



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA**  
**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA  
CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE EVENTOS  
SOCIALES EN LA PROVINCIA DE SANTO  
DOMINGO DE LOS TSACHILAS.”**

TESIS PREVIA A LA  
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERA COMERCIAL.

**AUTORA:**

CARMEN NOHEMI OJEDA PAZMIÑO

**DIRECTOR:**

ING. GALO EDUARDO SALCEDO LÓPEZ MG. SC.

**Loja - Ecuador**

**2014**

## **CERTIFICACIÓN.**

AUTORÍA

Ing. Galo Eduardo Salcedo López Mg. Sc.

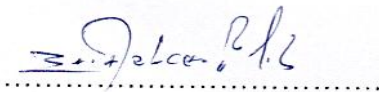
DOCENTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA Y DIRECTOR DE TESIS.

### **CERTIFICO:**

Que el trabajo de tesis titulado: "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE EVENTOS SOCIALES EN LA PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS.", elaborado por la aspirante CARMEN NOHEMI OJEDA PAZMIÑO, ha sido dirigido, orientado y revisado en todas sus partes, lo que cumple con los requisitos de forma y de fondo, por lo que autorizo su presentación ante el respectivo tribunal de grado.

Loja, Septiembre de 2014.

Atentamente,



Ing. Galo Eduardo Salcedo López Mg. Sc.

DIRECTOR DE TESIS

## **AUTORÍA.**

Yo, Carmen Nohemí Ojeda Pazmiño, declaro ser la autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y 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 nuestra tesis en el Repositorio Institucional – Biblioteca Virtual.

Autor: Carmen Nohemí Ojeda Pazmiño,

Firma:  .....

Cédula: 1713874582

Fecha: Loja, Septiembre de 2014.

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

**AGRADECIMIENTO**

Yo, Carmen Nohemí Ojeda Pazmiño, declaro ser la autora de la tesis titulada: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE EVENTOS SOCIALES EN LA PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS.”**, como requisito para optar el grado de Ingeniera Comercial; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja, para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, 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 30 días del mes de Septiembre del dos mil catorce, firma la autora.

Firma: ..... 

**Autor:** Carmen Nohemí Ojeda Pazmiño,

**Cédula:** 1713874582

**Dirección:** Santo Domingo, Sector central

**Correo electrónico:** noemij1@yahoo.com

**Teléfonos:** 0986068688

**DATOS COMPLEMENTARIOS:**

**Director de Tesis:** Ing. Galo Eduardo Salcedo López Mg. Sc.

**Tribunal de Grado:**

Presidente: Dr. Luis Quizhpe Salinas MAE

Vocal: Ing. Edison Espinosa Bailón MAE

Vocal: Ing. Carlos Rodríguez Armijos Mg. Sc.

## **AGRADECIMIENTO.**

A la UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, Modalidad de Estudios a Distancia, por brindarme la oportunidad de formarme profesionalmente.

A todos los profesores, directivos de la MED y de manera especial al director de tesis, Ing. Galo Eduardo Salcedo López, por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha logrado que termine con éxito la presente investigación.

**La Autora.**

## **DEDICATORIA.**

A mis padres que han sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, lo cual me ha ayudado a salir adelante en los momentos más difíciles.

A toda mi familia que siempre han estado junto a mí y brindándome su apoyo.

**La Autora.**

**a. TÍTULO:**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA DE EVENTOS SOCIALES EN LA PROVINCIA DE  
SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS.”**

## **b. RESUMEN.**

La elaboración del presente proyecto investigativo, denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE EVENTOS SOCIALES EN LA PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS, tiene como finalidad encontrar la viabilidad de emprendimiento, que permita generar recursos económicos y a la vez crear fuentes de empleo en la localidad.

Los métodos empleados en la presente investigación, fueron el método inductivo, que permitió identificar las necesidades de los pobladores de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas en temas de organización y realización de eventos sociales, para con estos antecedentes proceder a la generalización; el método deductivo, que permitió determinar la muestra de la Población Económicamente Activa (PEA) del sector, para analizar a nivel particular al posible mercado, y estimar o definir aspectos generales para alcanzar los resultados esperados; el método descriptivo, que se utilizó para identificar la factibilidad administrativa, técnica, organizacional y financiero del proyecto en estudio y conocer el nivel de inversión que se necesitará para la creación de la empresa.

Las herramientas empleadas, se encuentran, la observación, que sirvió para identificar las necesidades e inconvenientes que se generen al momento de elegir la ubicación para instalar el proyecto en estudio; la encuesta para adquirir la información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente



elaborado, a través del cual se pudo conocer la opinión del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado. El tamaño de la muestra que se estimó fue de 399 encuestas.

El Estudio Financiero, permitió determinar indicadores, que reflejan la factibilidad del proyecto; así, su tasa interna de retorno es (39,30%), su valor presente neto es positivo de (\$ 147.705,92), el beneficio / costo es de 1.28, es decir que por cada dólar invertido se obtiene 0,28 de utilidad. El proyecto es sensible hasta un 6% de la baja de ingresos, y un 6,5% de una subida de costos. Bajo estos parámetros se puede afirmar la factibilidad y sostenibilidad de la empresa en estudio; con lo que se propone se ponga en funcionamiento.

Para que la empresa, empiece a generar ganancias, debería superar las ventas por \$98.016,08, y en función de la capacidad instalada es de 30,79% de la capacidad instalada, es decir que deberá vender 5.911,68 platos al año, para no perder ni ganar, de acuerdo al Análisis del Punto de Equilibrio.

Se recomienda la implementación de la empresa, debido a que la ejecución del proyecto es rentable, de acuerdo al resultado de los indicadores financieros.

## **ABSTRACT.**

The development of this research project, called "FEASIBILITY STUDY FOR THE ESTABLISHMENT OF A COMPANY OF SOCIAL EVENTS IN THE PROVINCE OF SANTO DOMINGO TSACHILAS, aims to find the feasibility of undertaking, that will generate economic resources while creating sources of employment in the locality.

The methods used in this investigation were the inductive method, which identified the needs of the residents of the Province of Santo Domingo de los Tsáchilas on issues of organization and implementation of social events, this background to proceed to the generalization; deductive method, which allowed us to determine the sign of the economically active population (EAP) in the sector, particularly to analyze the potential market level and to estimate or define general aspects to achieve the expected results; the descriptive method, which was used to identify the administrative feasibility, technical, organizational and financial study of the project and determine the level of investment needed for the creation of the company.

The empirical tools are, observation, which served to identify the needs and problems that are generated when choosing the location to install the project in question; survey to acquire information sociological interest, using a questionnaire previously developed, through which it was possible to know the opinion of the selected subject in a sample on a given topic. The sample size was 399 estimated

surveys.

The Financial Study, revealed indicators that reflect the project's feasibility; so, the internal rate of return is (39,30%), the net present value is positive (\$ 147,705.92), the benefit / cost is 1.28, meaning that for every dollar invested is obtained 0.28 utility. The project is sensitive to 6% of low income and a 6,5% rise in costs. Under these parameters can affirm the feasibility and sustainability of the company in question; with what is proposed is put into operation.

For the company, start generating profits, sales should exceed \$ 98,016.08, and depending on the installed capacity is 30.79% of the installed capacity, ie dishes must sell 5911.68 a year to break even, according to Breakeven Analysis.

Implementation of the company is recommended, because the implementation of the project is profitable, according to the result of the financial indicators.

## **c. INTRODUCCIÓN.**

Actualmente, la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, es una de las provincias con un mayor índice de crecimiento poblacional, los mismos que cada vez tienen la necesidad de asesoría para realizar eventos sociales, ya que no cuentan con el espacio físico ni los conocimientos para la realización de los eventos sociales, por lo que sin duda alguna debe existir una empresa que se dedique a planificar eventos, o se ven obligadas a contratar servicios deficientes, que no satisfacen sus requerimientos.

Debido a la problemática descrita, se hace necesaria la realización del estudio de factibilidad de creación de una empresa de eventos sociales, que cumpla con las expectativas esperadas por la población de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Realizar un estudio de factibilidad de una empresa, implica recurrir a técnicas y herramientas administrativas y financieras, que permitan alcanzar indicadores para tomar decisiones de inversión. Para alcanzar los resultados, se realiza principalmente el levantamiento de la información a través de la aplicación de encuestas y entrevistas para obtener indicadores del mercado cada vez más competitivo, como, preferencias de los consumidores con relación al servicio propuesto; realizar el estudio técnico que permitirá determinar la factibilidad del proyecto en estudio, con el cual podremos realizar el proyecto propuesto, y la utilización de los procesos para la consecución de los objetivos deseados.

No puede dejarse de lado la parte legal y administrativo de la empresa, que permita identificar el tipo de estructura organizativa que se requiere para éste tipo de empresas.

La parte central de la investigación, es el estudio financiero, económico, ya que a través de este capítulo se determina la factibilidad del proyecto a través de indicadores financieros como el VAN, TIR, Relación Costo/Beneficio, Costo de Oportunidad, etc., indicadores que permitirán tomar las mejores decisiones empresariales para los inversionistas.

La realización del proyecto, finaliza con la descripción de las conclusiones más relevantes a las cuales se llegó al finalizar el proyecto, y las recomendaciones propuestas para su ejecución.

## **d. REVISIÓN DE LITERATURA.**

### **MARCO REFERENCIAL.**

### **EVENTOS SOCIALES.**

#### DEFINICIÓN:

*“Término genérico que designa a cualquier tipo de reunión profesional de corte científico, técnico, cultural, deportivo, educativo, político, social, económico, comercial, religioso, promocional o de otra índole que facilite el intercambio de ideas, conocimientos, y/o experiencias entre los participantes”(www.definicion.de).*

Los eventos surgen como un reclamo de la sociedad que necesita reunirse por razones de asociarse en un determinado entorno geográfico, en colectivos y grupos. Son un hecho económico y cultural que permite un intercambio social, técnico, profesional y científico.

### **LA DIVISIÓN DE LOS EVENTOS.**

Este mercado tiene 3 divisiones fundamentales, estas son:

**Eventos Sociales**, principalmente destinados a “la diversión de los invitados” y por su simplicidad, no se requiere tener equipos profesionales ni conocimientos reales para dar el servicio y que por lo barato de estos, se encuentran al alcance de cualquier persona.

**Eventos Corporativos**, completamente encaminados a vincular, incentivar, capacitar promover, promocionar, comunicar, a las empresas con sus asociados, trabajadores, clientes y al público en general. Por su grado de complejidad requieren de compañías con una mayor infraestructura tanto técnica como humana, que permita integrar todas las ramas audiovisuales para hacer llegar su mensaje y/o producto a los asistentes del evento.

**Eventos Públicos y / o populares**, mejor conocidos como eventos masivos que en su mayoría son Conciertos, festividades, ferias, desfiles, concursos y eventos culturales.

### **CÓMO ORGANIZAR UN EVENTO.**

“A la hora de organizar un evento hay que definir muy claramente unas cuestiones básicas, tales como qué tipo de acto se quiere realizar, a quién va dirigido, qué objetivo se quiere conseguir o qué fecha sería la idónea.

Una vez claro el tipo de evento comienza la fase de preparación, que son todas las acciones que han de realizarse antes de la ejecución del acto para que éste se desarrolle satisfactoriamente. Es la fase más costosa porque hay que encargarse de cosas muy diferentes. El listado de puntos a tener en cuenta a la hora de llevar a cabo la organización de un evento depende directamente del tipo de evento que se desea realizar, pero podríamos enumerar algunas de las acciones más habituales:

- Elaboración de la lista de invitados
- Envío de las invitaciones correspondientes
- Seguimiento y confirmación a dichas invitaciones
- Contratación de catering
- Contratación de un ambiente musical
- Decoración del local
- Contratación de transmisiones
- Micrófonos y atril en caso de posibles discursos
- Telefonía fija y móvil
- Proyectores
- etc...
- Compra de posibles obsequios a los asistentes
- Contratación de azafatas y/o intérpretes
- Un largo etc. <sup>1</sup>

## **CLASIFICACIÓN DE LOS EVENTOS SOCIALES.**

A la hora de planificar su evento y/o encontrar a la compañía que le ayudara con el mismo, deberá tener en cuenta el tipo de evento que se quiere. Por esto, tendremos que separar la clasificación del evento del tipo o temática. Dándonos así una mejor idea o clasificación del mismo.

---

<sup>1</sup> [www.organizareventos.com/organizacion\\_de\\_eventos/evento.html](http://www.organizareventos.com/organizacion_de_eventos/evento.html)



La primera clasificación se encontrara dividida en:

- **Por su tamaño:** en pequeños, medianos, grandes y mega eventos.  
**Por el lugar de desarrollo:** siendo estos al aire libre, lugar cerrado, en provincia.  
**Por su tipo:** Sociales, Masivos y/o Populares, Religiosos, Culturales, Deportivos, Populares, Empresariales O Corporativos.

## **ETAPAS DE LOS EVENTOS.**

### Pre – Evento:

Comienza desde que empezamos a llevar a cabo esa primera idea que teníamos, arrancando con la planificación, que es esencial para cualquier tipo de evento. Finaliza cuando nos trasladamos al sitio elegido para el evento y comenzamos a prepararlo.

Las actividades fundamentales durante esta etapa están ligadas al establecimiento de objetivos y posterior realización de cada uno de ellos, teniendo en cuenta que para llevar adelante algunas de las actividades, va a ser necesaria finalizar otras.

Una actividad fundamental para nuestro evento es la promoción y difusión ya que nos va a permitir conseguir participantes e ir midiendo el interés de los potenciales asistentes.

Además, nos ocuparemos del temario y el programa con la agenda de actividades que brindaremos él o los días del evento.

El levantamiento de las posibles sedes para elegir la que se adapte a nuestras necesidades también es una actividad fundamental para trabajar en esta etapa. Es el momento de dar conocer nuestro futuro evento a los patrocinantes (sponsors), que nos ayudarán a financiar, junto a otras acciones, nuestro evento.

La búsqueda y selección de proveedores también se realiza en esta etapa. A medida que nos vamos acercando a fechas críticas (que establecimos en la planificación, o la fecha del evento, se requiere mayor cantidad de recursos, ya que las actividades para realizar y controlar se van incrementando.

#### Durante el Evento:

Comienza cuando la organización se traslada a la sede del evento y finaliza luego del desarme de las instalaciones temporarias en la sede.

Esta etapa es la más intensa, la que requiere de mayor coordinación y supervisión, ya que para este momento todo tiene que estar en marcha, con las funciones delegadas a cada responsable, con la logística bien planificada y con una agenda a seguir.

- Armado
- Acreditación de los asistentes

- Agenda de actividades del evento
- Desarme

### Post – Evento:

Esta etapa es tan importante como el resto, ya que una vez concluido el evento es importante evaluar y analizar los logros resultados obtenidos. El tiempo ideal para realizar la evaluación es durante la primera semana post congreso o jornada si fuere el caso.

Además de la evaluación interna es importante agradecer por escrito a los participantes, colaboradores de las diferentes actividades y a todos los medios por su apoyo comunicacional.<sup>2</sup>

## **MARCO CONCEPTUAL.**

### **PROYECTO.**

Proyecto es una serie de planteamientos encaminados a la producción de un bien o la prestación de un servicio, con el empleo de una cierta metodología y con miras a obtener un determinado resultado, desarrollo económico o beneficio social. (*México, Instituto Hacendario del Estado de., 2003*)

---

<sup>2</sup> <http://www.exponoticia.com>

Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolverse, entre muchas, una necesidad humana. (Baca, 2006)

## **PROYECTO DE INVERSIÓN.**

Se puede describir como un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general. (Baca, 2006)

## **TIPO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN.**

1. Naturaleza.
2. Tipo de bienes a producir.
3. Dependencia.
4. Riesgo.
5. Plazo.
6. Sector.<sup>3</sup>

### **1. De acuerdo a su naturaleza.**

“Proyectos nuevos.- Son proyectos de inversión que buscan iniciar la producción de un bien o servicio. Ejemplo.-Una empresa que decide incursionar en la producción de teléfonos celulares.

---

<sup>3</sup> México, Instituto Hacendario del Estado de. *Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión.* México: Editorial de la Administración Pública, 2003.

Proyectos de ampliación.- Son proyectos de inversión que buscan crecer en distintas ramas económicas. Ejemplo. Una fábrica produce refrescos y jugos y se decide realizar un proyecto de inversión para incursionar en la elaboración de galletas, también se les conocen como diversificación.

Expansión.- Son inversiones que buscan hacer crecer en una misma rama de negocios. Ejemplo.- Una fábrica de refrescos decide comprar una productora de jugos. Ambos productos son líquidos. Esta clase de proyectos de inversión también se le conoce como proyectos de expansión o crecimiento.

Mantenimiento o reposición.- Son proyectos de inversión destinados a sustituir el equipo existente. Ejemplo.-Se realiza un proyecto de inversión para sustituir el equipo actual que se utiliza para el llenado en los refrescos.

De inversión regulatoria.- Son los de regulación gubernamental. Ejemplo.- Los proyectos de inversión ecológica, tratamientos de agua, mudanzas, etc. Muchas veces estos proyectos no generan beneficios económicos pero se tienen que hacer.

De inversión social.- Este tipo de proyectos están orientados a ofrecer un bienestar a la comunidad. Ejemplo.-Sistema de transporte colectivo.”<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> México, Instituto Hacendario del Estado de. *Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión.* México: Editorial de la Administración Pública, 2003.

## **2. De acuerdo al tipo de bienes a producir.**

“Bienes de consumo final (masivos, otros).- Los bienes de consumo final son aquellos que llegan desde la empresa productora hasta las manos del consumidor final sin sufrir transformaciones. En este tipo de mercados, un ejemplo claro lo componen los bienes de consumo masivo (televisores, alimentos preparados, etc.).

Bienes de consumo intermedio.- Los bienes de consumo intermedio son aquellos que se utilizan como insumos en la producción de otros bienes (chips para computadoras, tornillos para maquinaria, bocinas para equipos de sonido, etc.). Una de las características más comunes en este tipo de productos es que generalmente no se diferencian por sus características sino por el precio y el servicio.

Bienes de capital.- Los bienes de capital son aquellos que se adquieren para la producción de otros productos o servicios (horno electromecánico, fresadora, maquinaria pesada y equipo). Las ventas de este tipo de bienes es altamente dependiente de la evolución del sector industrial al cual proveen.

Servicios.- Las empresas de servicios se pueden clasificar en dos tipos:

- Las que brindan servicios a otras empresas.
- Las que brindan servicios a consumidores finales.”<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> *Gestión de Proyectos; Identificación-Formulación-Evaluación.* Bogotá : MM Editores, 2005.

### **3. De acuerdo a la dependencia,**

“Independientes.- No influye la realización de un proyecto de inversión en otro proyecto de inversión.

Complementarios.- Son los proyectos de inversión que complementan a procesos operativos.

Mutuamente excluyentes.- Se realiza la inversión en un proyecto u otro proyecto pero no al mismo tiempo.

### **4. De acuerdo al riesgo.**

Alto.- Son proyectos de inversión, con un alto riesgo de no ser rentables debido a diversos factores internos y exógenos.

Mediano.- Proyectos con un nivel de riesgo mediano, en cuanto a la obtención de rentabilidad.

Bajo.- Son los proyectos de inversión muy seguros, que contienen poco riesgo de pérdidas.”<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> *Gestión de Proyectos; Identificación-Formulación-Evaluación.* Bogotá : MM Editores, 2005.

## **5. De acuerdo al plazo.**

“Corto plazo.- Son proyectos de inversión, con un nivel de retorno de rentabilidad menor a un año.

Largo plazo.- Proyectos de inversión con una tasa interna de retorno de varios años.”<sup>7</sup>

## **6. De acuerdo al sector.**

“Agropecuarios.- Son los que se ubican en el sector primario y que al explotarlos no se efectúa ninguna transformación, por ejemplo:

- Porcícolas.- Los que se encargan de la cría y la engorda de cerdos
- Caprinos.- Aquellos que se dedican a la cría y la engorda de cabras
- Frutícolas.- Los que se dedican a la explotación de frutales.

Industriales.- Son los que se ubican en el sector secundario, conocido también como industrial, cuya principal característica es la transformación de productos, estos pueden ser:

- Del cemento.- Los que se dedican a la fabricación de cemento y cuyo producto es utilizado en la construcción.

---

<sup>7</sup> *Gestión de Proyectos; Identificación-Formulación-Evaluación.* Bogotá : MM Editores, 2005.



- Del calzado.- La que se dedica a la fabricación de calzado, en todas sus modalidades.
- Farmacéutica.- Los que se encargan de producir los medicamentos.

De Servicios.- Son los que se ubican en el sector terciario, estos pueden ser:

- Educación. En sus diferentes niveles, como son: escuelas comerciales, técnicas, profesionales, etc.
- Carreteros.- Los que se dedican a la construcción de carreteras concesionadas.
- Hidráulicos.- Los que se encargan del aprovechamiento del agua, como son: suministro de agua potable, de riego, para prevenir inundaciones, etc.
- Transportes.- En todas sus modalidades.”<sup>8</sup>

## **FORMULACIÓN DEL PROYECTO.**

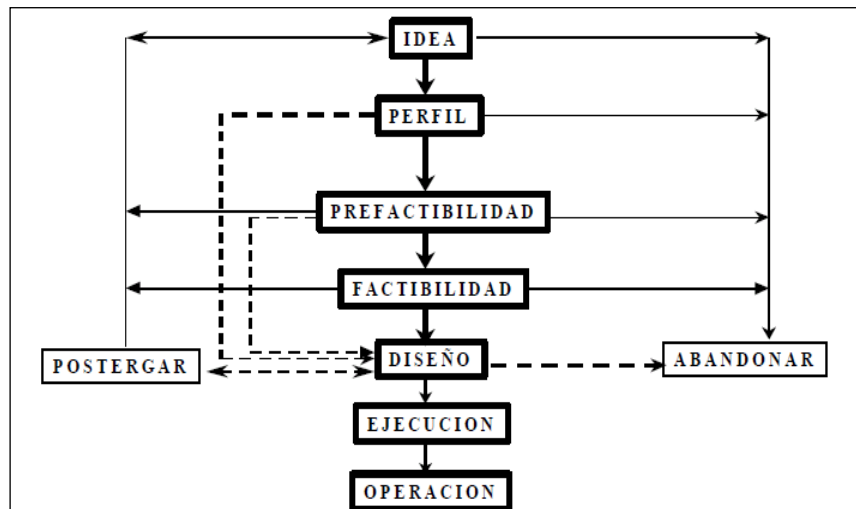
La etapa de formulación o preinversión permite clarificar los objetivos del proyecto y analizar en detalle las partes que lo componen. Dependiendo de los niveles de profundización de los diferentes aspectos, se suelen denominar los estudios como: "identificación de la idea", "perfil preliminar", "estudio de prefactibilidad ", "estudio de factibilidad" y "diseño definitivo"; en cada uno de los cuales se

---

<sup>8</sup> *Gestión de Proyectos; Identificación-Formulación-Evaluación.* Bogotá : MM Editores, 2005.

examina la viabilidad técnica, económica, financiera, institucional y ambiental y la conveniencia social de la propuesta de inversión. (Miranda, 2005).<sup>9</sup>

**Fig. No. 1** Proceso Inteligente para tomar la decisión de invertir.



Fuente: (MIRANDA 2005)  
Elaborado por: La Autora.

#### **a. Idea.**

Esta primera etapa parte de la obtención de una amplia información sobre el sector económico y geográfico donde se insertará el proyecto, que nos dará una panorámica sobre los recursos naturales, técnicos y humanos disponibles, y sobre las condiciones económico – sociales favorables o desfavorables para el desarrollo del proyecto en la región.

#### **b. Perfil.**

Con base a los elementos de juicio obtenidos a través de los estudios previos, se plantean hipótesis en torno al producto o servicio frente a la población objeto; a la

<sup>9</sup> Miranda, Juan José. *Gestión de Proyectos; Identificación-Formulación-Evaluación*. Bogotá: MM Editores, 2005.

viabilidad técnica de la propuesta y sus posibles variantes derivadas del tamaño, la localización, o de los procesos técnicos disponibles y de modelos de organización en las etapas de instalación y operación; logrando una primera aproximación a la magnitud de las inversiones, los costos y los ingresos que permitan identificar preliminares "flujos de caja", y posibiliten la aplicación de ciertos criterios de rentabilidad y sensibilidad conducentes a calificar, en principio, las bondades o desventajas del proyecto.

#### **c. Estudio de Prefactibilidad.**

En esta etapa se depuran, en un mayor grado de detalle, los aspectos de consumo, técnico, financiero, institucional, administrativo y ambiental elaborados en la fase anterior (para cada alternativa o variante), y acudiendo si es preciso a información primaria para algunas variables consideradas como relevantes, con el fin de contrastar las hipótesis inicialmente planteadas.

#### **d. Estudio de Factibilidad.**

Estudio de factibilidad también estudio de viabilidad es el análisis financieros, económicos y sociales de una inversión (dada una opción tecnológica -estudio de pre-factibilidad). En la fase de pre-inversión la eventual etapa subsiguiente es el diseño final del proyecto (preparación del documento de proyecto), tomando en cuenta los insumos de un proceso productivo, que tradicionalmente son: tierra, trabajo y capital (que generan ingreso: renta, salario y ganancia). ([http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio\\_de\\_factibilidad](http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_factibilidad)).

El estudio de factibilidad debe conducir a:

- Identificación plena del proyecto a través de los estudios de mercado, tamaño, localización, y tecnología apropiada.
- Diseño del modelo administrativo adecuado para cada etapa del proyecto.
- Estimación del nivel de las inversiones necesarias y su cronología, lo mismo que los costos de operación y el cálculo de los ingresos.
- Identificación plena de fuentes de financiación y la regulación de compromisos de participación en el proyecto.
- Definición de términos de contratación y pliegos de licitación de obras para adquisición de equipos.
- Sometimiento de proyectos si es necesario a las respectivas autoridades de planeación.
- Aplicación de criterios de evaluación tanto financiera como económica, social y ambiental, que permita allegar argumentos para la decisión de realización del proyecto.

#### **e. Diseño, Ejecución y Operación.**

Cuando se trata de proyectos complejos que suponen grandes inversiones, el estudio de factibilidad se convierte en el instrumento orientador más idóneo para la fase de ejecución, puesta en marcha y operación. Sin embargo, en la mayoría de los casos los expertos y las firmas de consultores que formulan y evalúan los proyectos, no suelen ser las mismas que implementan su ejecución, por esa razón y desde su propia perspectiva éstos deben programar y planear mediante la elaboración del “diseño definitivo” las acciones y actividades que garanticen la operación oportuna del proyecto.

De acuerdo a la estructura de la formulación de proyectos, la parte medular de la presente investigación se centra en el estudio de factibilidad; desde esta perspectiva se desarrollara el enfoque conceptual de:

- Estudio de Mercado
- Estudio Técnico
- Estructura Organizacional y Legal
- Estudio y Evaluación Financiera

## **ESTUDIO DE MERCADO.**

### **Definición.**

Se entiende por mercado al área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados.

El estudio o investigación de mercado de un producto o productos, es la compilación sistemática de los datos históricos y actuales de oferta y demanda de ese producto para un área determinada que permite estimar el comportamiento futuro de sus elementos básicos.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Baca, Gabriel. 2006. *Evaluación de Proyectos V Edición*

## **PRODUCTO – SERVICIO.**

Un producto es el resultado de un esfuerzo creador que tiene un conjunto de atributos tangibles e intangibles (empaquete, color, precio, calidad, marca, servicios y la reputación del vendedor) los cuales son percibidos por sus compradores (reales y potenciales) como capaces de satisfacer sus necesidades o deseos. Por tanto, un producto puede ser un bien (una guitarra), un servicio (un examen médico), una idea (los pasos para dejar de fumar), una persona (un político) o un lugar (playas paradisíacas para vacacionar), y existe para 1) propósitos de intercambio, 2) la satisfacción de necesidades o deseos y 3) para coadyuvar al logro de objetivos de una organización (lucrativa o no lucrativa).<sup>11</sup>

### **Naturaleza y usos del Producto.**

Los productos pueden clasificarse desde diferentes puntos de vista. A continuación se da una serie de clasificaciones, cuyo objetivo es tipificar un producto bajo cierto criterio.

#### **Clasificación de los productos:**

- a) Vida de almacén
- b) De consumo

#### **Por su vida de almacén:**

Se clasifican en duraderos, como son los aparatos eléctricos, herramientas, y otros, y no duraderos que son principalmente alimentos frescos y envasados.

---

<sup>11</sup> (<http://www.marketing-free.com/producto/definicion-producto.html>)

### **Productos de consumo.**

Se clasifican como:

- a) De conveniencia. Alimentos cuya compra se planea, básicos.
- b) Por comparación. Interesa más el estilo y la presentación que el precio.
- c) Por especialidad. Como el servicio médico, el servicio relacionado con los automóviles.
- d) No buscados. (cementerios, abogados, hospitales), que son productos o servicios con los que nunca se quiere tener relación.

También se pueden clasificar los productos en una forma general como bienes de consumo intermedio (industrial) y bienes de consumo final. Con esto el investigador procederá a clasificar al producto según sea su naturaleza y uso.

### **LA DEMANDA.**

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

El propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y mediar cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como determinar las posibilidades de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Baca, Gabriel. 2006. *Evaluación de Proyectos V Edición*

La demanda está en función de varios factores, como la necesidad real que se tiene del bien o servicio, el precio, nivel de ingreso de la población; toda esta información se debe recopilar a través de fuentes primarias (encuestas – entrevistas), secundarias, artículos científicos, etc.

