPRETACION: Las empresas que han sido contratadas para eventos sociales a criterio de los encuestados es en un 66.10% locales; un 30.51% son foráneas y un 3.39% de ambos tipos. Consecuentemente prefieren las locales en su mayoría.

13. ¿Para su próximo evento social, estaría dispuesto a contratar la nueva empresa?

Cuadro N° 14

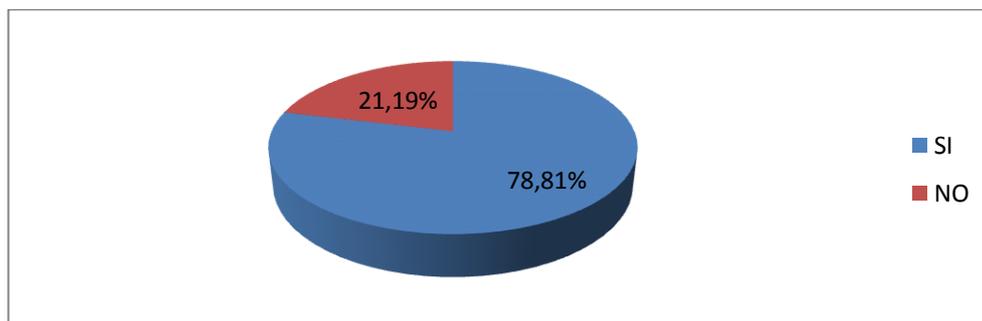
CONTRATACIÓN DE LA NUEVA EMPRESA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	93	78,81%
NO	25	21,19%
TOTAL	118	100,00%

FUENTE: Encuestas
ELABORACION: La Autora

Gráfico N° 13

CONTRATACIÓN DE LA NUEVA EMPRESA



ANÁLISIS E INTERPRETACION: Los encuestados al referirse a si contratarían los servicios a la nueva empresa están de acuerdo en un 78.81; mientras que solamente un 21.19% no están de acuerdo en contratar los servicios de la nueva empresa. Consecuentemente si prefieren contratar a la nueva empresa en su mayoría.

14. ¿Qué características considera Ud. Cuando contrata el servicio de eventos sociales?

Cuadro N° 15

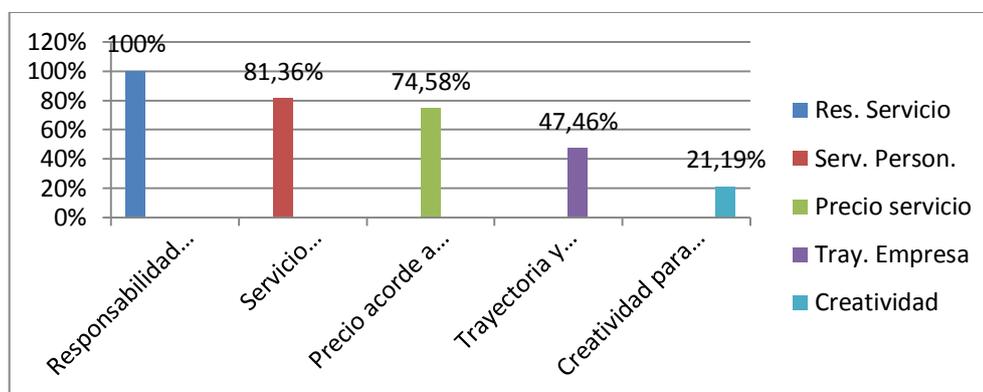
CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO CONTRATADO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Responsabilidad en el cumplimiento del servicio	118	100,00
Servicio personalizado	96	81,36
Precio acorde a la categoría del servicio	88	74,58
Trayectoria y prestigio de la empresa	56	47,46
Creatividad para la realización de los eventos	25	21,19

FUENTE: Encuestas
ELABORACION: La Autora

Gráfico N° 14

CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO CONTRATADO



ANÁLISIS E INTERPRETACION: De las cinco categorías presentadas, los encuestados seleccionaron las siguientes; el 30.81% responsabilidad en el cumplimiento del servicio, el 29.58% el servicio personalizado, el 27.11% precio acorde a la categoría del servicio, 17.25% trayectoria y prestigio de la empresa; y, el 7.70% creatividad para la realización de los eventos. Consecuentemente la característica que debe observar la nueva empresa es la responsabilidad en el cumplimiento del servicio.

15. ¿En sus eventos sociales que animación prefiere?

Cuadro N° 16

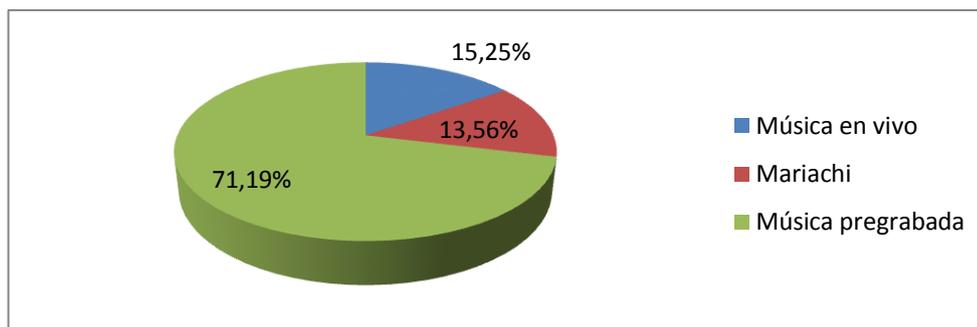
ANIMACIÓN PREFERIDA EN EVENTOS SOCIALES

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Música en vivo	18	15,25%
Mariachi	16	13,56%
Música pregrabada	84	71,19%
TOTAL	118	100,00%

FUENTE: Encuestas
ELABORACION: La Autora

Gráfico N° 15

ANIMACIÓN PREFERIDA EN EVENTOS SOCIALES



ANÁLISIS E INTERPRETACION: De la pregunta 15 se puede determinar que los encuestados prefieren la música en vivo el 15.25%, el 13.56% dicen que Mariachi; y, el 71.19% la música pregrabada para la realización de los eventos sociales. Se debe observar que la nueva empresa respecto de la animación, prefieren la música pregrabada.

6. ¿Considera que el precio es una limitante en el momento de elegir un servicio de calidad?

Cuadro N° 17

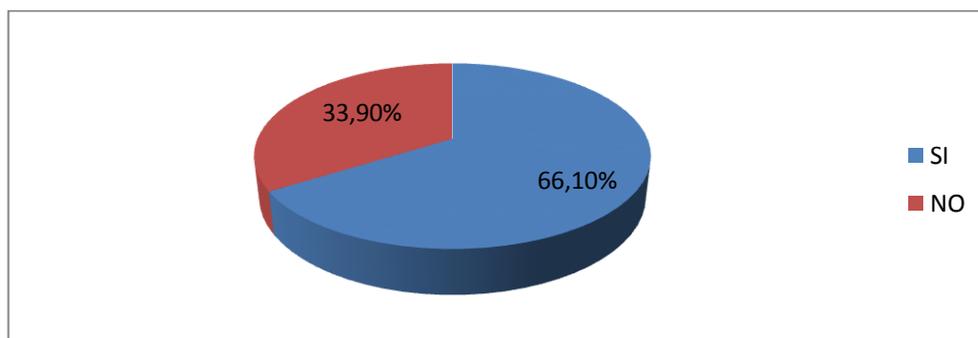
EL PRECIO ES LIMITANTE DE LA CALIDAD

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	78	66,10%
NO	40	33,90%
TOTAL	118	100,00%

FUENTE: Encuestas
ELABORACION: La Autora

Gráfico N° 16

EL PRECIO ES LIMITANTE DE LA CALIDAD



ANÁLISIS E INTERPRETACION: Los encuestados al preguntarles sobre si el precio es una limitante al momento de contratar un evento social, responden que si el 66.10%, mientras que el 33.90% dicen que no. Se debe observar que el precio sea competitivo en el cantón Gualaquiza.

17. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona en la realización de un evento social?

Cuadro N° 18

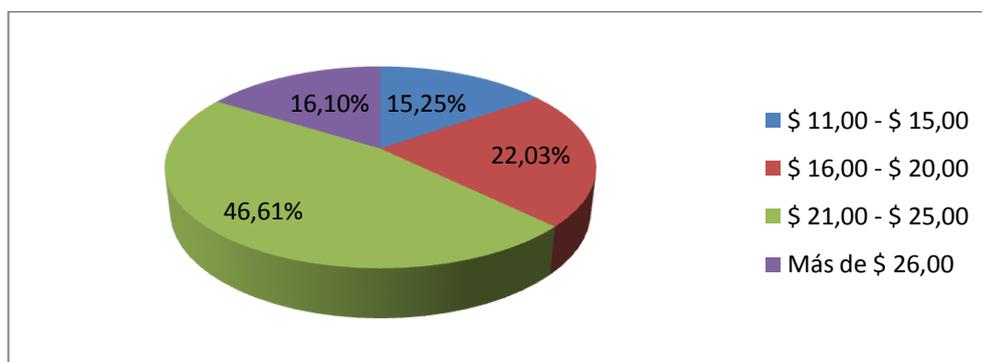
PRECIO POR PERSONA DEL SERVICIO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$ 11,00 - \$ 15,00	18	15,25%
\$ 16,00 - \$ 20,00	26	22,03%
\$ 21,00 - \$ 25,00	55	46,61%
Mas de \$ 26,00	19	16,10%
TOTAL	118	100,00%

FUENTE: Encuestas
ELABORACION: La Autora

Gráfico N° 17

PRECIO POR PERSONA DEL SERVICIO



ANÁLISIS E INTERPRETACION: En relación al precio los encuestados dicen lo siguiente: el 15.25% un precio de \$ 11.00 a \$ 15.00, el 22.03% dicen que el precio que oscila entre \$ 16.00 a \$ 20.00, el 46.61% considera que el precio estaría entre \$ 21.00 y \$ 25.00; y, el 16.10% dice que el precio es más de \$ 26.00.

18. ¿Es necesario que se cree una empresa de eventos sociales en Gualaquiza?

Cuadro N° 19

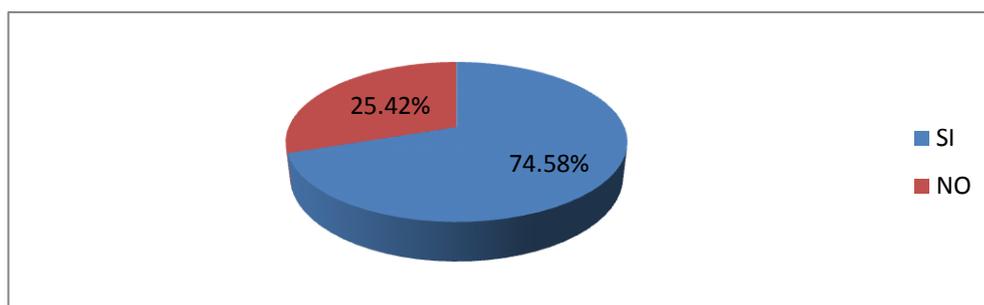
NECESIDAD DE LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	88	74,58%
NO	30	25,42%
TOTAL	118	100,00%

FUENTE: Encuestas
ELABORACION: La Autora

Gráfico N° 18

CREE NECESARIO LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA



ANÁLISIS E INTERPRETACION: Los encuestados al preguntarles sobre si están de acuerdo con la creación de la empresa propuesta, responden que si el 74.58%, mientras que el 25.42% dicen que no. Se debe observar que las familias del cantón Gualaquiza si están de acuerdo con la creación de una nueva empresa.

6.2. ESTUDIO A LA COMPETENCIA

A continuación se presenta la información obtenida, mediante la aplicación de la técnica de la entrevista realizada a los Gerentes Propietarios de las siguientes localidades: La Agustina, Canela y Café, Pinchos Bar y Asaderos:

1.- ¿Señale qué clase de servicio ofrece?

Cuadro Nº 20

OFERTA DE SERVICIOS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Eventos	4	100%
Alimentos	3	75%

FUENTE: Entrevistas
ELABORACION: La Autora

INTERPRETACION: De los cuatro negocios encuestados tenemos que el 100% ofrece el servicio de eventos sociales y el 75% ofrece solamente el servicio de alimentación. Cabe indicar que las empresas: La Agustina, Canela y Café, Pinchos Bar y Asaderos; su actividad principal no es la prestar servicios de eventos sociales; y que sus locales son pequeños solamente para su actividad específica.

2.- ¿Qué tipo de servicio oferta mensualmente?

Cuadro N° 21

EVENTOS MENSUALES

ALTERNATIVA	EVENTOS	ALIMENTOS	TOTAL	PORCENTAJE
Canela y Café	2		2	18.18%
Pinchos Bar	1	2	3	27.27%
La Agustina	2	1	3	27.27%
Asaderos	1	2	3	27.27%
TOTAL	6	5	11	100.00%

FUENTE: Entrevistas
ELABORACION: La Autora

INTERPRETACION: En la ciudad de Gualaquiza 4 negocios encuestados ofrecen un promedio de 6 eventos mensuales y 3 negocios ofrecen 5 banquetes mensuales. En el cuadro anterior se determina la participación de mercado siendo para Canela y Café el 18.18%, Pinchos Bar, La Agustina y Asaderos el 27.27% cada uno.

3.- ¿Por qué cree que contratan los servicios de eventos sociales?

Cuadro N° 22

RAZONES DE CONTRATACIÓN

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Precio	4	100
Calidad	2	50
Sabor	2	50
Tiempo	1	25
Rapidez	1	25

FUENTE: Entrevistas
ELABORACION: La Autora

INTERPRETACION: De aquí se determinó que el 100% de los negocios opina que se busca el servicio en base al precio al que lo ofertan, por tanto, los clientes tienen preferencia por los eventos sociales en razón del precio que se oferta y los otros factores tienen menor incidencia.

Este criterio concuerda con el de los demandantes, que opinan que la razón de preferencia de los servicios de eventos sociales es por el precio, consecuentemente se debe considerar en el presente proyecto de inversión este factor.

4.- ¿Qué medio de publicidad utiliza su empresa para promocionar sus servicios?

Cuadro N° 23

MEDIOS PUBLICITARIOS

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Televisión	0	0%
Radio	4	100%
Periódico	0	0%
Carteles	0	0%

FUENTE: Entrevistas
ELABORACION: La Autora

INTERPRETACION: El 100% de los ofertantes utilizan la radio como medio de publicidad de sus productos.

5.- ¿Realizan promociones en su empresa?

Cuadro N° 24

PROMOCIONES

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	4	100%
TOTAL	4	100%

FUENTE: Entrevistas
ELABORACION: La Autora

INTERPRETACION: El 100% coincidió que nunca se ha realizado promoción alguna en sus locales.

6.- ¿Cuál de los siguientes aspectos es importante para su empresa?

Cuadro N° 25

CARACTERISTICAS DE SERVICIO

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Atención al cliente	4	100%
Calidad de producto	4	100%
Higiene	4	100%
Tiempo	4	100%

FUENTE: Entrevistas
ELABORACION: La Autora

INTERPRETACION: El 100% de los oferentes hacen referencia a la atención al cliente, a la calidad de los productos que ofrece, a la higiene del local y al tiempo de expendio, en los aspectos considerados relevantes para su empresa. Para efectos de la planificación de la nueva

empresa de eventos sociales, es menester considerar todos los aspectos que contribuyan a diferenciar el negocio de los demás.

7.- Lleva algún tipo de control de su empresa

Cuadro N° 26

CONTROL DE LA EMPRESA

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	4	100%
NO	0	0%
TOTAL	4	100%

FUENTE: Entrevistas
ELABORACION: La Autora

INTERPRETACION: El 100% lleva algún tipo de control de sus empresas para planificar controlar y dirigir la misma.

8.- ¿Qué alternativas tomaría frente a la creación de una nueva empresa de eventos sociales?

Cuadro N° 27

CREACIÓN EMPRESA NUEVA

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Bajar precios	4	100%
Mejor atención al cliente	4	100%
Mejor calidad productos	4	100%

FUENTE: Entrevistas
ELABORACION: La Autora

INTERPRETACION: El 100% hace referencia a bajar los precios, mejorar la atención y mejorar la calidad del producto.

7. DISCUSIÓN

7.1. ESTUDIO DE MERCADO

Con el Estudio de Mercado se puede determinar, la demanda, oferta y la demanda insatisfecha de la organización de eventos sociales en la ciudad de Gualaquiza, para obtener la información necesaria se utilizaron técnicas como la observación y la encuesta aplicada a las familias gualaquicenses, así como a la competencia existente, con la finalidad de conocer cuáles son los gustos y preferencias de las familias para posteriormente satisfacer estas necesidades con la nueva e innovadora empresa organizadora de eventos sociales. Este estudio tiene como finalidad cuantificar el número de negocios generadores de una demanda que justifique la puesta en marcha del presente proyecto y aprovechar la necesidad insatisfecha.

7.1.1 PRODUCTO PRINCIPAL

El producto principal del presente proyecto de inversión es la organización de eventos sociales.

7.1.2. MERCADO DEMANDANTE

Considerando otros aspectos, que pueden influir en la viabilidad del servicio de eventos sociales, en el presente trabajo de investigación, el mercado

tiene una cobertura cantonal, consecuentemente el mercado demandante son las familias del cantón Gualaquiza que requieren realizar eventos sociales tales como: matrimonios, bautizos, primeras comuniones, grados, etc.

7.1.3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Se entiende por demanda la cantidad de servicios de eventos sociales que el mercado requiere (cantón Gualaquiza) o solicita para buscar la satisfacción de esta necesidad específica y a un precio determinado. La demanda depende de las condiciones del mercado como: Competitivo, oligopólico y monopolístico. Observado tanto desde el punto de vista de los oferentes como de los usuarios.

El análisis de la demanda tiene como objeto demostrar y cuantificar la existencia en ubicaciones geográficamente definidas de los agentes económicos, que son los usuarios actuales y potenciales del servicio de eventos sociales que se pretende ofrecer. Es muy importante tomar en cuenta de cómo definir la naturaleza de la demanda del servicio que el proyecto producirá, así como las variables que la modifican y la magnitud de la reacción ante los cambios en ciertos parámetros relevantes.

USO PROMEDIO (PER-CÁPITA) DEL SERVICIO DE ORGANIZACIÓN EVENTOS SOCIALES EN EL CANTÓN GUALAQUIZA.

Para determinar el promedio de realización de eventos sociales al año se dividió el total de eventos que son 387 para el total de personas encuestadas que si requieren de la contratación de una empresa de eventos sociales 118 por lo que el promedio de utilización por familia sería $387 / 118 = 3.28$ servicios anuales.

Cuadro N° 28

PROMEDIO DE REALIZACIÓN DE EVENTOS

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE	Xm	Xm.f
1 mes	18	15,25%	12	216
3 meses	12	10,17%	4	48
6 meses	35	29,66%	2	70
1 año	53	44,92%	1	53
TOTAL	118	100%		387

Fuente: Cuadro N° 5
Elaboración: La Autora

$$X = \frac{\sum X_m * f}{n}$$

$$X = \frac{387}{118}$$

$$X = 3,28$$

7.1.3. 1. DEMANDA POTENCIAL

Para el análisis de la demanda dentro del estudio de mercado, se procedió a calcular la demanda potencial que representa todas las

familias del cantón de Gualaquiza, las mismas que podrían adquirir el servicio de organización de eventos, por tal motivo el presente proyecto va dirigido a este segmento de mercado.

Para realizar la proyección de la demanda potencial, se procedió a calcular primeramente el índice de crecimiento de la población del cantón de Gualaquiza, tomando como información base el número de habitantes del cantón Gualaquiza del año 2010 con un total de 17.890 habitantes que a su vez es dividido para 4 integrantes dando como resultado 4.747 familias proyectándolas con una tasa de crecimiento poblacional del 1.5% se obtiene una población para el año 2014 de 18.988 habitantes y un total de familiar de 4.747.

Cuadro N° 29

DEMANDA POTENCIAL

AÑO	POBLACIÓN	Nº DE FAMILIAS	DEMANDA POTENCIAL
2.014	18.988	4.747	4.747
2.015	19.273	4.818	4.818
2.016	19.562	4.890	4.890
2.017	19.855	4.964	4.964
2.018	20.153	5.038	5.038

FUENTE: Cuadro N° 2 y el N° 28

ELABORACIÓN: La Autora

Con los datos poblacionales, las encuesta y la demanda potencial del uso de la empresa organizadora de eventos sociales se calcula realizando las siguientes relaciones:

Nº DE FAMILIAS AÑO 2014 = 4.747

Nº DE EVENTOS CONTRATADOS POR FAMILIA ANUAL= 3.28

Nº DE FAMILIAS QUE UTILIZAN EL SERVICIO = 61.58%

% ACEPTACIÓN DE LA CREACIÓN DE LA EMPRESA = 74.58 %

7.1.3.2. DEMANDA REAL

Para la determinación de la demanda real se toma el 61.58% de la demanda potencial que corresponde a las familias que realizan eventos sociales como se muestra en el (Cuadro N° 5) dando un total de 2.923 familias, esto a su vez se multiplica por el índice de uso per cápita por familia que es 3 contrataciones anuales de organización de eventos sociales lo que nos da como resultado 9.588 servicios anuales.

Cuadro N° 30

DEMANDA REAL

ORD	AÑO	DEMADA	USO	USO	DEMANDA ACTUAL
		POTENCIAL	DEL SERVICIO	PERCÁPITA	DE SERVICIOS
0	2014	4.747	2.923	3	9.588
1	2015	4.818	2.967	3	9.732
2	2016	4.890	3.012	3	9.878
3	2017	4.964	3.057	3	10.026
4	2018	5.038	3.103	3	10.176
5	2019	5.114	3.149	3	10.329

FUENTE: Cuadros N° 2 y N° 29
ELABORACIÓN: La Autora

7.1.3.3. DEMANDA EFECTIVA

Es la cantidad de servicios que en la práctica son requeridos por el mercado, en este sentido se pretende determinar con mayor exactitud realmente cuales son las familias que requerirán de los servicios de eventos sociales del presente proyecto, para lo cual se inicia de la demanda potencial establecida de servicios a ofrecer.

Para realizar el cálculo de la demanda efectiva tomamos el (Cuadro N° 14) de las familias que están dispuestos a contratar la nueva empresa organizadora de eventos sociales.

A continuación se presenta el cuadro de la Demanda Efectiva

Cuadro N° 31

DEMANDA EFECTIVA DE EVENTOS SOCIALES

ORD	AÑO	DEMADA	USO DEL	DEMANDA	USO	DEMANDA TOTAL
		POTENCIAL	SERVICIO 61,58%	EFECTIVA 74,58	PERCÁPITA	DESERVICIOS
0	2014	4.747	2.923	2.180	3	7.151
1	2015	4.818	2.967	2.213	3	7.258

FUENTE: Cuadros N° 2, 3, y 29
ELABORACIÓN: La Autora

De esta manera se determinó la demanda r efectiva con la cual contaría la nueva unidad de servicios de eventos sociales del cantón Gualaquiza, que se fija para el año 2015 en 7.258 eventos sociales.

7.1.4. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para obtener la proyección de la demanda se ha tomado la proyección del segmento poblacional del cantón Gualaquiza, tomando como base la tasa de crecimiento que se sitúa en el 1.5% según el I.N.E.C. una vez obtenido el uso promedio por familia que se establece en 3 servicios anuales, posteriormente se ha establecido la demanda actual 61.58% y la demanda efectiva que es el 74.58% procedemos a determinar la demanda total por organización de eventos sociales, que resulta de multiplicar la demanda efectiva por el uso promedio anual.