### TIPOS DE DEMANDAS.

#### “En relación con su oportunidad:

- a) Demanda insatisfecha, en la que lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado.
- b) Demanda satisfecha, en la que lo ofrecido al mercado es exactamente lo que éste requiere. Se puede reconocer dos tipos de demanda satisfecha:

Satisfecha saturada, la que ya no puede soportar una mayor cantidad del bien o servicio en el mercado, pues se está usando plenamente. Es muy difícil encontrar esta situación en un mercado real.

Satisfecha no saturada, que es la que se encuentran aparentemente satisfecha, pero que se puede hacer creer mediante el uso adecuado de herramientas de mercadotécnicas, como las ofertas y la publicidad.



**En relación con su necesidad:**

- a) Demanda de bienes social y nacionalmente necesarios, que son los que la sociedad requiere para su desarrollo y crecimiento, están relacionados con la alimentación, el vestido, la vivienda y otros rubros.
- b) Demanda de bienes no necesarios o de gusto, que es prácticamente el llamado consumo suntuario, como la adquisición de perfumes, ropa fina y otros bienes de este tipo.

**En relación con su temporalidad:**

Demanda continua, es la que permanece durante largos periodos, normalmente en crecimiento, como ocurre con los alimentos, cuyo consumo irá en aumento mientras crezca la población.

- a) Demanda cíclica o estacional, es la que en alguna forma se relaciona con los periodos del año, por circunstancias climatológicas o comerciales, como regalos en la época navideña, paraguas en la época de lluvias, enfriadores de aire en tiempo de calor, etc.

**De acuerdo con su destino:**

- a) Demanda de bienes finales, que son los adquiridos directamente por el consumidor para su uso o aprovechamiento.
- b) Demanda de bienes intermedios o industriales, que son los que requieren algún procesamiento para ser bienes de consumo final.

### **Demanda Potencial Insatisfecha.**

Se llama demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes y servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo. (Baca, 2006)”<sup>13</sup>

### **LA OFERTA.**

Oferta es la cantidad de bienes y servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio.

### **TIPOS DE OFERTAS.**

#### **“En relación con el número de oferentes:**

Oferta competitiva o de mercado libre.- Es en la que los productores se encuentran en circunstancias de libre competencias, sobre todo debido a que son tal cantidad de productores del mismo artículo, que la participación en el mercado

---

<sup>13</sup> Baca, Gabriel. *Evaluación de Proyectos V Edición. México D.F.: McGraw-Hill, 2006.*

está determinada por la calidad, el precio y el servicio que se ofrecen al consumidor. También se caracteriza por que generalmente ningún productor domina el mercado.

Oferta oligopólica (del griego: oligos, pocos).- Se caracteriza por que el mercado se denomina por solo unos cuantos productores. El ejemplo clásico es el mercado de automóviles nuevos.

Ellos determinan la oferta, los precios y normalmente tiene acaparada una gran cantidad de materia prima para su industria. Tratar de penetrar en ese tipo de mercado es no sólo riesgoso sino en ocasiones hasta imposible.

Oferta monopólica.- Es en la que existen un solo productor del bien o servicio, y por tal motivo, domina totalmente el mercado imponiendo calidad, precio y cantidad. Un monopolista no es necesariamente productor único. Si el productor domina o posee más del 95% del mercado siempre impondrá precio y calidad.”<sup>14</sup>

## **MÉTODOS DE PROYECCIÓN.**

Los cambios futuros, no solo de la demanda, sino también de la oferta y de los precios, se conocen con exactitud si se usan las técnicas estadísticas adecuadas para analizar el presente.

---

<sup>14</sup> Baca, Gabriel. *Evaluación de Proyectos V Edición. México D.F.: McGraw-Hill, 2006.*

Método de las medias móviles.- Se recomienda usarlo cuando la serie es muy irregular. Consiste en suavizar las irregularidades de la tendencia por medio de medias parciales.

Método de mínimos cuadrados: Se basa en calcular la ecuación de una curva para una serie de datos dispersos sobre una gráfica, curva que se considera el mejor ajuste.

## **EL PRECIO.**

“Es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y demanda están en equilibrio. (Baca, 2006).

### **Tipos de precios.**

Los precios se tipifican como sigue:

Internacional.- Es la que se usa para artículos de importación-exportación, normalmente está cotizado en dólares estadounidenses y FOB (libre a bordo) en el país de origen.

Regional externo.- Es el precio vigente sólo en parte de un continente. Por ejemplo: Centroamérica en América, el precio cambia si sale de ésta región.

Regional interno.- Es el precio vigente sólo en una parte del país. Por ejemplo: el suroeste o en la zona norte.

Local.- Precio vigente en una población o poblaciones pequeñas y cercanas, fuera de esta localidad el precio cambia.

Nacional.- Es el precio vigente en todo el país, y normalmente lo tienen productos con control oficial de precio o artículos industriales muy especializados.

Conocer el precio es importante porque es la base para calcular los ingresos futuros, hay que distinguir exactamente de qué tipo de precio se trata.”<sup>15</sup>

### **“Fijación de precios.**

Dependiendo de la clase de producto o servicio y teniendo en cuenta la estructura de mercado, se pueden identificar algunas modalidades empleadas para la fijación de los precios:

### **Los precios determinados por la estructura de costos de la empresa.**

El pago de los factores de producción, tierra, trabajo, capital y capacidad empresarial es un punto cierto para estimar el precio de los bienes o servicios; queda claro que si la contabilización de los costos es el criterio básico de decisión para identificar precios, es preciso tener en cuenta los costos explícitos como los costos de oportunidad involucrados tanto en la instalación como en los distintos niveles de operación del proyecto.

---

<sup>15</sup> Baca, Gabriel. *Evaluación de Proyectos V Edición. México D.F.: McGraw-Hill, 2006*

### **Los precios fijados por el mercado.**

A diferencia de los precios fijados con base a los costos, este método toma en consideración la intensidad de la demanda, de modo tal que si la demanda es alta se fija un precio alto, y cuando esta se manifiesta débil los precios tenderán a niveles bajos.

### **Fijación de precios con base en la competencia.**

Dado la dificultad de conocer las reacciones de compradores y competidores, ante cambios en los precios, los empresarios suelen aplicar un promedio de los precios de los competidores, buscando cierta posición entre los criterios precio - costo y precio - mercado.

### **Los precios políticos.**

Los precios suelen ser fijados, también, teniendo en cuenta los establecidos por las autoridades para proteger o estimular algún sector de la economía (precios de sustentación para algunos productos agrícolas, los subsidios concedidos por el consumo de alguna mercancía, los aranceles protectores para algunos sectores que se desea promover, etc.);

### **Precios vigentes en el mercado internacional.**

Algunos productos importados que se mercadean a nivel doméstico, y los precios de estos en los mercados internacionales, determinan criterios complementarios para la asignación de precios de determinados bienes o servicios.”<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> Miranda, Juan José. *Gestión de Proyectos; Identificación-Formulación-Evaluación*. 2005.

## COMERCIALIZACIÓN.

“La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar. (Baca, 2006)

La comercialización no es la simple transferencia de productos hasta las manos del consumidor, es la que coloca al producto en el sitio y momento adecuado, para dar al consumidor la satisfacción que la espera con la compra, indicándose que entre el productor y el consumidor final existen varios intermediarios. (Baca, 2006)

Los beneficios que los intermediarios aportan a la sociedad son:

1. Asignan a los productos el sitio oportuno.
2. Concentran grandes volúmenes de diversos productos.
3. Salvan grandes distancias y asumen los riesgos de transportación.
4. Al estar en contacto directo tanto con el productor como con el consumidor, conoce los gustos de éste y pide el primero que elabore exactamente la cantidad y el tipo de artículo que se venderá.
5. Es el que verdaderamente sostiene a la empresa al comprar grandes volúmenes.
6. Muchos intermediarios promueven las ventas otorgando créditos a los consumidores y asumiendo ellos ese riesgo de cobro.

Sin embargo, un buen distribuidor del producto debe tener ciertas características que lo hacen ser mejor que otros, por ejemplo, deben tener calidad profesional.

### **Canales de distribución y su naturaleza.**

Un canal de distribución es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, deteniéndose en varios puntos de esa trayectoria.

En cada intermediario o punto en que se detenga esa trayectoria existe un pago o transacción, además de un intercambio de información.

El productor siempre tratará de elegir el canal más ventajoso desde todos los puntos de vista.

#### **1. Canales para productos de consumo popular.**

- Productores-consumidores.
- Productores-minoristas-consumidores.
- Productores-mayoristas-minoristas-consumidores.
- Productores-agentes-mayoristas-minoristas-consumidores.

#### **2. Canales para productos industriales.**

- a) Productor-usuario industrial.
- b) Productor-distribuidor industrial-usuario industrial.
- c) Productor-agente-distribuidor-usuario industrial.”<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> Baca, Gabriel. *Evaluación de Proyectos V Edición. México D.F.: McGraw-Hill, 2006*



## **ESTUDIO TÉCNICO.**

El estudio técnico busca responder a los interrogantes básicos: ¿cuánto, dónde, cómo y con qué producirá mi empresa?, así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea éste un bien o un servicio. (Córdova, 2011).

Las informaciones técnicas y físicas se transforman en unidades monetarias para el cálculo de las inversiones y la minimización y optimización de los costos. En este sentido, podemos decir que el estudio técnico comprende:

- Tamaño del proyecto.
- Localización del proyecto.
- Ingeniería del proyecto.

### **Tamaño del proyecto.**

“Se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando. (Córdova, 2011)

La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación. De igual forma, la decisión que se tome respecto del tamaño

determinará el nivel de operación que posteriormente explicará la estimación de los ingresos por venta.”<sup>18</sup>

### **Capacidad.**

Después de definida la unidad de medida del tamaño del proyecto, se establece la cantidad de producción o de prestación de servicio por unidad de tiempo. Por ejemplo, en una fábrica de camisas sería el número de camisas producidas en un mes o un año; en un hotel sería el número de camas disponibles.

Se presentan tres tipos de capacidad:

- **Capacidad diseñada**, que corresponde al nivel máximo posible de producción o de prestación de servicio.
- **Capacidad instalada**, que corresponde al nivel máximo de producción o prestación de servicios que los trabajadores con la maquinaria, equipos e infraestructura disponible pueden generar permanentemente.
- **Capacidad real**, que es el porcentaje de la capacidad instalada que en promedio se está utilizando, teniendo en cuenta las contingencias de producción y ventas, durante un tiempo determinado.

### **Factores que determinan el tamaño de un proyecto.**

---

<sup>18</sup> *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá : Ecoe, 2011. 73000504.

Indican las razones por las cuales el proyecto no ofrece un mayor número de productos o servicios, y entre las cuales se pueden destacar:

- Tamaño del mercado.
- Capacidad financiera.
- Disponibilidad de insumos, materiales y recursos humanos.
- Problemas de transporte.
- Problemas institucionales.
- Capacidad administrativa.
- Proceso tecnológico.
- Problemas legales.

### **Localización del proyecto.**

El estudio de localización del proyecto debe definir claramente cuál será el mejor sitio para ubicar la unidad de producción. La localización óptima del proyecto es la que contribuye en mayor medida a que logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social) <sup>19</sup>

Es el análisis de las variables (factores) que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo. En general, las decisiones de localización podrían catalogarse de infrecuentes; de hecho, algunas empresas sólo la toman una vez en su historia. La decisión de localización no sólo afecta a empresas de nueva creación, sino también a las que ya están funcionando. (Córdova, 2011)

---

<sup>19</sup> Baca, Gabriel. *Evaluación de Proyectos V Edición*. México D.F.: McGraw-Hill, 2006

El estudio y análisis de la localización de los proyectos es útil y determinante para el éxito o fracaso del proyecto, ya que la decisión acerca de dónde ubicar el proyecto no solo considera criterios económicos sino también criterios estratégicos, institucionales, técnicos, sociales, entre otros.

El estudio de localización se orienta a analizar las diferentes variables que determinan el lugar donde finalmente se ubicará el proyecto, tratando de obtener una mayor utilidad o una minimización de costos. (Miranda, 2005).

Por lo tanto el objetivo más importante de este estudio, independientemente de la ubicación misma, es el de elegir aquel que conduzca a la maximización de la rentabilidad del proyecto entre las alternativas que se consideren factibles.

#### Factores que influyen en la localización.

Las alternativas de instalación de la planta deben compararse en función de las fuerzas ocasionales típicas de los proyectos. Una clasificación concentrada debe incluir por lo menos los siguientes factores globales:

- Medios y costos de transporte.
- Disponibilidad y costo de mano de obra.
- Cercanía de las fuentes de abastecimiento.
- Factores ambientales.
- Cercanía del mercado.

- Costo y disponibilidad de terrenos.
- Topografía de suelos.
- Estructura impositiva y legal.
- Disponibilidad de agua, energía y otros suministros.
- Comunicaciones.
- Posibilidad de desprenderse de desechos.

Todo proyecto considera dos etapas para definir su localización:

### **Macro Localización.**

“La macro localización de los proyectos se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto. Ésta tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente. Además, compara las alternativas propuestas para determinar las regiones o terrenos más apropiados para el proyecto. (Córdova, 2011).”<sup>20</sup>

### **Micro Localización.**

“La micro Localización indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida. La micro localización abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de

---

<sup>20</sup> *Formulación y Evaluación de Proyectos.* Bogotá : Ecoe, 2011. 73000504.

costos para cada alternativa. Se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde operará. (Córdova, 2011)<sup>21</sup>

### **Ingeniería del proyecto.**

El objetivo principal del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva. (Baca, 2006)

El estudio de ingeniería está orientado a buscar una función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la elaboración de un bien o en la prestación de un servicio. El proceso técnico es una variable que está integrada a los demás estudios del proyecto, tiene que ver con las características del servicio a ofrecer y del consumidor, lo mismo que con el mercado de insumos requeridos para la producción.

Esta etapa del proyecto aporta información fundamental para la evaluación técnica y económica del mismo, ya que proporciona los fundamentos técnicos sobre los cuales se diseñará y ejecutará el proyecto.

Para la realización se consideran aspectos como: actividades de la empresa, tipo de equipos necesarios para la prestación del servicio, características del local.

---

<sup>21</sup> *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá : Ecoe, 2011. 73000504.

## **ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL.**

Se debe establecer la estructura administrativa de la nueva empresa que se desea instalar, con la finalidad de que pueda operar efectivamente y alcanzar los objetivos empresariales; además se debe establecer la parte normativa y legal para su creación, funcionamiento y supervisión.<sup>22</sup>

### **Estudio organizacional.**

Define la estructura organizativa que más se adapte a los requerimientos de su posterior operación. Conocer esta estructura es fundamental para definir las necesidades de personal calificado para la gestión, y por lo tanto, estimar con mayor precisión los costos indirectos de la mano de obra ejecutiva.

### **Determinación del tipo de empresa.**

El tipo de empresa es clasificado por distintos criterios como es:

- Sector de actividad.
- Tamaño de la empresa.
- Propiedad del capital.
- Ámbito de actividad.
- El destino de los beneficios.
- Forma jurídica.

---

<sup>22</sup> *Formulación y Evaluación de Proyectos.* Bogotá : Ecoe, 2011. 73000504.

Sector de Actividad:**Tabla No. 1 Clasificación de la Actividad por sector**

| <b>PRIMARIO</b>   | <b>SECUNDARIO O INDUSTRIAL</b>                                     | <b>TERCIARIO</b>   |
|---|--|--|
| Denominado extractivo ya que la actividad se realiza directamente de la naturaleza                              | Este sector se dedica a la transformación de toda la materia prima | es la capacidad humana para realizar trabajos físicos o intelectuales                                |
| Como es la agricultura, ganadería, caza, pesca, extracción de áridos, agua, minerales, petróleo, energía eólica | Como la construcción, la óptica, la maderera, la textil etc.       | Como las de transporte, bancos, comercio, seguros, hotelería, asesorías, educación, eventos sociales |

**Fuente:** Córdova(2011)**Elaboración:** La Autora.Tamaño de la empresa:

El número de empleados, el tipo de industria, el sector de actividad, el valor anual de ventas esto se utiliza para determinar el tamaño de las empresas.

**GRANDE**

- Maneja capitales y financiamientos demasiado grandes, por lo general tiene instalaciones propias tiene miles de empleados de confianza y sindicalizados.

**MEDIANA**

- En este tipo de empresa intervienen cientos de personas, cuentan con un sindicato hay aéreas con responsabilidades tienen sistemas y procedimientos automatizados.



## PEQUEÑA

- Las pequeñas empresas son entendidas independientes creadas por seres rentables que no predomina en la industria a la que pertenece y su venta actual llega a un cierto tope.

## MICROEM-PRESAS

- La empresa o propiedad es individual los sistemas de fabricación son prácticamente artesanales y el equipo o personal es reducido o propiedad es individual los sistemas de fabricación son prácticamente artesanales y el equipo o personal es reducido.

### Propiedad del capital.

#### EMPRESA PRIVADA.

- La propiedad del capital está en una sociedad privada

#### EMPRESA PÚBLICA.

- El capital es del esta empresa le estado(nacional, provincial o municipal)

#### EMPRESA MIXTA.

- El capital para este tipo de empresa esta compartida entre el estado y los particulares.

### Ámbito de la actividad.

#### EMPRESAS LOCALES.

- Operan en un pueblo, ciudad o municipio

#### EMPRESAS PROVINCIALES.

- Operan en un ámbito geográfico de una provincia estado o país.

#### EMPRESA REGIONALES.

- Su venta se involucra en varias provincias o regiones.

#### EMPRESAS NACIONALES.

- Esto es cuando sus ventas en todo el territorio de un país o nación.

#### EMPRESAS MULTINACIONALES.

- Es cuando su actividad se extiende a varios países y su destino puede ser cualquier país.

#### Destino de los Beneficios.

##### EMPRESAS CON ANONIMO DE LUCRO.

- Los excedentes pasan a manos de los propietarios y/o accionistas.

##### EMPRESAS SIN ANONIMO DE LUCRO.

- En este caso los excedentes se vuelcan a la propia empresa para permitir su desarrollo.

#### Forma Jurídica.

##### UNIPERSONAL:

- Persona con capacidad legal para ejercer el comercio responde de forma ilimitada con todo su patrimonio ante las personas que pudieran verse afectadas

##### SOCIEDAD COLECTIVA:

- Este tipo de empresas de propiedad de más de una persona los socios responden también de forma ilimitada con su patrimonio ,existe participación en la dirección de la empresa

#### COOPERATIVAS:

- No poseen ánimo de lucro y son constituidas para satisfacer las necesidades socioeconómicas de los cooperativistas, quienes también son a la vez trabajadores.

#### COMANDITARIAS:

Sociedad de Responsabilidad Limitada: Respondiendo solo por capital o patrimonio que aportan a la empresa

Sociedad Anónima: Tienen el carácter de la responsabilidad limitada al capital que aportan, pero poseen la alternativa de tener las puertas abiertas a cualquier persona que desee adquirir acciones de la empresa.<sup>23</sup>

### **Direccionamiento Estratégico.**

Se desarrolla la filosofía empresarial, tomando en cuenta ciertas características de tipo conceptual para su estructuración como:

**MISIÓN.-** Define la razón de ser de la empresa, condiciona sus actividades presentes y futuras, proporciona unidad sentido de dirección y guía en la toma de decisiones estratégicas.

---

<sup>23</sup> Miranda, Juan José. *Gestión de Proyectos; Identificación-Formulación-Evaluación.* 2005.

**VISIÓN.-** Es una exposición clara que indica hacia donde se dirige la empresa a largo plazo y en que se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones de mercado, etc.

**VALORES EMPRESARIALES.-** Los valores son principios considerados validos ya sea que los tengamos o requerimos de ellos. Los valores son los puntales que le brindan a las organizaciones, su fortaleza, su poder y fortalecen la Visión.

### **Estudio legal.**

Toda organización social posee un andamiaje jurídico que regula los derechos y deberes, en las relaciones entre sus diferentes miembros. Este contexto jurídico e institucional parte desde la Constitución, la ley, los decretos, las ordenanzas y los acuerdos, hasta los reglamentos y las resoluciones, y se expresa en forma prohibitiva o permisiva.

### **Sociedades.**

#### **“Sociedad Colectiva:**

Es aquella en que todos los socios administran por si o por un mandatario elegido de común acuerdo, y en la cual todos los socios responden solidaria e ilimitadamente por las operaciones sociales.

#### **Sociedad en comandita:**

El Código de Comercio define la sociedad en comandita como la sociedad en la cual uno o más socios se comprometen "solidaria e ilimitadamente" en su responsabilidad sobre las operaciones sociales de la firma, y uno o varios socios comprometen su responsabilidad hasta el monto de sus aportes a la misma.

#### Sociedad de responsabilidad limitada:

En este tipo de sociedad, los socios responden hasta el monto de sus aportes. El capital social de la sociedad que estará representado por cuotas de igual valor, debe ser pagado totalmente al integrarse la compañía. La sociedad de responsabilidad limitada no puede tener menos de dos socios, ni más de veinticinco.

#### Sociedad Anónima.

La sociedad anónima se forma con la reunión de un fondo social, formado por accionistas que responden hasta el monto de sus aportes. Este tipo de sociedad tiene una denominación que se acompaña de las palabras "Sociedad Anónima", o de la partícula "S.A." Este tipo de sociedad no puede inscribirse ni funcionar sin un mínimo de cinco (5) accionistas.<sup>24</sup>

## **ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA**

“En el marco financiero se especifican las necesidades de recursos a invertir, con detalles de las cantidades y fechas para los diversos ítems señalados, su forma

---

<sup>24</sup> Miranda, Juan José. *Gestión de Proyectos; Identificación-Formulación-Evaluación*. 2005.

de financiación (aporte propio y créditos) y las estimaciones de ingresos y egresos para el período de vida útil del proyecto. (Baca, 2006)

El estudio financiero constituye la sistematización contable y financiera de los estudios de mercado y técnico, que permitirá verificar los resultados que genera el proyecto, al igual que la liquidez que genera para cumplir con sus obligaciones operacionales y no operacionales y finalmente, la estructura financiera expresado por el balance general del proyecto.

El estudio financiero evalúa el potencial económico de un proyecto analizando el monto de los recursos económicos necesarios para su realización, facilitando de esta manera la toma de decisiones referente a las actividades de la inversión.

Inversión Inicial.

Financiamiento.

Estados Financieros.

Indicadores y Evaluación Financiera.”<sup>25</sup>

### **Inversión inicial.**

La inversión está conformada por activos fijos, activos intangibles y el capital de trabajo.

---

<sup>25</sup> Baca, Gabriel. *Evaluación de Proyectos V Edición. México D.F.: McGraw-Hill, 2006*

**Inversiones Fijas.**

Son aquellas que se realizan en bienes tangibles, se utilizan para garantizar la operación del proyecto y no son de comercialización por parte de la empresa y se adquieren para utilizarse durante su vida útil; son entre otras: los terrenos para la construcción de instalaciones, las construcciones civiles, parqueaderos, cerramientos, herramientas, maquinaria, etc.

**Inversiones Diferidas.**

Son aquellas que se realizan sobre la compra de servicios o derechos que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto, tales como: los estudios técnicos, económicos y jurídicos, los gastos de organización, gastos de montaje, ensayos y puestas en marcha, el pago de marcas y patentes, los gastos por capacitación y entrenamiento al personal.

**Capital de Trabajo.**

El capital de trabajo es una medida de la capacidad que tiene una empresa para continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo.

La inversión en capital de trabajo corresponde al conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, esto es, el proceso que se inicia con el primer desembolso para cancelar los insumos de la operación, y finaliza cuando los insumos transformados en productos terminados son vendidos, y el monto de la venta recaudado sirve para cancelar la compra de nuevos insumos.

## **Financiamiento.**

El Financiamiento es el abastecimiento y uso eficiente del dinero, línea de crédito y fondos de cualquier clase que se emplean en la realización de un proyecto o en el funcionamiento de la empresa.

Aquí se determinará de donde van a provenir los recursos necesarios para la puesta en marcha del presente proyecto. Se deben analizar todas las fuentes de financiamiento posibles como aportes de capital o el requerimiento de recursos vía préstamo, para así elegir la que ofrezca mayores beneficios para la empresa.

## **Estados Financieros.**

### **Estado de Resultados.**

También conocido como “Estado de Pérdidas y Ganancias”, mide las utilidades de la unidad de producción o de prestación de servicios durante el periodo proyectado. Como ingresos usualmente se toman en cuenta las ventas realizadas durante el periodo, y como costos o gastos lo concerniente al costo de producción, gastos de administración y ventas, intereses por concepto de préstamos, e igualmente deduce la cuota por depreciación y amortización de activos.

### **Flujo de Fondos:**

Es un estado financiero que mide solamente los movimientos de efectivo, excluye las depreciaciones y amortizaciones de activos porque no constituyen una salida de dinero.



El flujo de fondos neto “Es un esquema que presenta en forma orgánica y sistemática cada una de las erogaciones e ingresos líquidos registrados período por período”. (Miranda, 2005).

### **Indicadores y evaluación financiera.**

La evaluación financiera se refiere a la medición de los resultados del proyecto, esto se realiza a través de diferentes indicadores los cuales,...”sirven para medir la efectividad de la administración de la empresa, así como para controlar los costos y gastos, para de esta manera evaluar las ventas y las utilidades de la organización.” (Baca, 2006)

### **Valor Actual Neto (VAN).**

Permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto. En este caso la tasa de descuento que se utilizará es la TMAR (tasa mínima atractiva de retorno) que está compuesto por el valor de la inflación, la TIO (tasa interna de oportunidad) y el premio al riesgo que es el verdadero crecimiento del dinero o real del patrimonio, es decir, a mayor riesgo se espera mayor ganancia.<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> Miranda, Juan José. *Gestión de Proyectos; Identificación-Formulación-Evaluación*. 2005.

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

$V_t$  Representa los flujos de caja en cada periodo  $t$ .

$I_0$  Es el valor del desembolso inicial de la inversión.

$n$  Es el número de períodos considerado.

$k$ ,  $d$  o **TIR** es el tipo de interés.

Si el proyecto no tiene riesgo, se tomará como referencia el tipo de la renta fija, de tal manera que con el VAN se estimará si la inversión es mejor que invertir en algo seguro, sin riesgo específico. En otros casos, se utilizará el coste de oportunidad. Cuando el VAN toma un valor igual a 0,  $k$  pasa a llamarse TIR (tasa interna de retorno). La TIR es la rentabilidad que nos está proporcionando el proyecto.

Interpretación:**Tabla No. 2 Interpretación del VAN**

| Valor   | Significado   | Decisión a tomar  |
|---------|---|---|
| VAN > 0 | La inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida (r) | El proyecto puede aceptarse   |
| VAN = 0 | La inversión no produciría ni ganancias ni pérdidas                         | Dado que el proyecto no agrega valor monetario por encima de la rentabilidad exigida (r), la decisión debería basarse en otros criterios, como la obtención de un mejor posicionamiento en el mercado u otros factores. |
| VAN < 0 | La inversión produciría pérdidas por debajo de la rentabilidad exigida (r)  | El proyecto debería rechazarse  |

**Fuente:** Córdova(2011)

**Elaboración:** La Autora.

**Tasa Interna de Retorno (TIR).**

Es la tasa de descuento por la cual el VAN es igual a cero. Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello, la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el coste de oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el coste de oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo). Si la tasa de rendimiento del proyecto –expresada por la TIR– supera la tasa de corte, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza.

**Periodo de Recuperación.**

Permite conocer en qué tiempo se va a recuperar la inversión. Es un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo, pues

permite anticipar los eventos en el corto plazo. Cuando más rápido sea el periodo de recuperación, menor será el riesgo y se obtendrá mayor liquidez.

### **Relación Beneficio / Costo.**

La relación beneficio / costo, es la relación entre los ingresos presentes netos de los flujos de efectivo y los egresos presentes netos.

Si la relación es:  $> 1$  se considera al proyecto "atractivo".

### **Análisis de Sensibilidad**

Todo proyecto, independientemente de su magnitud, se ve envuelto en una serie de riesgos independientes o ajenos al funcionamiento de la empresa que inciden directamente a los costos o ingresos de la misma. Por esta razón en el análisis de sensibilidad se estudian los posibles casos que puedan poner en riesgo la operatividad del proyecto.

## **e. MATERIALES Y MÉTODOS.**

### **MATERIALES.**

Para el desarrollo del presente trabajo se requirió de los siguientes materiales que se detallan a continuación:

- Computadora
- Cuadernos
- Hojas de papel bond
- Copias
- Internet
- Impresiones
- Materiales de oficina
- Empastado - anillados
- Libros
- Flash memory
- CDs

### **MÉTODOS.**

**Científico.-** Conjunto de procedimientos, lógicamente sistematizados, que el investigador utiliza para descubrir y enriquecer la ciencia.

Mediante el cual se ejecutó una serie de operaciones establecidas, mismas que proporcionarán veracidad a todas las acciones realizadas en la ejecución del presente estudio, el cual servirá para el cumplimiento de los objetivos planteados.

**Deductivo.-** Parte de lo general a lo particular, se verifica si se cumple o no en los casos particulares lo que está determinado por la ley o el principio general.

Este método permitió realizar objetivamente el Estudio de Factibilidad para la implementación de la empresa de eventos sociales, su comercialización en toda la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, partiendo de hechos generales, los cuales proporcionarán mayor comprensión en relación a la ejecución de los procesos.