Cuadro N° 32

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EFECTIVA DE EVENTOS SOCIALES

ORD	AÑO	N° de	USO DEL	DEMANDA	USO	DEMANDA TOTAL
		FAMILIAS	SERVICIO 61,58%	EFFECTIVA 74,58	PERCÁPITA	DESERVICIOS
0	2014	4.747	2.923	2.180	3	7.151
1	2015	4.818	2.967	2.213	3	7.258
2	2016	4.890	3.012	2.246	3	7.367
3	2017	4.964	3.057	2.280	3	7.477
4	2018	5.038	3.103	2.314	3	7.590
5	2019	5.114	3.149	2.349	3	7.703

FUENTE: Cuadros N° 31
ELABORACIÓN: La Autora

7.1.5. ESTUDIO DE LA OFERTA

En el análisis del mercado lo que interesa saber cuál es la disponibilidad existente de los servicios de eventos sociales, para poder determinar si lo que se propone lanzar al mercado cumple con las exigencias del público

demandante. Entonces la oferta está constituida por cuatro negocios que se encuentran activos en el cantón Gualaquiza, que son Canela y café, Pinchos Bar, La Agustina y Asaderos, que ofrecen independientemente los servicios, pero a pedido; por lo cual al querer dar un servicio de óptima calidad y de servicios diferenciados se tiene la certeza de que el negocio a implementarse tendrá una aceptación global en este mercado.

Estos cuatro negocios, se encuentran ofreciendo servicios similares a los que se pretende implementar con el presente proyecto de inversión; sin embargo, hay que considerar que la alternativa de negocio, se fundamenta en la prestación de eventos sociales, de tal manera que los clientes tengan una alternativa de consumo en el cantón Gualaquiza, a continuación se presenta el análisis de la oferta.

Cuadro N° 33

OFERTA DE SERVICIOS DE EVENTOS SOCIALES

NEGOCIOS	OFERTA MENSUAL	OFERTA ANUAL
Canela y café	2	24
Pinchos bar	3	36
La Agustina	3	36
Asaderos	3	36
TOTAL		132

FUENTE: Cuadro N° 21
ELABORACION: La Autora

7.1.6. BALANCE DEMANDA OFERTA

Es la cantidad de servicios de eventos sociales, que es probable que el mercado contrate en los cinco años futuros. Sobre la base de datos de la demanda y oferta proyectadas, se ha obtenido la demanda insatisfecha, que es la diferencia entre la demanda y la oferta.

Cuadro N° 34

BALANCE DEMANDA OFERTA

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2015	7258	132	7126
2016	7367	132	7235
2017	7477	132	7345
2018	7590	132	7458
2019	7703	132	7571

FUENTE: Cuadro N° 33
ELABORACION: La Autora

7.1.7. COMERCIALIZACIÓN DEL SERVICIO

7.1.7.1. SERVICIO

Comprende los servicios de eventos sociales, resultantes de la actividad económica de las familias que habitan en el cantón Gualaquiza, y de la empresa que se pretende implementar. Frecuentemente surgen problemas de definición; así, en los servicios de eventos sociales, en donde la unidad no es aparente, la medida apropiada viene determinada generalmente por la consideración de que la prestación de servicio se

encuentra sujeto a un contrato por un tiempo determinado, o por lo que el oferente obtiene en un periodo determinado, pongamos por caso, un año.

Existen también dificultades para estimar la contribución al servicio global por parte de los empresarios, que no se contratan o venden en un mercado sino que, generalmente, se suministran de un modo similar, de forma que no es posible utilizar el criterio del contrato de mercado.

El servicio del presente estudio investigativo, es la prestación de organización de un servicio de eventos sociales a través de la “Implementación de una Empresa en el cantón Gualaquiza” de la provincia de Morona Santiago.

Servicio.- La empresa se encarga de realizar la organización de los eventos sociales, en los diferentes locales que los clientes deseen y especialmente en el local propio.

DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO:

La empresa organizadora de eventos ALL EVENTOS CÍA LTDA. en el cantón Gualaquiza es un establecimiento comercial que tiene como actividad principal la atención al cliente satisfaciendo las necesidades en lo relacionado a: asesoramiento, planificación y organización de eventos sociales, sean estos:

- Matrimonios
- Quince años
- Bautizos
- Primeras Comuniones
- Confirmaciones
- Graduaciones
- Cumpleaños
- Entre otros

Al ser estos eventos, momentos inolvidables e importantes en la vida de cada persona tienen que ser realizados pensando hasta en el último detalle, por eso la idea es crear esta empresa debido a que las personas hoy en día no tiene tiempo para preocuparse de todos los detalles que complementan un evento.

El cliente encontrará en un lugar toda la información, el asesoramiento acerca de:

- Presupuesto del Evento.
- Menú,
- Bebidas y Licores.
- Montaje del Salón
- Decoraciones
- Música

- Filmación
- Fotografía
- Servicio de Meseros

NORMAS Y PROCEDIMIENTOS DE LA PRESTACIÓN DEL EVENTO

1. Todo cliente que requiere una cotización de eventos, deberá recibirla en un plazo no mayor a 24 horas de su solicitud. No se pueden aceptar reservas por teléfono (sólo en casos muy especiales) para el público en general. Reservas telefónicas se aceptan solamente a clientes, compañías u otros que tengan convenio con el establecimiento.
2. Esta cotización será enviada por el Gerente de acuerdo a requerimientos hechos vía mail, fax, personales o según datos proporcionados por el cliente. Toda reservación de eventos se realizan en la oficina de administración según procedimientos.
3. Una vez confirmado el evento, el Gerente realiza el contrato. Todo evento debe estar previamente pagado antes de realizarse. Los depósitos hechos al pueden ser en efectivo, depósitos a la cuenta del establecimiento.

4. No habrá descuentos en alimentos, bebidas u otros sino se cumplen parámetros mínimos establecidos, salvo autorización del Gerente o Administrador.
5. Cancelaciones de eventos se harán de acuerdo a las políticas establecidas, detalladas en el Contrato.
6. Las pruebas y degustación de un evento se hará a pedido del cliente, siempre y cuando el contrato esté completamente confirmado.
7. Por cada contrato se elaborará un Instructivo del evento con copias para todas las áreas involucradas.
8. Servicio a domicilio de acuerdo a políticas preestablecidas.
9. Se prestará entera atención a reclamos de clientes, sean durante o al finalizar el evento.

ORGANIZACIÓN INTERNA EN LA OFICINA

1. En el establecimiento y fuera de el habrá personal siempre dispuesto a atender a los clientes con la mayor amabilidad y profesionalismo.

2. En los computadores se tendrá toda la información para elaborar cotizaciones que el cliente pueda requerir.
3. Se dispondrá de un libro de reservaciones donde se anotarán todos los datos del Cliente, el tipo de evento, el salón y la clasificación de TENTATIVO o CONFIRMADO. Esto es para facilitar la organización de la disponibilidad de salones por fecha y su seguimiento.
4. El manejo, control y cambios de este libro serán manejados únicamente por el Gerente.
5. Una reserva se considerará CONFIRMADA cuando el contrato esté firmado y con un anticipo.
6. Se llevará un archivo de cotizaciones pendientes clasificadas por día para facilitar el seguimiento y en otros se guardan los contratos ya establecidos con los clientes, adjuntando copias de depósitos recibidos. Igualmente las cartas de agradecimiento o de disculpas en cada caso.
7. Este archivo se depura mensualmente a fin de mantener un registro de doce meses para futuras ventas.

HORARIO DE ATENCIÓN DE LA OFICINA

1. Se atenderá regularmente desde las 08:00 hasta las 18:00 ininterrumpidamente de lunes a viernes y los sábados desde las 08:30 hasta las 14:00.

SALONES SOCIALES

1. El establecimiento dispondrá de dos salones.
2. En caso de alquileres de salones sin consumos se cobrará el valor que se establezca.
3. Generalmente para banquetes como bodas, fiestas rosadas u otros no se cobran valores por concepto de salones ya que se maneja un paquete que incluyen todo lo necesario para el evento.

GARANTÍA DEL NÚMERO DE PARTICIPANTES

1. En los contratos del servicio debe quedar claramente establecido el número de participantes garantizados.
2. El cliente puede cambiar el número de personas contratadas, mínimo con 48 horas de anticipación.

3. Si al momento de llevarse a cabo el evento el número de participantes es menor al número garantizado, obligatoriamente se cobrará los valores contratados.
4. Por el contrario si el número de asistentes es mayor al contratado, se cobrará por estos excedentes.

DURACIÓN DE EVENTOS Y COBRO DE HORAS EXTRAS

1. En caso de seminarios el horario regular es de 08:00 a 18:00 y en caso de eventos sociales el horario comprendido será de seis horas a partir de las Estas horarios serán abiertos a las necesidades de los clientes.
2. El establecimiento dará seis horas de servicio sin costo en eventos sociales, pasado este tiempo se cobrará \$5.00 por cada empleado en hora adicional de servicio. No se cobrarán valores adicionales por alquiler de salón.

PRUEBAS Y DEGUSTACIÓN DE MENÚS Y MONTAJE

1. El establecimiento dentro de sus políticas ofrece la degustación de sus menús. Esta se la realizará únicamente cuando el contrato este firmado.

2. Esta degustación se ofrecerá para un mínimo de dos personas y un máximo de cuatro.
3. Todas las degustaciones deberán estar acompañadas por el Gerente y el Chef de la empresa.
4. Una vez terminada la degustación se debe firmar el respectivo vale funcionario, anotando el nombre del cliente y la fecha del evento.
5. Se debe prestar mucha atención a las observaciones y / o recomendaciones que haga el cliente luego de la degustación, ya que estos datos se los detallará en el instructivo de banquetes.

CANCELACIONES DE LA CONTRATACIÓN DEL EVENTO

Las políticas de cancelación serán las siguientes:

1. En cualquier caso el cliente deberá avisar al establecimiento con un mínimo de 72 horas (tres días) antes del evento en la oficina de administración y en forma personal.

DEPÓSITOS DE EVENTOS

1. Para confirmar un evento es necesario que el cliente abone un mínimo de 50% del costo total del evento a la firma del contrato y el saldo restante una semana antes del evento.

2. Todos los contratos serán estipulados por el valor total del evento.
3. Al recibir el depósito se entregara un recibo de depósito.

SEGUIMIENTO DEL EVENTO ANTES CONTRATADO

1. Toda oferta, propuesta, cotización o contrato ofrecido al cliente deberá tener un minucioso seguimiento.
2. La meta es satisfacer totalmente al cliente contratante.

SEGUIMIENTO DESPUÉS DEL EVENTO

1. Obligatoriamente se deberá hacer un seguimiento luego de concluido el evento a fin de garantizar el servicio personalizado del establecimiento.
2. Al día siguiente de terminado el evento el representante de banquetes deberá llamar telefónicamente al cliente a solicitar información acerca del evento (preguntar sobre aspectos como: servicio, calidad, puntualidad).
3. Posteriormente al cliente satisfecho se enviará una carta de agradecimiento firmada por el gerente general adjunto a un detalle. (chocolate u otro).

4. En caso de disconformidad, reclamo o comentario negativo se da solución inmediata y se enviará una carta de disculpas firmada por el gerente general adjunto a un detalle significativo.

ATENCIÓN A RECLAMOS DE CLIENTES

1. Antes y después de la realización de un evento, todos los reclamos y quejas deben ser tratados directamente por el Gerente.

Gráfico N° 19

EVENTOS SOCIALES

Matrimonio



Quince años



Cumpleaños y reuniones

7.1.7.2. PRECIO

Es la cantidad de dinero dada a cambio del servicio de eventos sociales; en otras palabras, el valor del servicio en términos monetarios. En la contratación de servicios se denomina “precio”, en el alquiler de los servicios.

El precio está determinado por la interacción de la oferta y la demanda. Si la demanda aumenta, el precio tiende a aumentar y viceversa; si la oferta aumenta, el precio tiende a bajar y viceversa. La magnitud del cambio en el precio viene determinada, en el primer caso, por la elasticidad de la oferta y, en el segundo, por la elasticidad de la demanda.

En el libre mercado, el precio desempeña dos funciones principales: Indica a los prestadores de servicio si la oferta debe adaptarse a las demandas cambiantes; y, raciona las ofertas disponibles entre los usuarios

Si se impide que los precios alcancen el nivel de equilibrio al que tienden a igualarse la demanda y oferta globales, es difícil conocer la cantidad demandada por el público para cada servicio, es decir, la forma en que se desea distribuir su poder adquisitivo entre todos los servicios disponibles.

Objetivos del precio.- El trabajo de investigación que se denomina factibilidad para la implementación de una empresa organizadora de

eventos sociales en el cantón Gualaquiza de la provincia de Morona Santiago, debe de tomar muy en cuenta estos objetivos para así hacerle frente a la competencia en los años venideros, así tenemos los siguientes objetivos:

- Alcanzar un rendimiento sobre la inversión o sobre las ventas netas
- Proponerse ganar o mantener una participación en el mercado
- Enfrentar los precios de los competidores
- Estabilizar los precios
- Incrementar las ventas
- Lograr las utilidades máximas

Con este propósito en la investigación de mercado, se realizó la pregunta para determinar el precio más adecuado para el mercado conformado por las familias del cantón Gualaquiza; es así como se pronunciaron que el precio para el servicio de eventos sociales sea de \$ 21.00 a \$ 25.00 por persona ya que el 46.61% así lo requiere en el cuadro N° 18; por tanto, el precio para la nueva empresa de eventos sociales se establece en \$ 25.00 por persona y como el promedio de personas será de 100 personas como se determina en el cuadro N° 6, entonces el precio por evento será de \$ 2,500.00 para el primer año..

Por lo antes citado, la empresa ALL EVENTOS CÍA. LTDA. Ofertará Un solo paquete "Categoría A", el cual incluirá todo un servicio de primera,

el local con su respectiva decoración, el menaje (mesas, sillas, mantelería, cristalería), un menú a elección (dos tipos de carnes) con una amplia variedad de menús para deleitar el paladar más exigente, agua tónica, hielo y limones para las bebidas, discomóvil, maestro de ceremonia, servicio de meseros, equipos de iluminación, fotógrafo profesional, video memoria del evento. Todo esto con un precio promedio de \$25.00 por persona.

En el siguiente cuadro se muestra la cantidad promedio que pagara el cliente por cada persona distribuido en los diferentes servicios.

Cuadro N° 35

DISTRIBUCION DEL PRECIO POR PERSONA \$25	
DESCRIPCIÓN	USD.
Alimentacion	9,65
Bebidas y Licores	3,76
Montaje de Salon	1,93
Decoración	3,86
Musica	1,93
Filamción	1,93
Fotografía	1,93
TOTAL USD.	25

FUENTE: Cuadro N° 53
ELABORACION: La Autora

Para ofrecer el evento en el precio estimado se buscarán proveedores dentro de la ciudad de lo que se necesita para la realización del evento y lo que no exista se buscarán fuera del medio. Se seleccionarán proveedores directos, cercanos y de prestigio reconocido que permita un abasto conocimiento en cantidad y que sean materiales de buena calidad, a buen precio y puntuales en la entrega, ya que de esto depende directamente la calidad del servicio.

Cuadro N° 36

LISTADO DE PROVEEDORES

PROVEEDORES	PRODUCTOS
Centro Comercial C & C - Sra. Rosa Campoverde	Alimenticios
El mundo de las flores - Sra. Patricia Matailo	Flores y decoración
Distribuidora de Licores - Sr. Danny Ludeña	Licores y bebidas
Alta Ingeniería en Sistemas - Sr. Víctor Nieves	musica
Foto Studio Deyvi-	Filmación y Fotografía

FUENTE: Entrevistas
ELABORACION: La Autora

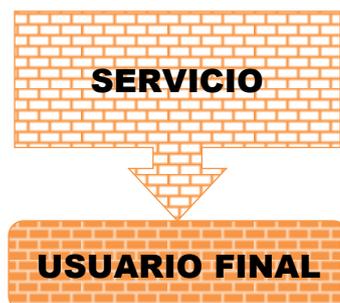
7.1.7.3. PLAZA

Es la localidad en la que se puede efectuar operaciones financieras, económicas y comerciales; con lo que tiene que ver con las transacciones activas entre vendedores y competidores.

En este caso como el trabajo de investigación fue realizado en el cantón Gualaquiza, para la implementación de una empresa de eventos sociales en la provincia de Morona Santiago, nos da la pauta para que tenga como plaza las familias de las ciudades del cantón Gualaquiza que desean realizar un evento social.

Gráfico N° 20

CANAL DE DISTRIBUCIÓN



7.1.7.4. PROMOCIÓN

La promoción es un elemento básico dentro del marketing ya que por medio de este una organización puede informar, persuadir y recordar al mercado sobre la organización y sus servicios, básicamente constituye un intento de influir. Se ha creído conveniente promocionar los servicios de eventos sociales que se va a prestar en el cantón Gualaquiza, a través de los siguientes canales de información:

- Televisión
- Radio
- Periódico

Es muy importante hacer conocer la empresa y para esto se tiene que hacerlo por medio de un logotipo con la finalidad de identificar la empresa de eventos sociales, diferenciándolo de los demás.

Gráfico N° 21

LOGOTIPO DE LA EMPRESA EVENTOS SOCIALES



ALL EVENTOS CIA.LTDA.

7.2. ESTUDIO TÉCNICO

7.2.1. TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

Es el procedimiento técnico utilizado, para mediante una determinada función disponer la prestación de los servicios de eventos sociales. En el planteamiento de un proyecto de inversión de esta naturaleza siempre es necesario considerar los aspectos técnicos que hacen posible la prestación del servicio. Al analizar se busca encontrar el funcionamiento óptimo que maximice los recursos disponibles, para ofrecer los servicios. Estos acondicionamientos y requerimientos pueden ser de tipo material, humano, económico, etc.; para ofrecer los servicios y que se puedan disponer adecuadamente cuando se los requiera.

7.2.1.1. TAMAÑO

Al hacer referencia al tamaño del proyecto, se prioriza su capacidad para la prestación del servicio de conformidad a la demanda proyectada que para el último año de vida útil del proyecto será de 7.703 eventos; es decir Que 5.114 familias que requerirán del servicio y si consideramos que en esta actividad se destinan todos los días del año (365 días), se tiene que se deberían atender a 20 eventos diariamente.

a) Capacidad Instalada

Cuadro N° 37

DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

DENOMINACIÓN	DÍAS AL AÑO	SERV. DIARIOS	EVENTOS ANUAL
Eventos sociales	365	2	730

Elaboración: La Autora

Para la implantación del presente proyecto se toma como capacidad instalada el área de construcción del edificio que contará con dos locales, en donde se ubicarán los servicios de eventos sociales principales que servirán de base para los cálculos económicos y son la capacidad de los locales que tendrán una capacidad máxima para atender a 200 y 100 personas respectivamente; esto quiere decir que es el 100% de la capacidad instalada de la empresa de eventos sociales, y se considera la demanda insatisfecha como referente, que para el primer año representa el 10.06%, que se obtiene de dividir la capacidad instalada de 730 eventos sociales para la demanda insatisfecha que es de 7.258 eventos.

Cuadro N° 38

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD INSTALADA	DEMANDA A CUBRIR %
2015	7.258	730	10,06

Elaboración: La Autora

DEMANDA INSATISFECHA A CUBRIR

En el proyecto considerando que el servicio no reviste de mayor complejidad y que se contará con el personal capacitado y los equipos

necesarios para brindar un servicio de calidad se estima que desde el primer año se realizarán los 312 eventos anuales, 6 semanales, esto es los días jueves, viernes y sábados; con los dos locales (6 x 52 semanas); y, esto se mantendrá durante los 5 años de vida útil del proyecto.

Cuadro N° 39

CAPACIDAD INSTALADA Y UTILIZADA

PRODUCTO A OFRECER	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA				
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		42,74%	42,74%	42,74%	42,74%	42,74%
Eventos Sociales	730	312	312	312	312	312
Servicios eventos Anual (6 x 52)		312	312	312	312	312
Servicios eventos Mensual (6 x 4)		24	24	24	24	24

Fuente: Cuadro N° 35
Elaboración: La Autora

La empresa iniciará sus actividades atendiendo el 100% de la capacidad instalada en el primer año, lo que equivale a 312 eventos sociales anuales y a 24 eventos mensuales, cantidad que será igual para toda la vida útil del proyecto. A continuación se calcula el porcentaje de participación de la empresa durante los 5 años de vida útil.

Cuadro N° 40

PARTICIPACIÓN DE LA EMPRESA EN EL MERCADO

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD UTILIZADA	PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO %
2015	7258	312	4,30
2016	7367	312	4,24
2017	7477	312	4,17
2018	7590	312	4,11
2019	7703	312	4,05

Fuente: Cuadro 34
Elaboración: La Autora

7.2.1.2. LOCALIZACIÓN

El estudio de la localización está enfocado en buscar el lugar geográfico donde la empresa se ubicará, para ello el lugar deberá disponer de todos los servicios básicos como son agua potable, energía eléctrica, telefonía, alcantarillado, vía de acceso, etc. indispensables para que permitan el buen funcionamiento de las actividades de los eventos sociales, con las mejores ventajas que brinda la ciudad de Gualaquiza. Lo anterior es posible lograr mediante el análisis de determinadas variables, llamadas fuerzas de localización o bien de encontrar la localización de entre esas fuerzas la que mejor convenga. En el presente proyecto se analizan las siguientes:

- La mano de obra, al analizar esta variable se considera el costo conveniente y la existencia de la misma para utilizarla.
- Energía eléctrica, desde el punto de vista de la disponibilidad en el sector ya que es indispensable en este tipo de empresa.
- Agua potable, es uno de los elementos más importantes para cualquier actividad y si encontramos en cantidad y calidad.
- Accesos a la empresa, está en la vía troncal del oriente ecuatoriano.
- Cerca de los usuarios, ya que por la vía troncal todos los sitios tienen facilidad de llegar a la empresa de eventos sociales.

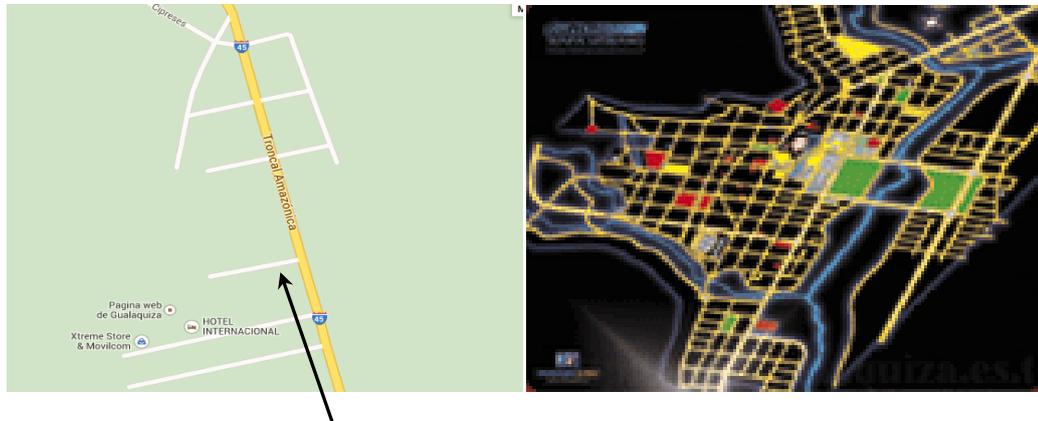
En función de los requerimientos que manifiestan las familias encuestadas que habitan en el cantón Gualaquiza, se necesita un terreno amplio que permita implementar las diferentes secciones de los eventos sociales que se encuentran ya señaladas en la prestación del servicio a ofrecer. Considerando los factores expuestos, la propuesta es que el proyecto en forma macro, estará ubicado en la ciudad de Gualaquiza, cantón del mismo nombre, en el sur de la provincia de Morona Santiago y sur oriente del Ecuador. Y en forma micro localizacional se ubicará en la vía troncal oriente ecuatoriana sector más conocido con el nombre de Sacramento, ya que hay disponibilidad de un terreno municipal que se puede gestionar para fomentar este tipo de actividad que redundará en el desarrollo de la ciudad; y, además cumple con los requerimientos, como el de encontrarse cerca al centro poblacional y contar con los servicios básicos (agua potable, energía eléctrica, telefonía, etc.) para su implementación.