**Inductivo.-** Proceso en el que, a partir del estudio de casos particulares, se obtienen conclusiones o leyes universales que explican o relacionan los fenómenos estudiados. Este importante método se utilizara lo largo de todo el proceso investigativo cuando se deba obtener conclusiones generales a partir de una premisa particular.

Mediante este método se pudo determinar las diferentes acciones a seguir en la ejecución del proyecto en estudio, de tal manera que permita alcanzar los objetivos planteados.

**Sistemático.-** Que sigue o se ajusta a un sistema.

Permitió seguir los procedimientos con la finalidad de alcanzar los resultados deseados que permitan identificar la factibilidad o no de la creación de la empresa.

**Analítico.**-Extracción de las partes de un todo, con el objeto de estudiarlas y examinarlas.

Sirvió para analizar todos los movimientos realizados en el transcurso del estudio de factibilidad, a fin de poder determinar la realidad de los hechos ocurridos.

## **TÉCNICAS.**

**La observación.**- Se utilizó fundamentalmente para obtener información primaria de los fenómenos que se investigan.

Esta técnica permitió observar cada uno de los pasos a seguir en el transcurso de las actividades concernientes al Estudio de Factibilidad, por el cual se obtendrán los fundamentos necesarios para la elaboración y ejecución del proyecto.

**La Entrevista.**- conversación que tiene como finalidad la obtención de información.

**La Encuesta.-** Permite recopilar datos de un tema en particular. Conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa, para averiguar estados de opinión o diversas cuestiones de hecho.

Se la efectuó a una muestra significativa a la PEA de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, con el fin de obtener información acerca de gustos, preferencias, consumo, etc., y la importancia de las empresas de eventos sociales, en el sector.

#### **Número de encuestas.**

La provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, cuenta con una población de 365.955 Hab., de ésta la PEA es de 150.151 Hab.

Se utiliza el 95 % y un margen del 5%, siendo  $P = 0,5$  y  $Q = 0,5$

#### **Tipo y nivel de investigación.**

**Descriptiva:** Debido a que permitirá establecer el diagnóstico de la situación actual de la formación dentro del proyecto.

**Explorativa:** Nos permitirá examinar el problema relacionado con el servicio dentro del plan a ejecutar y establecer procesos un buen servicio.

**Correlacional:** Nos permitirá conocer la relación entre la cantidad de demandantes y el nivel de aceptación que tengamos.



## Población y muestra

Población Económicamente Activa. (PEA).

**Tabla No. 3 PEA Santo Domingo de los Tsáchilas.**

|                      |              | <b>PEA</b>     |
|----------------------|--------------|----------------|
| <b>Santo Domingo</b> | Hombre       | 99 244         |
|                      | Mujer        | 50 907         |
|                      | <b>TOTAL</b> | <b>150 151</b> |

**Fuente:** Censo Nacional Económico (cenec-2010) - Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)  
**Elaborado por:** La autora.

**Población y Muestra.-** La PEA de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, se encuentra dividida en 99.244 Hombres y 50.907 Mujeres, dando un total de 150.151 Hab. (INEC 2010).

Con la información del Censo de Población INEC 2010, se proyectará el PEA para el año 2014.

$$P_f = P_o(1 + i)^n$$

En donde:  $P_f$  = población final (2014)

$P_o$  = población inicial (2010 = 150.151)

$i$  = tasa de crecimiento anual (3.7%)

$n$  = período analizado (4 años)

$$P_f = 150.151 (1 + 0.037)^4$$

$$= 150.151 (1.037)^4$$

$$= 150.151 (1.5641)$$

$$= 173.637,392$$

Se prevé que para el año 2014 existirán alrededor de 173.637,392 PEA.

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{1 + e^2 N}$$

**Dónde:**

n = Tamaño de la muestra

N = Población 173.637,392 PEA

e<sup>2</sup> = Margen de error, se aplica el 5%

**APLICACIÓN DE LA FÓRMULA:**

$$n = \frac{173.637,392}{1 + (0.05)^2 \times 173.637,392}$$

$$n = \frac{173.637,392}{435,09} = 399.08 \cong 399$$

Aplicada la fórmula con los datos previstos se obtiene como resultado que deberá realizarse 399 encuestas.

## f. RESULTADOS.

### RESULTADOS DE LA ENCUESTA PARA DETERMINAR LA DEMANDA.

#### INFORMACIÓN GENERAL.

De acuerdo a la encuesta preparada previamente, se obtuvieron los siguientes resultados:

#### Estado Civil.

Conocer el estado civil de las personas, tiene mucha relevancia, ya de acuerdo a ésta información, se puede conocer el estado civil de las personas y los grupos de hogares que pueden constituirse en clientes de la empresa de eventos sociales en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

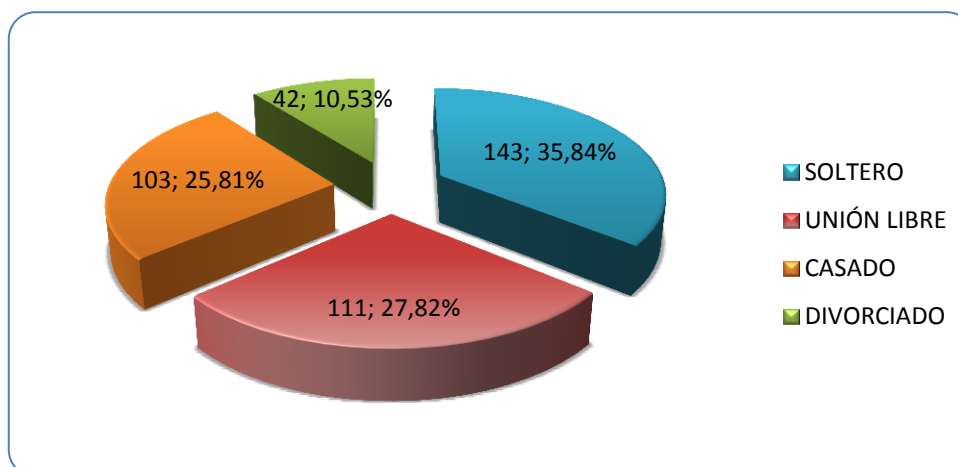
**Cuadro No. 1. Estado Civil.**

| ESTADO CIVIL | FRECUENCIA | PORCENTAJE     |
|--------------|------------|----------------|
| SOLTERO      | 143        | 35,84%         |
| UNIÓN LIBRE  | 111        | 27,82%         |
| CASADO       | 103        | 25,81%         |
| DIVORCIADO   | 42         | 10,53%         |
| <b>TOTAL</b> | <b>399</b> | <b>100,00%</b> |

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** La Autora.

Gráfica No. 1 Estado Civil.



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora.

**Interpretación.-** Los resultados, revelan que la mayor parte de la población tiene un estado civil de soltero y le corresponde un 35,84%; seguido del estado civil de unión libre con un 27,82%; el estado civil de casado le corresponde un 25,81%; y, el estado civil de divorciado le corresponde un 10,53%.

### Grupos de Edades.

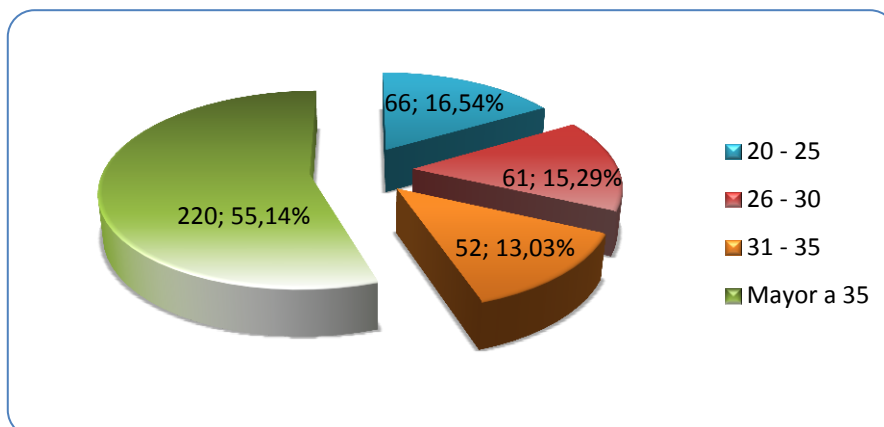
Los resultados permiten identificar a los grupos de edades que podrían utilizar el servicio de eventos sociales en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Cuadro No. 2. Grupos de Edades.

| EDAD (AÑOS)  | FRECUENCIA | PORCENTAJE     |
|--------------|------------|----------------|
| 20 - 25      | 66         | 16,54%         |
| 26 - 30      | 61         | 15,29%         |
| 31 - 35      | 52         | 13,03%         |
| Mayor a 35   | 220        | 55,14%         |
| <b>TOTAL</b> | <b>399</b> | <b>100,00%</b> |

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora.

**Gráfica No. 2 Grupos de Edades.**



**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** La Autora.

**Interpretación.-** La gráfica indica que la mayor concentración de la población es mayor a 35 años de edad, y que le corresponde al 55,14%, seguido de un 16,54% de la población entre 20 a 25 años de edad; la población de entre los 26 a 30 años representa el 15,29%, y, la población entre los 31 a 35 años representa un 13,03%.

Con esta información se puede inferir que existe un sector potencial de la población comprendida a los mayores a 35 años de edad que pueden utilizar el servicio de eventos sociales.

### Grupos por Sexo.

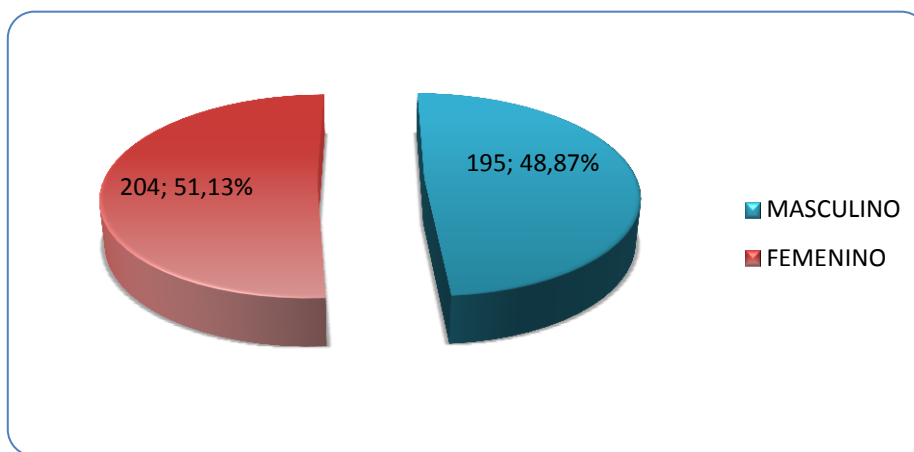
Conocer la estructura del sexo de la población, permitió establecer estrategias de eventos sociales, enfocados a gustos y preferencias de los habitantes, según la clasificación del sexo.

**Cuadro No. 3. Grupos por Sexo.**

| SEXO         | FRECUENCIA | PORCENTAJE     |
|--------------|------------|----------------|
| MASCULINO    | 195        | 48,87%         |
| FEMENINO     | 204        | 51,13%         |
| <b>TOTAL</b> | <b>399</b> | <b>100,00%</b> |

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** La Autora.

**Gráfica No. 3 Grupos por Sexo.**

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** La Autora.

**Interpretación.-** Se aprecia que el 51,13% de los encuestados son de sexo femenino, y un 48,87% de sexo masculino. Este resultado da la pauta para revisar comportamientos de las damas, y establecer la mejor estrategia de inclusión para el grupo de mujeres.

### Actividad Económica.

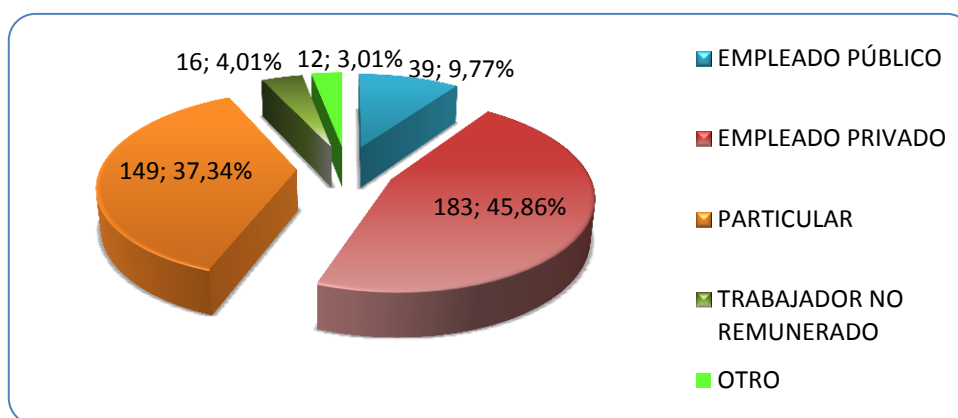
Las actividades económicas, son las fuentes que generan los ingresos, y de ahí poder determinar estrategias de mercado, con la finalidad de tratar de incluir a toda la población económicamente activa (PEA), en el proyecto de investigación.

**Cuadro No. 4. Actividad Económica.**

| OCUPACIÓN                | FRECUENCIA | PORCENTAJE     |
|--------------------------|------------|----------------|
| EMPLEADO PÚBLICO         | 39         | 9,77%          |
| EMPLEADO PRIVADO         | 183        | 45,86%         |
| PARTICULAR               | 149        | 37,34%         |
| TRABAJADOR NO REMUNERADO | 16         | 4,01%          |
| OTRO                     | 12         | 3,01%          |
| <b>TOTAL</b>             | <b>399</b> | <b>100,00%</b> |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora.

**Gráfica No. 4 Actividad Económica.**

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora.

**Interpretación.-** Los resultados indican que existe una concentración de empleados privados, con un 45,68%, seguido de los empleados particulares con un 37,34%; los empleados públicos con un 9,77%; un 4,01% que son trabajadores no remunerados y un 3,01% dedicados a otro tipo de actividades.

## ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

Para poder determinar y proyectar la demanda que poseerá la Empresa de Eventos Sociales en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, se aplicó la encuesta previamente elaborada a la PEA, la cual arrojó la siguiente información:

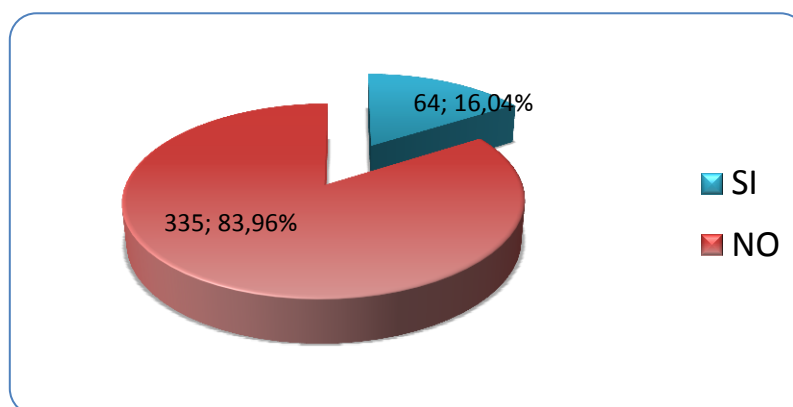
### 1. ¿Conoce usted de alguna empresa que se dedique a la organización de eventos sociales?

**Cuadro No. 5. Conocimiento de empresas de eventos sociales.**

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE     |
|--------------|------------|----------------|
| SI           | 64         | 16,04%         |
| NO           | 335        | 83,96%         |
| <b>TOTAL</b> | <b>399</b> | <b>100,00%</b> |

**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** La Autora.

**Gráfica No. 5 Conocimiento de empresas de eventos sociales.**



**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** La Autora.

**Interpretación.-** Los resultados indican que el 83,96% no conocen de empresas que se dediquen a los eventos sociales; el 16,04% manifiestan que si conocen de empresas de este tipo.



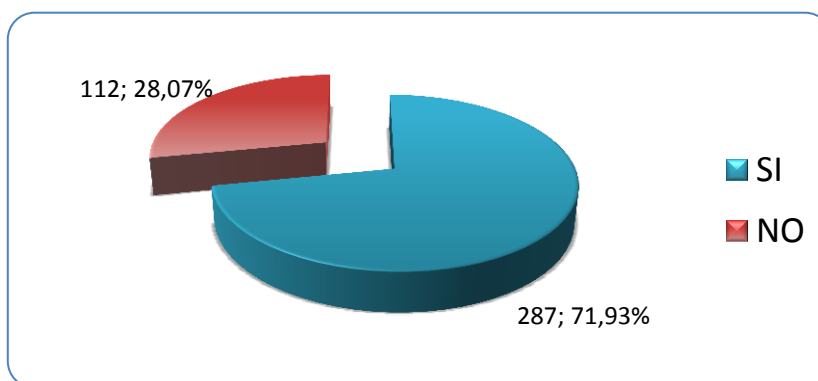
## 2. ¿Ha realizado usted, últimamente, algún evento social?

**Cuadro No. 6. Realización de eventos sociales.**

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE     |
|--------------|------------|----------------|
| SI           | 287        | 71,93%         |
| NO           | 112        | 28,07%         |
| <b>TOTAL</b> | <b>399</b> | <b>100,00%</b> |

**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** La Autora.

**Gráfica No. 6 Realización de eventos sociales.**



**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** La Autora.

**Interpretación.-** Los resultados indican que el 71,93% han realizado algún evento social últimamente, el 28,07% no han realizado ningún evento social últimamente.

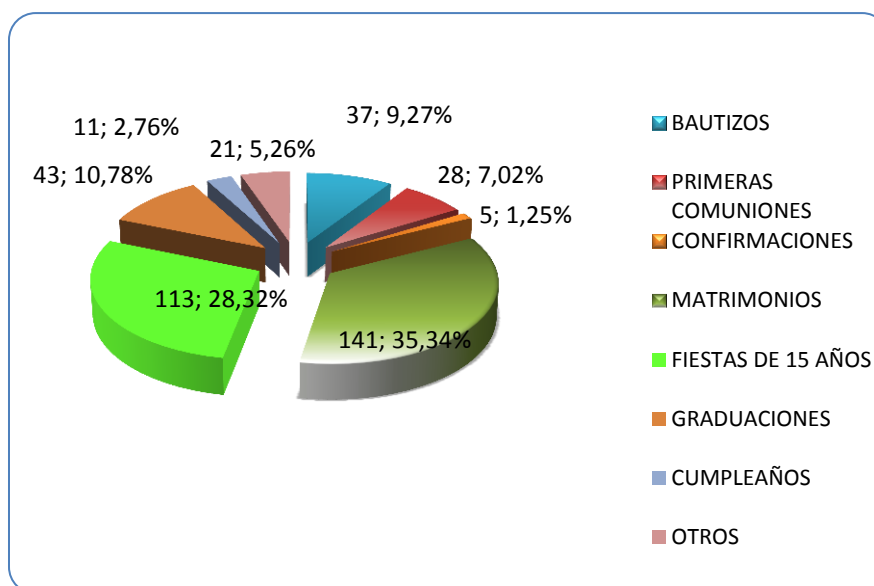
### 3.- ¿Qué tipo de eventos sociales ha realizado?

**Cuadro No. 7. Tipos de eventos sociales.**

| ALTERNATIVAS        | FRECUENCIA | PORCENTAJE     |
|---------------------|------------|----------------|
| BAUTIZOS            | 37         | 9,27%          |
| PRIMERAS COMUNIONES | 28         | 7,02%          |
| CONFIRMACIONES      | 5          | 1,25%          |
| MATRIMONIOS         | 141        | 35,34%         |
| FIESTAS DE 15 AÑOS  | 113        | 28,32%         |
| GRADUACIONES        | 43         | 10,78%         |
| CUMPLEAÑOS          | 11         | 2,76%          |
| OTROS               | 21         | 5,26%          |
| <b>TOTAL</b>        | <b>399</b> | <b>100,00%</b> |

**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** La Autora.

**Gráfica No. 7 Tipos de eventos sociales.**



**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** La Autora.

**Interpretación.-** Los resultados indican que el evento social más realizado, son los matrimonios, con un 35,34%; le sigue las fiestas de 15 años, con un 28,32%; las graduaciones con un 10,78%; los bautizos con un 9,27%; las primeras comuniones con un 7,02%; otros tipos de eventos con el 5,26%; los cumpleaños con un 2,76%; y, las confirmaciones con un 1,25%.

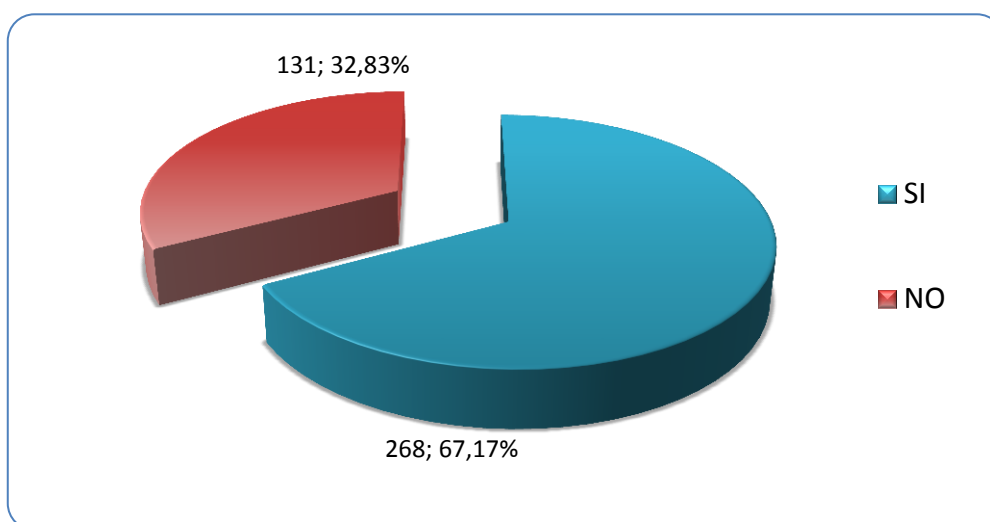
#### 4.- ¿Para la realización de eventos sociales ha utilizado los servicios de una empresa especializada en esa actividad?

**Cuadro No. 8. Utilización de Empresas de Eventos Sociales.**

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE     |
|--------------|------------|----------------|
| SI           | 268        | 67,17%         |
| NO           | 131        | 32,83%         |
| <b>TOTAL</b> | <b>399</b> | <b>100,00%</b> |

**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** La Autora.

**Gráfica No. 8 Utilización de Empresas de Eventos Sociales.**



**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** La Autora.

**Interpretación.-** De acuerdo a los resultados, se evidencia que el 77,19% de los hogares de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, utilizan los servicios de empresas de eventos; mientras que el 22,81% de familias no lo utilizan.

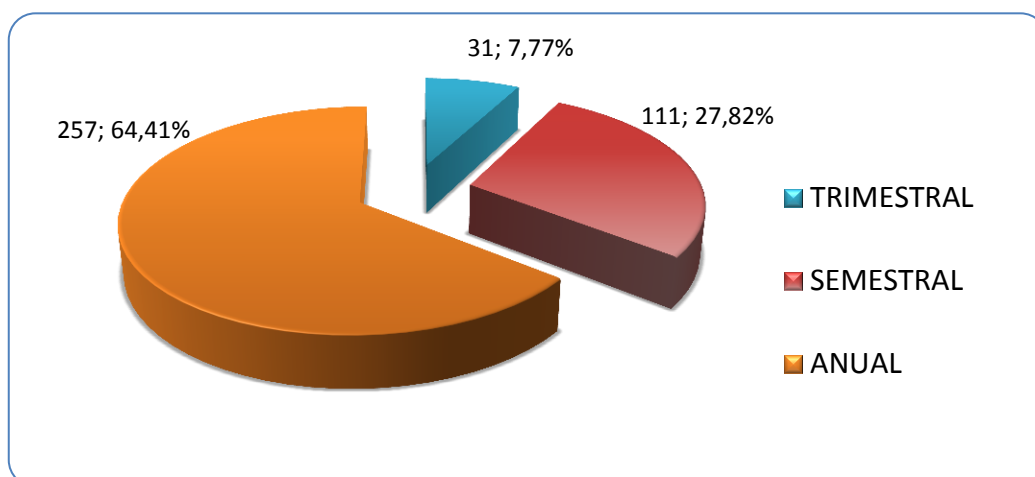
## 5.- ¿Con que frecuencia organiza eventos sociales?

**Cuadro No. 9. Frecuencia de organización de Eventos Sociales.**

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE     |
|--------------|------------|----------------|
| TRIMESTRAL   | 31         | 7,77%          |
| SEMESTRAL    | 111        | 27,82%         |
| ANUAL        | 257        | 64,41%         |
| <b>TOTAL</b> | <b>399</b> | <b>100,00%</b> |

**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** La Autora.

**Gráfica No. 9 Frecuencia de organización de Eventos Sociales.**



**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** La Autora.

**Interpretación.-** De acuerdo a los resultados, el 64,41% de los habitantes de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, organizan eventos sociales anualmente; mientras que el 27,82% lo hacen cada semestre, y, el 7,77% lo hacen en forma trimestral.

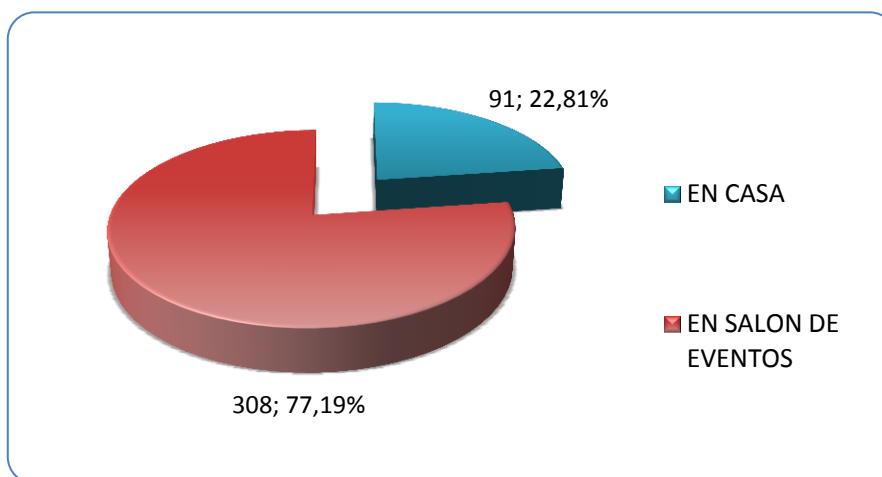
## 6.- ¿Dónde prefiere realizar sus eventos?

**Cuadro No. 10. Preferencia de realizar Eventos Sociales.**

| ALTERNATIVAS        | FRECUENCIA | PORCENTAJE     |
|---------------------|------------|----------------|
| EN CASA             | 91         | 22,81%         |
| EN SALON DE EVENTOS | 308        | 77,19%         |
| <b>TOTAL</b>        | <b>399</b> | <b>100,00%</b> |

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora.

**Gráfica No. 10 Preferencia de realizar Eventos Sociales.**



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora.

**Interpretación.-** De acuerdo a los resultados, se evidencia que el 77,19% de los hogares de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, realizan sus eventos sociales en el Salón de Eventos; el 22,81% lo hacen en sus casas. De acuerdo a este resultado, se tiene que la **DEMANDA POTENCIAL**, que en la presente investigación es el PEA para el año 2014 es de **173.637,392 Hab**, por lo tanto la **DEMANDA REAL**, es de **134.035,88 Hab.** que es el **77,19%** de la demanda potencial.

## 7.- ¿Cuántos eventos sociales ha organizado en el año?

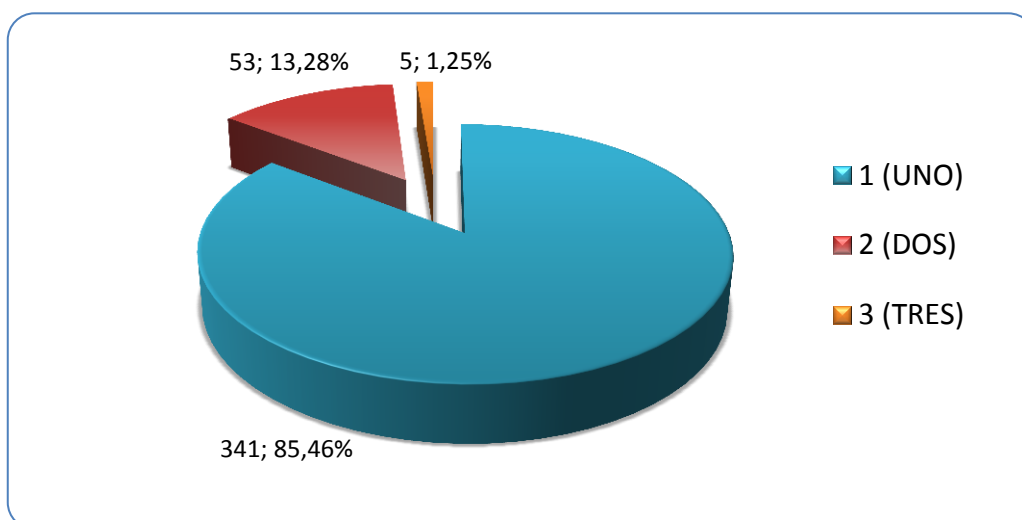
**Cuadro No. 11. Consumo per cápita de Eventos Sociales.**

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE     | XM*FREC    |                         |
|--------------|------------|----------------|------------|-------------------------|
| 1 (UNO)      | 341        | 85,46%         | 291,431078 |                         |
| 2 (DOS)      | 53         | 13,28%         | 7,04010025 |                         |
| 3 (TRES)     | 5          | 1,25%          | 0,06265664 | <b>CONSUMO /FAMILIA</b> |
| <b>TOTAL</b> | <b>399</b> | <b>100,00%</b> | <b>299</b> | <b>0,75</b>             |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora.

**Gráfica No. 11 Consumo per cápita de Eventos Sociales.**



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora.

**Interpretación.-** El 85,46% de la población en estudio, han organizado 1 (UNO) evento social en el año; el 13,28% han organizado 2 (DOS) eventos sociales en el año; y, el 1,25% han realizado 3 (TRES) eventos sociales en el año. Con esta información se ha determinado el consumo por familia (**CONSUMO PER CÁPITA**), el cual es de **0,75 eventos sociales en el año**, obtenido al dividir 299/399. Este indicador, servirá para determinar la tendencia de consumo.

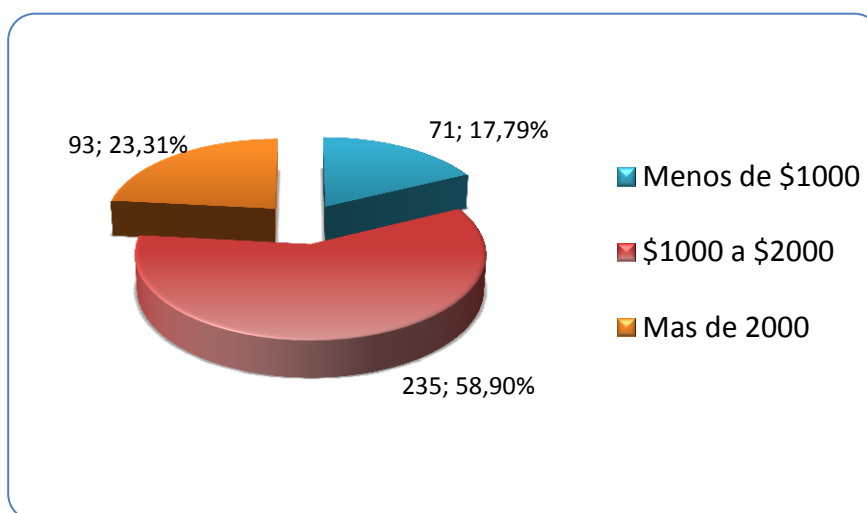
## 8.- ¿Usted cuánto gasta en la organización de una fiesta o evento social?

**Cuadro No. 12. Gasto en los Eventos Sociales.**

| ALTERNATIVAS    | FRECUENCIA | PORCENTAJE     | XM          | XM*FREC        |                      |
|-----------------|------------|----------------|-------------|----------------|----------------------|
| Menos de \$1000 | 71         | 17,79%         | 500         | 35500          |                      |
| \$1000 a \$2000 | 235        | 58,90%         | 1500,5      | 352617,5       |                      |
| Más de 2000     | 93         | 23,31%         | 2500,5      | 232546,5       | <b>PROM DE GASTO</b> |
| <b>TOTAL</b>    | <b>399</b> | <b>100,00%</b> | <b>4501</b> | <b>620.664</b> | <b>1.555,55</b>      |

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora.

**Gráfica No. 12 Gasto en los Eventos Sociales.**



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora.

**Interpretación.-** De acuerdo a los resultados, el 58,90% de la población en estudio, han gastado por realizar un evento social entre \$1000 a \$2000; el 23,31% han gastado más de \$2000; y, el 17,79% han gastado menos de \$1000.

Con estos resultados, se procede a calcular el **PROMEDIO DE GASTO POR EVENTO SOCIAL** que corresponde a **\$ 1.555,55**

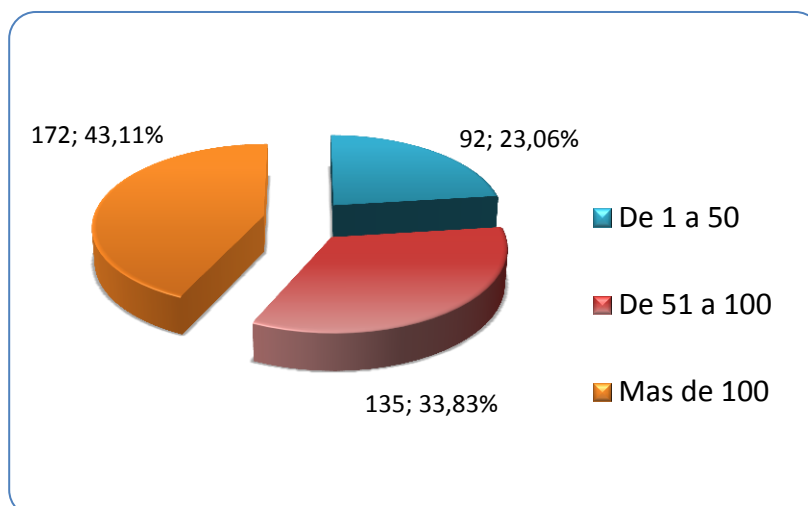
## 9. ¿Cuántas personas Ud., ha invitado a sus eventos sociales?

**Cuadro No. 13. Número de personas invitadas a Eventos Sociales.**

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE     | XM         | XM*FREC       |  |
|--------------|------------|----------------|------------|---------------|--|
| De 1 a 50    | 92         | 23,06%         | 25,5       | 2346          |  |
| De 51 a 100  | 135        | 33,83%         | 75,5       | 10192,5       | <b>PROM. PERSONAS INVITADAS X EVENTO</b> |
| Más de 100   | 172        | 43,11%         | 150        | 25800         |  |
| <b>TOTAL</b> | <b>399</b> | <b>100,00%</b> | <b>251</b> | <b>38.339</b> | <b>96,09</b>                             |

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora.

**Gráfica No. 13 Número de personas invitadas a Eventos Sociales.**



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora.

**Interpretación.-** Según el criterio de la población en estudio, el 43,11% manifiestan que el número de personas invitadas a los eventos sociales son más de 100; el 33,83% que los invitados están entre 51 a 100 invitados; y, el 23,06% indican que los invitados están entre 1 a 500 invitados.

Con estos resultados, se procede a calcular el **PROMEDIO DE PERSONAS INVITADAS POR EVENTO SOCIAL**, que corresponde a **96,09 PERSONAS**.



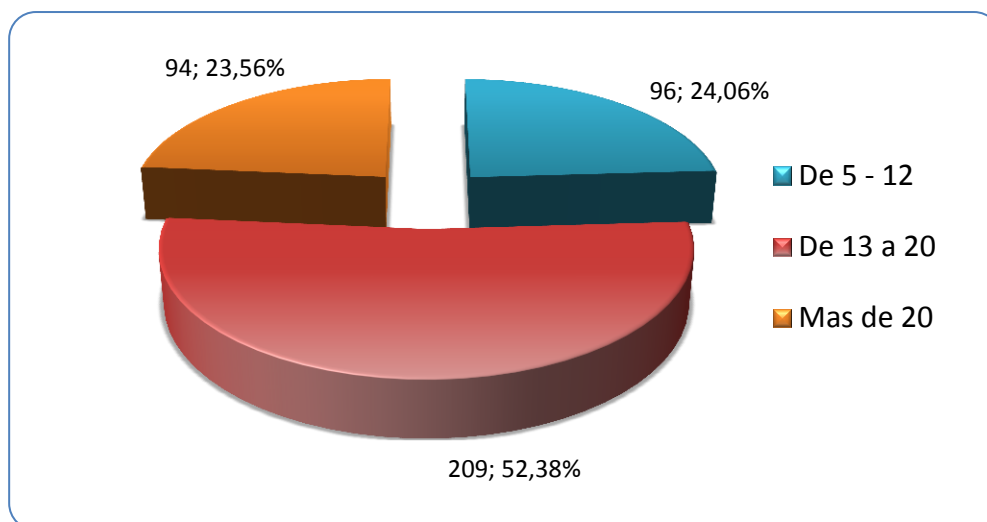
## 10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona en la realización de un evento?

**Cuadro No. 14. Gasto por persona a Eventos Sociales.**

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE     | XM        | XM*FREC      |                                     |
|--------------|------------|----------------|-----------|--------------|-------------------------------------|
| De 5 - 12    | 96         | 24,06%         | 8,5       | 816          |                                     |
| De 13 a 20   | 209        | 52,38%         | 16,5      | 3448,5       | <b>PROM. DE GASTO<br/>X PERSONA</b> |
| Más de 20    | 94         | 23,56%         | 25        | 2350         |                                     |
| <b>TOTAL</b> | <b>399</b> | <b>100,00%</b> | <b>50</b> | <b>6.615</b> | <b>16,58</b>                        |

**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** La Autora.

**Gráfica No. 14 Gasto por persona a Eventos Sociales.**



**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** La Autora.

**Interpretación.-** Según el criterio de la población en estudio, el 52,38% manifiestan que estarían dispuestas a pagar por persona en los eventos sociales entre \$13 a \$20 ; el 24,06% entre \$5 a \$12; y, el 23,56% estarían dispuestos a pagar más de \$20.

Con estos resultados, se procede a calcular el **PROMEDIO DE GASTO POR PERSONA**, que corresponde a **\$16,58**.

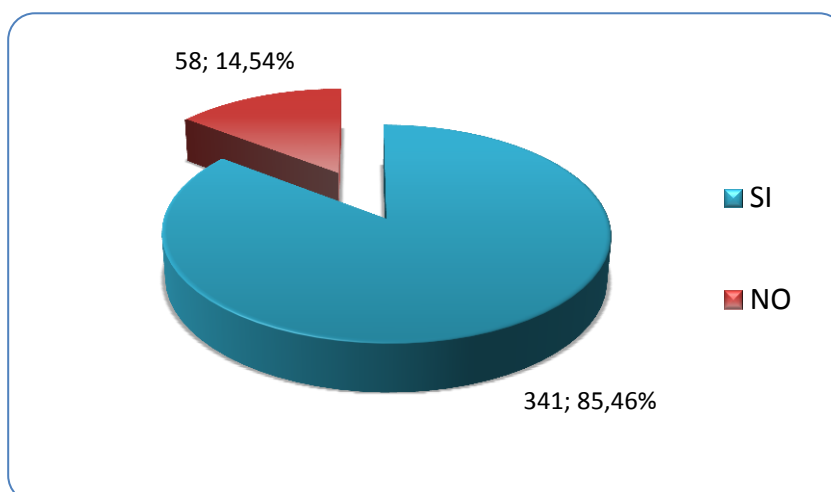
11.- ¿Le gustaría contar con una empresa que organice cualquier tipo de festejos sociales, garantizándole tranquilidad a usted y diversión a sus invitados?

Cuadro No. 15. Aceptación de apertura de empresa de Eventos Sociales.

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE     |
|--------------|------------|----------------|
| SI           | 341        | 85,46%         |
| NO           | 58         | 14,54%         |
| <b>TOTAL</b> | <b>399</b> | <b>100,00%</b> |

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora.

Gráfica No. 15 Aceptación de apertura de empresa de Eventos Sociales.



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora.

**Interpretación.-** Se evidencia que el 85,46% de los encuestados, si harían uso de la nueva empresa de eventos sociales; el 14,54% sin embargo no lo harían. Con esta información se proyecta la **DEMAMDA EFECTIVA**, ya que la demanda real obtenida en la pregunta No. 6, se obtuvo 134.035,88 Hab, y de ésta se toma el 85,46%, obteniéndose **114.551,97 Hab.**

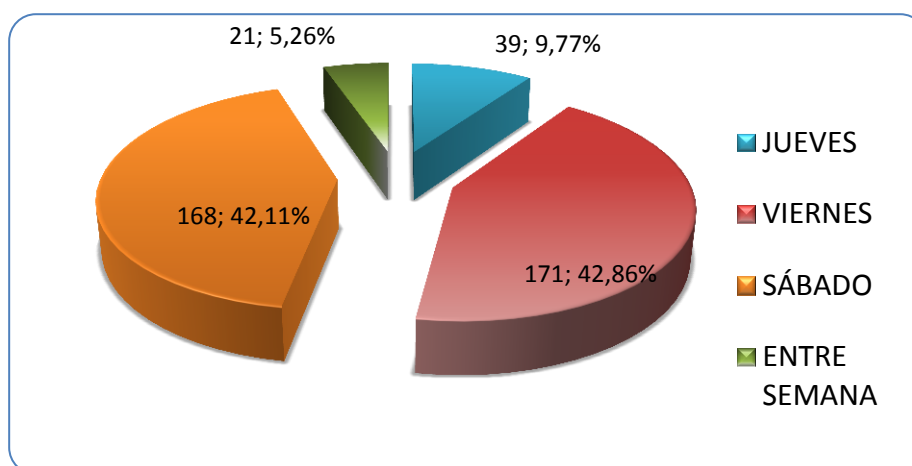
## 12. ¿En qué días realizaría sus eventos?

**Cuadro No. 16. Días de preferencia para los Eventos Sociales.**

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE     |
|--------------|------------|----------------|
| JUEVES       | 39         | 9,77%          |
| VIERNES      | 171        | 42,86%         |
| SÁBADO       | 168        | 42,11%         |
| ENTRE SEMANA | 21         | 5,26%          |
| <b>TOTAL</b> | <b>399</b> | <b>100,00%</b> |

**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** La Autora.

**Gráfica No. 16 Días de preferencia para los Eventos Sociales.**



**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** La Autora.

**Interpretación.-** Los resultados indican que los días preferidos para realizar los eventos sociales, son los días viernes y sábado, con un 42,86% y 42,11% respectivamente; un 9,77% lo prefieren realizar los días jueves; y, el 5,26% lo prefieren entre semanas.

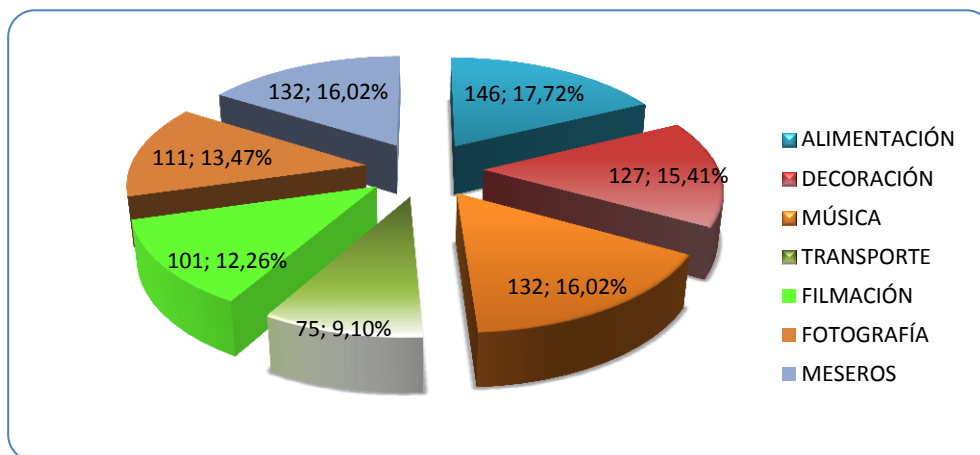
**13.- ¿Qué servicios contrataría para realizar sus eventos o banquetes? (Puede escoger varias opciones).**

**Cuadro No. 17. Servicios adicionales para los Eventos Sociales.**

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE     |
|--------------|------------|----------------|
| ALIMENTACIÓN | 146        | 17,72%         |
| DECORACIÓN   | 127        | 15,41%         |
| MÚSICA       | 132        | 16,02%         |
| TRANSPORTE   | 75         | 9,10%          |
| FILMACIÓN    | 101        | 12,26%         |
| FOTOGRAFÍA   | 111        | 13,47%         |
| MESEROS      | 132        | 16,02%         |
| <b>TOTAL</b> | <b>824</b> | <b>100,00%</b> |

**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** La Autora.

**Gráfica No. 17 Días Servicios adicionales para los Eventos Sociales.**



**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** La Autora.

**Interpretación.-** Según la gráfica, un 17,72% prefieren el servicio adicional de la alimentación; un 16,02% los meseros y la música; un 15,41% la decoración; un 13,47% el servicio de la fotografía; un 12,26% la filmación de video; y, un 9,10% el servicio de transporte.

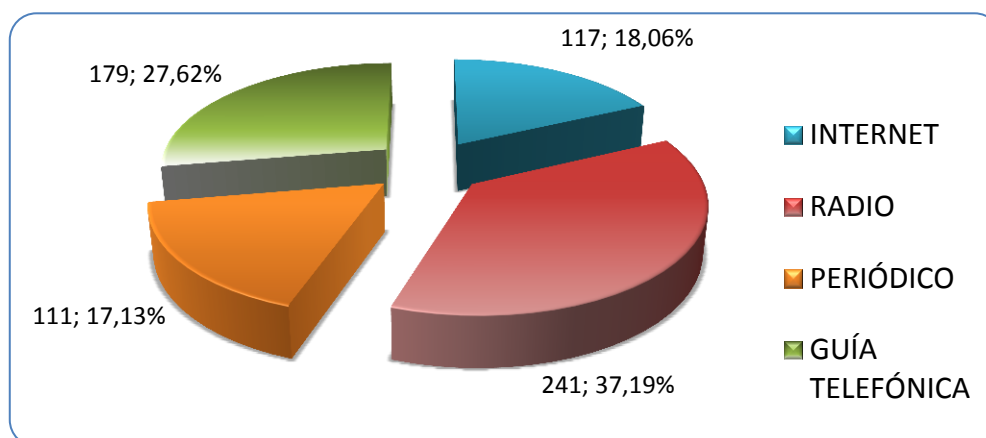
#### 14.- ¿Dónde buscaría información para contratar de este servicio?

**Cuadro No. 18. Medios de Comunicación utilizados para contratar Eventos Sociales.**

| ALTERNATIVAS    | FRECUENCIA | PORCENTAJE     |
|-----------------|------------|----------------|
| INTERNET        | 117        | 18,06%         |
| RADIO           | 241        | 37,19%         |
| PERIÓDICO       | 111        | 17,13%         |
| GUÍA TELEFÓNICA | 179        | 27,62%         |
| <b>TOTAL</b>    | <b>648</b> | <b>100,00%</b> |

**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** La Autora.

**Gráfica No. 18 Medios de Comunicación utilizados para contratar Eventos Sociales.**



**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** La Autora.

**Interpretación.-** Según la gráfica, un 37,19% harían uso del medio de comunicación de la radio para contactar a una empresa de eventos sociales; un 27,62 lo harían a través de la guía telefónica; un 18,06% lo harían a través del internet; y, el 17,13% lo harían a través del periódico.

## DETERMINACIÓN DE LA OFERTA.

Para determinar la Oferta para el presente investigación, se ha entrevistado a los dueños o representantes de los diferentes negocios que en forma directa e indirecta ofrecen el mismo tipo de servicio que se pretende implementar, por lo tanto, se ha logrado determinar los establecimientos que se dedican a este tipo de negocio, y de estos datos, obtener la oferta, tal como lo indica la Tabla No. 4.

**Tabla No. 4 Determinación de la Oferta.**

| EMPRESA                        | TIPO DE SERVICIO                               | CAPAC. MES   | CAPAC. ANUAL |
|--------------------------------|--|--------------|--------------|
| <b>COMPETENCIA DIRECTA</b>     |  |              |              |
| Sra. Amparo Jaramillo          | Eventos sociales, alimentación, decoraciones   | 1000         | 12000        |
| Eventos Ramos                  | Alimentación, eventos sociales, pista de baile | 1200         | 14400        |
| CODEM EVENTOS                  | Alimentación, eventos sociales, pista de baile | 1200         | 14400        |
| <b>COMPETENCIA INDIRECTA</b>   |  |              |              |
| Hotel del Toachi               | Alojamiento, alimentación, eventos sociales    | 1000         | 12000        |
| GRAND HOTEL SANTO DOMINGO      | Alojamiento, alimentación, eventos sociales    | 1200         | 14400        |
| La Tertulia                    | Restaurante, eventos sociales                  | 250          | 3000         |
| Eventos y Recepciones LA VILLA | Restaurante, eventos sociales                  | 250          | 3000         |
| La casa del Banquete           | Eventos sociales, carnes y mariscos            | 200          | 2400         |
|                                |  | <b>TOTAL</b> | <b>75600</b> |

**Fuente:** INEC(2010) – Entrevista

**Elaboración:** La Autora.

Como se aprecia en la Tabla No.4, la oferta es de **75.600 Personas** en el año.

## g. DISCUSIÓN.

### ESTUDIO DE MERCADO.

#### Identificación y cuantificación de la demanda actual.

De acuerdo a los resultados obtenidos, es necesario identificar a los posibles usuarios que se proyecta atender en el salón de eventos sociales. Para ello es necesario clasificar la demanda potencial, real y efectiva.

#### Demanda Potencial:

Es la parte de la PEA, de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, que de acuerdo a las proyecciones, en el año 2014, asciende a 173.637,39 Hab., como lo muestra la (Tabla No.5).

Tabla No. 5 Demanda Potencial PEA ( 2014)

| PEA HABITANTES<br>2014 |
|------------------------|
| 173.637,392            |

Fuente: INEC(2010)

Elaboración: La Autora.

Por lo tanto se considera la **DEMANDA POTENCIAL**, en **173.637,392 Hab**

#### Demanda Real:

De acuerdo a la información obtenida en la pregunta No. 6 de la encuesta de la demanda, se obtuvo que un 77,19% de las personas en estudio, utilicen los

salones de eventos sociales. Con esta información se procede a obtener la demanda real, que sería el 77,19% de la demanda potencial (173.637,392 Hab.), obteniéndose la **DEMANDA REAL** de **134.035,88 Hab.**

### **Demanda Efectiva:**

De acuerdo a la información obtenida en la pregunta No.11 de la encuesta de la demanda, se obtuvo que un 85,46% de las personas encuestadas, si estarían de acuerdo con la apertura de la nueva empresa de eventos sociales. Con esta información se procede a obtener la demanda efectiva, que sería el 85,46% de la demanda real (134.035,88 Hab.), obteniéndose la **DEMANDA EFECTIVA** de **114.551,97 Hab.**, con el índice de crecimiento poblacional de 4,70% de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

### **Proyección de la Demanda Efectiva:**

**Tabla No. 6 Proyección de la Demanda Efectiva.**

| Índice de Crecimiento Poblacional | Año 0             | Año 1             | Año 2             | Año 3             | Año 4             | Año 5             |
|-----------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| 4,70%                             | 114.551,97        | 119.935,91        | 125.572,90        | 131.474,83        | 137.654,14        | 144.123,89        |
| <b>TOTAL</b>                      | <b>114.551,97</b> | <b>119.935,91</b> | <b>125.572,90</b> | <b>131.474,83</b> | <b>137.654,14</b> | <b>144.123,89</b> |

**Fuente:** INEC(2010) – Encuestas.

**Elaboración:** La Autora.



## CÁLCULO DE LA DEMANDA INSATISFECHA.

Luego de calcular la demanda efectiva y la oferta de servicios de eventos sociales, es necesario calcular la demanda insatisfecha del proyecto, la cual se determina de la diferencia entre la demanda y la oferta, como se muestra a continuación:

**Tabla No. 7 Proyección de la Demanda Insatisfecha.**

|                             | Año 0            | Año 1            | Año 2            | Año 3            | Año 4            | Año 5            |
|-----------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| <b>DEMANDA</b>              | 114.551,97       | 119.935,91       | 125.572,90       | 131.474,83       | 137.654,14       | 144.123,89       |
| <b>OFERTA</b>               | 75.600,00        | 79.153,20        | 82.873,40        | 86.768,45        | 90.846,57        | 95.116,36        |
| <b>DEMANDA INSATISFECHA</b> | <b>38.951,97</b> | <b>40.782,71</b> | <b>42.699,50</b> | <b>44.706,38</b> | <b>46.807,58</b> | <b>49.007,53</b> |

**Fuente:** INEC(2010) – Encuestas, entrevista

**Elaboración:** La Autora.

## ANÁLISIS DEL PRECIO.

Para realizar el análisis de los precios que se proyecta a cobrar por el servicio de eventos sociales por persona, se analiza los resultados obtenidos en la encuesta aplicada relacionados con los precios que han pagado por este tipo de servicio.

(Pregunta No.10). Obteniendo un promedio de **\$ 16,58 por persona.**

## **ESTUDIO TÉCNICO.**

### **TAMAÑO DEL PROYECTO.**

En esta sección se debe establecer las inversiones que se debe realizar para implementar la empresa de eventos sociales. Para ello es necesario definir: la participación del proyecto en el mercado, la capacidad utilizada y la estructura de la inversión.

#### **Clientes:**

La empresa de eventos Sociales, prestará el servicio a la PEA de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, que de acuerdo a la demanda insatisfecha es de 38.951,97 habitantes, según la Tabla No. 7 para el primer año.

Para el **mercado indirecto**, se tomará a la diferencia que existe entre la demanda potencial, que en la presente investigación, es el PEA 2014, que asciende a 173.637,392 Hab. (Tabla No. 4), menos la demanda insatisfecha que es de 38.951,97 Hab. (Tabla No. 7), obteniendo un **mercado indirecto** de **134.685,423 Hab.**

#### **Capacidad proyectada a utilizar.**

De acuerdo a la pregunta No. 12 de las encuestas, un 84,96% de las personas en estudio, piensan realizar sus eventos los días viernes y sábado; De acuerdo a la

pregunta No. 9, el promedio de personas invitadas por evento es de 96,09 personas; Por lo tanto la capacidad que tendrá la empresa de eventos, debería tener capacidad para superar estas restricciones, así entonces se tendrá:

**Tabla No. 8 Capacidad proyectada a utilizar.**

| DIAS DE LOS EVENTOS PROGRAMADOS | EVENTOS | PERSONAS*EVENTO SEMANA | PERSONAS*EVENTO MES | PERSONAS*EVENTO AÑO |
|---------------------------------|---------|------------------------|---------------------|---------------------|
| Viernes                         | 1       | 200                    | 800                 | 9600                |
| Sábado                          | 1       | 200                    | 800                 | 9600                |
| <b>TOTAL PERSONAS</b>           |         |                        |                     | <b>19200</b>        |

**Fuente:** INEC(2010) – Encuestas, entrevista  
**Elaboración:** La Autora.

### Proyección de la Capacidad Utilizada Real.

**Tabla No. 9 Proyección de la Capacidad Real Utilizada (CRU).**

|                            | Año 0         | Año 1         | Año 2         | Año 3         | Año 4         | Año 5         |
|----------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| CAPACIDAD INSTALADA        | 19.200,00     | 19.200,00     | 19.200,00     | 19.200,00     | 19.200,00     | 19.200,00     |
| DEMANDA INSATISFECHA       | 38.951,97     | 40.782,71     | 42.699,50     | 44.706,38     | 46.807,58     | 49.007,53     |
| <b>CAPACIDAD UTILIZADA</b> | <b>49,29%</b> | <b>47,08%</b> | <b>44,97%</b> | <b>42,95%</b> | <b>41,02%</b> | <b>39,18%</b> |

**Fuente:** INEC(2010) – Encuestas.  
**Elaboración:** La Autora.

Para determinar la capacidad utilizada, se debe considerar la demanda insatisfecha determinada en la Tabla No.8, y la Capacidad proyectada (Tabla No.9), obteniéndose la proyección de la **Capacidad Real Utilizada (CRU) de 49,29%** para el año inicial.

## LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.

### Macro Localización:

Gráfica No. 19 Macro Localización del Proyecto.



Fuente: <http://gubernacionsdtsachilas.gob.ec>

### Micro Localización:

En la localización a nivel micro se debe considerar los siguientes factores: Vías de Acceso, Transporte. Servicios básicos, Seguridad, entre otros.

Para establecer la Empresa de Eventos Sociales “EVENTOS OJEDA & PAZMIÑO”, debe considerarse la zona que disponga de los factores mencionados en el cantón Santo Domingo, específicamente en las Av. 24 de Mayo y Av. Quito, sector céntrico de la ciudad.

**Gráfica No. 20 Micro Localización del Proyecto.**



**Fuente:** <https://www.google.com/maps>

**Elaboración:** La Autora.

## **INGENIERÍA DEL PROYECTO.**

### **Esquemas y Procedimientos Técnicos.**

#### **Productos y Servicios:**

#### **El servicio Básico:**

Planificación, Organización, Dirección y Ejecución de Eventos Sociales para la Provincia de Santo Domingo de los de los Tsáchilas. Los servicios que ofrecerá son: Matrimonios, Bautizos, Grados, Primeras Comuniones, Confirmaciones, Aniversarios de Bodas, Onomásticos, Cumpleaños, eventos benéficos. Adicionalmente se ofrecerá, los servicios de filmación, fotografía, decoración, arreglos florales, etc.

### **Características del Servicio.**

- Las características que tendrá un evento social será:
- Lugar adecuado para 200 personas.
- La alimentación será elaborada por personas especializadas y profesionales en la rama, en el que podrán elegir los menús estándar 1,2 o 3.
- El mobiliario será adecuado para los eventos sociales.
- El sitio tendrá un ambiente acogedor y con ambientes arquitectónicos propios de eventos.
- El local social, podrá utilizarse para eventos diurnos o nocturnos.
- Tendrá las decoraciones de acuerdo al tipo de evento.
- Se tendrá el servicio de Dj, música, y grupos musicales de diferentes géneros.
- Los meseros, serán personas especializados en el tema.
- El servicio de filmación y fotografía, estará en manos de profesionales que garanticen el evento.