Los motivos que obligan a ubicarse en este lugar, es porque se requiere la facilidad de afluencia de usuarios, así como se requiere que las personas dispongan de los medios de transporte, suficientes y cercanos a los eventos sociales.

El local debe ser propio para poder proyectar el edificio con las características especiales que debe cumplir a fin de que los beneficiarios encuentren un buen ambiente de disipación.

Gráfico N° 22

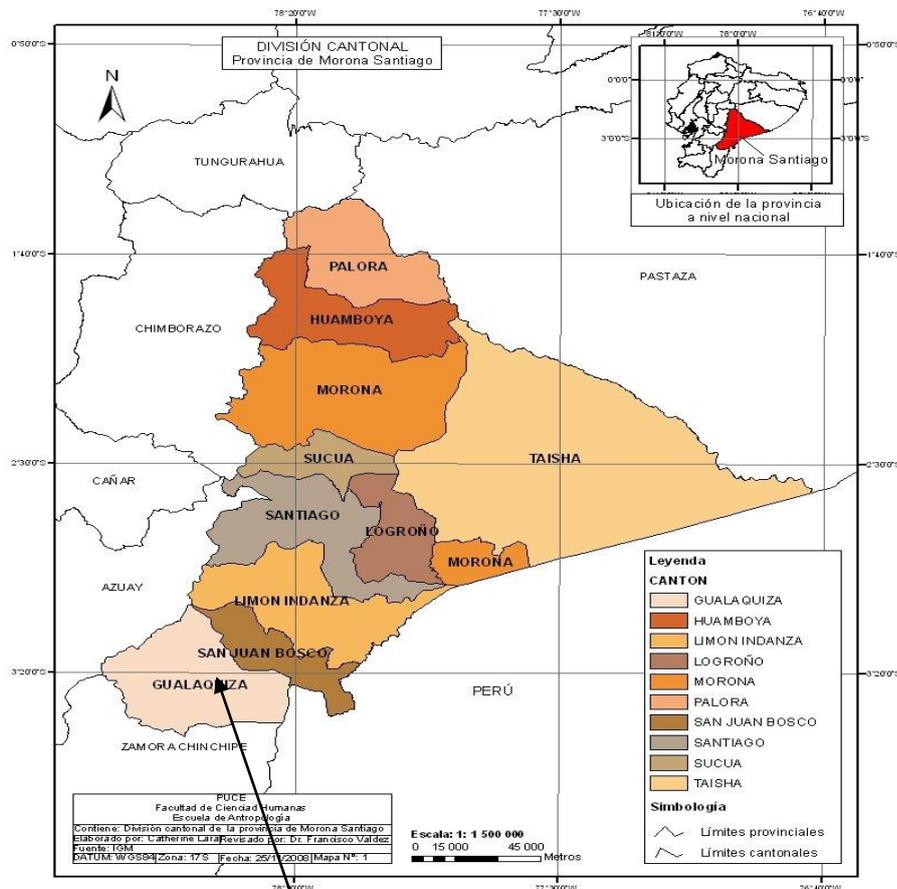
UBICACIÓN DE LA EMPRESA DE EVENTOS SOCIALES



Empresa ALL EVENTOS CIA. LTDA.

Gráfico N° 23

MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO



Ubicación de la Empresa ALL EVENTOS Cía. Ltda.

Factores de Localización

- Cercanía al casco urbano de Gualaquiza y sus alrededores
- Lugar aprobado por el Ilustre Municipio de Gualaquiza como para este tipo de negocios.
- El sector de Sacramento es considerado de alta plusvalía ya que se encuentra ubicado en la Vía Troncal Amazónica.
- Otro aspecto que tomamos en cuenta es la cercanía existente con todos los lugares de abasto.
- Otra de las razones por las cuales se ubicó la empresa en este sitio es por la cantidad de personal calificado que se encuentra por el sector.

7.2.2 INGENIERIA DEL PROYECTO

La ingeniería del proyecto sirve para determinar las inversiones requeridas y proporcionar las bases para el estudio económico y financiero. De esta manera llegar a determinar la función de la prestación del servicio en lo referente a la organización de eventos sociales.

De la misma forma se procede a seleccionar el proceso del servicio, también se determina las necesidades de materiales y equipos, como la disposición de la planta, el personal y los espacios físicos idóneos y sobre todo necesarios.

7.2.2.1. Proceso del Servicio

En el aspecto técnico un elemento de análisis importante es la ingeniería, puesto que tiene mayor influencia en los costos del proyecto, que a su vez impacta en parámetros como son las inversiones y el financiamiento del proyecto. Por otro lado el proceso técnico resumido en la ingeniería debe ser lo suficientemente adecuado para que la comercialización se optimice al máximo, y se minimice los costos en la prestación de los servicios.

El servicio de organización de eventos sociales funciona de la siguiente manera:

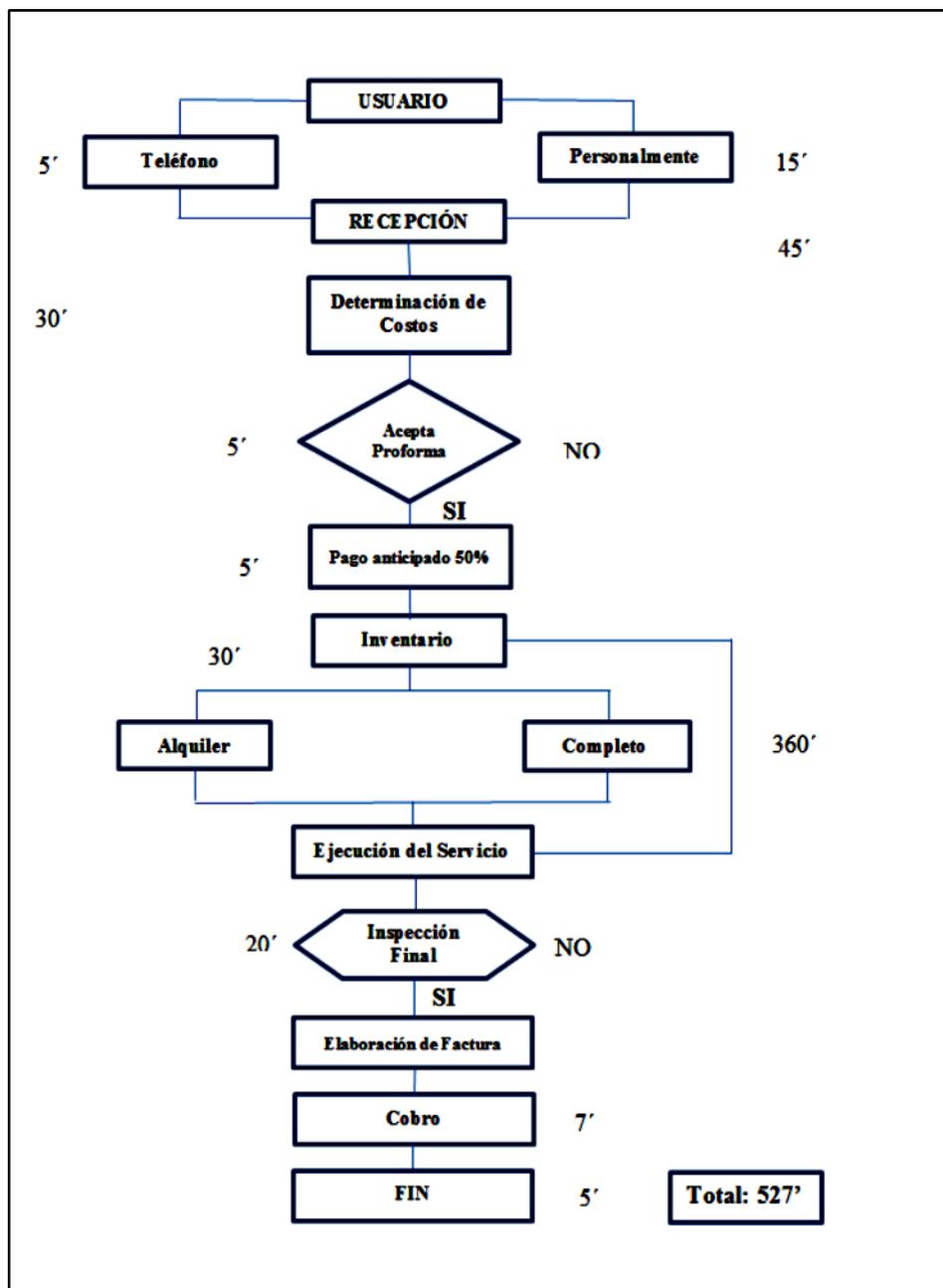
1. El cliente acuerda los servicios que desea adquirir en la organización del evento, se realiza la proforma y en caso de aceptarse se determina la fecha y hora del evento, así como el lugar donde va a ser desarrollado: en el local de la empresa o en el domicilio del cliente, en este momento el cliente realizará un pago anticipado del 50%. La empresa a través de su personal tendrá un control del evento durante todo su desarrollo.
2. En caso de que se requiera los servicios en el domicilio del cliente, éste decidirá los materiales y equipos a ser alquilados, luego se determinarán los costos y en caso de aceptación del cliente se procederá a revisar el inventario, para luego realizar el traslado de los materiales hacia el lugar del evento.

3. Una vez que se entrega por parte de la empresa los equipos y materiales, se realiza la inspección final, para luego proceder a la elaboración de la factura y por ende el pago del saldo restante.

A continuación se detalla específicamente en el flujograma del servicio:

Gráfico N° 27

FLUJOGRAMA DEL PROCESO DEL SERVICIO



7.2.2.2. Distribución en Planta

La construcción del edificio de la empresa ALL EVENTOS Cía. Ltda., se encontrará en la entrada del terreno, el cual se identificará con un rótulo grande en madera iluminado con reflectores, en donde se pueda apreciar su estilo colonial y artístico que armonice con la zona oriental del Ecuador.

La empresa de eventos sociales, contará con un cerramiento de 100 metros cuadrados, dos edificios que ocuparan 240 metros cuadrados, tres vías de acceso que sean 100 metros cuadrados, 2 parqueaderos que ocupará una superficie de 280 metros cuadrados, 5 jardines que ocuparan 138 metros cuadrados, y se distribuirán de la siguiente manera:

ADMINISTRACIÓN Y GUARDIANÍA.- Se ubicará en la entrada principal, que permita la información inmediata a las familias y se autorizará el uso de los servicios que ofrece la empresa, luego de realizar el registro y custodio de pertenencias especiales. Contará con un juego de muebles de sala para el descanso de los usuarios, los pisos serán de cerámica permitiendo una limpieza ágil y oportuna. La entrada tendrá una cubierta que permita a los visitantes una placentera bienvenida. Contará con la oficina de la Gerencia, Contabilidad y Bodega, cuyos pisos serán de parquet. Debidamente implementada con equipo y mobiliario.

LOCALES.- El servicio está destinado a brindar entre otros alimentos nacionales e internacionales con una ambientación de música de todo

género y meseros, delicadamente decorado para satisfacción a los 200 y 100 usuarios que se podrán atender en las condiciones más ventajosas.

Contará con una sección de cocina, adjunto a los locales de tal manera que pueda prestar un servicio ágil. Las características son iguales, acotando que el mesón de la cocina será de mármol, sus anaqueles de aluminio y vidrio, el equipo industrial para la cocción y con cámaras refrigerantes para la conservación de alimentos.

ÁREAS VERDES.- Es un lugar de embellecimiento con césped y árboles frutales y plantas exóticas típicas de la región oriental del Ecuador.

PARQUEADERO.- Área dedicada al estacionamiento vehicular de los usuarios, que se ha previsto en número de 100 lugares en el acceso de la empresa de eventos sociales. Con libre paso a los árboles frutales, contará con vías de circulación asentadas con adoquines. Con jardineras de plantas ornamentales al natural y asientos al aire libre de concreto para el descanso de los usuarios.

Gráfico N° 24
DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA Y DISEÑO DE LA EMPRESA ALL
EVENTOS CÍA. LTDA.

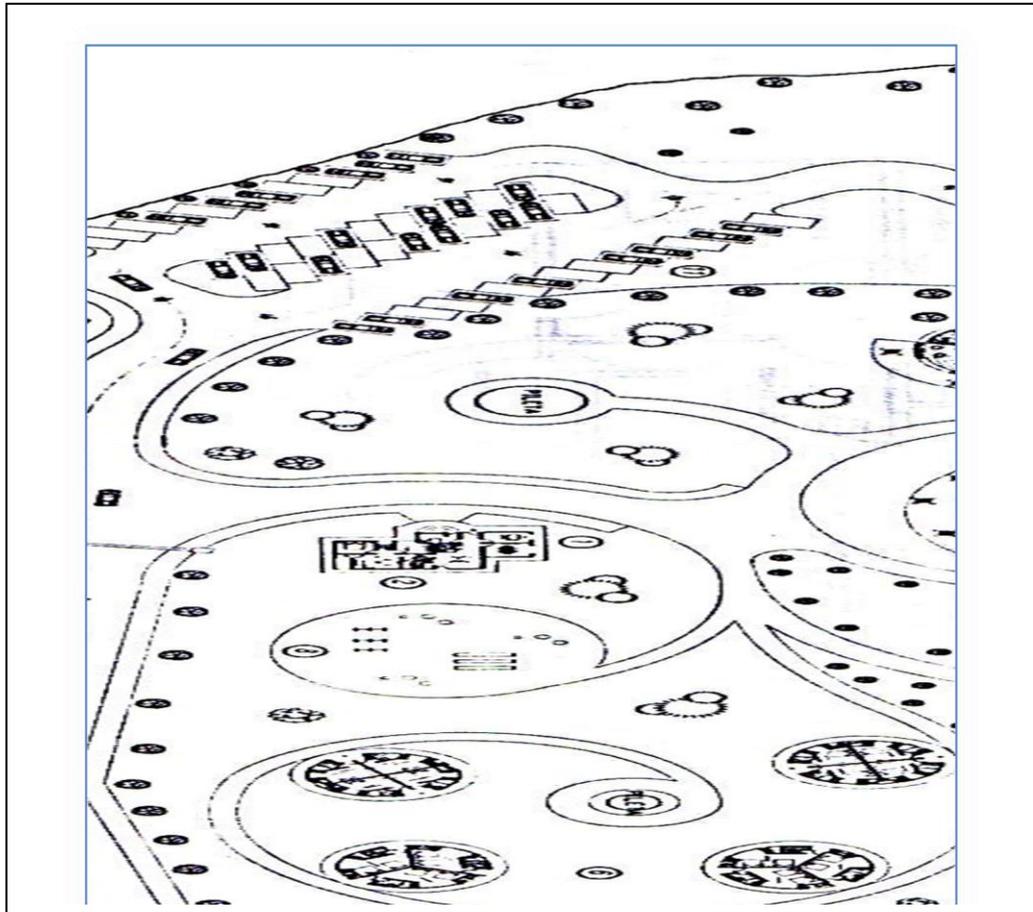


Gráfico N° 28
DISTRIBUCIÓN DE ADMINISTRACIÓN Y GUARDIANÍA

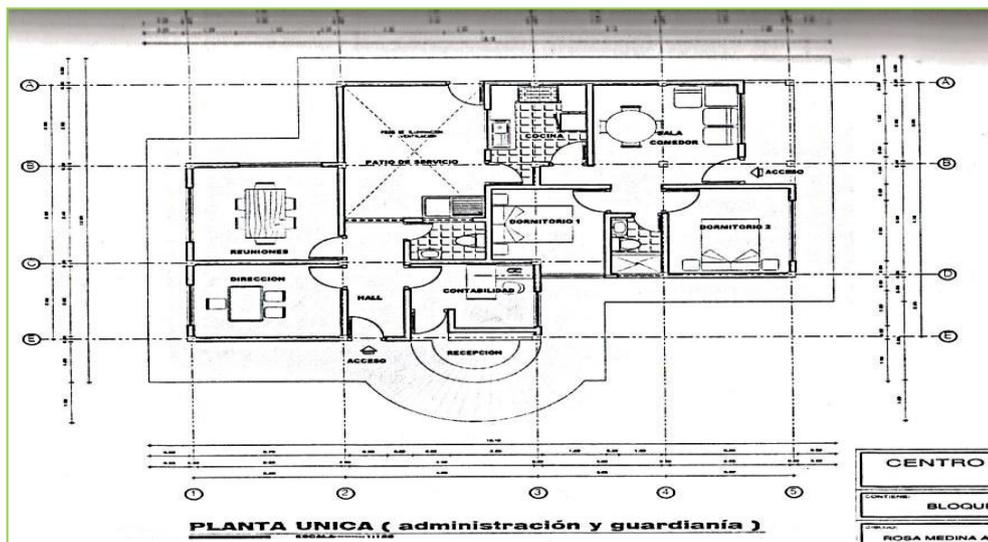
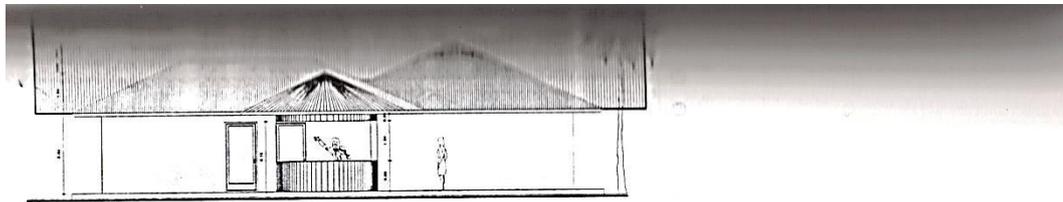
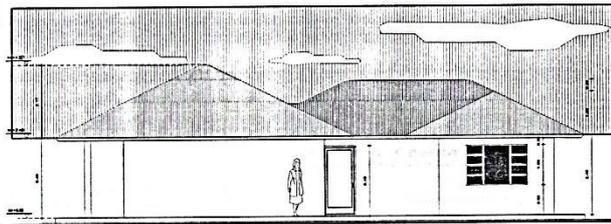


Gráfico N° 29

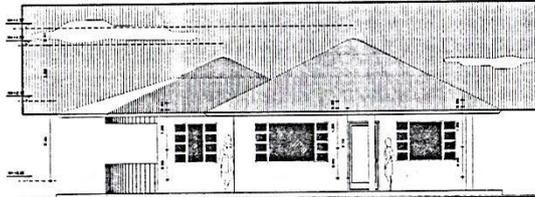
FACHADAS DE LOS SALONES Y COCINA



ELEVACION FRONTAL (administración y g.)
ESCALA 1:112.5

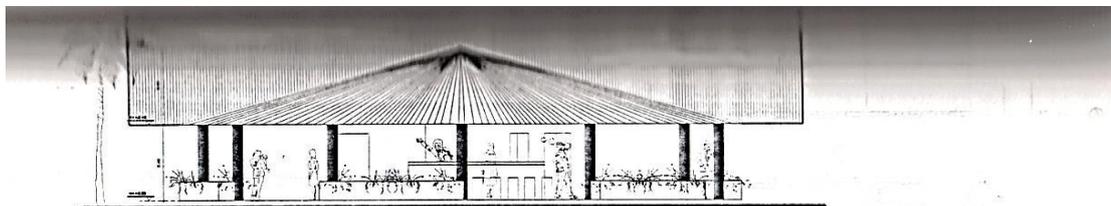


ELEVACION POSTERIOR (administración y g.)
ESCALA 1:112.5

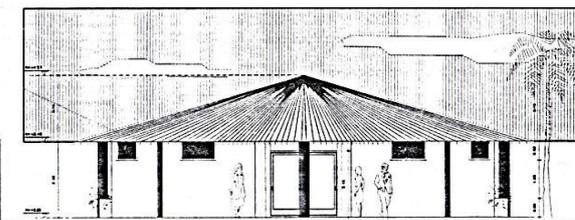


ELEVACION LATERAL DERECHA (administración y guardiana)

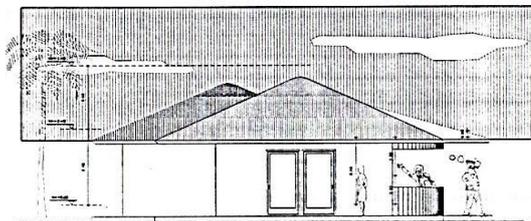
CENTRO RECREACIONAL ECOTURISTICO PARA PUYANGO		
CONTENIDO: FACHADAS ADMINISTRACION Y GUARDIANIA		
PROYECTO: ROSA MEDINA A.	ESCALA: 1 : 112.5	FECHA: NOVIEMBRE 2000
		4 / 15



FACHADA (restaurante)
ESCALA 1:112.5



FACHADA (museo)
ESCALA 1:112.5



ELEVACION LATERAL IZQUIERDA (health club y vestidores)

CENTRO RECREACIONAL ECOTURISTICO PARA PUYANGO		
CONTENIDO: FACHADAS BAR - REST.-HEALT C.- MUSEO		
PROYECTO: ROSA MEDINA A.	ESCALA: 1 : 112.5	FECHA: NOVIEMBRE 2000
		7 / 15

7.2.2.3. DISTRIBUCIÓN DEL EQUIPAMIENTO

Los requerimientos del equipo y mobiliario se describen a continuación teniendo en cuenta cada sección:

Parqueadero

Un letrero en madera con el nombre: ALL EVENTOS Cía. Ltda.

Un reflector giratorio tipo corneta.

Una caseta para vigilancia.

Administración – Vigilancia

Una central telefónica con cinco extensiones.

Un televisor de 50 pulgadas LED.

Un sillón giratorio.

Un estante con 200 casilleros.

Un juego de sala de cuero.

Cuatro cuadros de paisajes turísticos.

Cuatro macetas con porta macetas y plantas ornamentales.

Tres computadoras Pentium IV.

Una impresora full color.

Tres escritorios.

Dos sillones giratorios.

Tres archivadores.

Seis sillas Helsinki.

Tres estantes de madera.

Eventos (dos salones)

Trescientas sillas plásticas apilables.

Setenta y cinco mesas plásticas.

Setenta y cinco manteles decorados con servilletas.

Dos mixer de sonido con amplificación y micrófonos.

Dos cámaras frigoríficas.

Dos congeladores verticales.

Dos refrigeradoras.

Dos hornos a gas.

Dos hornos microondas.

Seis cilindros de gas industriales.

Dos cocinas industriales.

Dos licuadoras industriales.

Dos asistentes de cocina.

Dos cafeteras eléctricas.

Dos arroceras industriales a vapor.

Veinte y cinco docenas de cubertería.

Veinte y cinco vajillas de losa.

Dos estantes de aluminio y vidrio.

Dos juegos de utensilios de cocina.

Veinte y cinco docenas de vasos de vino.

Veinte y cinco docenas de vasos de agua.

Veinte y cinco docenas de vasos largos.

Veinte y cinco docenas de vasos cortos.

Veinte y cinco docenas de copa flauta.

Bares (uno en cada salón de eventos)

Dos cajas registradoras.

Dos sillones giratorios.

Dos ventiladores.

Dos extractores de aire.

Un amplificador de sonido.

Un juego de luces.

7.3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

7.3.1. Disposiciones Generales

La compañía de responsabilidad limitada subsistirá según la ley de Compañías con un mínimo de 3 socios y un máximo de 25, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura, "Cía. Ltda."

Para la creación de la empresa, legalmente debe seguirse el siguiente trámite, cumpliendo con los requisitos de forma de acuerdo a la normativa local.