### **Flujo grama del Proceso de un Evento Social generalizado:**

A continuación se presenta, la descripción del proceso de la realización de un evento social generalizado. (Gráfica No. 21).<sup>27</sup>

---

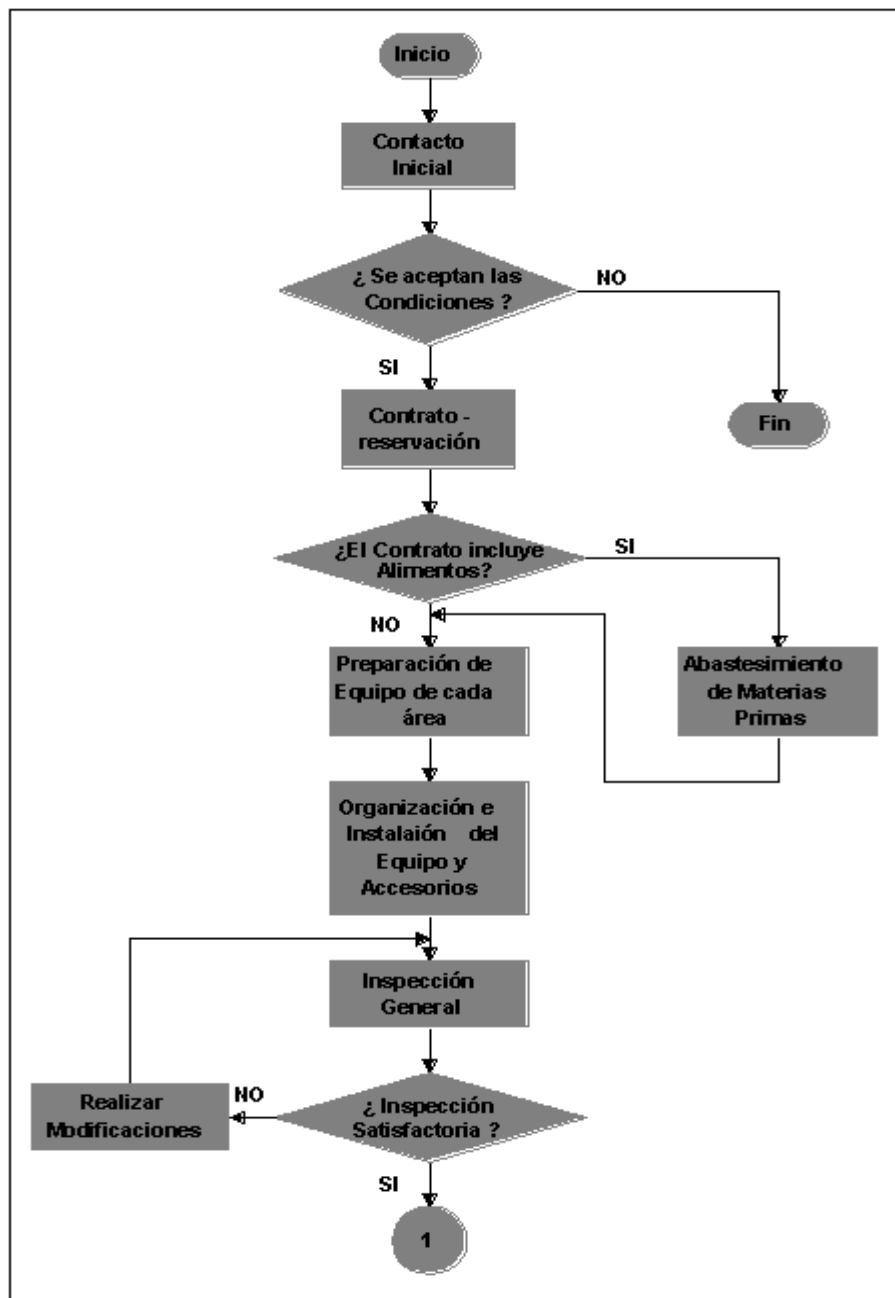
<sup>27</sup> <http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=14&guia=69&giro=0&ins=918>

**1. Contacto inicial.** El cliente contacta con el salón de eventos, ya sea vía telefónica o presentándose en las oficinas de la empresa. En este primer contacto se acuerda el tipo de servicio que se ofrecerá y la fecha y hora del evento, así como el número de invitados. Se toman los datos del contratante: nombre, teléfono y dirección.

**2. ¿Se aceptan las condiciones?** Si no se aceptan las condiciones, el proceso termina en este punto, en caso contrario, se sigue con la firma del contrato o reservación.

**3. Contrato o reservación.** Cuando el cliente decide llevar a cabo el evento en el salón, se firma un contrato por parte del solicitante y de la empresa, éste incluirá, entre otras cosas, las siguientes: Datos del solicitante, horario y fecha del evento, fecha del contrato, anticipo y otras observaciones.

Gráfica No. 21 Flujo grama del Proceso.



Elaboración: La Autora.

**4. servicios adicionales:** En esta etapa, el cliente y el gerente, definirá los servicios adicionales que se han de incluir, como: alimentación, decoración, música, arreglos florales, filmación, fotografía, meseros, transporte, torta, etc.



**5. Abastecimiento de materias primas.** De acuerdo al contrato se procederá a realizar el abastecimiento de materias primas.

**6. Preparación del equipo.** Se prepara y verifica el equipo que se va a utilizar como el buen estado del mobiliario, equipos de música, personal, entre otros.

**7. Todo el equipo que se utilizará en el evento:** Se acomoda el sonido, las luces, las sillas y mesas en el área del comedor, se colocan sillas donde se presentará el espectáculo, así como adornos y globos, entre otras cosas.

**8. Inspección General.** Se verifica que todo esté dispuesto para iniciar el evento.

**9. ¿Inspección satisfactoria?** Si la inspección resulta satisfactoria, sólo resta esperar a que lleguen los invitados, en caso contrario se procederá a realizar las correcciones necesarias.

**10. Realizar modificaciones.** Se realizan las modificaciones pertinentes y se procede a una nueva inspección.

**11. Recepción de invitados.** Esta actividad consiste en recibir a los invitados, generalmente mediante una lista o invitación.

**12. Realización y coordinación del evento.** Una vez comenzado el evento se deben coordinar todas las actividades que lo forman (la comida, el espectáculo y

demás), así como se estar al pendiente de que los invitados no sufran ningún percance dentro de las instalaciones.

**13. Conclusión del evento.** Al concluir el evento se despide a los invitados y el cliente liquida el contrato.

**14. Limpieza de áreas, equipo y accesorios.** Al concluir el evento se procede a limpiar el local, el equipo y mobiliario (mesas, sillas, etc.) así como los accesorios que sirvieron para la realización del evento.

**15. Almacenamiento de equipo y accesorios.** Después de haber limpiado el equipo y accesorios se procede a almacenarlos en el lugar apropiado, quedando dispuestos para un nuevo evento.

**El tiempo promedio requerido para la elaboración de un evento:**

Un día de operaciones, está en función del tipo de evento, pero normalmente se requiere de 4 horas para preparar y acomodar el salón de eventos; el tiempo que dura el evento es de tres a cinco horas y una hora posterior para levantar el mobiliario, empacar la mantelería y demás partes del equipo y accesorios. En total se requieren alrededor de 9 horas para cada evento.

## Capacidad de la empresa.

### Análisis de la demanda:

De acuerdo a los resultados de la sección anterior, la capacidad de la empresa se identificó en un **49,29%** para el primero año, es decir podrá realizar eventos sociales para **19.200 personas**, de las 38.951,97 personas, que representan la demanda insatisfecha.

### Descripción de atención:

Se laborará en:

### Contratos y asesorías de:

- Lunes a Viernes: De 8:00 a 12:00 y de 14:00 a 18:00

### Eventos Sociales:

- Viernes y Sábados: De 19:00 a 02:00

### Distribución Física:

Se estima un promedio de área física por persona de  $2 \text{ m}^2$  x persona, de ahí como se proyectó un Salón Social con capacidad de 200 personas, entonces se requerirá un área física de  $400 \text{ m}^2$ .

Debe adicionarse también un espacio físico para el personal de apoyo de la empresa de eventos sociales:

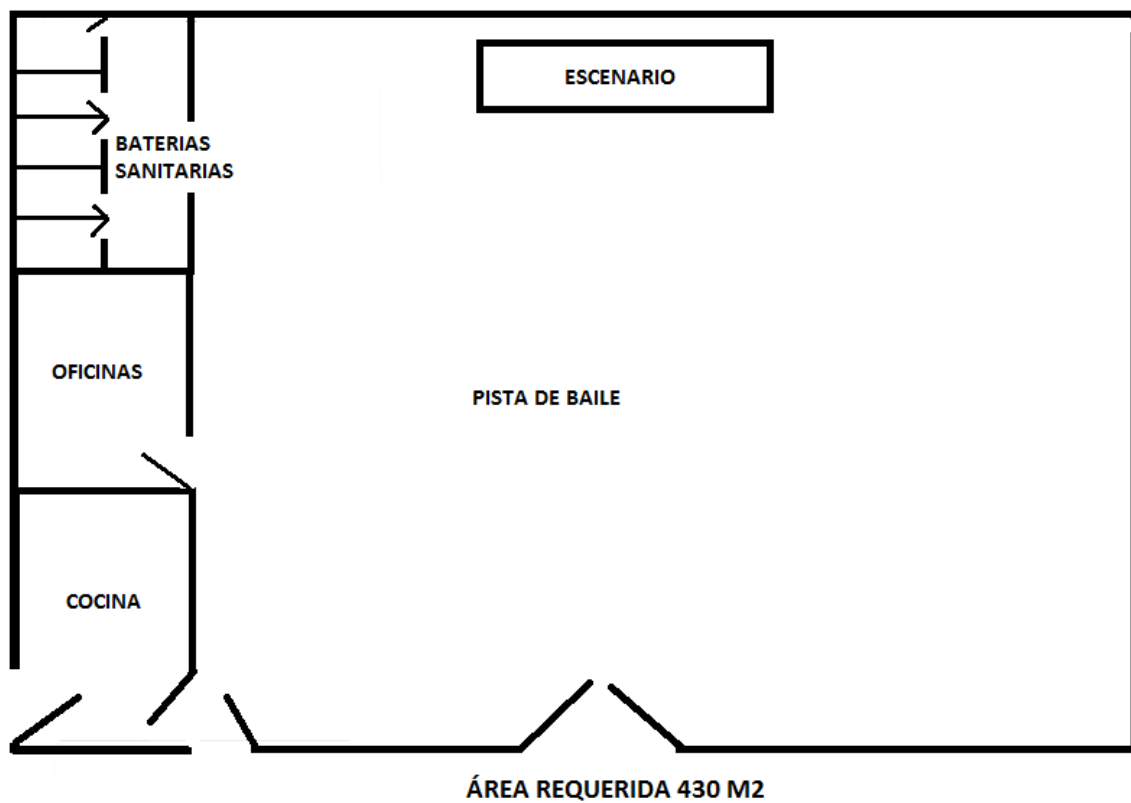
|                       |             |
|-----------------------|-------------|
| Protocolo             | 2 personas. |
| Meseros&Camareros     | 8 personas. |
| Personal de Banquetes | 3 personas  |
| Jefe de Banquetes     | 1 persona   |
| Jefe de Evento        | 1 persona.  |

---

**TOTAL** **15 personas**

En total podría considerarse un área total de 430 m<sup>2</sup>.

**Gráfica No. 22 Distribución física del Salón de Eventos.**



**Elaboración:** La Autora.

## **Requerimientos.**

### **Requerimientos Físicos.**

Los requerimientos físicos necesarios para la implementación de la Empresa de Eventos Sociales “EVENTOS OJEDA & PAZMIÑO”, considerando que el local se lo deberá arrendar, por un período como mínimo de 3 años.

**Tabla No. 10 Adecuaciones físicas.**

| <b>ADECUACIONES FÍSICAS</b> | <b>CANT.</b> | <b>U/MEDIDA</b> |
|-----------------------------|--------------|-----------------|
| Pintado del local           | 200          | m2.             |
| Instalaciones eléctricas    | 50           | m.              |
| Ductos de ventilación       | 20           | m.              |
| Instalaciones de sonido     | 50           | m.              |
| Instalación de luminarias   | 40           | u               |

**Fuente:** Estudio Técnico.

**Elaboración:** La Autora.

### **Requerimientos de maquinaria y equipo, muebles y enseres, equipos de computación y de oficina.**

#### a. Maquinaria y Equipo.

La maquinaria y equipo necesario para implementar la Empresa de Eventos Sociales “EVENTOS OJEDA & PAZMIÑO”, deberá considerarse para albergar la capacidad de 200 personas.

Tabla No. 11 Máquinas y Equipos.

| MAQUINARIA y EQUIPO  | CANT. |
|--|-------|
| YAMAHA MG166CX-USB Mezclador MG-166CX USB 16 Canales       | 1     |
| Enfriador Split LG VM122CE Inverter 12000 BTU              | 2     |
| Cajas de Parlantes 2000 W                                  | 2     |
| Micrófonos Profesionales                                   | 4     |
| Proyector Epson Power Lite S12                             | 1     |
| Cámara Canon SX500 IS de 16Mpx - 30x zoom                  | 1     |
| Cámara Filmadora Digital Sony Handycam HDR-CX210 / 5.3 Mpx | 1     |
| Batidora   | 2     |
| Campana Extractora de Olores 2 m                           | 1     |
| Congelador Ecasa CHFV 175 Horizontal                       | 1     |
| Estanterías 2.50 *0.45*2.00                                | 2     |
| Exprimidor de cítricos                                     | 1     |
| Extintor de 10lb de presión                                | 2     |
| Extractor de Jugos Industrial                              | 1     |
| Horno Haceb GRT GP   | 1     |
| Licuada Industrial Oster BPSTo2-B00                        | 2     |
| Microonda General Electric JES710WK 10 Niveles.            | 2     |
| Cocina Industrial 6 quemadores                             | 1     |
| Refrigeradora Indurama RI-375 Avant                        | 1     |
| Freidora de Papas  | 1     |
| Balanza  | 1     |
| Molino industrial  | 1     |

**Fuente:** Estudio Técnico.

**Elaboración:** La Autora.

Gráfica No. 23 YAMAHA MG166CX-USB Mezclador MG-166CX USB 16 Canales



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

**Gráfica No. 24** Enfriador Split LG VM122CE Inverter 12000 BTU



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

**Gráfica No. 25** Caja de Parlantes 2000 W



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

**Gráfica No. 26** Proyector Epson Power Lite S12



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

**Gráfica No. 27 Cámara Canon SX500 IS de 16Mpx - 30x zoom**



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

**Gráfica No. 28 Cámara Filmadora Digital Sony Handycam HDR-CX210 / 5.3 Mpx**



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

**Gráfica No. 29 Congelador Ecasa CHFV 175 Horizontal**



**Fuente:** <http://www.comandato.com>

**Gráfica No. 30 Microonda General Electric JES710WK 10 Niveles.**



**Fuente:** <http://www.comandato.com>



**Gráfica No. 31 Licuadora Industrial Oster BPSTo2-B00**



**Fuente:** <http://www.comandato.com>

**Gráfica No. 32 Refrigeradora Indurama RI-375 Avant**



**Fuente:** <http://www.comandato.com>

**Gráfica No. 33 Cocina Industrial 6 quemadores**



**Fuente:** <http://www.comandato.com>

## b. Equipos de Oficina:

Los equipos oficina necesarios requeridos son:

**Tabla No. 12 Equipos de Oficina.**

| EQUIPOS DE OFICINA                 | CANT. |
|------------------------------------|-------|
| Teléfono -Fax                      | 1     |
| Sumadora                           | 1     |
| Libro de Eventos Sociales y Cocina | 1     |
| Agenda Electrónica                 | 1     |

**Fuente:** Estudio Técnico.

**Elaboración:** La Autora.

## c. Muebles y enseres:

Los muebles y enseres necesarios requeridos son:

**Tabla No. 13 Muebles y Enseres.**

| MUEBLES Y ENSERES               | CANT. |
|---------------------------------|-------|
| Escritorio Gerencia             | 1     |
| Sillón de Gerencia              | 1     |
| Archivadores                    | 1     |
| Perchas                         | 4     |
| Escritorio Secretaria-Contadora | 1     |
| Mesa de Centro                  | 1     |
| Sillas                          | 10    |
| Suministros de Oficina          | 1     |
| Mesa de Trabajo de Metal        | 2     |
| Charoles                        | 30    |
| Mesas de Apoyo                  | 4     |
| Mesas de eventos                | 40    |
| Sillas para eventos             | 250   |

**Fuente:** Estudio Técnico.

**Elaboración:** La Autora.

## d. Herramientas de Trabajo:

Las herramientas de trabajo, necesarios requeridos son:

**Tabla No. 14 Herramientas de Trabajo.**

| HERRAMIENTAS DE TRABAJO                  | CANT. |
|--|-------|
| Abrelatas                                | 2     |
| Colador                                  | 4     |
| Cucharones                               | 6     |
| Cuchillo Grande                          | 4     |
| Cuchillo Normal                          | 4     |
| Escurridor de Platos                     | 2     |
| Jarras                                   | 3     |
| Juego de cernidores                      | 1     |
| Ollas de 10 litros                       | 3     |
| Ollas de 6 litros                        | 3     |
| Pailas de 60 cm                          | 2     |
| Picaderos de hielo                       | 3     |
| Pinzas para carnes                       | 3     |
| Rallador de acero inoxidable             | 1     |
| Recipientes pequeños (sal, cominos, etc) | 6     |
| Sacacorchos                              | 2     |
| Tablas para picar                        | 4     |
| Tamaleras                                | 2     |
| Tenedor para cocina                      | 6     |
| <b>MENAJE</b>                            |       |
| Ceniceros                                | 40    |
| Saleros                                  | 40    |
| Azucareros                               | 40    |
| Pimenteros                               | 40    |
| Jarras para Agua Caliente                | 10    |
| Vasos                                    | 250   |
| Copa de Vino                             | 250   |
| Copa de Champán                          | 250   |
| Cuchara - Té Helado                      | 250   |
| Cuchillo Trinchero                       | 250   |
| Tenedor Trinchero                        | 250   |
| Dulcero mantequillero                    | 250   |
| Recipiente para mayonesa                 | 250   |
| Recipiente para salsa de tomate          | 250   |
| Platillo para postre                     | 250   |
| Consomeras                               | 250   |
| Plato Tendido                            | 250   |
| Plato de Taza de Café                    | 250   |
| Taza de Café                             | 250   |
| Cucharas soperas                         | 250   |
| <b>MANTELERIA</b>                        |       |
| Faldones                                 | 40    |
| Manteles                                 | 40    |
| Cubremanteles                            | 40    |
| Cubresillas                              | 250   |
| Servilletas                              | 250   |
| Lazos para sillas                        | 250   |
| Uniformes                                | 12    |

**Fuente:** Estudio Técnico.

**Elaboración:** La Autora.

e. Equipos de computación:

Los equipos de computación necesarios requeridos son:

**Tabla No. 15 Equipo de Cómputo.**

| EQUIPO DE CÓMPUTO | CANT. |
|-------------------|-------|
| Computador        | 1     |
| Impresora         | 1     |

**Fuente:** Estudio Técnico.

**Elaboración:** La Autora.

### Requerimiento legal.

Se debe recurrir a los siguientes permisos y requerimientos legales.

**Tabla No. 16 Requerimientos legales.**

| REQUISITOS LEGALES   | UNIDAD |
|--|--------|
| Escritura de Constitución.                                 | U      |
| Servicio de Rentas Internas.                               | U      |
| Patente Municipal.   | U      |
| Permiso del Ministerio de Turismo                          | U      |
| Afiliación a la Cámara Cantonal del Ministerio de Turismo. | U      |
| Permiso de Ministerio de Salud Pública                     | U      |
| Permiso de Bomberos de Santo Domingo                       | U      |

**Fuente:** Estudio Técnico.

**Elaboración:** La Autora.

### Requerimiento de personal.

El personal requerido para las operaciones normales de la Empresa de Eventos Sociales “EVENTOS OJEDA & PAZMIÑO”, requiere del siguiente personal.

**Tabla No. 17 Requerimientos de Personal.**

| REQUERIMIENTO DE PERSONAL | CANT.     |
|---------------------------|-----------|
| Gerente Administrador     | 1         |
| Secretaria - Contadora    | 1         |
| Jefe de Eventos           | 1         |
| Jefe de Cocina            | 1         |
| Ayudantes de Cocina       | 3         |
| Meseros&Camareros         | 8         |
| Protocolo                 | 2         |
| <b>TOTAL</b>              | <b>17</b> |

**Fuente:** Estudio Técnico.

**Elaboración:** La Autora.

### Requerimiento de Materia Prima:

Las materias primas que se requieren para el Salón de Eventos, está relacionada principalmente con los ingredientes y alimentos, que intervienen en las diferentes opciones de menús que ofrecerá la empresa, y que representarán el 35% de inversión en cada plato.

## ESTUDIO ADMINISTRATIVO.

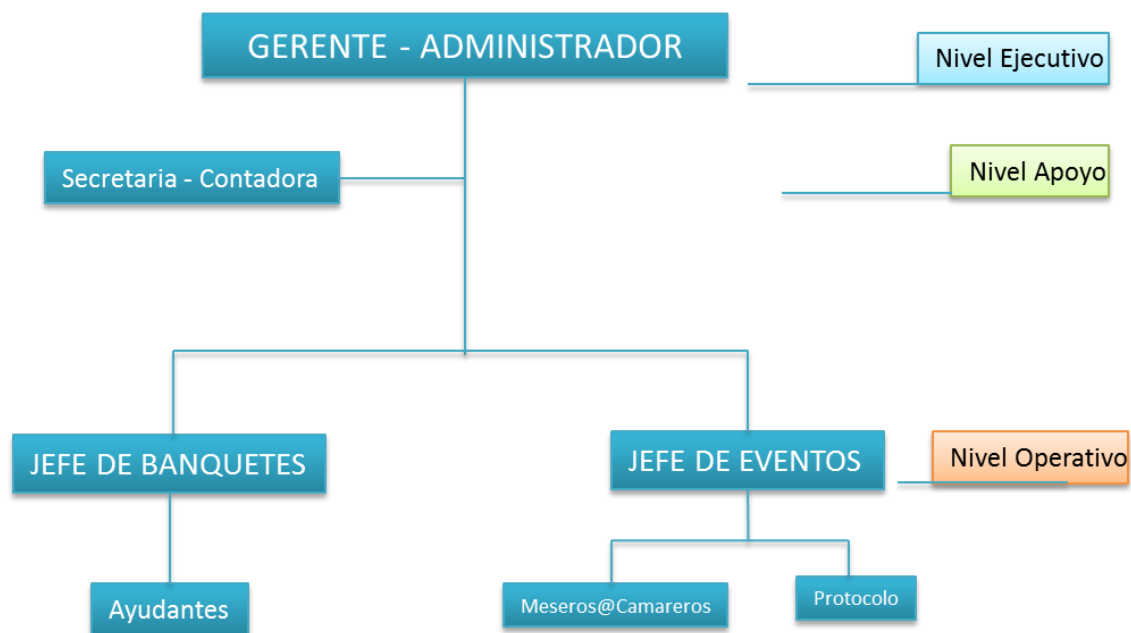
### SISTEMA GERENCIAL.

Para alcanzar el éxito de la Empresa de Eventos, es necesario considerar un sistema de organización de acuerdo a la naturaleza del servicio a prestar. Con estas consideraciones se establece un organigrama inicial del negocio con jerarquía de tres niveles, y que a medida del crecimiento del negocio, seguramente deberá irse modificando.

### Sistema de Gestión Administrativo Operativo.

El organigrama funcional que se propone es el siguiente:

Gráfica No. 34 Organigrama de la Empresa de Eventos Sociales  
"EVENTOS OJEDA & PAZMIÑO"



Elaboración: La Autora.

**NIVEL EJECUTIVO:**

Está conformado por el puesto de Gerente - Administrador, el cual planifica, organiza, coordina, dirige y controla las actividades administrativas, financieras y comerciales de la empresa para alcanzar los objetivos propuestos de una forma efectiva.

**NIVEL DE APOYO:**

Está conformado por el puesto de secretaria-Contadora, la cual tiene relación directa con las actividades administrativas y contables de la empresa.

**NIVEL OPERATIVO:**

Está conformado por las actividades de Banquetes y Eventos, que es la actividad misma de la empresa.

**Sistema de Gestión Funcional.****A. FUNCIONES DEL GERENTE – ADMINISTRADOR.**

Son atribuciones y obligaciones del Gerente – Administrador.

- Planifica con cada uno de los jefes departamentales las actividades a realizarse para el cumplimiento de las metas y objetivos de la empresa.
- Selecciona al personal.
- Responde legalmente como representante de la empresa.
- Vigila y hacer cumplir las políticas de la empresa.
- Aprueba los pedidos, solicitudes especiales para toda gestión del negocio.

- Organiza programas de capacitación al personal, en el que se observara la actualización tecnológica y demás, en las áreas que sean necesarias.
- Promociona el establecimiento mediante estrategias de marketing y ventas.
- Evalúa cada una de las áreas y el personal que conforma la empresa y solucionar problemas existentes de todo ámbito.
- Establece el precio de venta de los productos, de acuerdo a criterios técnicos.
- Autoriza los proveedores sugeridos por la persona encargada de compras

#### B. FUNCIONES DE LA SECRETARIA – CONTADORA.

Son atribuciones y obligaciones de la secretaría contadora:

- Llevar la contabilidad;
- Realizar el control, supervisión y pago de impuestos;
- Emitir un informe mensual de la contabilidad;
- Llevar el registro de correspondencia y llamadas telefónicas;
- Rendir la caución correspondiente;

#### C. FUNCIONES DEL JEFE DE BANQUETES.

Son atribuciones y obligaciones del Jefe de Banquetes:

- Es el responsable de la preparación de los alimentos para todos los eventos y banquetes



- Elabora la lista de mercado de acuerdo a los requerimientos
- Realiza las recetas estándar y se las entrega a compras para el costeo respectivo
- Supervisa el cumplimiento de los estándares en lo que se refiere a preparación, sanitación e higiene del área de cocina.
- Realiza las especificaciones de los productos a utilizar.
- Controla que en cada evento salga los platos con las especificaciones establecidas y a tiempo.
- Supervisa a los ayudantes de cocina
- Realiza informes de asistencia del personal de cocina y entrega a la asistente administrativa.

#### D. FUNCIONES DEL JEFE DE EVENTOS:

Son atribuciones y obligaciones del Jefe de Eventos:

- Realiza cotizaciones solicitadas por los clientes, en coordinación con el Gerente
- Realizar el contrato de eventos.
- Supervisar que todos los eventos se realicen de acuerdo a lo establecido
- Realizar el instructivo de Banquetes.
- Coordinar las actividades paralelamente con el encargado de Banquetes.

#### E. FUNCIONES DEL AYUDANTES DE BANQUETES:

Son atribuciones y obligaciones de los ayudantes de banquetes:

- Asiste al chef en todo lo necesario para la preparación de los alimentos para cada evento.
- Prepara el “mise en place” (puesto en el lugar), para los eventos que se realicen.
- Es el responsable de la limpieza de su área de trabajo.
- Lleva un buen control en higiene y aseo de los géneros que estén a su cargo.
- Lava los implementos utilizados en la cocina.
- Saca la basura al área asignada para ella.

#### F. FUNCIONES DEL MESEROS&CAMAREROS:

Son atribuciones y obligaciones de los Meseros&Camareros:

- Realiza el mise en place para cada evento
- Se encarga de la limpieza del salón
- Atender a los clientes durante el evento
- Lava y pule la cristalería y cubertería
- Es el encargado de realizar compras menores en caso de ser requeridas por la cocina o servicio.
- Se encarga del montaje y desmontaje del salón

- Mantiene en orden y buen estado la bodega que corresponde a servicio
- En caso de haber servicio a domicilio organiza los implementos necesarios.
- Saca la basura al final de cada turno al área asignada para ello.
- Realizar las actividades de presentación y servicio de alimentos y bebidas.

#### G. FUNCIONES DE PERSONAL DE PROTOCOLO:

Son atribuciones y obligaciones del personal de Protocolo:

- Participa en la organización, preparación y desarrollo de actos y/o eventos protocolares.
- Asiste al jefe de protocolo en eventos y actos protocolares de la Institución.
- Participa en la coordinación y gestiona el apoyo logístico requerido en los actos y eventos.
- Recibe y atiende a personalidades y/o visitantes durante su permanencia en la empresa.
- Elabora y distribuye invitaciones de actos y eventos protocolares.
- Lleva la agenda diaria de actividades de su superior inmediato.
- Mantiene actualizado el archivo sobre materia protocolar.
- Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización.
- Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
- Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
- Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

## PERFIL DEL PERSONAL REQUERIDO.

Se determina los perfiles necesarios para ejercer los puestos requeridos para el desarrollo de las actividades de la Empresa de Eventos Sociales "EVENTOS OJEDA & PAZMIÑO".

**Tabla No. 18 Perfil de Personal Requerido.**

| CARGO                          | PERFIL  |
|--------------------------------|---|
| <b>Gerente - Administrador</b> | Título pregrado en Administración, Economía, Finanzas, o afines.<br>Experiencia mínima de 5 años como gerente de empresas de eventos sociales.<br>Manejo de paquetes informáticos.<br>Manejo de grupos.<br>Cursos de formación en administración de empresas. |
| <b>Secretaria - Contadora</b>  | Título pregrado en Contabilidad, Finanzas, Secretariado Bilingüe o a fines<br>Experiencia mínima de 5 años en puestos similares.<br>Manejo de paquetes informáticos.<br>Cursos de preparación en tributación.   |
| <b>Jefe de Banquetes</b>       | Técnico -Chef.<br>Tener experiencia mínima de dos años en actividades afines.<br>Cursos relacionados con las actividades de eventos sociales  |
| <b>Jefe de Eventos</b>         | Profesional en Administración de Empresas.<br>Actitudes positivas.<br>Habilidades personales y para ventas.<br>Conocimientos en temas de eventos sociales.  |
| <b>Ayudantes de Banquetes</b>  | Bachiller- Técnico en Cocina<br>Experiencia de 2 años en temas de cocina.   |
| <b>Mesero&amp;Camarero</b>     | Bachiller<br>Experiencia de por lo menos un año en funciones similares.   |
| <b>Protocolo</b>               | Técnico, en el área de relaciones y normas protocolares.<br>Experiencia de por lo menos un año en funciones similares.  |

**Fuente:** Estudio Técnico.

**Elaboración:** La Autora.

## ESTUDIO LEGAL.

Los requisitos para el funcionamiento del proyecto, son los siguientes:

- Escritura de constitución.
- Servicio de Rentas Internas.
- Patente Municipal.
- Afiliación y adquisición del permiso de funcionamiento del Ministerio de Turismo.
- Afiliación a la Cámara Cantonal del Ministerio de Turismo.
- Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud Pública.
- Permiso del Cuerpo de Bomberos de Santo Domingo.
- Permiso del Ministerio de Riesgos.

## ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN.

En la ciudad de Santo Domingo, cabecera del Cantón Santo Domingo, provincia Tachilla, República del Ecuador, el día de hoy, Lunes, Cuatro de Agosto, de dos mil catorce; ante mí, Notario de este Cantón, comparecen: el señora CARMEN NOHEMÍ OJEDA PAZMIÑO, por sus propios derechos. La compareciente es ecuatoriana, mayor de edad, legalmente capaz y hábiles ante la ley, quién libre y voluntariamente conviene en celebrar la presente constitución de la compañía “EVENTOS OJEDA & PAZMIÑO” Cía. Ltda., la que regirá por la ley de Compañías, Código de Turismo y por los presentes estatutos, a quién conozco y doy fe y dicen: que elevan Escritura Pública, la minuta que me entregan cuyo tenor literal es el siguiente.- Señor Notario.- En el Registro de Escrituras Públicas, sírvase incluir la Constitución de la Compañía de responsabilidad limitada “EVENTOS OJEDA & PAZMIÑO” Cía. Ltda., de conformidad con las siguientes cláusulas: **PRIMERA: COMPARECIENTES.-** Comparecen a la celebración del presente instrumento, la Señora CARMEN NOHEMÍ OJEDA PAZMIÑO empresaria de la localidad; la compareciente es ecuatoriana, mayor de edad, domiciliados en la ciudad de Santo Domingo ; la Compañía funcionará de acuerdo con los estatutos que a continuación se transcriben.- **CAPÍTULO.- PRIMERO.- ARTÍCULO PRIMERO.- DENOMINACIÓN, OBJETO, NACIONALIDAD, DOMICILIO Y DURACIÓN DE LA COMPAÑÍA.- ARTICULO PRIMERO.-** La denominación de la compañía será: **Compañía de “EVENTOS OJEDA & PAZMIÑO”**, y deberá realizar todos los actos y

contratos bajo esta denominación. **ARTICULO SEGUNDO.-** El objeto de la sociedad que se constituye es comercialización de eventos sociales. **ARTÍCULO TERCERO.-** La sociedad es de nacionalidad ecuatoriana y su domicilio original está en la ciudad de Santo Domingo, pudiendo establecer sucursales o agencias en uno o varios lugares dentro de la República o fuera de ella, si así lo acordare la Junta General de Socios. **ARTICULO CUARTO.-** La duración de la compañía será de cincuenta años, contados a partir de la fecha en que queda legalmente constituida por la inscripción de la escritura en el Registro Mercantil del Cantón Santo Domingo, pudiendo prorrogarse por periodos iguales o disolverse anticipadamente cuando así lo decidiere la Junta General de Socios, de conformidad con la ley de Compañías, y los presentes Estatutos. **SEGUNDO.- DEL CAPITAL SOCIAL Y DE LOS DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS SOCIOS.-** **ARTÍCULO QUINTO.-** El capital social de la Compañía es de OCHENTA MIL DÓLARES AMERICANOS, divididos en ochocientas acciones de mil dólares cada una suscrito y pagado íntegramente, correspondiéndole a, CARMEN NOHEMÍ OJEDA PAZMIÑO todas las acciones, en consecuencia el capital social de la Compañía queda suscrito y pagado totalmente por la Señora CARMEN NOHEMÍ OJEDA PAZMIÑO. Las mismas que serán depositadas en la Cuenta de Integración de Capital de la Compañía. El certificado de depósito bancario correspondiente a la cuenta de integración de capital se protocoliza en esta escritura en calidad de habitante. **ARTÍCULO SEXTO.-** Las participaciones de los socios con transmisibles por herencia, pero para la transferencia de las mismas por acto entre vivos será necesario el consentimiento unánime del capital social y se estará a lo dispuesto en el artículo ciento trece de la Ley de Compañías. **ARTÍCULO SÉPTIMO.-** Para proceder al aumento o disminución del capital social será necesaria la aprobación de la junta General de Socios, y se observará lo dispuesto en los artículos ciento dieciséis y ciento diecisiete de la Ley de Compañías. **ARTICULO OCTAVO.-** La Compañía de acuerdo con la Ley formará un fondo de reserva en un monto, por lo menos en un veinte por ciento (25%) del capital social, para lo cual se segregaran de las utilidades liquidadas y realizadas de cada ejercicio económico, un cinco por ciento para este objeto, como lo establece el artículo ciento nueve de la Ley de Compañías. **ARTICULO NOVENO.-** En cuanto a los derechos obligaciones y responsabilidades de los socios se estará a lo dispuesto en parágrafo cuatro de la sección quinta de la Ley de Compañías. **CAPÍTULO TERCERO.- DE LA ADMINISTRACIÓN.-** **ARTÍCULO DÉCIMO.-** La Compañía está gobernada por la Junta General de Socios y administrada por el Presidente y Gerente Administrador **ARTÍCULO DÉCIMO PRIMERO.-** La junta General de Socios es la Suprema Autoridad y en consecuencia las decisiones de ésta obligan a todos los socios, salvo el derecho de oposición en los casos y forma determinados por la Ley de Compañías. **ARTÍCULO DÉCIMO SEGUNDO.-** La Junta General se entenderá integrada válidamente cuando concurrieren en primera convocatoria más del capital social. –Si no se integrare a la Junta General en la primera convocatoria, se hará una segunda convocatoria, con el número de socios presentes, debiendo así expresarse en la referida convocatoria, de acuerdo con el artículo ciento dieciocho de la Ley de Compañías. –Pero las resoluciones que obligan a la Compañía se tomarán siempre con una mayoría que represente más del cincuenta por ciento del capital concurrente a la reunión. **ARTÍCULO DÉCIMO TERCERO.-** La Junta General ordinaria se reunirá una vez cada año, dentro del primer trimestre posterior a la finalización del ejercicio económico y extraordinariamente cuando fuere convocada. Sin embargo, los socios se reunirán trimestralmente con la finalidad de analizar la situación la situación de la Compañía y tomar decisiones respecto del giro normal de la Empresa.. **ARTÍCULO DÉCIMO CUARTO.-** La Junta General estará presidida por el presidente y a falta de este, por

cualquier socio designado por la Junta General; como Secretario actuará el Gerente General de la Compañía y a falta de éste, se designará un Secretario A-Doc. **ARTÍCULO DÉCIMO QUINTO.-** Corresponde a la junta General: a) Elegir al presidente de la Compañía, quien durará dos años en sus funciones pudiendo ser reelegido así como también elegir a quien lo reemplace en caso de ausencia temporal o definitiva. **ARTÍCULO DÉCIMO SEXTO.-** Son atribuciones del Presidente: a) Presidir las sesiones de la Junta General.- b) Suscribir en unión del Gerente General los certificados de aportación de los socios y con el secretario las actas de la Junta General.- c) Firmar la correspondencia que por resolución de la Junta General deberá ser firmada por él.- d) Cuidar la ejecución y el cumplimiento de las resoluciones de la Junta General.- e) Reemplazar en ausencia temporal o definitiva al Gerente General.- **ARTÍCULO DÉCIMO SÉPTIMO.-** El gerente General de la Compañía es el representante legal de ésta, en todo lo judicial y extrajudicial y gozará de todas las facultades constantes en las Compañías y las que se establezcan en los presentes Estatutos. **ARTÍCULO DÉCIMO OCTAVO.-** Son atribuciones del Gerente General, a) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General de Socios.- b) suscribir en unión del presidente los certificados de Aportación de los socios, así como las Actas de la Junta General cuando actúe como secretario.- c) Administrar, gestionar todos los negocios de la compañía de conformidad con las facultades que provengan de la ley de Compañías y los estatutos, pudiendo por lo mismo manejar bajo su responsabilidad los fondos de la Compañía en giro ordinario de los negocios sociales hasta el monto que la Junta General señale mediante Resolución, pudiendo en consecuencia, girar o endosar a cargo de las cuentas corrientes bancarias, cuentas de ahorros, documentos de crédito, tales como pagarés, endosar y aceptar letras de cambio, realizar contratos de sobre giro, etcétera. Obligando a la compañía en toda clase de actos y contratos con las limitaciones previstas en los estatutos de la misma.- **ARTÍCULO DÉCIMO NOVENO.-** En cuanto a la disolución y liquidación de la compañía se estará en lo previsto en la vigente Ley de Compañías, debiendo resolver la Junta General si se nombra liquidador o actúa como tal el Gerente General de la Compañía. **ARTÍCULO VIGÉSIMO.-** El ejercicio económico se contará del 1 de enero al treinta y uno de Diciembre de cada año.- **ARTÍCULO VIGÉSIMO PRIMERO.-** Las actas de la Junta General se llevarán en fojas móviles escritas a máquina así mismo en anverso y reverso que deberán ser foliadas con numeración continua, sucesiva y rubricada una por una por el secretario de acuerdo a lo dispuesto en el artículo veinte y cuatro del Reglamento sobre la Junta General de socios.- **ARTÍCULO VIGÉSIMO SEGUNDO.-** En todo lo que no estuviere previsto en los presentes estatutos, se sujetará la sociedad a la ley de Compañías en vigencia y demás leyes de la República.- **ARTÍCULO VIGÉSIMO TERCERO.-** Queda facultado el doctor Patricio Duque Calero para solicitar a la Superintendencia de Compañías la correspondiente aprobación de la escritura y para la práctica de todas las diligencias relacionadas con su perfeccionamiento legal.- En la Primera Junta General de socios tendrá lugar tan pronto se haya llenado todos los requisitos y formalidades para legalizar la constitución de la sociedad, con la advertencia que en esta primera junta general debe procederse a la designación de los funcionarios de la administración y según lo que conste a la junta general de socios, como establece los estatutos con respecto al perfeccionamiento y organización de vida de la sociedad y sus organismos.- Usted señor Notario se servirá agregar las demás cláusulas de estilo para la completa validez del presente instrumento.- **HASTA AQUÍ LA MINUTA,**

EL NOTARIO

CARMEN NOHEMÍ OJEDA PAZMIÑO

De acuerdo a la naturaleza de la empresa, ésta deberá ser de carácter unipersonal, y debe ser creada y registrada en la Superintendencia de Compañías del Ecuador mediante documento escrito en el cual se expresará:

- Nombre, documento de identidad, domicilio y dirección del empresario.
- Denominación o razón social de la empresa, seguida de la expresión “empresa unipersonal”, o de su sigla E.U., so pena de que el empresario responda ilimitadamente.
- El domicilio.
- El término de duración, si éste no fuere indefinido.
- Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la empresa podrá realizar cualquier acto lícito de comercio.
- El monto del capital haciendo una descripción pormenorizada de los bienes aportados, con estimación de su valor. El empresario responderá por el valor asignado a los bienes en el documento constitutivo.
- El número de cuotas de igual valor nominal en que se dividirá el capital de la empresa.
- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. A falta de estipulaciones se entenderá que los administradores podrán adelantar todos los actos comprendidos dentro de las actividades previstas.



## **ENTIDADES RELACIONADAS SERVICIO DE RENTAS INTERNAS.**

La institución es una entidad técnica y autónoma, encargada de la administración y recaudación de los impuestos que están bajo su ámbito de acción.

El SRI tiene como objetivo general, impulsar una administración tributaria moderna y profesionalizada que mantenga una relación responsable y transparente con la sociedad.

Para este efecto esta entidad es la encargada de emitir números específicos a cada persona natural y jurídica sujeta de obligaciones; el RUC, Registro Único de Contribuyentes.

### Los requisitos para la obtención de RUC son las siguientes:

1. Formularios RUC-01-A y RUC-01-B suscritos por el representante legal.
2. Original y copia, o copia certificada, de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.
3. Original y copia, o copia certificada, del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil
4. Identificación del representante legal:
  - Ecuatorianos: copia de la cédula de identidad y copia del certificado de votación del último proceso electoral.
  - Extranjeros residentes: copia de la cédula de identidad, si no tuvieran cédula presentan copia del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa 10 vigente.

- Extranjeros no residentes: copia del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa 12 vigente.
5. Identificación del gerente general:
- Ecuatorianos: copia de la cédula de identidad y copia del certificado de votación del último proceso electoral.
  - Extranjeros residentes: copia de la cédula de identidad, si no tuvieran cédula presentan copia del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa 10 vigente.
  - Extranjeros no residentes: copia del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa 12 vigente.
6. Original y copia de la hoja de datos generales del Registro de Sociedades.
7. Verificación de la dirección de los establecimientos donde realiza la actividad económica: se solicita el original y copia de cualquiera de los siguientes documentos:
- Planilla del servicio eléctrico, o
  - Planilla de consumo telefónica, o
  - Planilla de consumo de agua, o
  - Contrato de arrendamiento con el sello del juzgado de inquilinato, o
  - Pago del impuesto predial
- La planilla de servicio eléctrico, telefónico o de agua, deberá corresponder a la del mes anterior a la fecha de inscripción. El contrato de arrendamiento deberá estar vigente a la fecha de inscripción.
8. Formulario 106-A por el pago de la multa de inscripción tardía si es el caso.

**PATENTE MUNICIPAL.**

La patente Municipal es el permiso de funcionamiento otorgado por el Municipio.

Requisitos para la obtención:

- RUC del solicitante o Cedula de Identidad si es persona natural.
- Fotocopia de la inicialización de las actividades, cambio de domicilio, apertura de sucursal y fotocopia de ampliación de giro.
- Fotocopia del contrato de arriendo
- Recibo de contribuciones o escritura de dominio de la propiedad.
- Certificado de calificación sanitaria “Ministerio de Salud”
- Certificado de calificación industrial “Cuerpo de Bomberos”
- Afiliación a la CACTUR

**PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL MINISTERIO DE TURISMO.**

El Ministerio de Turismo o los municipios y Consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, la Licencia Única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

- a) Acceder a los beneficios tributarios que contempla la Ley de Turismo.
- b) Dar publicidad a su categoría;

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

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

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

#### **AFILIACIÓN A LA CÁMARA CANTONAL DEL MINISTERIO DE TURISMO.**

Al no existir aún la Cámara Provincial de Turismo de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, este ente, sigue actualmente como Cámara Cantonal de Turismo.

Los requisitos para la afiliación son:

- Copia de la cédula del representante legal
- Copia del Certificado de Votación del representante legal
- Copia del RUC.

#### **PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA.**

El Ministerio de Salud a través de los centros y sub -centros de salud y la Jefatura Provincial de Salud, está en la obligación moral y legal de brindar seguridad en el campo de la salud, razón por la cual es la única entidad autorizada a otorgar el

permiso de funcionamiento y el carné para la manipulación de alimentos y bebidas.

Permiso de funcionamiento, los requisitos son:

- Solicitud valorada.
- Planilla de inspección.
- Categorización otorgado por el Ministerio de Turismo (en caso de restaurantes y cafeterías de lujo y primera).
- Copia de cedula de identidad del propietario.
- Copia de carnes de salud ocupacionales.
- Copia del RUC del establecimiento.
- Certificado de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.
- Papeleta de Votación del representante legal.

## **PERMISOS DE LOS BOMBEROS DE SANTO DOMINGO.**

El proceso es el siguiente:

- Llenar el Formulario de inscripción.
- Certificado provisional de funcionamiento.
- Permiso anual de funcionamiento.

### Requerimientos:

- Las conexiones gas serán de color amarillo, y el o los cilindros de gas deberán estar ubicados en los exteriores del establecimiento.
- Las conexiones de agua y luz deben estar a la vista de todos pero recubiertas por los tubos que las conducen.
- Todas las tomas realizadas en el establecimiento deben ser aéreas, lo cual ayuda a controles continuos.
- Las campanas de extracción deben ser revisadas por expertos cada año.
- Los extintores de incendios, como las tomas de agua que ayudan al combatir los incendios deben estar a la vista de todos

## ESTUDIO FINANCIERO.

### INVERSIONES DEL PROYECTO.

Las inversiones que serán necesarias para la ejecución del proyecto serán:

- Activos Fijos
- Activos Intangibles
- Capital de Trabajo.

#### Inversiones en Activos Fijos.

Los activos fijos son los bienes que serán propiedad de la empresa, como maquinaria y equipos, mobiliarios, que serán adquiridos durante la etapa de instalación del proyecto y se utilizarán a lo largo de la vida útil del mismo.

#### Adecuaciones Físicas:

**Tabla No. 19 Adecuaciones Físicas.**

| ADECUACIONES FÍSICAS      | CANT. | U/MEDIDA | P/UNITARIO | TOTAL           |
|---------------------------|-------|----------|------------|-----------------|
| Pintado del local         | 200   | m2.      | 4,00       | 800,00          |
| Instalaciones eléctricas  | 50    | m.       | 2,00       | 100,00          |
| Ductos de ventilación     | 20    | m.       | 5,00       | 100,00          |
| Instalaciones de sonido   | 50    | m.       | 2,00       | 100,00          |
| Instalación de luminarias | 40    | u        | 10,00      | 400,00          |
| <b>TOTAL</b>              |       |          |            | <b>1.500,00</b> |

**Fuente:** Estudio Técnico.

**Elaboración:** La Autora.

Maquinaria y Equipo.**Tabla No. 20 Maquinaria y Equipo.**

| MAQUINARIA y EQUIPO  | CANT. | P/UNITARIO   | TOTAL            |
|--|-------|--------------|------------------|
| YAMAHA MG166CX-USB Mezclador MG-166CX USB 16 Canales       | 1     | 500,00       | 500,00           |
| Enfriador Split LG VM122CE Inverter 12000 BTU              | 2     | 818,75       | 1.637,50         |
| Cajas de Parlantes 2000 W                                  | 2     | 400,00       | 800,00           |
| Micrófonos Profesionales                                   | 4     | 20,00        | 80,00            |
| Proyector Epson Power Lite S12                             | 1     | 634,00       | 634,00           |
| Cámara Canon SX500 IS de 16Mpx - 30x zoom                  | 1     | 374,99       | 374,99           |
| Cámara Filmadora Digital Sony Handycam HDR-CX210 / 5.3 Mpx | 1     | 589,90       | 589,90           |
| Batidora   | 2     | 480,00       | 960,00           |
| Campana Extractora de Olores 2 m                           | 1     | 400,00       | 400,00           |
| Congelador Ecasa CHFV 175 Horizontal                       | 1     | 912,00       | 912,00           |
| Estanterías 2.50 *0.45*2.00                                | 2     | 60,00        | 120,00           |
| Exprimidor de cítricos                                     | 1     | 45,00        | 45,00            |
| Extintor de 10lb de presión                                | 2     | 40,00        | 80,00            |
| Extractor de Jugos Industrial                              | 1     | 280,00       | 280,00           |
| Horno Haceb GRT GP   | 1     | 380,00       | 380,00           |
| Licuada Industrial Oster BPSTo2-B00                        | 2     | 142,58       | 285,16           |
| Microonda General Electric JES710WK 10 Niveles.            | 2     | 116,59       | 233,18           |
| Cocina Industrial 6 quemadores                             | 1     | 540,00       | 540,00           |
| Refrigeradora Indurama RI-375 Avant                        | 1     | 800,00       | 800,00           |
| Freidora de Papas  | 1     | 220,00       | 220,00           |
| Balanza  | 1     | 50,00        | 50,00            |
| Molino industrial  | 1     | 180,00       | 180,00           |
|  |       | <b>TOTAL</b> | <b>10.101,73</b> |

**Fuente:** Estudio Técnico.

**Elaboración:** La Autora.

Equipos de Oficina:**Tabla No. 21 Equipos de Oficina.**

| EQUIPOS DE OFICINA                 | CANT. | P/UNITARIO   | TOTAL         |
|------------------------------------|-------|--------------|---------------|
| Teléfono -Fax                      | 1     | 60,00        | 60,00         |
| Sumadora                           | 1     | 40,00        | 40,00         |
| Libro de Eventos Sociales y Cocina | 1     | 40,00        | 40,00         |
| Agenda Electrónica                 | 1     | 120,00       | 120,00        |
|                                    |       | <b>TOTAL</b> | <b>260,00</b> |

**Fuente:** Estudio Técnico.

**Elaboración:** La Autora.



Muebles y Enseres:**Tabla No. 22 Muebles y Enseres.**

| MUEBLES Y ENSERES               | CANT. | P/UNITARIO   | TOTAL           |
|---------------------------------|-------|--------------|-----------------|
| Escritorio Gerencia             | 1     | 200,00       | 200,00          |
| Sillón de Gerencia              | 1     | 100,00       | 100,00          |
| Archivadores                    | 1     | 80,00        | 80,00           |
| Perchas                         | 4     | 75,00        | 300,00          |
| Escritorio Secretaria-Contadora | 1     | 80,00        | 80,00           |
| Mesa de Centro                  | 1     | 50,00        | 50,00           |
| Sillas                          | 10    | 12,00        | 120,00          |
| Suministros de Oficina          | 1     | 50,00        | 50,00           |
| Mesa de Trabajo de Metal        | 2     | 350,00       | 700,00          |
| Charoles                        | 30    | 9,50         | 285,00          |
| Mesas de Apoyo                  | 4     | 25,00        | 100,00          |
| Mesas de eventos                | 40    | 30,00        | 1.200,00        |
| Sillas para eventos             | 250   | 7,50         | 1.875,00        |
|                                 |       | <b>TOTAL</b> | <b>5.140,00</b> |

**Fuente:** Estudio Técnico.**Elaboración:** La Autora.Equipo de Cómputo:**Tabla No. 23 Equipo de Cómputo.**

| EQUIPO DE CÓMPUTO | CANT. | P/UNITARIO   | TOTAL         |
|-------------------|-------|--------------|---------------|
| Computador        | 1     | 750,00       | 750,00        |
| Impresora         | 1     | 100,00       | 100,00        |
|                   |       | <b>TOTAL</b> | <b>850,00</b> |

**Fuente:** Estudio Técnico.**Elaboración:** La Autora.

Herramientas de Trabajo:

Tabla No. 24 Herramientas de Trabajo.

| HERRAMIENTAS DE TRABAJO                  | CANT. | P/UNITARIO | TOTAL  |
|--|-------|------------|--------|
| Abrelatas                                | 2     | 83,68      | 167,36 |
| Colador                                  | 4     | 2,80       | 11,20  |
| Cucharones                               | 6     | 8,72       | 52,32  |
| Cuchillo Grande                          | 4     | 7,40       | 29,60  |
| Cuchillo Normal                          | 4     | 3,02       | 12,08  |
| Escurreidor de Platos                    | 2     | 5,00       | 10,00  |
| Jarras                                   | 3     | 6,00       | 18,00  |
| Juego de cernidores                      | 1     | 8,00       | 8,00   |
| Ollas de 10 litros                       | 3     | 55,00      | 165,00 |
| Ollas de 6 litros                        | 3     | 45,00      | 135,00 |
| Pailas de 60 cm                          | 2     | 18,00      | 36,00  |
| Picaderos de hielo                       | 3     | 5,00       | 15,00  |
| Pinzas para carnes                       | 3     | 4,50       | 13,50  |
| Rallador de acero inoxidable             | 1     | 7,50       | 7,50   |
| Recipientes pequeños (sal, cominos, etc) | 6     | 3,00       | 18,00  |
| Sacacorchos                              | 2     | 4,50       | 9,00   |
| Tablas para picar                        | 4     | 8,50       | 34,00  |
| Tamaleras                                | 2     | 35,00      | 70,00  |
| Tenedor para cocina                      | 6     | 6,00       | 36,00  |
| <b>MENAJE</b>                            |       |            |        |
| Ceniceros                                | 40    | 2,00       | 80,00  |
| Saleros                                  | 40    | 2,00       | 80,00  |
| Azucareros                               | 40    | 2,00       | 80,00  |
| Pimenteros                               | 40    | 2,00       | 80,00  |
| Jarras para Agua Caliente                | 10    | 14,00      | 140,00 |
| Vasos                                    | 250   | 1,80       | 450,00 |
| Copa de Vino                             | 250   | 2,00       | 500,00 |
| Copa de Champán                          | 250   | 2,00       | 500,00 |
| Cuchara - Té Helado                      | 250   | 1,00       | 250,00 |
| Cuchillo Trinchero                       | 250   | 1,20       | 300,00 |
| Tenedor Trinchero                        | 250   | 1,20       | 300,00 |
| Dulcero mantequillero                    | 250   | 1,20       | 300,00 |
| Recipiente para mayonesa                 | 250   | 1,80       | 450,00 |
| Recipiente para salsa de tomate          | 250   | 1,80       | 450,00 |
| Platillo para postre                     | 250   | 2,00       | 500,00 |
| Consomeras                               | 250   | 2,80       | 700,00 |
| Plato Tendido                            | 250   | 2,80       | 700,00 |
| Plato de Taza de Café                    | 250   | 1,20       | 300,00 |
| Taza de Café                             | 250   | 1,80       | 450,00 |
| Cucharas soperas                         | 250   | 1,10       | 275,00 |

| <b>MANTELERIA</b> |     |       |                 |
|-------------------|-----|-------|-----------------|
| Faldones          | 40  | 5,00  | 200,00          |
| Manteles          | 40  | 8,00  | 320,00          |
| Cubremanteles     | 40  | 5,00  | 200,00          |
| Cubresillas       | 250 | 3,00  | 750,00          |
| Servilletas       | 250 | 2,00  | 500,00          |
| Lazos para sillas | 250 | 1,25  | 312,50          |
| Uniformes         | 12  | 35,00 | 420,00          |
| <b>TOTAL</b>      |     |       | <b>7.732,56</b> |

**Fuente:** Estudio Técnico.

**Elaboración:** La Autora.

## Resumen de Activos Fijos.

**Tabla No. 25 Resumen de Activos Fijos.**

| <b>DETALLE</b>          | <b>TOTAL</b>     |
|-------------------------|------------------|
| ADECUACIONES FÍSICAS    | 1.500,00         |
| MAQUINARIA y EQUIPO     | 10.101,73        |
| EQUIPOS DE OFICINA      | 260,00           |
| MUEBLES Y ENSERES       | 5.140,00         |
| EQUIPO DE CÓMPUTO       | 850,00           |
| HERRAMIENTAS DE TRABAJO | 7.732,56         |
| <b>TOTAL</b>            | <b>25.584,29</b> |

**Fuente:** Estudio Técnico.

**Elaboración:** La Autora.

## Inversiones en Activos Intangibles.

Las inversiones en activos intangibles se realizarán sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos, que son necesarios para la marcha del proyecto.

Las inversiones en Activos Intangibles, se establecen en desembolsos o inversiones en estudios, diseños, permisos, y organización previa del proyecto,

esto como base preliminar para la etapa de adecuaciones como la compra de equipos e instalación.

Estudio Preliminar:

**Tabla No. 26 Estudio Preliminar.**

| ESTUDIO PRELIMINAR                | UNIDAD | CANT. | COSTO  | TOTAL         |
|-----------------------------------|--------|-------|--------|---------------|
| Estudio de Mercado                | U      | 1     | 150,00 | 150,00        |
| Estudio Técnico                   | U      | 1     | 150,00 | 150,00        |
| Estudio Económico Financiero      | U      | 1     | 150,00 | 150,00        |
| Evaluación Económico - Financiero | U      | 1     | 150,00 | 150,00        |
| SUBTOTAL                          |        |       |        | <b>600,00</b> |
| IVA 12%                           |        |       |        | 72,00         |
| <b>TOTAL</b>                      |        |       |        | <b>672,00</b> |

**Fuente:** Estudio Técnico.

**Elaboración:** La Autora.

Requisitos legales:

**Tabla No. 27 Requisitos Legales.**

| REQUISITOS LEGALES   | UNIDAD | CANT. | COSTO  | TOTAL         |
|--|--------|-------|--------|---------------|
| Escritura de Constitución.                                 | U      | 1     | 200,00 | 200,00        |
| Servicio de Rentas Internas.                               | U      | 1     | 30,00  | 30,00         |
| Patente Municipal.   | U      | 1     | 30,00  | 30,00         |
| Permiso del Ministerio de Turismo                          | U      | 1     | 30,00  | 30,00         |
| Afiliación a la Cámara Cantonal del Ministerio de Turismo. | U      | 1     | 20,00  | 20,00         |
| Permiso de Ministerio de Salud Pública                     | U      | 1     | 10,00  | 10,00         |
| Permiso de Bomberos de Santo Domingo                       | U      | 1     | 10,00  | 10,00         |
| SUBTOTAL   |        |       |        | <b>330,00</b> |
| IVA 12%  |        |       |        | 39,60         |
| <b>TOTAL</b>   |        |       |        | <b>369,60</b> |

**Fuente:** Estudio Técnico.

**Elaboración:** La Autora.

## Resumen de Activos Intangibles.

Tabla No. 28 Resumen de Activos Intangibles.

| DETALLE            | TOTAL           |
|--------------------|-----------------|
| ESTUDIO PRELIMINAR | 672,00          |
| REQUISITOS LEGALES | 369,60          |
| <b>TOTAL</b>       | <b>1.041,60</b> |

**Fuente:** Estudio Técnico.

**Elaboración:** La Autora.

### Inversión en Capital de Trabajo.

Para administrar correctamente el proyecto, se debe proveer que en el primer trimestre de funcionamiento del negocio no se generan ingresos y por lo tanto es un desembolso.