- Razón Social de la empresa y su denominación.
- Obtención del RUC (Registro Único de Contribuyentes)
- Elaboración de una Minuta de Constitución en un despacho legal.
- Obtención del permiso en la Superintendencia de Compañías.
- Inscripción en el Registro Mercantil.
- Tramitar el Permiso de Funcionamiento Municipal.

7.3.2. Base Legal

Toda empresa para su libre ejercicio o funcionamiento debe cumplir con ciertos requisitos exigidos por la ley, es así que la empresa dedicada a la organización de eventos sociales basándose en el Art. 92 de la Ley de Compañías como parte de las disposiciones generales; se constituye como Compañía de Responsabilidad Limitada ya que esta es reconocida por la Ley y por ende puede iniciar sus actividades de servicio ante la sociedad.

En cuanto a los requisitos para la constitución de la Empresa tenemos:

7.3.2.1. Acta Constitutiva

Es un documento certificado de la conformación legal de la empresa, en el que se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa; los socios que conforman la empresa son: ASTUDILLO LLERENA LORGIA SOLEDAD, ASTUDILLO LLERENA ANGELICA MARIANELA, ASTUDILLO LLERENA SANDRA ELIZABETH.

7.3.2.2. La Razon Social o Denominación

Es el nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y acorde a lo establecido por la Ley, la razón social de la empresa a conformarse es "ALL EVENTOS" Cía. Ltda.

La compañía se contraerá mediante Escritura Pública según la Superintendencia de Compañías, así mismo será inscrita en el registro mercantil.

7.3.2.4. Domicilio

Toda empresa deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará en caso de requerirlo los clientes u otra persona natural o jurídica. La empresa tendrá su domicilio en la Ciudad de Gualaquiza, ubicada en la Vía Troncal Amazonica sector Sacramento.

7.3.2.5. Objeto de la Sociedad

Al constituirse una organización se lo hace mediante la determinación de un objetivo, siendo el de la empresa en estudio el siguiente: LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS SOCIALES EN EL CANTÓN GUALAQUIZA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO,, cuyo servicio será ofertado a las familias gualaquicenses con el único fin de cumplir con las expectativas de las mismas en relación al servicio requerido.

7.3.2.6. Capital Social

Debe indicarse cuál es el monto del capital con que inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como está se ha conformado. El aporte de los socios como capital propio será el 55.95% del total de la inversión da un valor de \$ 127.000.00 este monto dividido entre las tres socias.

7.3.2.7. Tiempo de Duracion de la Sociedad

La presente empresa tiene como plazo de duración de 5 años, a partir de la fecha de inscripción en el registro mercantil.

7.3.2. NIVELES ADMINISTRATIVOS

Los niveles administrativos con que contará la empresa de eventos sociales, se detallan de la siguiente manera:

Nivel Legislativo.- Se encarga de legislar sobre las políticas que debe seguir la organización, dictar reglamentos, ordenanzas, etc. En la empresa el nivel legislativo lo constituye la Junta General de Socios.

Nivel Ejecutivo.- Es el que ejecuta las políticas puestas en marcha dentro de la empresa y hace que el resto las ejecute para así lograr un eficiente adelanto en las actividades, está conformado por el Gerente.

Nivel Asesor.- Este nivel aconseja, informa en materia jurídica, económica, financiera, etc., que se relacione a la actividad a la cual está asesorando, está integrado por un Abogado.

Nivel Auxiliar.- Este nivel ayuda a otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia, el grado de autoridad es mínimo así como también su responsabilidad, se limita a cumplir órdenes de los niveles ejecutivo y operacional, ejecuta actividades administrativas de rutina; lo integra la Secretaría.

Nivel Operativo.- Aquí se encuentran los departamentos que se encargarán de la marcha operativa de la empresa; es decir, del servicio que ofrece la misma; integrado por servicios, contabilidad y ventas.

7.3.4. ORGANIGRAMA

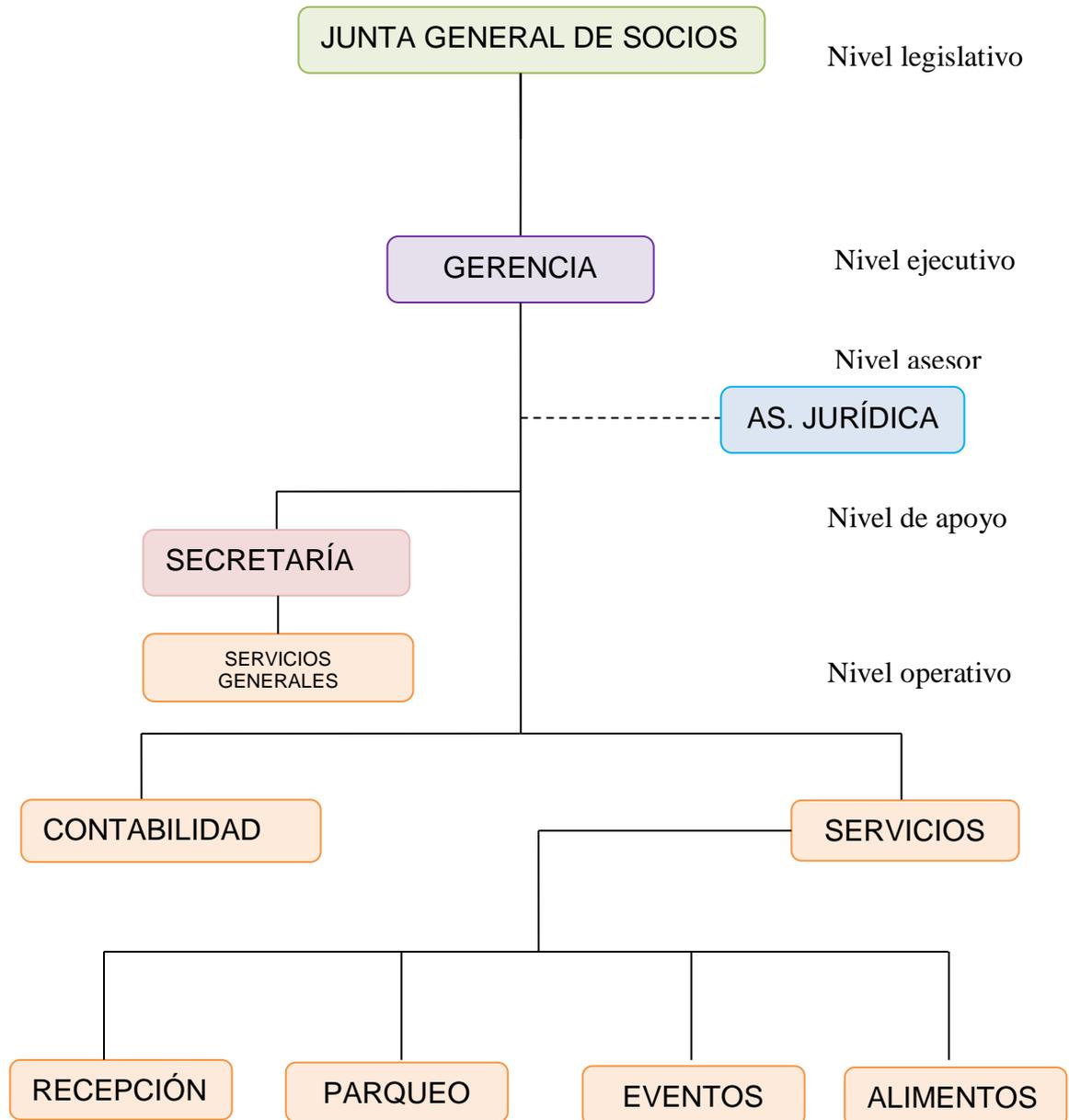
El organigrama es una gráfica de organización o carta de organización, que utiliza representaciones gráficas de la estructura formal de la organización, mostrando las interrelaciones, funciones, niveles jerárquicos y autoridad existente dentro de ella.

Su importancia radica porque presentan un carácter informativo que permite tener una visión de conjunto y la magnitud de la empresa y a la vez analítico, porque auscultan la departamentalización, unidad de mando, ámbito de control y las diferentes funciones asignadas a los departamentos. En el organigrama estructural se muestra únicamente la estructura administrativa de la empresa, indicando los niveles jerárquicos, las unidades administrativas y las relaciones de dependencia.

Gráfico N° 30

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

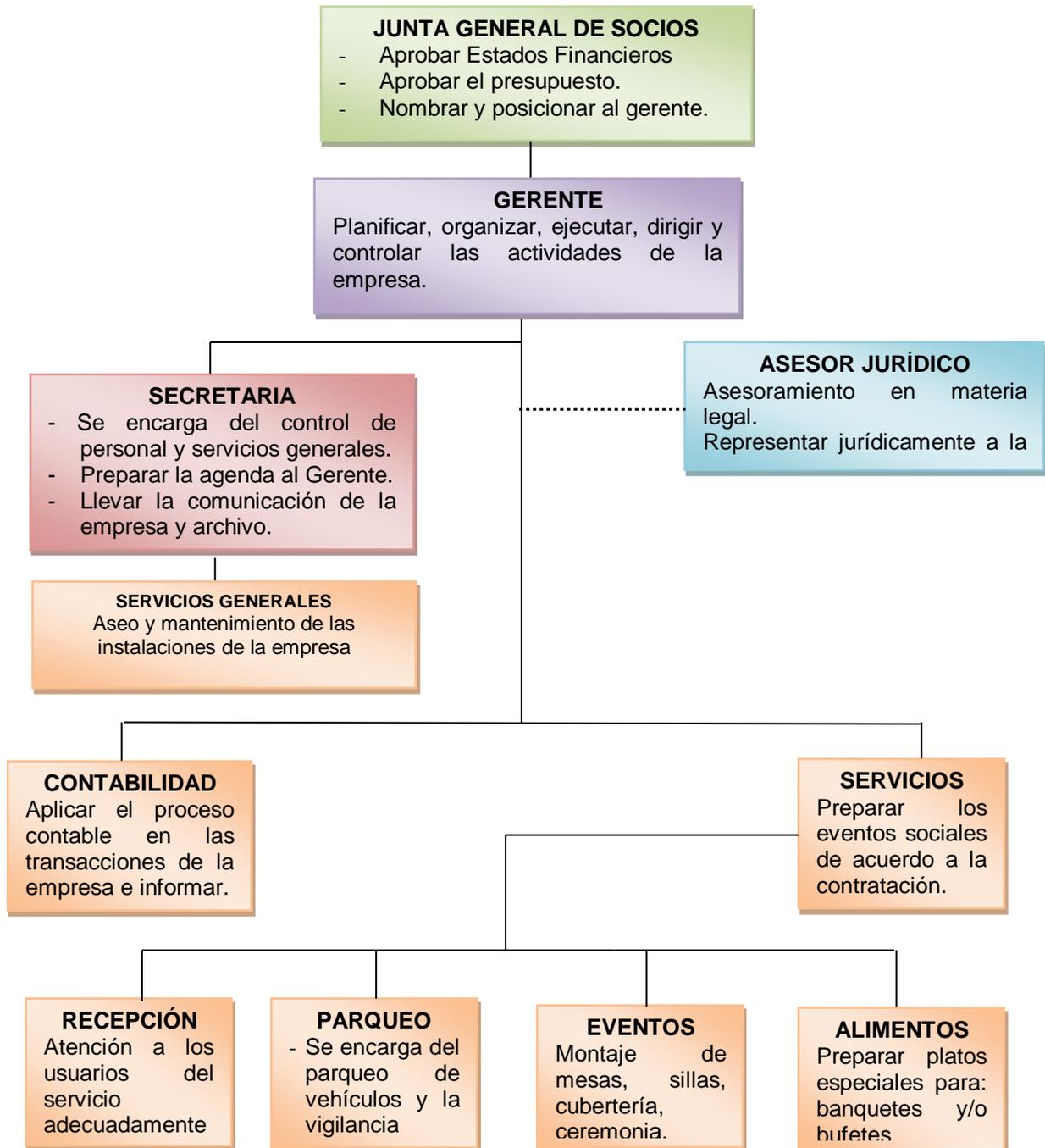
EMPRESA ALL EVENTOS SOCIALES CIA. LTDA.



FUENTE Y ELABORACIÓN: La Autora

Gráfico N° 31

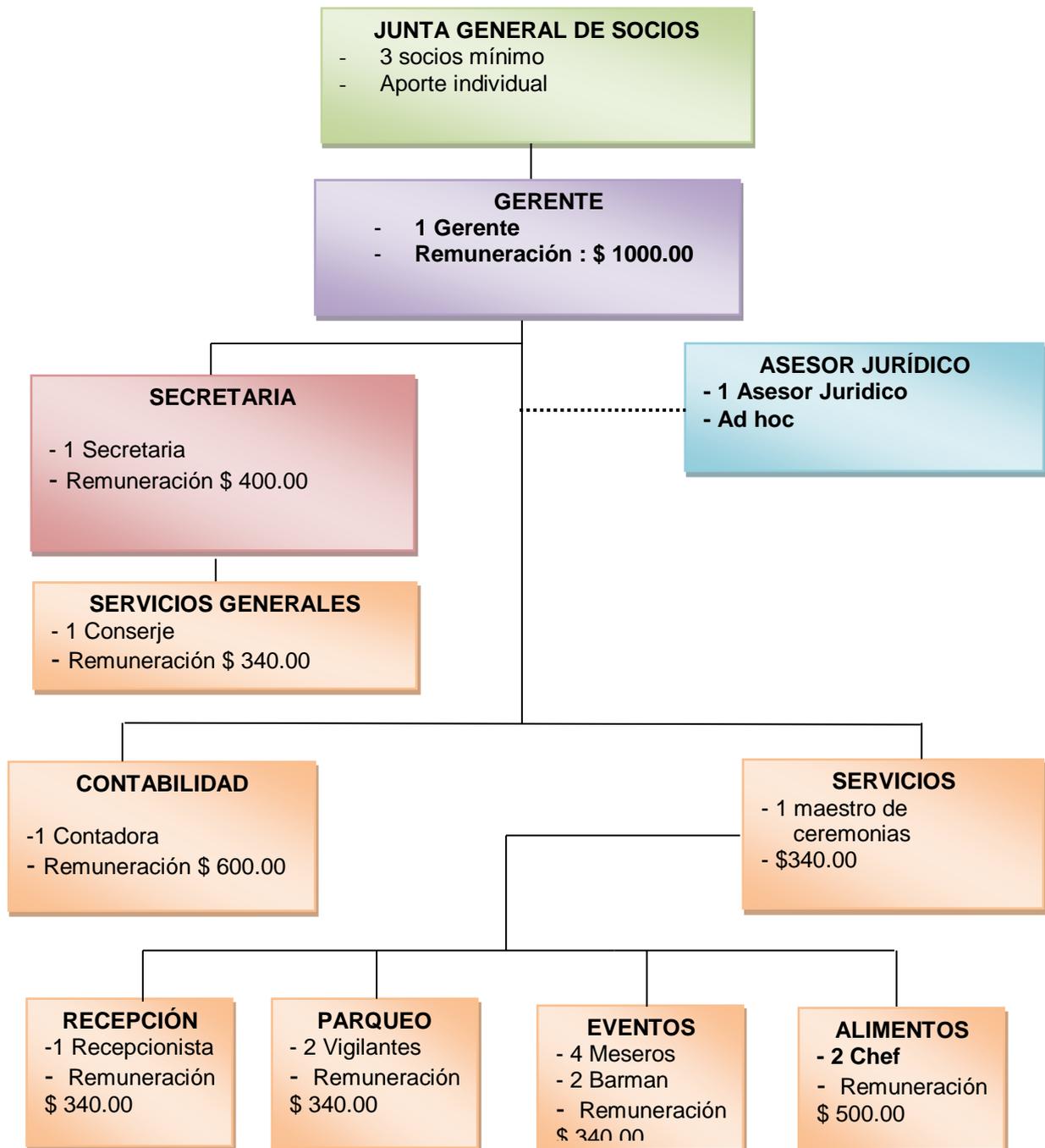
ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA



Elaboración: La Autora

Gráfico N° 32

ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA



Elaboración: La Autora

7.3.5. MANUAL DE FUNCIONES

Un manual de funciones tiene que contemplar la estructura de la empresa respecto de los niveles administrativos, las relaciones y los puestos.

CODIGO	: 001	
DEPARTAMENTO	: Administración General	
NIVEL	: Ejecutivo	
TITULO DEL PUESTO	: Gerente	
SUPERIOR INMEDIATO	: Junta General de Socios	
SUBALTERNOS	: Quince	
NATURALEZA DEL TRABAJO		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Responsable ante los socios, por los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional, planifica, organiza dirige y controla las actividades de la empresa. Ejerce autoridad funcional sobre el resto de cargos ejecutivos, administrativos y operacionales de la organización. 		
FUNCIONES PRINCIPALES O BÁSICAS		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Planificar y organizar las actividades de la empresa ALL EVENTOS SOCIALES CIA. LTDA ➤ Cumplir con las disposiciones dadas por la junta general de socios e informar al mismo sobre la marcha de la empresa. ➤ Ejercer la representación legal de la empresa acorde al estatuto legal que se establezca. ➤ Revisar planificaciones departamentales para poder administrar las mismas a cabalidad. ➤ Responder ante la junta general de socios por los actos que se hagan o dejen de hacer, que fuere de su atribución. ➤ Tramitar órdenes, controles, cheques y más documentos que el reglamento lo autorice, aprobando, autorizando y firmando para lograr el correcto desenvolvimiento de la empresa. ➤ Mantener la comunicación, correspondencia y personal en óptimas condiciones, manejándola con diplomacia y eficiencia. ➤ Nombrar, controlar y renovar a los empleados cuando sea necesario de conformidad con la ley. 		
FUNCIONES OCASIONALES		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Supervisar la gestión del presupuesto de naturaleza económica. ➤ Entregar informes mensuales. ➤ Disposición a nuevas tareas asignadas. 		
REQUERIMIENTOS MÍNIMOS		
EDUCACIÓN	: Ingeniería en Administración de Empresas	
EXPERIENCIA	: Experiencia en dirección y negociación más de un año	
EDAD	: 24 años mínimo	
RECOMENDACIONES	: De trabajo y personales	
APTITUDES	: Matemáticas Financieras y Riesgos	
ACTITUDES	: Honestidad, responsabilidad, respetuosidad, tolerancia, criterio y puntualidad.	
RESPONSABILIDADES ADQUIRIDAS	: Supervisión y control de personal	
AMBIENTE	: Oficina	
RIESGO	: Mínimo	

CODIGO	: 002	
DEPARTAMENTO	: Asesor Jurídico	
NIVEL	: Asesor	
TITULO DEL PUESTO	: Asesor en Derecho Legal	
SUPERIOR INMEDIATO	: Gerente	
SUBALTERNOS	: Ninguno	
NATURALEZA DEL TRABAJO		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Asesora y recomienda sobre la toma de decisiones en aspectos judiciales en los que se vea involucrada la empresa. 		
FUNCIONES PRINCIPALES O BÁSICAS		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Facilitar asesoría o requerimientos de la Junta General de Socios, Gerencia o demás unidades de la empresa. ➤ Asumir la defensa judicial, tendente a juicios laborales o trámites judiciales iniciados o promovidos en contra de la empresa. ➤ Realizar recomendaciones en materia jurídica, económica y técnica. ➤ Promover las acciones legales para salvaguardar los intereses de la empresa ALL EVENTOS SOCIALES CIA. LTDA. ➤ Revisar las disponibilidades legales que afecten a la empresa de eventos sociales informando a las diferentes secciones. ➤ Elaborar contratos. 		
FUNCIONES OCASIONALES		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Informar de la situación y estado de la empresa ➤ Preparar actividades y reuniones en beneficio de la empresa 		
REQUERIMIENTOS MÍNIMOS		
EDUCACIÓN	: Doctor en leyes	
EXPERIENCIA	: En aspectos judiciales	
EDAD	: 28 años mínimo	
RECOMENDACIONES	: De trabajo y personales	
APTITUDES	: Legal, penal y laboral.	
ACTITUDES	: Honestidad, responsabilidad, respetuosidad, tolerancia, criterio y puntualidad.	
RESPONSABILIDADES ADQUIRIDAS	: Representación legal.	
AMBIENTE	: Oficina	
RIESGO	: Mínimo	

CODIGO	: 003
DEPARTAMENTO	: Administración general
NIVEL	: Apoyo
TITULO DEL PUESTO	: Secretaria
SUPERIOR INMEDIATO	: Gerente
SUBALTERNOS	: Ninguno



NATURALEZA DEL TRABAJO

- Manejar y tramitar documentos e información de la empresa, atender al público elabora y mecanografía las comunicaciones de la empresa.

FUNCIONES PRINCIPALES O BÁSICAS

- Dar fe de los actos de la administración.
- Convocar a sesiones por disposición de la Gerencia.
- Cuidar del oportuno trámite de los asuntos que debe conocer la Junta General de Socios y la Administración, así como el despacho diario de todos los asuntos de la secretaria.
- Formar un protocolo encuadernado y sellado con sus respectivos índices numéricos de los actos decisorios tomados en cuenta por la junta general de socios de cada año, y conferir copia de estos documentos de acuerdo al reglamento y orden de Gerencia.
- Redactar comunicaciones e acuerdo a las instrucciones del Gerente, como aquellas que corresponde al trámite diario.
- Atender al público que requiera información y concretar entrevistas con el gerente.
- Recibir, controlar y tramitar toda clase de documentos que ingresen a al empresa.
- Elaborar informes mensuales de actividades cumplidas para el conocimiento del Gerente.
- Manejar datos de información confidencial de la empresa.

FUNCIONES OCASIONALES

- Actos protocolarios propios de la empresa

REQUERIMIENTOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN	: Secretariado Ejecutivo
EXPERIENCIA	: Un año en funciones afines.
EDAD	: 25 años mínimo
RECOMENDACIONES	: De trabajo y personales
APTITUDES	: Facilidad de expresión, redacción y comunicación, buenas relaciones, creatividad y dinamismo.
ACTITUDES	: Honestidad, responsabilidad, respetuosidad, tolerancia, criterio y puntualidad.
RESPONSABILIDADES ADQUIRIDAS	: Representación legal.
AMBIENTE	: Oficina
RIESGO	: Mínimo

CODIGO	: 004
DEPARTAMENTO	: Finanzas
NIVEL	: Apoyo
TITULO DEL PUESTO	: Contadora
SUPERIOR INMEDIATO	: Gerente
SUBALTERNOS	: Ninguno



NATURALEZA DEL TRABAJO

- Llevar y controlar la contabilidad general y de costos de la empresa; mantener la información al día para facilitar la toma de decisiones

FUNCIONES PRINCIPALES O BÁSICAS

- Ejecutar los registros contables analizando las transacciones de la empresa ALL EVENTOS SOCIALES CIA. LTDA.
- Proporcionar la información contable que le soliciten sus superiores, esto son Junta General de Socios y Gerencia.
- Elaborar los roles de pago, de sueldos y salarios del personal de la empresa.
- Llevar los libros de contabilidad, de acuerdo a lo establecido por la ley.
- Confeccionar el reporte diario de bancos y controlar las liquidaciones.
- Elaborar los balances semestrales o cuando sea requerido por sus superiores.
- Realizar toda clase de adquisiciones de acuerdo a lo requerido por la empresa y llevar un inventario de todos los bienes muebles e inmuebles.
- Llevar un control estricto de los ingresos y egresos que se produjeran en la empresa.
- Asistir a las reuniones que fuere convocada y es responsable de los libros contables.