Por otro lado, debe considerarse un periodo de publicidad en el inicio del negocio y mantener una inversión en capital de trabajo.

### Materia Prima:

Para establecer la inversión que se debe realizar en **UN EVENTO** Empresa de Eventos Sociales “EVENTOS OJEDA & PAZMIÑO”, se debe estimar los costos de materia prima que se utiliza en cada evento, considerando que el servicio del evento se incluye:

- Decoración y alquiler de Salón.
- Menú 1, 2, 3
- Mesas, y sillas vestidas.

- Música, Dj(animador).
- Cubiertos, servilletas.
- Copa de Champaña.
- Grabaciones, videos, y fotos del evento.
- Servicio de meseros.
- Servicio de protocolo.

Es necesario indicar, que el costo de todos estos rubros, se incluyen en cada plato de los menús 1, 2 o 3.

De acuerdo a los expertos en porcentaje utilizado en cada menú estándar está entre 25% a 35%. Para nuestro caso se utiliza el 35% de materia prima en cada plato del menú estándar.

Para determinar, la inversión de materia prima, se establece la inversión que se debe realizar en el mes es de \$ 8.026,67. (Ver Detalles Anexo No. 3); y la inversión de 96.320,00 anual.

**Tabla No. 29 Resumen de la inversión de Materia Prima en el mes.**

| ITEM            | PRECIO*PLATO | INVERSION MP (35%) | INVERSION CAP MÁX (200 PERSONAS) | INVERSION MENSUAL (8 EVENTOS) |
|-----------------|--------------|--------------------|----------------------------------|-------------------------------|
| MENU 1          | 18           | 6,30               | 1.260,00                         | 10.080,00                     |
| MENU 2          | 15           | 5,25               | 1.050,00                         | 8.400,00                      |
| MENU 3          | 10           | 3,50               | 700,00                           | 5.600,00                      |
| <b>PROMEDIO</b> | <b>14,33</b> | <b>5,02</b>        | <b>1.003,33</b>                  | <b>8.026,67</b>               |
|                 |              |                    | <b>INVERSION ANUAL</b>           | <b>96.320,00</b>              |

**Fuente:** Estudio Técnico.  
**Elaboración:** La Autora.

Materia Prima Indirecta:

Para la presente investigación NO existe materia prima indirecta, por lo tanto el valor será de cero (0,00).

Sueldos y Salarios:

Tabla No. 30 Sueldos y Salarios.

| MANO DE OBRA INDIRECTA (PERSONAL ADMINISTRATIVO) |                             |                                |                              |
|--|-----------------------------|--------------------------------|------------------------------|
| CARGO  | CANT.                       | REMUNERACIÓN MENSUAL UNIFICADA | REMUNERACIÓN ANUAL UNIFICADA |
| Gerente - Administrador                          | 1                           | 890,00                         | 10.680,00                    |
| Secretaria Contadora                             | 1                           | 450,00                         | 5.400,00                     |
| <b>SUBTOTAL</b>                                  | <b>2</b>                    |                                | <b>16.080,00</b>             |
|  | Aporte Patronal (12,15%)    |                                | 1.953,72                     |
|  | Décimo Cuarto Sueldo        |                                | 0,00                         |
|  | Décimo Tercer Sueldo(8,33%) |                                | 1.339,46                     |
|  | <b>SUBTOTAL</b>             |                                | <b>19.373,18</b>             |

| MANO DE OBRA DIRECTA (PERSONAL OPERATIVO) |                             |                                |                              |
|---|-----------------------------|--------------------------------|------------------------------|
| CARGO                                     | CANT.                       | REMUNERACIÓN MENSUAL UNIFICADA | REMUNERACIÓN ANUAL UNIFICADA |
| Jefe de Banquetes                         | 1                           | 650,00                         | 7.800,00                     |
| Jefe de Eventos                           | 1                           | 650,00                         | 7.800,00                     |
| Ayudantes de Cocina                       | 3                           | 1.350,00                       | 16.200,00                    |
| Meseros& Camareros                        | 8                           | 3.600,00                       | 43.200,00                    |
| Protocolo                                 | 2                           | 900,00                         | 10.800,00                    |
| <b>SUBTOTAL</b>                           | <b>15</b>                   |                                | <b>85.800,00</b>             |
|   | Aporte Patronal (12,15%)    |                                | 10.424,70                    |
|   | Décimo Cuarto Sueldo        |                                | 0,00                         |
|   | Décimo Tercer Sueldo(8,33%) |                                | 7.147,14                     |
|   | <b>SUBTOTAL</b>             |                                | <b>103.371,84</b>            |

|   |                   |
|---|-------------------|
| <b>TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA - INDIRECTA</b> | <b>122.745,02</b> |
|---|-------------------|

**Fuente:** Estudio Técnico.

**Elaboración:** La Autora.

Servicios Básicos:**Tabla No. 31 Servicios Básicos.**

| CONCEPTO     | UNIDAD | CANT. | COSTO    | COSTO/AÑO        |
|--------------|--------|-------|----------|------------------|
| Teléfono     | mes    | 12    | 120,00   | 1.440,00         |
| Arriendo     | mes    | 12    | 1.000,00 | 12.000,00        |
| Luz          | mes    | 12    | 250,00   | 3.000,00         |
| Agua         | mes    | 12    | 100,00   | 1.200,00         |
| SUBTOTAL     |        |       |          | <b>17.640,00</b> |
| IVA 12%      |        |       |          | 2.116,80         |
| <b>TOTAL</b> |        |       |          | <b>19.756,80</b> |

Fuente: Estudio Técnico.

Elaboración: La Autora.

Suministros de Oficina:**Tabla No. 32 Suministros de Oficina.**

| CONCEPTO           | UNIDAD | CANT./mes | COSTO | COSTO/AÑO     |
|--------------------|--------|-----------|-------|---------------|
| Papel Bond         | Resma  | 0,5       | 3,50  | 21,00         |
| Facturas           | UNIDAD | 1         | 10,00 | 120,00        |
| Tinta de Impresora | UNIDAD | 0,25      | 25,00 | 75,00         |
| Grapas             | Caja   | 0,5       | 2,50  | 15,00         |
| SUBTOTAL           |        |           |       | <b>90,00</b>  |
| IVA 12%            |        |           |       | 10,80         |
| <b>TOTAL</b>       |        |           |       | <b>100,80</b> |

Fuente: Estudio Técnico.

Elaboración: La Autora.

Publicidad y Propaganda:**Tabla No. 33 Publicidad y Propaganda.**

| CONCEPTO          | UNIDAD | CANT. | COSTO | COSTO/AÑO       |
|-------------------|--------|-------|-------|-----------------|
| Publicidad Radia  | mes    | 12    | 30,00 | 360,00          |
| Publicidad Prensa | mes    | 12    | 15,00 | 180,00          |
| Hojas Volantes    | miles  | 12    | 15,00 | 180,00          |
| Trípticos         | miles  | 12    | 35,00 | 420,00          |
| SUBTOTAL          |        |       |       | <b>1.140,00</b> |
| IVA 12%           |        |       |       | 136,80          |
| <b>TOTAL</b>      |        |       |       | <b>1.276,80</b> |

Fuente: Estudio Técnico.

Elaboración: La Autora.



## Resumen de Capital de Trabajo.

Tabla No. 34 Resumen de Capital de Trabajo.

| DETALLE                 | TOTAL             |
|-------------------------|-------------------|
| MATERIA PRIMA           | 96.320,00         |
| MATERIA PRIMA INDIRECTA | -                 |
| SUELDOS Y SALARIOS      | 10.228,75         |
| SERVICIOS BASICOS       | 1.646,40          |
| SUMINISTROS DE OFICINA  | 8,40              |
| PUBLICIDAD Y PROPAGANDA | 106,40            |
| <b>TOTAL</b>            | <b>108.309,95</b> |

Fuente: Estudio Técnico.

Elaboración: La Autora.

## CONSOLIDADO DE INVERSIONES.

Tabla No. 35 Consolidado de Inversiones.

| ACTIVOS FIJOS                  |                   |        |
|--------------------------------|-------------------|--------|
| DETALLE                        | TOTAL             | %      |
| ADECUACIONES FÍSICAS           | 1.500,00          | 18,96% |
| MAQUINARIA y EQUIPO            | 10.101,73         |        |
| EQUIPOS DE OFICINA             | 260,00            |        |
| MUEBLES Y ENSERES              | 5.140,00          |        |
| EQUIPO DE CÓMPUTO              | 850,00            |        |
| HERRAMIENTAS DE TRABAJO        | 7.732,56          |        |
| <b>TOTAL</b>                   | <b>25.584,29</b>  |        |
| ACTIVOS INTANGIBLES o DIFERIDO |                   |        |
| DETALLE                        | TOTAL             | %      |
| ESTUDIO PRELIMINAR             | 672,00            | 0,77%  |
| REQUISITOS LEGALES             | 369,60            |        |
| <b>TOTAL</b>                   | <b>1.041,60</b>   |        |
| CAPITAL DE OPERACIÓN           |                   |        |
| DETALLE                        | TOTAL             | %      |
| MATERIA PRIMA                  | 96.320,00         | 80,27% |
| MATERIA PRIMA INDIRECTA        | -                 |        |
| SUELDOS Y SALARIOS             | 10.228,75         |        |
| SERVICIOS BASICOS              | 1.646,40          |        |
| SUMINISTROS DE OFICINA         | 8,40              |        |
| PUBLICIDAD Y PROPAGANDA        | 106,40            |        |
| <b>TOTAL</b>                   | <b>108.309,95</b> |        |
| <b>TOTAL DE INVERSIONES</b>    | <b>134.935,84</b> |        |

Fuente: Estudio Técnico.

Elaboración: La Autora.

## **FINANCIAMIENTO.**

Todo emprendimiento empresarial, necesariamente requiere de apalancamiento financiero, para soportar la sostenibilidad, a través de la prestación de servicios financieros, sin dejar de lado la rentabilidad financiera.

Bajo este contexto se plantean dos líneas de financiamiento.

- Autofinanciamiento, y
- Crédito.

### Autofinanciamiento:

Se financiara con capital propio, el cual será de responsabilidad de la propietaria.

### Crédito o fuentes externas.

Se analizó el tema de créditos en el sector financiero nacional, en este caso se estima obtener crédito en la Corporación Financiera Nacional en la línea multisectorial que tiene un plazo promedio de **10 años** para activos fijos a una tasa del **12% anual**.

En financiamiento requerido de fuentes externas, será del **8,79%**, por lo que se estipula un valor de **USD 11.861,73** que constituye en capital ajeno, según datos recabados de fuentes primarias el costo de este financiamiento es de **12% anual**

y un plazo de **2 años**, en pagos mensuales. El propietario, deberá aportar con el **91,21%** que bordea los **USD 123.074,11** a la inversión de activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo.

**Tabla No. 36 Propuesta de Financiamiento.**

| CUADRO DE INVERSIONES                     |                   |                   |                |                  |               |
|---|-------------------|-------------------|----------------|------------------|---------------|
| RUBROS                                    | FINANCIAMIENTO    |                   |                |                  |               |
| ACTIVO FIJO                               | TOTAL             | PROPIO            | %              | CREDITO          | %             |
| ADECUACIONES FÍSICAS                      | 1.500,00          |                   | 0%             | 1.500,00         | 100%          |
| MAQUINARIA                                | 10.101,73         |                   | 0%             | 10.101,73        | 100%          |
| EQUIPOS DE OFICINA                        | 260,00            |                   | 0%             | 260,00           | 100%          |
| MUEBLES Y ENSERES                         | 5.140,00          | 5.140,00          | 100%           | 0,00             | 0%            |
| EQUIPO DE CÓMPUTO                         | 850,00            | 850,00            | 100%           | 0,00             | 0%            |
| HERRAMIENTAS DE TRABAJO                   | 7.732,56          | 7.732,56          | 100%           | 0,00             | 0%            |
| <b>Subtotal de Activos Fijos</b>          | <b>25.584,29</b>  | <b>13.722,56</b>  | <b>53,64%</b>  | <b>11.861,73</b> | <b>46,36%</b> |
| <b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>                  |                   |                   |                |                  |               |
| ESTUDIO PRELIMINAR                        | 672,00            | 672,00            | 100%           | 0,00             | 0%            |
| REQUISITOS LEGALES                        | 369,60            | 369,60            | 100%           | 0,00             | 0%            |
| <b>Subtotal de Activos Diferidos</b>      | <b>1.041,60</b>   | <b>1.041,60</b>   | <b>100,00%</b> | <b>0,00</b>      | <b>0,00%</b>  |
| <b>CAPITAL DE OPERACIÓN</b>               |                   |                   |                |                  |               |
| MATERIA PRIMA DIRECTA                     | 96.320,00         | 96.320,00         | 100%           | 0,00             | 0%            |
| MATERIA PRIMA INDIRECTA                   | 0,00              | 0,00              | 100%           | 0,00             | 0%            |
| SUELDOS Y SALARIOS                        | 10.228,75         | 10.228,75         |                |                  |               |
| SERVICIOS BASICOS                         | 1.646,40          | 1.646,40          | 100%           | 0,00             | 0%            |
| SUMINISTROS DE OFICINA                    | 8,40              | 8,40              | 100%           | 0,00             | 0%            |
| PUBLICIDAD Y PROPAGANDA                   | 106,40            | 106,40            | 100%           | 0,00             | 0%            |
| <b>Subtotal de Capital de Operaciones</b> | <b>108.309,95</b> | <b>108.309,95</b> | <b>100,00%</b> | <b>0,00</b>      | <b>0,00%</b>  |
| <b>TOTAL DE INVERSIONES</b>               | <b>134.935,84</b> | <b>123.074,11</b> |                | <b>11.861,73</b> |               |
| <b>Porcentaje</b>                         | <b>100,00%</b>    | <b>91,21%</b>     |                | <b>8,79%</b>     |               |

**Fuente:** Estudio Técnico.

**Elaboración:** La Autora.

## **ANÁLISIS DE RENTABILIDAD.**

### **Proyección de Ingresos.**

Los ingresos del presente proyecto provendrán de las ventas de los Servicios de Eventos, considerando: **La capacidad instalada, el precio promedio pagado por persona, obtenido en la Pregunta No. 10, de \$16,58, y además la inflación actual que es de 2,85%.(Banco Central del Ecuador Feb- 2014).**

**Tabla No. 37 Proyección de Ingresos.**

| INGRESOS                      | 1                 | 2                 | 3                 | 4                 | 5                 |
|-------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
|                               | AÑO               | AÑO               | AÑO               | AÑO               | AÑO               |
| Capacidad Instalada           | 19.200,00         | 19.200,00         | 19.200,00         | 19.200,00         | 19.200,00         |
| Costo Unidad (Plato /Persona) | 16,58             | 17,05             | 17,54             | 18,04             | 18,55             |
| <b>TOTAL ANUAL</b>            | <b>318.291,73</b> | <b>327.363,04</b> | <b>336.692,89</b> | <b>346.288,64</b> | <b>356.157,86</b> |

**Fuente:** Estudio Técnico.

**Elaboración:** La Autora.

### **Proyección de Costos.**

Para proyectar los costos, se toman los del capital de trabajo, las depreciaciones y el costo financiero por el pago del capital e interés realizado en el crédito.

Para realizar la depreciación, se utiliza la depreciación directa:

$$\text{Depreciación} = (\text{Valor inicial} - \text{Valor Residual}) / \text{Años Útil}$$

Los costos de comercialización (publicidad) para los años siguientes, se estima solo gastar un 30% del costo original.

Para la proyección de costos se utiliza el promedio de inflación anualizada durante los últimos cinco años que es de 2,85 % (Banco Central del Ecuador Feb-2014).

Depreciaciones:**Tabla No. 38 Resumen de Depreciaciones.**

| RUBRO                   | VALOR-LIBROS     | AÑOS -VIDA UTIL | % VALOR RESIDUAL | VALOR RESIDUAL  | DEPRECIACION    | VALOR DE SALVAMENTO |
|-------------------------|------------------|-----------------|------------------|-----------------|-----------------|---------------------|
| ADECUACIONES FÍSICAS    | 1.500,00         | 10              | 10,00%           | 150,00          | 135,00          | 150,00              |
| MAQUINARIA Y EQUIPO     | 10.101,73        | 10              | 10,00%           | 1.010,17        | 909,16          | 1.010,17            |
| EQUIPOS DE OFICINA      | 260,00           | 10              | 10,00%           | 26,00           | 23,40           | 26,00               |
| MUEBLES Y ENSERES       | 5.140,00         | 5               | 20,00%           | 1.028,00        | 822,40          | 1.028,00            |
| EQUIPO DE CÓMPUTO       | 850,00           | 3               | 33,33%           | 283,33          | 188,89          | 283,33              |
| HERRAMIENTAS DE TRABAJO | 7.732,56         | 3               | 33,33%           | 2.577,52        | 1.718,35        | 2.577,52            |
| <b>TOTAL</b>            | <b>25.584,29</b> |                 |                  | <b>5.075,03</b> | <b>3.797,19</b> | <b>5.075,03</b>     |

**Fuente:** Estudio Financiero.**Elaboración:** La Autora.

(Ver resumen de depreciaciones en Anexo No.4).

Amortización del Activo Intangible:**Tabla No. 39 Amortización del Activo Intangible.**

| AÑO | AMORT CAPITAL | CAPITAL REDUCIDO |
|-----|---------------|------------------|
| 0   |               | 1.041,60         |
| 1   | 208,32        | 833,28           |
| 2   | 208,32        | 624,96           |
| 3   | 208,32        | 416,64           |
| 4   | 208,32        | 208,32           |
| 5   | 208,32        | 0,00             |

**Fuente:** Estudio Financiero.**Elaboración:** La Autora.

Reposición de Activos.**Tabla No. 40 Reposición de Activos.**

| AÑOS                    | 4               | 6               | 7               | 10              |
|-------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Muebles y enseres       |                 | 5.140,00        |                 |                 |
| Equipos de Cómputo      | 850,00          |                 | 850,00          | 850,00          |
| Herramientas de Trabajo | 7.732,56        |                 | 7.732,56        | 7.732,56        |
| <b>TOTAL</b>            | <b>8.582,56</b> | <b>5.140,00</b> | <b>8.582,56</b> | <b>8.582,56</b> |

**Fuente:** Estudio Financiero.

**Elaboración:** La Autora.

Tabla de Amortización del capital financiado.**Tabla No. 41 Variables del Préstamo.**

| ITEM            | VALOR     |
|-----------------|-----------|
| Capital         | 11.861,73 |
| Interés Anual   | 12%       |
| Interés Mensual | 1%        |
| Tiempo (años)   | 2         |
| Meses           | 24        |

**Fuente:** Estudio Financiero.

**Elaboración:** La Autora.

Tabla No. 42 Tabla de Amortización.

| PERIODO | SALDO INICIAL | INTERES | CUOTA         | AMORTIZACION A CAPITAL | SALDO FINAL      |
|---------|---------------|---------|---------------|------------------------|------------------|
| 0       |               |         |               |                        | <b>11.861,73</b> |
| 1       | 11.861,73     | 118,62  | <b>558,37</b> | 439,76                 | 11.421,97        |
| 2       | 11.421,97     | 114,22  | <b>558,37</b> | 444,15                 | 10.977,82        |
| 3       | 10.977,82     | 109,78  | <b>558,37</b> | 448,59                 | 10.529,23        |
| 4       | 10.529,23     | 105,29  | <b>558,37</b> | 453,08                 | 10.076,15        |
| 5       | 10.076,15     | 100,76  | <b>558,37</b> | 457,61                 | 9.618,53         |
| 6       | 9.618,53      | 96,19   | <b>558,37</b> | 462,19                 | 9.156,35         |
| 7       | 9.156,35      | 91,56   | <b>558,37</b> | 466,81                 | 8.689,54         |
| 8       | 8.689,54      | 86,90   | <b>558,37</b> | 471,48                 | 8.218,06         |
| 9       | 8.218,06      | 82,18   | <b>558,37</b> | 476,19                 | 7.741,87         |
| 10      | 7.741,87      | 77,42   | <b>558,37</b> | 480,95                 | 7.260,91         |
| 11      | 7.260,91      | 72,61   | <b>558,37</b> | 485,76                 | 6.775,15         |
| 12      | 6.775,15      | 67,75   | <b>558,37</b> | 490,62                 | 6.284,53         |
| 13      | 6.284,53      | 62,85   | <b>558,37</b> | 495,53                 | 5.789,00         |
| 14      | 5.789,00      | 57,89   | <b>558,37</b> | 500,48                 | 5.288,52         |
| 15      | 5.288,52      | 52,89   | <b>558,37</b> | 505,49                 | 4.783,03         |
| 16      | 4.783,03      | 47,83   | <b>558,37</b> | 510,54                 | 4.272,49         |
| 17      | 4.272,49      | 42,72   | <b>558,37</b> | 515,65                 | 3.756,84         |
| 18      | 3.756,84      | 37,57   | <b>558,37</b> | 520,80                 | 3.236,04         |
| 19      | 3.236,04      | 32,36   | <b>558,37</b> | 526,01                 | 2.710,02         |
| 20      | 2.710,02      | 27,10   | <b>558,37</b> | 531,27                 | 2.178,75         |
| 21      | 2.178,75      | 21,79   | <b>558,37</b> | 536,59                 | 1.642,17         |
| 22      | 1.642,17      | 16,42   | <b>558,37</b> | 541,95                 | 1.100,22         |
| 23      | 1.100,22      | 11,00   | <b>558,37</b> | 547,37                 | 552,84           |
| 24      | 552,84        | 5,53    | <b>558,37</b> | 552,84                 | 0,00             |

Fuente: Estudio Financiero.

Elaboración: La Autora.

Proyección de Costos (5 años).

**Tabla No. 43 Proyección de Costos.**

|  | 1                 | 2                 | 3                 | 4                 | 5                 |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>               |                   |                   |                   |                   |                   |
| Materia Prima + MP Indirecta             | 96.320,00         | 99.065,12         | 101.888,48        | 104.792,30        | 107.778,88        |
| Sueldo Mano de Obra Operativa            | 103.371,84        | 106.317,94        | 109.348,00        | 112.464,42        | 115.669,65        |
| Servicios Básicos                        | 19.756,80         | 20.319,87         | 20.898,99         | 21.494,61         | 22.107,20         |
| Depreciación Maquinaria y Equipo de Ofi  | 932,56            | 932,56            | 932,56            | 932,56            | 932,56            |
| <b>SUBTOTAL</b>                          | <b>220.381,20</b> | <b>226.635,48</b> | <b>233.068,02</b> | <b>239.683,88</b> | <b>246.488,29</b> |
| <b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>          |                   |                   |                   |                   |                   |
| Sueldo Mano de Obra Administrativa       | 19.373,18         | 19.925,32         | 20.493,19         | 21.077,25         | 21.677,95         |
| Suministros de Oficina                   | 100,80            | 103,67            | 106,63            | 109,67            | 112,79            |
| Deprec. Muebles y Enseres, Computac. Y e | 2.729,64          | 2.729,64          | 2.729,64          | 2.729,64          | 2.729,64          |
| <b>SUBTOTAL</b>                          | <b>22.203,62</b>  | <b>22.758,63</b>  | <b>23.329,45</b>  | <b>23.916,55</b>  | <b>24.520,38</b>  |
| <b>COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN</b>        |                   |                   |                   |                   |                   |
| Publicidad                               | 1.276,80          | 393,96            | 393,96            | 393,96            | 393,96            |
| <b>SUBTOTAL</b>                          | <b>1.276,80</b>   | <b>393,96</b>     | <b>393,96</b>     | <b>393,96</b>     | <b>393,96</b>     |
| <b>COSTO FINANCIERO</b>                  |                   |                   |                   |                   |                   |
| Pago de intereses                        | 1.123,27          | 415,94            | 0,00              | 0,00              | 0,00              |
| Pago de capital                          | 5.577,20          | 6.284,53          | 0,00              | 0,00              | 0,00              |
| <b>SUBTOTAL</b>                          | <b>6.700,47</b>   | <b>6.700,47</b>   | <b>0,00</b>       | <b>0,00</b>       | <b>0,00</b>       |
| <b>AMORTIZACIÓN DIFERIDO</b>             |                   |                   |                   |                   |                   |
| Amortización                             | 208,32            | 208,32            | 208,32            | 208,32            | 208,32            |
| <b>SUBTOTAL</b>                          | <b>208,32</b>     | <b>208,32</b>     | <b>208,32</b>     | <b>208,32</b>     | <b>208,32</b>     |
| <b>REPOSICIÓN DE ACTIVOS</b>             |                   |                   |                   |                   |                   |
| Reposición                               | -                 | -                 | -                 | 8.582,56          | -                 |
| <b>SUBTOTAL</b>                          | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>8.582,56</b>   | <b>-</b>          |
| <b>TOTAL</b>                             | <b>250.770,41</b> | <b>256.696,86</b> | <b>256.999,75</b> | <b>272.785,26</b> | <b>271.610,94</b> |

Fuente: Estudio Financiero.

Elaboración: La Autora.

## ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.

Es necesario determinar el punto en el que la empresa empezará a generar ganancias; para ello, es necesario determinar los costos fijos y variables para el Año I y para el Año V.

Se determinar el punto de equilibrio en función de las ventas y de la capacidad instalada.



## Cálculo de los Costos Fijos y Costos Variables.

**Tabla No. 44 Cálculo de los Costos Fijos y Costos Variables.**

|  | Año I             | CF               | CV                | Año V             | CF               | CV                |
|--|-------------------|------------------|-------------------|-------------------|------------------|-------------------|
| <b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>               |                   |                  |                   |                   |                  |                   |
| Materia Prima                            | 96.320,00         | 0,00             | 96.320,00         | 107.778,88        | 0,00             | 107.778,88        |
| Sueldo Mano de Obra Operativa            | 103.371,84        | 0,00             | 103.371,84        | 115.669,65        | 0,00             | 115.669,65        |
| Servicios Básicos                        | 19.756,80         | 0,00             | 19.756,80         | 22.107,20         | 0,00             | 22.107,20         |
| Depreciación Maquinaria y Equipo         | 932,56            | 932,56           | 0,00              | 932,56            | 932,56           | 0,00              |
| <b>SUBTOTAL</b>                          | <b>220.381,20</b> | <b>932,56</b>    | <b>219.448,64</b> | <b>246.488,29</b> | <b>932,56</b>    | <b>245.555,73</b> |
| <b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>          |                   |                  |                   |                   |                  |                   |
| Sueldo Mano de Obra Administrativa       | 19.373,18         | 19.373,18        | 0,00              | 21.677,95         | 21.677,95        | 0,00              |
| Suministros de Oficina                   | 100,80            | 100,80           | 0,00              | 112,79            | 112,79           | 0,00              |
| Deprec. Muebles y Enseres, Eq de Oficina | 2.729,64          | 2.729,64         | 0,00              | 2.729,64          | 2.729,64         | 0,00              |
| <b>SUBTOTAL</b>                          | <b>22.203,62</b>  | <b>22.203,62</b> | <b>0,00</b>       | <b>24.520,38</b>  | <b>24.520,38</b> | <b>0,00</b>       |
| <b>COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN</b>        |                   |                  |                   |                   |                  |                   |
| Publicidad                               | 1.276,80          | 0,00             | 1.276,80          | 393,96            | 0,00             | 393,96            |
| <b>SUBTOTAL</b>                          | <b>1.276,80</b>   | <b>0,00</b>      | <b>1.276,80</b>   | <b>393,96</b>     | <b>0,00</b>      | <b>393,96</b>     |
| <b>COSTO FINANCIERO</b>                  |                   |                  |                   |                   |                  |                   |
| Pago de intereses                        | 1.123,27          | 1.123,27         | 0,00              | 0,00              | 0,00             | 0,00              |
| Pago de capital                          | 5.577,20          | 5.577,20         | 0,00              | 0,00              | 0,00             | 0,00              |
| <b>SUBTOTAL</b>                          | <b>6.700,47</b>   | <b>6.700,47</b>  | <b>0,00</b>       | <b>0,00</b>       | <b>0,00</b>      | <b>0,00</b>       |
| <b>AMORTIZACIÓN DIFERIDO</b>             |                   |                  |                   |                   |                  |                   |
| Amortización                             | 208,32            | 208,32           | 0,00              | 208,32            | 208,32           | 0,00              |
| <b>SUBTOTAL</b>                          | <b>208,32</b>     | <b>208,32</b>    | <b>0,00</b>       | <b>208,32</b>     | <b>208,32</b>    | <b>0,00</b>       |
| <b>REPOSICIÓN DE ACTIVOS</b>             |                   |                  |                   |                   |                  |                   |
| Reposición                               | -                 | -                | -                 | -                 | -                | 0,00              |
| <b>SUBTOTAL</b>                          | <b>-</b>          | <b>-</b>         | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>         | <b>0,00</b>       |
| <b>TOTAL</b>                             | <b>250.770,41</b> | <b>30.044,97</b> | <b>220.725,44</b> | <b>271.610,94</b> | <b>25.661,25</b> | <b>245.949,69</b> |

**Fuente:** Estudio Financiero. (Tabla No. 43).

**Elaboración:** La Autora.

## Punto de Equilibrio para los Años I y V

### EN FUNCION DE LAS VENTAS:

$$PE = \frac{CFT}{1 - (CVT/VT)}$$

Dónde:

PE → Valor en ventas o ingresos de punto de Equilibrio.