FUNCIONES OCASIONALES

- Ninguna

REQUERIMIENTOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN	: Doctora en contabilidad (CPA)
EXPERIENCIA	: Dos años en funciones
EDAD	: 25 años mínimo
RECOMENDACIONES	: De trabajo y personales
ACTITUDES	: Honestidad, responsabilidad, respetuosidad, tolerancia, criterio y puntualidad.
RESPONSABILIDADES ADQUIRIDAS	: Supervisión y control de las finanzas.
AMBIENTE	: Oficina
RIESGO	: Mínimo

CODIGO	: 005	
DEPARTAMENTO	: Administración General	
NIVEL	: Operativo	
TITULO DEL PUESTO	: Recepcionista	
SUPERIOR INMEDIATO	: Gerente	
SUBALTERNOS	: Ninguno	
NATURALEZA DEL TRABAJO		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Atención a los clientes o usuarios de la empresa. Su función consiste en proporcionar todo tipo de información y asistencia, por lo que posee conocimientos sobre algunas de las ciencias secretariales. 		
FUNCIONES PRINCIPALES O BÁSICAS		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Planificar, organizar, dirigir y controlar el funcionamiento de la unidad ➤ Supervisar y controlar las actividades diarias de los empleados y trabajadores. ➤ Elaborar y ejecutar programas de prestación de los servicios para los diferentes eventos sociales. ➤ Mantener los niveles de prestación correctamente para evitar desabastecimiento del servicio. ➤ Contestar la correspondencia recibida personalmente y atender al público que asista a su oficina a tratar asuntos de prestación de los servicios. ➤ Supervisar y controlar la existencia y adquisición de suministros y el cuidado de los mismos. ➤ Mantener reuniones con el personal. ➤ Establecer sistemas de medida de tiempos y movimientos para efectivizar al máximo la prestación de servicios. ➤ Otras disposiciones que emanen los superiores. 		
FUNCIONES OCASIONALES		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ninguna 		
REQUERIMIENTOS MÍNIMOS		
EDUCACIÓN	: Licenciado en Administración de Empresas	
EXPERIENCIA	: Dos años en funciones	
EDAD	: 25 años mínimo	
RECOMENDACIONES	: De trabajo y personales	
ACTITUDES	: Honestidad, responsabilidad, respetuosidad, tolerancia, criterio y puntualidad.	
RESPONSABILIDADES ADQUIRIDAS	: Supervisión y control de las finanzas.	
AMBIENTE	: Oficina	
RIESGO	: Mínimo	

CODIGO : 006
DEPARTAMENTO : Departamento de Operación
NIVEL : Operativo
TITULO DEL PUESTO : Chef
SUPERIOR INMEDIATO : Gerente
SUBALTERNOS : Ninguno



NATURALEZA DEL TRABAJO

- Preparar alimentos para los invitados de los eventos sociales contratados a la empresa.

FUNCIONES PRINCIPALES O BÁSICAS

- Comprar y preparar alimentos.
- Limpiar vajilla.
- Cuidar de los implementos que están a su cargo.

FUNCIONES OCASIONALES

- Ninguna

REQUERIMIENTOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN : Licenciatura en Gastronomía
EXPERIENCIA : Dos años en funciones
EDAD : 25 años mínimo
RECOMENDACIONES : De trabajo y personales
ACTITUDES : Honestidad, responsabilidad, respetuosidad, tolerancia, criterio y puntualidad.
RESPONSABILIDADES ADQUIRIDAS : Atención al Cliente.
AMBIENTE : Oficina
RIESGO : Mínimo

CODIGO	: 007
DEPARTAMENTO	: Departamento de Operación
NIVEL	: Operativo
TITULO DEL PUESTO	: Mesero
SUPERIOR INMEDIATO	: Gerente
SUBALTERNOS	: Ninguno



NATURALEZA DEL TRABAJO

- Atención y coordinación de las personas que asisten a los eventos.

FUNCIONES PRINCIPALES O BÁSICAS

- Realizará el lavado de la vajilla.
- Aseo y limpieza de la cocina.
- Atender a los invitados del evento en las mesas.
- Vigilar y supervisar el consumo de los invitados a los eventos.
- Informar sobre los particulares.
- Responder con la buena marcha en el restaurante.

FUNCIONES OCASIONALES

- Ninguna

REQUERIMIENTOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN	: Bachiller
EXPERIENCIA	: Dos años en funciones
EDAD	: 18 años mínimo
RECOMENDACIONES	: De trabajo y personales
ACTITUDES	: Honestidad, responsabilidad, respetuosidad, tolerancia, criterio y puntualidad.
RESPONSABILIDADES ADQUIRIDAS	: Atención al Cliente.
AMBIENTE	: Oficina
RIESGO	: Mínimo

CODIGO	: 008
DEPARTAMENTO	: Departamento de Operación
NIVEL	: Operativo
TITULO DEL PUESTO	: Guardián
SUPERIOR INMEDIATO	: Gerente
SUBALTERNOS	: Ninguno



NATURALEZA DEL TRABAJO

- Persona encargada de dar protección a las personas y de custodiar las instalaciones de la empresa.

FUNCIONES PRINCIPALES O BÁSICAS

- Ejercer la vigilancia y protección de bienes muebles e inmuebles así como la protección de las personas que se encuentren dentro de las instalaciones de la empresa.
- Evitar actos delictivos.
- Vigilar el estacionamiento.
- Guiar a los clientes brindando información necesaria y pertinente acerca de la empresa.
- Asistir, orientar y asesorar a los clientes en caso de que lo requieran.

FUNCIONES OCASIONALES

- Ninguna

REQUERIMIENTOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN	: Bachiller
EXPERIENCIA	: Un año en funciones
EDAD	: 18 años mínimo
RECOMENDACIONES	: De trabajo y personales y haber cumplido el servicio militar obligatorio
ACTITUDES	: Honestidad, responsabilidad, respetuosidad, tolerancia, criterio y puntualidad.
RESPONSABILIDADES ADQUIRIDAS	: Atención al Cliente.
AMBIENTE	: Oficina
RIESGO	: Mínimo

CODIGO	: 009	
DEPARTAMENTO	: Departamento de Operación	
NIVEL	: Operativo	
TITULO DEL PUESTO	: Conserje	
SUPERIOR INMEDIATO	: Gerente	
SUBALTERNOS	: Ninguno	
NATURALEZA DEL TRABAJO		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar el aseo y el mantenimiento del lugar. 		
FUNCIONES PRINCIPALES O BÁSICAS		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar el aseo de la empresa ➤ Entregar correspondencia de la empresa dentro y fuera de ella ➤ 		
FUNCIONES OCASIONALES		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ninguna 		
REQUERIMIENTOS MÍNIMOS		
EDUCACIÓN	: Bachiller	
EXPERIENCIA	: Ninguna	
EDAD	: 18 años mínimo	
RECOMENDACIONES	: De trabajo y personales	
ACTITUDES	: Honestidad, responsabilidad, respetuosidad	
RESPONSABILIDADES ADQUIRIDAS	: Atención al Cliente.	
AMBIENTE	: Oficina	
RIESGO	: Mínimo	

CODIGO	: 010
DEPARTAMENTO	: Departamento de Operación
NIVEL	: Operativo
TITULO DEL PUESTO	: Maestro de Ceremonias
SUPERIOR INMEDIATO	: Gerente
SUBALTERNOS	: Ninguno



NATURALEZA DEL TRABAJO

- El conductor de eventos y ceremonias cumple un rol importante dentro de la organización que se encarga de las actividades protocolares y que debe ser exitosa para cumplir con las expectativas del cliente.

FUNCIONES PRINCIPALES O BÁSICAS

- Presentar a los participantes y resaltar sus cualidades.
- Entretener y divertir al público realizando la ceremonia.
- Controlar el estado emocional del público.
- Profundo respeto

FUNCIONES OCASIONALES

- Actos protocolarios propios de la empresa

REQUERIMIENTOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN	: Ciencias de la comunicación
EXPERIENCIA	: Dos años en funciones afines.
EDAD	: 25 años mínimo
RECOMENDACIONES	: De trabajo y personales
APTITUDES	: Facilidad de expresión, redacción y comunicación, buenas relaciones, creatividad y dinamismo.
ACTITUDES	: Honestidad, responsabilidad, respetuosidad, tolerancia, criterio y puntualidad.
RESPONSABILIDADES ADQUIRIDAS	: Representación legal.
AMBIENTE	: Oficina
RIESGO	: Mínimo

7.4. ESTUDIO FINANCIERO

7.4.1. INVERSION Y FINANCIAMIENTO

En todo proyecto es importante la asignación de recursos ya sean estos propios o de terceros, a efectos de financiar la compra de bienes de capital, buscando que la puesta en funcionamiento de la EMPRESA ALL EVENTOS CÍA. LTDA., que permita la obtención de rendimientos futuros.

7.4.2. INVERSIONES

En todo proyecto se considera las tres clases de activos a saber: el fijo que tiene su origen en el período de montaje, el diferido que es utilizado en el proceso de investigación y el corriente o capital de trabajo que se efectiviza en el período operacional de la empresa.

- **ACTIVOS FIJOS.-** Constituyen todas las compras que se requieren en bienes de capital necesarios para la implantación del proyecto y se distribuyen en:

Terreno.- Considerando que la empresa de eventos sociales, se ubicará en un terreno municipal ya que se puede lograr la resolución del Cabildo para que se venda este a un precio bajo, sin embargo para efectos de cálculo se toma el precio por metro cuadrado a \$ 15.00 ya que se

encuentra cerca de la población urbana y es regular con una inclinación del 5% y de acuerdo a la información proporcionada en la oficina de Avalúos y Catastros del Ilustre Municipio del cantón Gualaquiza, el terreno tiene una extensión de 1.000 metros cuadrados, cuyo valor es de \$ 15.000.00.

Construcciones.- Las construcciones que se necesitan realizar son: cerramiento del terreno en una longitud de 100 metros lineales con bloques alivianados y plintos cada tres metros, los edificios de la empresa ALL EVENTOS Cía. Ltda. será de hormigón armado, los pisos de cerámica, parquet y alfombra, ventanas y puertas de madera y vidrio, la cubierta de madera y teja vidriada; de acuerdo a las especificaciones técnicas de los planos que tiene 240 m² de construcción en los dos locales y cocinas diseñadas, vías de acceso con adoquines 100 m², parqueamiento con adoquines y señalización con pintura en una extensión de 230 m², y jardines con asientos de hormigón armado y pasamanos mixto hormigón y tubo visto con una superficie de 138 m²; los costos incluyen las respectivas instalaciones de agua potable, alcantarillado, energía eléctrica, teléfono, etc.; cuyo monto total es de \$ 76.400.00 estimado de acuerdo a la información proporcionada por profesionales de la construcción, el detalle se encuentra en el cuadro siguiente :

Cuadro N° 41

INVERSIÓN EN CONSTRUCCIONES

ORD.	DETALLE	CANTIDAD m ²	V. UNITARIO \$	TOTAL \$
1	Cerramiento	100	50	5.000,00
2	Edificios	240	200	48.000,00
3	Vías de acceso	100	50	5.000,00
2	Parqueadero	230	50	11.500,00
5	Jardines	138	50	6.900,00
TOTAL				76.400,00

FUENTE: Cámara de la construcción
ELABORACIÓN: La Autora

Vehículo.- Tomando en consideración que la empresa debe transportar materia prima se ha previsto la adquisición de un vehículo. El costo del bien es de \$ 18.000,00.

Cuadro N° 42

VEHÍCULO

Descripción	Unidad	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Vehículo Ford F150	Unidad	1	18.000,00	18.000,00
TOTAL				18.000,00

Fuente: Feria de Carros de la Ciudad de Loja.
Elaboración: La Autora

Maquinaria y equipo: Servirá para el desarrollo de todas las actividades programadas en la empresa ALL EVENTOS Cía. Ltda., se detallan en los siguientes cuadros, los mismos que serán adquiridos en el país haciendo uso de las exoneraciones establecidas en la Ley de Turismo, cuyo monto total es de \$ 26,200.00.

INVERSIÓN EN MAQUINARIA Y EQUIPO

ÁREA OPERATIVA

Cuadro N° 43

MAQUINARIA Y EQUIPO DE COCINA			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNIT. USD.	TOTAL USD.
Cámara frigorífica	2	3.500,00	7.000,00
Congelador vertical	2	320,00	640,00
Refrigeradora 14 pies	2	450,00	900,00
Cocina industrial	2	2.000,00	4.000,00
Horno a gas	2	100,00	200,00
Horno microondas	2	200,00	400,00
Cocina eléctrica a inducción	2	500,00	1.000,00
Licadoras	2	50,00	100,00
Asistente de cocina	2	280,00	560,00
Cafetera eléctrica	2	50,00	100,00
Arrocera eléctrica	2	30,00	60,00
Extractores de aire	2	50,00	100,00
SUBTOTAL			15.060,00
MAQUINARIA Y EQUIPO DE SALONES			
Reflector giratorio	2	150,00	300,00
Caja Registradora	2	200,00	400,00
Mixer de Sonido	2	1.800,00	3.600,00
Juego de Luces	2	1.250,00	2.500,00
SUBTOTAL			6.800,00
TOTAL			21.860,00

FUENTE: Almacenes de la ciudad de Gualaquiza
ELABORACIÓN: La Autora

INVERSIÓN EN MAQUINARIA Y EQUIPO

ÁREA ADMINISTRATIVA

Cuadro N° 44

EQUIPO DE OFICINA			
Computadora Pentim IV	3	266,67	800,00
Impresora Samsung Cplw 365	1	150,00	150,00
Central Telefónica	1	800,00	800,00
Televisor 50" LED	1	2.000,00	2.000,00
Equipo de sonido	1	500,00	500,00
Ventiladores	2	45,00	90,00
TOTAL			4.340,00

FUENTE: Almacenes de la ciudad de Gualaquiza
ELABORACIÓN: La Autora

Muebles y enseres: En este rubro se incluyen los muebles, enseres, menaje y vajilla; requeridos para el funcionamiento adecuado, por este concepto se gastarán 40,920.00 dólares.

INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES

ÁREA OPERATIVA

Cuadro N° 45 ENSERES DE COCINA

UTENSILIOS DE COCINA			
Ablandador de carne	2	20,14	20,13
Bandejas de servicio grandes	25	9,18	229,50
Batidor de varilla grande	2	16,87	33,74
Batidor de varilla mediano	2	13,6	27,20
Bowl grande	6	16,99	101,94
Bowl mediano	6	12,47	74,82
Bowl pequeño	6	6,99	41,94
Cernidor de doble malla	2	24,9	49,80
Cucharón 3 onzas	4	5,18	20,72
Cucharón 8 onzas	4	7,6	30,40
Cuchillo 10"	4	20,33	81,32
Cuchillo fileteador	2	8,3	16,60
Espumadera de malla	2	11,1	22,20
Exprimidor de citricos	2	10,1	20,20
Mandolina policarbonato	1	200	200,00
Ollas grandes	4	78,4	313,60
Ollas medianas	4	63,75	255,00
Ollas pequeñas	4	47,4	189,60
Paila grande	2	55,5	111,00
Pelador	2	6	12,00
Pinza multiusos	4	7,25	29,00
Puntilla	4	3,75	15,00
Rallador de acero inoxidable	2	14	28,00
Sartén grande	2	109,8	219,60
Sartén mediano	2	50,4	100,80
Sartén pequeño	2	24,7	49,40
Tabla de picar	4	89,32	357,28
Tamalera	1	81,21	81,21
Tenedor de acero inoxidable	2	15,35	30,70
Estantes de aluminio	2	100	200,00
TOTAL			2.962,70

FUENTE: Almacenes de la ciudad de Loja
ELABORACIÓN: La Autora

Cuadro Nº 46

MENAJE DE SALONES Y MANTELERIA			
VAJILLA			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNIT. USD.	TOTAL USD.
Plato Trincherero	300	6,92	2.076,00
Plato Base	300	5,41	1.623,00
Plato Sopero	300	4,25	1.275,00
Plato Postre	300	4,61	1.383,00
Cevicheros	300	3,33	999,00
Consomeras	300	4,35	1.305,00
Saleros	50	1,18	59,00
Charoles de plástico	20	8,41	168,20
SUBTOTAL			8.888
CUBERTERÍA			
Cuchillo Trincherero	300	6,12	1.836,00
Cuchillo de Entrada	300	3,53	1.059,00
Tenedor Trincherero	300	1,60	480,00
Tenedor de Entrada	300	1,00	300,00
Tenedor Postre	300	1,11	333,00
Cucharita Postre	300	2,40	720,00
Cuchara Sopera	300	3,36	1.008,00
Pinzas para hielo	5	2,94	14,70
SUBTOTAL			5.751
CRISTALERIA			
Vaso largo	300	3,36	1.008,00
Vaso corto	300	3,06	918,00
Vaso para agua	300	2,59	777,00
Vaso para vino	300	2,59	777,00
Copa flauta	300	2,59	777,00
Hieleras	10	2,94	29,40
SUBTOTAL			4.286
MANTELERIA			
Faldones	75	12	900,00
Manteles	75	18,4	1.380,00
Cubremanteles	75	15	1.125,00
Servilletas	300	4,35	1.305,00
Cubresillas	300	7,35	2.205,00
Lasos para sillas	300	3,55	1.065,00
SUBTOTAL			7.980,00
MENAJE DE SALONES			
Mesas Plasticas	75	30	2.250,00
Sillas	300	11	3.300,00
SUBTOTAL			5.550,00

FUENTE: Almacenes de la ciudad de Loja

ELABORACIÓN: La Autora

INVERSIÓN MUEBLES Y ENSERES
ÁREA ADMINISTRATIVA

Cuadro N° 47

MUEBLES Y ENSERES OFICINA			
Caseta de Vigilancia	1	1.000	1.000
Letrero en madera	1	300	300
Cuadros de paisajes	4	50	200
Maceteros decorativos	4	10	40
Escritorio	3	400	1.200
Sillones giratorios	3	200	600
Archivadores	3	300	900
Sillas Helsinky	6	40	240
Estantes de madera	3	100	300
Juego de sala	1	722	722
TOTAL			5.502,00

FUENTE: Almacenes de la ciudad de Loja
ELABORACIÓN: La Autora

ACTIVOS DIFERIDOS.- Comprende todos aquellos desembolsos por bienes intangibles, cuya utilidad y beneficio se supone corresponde a varios períodos y son requeridos para la puesta en marcha del proyecto, que para el presente proyecto los amortizamos para cinco años; el monto total es de \$ 4,000.00; los mismos que se detallan a continuación:

Cuadro N° 48

INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS

ACTIVO DIFERIDO	TOTAL \$
Investigación preliminar	\$ 1.000,00
Estudios y diseños	\$ 2.000,00
Puesta en marcha	\$ 1.000,00
TOTAL	\$ 4.000,00

FUENTE: Profesionales locales
ELABORACIÓN: La Autora

CAPITAL DE TRABAJO.- Es el activo corriente que se requiere para cubrir los gastos que se necesitan en el inicio de las operaciones. Como en el presente proyecto debido al comportamiento de los oferentes se requiere para gastos que se deben incurrir en un mes en la prestación del servicio. Se toma en cuenta los rubros siguientes:

Disponibilidad de caja.- Para la prestación del servicio se requiere determinar la disponibilidad de caja; por lo tanto, se necesita la cantidad de 43,980.00 dólares para poder realizar las operaciones durante el primer mes y permitirá tomar en cuenta lo siguiente:

Cuadro N° 49

DISPONIBILIDAD DE CAJA PARA UN MES

CONCEPTO	VALOR
Costo del servicio	\$ 40.845,27
Gastos administrativos	\$ 5.520,66
Encaje mínimo	\$ 114,07
TOTAL	\$ 46.480,00

Sin considerar depreciaciones, amortizaciones e intereses

FUENTE: Presupuesto de costos

ELABORACIÓN: La Autora

Cuadro N° 50

INVERSIÓN DEL PROYECTO

CONCEPTO	PARCIAL	VALOR
ACTIVOS FIJOS		\$ 176.520,00
Terreno	\$ 15.000,00	
Construcciones	\$ 76.400,00	
Vehículos	\$ 18.000,00	
Maquinaria y equipo	\$ 26.200,00	
Muebles y enseres	\$ 40.920,00	
ACTIVOS DIFERIDOS		\$ 4.000,00
Investigación preliminar	\$ 1.000,00	
Estudios y diseños	\$ 2.000,00	
Puesta en marcha	\$ 1.000,00	
CAPITAL DE TRABAJO		\$ 46.480,00
Costo del servicio	\$ 40.845,27	
Gastos administrativos	\$ 5.520,66	
Encaje mínimo	\$ 114,07	
TOTAL		\$ 227.000,00

Sin considerar depreciaciones, amortizaciones e intereses

FUENTE: Cuadros de inversiones

ELABORACIÓN: La Autora

7.4.2. FINANCIAMIENTO

El financiamiento se lo hará en parte con capital propio y con crédito externo acudiendo a una entidad crediticia, que otorgue ayuda para el fomento de actividades de pequeña y mediana empresa, con un plazo de cinco años sin periodo de gracia y a una tasa de interés flotante, pero que para efectos de cálculo se toma a la tasa vigente en el mes de octubre de 2014 que es del 13%, los pagos se realizarán semestralmente ya que es una de las políticas aceptadas por la entidad financiera.

El monto del empréstito se lo requiere por la suma de 100,000.00 dólares y que representan el 44,05% del total de las inversiones necesarias para el proyecto y servirá para el financiamiento de activos fijos según las

condiciones de crédito del Banco. Los demás activos se cubrirán con capital accionario de los inversionistas, a continuación se presentan los términos del crédito y la tabla de amortización. En el siguiente cuadro se presentan las condiciones del banco, para el préstamo a largo plazo que financiará las inversiones.

Cuadro Nº 51

PRÉSTAMO DEL BANCO DE FOMENTO

MONTO	: 100,000.00
INTERÉS	: 13%
ENTIDAD	: Banco de Fomento
PLAZO	: Cinco años
PERIODO DE GRACIA	: No
PERIODO DE PAGO	: Semestral
LÍNEA DE CRÉDITO	: crédito segmento comercial

PER.	AMORT.	CAPITAL	INTERÉS	DIVIDENDO	PAGO AÑO
1	\$ 10.000,00	\$ 100.000,00	\$ 6.500,00	\$ 16.500,00	
2	\$ 10.000,00	\$ 90.000,00	\$ 5.850,00	\$ 15.850,00	\$ 32.350,00
3	\$ 10.000,00	\$ 80.000,00	\$ 5.200,00	\$ 15.200,00	
4	\$ 10.000,00	\$ 70.000,00	\$ 4.550,00	\$ 14.550,00	\$ 29.750,00
5	\$ 10.000,00	\$ 60.000,00	\$ 3.900,00	\$ 13.900,00	
6	\$ 10.000,00	\$ 50.000,00	\$ 3.250,00	\$ 13.250,00	\$ 27.150,00
7	\$ 10.000,00	\$ 40.000,00	\$ 2.600,00	\$ 12.600,00	
8	\$ 10.000,00	\$ 30.000,00	\$ 1.950,00	\$ 11.950,00	\$ 24.550,00
9	\$ 10.000,00	\$ 20.000,00	\$ 1.300,00	\$ 11.300,00	
10	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 650,00	\$ 10.650,00	\$ 21.950,00
	\$ 100.000,00		\$ 35.750,00	\$ 135.750,00	\$ 135.750,00

FUENTE: Banco Nacional de Fomento, octubre 2014

ELABORACIÓN: La Autora

7.4.3. ANÁLISIS DE COSTOS

Tiene como objetivo la planificación de los ingresos y egresos de este proyecto a lo largo de sus operaciones. Estará determinado por los requerimientos que cada área ha generado. Se debe tener en cuenta algunos supuestos y consideraciones para la elaboración de los mismos, como considerar el índice de inflación anual del año 2014 de 3% y lo conservamos como una constante para todos los años de vida útil del proyecto.

Para realizar los presupuestos se toma el primer año en el presente proyecto considerando los costos actuales de materiales y suministros al mes de octubre de 2014 y que regirán para la ciudad de Gualaquiza, en la ejecución del proyecto; así como, los precios que se cobrarán.

7.4.3.1. Costo total de Producción del Servicio.- Se prevé funcionar desde el primer año con el 47.74% de la capacidad instalada; la empresa organizadora de eventos sociales como se propone es compañía limitada, tenderá a realizar convenios interinstitucionales a fin de acaparar el mayor número de usuarios además de utilizar una campaña agresiva publicitaria considerando que los usuarios se sienten a gusto con los servicios que presta.

Materiales Directos para el Servicio

La empresa para la organización de cada evento debe incurrir en el uso de diferentes materiales e insumos necesarios para brindar el servicio en base a lo ofertado.

Lo que se realiza a continuación es detallar el valor unitario y promedio de lo requerido para cada evento como es: alimentación, bebidas y licores, montaje de salón, decoración, música, filmación y fotografía. En donde se realiza la multiplicación de la cantidad anual de eventos por el valor unitario de cada uno de los rubros por la cantidad requerida en cada evento.

Cabe indicar que la empresa como valor agregado al servicio no cobrará el alquiler del local.

Alimentación.- Se toma en cuenta todo el gasto que representa la preparación de 312 eventos anuales y cada evento con un promedio de 100 raciones alimenticias, para los usuarios del servicio de eventos sociales. Para el cálculo se toma como referencia los restaurantes de comida de la localidad, que se encuentran cobrando un valor promedio de 5.00 dólares por plato de dos carnes. El costo será de \$ 156.000.00.

Bebidas y Licores.- La empresa ofrecerá un solo paquete “Categoría A”, por lo tanto se ha estimado que para cada evento se destinarán 15 botellas de la o las bebidas que el cliente escoja, a un precio de \$13.00, que multiplicados por los 312 eventos anuales nos da un gasto de \$60.840.00. Se tomó en cuenta precios dados por las Distribuidoras del mercado de la ciudad de Loja.

Montaje de Salón.- La empresa contará con dos salones con capacidad para 100 y 200 personas respectivamente, se realizará el montaje de los salones de acuerdo al requerimiento del cliente por un costo de \$100.00 por evento dando un costo total anual por los 312 eventos de \$31.200.00.

Decoración.- La empresa se encargará de realizar la decoración del salón de eventos de acuerdo a la preferencia del cliente, ya sea este con flores, globos, hileras, arcos, telas etc. Por un valor de \$200.00 por evento por un total de 312 eventos anuales que incurre en un gasto de \$62.400,00.

Música.- Dentro del paquete se ofrecerá discomóvil con variedad de música por un costo de \$100.00 por evento con un total anual de \$31.200.00.

Filmación.- En el paquete promocional de la empresa el costo de este rubro se estima es \$100.00 por evento y \$31.200.00 anualmente.

Fotografía.- Este complemento del servicio incurre en un costo de \$100.00 por evento y \$31.200.00 anualmente.

Los costos antes citados fueron obtenidos de entrevistas realizadas a los oferentes de la localidad y de la ciudad de Loja que brindan este tipo de servicio, con quienes se mantuvo conversaciones directas para realizar contrataciones a largo plazo a fin de abaratar los costos.

Cuadro N°52

PRESUPUESTO DE LOS MATERIALES DIRECTOS PARA LA

ORGANIZACIÓN DE EVENTOS SOCIALES

AÑOS	SERVICIOS ANUALES	CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR	VALOR	VALOR TOTAL
			POR EVENTO	UNITARIO	USD.	ANUAL USD.
2015	312	Alimentación	100	5,00	156.000,00	404.040,00
	312	Bebidas y Licores	15	13,00	60.840,00	
	312	Montaje de Salon	1	100,00	31.200,00	
	312	Decoracion	1	200,00	62.400,00	
	312	Musica	1	100,00	31.200,00	
	312	Filmación	1	100,00	31.200,00	
2016	312	Alimentación	100	5,15	160.680,00	416.161,20
	312	Bebidas y Licores	15	13,39	62.665,20	
	312	Montaje de Salon	1	103,00	32.136,00	
	312	Decoracion	1	206,00	64.272,00	
	312	Musica	1	103,00	32.136,00	
	312	Filmación	1	103,00	32.136,00	
2017	312	Alimentación	100	5,30	165.500,40	428.646,04
	312	Bebidas y Licores	15	13,79	64.545,16	
	312	Montaje de Salon	1	106,09	33.100,08	
	312	Decoracion	1	212,18	66.200,16	
	312	Musica	1	106,09	33.100,08	
	312	Filmación	1	106,09	33.100,08	
2018	312	Alimentación	100	5,46	170.465,41	441.505,42
	312	Bebidas y Licores	15	14,21	66.481,51	
	312	Montaje de Salon	1	109,27	34.093,08	
	312	Decoracion	1	218,55	68.186,16	
	312	Musica	1	109,27	34.093,08	
	312	Filmación	1	109,27	34.093,08	
2019	312	Alimentación	100	5,63	175.579,37	454.750,58
	312	Bebidas y Licores	15	14,63	68.475,96	
	312	Montaje de Salon	1	112,55	35.115,87	
	312	Decoracion	1	225,10	70.231,75	
	312	Musica	1	112,55	35.115,87	
	312	Filmación	1	112,55	35.115,87	
	312	Fotografía	1	112,55	35.115,87	

FUENTE: Cotizaciones Gualaquiza y Cuenca

ELABORACIÓN: La Autora

Personal de servicio.- Se toma en cuenta todo el personal que estará prestando sus servicios en todo lo que se relaciona con la atención al usuario en forma directa, que llegue a la empresa de eventos sociales,

desde el momento en que llega el usuario, esto es 2 vigilantes, 1 recepcionistas, 2 barman, 4 meseros, 2 chef, 1 Maestro de ceremonias.

En el siguiente cuadro se establece las remuneraciones que percibirá el personal de servicios de conformidad con lo que establece la Ley de Sueldos y Salarios a diciembre de 2014, que en el presente caso es por mes, cuyo monto es de \$ 74.400.80.

Cuadro Nº 53

SALARIOS DEL PERSONAL DE SERVICIO

CONCEPTO	VIGILANTE	RECEPC.	BARMAN	MESEROS	CHEF	MAESTRO
Sueldo básico	\$ 8.160,00	\$ 4.080,00	\$ 8.160,00	\$ 16.320,00	\$ 12.000,00	\$ 4.080,00
Décimo tercero	\$ 680,00	\$ 340,00	\$ 680,00	\$ 1.360,00	\$ 1.000,00	\$ 340,00
Décimo cuarto	\$ 680,00	\$ 340,00	\$ 680,00	\$ 1.360,00	\$ 680,00	\$ 340,00
Aporte patronal +	\$ 1.007,76	\$ 503,88	\$ 1.007,76	\$ 2.015,52	\$ 1.482,00	\$ 503,88
Fondos de reserva	\$ 680,00	\$ 340,00	\$ 680,00	\$ 1.360,00	\$ 1.000,00	\$ 340,00
Vacaciones	\$ 340,00	\$ 170,00	\$ 340,00	\$ 680,00	\$ 500,00	\$ 170,00
TOTAL	\$ 11.547,76	\$ 5.773,88	\$ 11.547,76	\$ 23.095,52	\$ 16.662,00	\$ 5.773,88

FUENTE: Ley de sueldos y salarios

ELABORACIÓN: La Autora

GASTOS DEL SERVICIO

Agua, que se utiliza en el proceso del servicio, aseo y limpieza, con una participación que para el primer año se consumirán 13.104 litros equivalentes a 131 metros cúbicos aproximadamente a un costo de \$ 0.50; por cuyo concepto se gastarán \$ 6,552.00 anuales, considerando que el agua la concede el GAD Municipal de Gualaquiza.

Mantenimiento, son gastos que se realizan para tener los activos fijos en óptimas condiciones de funcionamiento, por lo que se considera un uno por ciento de las inversiones de la empresa de eventos sociales en activos fijos, en consecuencia el gasto anual es de \$ 1,765.20

Energía eléctrica, que por kilovatio hora de consumo cuesta \$ 0.45 y se estima que en el año se requiere 3.600 kilovatios, por tanto se pagará la cantidad de \$ 1,620.00. De conformidad con la EERSSA.

Seguro, se pagará una póliza del uno por ciento de los activos fijos por cada año de funcionamiento y cubrirá los riesgos de incendios y robos, cuyo monto anual es de \$ 1,765.20.

Depreciaciones, para el cálculo se aplica el método de línea recta en función de los años de vida útil de los bienes y sin valor residual, tomando la referencia de la Contraloría General del Estado, que fija 30 años para construcciones y 10 años para bienes muebles y maquinaria y equipo. El cálculo por este concepto es de \$ 15.150.67.

Cuadro N° 54
DEPRECIACIÓN CONSTRUCCIONES

DEPRECIACION CONSTRUCCIONES			
VALOR DEL ACTIVO	76.400,00		
VIDA ÚTIL (AÑOS)	30		
% DEPRECIACIÓN	25%		
DEPRECIACIÓN	2.546,67		
AÑOS	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			76.400,00
1	2.546,67	2.546,67	73.853,33
2	2.546,67	5.093,34	71.306,67
3	2.546,67	7.640,01	68.760,00
4	2.546,67	10.186,67	66.213,33
5	2.546,67	12.733,34	63.666,67
6	2.546,67	15.280,01	61.120,00
7	2.546,67	17.826,68	58.573,33
8	2.546,67	20.373,35	56.026,67
9	2.546,67	22.920,02	53.480,00
10	2.546,67	25.466,69	50.933,33
11	2.546,67	28.013,36	48.386,67
12	2.546,67	30.560,03	45.840,00
13	2.546,67	33.106,69	43.293,33
14	2.546,67	35.653,36	40.746,67
15	2.546,67	38.200,03	38.200,00
16	2.546,67	40.746,70	35.653,33
17	2.546,67	43.293,37	33.106,67
18	2.546,67	45.840,04	30.560,00
19	2.546,67	48.386,71	28.013,33
20	2.546,67	50.933,38	25.466,67
21	2.546,67	53.480,05	22.920,00
22	2.546,67	56.026,71	20.373,33
23	2.546,67	58.573,38	17.826,67
24	2.546,67	61.120,05	15.280,00
25	2.546,67	63.666,72	12.733,33
26	2.546,67	66.213,39	10.186,67
27	2.546,67	68.760,06	7.640,00
28	2.546,67	71.306,73	5.093,33
29	2.546,67	73.853,40	2.546,67
30	2.546,67	76.400,07	0,00

Elaboracion: La autora

Cuadro N° 55

DEPRECIACIÓN VEHÍCULO

DEPRECIACION VEHICULO			
VALOR DEL ACTIVO	18.000,00		
VIDA ÚTIL (AÑOS)	5		
% DEPRECIACIÓN	20%		
DEPRECIACIÓN	3.600,00		
AÑOS	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			18.000,00
1	3.600,00	3.600,00	14.400,00
2	1.800,00	5.400,00	10.800,00
3	1.800,00	7.200,00	7.200,00
4	1.800,00	9.000,00	3.600,00
5	3.600,00	12.600,00	-

Elaboracion: La autora

Cuadro N° 56

DEPRECIACIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO

DEPRECIACION MAQUINARIA Y EQUIPOS			
VALOR DEL ACTIVO	25.250,00		
VIDA ÚTIL (AÑOS)	10		
% DEPRECIACIÓN	10%		
DEPRECIACIÓN	2.525,00		
AÑOS	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			25.250,00
1	2.525,00	2.525,00	22.725,00
2	2.525,00	5.050,00	20.200,00
3	2.525,00	7.575,00	17.675,00
4	2.525,00	10.100,00	15.150,00
5	2.525,00	12.625,00	12.625,00
6	2.525,00	15.150,00	10.100,00
7	2.525,00	17.675,00	7.575,00
8	2.525,00	20.200,00	5.050,00
9	2.525,00	22.725,00	2.525,00
10	2.525,00	25.250,00	-

Elaboracion: La autora

Cuadro N° 57

DEPRECIACIÓN EQUIPO DE CÓMPUTO

DEPRECIACION EQUIPO DE COMPUTO			
VALOR DEL ACTIVO	950,00		
VIDA ÚTIL (AÑOS)	3		
% DEPRECIACIÓN	33%		
DEPRECIACIÓN	316,67		
AÑOS	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			950,00
1	316,64	316,64	633,37
2	316,64	633,27	316,73
3	316,64	949,91	0,10

Elaboracion: La autora

**Cuadro N° 58
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES**

DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES			
VALOR DEL ACTIVO	40.920,00		
VIDA ÚTIL (AÑOS)	10		
% DEPRECIACIÓN	10%		
DEPRECIACIÓN	4.092,00		
AÑOS	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			40.920,00
1	4.092,00	4.092,00	36.828,00
2	4.092,00	8.184,00	32.736,00
3	4.092,00	12.276,00	28.644,00
4	4.092,00	16.368,00	24.552,00
5	4.092,00	20.460,00	20.460,00
6	4.092,00	24.552,00	16.368,00
7	4.092,00	28.644,00	12.276,00
8	4.092,00	32.736,00	8.184,00
9	4.092,00	36.828,00	4.092,00
10	4.092,00	40.920,00	-

Elaboracion: La autora

**Cuadro N° 59
RESUMEN DEPRECIACIONES**

ACTIVOS	VALOR	VIDA UTIL	DEPREC.	V. RESC.
Construcciones	\$ 76.400,00	30	\$ 2.546,67	\$ 63.666,67
Maquinaria y equipos	\$ 25.250,00	10	\$ 2.525,00	\$ 12.625,00
Vehículo	\$ 18.000,00	5	\$ 3.600,00	\$ -
Equipo de oficina	\$ 950,00	3	\$ 316,67	\$ -
Muebles y enseres	\$ 40.920,00	10	\$ 4.092,00	\$ 20.460,00
TOTAL	\$ 161.520,00		\$ 13.080,33	\$ 96.751,67

FUENTE: Cuadro N°54,55; 56; 57; 58

ELABORACIÓN: La Autora

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Son aquellos gastos que necesariamente se los ejecutan, para lograr el funcionamiento de la empresa con eficacia, eficiencia y economía; y, son los siguientes:

Sueldos, en este rubro se toma en cuenta lo que gana el Gerente, Contador, Secretaria y Conserje; y, que durante el funcionamiento de la empresa permanecerán estables cuyo monto anual se lo establece en \$ 38,757.88.

Cuadro Nº 60

SUELDOS ADMINISTRATIVOS

CONCEPTO	GERENTE	CONTAD.	SECRET.	CONSER.
Sueldo básico	\$ 12.000,00	\$ 7.200,00	\$ 4.800,00	\$ 4.080,00
Décimo tercero	\$ 1.000,00	\$ 600,00	\$ 400,00	\$ 340,00
Décimo cuarto	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00
Aporte patronal +	\$ 1.482,00	\$ 889,20	\$ 592,80	\$ 503,88
Fondos de reserva	\$ 1.000,00	\$ 600,00	\$ 400,00	\$ 340,00
Vacaciones	\$ 500,00	\$ 300,00	\$ 200,00	\$ 170,00
TOTAL	\$ 16.322,00	\$ 9.929,20	\$ 6.732,80	\$ 5.773,88

FUENTE: Ley de sueldos y salarios
ELABORACIÓN: La Autora

Útiles de oficina.- Son los gastos que se efectuarán en la compra de papel, facturas, bolígrafos, etc. y su total es de \$ 600.00.

Promociones.- Con la finalidad de hacer conocer los servicios de eventos sociales en el cantón Gualaquiza, se implementará un plan de publicidad que consistirá en utilizar los medios de comunicación más importantes y en los horarios más convenientes, para cuyos programas se establece un costo de:

Televisión \$ 21.25 x 520 segundos = \$ 11,050.00

Radio \$ 1.20 x 10.000 cuñas = \$ 12,000.00

Periódico \$ 35.00 x 104 días = \$ 3,640.00

Sumando se tiene que se gastará en promoción un total de \$ 26,690.00.

Gastos financieros.- Son los valores que por intereses del crédito obtenido se pagará y que para el primer año de operación originan la cantidad de \$ 12,350.00 y por varios como son chequeras y cobro de servicios bancarios la cantidad de \$ 200.00; por lo tanto el valor asciende a \$ 12,550.00.

7.4.3.2. DETERMINACIÓN DE COSTOS.

Es un instrumento del proyecto de inversión, que nos permite determinar y asignar los recursos requeridos para la consecución de lo que se ha propuesto, el presupuesto determina una reseña total del plan de operaciones para los 5 años que es la vida económica de la empresa, considerando para cada año la tasa de inflación del mes de octubre de 2014 que es del 3 % dato otorgado por el Banco Central del Ecuador.

En el cuadro siguiente se describe de forma detallada, ordenada y estimada de los rubros administrativos, operativos, financieros, contables los cuales han sido desagregados en capítulos precedentes.

Cuadro N° 61
PRESUPUESTO DE COSTOS TOTALES (OPERACIONES)

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DEL SERVICIO	503.223,54	517.927,84	533.073,26	548.673,05	564.740,83
Personal de servicio	\$ 74.400,80	\$ 76.632,82	\$ 78.931,81	\$ 81.299,76	\$ 83.738,76
Materiales directos para el serv.	\$ 404.040,00	\$ 416.161,20	\$ 428.646,04	\$ 441.505,42	\$ 454.750,58
Agua	\$ 6.552,00	\$ 6.748,56	\$ 6.951,02	\$ 7.159,55	\$ 7.374,33
Mantenimiento	\$ 1.765,20	\$ 1.818,16	\$ 1.872,70	\$ 1.928,88	\$ 1.986,75
Energía eléctrica	\$ 1.620,00	\$ 1.668,60	\$ 1.718,66	\$ 1.770,22	\$ 1.823,32
Seguros	\$ 1.765,20	\$ 1.818,16	\$ 1.872,70	\$ 1.928,88	\$ 1.986,75
Depreciacion Construcciones	\$ 2.546,67	\$ 2.546,67	\$ 2.546,67	\$ 2.546,67	\$ 2.546,67
Depreciación Vehiculo	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00
Depreciación Maquinaria y Equipo	\$ 2.525,00	\$ 2.525,00	\$ 2.525,00	\$ 2.525,00	\$ 2.525,00
Depreciación Equipo de Cómputo	\$ 316,67	\$ 316,67	\$ 316,67	\$ 316,67	\$ 316,67
Depreciación Muebles y Enseres	\$ 4.092,00	\$ 4.092,00	\$ 4.092,00	\$ 4.092,00	\$ 4.092,00
GASTOS ADMINISTRAT.	79.397,88	78.785,32	78.232,38	77.740,85	77.312,57
Sueldos	\$ 38.757,88	\$ 39.920,62	\$ 41.118,23	\$ 42.351,78	\$ 43.622,34
Utiles de oficina	\$ 600,00	\$ 618,00	\$ 636,54	\$ 655,64	\$ 675,31
Amortizaciones activo Diferido	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00
Promociones	\$ 26.690,00	\$ 27.490,70	\$ 28.315,42	\$ 29.164,88	\$ 30.039,83
Intereses	\$ 12.350,00	\$ 9.750,00	\$ 7.150,00	\$ 4.550,00	\$ 1.950,00
Gastos financieros	\$ 200,00	\$ 206,00	\$ 212,18	\$ 218,55	\$ 225,10
TOTAL	\$ 582.621,42	\$ 596.713,15	\$ 611.305,64	\$ 626.413,90	\$ 642.053,40

FUENTE: Cuadro de presupuestos
ELABORACIÓN:

La

Autora

7.4.3.2.1. COSTO UNITARIO DEL SERVICIO

El servicio de organización de eventos sociales comprende la realización de 312 eventos a un costo unitario de 1.867.38 para el primer año.

$$\text{Costo unitario} = \frac{\text{Costo Total del (Año 1)}}{\text{Numero de unidades producidas (Año1)}}$$

$$\text{Costo unitario} = \frac{582.621,42}{312}$$

$$\text{Costo unitario} = 1.867,38$$

Cuadro N° 62

COSTO UNITARIO DEL SERVICIO DE EVENTOS SOCIALES

AÑO	TOTAL DE GASTOS	TOTAL SERVICIOS	COSTO DEL SERVICIO
1	582.621,42	312	1.867,38
2	596.713,15	312	1.912,54
3	611.305,64	312	1.959,31
4	626.413,90	312	2.007,74
5	642.053,40	312	2.057,86

FUENTE: Cuadro N° 61 presupuesto de costos totales
ELABORACIÓN: La Autora

7.4.3.2.2. PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO

Para establecer el precio de venta al público se debe considerar como base el costo unitario del servicio al cual agregamos un margen de

utilidad del 34% para el primer año, y para los siguientes años se proyecta el margen de utilidad en base al índice de inflación.

A continuación se establece el precio de venta al público del servicio de eventos sociales:

Cuadro N° 63

PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO

AÑO	COSTO DEL SERVICIO	MARGEN DE UTILIDAD	UTILIDAD	COSTO TOTAL DEL SERVICIO
1	1.867,38	0,34	633,04	2.500
2	1.912,54	0,35	669,77	2.582
3	1.959,31	0,36	706,72	2.666
4	2.007,74	0,37	745,87	2.754
5	2.057,86	0,38	787,34	2.845

FUENTE: Cuadro de presupuestos
ELABORACIÓN: La Autora

$PV = \text{Costo de Producción} + MUB$

$PV = 1867.38 + 633.04$

$PV = 2.500$

7.4.3.2.3. INGRESOS POR VENTAS

Los ingresos que genera el proyecto, corresponden básicamente a la prestación del servicio. Para determinar el ingreso por ventas se multiplica el precio de venta al público por el número de servicios prestados como se describe a continuación:

Cuadro N° 64**ESTIMACIÓN DE INGRESOS**

AÑO	P.V.P	TOTAL SERVICIO	TOTAL INGRESO
1	2500	312	780.130,08
2	2582	312	805.682,10
3	2666	312	831.803,58
4	2754	312	859.126,66
5	2845	312	887.703,03

FUENTE: Cuadro de presupuestos
ELABORACIÓN: La Autora

CLASIFICACION DE COSTOS

Es importante aclarar que para proyectar los costos del segundo hasta el quinto año de la operación se consideró el 3 % de la tasa de inflación acumulada hasta octubre 2014.

COSTOS FIJOS

Representan aquellos valores monetarios en que incurre la empresa por el solo hecho de existir, independientemente si existe o no las ventas.

COSTOS VARIABLES

Son aquellos valores en los que incurre la empresa, en función de su capacidad de prestar el servicio, están en relación directa con los niveles de alquiler del servicio que presta la empresa, la clasificación se presente en el cuadro siguiente:

**Cuadro N° 65
ESTRUCTURA DE COSTOS**

AÑOS CONCEPTO	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	FIJOS	VARIABLES								
COSTO DEL SERVICIO										
Personal de servicio		74.400,80		76.632,82		78.931,81		81.299,76		83.738,76
Materiales directos para el s.		404.040,00		416.161,20		428.646,04		441.505,42		454.750,58
Agua		6.552,00		6.748,56		6.951,02		7.159,55		7.374,33
Mantenimiento		1.765,20		1.818,16		1.872,70		1.928,88		1.986,75
Energía eléctrica		1.620,00		1.668,60		1.718,66		1.770,22		1.823,32
Seguros		1.765,20		1.818,16		1.872,70		1.928,88		1.986,75
Depreciacion Construcciones	2.546,67		2.546,67		2.546,67		2.546,67		2.546,67	
Depreciación Vehiculo	3.600,00		3.600,00		3.600,00		3.600,00		3.600,00	
Depreciación Maquinaria y Equipo	2.525,00		2.525,00		2.525,00		2.525,00		2.525,00	
Depreciación Equipo de Cómputo	316,67		316,67		316,67		316,67		316,67	
Depreciación Muebles y Enseres	4.092,00		4.092,00		4.092,00		4.092,00		4.092,00	
GASTOS ADMINISTRATIVOS										
Personal administrativo	38.757,88		39.920,62		41.118,23		42.351,78		43.622,34	
Útiles de oficina	600,00		618,00		636,54		655,64		675,31	
Amortizaciones	800,00		800,00		800,00		800,00		800,00	
Promociones	26.690,00		27.490,70		28.315,42		29.164,88		30.039,83	
Intereses de crédito	12.350,00		9.750,00		7.150,00		4.550,00		1.950,00	
Gastos financieros	200,00		206,00		212,18		218,55		225,10	
TOTAL	92.478,22	490.143,20	91.865,66	504.847,50	91.312,72	519.992,92	90.821,19	535.592,71	90.392,91	551.660,49
COSTO TOTAL		582.621,42		596.713,15		611.305,64		626.413,90		642.053,40

FUENTE: Cuadro de presupuestos
ELABORACIÓN: La Autora

7.4.4. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

De los datos obtenidos en los presupuestos tanto de ingresos como de gastos se establece la diferencia obteniéndose la utilidad neta y para completar el estado de resultados, se toma en cuenta el 15% de distribución de utilidades entre los servidores de la empresa y posteriormente se aplica el 25% de impuestos a la renta de las sociedades y el 5% de reserva.

El estado de pérdidas y ganancias se lo proyecta durante la vida útil del proyecto y los resultados representan la utilidad líquida para ser distribuida entre sus socios. Para proyectarlos en los cinco años estipulados para la empresa, se toma las siguientes consideraciones:

Los ingresos se calculan en razón de la capacidad utilizada para cada año, con la incidencia del 3% de inflación media para el año 2014.

El costo como es natural está en relación de la capacidad utilizada y para proyectarlos se los divide en costos fijos (no varían con la capacidad productiva) y los costos variables.

Las depreciaciones y amortizaciones no se toman en cuenta, ya que no sufren alteraciones durante la vida útil y los intereses se los considera como tasa fija, para luego incluirlos como gastos.

7.4.5. FLUJO DE FONDOS

Esta información económica permite tomar decisiones sobre la evolución de la empresa durante los cinco años de gestión empresarial, en donde se agrupan las fuentes de acuerdo al origen de los fondos como son el capital propio, el préstamo bancario realizado, el valor de rescate de las inversiones y las ventas por la prestación de servicios.

Los usos corresponden a las inversiones fijas efectuadas, los gastos del servicio, el servicio de la deuda, las utilidades a distribuir, las amortizaciones y el pago de impuestos.

A continuación se presentan los presupuestos proyectados, los estados de resultados y el flujo de fondos del proyecto.

Cuadro N° 66

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Venta de servicios	\$ 780.130,08	\$ 805.682,10	\$ 831.803,58	\$ 859.126,66	\$ 887.703,03
(-) Costos del servicio	\$ 503.223,54	\$ 517.927,84	\$ 533.073,26	\$ 548.673,05	\$ 564.740,83
UTILIDAD BRUTA	\$ 276.906,54	\$ 287.754,26	\$ 298.730,32	\$ 310.453,61	\$ 322.962,20
(-) Gastos administrativos	\$ 79.397,88	\$ 78.785,32	\$ 78.232,17	\$ 77.740,86	\$ 77.312,57
UTILIDAD NETA	\$ 197.508,66	\$ 208.968,94	\$ 220.498,15	\$ 232.712,75	\$ 245.649,63
(-) 15% distribuc. Utilid.	\$ 29.626,30	\$ 31.345,34	\$ 33.074,72	\$ 34.906,91	\$ 36.847,44
UTILIDAD ANTES DE IMP.	\$ 167.882,36	\$ 177.623,60	\$ 187.423,43	\$ 197.805,84	\$ 208.802,19
(-) 25% impuesto renta	\$ 41.970,59	\$ 44.405,90	\$ 46.855,86	\$ 49.451,46	\$ 52.200,55
UTILIDAD LIQUIDA	\$ 125.911,77	\$ 133.217,70	\$ 140.567,57	\$ 148.354,38	\$ 156.601,64

FUENTE: Cuadros de ingresos y costos.
ELABORACIÓN: La Autora

7.4.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

Se fundamenta en el criterio de que la empresa proyectada, no obtiene ganancias ni sufre pérdidas en un momento dado, esto quiere decir, que se encuentra en un punto en donde los ingresos se igualan a los gastos.

Para el cálculo del punto de equilibrio se utilizan las fórmulas en función de las ventas y la capacidad productiva, que a continuación se presentan:

$$PE = \frac{CF}{1 - CV/VT}$$

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} \times 100$$

En donde: PE = Punto de equilibrio

CF = Costos fijo

CV = Costos variables

VT = Ventas totales

CALCULO PUNTO DEL EQUILIBRIO

AÑO 1

Método Matemático:

EN FUNCION DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{92.478.22}{1 - 490.143.20 / 780,130.08} = \frac{92.478.22}{1 - 0.6282839} = \frac{92.478.22}{0.371716} = 248.787.23$$

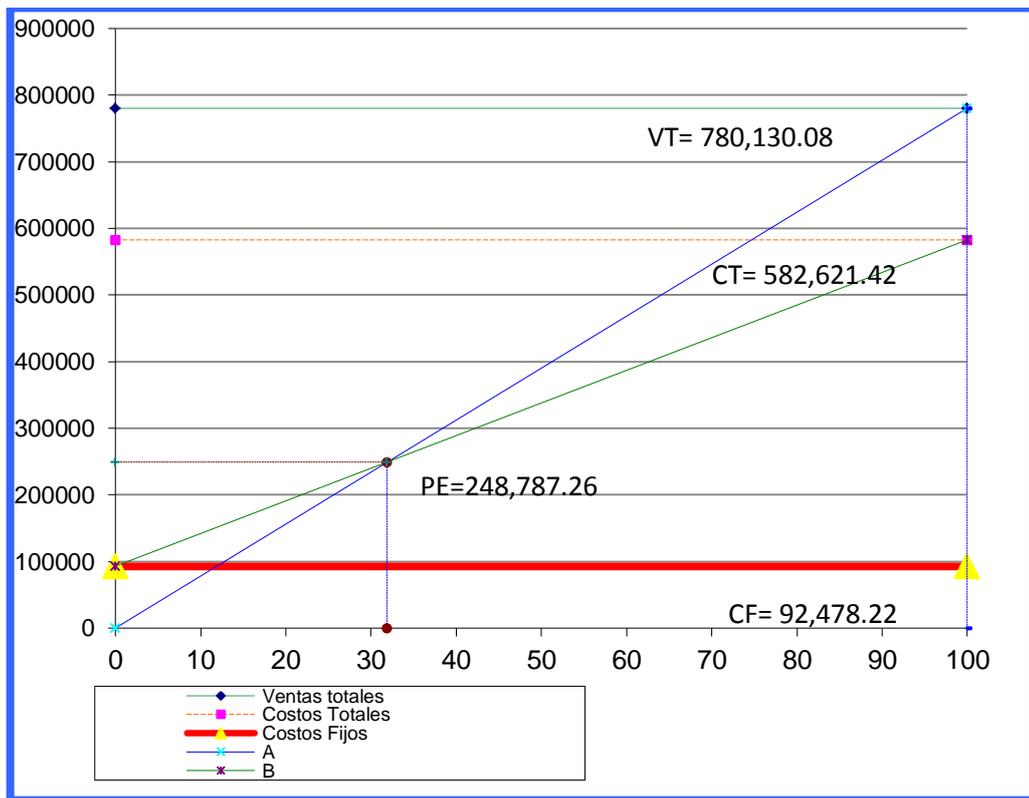
EN FUNCION DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{92.478.22}{780,130.08 - 490.143.20} \times 100 = \frac{92.478.22}{289.986.88} \times 100 = 31.89\%$$

REPRESENTACIÓN GRÁFICA

Gráfico N° 33

PUNTO DE EQUILIBRIO DEL PRIMER AÑO



FUENTE Y ELABORACIÓN: La Autora

CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

AÑO 5

Método Matemático:

EN FUNCION DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{90.392.91}{1 - 551.660.49 / 887.703.03} = \frac{90.392.91}{1 - 0.6214471} = 238.785.42$$

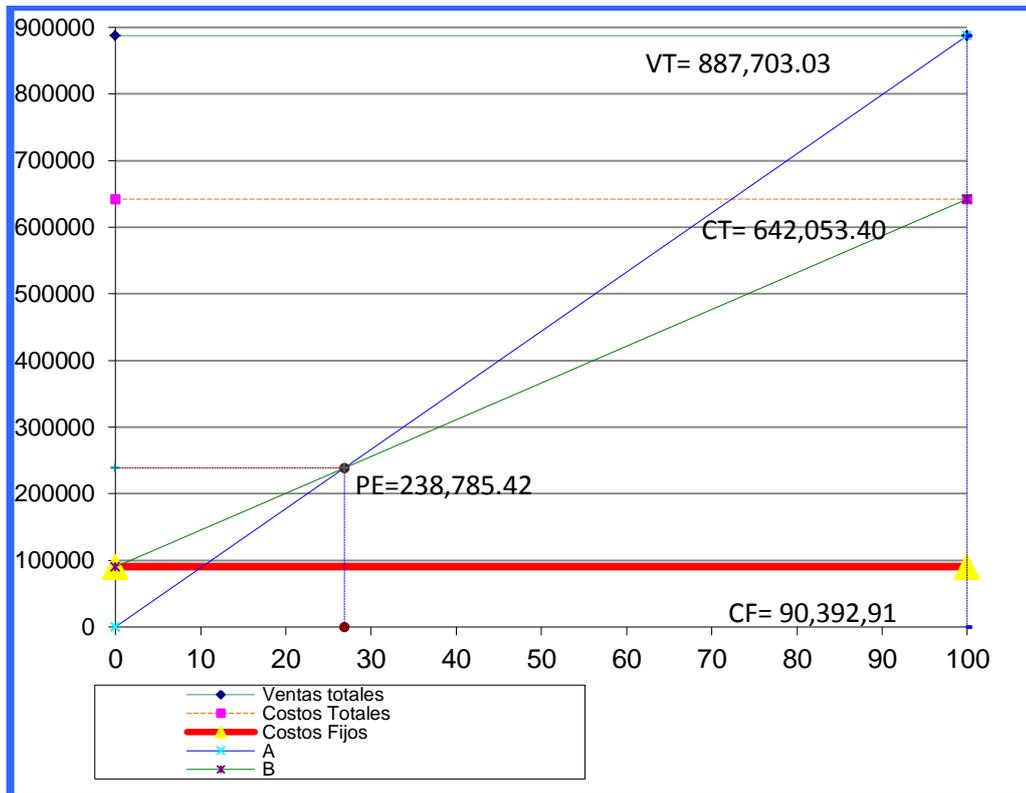
EN FUNCION DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{90.392.21}{887.703.03 - 551.660.49} \times 100 = \frac{90.392.91}{336.042.54} \times 100 = 26.90\%$$

REPRESENTACIÓN GRÁFICA

Gráfico N° 34

PUNTO DE EQUILIBRIO DEL QUINTO AÑO



FUENTE Y ELABORACIÓN: La Autora

7.5. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

7.5.1. FLUJO DE CAJA

Se puede elaborar flujos de caja mensuales, para un periodo de producción, un semestre o año, dependiendo del objetivo del mismo. Para el presente caso se elabora un flujo de caja anual con la finalidad de evaluar el movimiento de efectivo, prever periodos de liquidez y evaluar la rentabilidad de las inversiones en prestación de servicios. Previamente se tiene que definir el número de años a considerar en la evaluación del proyecto, en este caso el flujo de caja es para cinco años.

Cuadro N° 67

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FUENTES DE INGRESO					
Ingresos por ventas	\$ 780.130,08	\$ 805.682,10	\$ 831.803,58	\$ 859.126,66	\$ 887.703,03
Valor de salvamento			\$ 316,64		\$ 96.751,67
Total ingresos	\$ 780.130,08	\$ 805.682,10	\$ 832.120,22	\$ 859.126,66	\$ 984.454,70
FUENTES DE EGRESO					
Costos de producción	\$ 503.223,54	\$ 517.927,84	\$ 533.073,26	\$ 548.673,05	\$ 564.740,83
Gastos administrativos	\$ 79.397,88	\$ 78.785,32	\$ 78.232,17	\$ 77.740,86	\$ 77.312,58
(-) Depreciaciones	\$ 13.080,34	\$ 13.080,34	\$ 13.080,34	\$ 13.080,34	\$ 13.080,34
(-) Amotización del diferido	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00
15% distribución de utilidades	\$ 29.488,14	\$ 30.884,38	\$ 32.210,84	\$ 33.768,32	\$ 35.257,87
25% de impuesto a la renta	\$ 41.774,88	\$ 43.752,87	\$ 45.773,68	\$ 47.838,46	\$ 49.948,65
Amortización del crédito	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00
Total egresos	\$ 660.004,10	\$ 677.470,07	\$ 695.409,61	\$ 714.140,35	\$ 733.379,59
FLUJO DE CAJA	\$ 120.125,98	\$ 128.212,03	\$ 136.710,61	\$ 144.986,31	\$ 251.075,11

Sin considerar: depreciaciones y amortizaciones

FUENTE: Cuadros de costos, ingresos e inversiones

ELABORACIÓN: La Autora

La utilidad neta se obtiene del estado de resultados proyectados para 5 años, las amortizaciones de intangibles son datos que se obtienen de los presupuestos de costos de producción del rubro costo diferido.

El valor de salvamento se obtiene de las depreciaciones y las inversiones. Las variaciones de caja para cada año constituyen flujos de efectivo, para los cálculos de la evaluación financiera.

7.5.2. VALOR ACTUAL NETO

El valor actual neto, se utiliza para determinar el saldo actualizado, luego de la vida útil del proyecto, bajo este concepto es factible de realizarlo cuando el valor actual neto es positivo, siempre y cuando la tasa de actualización utilizada sea un porcentaje que corresponda al costo de oportunidad en el mercado financiero. En el presente análisis se utiliza la tasa del 13% en razón de que se paga el crédito bancario a ese interés, además se incluye el valor de rescate al final del proyecto y no se toman en cuenta los valores por amortizaciones, reservas, intereses y depreciaciones en el flujo de fondos; obteniéndose un valor actual neto positivo de \$ 299.345.38; por lo tanto el proyecto es factible de ejecutarlo.

Cuadro N° 68

VALOR ACTUAL NETO

AÑOS	INGRESOS EFECTIVOS	EGRESOS EFECTIVOS	FACTOR 13%	ACTUALIZACIÓN		VALOR ACTUAL
				INGRESOS	EGRESOS	
						\$ -227.000,00
2015	\$ 780.130,08	660.004,10	0,88495575	\$ 690.380,60	\$ 584.074,42	\$ 106.306,18
2016	\$ 805.682,10	677.870,07	0,78314668	\$ 630.967,26	\$ 530.871,70	\$ 100.095,57
2017	\$ 832.120,22	695.409,61	0,69305016	\$ 576.701,05	\$ 481.953,74	\$ 94.747,31
2018	\$ 859.126,66	714.140,35	0,61331873	\$ 526.918,47	\$ 437.995,65	\$ 88.922,82
2019	\$ 984.454,70	733.379,59	0,54275994	\$ 534.322,57	\$ 398.049,06	\$ 136.273,51
VALOR ACTUAL NETO						\$ 299.345,38

FUENTE: Cuadro N° 67
ELABORACIÓN: La Autora

7.5.3. RELACIÓN BENEFICIO - COSTO

En la toma de decisiones sobre la implementación de un proyecto de inversión generalmente se espera una rentabilidad adecuada, esta relación la demuestra el beneficio - costo, que nos indica el número de veces que es rentable la inversión, en este estudio se toma la información del cálculo del valor actual neto y se establece que la relación es de 1,22; que significa, que por cada dólar invertido el empresario recibirá 22 centavos más. El beneficio - costo se mide de acuerdo al siguiente criterio: Si la relación es igual a la unidad el proyecto es indiferente; si la relación es menor a la unidad no es rentable el proyecto; y, si la relación es mayor a la unidad el proyecto es rentable por lo tanto ejecutable.

Cuadro N° 69
RELACIÓN BENEFICIO COSTO

INGRESOS EFECTIVOS	EGRESOS EFECTIVOS	FACTOR 13%	ACTUALIZACIÓN	
			INGRESOS	EGRESOS
\$ 780.130,08	660.004,10	0,88495575	\$ 690.380,60	\$ 584.074,42
\$ 805.682,10	677.470,07	0,78314668	\$ 630.967,26	\$ 530.558,44
\$ 832.120,22	695.409,61	0,69305016	\$ 576.701,05	\$ 481.953,74
\$ 859.126,66	714.140,35	0,61331873	\$ 526.918,47	\$ 437.995,65
\$ 984.454,70	733.379,59	0,54275994	\$ 534.322,57	\$ 398.049,06
SUMATORIA			\$ 2.959.289,96	\$ 2.432.631,32

FUENTE: Cuadro N° 67
ELABORACIÓN: La Autora

Para el cálculo se utiliza la siguiente fórmula:

$$B/C = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Costos actualizados}}$$

$$B/C = \frac{2,959.289.96}{2,432.631.32} = 1.22$$

7.5.4. TASA INTERNA DE RETORNO

En los cálculos de factibilidad de un proyecto es necesario buscar un indicador que permita la certeza del valor de la moneda en el futuro, el mismo que debe estar en relación a la cantidad de dinero que dispondrá una vez concluida la vida útil, en este caso cinco años; para ello es

conveniente calcular la tasa interna de retorno a la cual estará sujeta el proyecto.

La tasa interna de retorno calculada es del 53.23% lo cual indica que si es factible realizarlo al proyecto, en razón de que el rendimiento es superior a la tasa de interés que paga la banca local en pólizas de ahorro del 13%.

Cuadro N° 70
TASA INTERNA DE RETORNO

FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN		ACTUALIZACIÓN	
	53,00%	VAN	54,00%	VAN
		\$ -227.000,00		\$ -227.000,00
\$ 120.125,98	0,6535948	\$ 78.513,71	0,649350649	\$ 78.003,88
\$ 128.212,03	0,4271861	\$ 54.770,40	0,421656266	\$ 54.061,41
\$ 136.710,61	0,2792066	\$ 38.170,51	0,27380277	\$ 37.431,74
\$ 144.986,31	0,1824880	\$ 26.458,26	0,177794006	\$ 25.777,70
\$ 251.075,11	0,1192732	\$ 29.946,53	0,115450654	\$ 28.986,79
		\$ 859,41		\$ -2.738,48

FUENTE: Cuadro N° 67
ELABORACIÓN: La Autora

$$\text{TIR} = \text{Tasa menor} + \text{DT} \left| \frac{\text{VAN (+)}}{\text{VAN (+)} - \text{VAN (-)}} \right|$$

$$= 53\% + 1\% \left| \frac{859.41}{859.41 - (-2.738.48)} \right|$$

$$= 53\% + \{771.03/3.596.18\}$$

$$= 53\% + 0.2388650014$$

$$= 53\% + 0.23$$

$$= 53.23\%$$

7.5.5. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Estima el número de años necesarios para recuperar la inversión inicial, es decir los fondos invertidos al inicio del proyecto. La regla de decisión indica que si es igual o superior a los años de vida útil del proyecto se rechaza y si es menor se acepta. Con este propósito se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{PRI} = X_n + \frac{\Sigma \text{FN} - I_o}{\text{FN}_f}$$

En donde: PRI = Periodo de recuperación de la inversión

X_n = Años de recuperación

ΣFN = Sumatoria de los flujos netos para la recuperación

I_o = Inversión inicial

FN_f = Flujo neto del año en el cual se recupera

Cuadro N° 71

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

INGRESOS	EGRESOS	FACTOR	ACTUALIZACIÓN		RECUPERACION	
EFFECTIVOS	EFFECTIVOS	13%	INGRESOS	EGRESOS	FLUJO	ACUMULADO
						\$ (227.000,00)
\$ 780.130,08	\$ 660.004,10	0,884955752	\$ 690.380,60	\$ 584.074,42	\$ 106.306,18	\$ 106.306,18
\$ 805.682,10	\$ 677.470,07	0,783146683	\$ 630.967,26	\$ 530.558,44	\$ 100.408,83	\$ 206.715,00
\$ 832.120,22	\$ 695.409,61	0,693050162	\$ 576.701,05	\$ 481.953,74	\$ 94.747,31	\$ 301.462,31
\$ 859.126,66	\$ 714.140,35	0,613318728	\$ 526.918,47	\$ 437.995,65	\$ 88.922,82	
\$ 984.454,70	\$ 733.379,59	0,542759936	\$ 534.322,57	\$ 398.049,06	\$ 136.273,51	
SUMATORIA			\$ 2.959.289,96	\$ 2.432.631,32	\$ 526.658,64	

FUENTE: Cuadro N° 67
ELABORACIÓN: La Autora

$$\text{PRI} = 3 + \frac{301.462.31 - 227,000.00}{94.747.31}$$

$$= 3 + \frac{74.462.31}{94.747.31}$$

$$= 3 + 0.7859042$$

$$= 3.78$$

3 AÑOS

$$0.7854074 \times 12 = 9.42$$

9 meses

$$0.42 \times 30 =$$

12 días

El resultado de 3.75 representa que las inversiones iniciales se recuperan en 3 años, 9 meses y 12 días; por tanto, como el proyecto se recupera la inversión en menos de los años de vida útil, entonces se acepta su ejecución.

7.5.6. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que se refiere a la posibilidad de efectuar un proyecto debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro; por ello se toman las variables que representan mayor desconfianza como son los costos y los ingresos del proyecto.

Para decidir sobre la implementación de un proyecto de inversión se considera lo siguiente: Si el coeficiente de sensibilidad es igual a la unidad, el proyecto es indiferente; si el coeficiente de sensibilidad es mayor a la unidad, el proyecto es sensible; y, si el coeficiente de sensibilidad es menor a la unidad, el proyecto no es sensible por lo tanto soporta el incremento o decremento analizado.

INCREMENTANDO LOS COSTOS.- Las condiciones del Ecuador económicamente hablando hace que los proyectos se evalúen, a más de las variaciones en los presupuestos, considerando hasta cuanto puede soportar los incrementos en los costos, determinados ya sea por factores internos y/o externos de la empresa y para que el empresario tome decisiones sobre la selección de proveedores y personal que permita optimizar los recursos. El proyecto soporta hasta un 6% de incremento en los costos por lo que es factible implementarlo.

DISMINUYENDO LOS INGRESOS.- La variación en los ingresos permite dar información a los inversionistas hasta qué punto se pueden tomar políticas de precios frente a la competencia. En el presente caso la sensibilidad del proyecto soporta una disminución de un 14%.

Cuadro N° 72

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD INCREMENTANDO LOS COSTOS 4.5%

DECREMENTO DEL 4,5% EN LOS COSTOS							
INGRESOS	EGRESOS	INCREMENTO	FLUJO	ACTUALIZACIÓN		ACTUALIZACIÓN	
EFFECTIVOS	EFFECTIVOS	4,5%	NUEVO	39%	VAN	40%	VAN
					\$ (227.000,00)		\$ (227.000,00)
\$ 780.130,08	\$ 660.004,10	\$ 689.704,28	\$ 90.425,80	0,719424460	\$ 65.054,53	0,714285714	\$ 64.589,85
\$ 805.682,10	\$ 677.470,07	\$ 707.956,22	\$ 97.725,88	0,517571554	\$ 50.580,13	0,510204082	\$ 49.860,14
\$ 832.120,22	\$ 695.409,61	\$ 726.703,04	\$ 105.417,18	0,372353636	\$ 39.252,47	0,364431487	\$ 38.417,34
\$ 859.126,66	\$ 714.140,35	\$ 746.276,67	\$ 112.849,99	0,267880314	\$ 30.230,29	0,260308205	\$ 29.375,78
\$ 984.454,70	\$ 733.379,59	\$ 766.381,67	\$ 218.073,03	0,19271965	\$ 42.026,96	0,185934432	\$ 40.547,28
VALOR ACTUAL NETO					\$ 144,38		\$ -4.209,60

FUENTE: Cuadro N° 67
ELABORACIÓN: La autora

VAN<

$$TIR_n = T < + T (<->) \left[\frac{\text{-----}}{VANT <- VANT >} \right]$$

$$TIR_n = 39\% + (40\% - 39\%) \left[\frac{144.38}{144.38 - (-4.209.60)} \right]$$

$$TIR_n = 39\% + [0.033160]$$

$$= 39\% + 0.0$$

$$= 39\%$$

(1) DIFERENCIA = TIR PROYECTO - NUEVA TIR

$$= 53.23\% - 39\% = 14.23\%$$

(2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

$$= DT / TIR PROYECTO \times 100$$

$$= 14.21\% / 53.23\% \times 100$$

$$= 0.02673304 \times 100$$

$$= 26.73\%$$

(3) SENSIBILIDAD

$$= \% \text{ VARIACIÓN} / NTIR$$

$$= 26.73\% / 39\% = 0.6854626NS$$

Cuadro N° 73

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD, DISMINUYENDO LOS INGRESOS 14%

DECREMENTO DEL 14% EN LOS INGRESOS							
INGRESOS	EGRESOS	DECREMENTO	FLUJO	ACTUALIZACIÓN		ACTUALIZACIÓN	
EFFECTIVOS	EFFECTIVOS	14,0%	NUEVO	41%	VAN	42%	VAN
					\$ (227.000,00)		\$ (227.000,00)
\$ 780.130,08	\$ 660.004,10	\$ 670.911,87	\$ 109.218,21	0,709219858	\$ 77.459,72	0,704225352	\$ 76.914,23
\$ 805.682,10	\$ 677.470,07	\$ 692.886,61	\$ 112.795,49	0,502992807	\$ 56.735,32	0,495933347	\$ 55.939,05
\$ 832.120,22	\$ 695.409,61	\$ 715.623,39	\$ 116.496,83	0,356732487	\$ 41.558,20	0,349248836	\$ 40.686,38
\$ 859.126,66	\$ 14.140,35	\$ 738.848,93	\$ 120.277,73	0,253001764	\$ 30.430,48	0,245949884	\$ 29.582,29
\$ 984.454,70	\$ 733.379,59	\$ 846.631,04	\$ 137.823,66	0,179433875	\$ 24.730,23	0,173204144	\$ 23.871,63
VALOR ACTUAL NETO					\$ 3.913,96		\$ -6,41

FUENTE: Cuadro N° 58
 ELABORACIÓN: La autora

$$TIR_n = t_1 + (t_2 - t_1) \left[\frac{VAN(+)}{VAN(+)-VAN(-)} \right]$$

$$TIR_n = 41\% + (42\% - 41\%) \left[\frac{3.913.96}{3.913.96 - (-6.41)} \right]$$

$$TIR_n = 41\% + 1\% [0.99835729]$$

$$= 41\% + 0.99$$

$$= 41.99\%$$

(1) DIFERENCIA = TIR PROYECTO – TIR NUEVA

$$= 53.23\% - 41.99 = 11.24\%$$

(2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

$$= DT / TIR PROYECTO \times 100$$

$$= 11.24\% / 53.23\% \times 100$$

$$= 0.21115912 \times 100$$

$$= 21.11\%$$

(3) SENSIBILIDAD

$$= \% \text{ VARIACIÓN} / NTIR$$

$$= 21.11\% / 41.99\%$$

$$= 0.50287954NS$$

8. CONCLUSIONES

De la investigación realizada ponemos a consideración de la comunidad universitaria las siguientes conclusiones:

- Los resultados obtenidos en el estudio de mercado muestran una reacción positiva de la gente hacia la propuesta de creación de una empresa de servicios de eventos sociales en el cantón Gualaquiza, además se pudo determinar los gustos y preferencias de nuestros futuros clientes.
- La viabilidad técnica permite observar que son aceptables las probabilidades físicas, materiales y las condiciones necesarias que garanticen la implementación funcional de la empresa.
- La oferta de servicios de eventos sociales en la ciudad de Gualaquiza, respecto a los establecimientos aptos para la atención, cualitativa y cuantitativamente, es deficitaria frente a la demanda. De ahí que las disponibilidades actuales no cubren la demanda existente, más aún el incremento de la demanda estimada para los años futuros.

- El promedio anual de la capacidad receptiva del establecimiento de eventos sociales de Gualaquiza es de 7.258 eventos al año y que representa el 10.06 % de la demanda, lo que significa que existe cierto estancamiento de la oferta de servicios de carácter superior y se comenzará a la prestación del servicio con el 100% de la capacidad instalada.

- Los objetivos se comprueban, por cuanto en la evaluación financiera se determina que si es factible la implementación de la empresa de eventos sociales, ya que el VAN es positivo \$ 299.345.38 la tasa interna de retorno es de 53.23%, el beneficio-costo es de 1.22, el período de recuperación de la inversión se logra a los 3 años, 9 meses y 12 días; y, el análisis de sensibilidad considerando las dos variables más importantes como son los ingresos y los costos se logra hasta un 14% y 4.5 % respectivamente

9. RECOMENDACIONES

Frente a las conclusiones, se pretende recomendar sensatamente de acuerdo a los resultados obtenidos lo siguiente:

- Que las instalaciones y puesta en marcha del proyecto, se lo haga en el menor tiempo posible por cuanto existe una demanda que favorece y que debe satisfacerse estos servicios.
- Que, se fomente el desarrollo de esta clase de proyectos, en vista de que sería una de las alternativas más favorables para solventar la creciente falta de empleo en la provincia de Morona Santiago; y se ejecute el proyecto con personal especializado y calificado bajo la dirección de profesionales en administración.
- Que la Universidad Nacional de Loja, impulse proyectos en esta actividad novel, pues debe aprovecharse la inversión de capitales en proyectos que propicien lograr el buen vivir.
- La humanidad fuente inagotable de vivencias, interesada en el conocimiento de los recursos culturales, folklores, arte, música, etc.; demanda de un servicio eficiente y efectivo para la atención de servicios de eventos sociales; por lo que se recomienda a los inversionistas a considerar los resultados de la evaluación financiera

del presente proyecto, para que impulsen y ofrezcan sus capitales en su puesta en marcha.

10. BIBLIOGRAFÍA

ACUÑA, Carvajal Marco: Ecuador Tradicional y Turístico, Revista.

ALACREU José Ramón; Gestión de Banquetes; Editorial Síntesis S.A.; 2003.

BACA Urbina Gabriel. (2008). Evaluación de Proyectos. Quinta Edición. Edit. McGraw-Hill, México.

BIBLIOTECA Municipal “Walter Cedeño Loo” (2014) Archivos, y fuentes informativas.

BOO, Elizabeth: Ecoturismo Potenciales y Escollos, Editorial Fondo Mundial para la Naturaleza

CÁMARA de Turismo Provincial de Morona Santiago, Gualaquiza.

DIAZ, Jorge. Contabilidad de Costos, Biblioteca de Contabilidad y Materias Afines. Edit. Elite, Lima-Perú.

ENCICLOPEDIA Lexis 22. (1976). Tomo 3.

HERNÁNDEZ, Edgar Alonso. 2008. Proyectos Turísticos, Formulación y Evaluación. Primera Edición.

GALLEGO Jesús Felipe; Principios Generales para la Dirección de Establecimientos Hoteleros; Gráficas Lormo; España; 1999.

INSTITUTO Nacional Estadísticas y Censos. 2010. INEC, Censo Nacional.

KOTLER Phillip. Bowen John. Mercadotecnia para Hotelería y Turismo. Edit. Harla S.A. México.

LAWRENCE, Getman: Fundamentos de Administración Financiera, Editorial Harla S.A., México.

LEIVA Francisco, 1989. Nociones de Metodología de Investigación Científica, Edit. Elite. Quito. Ecuador.

MAGGIO S. Revista. 1980. "El Surco Campesino", Año 232.

MINISTERIO de Turismo, Catastro Turístico Año 2001, 2003, 2004.

ROSEMBERG, J.M.: Diccionario de Administración y Finanzas, Editorial Thema, Buenos Aires

SAPAG, Chain Nassir. 2008. Fundamentos de Preparación y Evaluación de Proyectos, Editorial Presencia, Colombia.

SUBCOMISIÓN Ecuatoriana PREDESUR. 1998. Plan de Desarrollo Regional del Sur, 1998-2003, Tomo I, Tomo II

VASQUEZ, Víctor. 1985. Organización Aplicada, Quito. Ecuador.

Vázcones Pedro José 1999. Introducción a la Contabilidad de Costos, Tercera Edición. Quito. Ecuador.

ZAPATA, Pedro. 1985. Contabilidad General. Editorial McGraw – Hill. Bogotá. Colombia.

SITIOS WEB LINKOGRAFÍA

www.ministeriodeturismo.gov.ec

www.inec.gob.ec

www.viveecuador.com

www.google.com/monografias.com

11. ANEXOS**Anexo Nº 1****ENCUESTA A DEMANDANTES**

Encuesta dirigida a las familias del cantón Gualaquiza, con el fin de conocer la aceptación en la creación de una empresa organizadora de eventos sociales, para determinar sus gustos y preferencias.

Instrucciones: Marque con una X la respuesta que usted crea conveniente

1. ¿Realiza su familia eventos sociales?

Sí_____ No_____

2. ¿Alguna vez ha contratado el servicio de eventos sociales?

Si____ No ____

3. ¿Qué tipos de eventos sociales, ha realizado contratando una empresa?

Bodas _____ Bautizos _____

Primera comunión _____ Graduación _____

Cumpleaños _____ Grupo de amigos _____

Otros especifique: _____

4. ¿Hace qué tiempo contrató un servicio de eventos sociales?
- 1 mes _____ 2 meses _____
- 6 meses _____ 1 año _____
5. ¿Número máximo de invitados en sus eventos sociales?
- 50 _____ 100 _____
- 150 _____ 200 _____
6. ¿Qué servicios contrataría para realizar sus eventos sociales?
- Alimentación _____ Decoración _____
- Música _____ Transporte _____
- Filmación _____ Fotografía _____
- Meseros _____
- Otros: Especifique _____
7. ¿Si contrataría el servicio de banquete, qué tipo de comida le gustaría?
- Nacional _____ Internacional _____
8. ¿Qué tipo de servicio preferiría contratar?
- Servicio a la mesa _____ Buffet _____
9. ¿En qué días realizaría sus eventos sociales?
- Jueves _____ Viernes _____
- Sábado _____ Entre Semana _____

10. ¿El servicio contratado para sus eventos sociales, le ha dejado satisfecho?

Si _____ No _____

11. El servicio contratado lo ha realizado en:

En local de la empresa _____

En fincas _____

En hoteles _____

Servicio a domicilio _____

Otros: _____

12. La empresa de eventos sociales contratada es:

Local _____ Foránea _____

Ambas _____

13. ¿Para su próximo evento social, estaría dispuesto a contratar la nueva empresa?

Si _____ No _____

14. Enumere en orden de importancia, (considerando 1 el más importante y el 6 el menos importante) ¿Qué característica es más importante, cuando contrata el servicio de eventos sociales?

Responsabilidad en el cumplimiento del servicio _____

Servicio personalizado _____

Precio acorde a la categoría del servicio _____

Trayectoria y prestigio de la empresa _____

Creatividad para la realización de los eventos _____

Otros: _____

15. ¿En sus eventos sociales, que animación prefiere?

Música en vivo _____

Mariachi _____

Música pregrabada _____

Otros _____

16. ¿Considera que el precio es una limitante en el momento de elegir un servicio de evento social de calidad?

Si _____ No _____

17. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona en la realización de un evento social?

\$ 11.00 - \$ 15.00 _____ \$ 16.00 - \$ 20.00 _____

\$ 21.00 - \$ 25.00 _____ Más de \$ 26.00 _____

18. ¿Cree necesario que se cree una empresa de eventos sociales en Gualaquiza?

Sí _____ No _____

SUGERENCIAS: _____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo N° 2**PROYECTO APROBADO****1. TÍTULO**

“FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA ORGANIZADORA DE EVENTOS SOCIALES, EN LA CANTÓN DE GUALAQUIZA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO”.

2. PROBLEMÁTICA

La crisis social, económica, política y empresarial; en todos sus órdenes que atraviesan los países a nivel mundial, los países de América Latina, propiciando los grandes monopolios internacionales que manejan la economía, impulsando la globalización, como la única forma de solución a los grandes problemas de los países subdesarrollados.

La desastrosa situación económica, política, social, cultural, ética y jurídica, expresada en nuevos y mayores niveles de desempleo, subempleo, pobreza, desocupación creciente, crisis de la producción, quiebra de empresas y comercios, alto costo de la vida, bajos salarios, pérdidas en el comercio nacional e internacional, migración permanente, corrupción galopante que alcanza a las más altas instituciones del Estado.

En el Ecuador necesitamos trabajar creando oportunidades, para contribuir al desarrollo empresarial y existan menos problemas. Con sentido positivo y objetividad hay que reconocer que en el país y mucho más en Gualaquiza, con gran despliegue publicitario, se habla incesantemente del desarrollo social, como factor fundamental empresarial.

El cantón Gualaquiza se constituye en una zona con mucho potencial social exuberante, pues la mayoría de sus recursos no han sido explotados con estos fines, por lo tanto es imprescindible generar proyectos competitivos que permitan optimizar el uso de sus recursos, el fomento de la inversión privada con fines rentables y sustentables.

El cantón Gualaquiza, a pesar de sus limitaciones, representa una zona con mucho potencial, ello se evidencia al contar con Usos de Suelo asignados a los sectores de planeamiento del comercio ocasional de productos de aprovisionamiento a la vivienda al por menor conocido como centro de diversión, presencia de gran variedad de especies acuícolas, artesanías elaboradas por la cultura shuar, recursos humanos conocedores de la pesca y las zonas ricas en atractivos turísticos; y, lo que es más importante para nosotros, existe mucho potencial en lo referente a eventos gastronómicos, ello se evidencia al observar como las fechas especiales nunca son desapercibidas y las celebran dentro de los salones de alquiler que son adecuados para el momento, o dentro de

sus domicilios, tratando de que sea un recuerdo inolvidable; sin embargo, estos eventos no son de total satisfacción, ya que las limitaciones son muchas, porque el demandante solo cuenta con el salón de recepción y tiene que encargarse de buscar en otro lado toda la gama que complementa un evento social.

2.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La carencia o falta de prestación de servicios necesarios que tiene la ciudad de Gualaquiza al momento de la realización de eventos sociales, puesto que solamente existen salones de alquiler que se adecuan para dichas eventualidades.

La falta de iniciativa ha dejado de lado la idea de crear un establecimiento con las características necesarias para la realización de eventos sociales de la población de Gualaquiza.

No cabe duda que el diseño y ejecución del proyecto: **“FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA ORGANIZADORA DE EVENTOS SOCIALES EN EL CANTÓN DE GUALAQUIZA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO”**, mismo que permitirá alcanzar beneficios económicos a través del fomento y desarrollo del social.

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivo General

Determinar la factibilidad para la implementación de una empresa organizadora de eventos sociales, moderna e innovadora para la ciudad de Gualaquiza, con objeto de obtener una rentabilidad y ofrecer un servicio eficiente y eficaz a la comunidad.

3.2. Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado que permita identificar la demanda insatisfecha para el salón de eventos sociales.
- Realizar el estudio técnico del proyecto.
- Realizar el estudio Financiero del proyecto.
- Efectuar una evaluación Financiera del proyecto.

4. METODOLOGÍA.-

El presente trabajo de investigación se desarrollará empleando los siguientes métodos, técnicas y procedimientos de investigación, los mismos que permitirán tener conocimiento y bases acerca del presente estudio.

4.1. MÉTODOS.-

4.1.1. Método Deductivo

Es el que aspira a demostrar en forma interpretativa, mediante la lógica pura, la conclusión en su totalidad a partir de unas premisas, de manera que se garantiza la veracidad de las conclusiones, si no se invalida la lógica aplicada. Se trata del modelo axiomático como el método científico ideal.

Este método se utilizará para realizar el diagnóstico situacional en el contexto externo, en sus diferentes ámbitos como: político, económico, social, tecnológico y un análisis a nivel competitivo y su incidencia en el trabajo de investigación, determinando las oportunidades de la creación del proyecto en el medio, y finalmente se llegará a las propuestas de la implantación del proyecto.

4.1.2. Método Inductivo

Es el que crea leyes a partir de la observación de los hechos, mediante la generalización del comportamiento observado; en realidad, lo que realiza es una especie de generalización, sin que por medio de la lógica pueda conseguir una demostración de las citadas leyes o conjunto de conclusiones.

Este método será aplicado en el análisis de cada una de las encuestas y entrevistas para la obtención de datos primarios, para la creación de la empresa objeto de estudio. Y mediante su utilización se podrá fundamentar la propuesta de objetivos estratégicos y el planteamiento de conclusiones y recomendaciones.

4.1.3. Método Analítico

Este método implica el análisis, que significa descomposición, esto es la separación de un todo en sus partes o en sus elementos constitutivos. Se apoya en que para conocer un fenómeno es necesario descomponerlo en sus partes.

El procedimiento analítico es el resultado de la adaptación de un método analítico, disponible en la bibliografía para determinar el análisis de muestras caracterizadas por la naturaleza de la investigación.

Este método se lo aplicará en los procesos del análisis y la síntesis en la tabulación de las entrevistas y encuestas, en la desarticulación de la práctica mental de reunificación de todos a base de sus partes en los resultados de la investigación de este modo, captar las particularidades, en la génesis y desarrollo del objeto de estudio; es decir que todo concepto implica un análisis.

4.1.4. Método Matemático

El método matemático hace que la matemática sea un sistema de proposiciones absolutamente seguro e indiscutible, una deducción lógica a partir de proposiciones fundamentales, sin tener ninguna relación con la realidad.

Este método se utilizará en la tabulación de los datos mediante tablas de símbolos; reglas de formación de fórmulas; son las fórmulas del sistema; reglas de inferencia. Que se lo utilizará en la tabulación de los datos.

4.2. TÉCNICAS

4.2.1. Técnica de la Entrevista

Es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. La entrevista se utilizará para tener información de la microempresa, a fin de que las conteste por escrito, a través de un cuestionario escrito.

Esta técnica de la entrevista ayudará a obtener información de la población objeto de estudio que servirá para determinar la situación empresarial, para lo cual se utilizará un cuestionario de preguntas

previamente establecido para obtener la información requerida necesaria para detectar las limitaciones para la implantación del proyecto.

4.2.2. Técnica de la Encuesta

La encuesta es una técnica de investigación que consiste en una interrogación verbal o escrita que se les realiza a las personas con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación.

La encuesta se aplicará a la población a través de la aplicación del tamaño de la muestra, para lo cual se obtendrá la información requerida, aplicando en su totalidad a las 376 personas que es la muestra objeto de estudio.

4.2.3. Observación Directa

Es una técnica para obtener datos que consiste en un diálogo entre dos personas: El entrevistador “Investigador” y el “entrevistado”, se realiza con el fin de obtener información de parte de este, que es por lo general, una persona entendida en la materia de la investigación.

Esta técnica “permitirá observar hechos, aspectos y documentos técnicos que serán referentes y servirán de sustento principal de la investigación. Verificar cuales son las potencialidades y fortalezas que dispone la microempresa, como también cuáles son sus deficiencias”.

Es el contacto u observación directa de los elementos casos e individuos en los cuales se presenta el fenómeno, entrando en contacto con ellos; ayudando a tener una visión más real y clara visualizando los elementos de investigación objeto de estudio; y, poder proponer un estudio de factibilidad de la aplicación del proyecto.

Población

Al ser el sector del empresarial que se realizan en la ciudad de Gualaquiza, de carácter empírico, para conocer el ordenamiento comercialización motivo por el cual se toma en consideración el universo a los habitantes de la población del cantón, que constituyen los clientes del producto proyectado al año 2013 asciende a 17.162 habitantes; de la cual se extrajo una muestra representativa de 376 casos para ser analizados.

Tasa de Crecimiento

Las tasas de crecimiento anual, correspondientes al período 2001-2010, es 1,40 % para el cantón Gualaquiza.

Fórmula Tamaño de la muestra

$$n = \frac{(p \times q)}{\left(\frac{e^2}{z^2} + \frac{p \times q}{N} \right)}$$

Con estos resultados se procedió a determinar la tasa de crecimiento anual con la utilización de la siguiente fórmula:

$$Pt = Po (1+r)^{n-1}$$

Cuadro Nro. 1

Población	2013	17.162
r		1,40
		0,014
		1,014

Años	n	n-1	Población
2013	1	0	17.162
2014	2	1	17.402
2015	3	2	17.646
2016	4	3	17.893
2017	5	4	18.143
2018	6	5	18.397

Fuente: INEC. Censo de población y vivienda 2010.

Elaboración: La autora.

Para la recolección de información primaria se aplicará el *muestreo aleatorio simple*, el mismo que requiere que todos los objetos o elementos de la población sean tomados al azar sin consideración de ninguna clase. Para determinar el tamaño de la muestra se utilizará la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{(p \times q)}{\left(\frac{e^2}{z^2} + \frac{p \times q}{N} \right)}$$

Dónde:

n = Tamaño de la Muestra

N = 17.162 Total de clientes año 2013

$z = 1.96$ (Nivel de confianza al 95%)

$e = \pm 0.05$ (Error muestral)

$p = 0.50\%$ Probabilidad que suceda el evento

$q = 0.50\%$ Probabilidad que no suceda el evento

$$n = \frac{0.5 \times 0.5}{\left(\frac{0.05^2}{1.96^2} + \frac{0.5 \times 0.5}{17.162} \right)}$$

$$n = \frac{0.25}{\left(\frac{0.0025}{3.8416} + \frac{0.25}{17.162} \right)}$$

$$n = \frac{0.25}{0.0006507 + 0.000001456706677}$$

$$n = \frac{0.25}{0.00066526706}$$

$n = 375,78 = 376$ Tamaño de la muestra.

Para realizar la aplicación de las encuestas a la probación objeto de estudio, relacionadas con este estudio en la ciudad de Gualaquiza, se tomó como muestra a 376 clientes del producto turístico que representa el objeto de estudio.

**CUADRO DE CANTIDAD DE PERSONAS A ENCUESTAR POR
TAMAÑO DE LA MUESTRA Y SEXO.**

EDAD	MUESTRA	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	376	197	179

ÍNDICE

CONTENIDO	PAG.
➤ PORTADA	i
➤ CERTIFICACIÓN	ii
➤ AUTORIA	iii
➤ CARTA DE AUTORIZACION	iv
➤ DEDICATORIA	v
➤ AGRADECIMIENTO	vi
1. TÍTULO	1
2. RESUMEN	2
3. INTRODUCCIÓN	8
4. REVISIÓN LITERATURA	12
5. MATERIALES Y MÉTODOS	68
6. RESULTADOS	77
7. DISCUSIÓN	101
8. CONCLUSIONES	209
9. RECOMENDACIONES	211
10. BIBLIOGRAFÍA	213
11. ANEXOS	216