CFT → Costos fijos totales.

CVT → Costos variables totales.

VT → Ventas totales

De acuerdo a la Tabla No. 37, y Tabla No. 44, se tiene

VT → 318.291,73

CFT → 30.044,97

CVT → 220.725,44

$$PE = \frac{30.044,97}{1 - (220.725,44/318.291,73)}$$

PE = \$ 98.016,08.

Para que la empresa, empiece a generar ganancias, debería superar las ventas por \$ 98.016,08.

EN FUNCION DE LA CAPACIDAD INSTALADA:

$$PE = \frac{CFT}{(VT - CVT)}$$

$$PE = \frac{30.044,97}{318.291,73 - 220.725,44}$$

PE = 30,79%.

Para que la empresa empiece a ganar debe utilizar el 30,79% de su capacidad instalada.

Para los años I y V, se ha resumido en las tablas siguientes:

**Tabla No. 45 Cálculo del PE en Función de las Ventas.**

|           | <b>Año I</b>     | <b>Año V</b>     |
|-----------|------------------|------------------|
| CFT       | 30.044,97        | 25.661,25        |
| CVT       | 220.725,44       | 245.949,69       |
| VT        | 318.291,73       | 388.510,60       |
| <b>PE</b> | <b>98.016,08</b> | <b>69.932,69</b> |

**Fuente:** Estudio Financiero. (Tabla No. 37,44).

**Elaboración:** La Autora.

**Tabla No. 46 Cálculo del PE en Función de la Capacidad Instalada.**

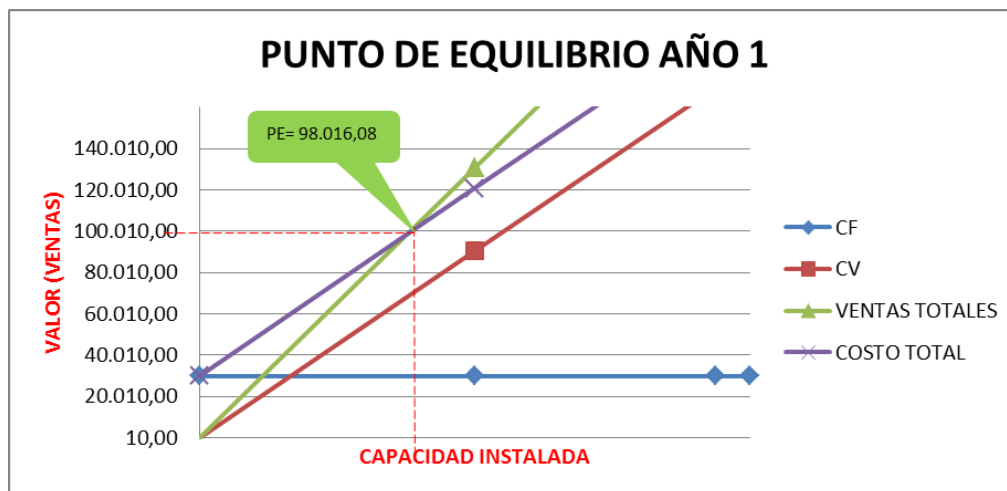
|              | <b>Año I</b>  | <b>Año V</b>  |
|--------------|---------------|---------------|
| CFT          | 30.044,97     | 25.661,25     |
| CVT          | 220.725,44    | 245.949,69    |
| VT           | 318.291,73    | 388.510,60    |
| <b>PE</b>    | <b>30,79%</b> | <b>18,00%</b> |
| Marg Contrib | 97.566,29     | 142.560,92    |

**Fuente:** Estudio Financiero. (Tabla No. 37,44).

**Elaboración:** La Autora.

Si el PE, en función de la capacidad instalada (30,79%), y relacionándola con la capacidad instalada de la empresa que es de 19.200 personas de capacidad, entonces es necesario vender **5.911,68 platos** al año, para no perder ni ganar en el primer año, que es el resultado de obtener el 30,79% de 19.200 platos.

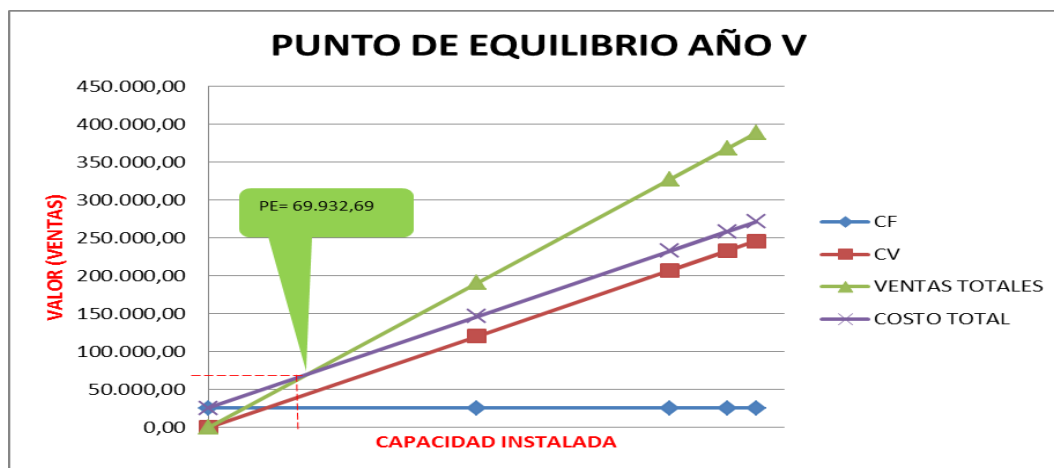
Gráfica No. 35 Punto de Equilibrio para el Año I.



Elaboración: La Autora.

El punto de equilibrio para el Año I, está en la intersección de la recta de los costos totales con la recta de las ventas totales, cuyas ventas en ese punto es de \$ 98.016,08,

Gráfica No. 36 Punto de Equilibrio para el Año V.



Elaboración: La Autora.

El punto de equilibrio para el Año V, está en la intersección de la recta de los costos totales con la recta de las ventas totales, cuyas ventas en ese punto es de \$ 69.932,69.

## EVALUACIÓN ECONÓMICA - FINANCIERA.

### FLUJO DE CAJA.

Con los ingresos y costos proyectados, se elabora el Flujo de Caja. Las depreciaciones y amortizaciones se suman nuevamente ya que es un proceso contable, la reposición de activos muestra aquellos activos que se deprecian y deben ser renovados. Al tener una perspectiva del proyecto es importante recordar que los activos en libros mantendrán un valor denominado de salvamento que se adiciona en el flujo de caja, además se considera una reinversión del 40% del Flujo Neto del año anterior.

El valor de reposición de activos (Tabla No.40) de 8.582,56, proviene de equipos de cómputo y herramientas de trabajo, que se deprecian a los 3 años, y cuya reinversión se lo debe realizar en el Cuarto Año.

**Tabla No. 47 Flujo de Caja Proyectado.**

|                                    | 0                  | 1                 | 2                 | 3                 | 4                 | 5                 |
|------------------------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>INGRESOS</b>                    |                    |                   |                   |                   |                   |                   |
| Ingresos Totales                   |                    | 318.291,73        | 327.363,04        | 336.692,89        | 346.288,64        | 356.157,86        |
| Saldo Año Anterior                 |                    |                   | 19.508,86         | 25.516,63         | 29.503,84         | 32.352,74         |
| <b>TOTAL DE INGRESOS</b>           |                    | <b>318.291,73</b> | <b>346.871,90</b> | <b>362.209,52</b> | <b>375.792,47</b> | <b>388.510,60</b> |
| <b>INVERSIÓN INICIAL</b>           | <b>-134.935,84</b> |                   |                   |                   |                   |                   |
| <b>COSTOS</b>                      |                    |                   |                   |                   |                   |                   |
| Total de Costos                    |                    | 250.770,41        | 256.696,86        | 256.999,75        | 272.785,26        | 271.610,94        |
| <b>TOTAL DE COSTOS OPERATIVOS</b>  |                    | <b>250.770,41</b> | <b>256.696,86</b> | <b>256.999,75</b> | <b>272.785,26</b> | <b>271.610,94</b> |
| <b>UTILIDAD BRUTA</b>              |                    | <b>67.521,32</b>  | <b>90.175,04</b>  | <b>105.209,77</b> | <b>103.007,21</b> | <b>116.899,66</b> |
| 15% a los Trabajadores             |                    | 10.128,20         | 13.526,26         | 15.781,47         | 15.451,08         | 17.534,95         |
| <b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b> |                    | <b>57.393,12</b>  | <b>76.648,79</b>  | <b>89.428,30</b>  | <b>87.556,13</b>  | <b>99.364,71</b>  |
| 22% Impuesto a la Renta            |                    | 12.626,49         | 16.862,73         | 19.674,23         | 19.262,35         | 21.860,24         |
| <b>UTILIDAD NETA</b>               |                    | <b>44766,64</b>   | <b>59786,05</b>   | <b>69754,08</b>   | <b>68293,78</b>   | <b>77504,48</b>   |
| Depreciaciones y Amortizaciones    |                    | 4.005,51          | 4.005,51          | 4.005,51          | 4.005,51          | 4.005,51          |
| Reposición de Activos              |                    |                   |                   |                   | 8.582,56          |                   |
| Valor de Salvamento                |                    |                   |                   |                   |                   | 5.075,03          |
| <b>FLUJO NETO DE EFECTIVO</b>      | <b>-134.935,84</b> | <b>48.772,15</b>  | <b>63.791,56</b>  | <b>73.759,59</b>  | <b>80.881,85</b>  | <b>86.585,01</b>  |

**Fuente:** Estudio Financiero. (Tablas No. 36-37)

**Elaboración:** La Autora.

## CÁLCULO DE LA TASA MÍNIMA DE RENDIMIENTO.

Para la Tasa mínima de Rendimiento, es necesario analizarla con el costo de oportunidad de capital, que en la actualidad fluctúa en un 12% anual; para el costo de oportunidad del capital del propietario esta referenciada con la Tasa Pasiva Referencial (TPR), que está en 4%.

**Tabla No. 48 Cálculo de la Tasa Mínima de Rendimiento.**

| RUBROS       | INVERSIÓN         | PORCENTAJE     | COSTO | COSTO PONDERADO |
|--------------|-------------------|----------------|-------|-----------------|
| PROPIETARIO  | 123.074,11        | 91,21%         | 4%    | 3,65%           |
| CREDITO      | 11.861,73         | 8,79%          | 12%   | 1,05%           |
| <b>TOTAL</b> | <b>134.935,84</b> | <b>100,00%</b> |       | <b>4,70%</b>    |

**Fuente:** Estudio Financiero. (Tabla No. 36).

**Elaboración:** La Autora.

El costo ponderado de **4,70%**, establece que el proyecto debe generar al menos un 4,70% para cubrir el **costo de oportunidad** del proyecto.

## VALOR PRESENTE NETO.

Para encontrar el VPN, se utilizará el Factor de Actualización (FA), de 34%.

Así se tiene para el año 1:

$$FA = 1/(1+0,34)^n.$$

$$FA = 1/(1,34)^1 = 0,7462$$

$$VALOR ACTUALIZADO = 48.772,15 * 0,7462 = 36.397,12$$

**Tabla No. 49 Cálculo del Valor Presente Neto.**

| AÑOS          | FLUJOS<br>DISPONIBLES | FA (34%)     | VALOR<br>ACTUALIZADO |
|---------------|-----------------------|--------------|----------------------|
| 0             | -134.935,84           |              |                      |
| 1             | 48.772,15             | 0,7462686567 | 36.397,12            |
| 2             | 63.791,56             | 0,5569169080 | 35.526,60            |
| 3             | 73.759,59             | 0,4156096328 | 30.655,20            |
| 4             | 80.881,85             | 0,3101564424 | 25.086,03            |
| 5             | 86.585,01             | 0,2314600317 | 20.040,97            |
| <b>V.P.N.</b> |                       |              | <b>147.705,92</b>    |

**Fuente:** Estudio Financiero. (Tabla No. 47).

**Elaboración:** La Autora.

El VPN de **\$ 147.705,92 es un valor positivo**, por lo quiere decir que el proyecto es rentable y por lo tanto se acepta la inversión.

### **RELACIÓN COSTO-BENEFICIO.**

Para determinar la relación Costo-Beneficio, se utiliza la tasa de descuento utilizada de 18%.

**Factor Actualizado** =  $1/(1+0,18)^n$  (n es el número de años)

**Ingresos Actualizados** = Ingresos \* Valor Actualizado

**Egresos Actualizados** = Egresos \* Valor Actualizado

**RCB**= Ingresos Actualizados / Egresos Actualizados

Tabla No. 50 Relación Costo – Beneficio.

| AÑOS | INGRESOS   | EGRESOS    | FA (18%)     | INGRESOS            | EGRESOS           |
|------|------------|------------|--------------|---------------------|-------------------|
|      |            |            |              | ACTUALIZADO         | ACTUALIZADOS      |
| 1    | 318.291,73 | 250.770,41 | 0,8474576271 | 269.738,75          | 212.517,30        |
| 2    | 327.363,04 | 256.696,86 | 0,7181844298 | 235.107,04          | 184.355,69        |
| 3    | 336.692,89 | 256.999,75 | 0,6086308727 | 204.921,69          | 156.417,98        |
| 4    | 346.288,64 | 272.785,26 | 0,5157888752 | 178.611,83          | 140.699,60        |
| 5    | 356.157,86 | 271.610,94 | 0,4371092162 | 155.679,88          | 118.723,65        |
|      |            |            |              | <b>1.044.059,19</b> | <b>812.714,21</b> |
|      |            |            | <b>RCB</b>   | <b>1,28</b>         |                   |

Fuente: Estudio Financiero. (Tabla No. 47).

Elaboración: La Autora.

El resultado de **RCB** de **1,28**, se interpreta que de cada dólar invertido se espera un ingreso antes del impuesto y repartición de utilidades de 1,28, o por cada dólar invertido, el proyecto generará 0,28 de utilidades.

### TASA INTERNA DE RETORNO.

Para el proceso se toma dos referencias una tasa de 4% y 40% cuyo cálculo del VPN resultaría la información encontrada en la Tabla No. 51.

Tabla No. 51 Cálculo de la TIR con Tasa Mayor y Tasa Menor.

| AÑOS | FLUJOS<br>DISPONIBLES | ACTUALIZACION |                   |              |                  |
|------|-----------------------|---------------|-------------------|--------------|------------------|
|      |                       | FA(4%)        | VPN <             | FA(40%)      | VPN >            |
| 0    | -134.935,84           |               | -134.935,84       |              | -134.935,84      |
| 1    | 48.772,15             | 0,9615384615  | 46.896,29         | 0,7142857143 | 34.837,25        |
| 2    | 63.791,56             | 0,9245562130  | 58.978,89         | 0,5102040816 | 32.546,72        |
| 3    | 73.759,59             | 0,8889963587  | 65.572,01         | 0,3644314869 | 26.880,32        |
| 4    | 80.881,85             | 0,8548041910  | 69.138,15         | 0,2603082049 | 21.054,21        |
| 5    | 86.585,01             | 0,8219271068  | 71.166,57         | 0,1859344321 | 16.099,14        |
|      |                       |               | <b>176.816,06</b> |              | <b>-3.518,22</b> |

Fuente: Estudio Financiero. (Tabla No. 47).

Elaboración: La Autora.



Con esta información se determina el cálculo de la TIR, utilizando el método del tanteo y de acuerdo a la siguiente fórmula:

$$\text{TIR} = \text{Tasa menor} + (\text{Diferencia de Tasas}) \left[ \frac{\text{VAN Tasa Menor}}{\text{VAN a Tasa Menor} - \text{VAN a Tasa mayor}} \right]$$

$$\text{TIR} = 4\% + (36\% * 0,98049)$$

$$\text{TIR} = 39,30\%$$

Si se compara la TIR de **39,30%** encontrada, con la tasa de costo de oportunidad que fue de **4,70%**, (Tabla No. 48), entonces, se infiere que el proyecto promete factibilidad.

### PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL.

Para determinar el plazo de tiempo que se requerirá para que los Flujos Netos de Efectivo de la inversión se recuperen, es necesario realizar la suma relativa de los Flujos disponibles y observar en qué período se recuperará la inversión.

**Tabla No. 52 Período de Recuperación de Capital.**

| AÑOS | FLUJOS DISPONIBLES | SUMA DE FLUJOS |
|------|--------------------|----------------|
| 0    | -134.935,84        |                |
| 1    | 48.772,15          | 48.772,15      |
| 2    | 63.791,56          | 112.563,71     |
| 3    | 73.759,59          | 186.323,30     |
| 4    | 80.881,85          | 267.205,15     |
| 5    | 86.585,01          | 353.790,17     |

**Fuente:** Estudio Financiero. (Tabla No. 47).

**Elaboración:** La Autora.

La recuperación de la inversión se daría entre los años 2 y 3, ya que los flujos suman el valor de la inversión, aplicando la formula se tendría:

$$PRC = \text{Año } q \text{ supera la inver.} + \left( \frac{\text{Inver.} - \sum \text{primeros flujos}}{\text{Flujo neto del año que supera la inv}} \right)$$

$$PRC = 3 + \left( \frac{134.935,84 - 186.323,30}{73.759,59} \right)$$

$$PRC = 2,303311 \text{ Años.}$$

Haciendo los cálculos respectivos:

|             |          |                    |
|-------------|----------|--------------------|
| años        |          | <b>2</b>           |
| 1 año       | 12 meses |                    |
| 0,303311501 |          | <b>3,63973801</b>  |
| 1 mes       | 30 días  |                    |
| 0,63973801  |          | <b>19,19214029</b> |

Se tiene que la inversión se la recuperará a los **2 años, 3 meses, 19 días.**

## ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD. (C.A.S)

El análisis de sensibilidad es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implementar el proyecto, debido a que no se conocen las condiciones en las que se desenvolverá la empresa en el futuro.

Los criterios de decisión que considera este indicador son:

- Si el coeficiente de sensibilidad es mayor que 1, el proyecto es sensible
- Si el coeficiente de sensibilidad es igual a 1, el proyecto es indiferente
- Si el coeficiente de sensibilidad es menor que 1, el proyecto no es sensible.

### Análisis de Sensibilidad con incremento de costos en 6,5%

Tabla No. 53 Cálculo del CAS con Incremento del 6,5% en los costos.

| AÑOS | COSTO TOTAL | CTO         | INGRESO    | FLUJOS      | ACTUALIZACIÓN    |              |                  |              |
|------|-------------|-------------|------------|-------------|------------------|--------------|------------------|--------------|
|      | ORIGINAL    | INCRE %6,50 | ORIGINAL   | DISPONIBLES | FACT ACT. %10,00 | VALOR ACTUAL | FACT ACT. %31,00 | VALOR ACTUAL |
| 0    | -134.935,84 | -134.935,84 |            | -134.935,84 |                  | -134.935,84  |                  | -134.935,84  |
| 1    | 250.770,41  | 267.070,49  | 318.291,73 | 37.965,20   | 0,909091         | 34.513,81    | 0,763359         | 28.981,07    |
| 2    | 256.696,86  | 273.382,16  | 327.363,04 | 49.863,21   | 0,826446         | 41.209,26    | 0,582717         | 29.056,12    |
| 3    | 256.999,75  | 273.704,73  | 336.692,89 | 58.990,38   | 0,751315         | 44.320,35    | 0,444822         | 26.240,21    |
| 4    | 272.785,26  | 290.516,30  | 346.288,64 | 65.209,38   | 0,683013         | 44.538,88    | 0,339559         | 22.142,41    |
| 5    | 271.610,94  | 289.265,65  | 356.157,86 | 70.723,60   | 0,620921         | 43.913,79    | 0,259205         | 18.331,92    |
|      |             |             |            |             |                  |              |                  |              |
|      |             |             |            |             | VPN Tot <        | 73.560,26    | VPN Tot >        | -10.184,12   |

Fuente: Cuadros No. 44,47

Elaboración: La Autora.

$$TIR = T.< + (Diferencia de Tasas \left( \frac{VAN <}{(VAN < - VAN >)} \right))$$

$$TIR = 10\% + (31\% - 10\%) \left( \frac{73.560,26}{(73.560,26 - (-10.184,12))} \right)$$

TIR = 28,4462%

**DIFERENCIA DE TIR = TIR DEL PROYECTO – TIR ACTUAL**

$$= 39,30 - 28,4462 = \mathbf{10,854\%}$$

**PORCENTAJE DE VARIACIÓN = DIFERENCIA DE TIR / TIR DEL PROYECTO**

$$= 10,854\% / 39,30\% = \mathbf{0,2762}$$

**COEFICIENTE DE SENSIBILIDAD= PORCENTAJE DE VARIACIÓN / NUEVA TIR**

$$= 0,2762 / 28,4462\% = \mathbf{0,9708}$$

El proyecto soporta un incremento en los costos del 6,5%, con este valor obtenemos una sensibilidad de **0,9708** que es menor a uno, es decir que el proyecto no es sensible a esta variación, por lo tanto es factible.

### Análisis de Sensibilidad con disminución de los ingresos en un 6%.

**Tabla No. 54 Cálculo del CAS con Disminución del 6 % en los Ingresos.**

| AÑOS | INGRESO ORIGINAL | DISMIN       |  | FLUJOS DISPONIBLES | ACTUALIZACIÓN       |                  |                     |                   |
|------|------------------|--------------|--|--------------------|---------------------|------------------|---------------------|-------------------|
|      |                  | INGRE. %6,00 |  |                    | FACT ACT. %10,00    | VALOR ACTUAL     | FACT ACT. %33,00    | VALOR ACTUAL      |
| 0    | -134.935,84      |              |  | -134.935,84        |                     | -134.935,84      |                     | -134.935,84       |
| 1    | 318.291,73       | 299.194,23   |  | 36.110,50          | 0,9090909           | 32.827,73        | 0,7518797           | 27.150,75         |
| 2    | 327.363,04       | 307.721,26   |  | 47.411,19          | 0,8264463           | 39.182,80        | 0,5653231           | 26.802,64         |
| 3    | 336.692,89       | 316.491,32   |  | 56.021,87          | 0,7513148           | 42.090,06        | 0,4250549           | 23.812,37         |
| 4    | 346.288,64       | 325.511,32   |  | 62.402,45          | 0,6830135           | 42.621,71        | 0,3195902           | 19.943,21         |
| 5    | 356.157,86       | 334.788,39   |  | 67.516,32          | 0,9514657           | 64.239,46        | 0,2402934           | 16.223,72         |
|      |                  |              |  |                    |                     |                  |                     |                   |
|      |                  |              |  |                    | <b>VPN Tot &lt;</b> | <b>86.025,92</b> | <b>VPN Tot &gt;</b> | <b>-21.003,14</b> |

**Fuente:** Cuadros No. 49.

**Elaboración:** La Autora.

$$TIR = T.< + (\text{Diferencia de Tasas} \left( \frac{VAN <}{(VAN < - VAN >)} \right))$$

$$TIR = 10\% + (33\% - 10\%) \left( \frac{86.025,92}{(86.025,92 - 5(-21.003,14))} \right)$$

$$\text{TIR} = 28,49\%$$

$$\text{DIFERENCIA DE TIR} = \text{TIR DEL PROYECTO} - \text{TIR ACTUAL}$$

$$= 39,30\% - 28,49 = \mathbf{10,81\%}$$

$$\text{PORCENTAJE DE VARIACIÓN} = \text{DIFERENCIA DE TIR} / \text{TIR DEL PROYECTO}$$

$$= 10,81\% / 39,30\% = \mathbf{0,275}$$

$$\text{COEFICIENTE DE SENSIBILIDAD} = \text{PORCENTAJE DE VARIACIÓN} / \text{NUEVA TIR}$$

$$= 0,275 / 28,49\% = \mathbf{0,9659}$$

El proyecto soporta una disminución de los ingresos en un 6 %, con este valor obtenemos una sensibilidad de **0,9659** que es menor a uno, lo que significa que el proyecto no es sensible a esta variación, por lo tanto es factible.

## EVALUACIÓN CONTABLE.

### BALANCE GENERAL.

Tabla No. 55 Balance General al inicio de Operaciones.

| CUENTAS                            | VALOR      | TOTAL             |
|------------------------------------|------------|-------------------|
| <b>ACTIVOS</b>                     |            |                   |
| <b>Activos Corrientes</b>          |            |                   |
| Efectivo                           | 0,00       |                   |
| Bancos                             | 108.309,95 |                   |
| <b>Total de Activos Corrientes</b> |            | <b>108.309,95</b> |
| <b>Activos Fijos</b>               |            |                   |
| Adecuaciones Físicas               | 1.500,00   |                   |
| Maquinaria y Equipo                | 10.101,73  |                   |
| Equipo de Oficina                  | 260,00     |                   |
| Muebles y Enseres                  | 5.140,00   |                   |
| Equipos de Computo                 | 850,00     |                   |
| Herramientas de Trabajo            | 7.732,56   |                   |
| <b>Total de Activos Fijos</b>      |            | <b>25.584,29</b>  |
| <b>Activo Diferido</b>             |            |                   |
| Estudios Preliminares              | 672,00     |                   |
| Aspectos Legales                   | 369,60     |                   |
| <b>Total de Activos Diferidos</b>  |            | <b>1.041,60</b>   |
| <b>Total de Activos</b>            |            | <b>134.935,84</b> |
| <b>PASIVOS</b>                     |            |                   |
| <b>Préstamo Bancario</b>           | 11.861,73  |                   |
| <b>Total de Pasivos</b>            |            | <b>11.861,73</b>  |
| <b>CAPITAL</b>                     |            |                   |
| <b>Capital Propio</b>              |            | <b>123.074,11</b> |
| <b>Total Pasivo y Capital</b>      |            | <b>134.935,84</b> |

Fuente: Estudio Financiero.

Elaboración: La Autora.

## ESTADO DE RESULTADOS.

Tabla No. 56 Estado de Resultados.

| CUENTAS                               | VALOR             | TOTALES           |
|---------------------------------------|-------------------|-------------------|
| <b>VENTAS</b>                         | <b>221.971,73</b> |                   |
| (-) COSTO DE VENTAS (Materia Prima)   | 96.320,00         |                   |
| (=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS          | <b>318.291,73</b> |                   |
| <b>(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>     |                   | <b>134.015,22</b> |
| SUELDOS Y SALARIOS                    | 101.880,00        |                   |
| APORTE PATRONAL AL IESS               | 12.378,42         |                   |
| SERVICIOS BASICOS                     | 19.756,80         |                   |
| <b>GASTOS OPERACIONALES</b>           |                   | <b>5.383,11</b>   |
| CONSUMO DE SUMINISTROS DE OFICINA     | 100,80            |                   |
| PUBLICIDAD Y PROPAGANDA               | 1.276,80          |                   |
| DEPRECIACION DE ADECUACIONES FISICAS  | 135,00            |                   |
| DEPRECIACION DE MAQUINARIA            | 909,16            |                   |
| DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA     | 23,40             |                   |
| DEPRECIACION DE MUEBLES Y ENSERES     | 822,40            |                   |
| DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTO     | 188,89            |                   |
| DEPRECIACION DE HERRAM DE TRABAJO     | 1.718,35          |                   |
| AMORTIZACION DE DIFERIDOS             | 208,32            |                   |
| <b>GASTOS FINANCIEROS</b>             |                   | <b>6.700,47</b>   |
| CAPITAL                               | 5.577,20          |                   |
| INTERES                               | 1.123,27          |                   |
|                                       |                   | <b>146.098,81</b> |
| (-) 15% PARTICIPACION DE TRABAJADORES |                   | 21.914,82         |
|                                       |                   | <b>124.183,98</b> |
| (-) 25% IMPUESTO A LA RENTA           |                   | 31.046,00         |
|                                       |                   | <b>93.137,988</b> |
| (+) DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES   |                   | 4.005,511         |
| <b>FLUJO NETO</b>                     |                   | <b>97.143,499</b> |

Fuente: Estudio Financiero.

Elaboración: La Autora.

## **h. CONCLUSIONES.**

- ✓ Los servicios de Eventos Sociales en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, ofrece gran expectativa, debido a la gran demanda insatisfecha del sector de 38.951,97 Hab., y que con el presente proyecto se cubrirá un 49,29%, quedando aún por cubrir el 50,71%.
- ✓ Dentro del análisis de mercado, se determinó una demanda insatisfecha es de 38.951,97 personas, que requieren para organizar sus eventos sociales.
- ✓ La ejecución del proyecto requiere una inversión inicial de \$134.935,84, el mismo que se apalanca financieramente en: un 8,79% (\$11.861,73) con crédito financiado a 2 años; la otra parte es la inversión del propietario que asciende a 123.074,11 (91,21%).
- ✓ Al realizar la evaluación financiera del proyecto, se pudo determinar que este es rentable; su tasa interna de retorno (39,30%), es mayor al costo de oportunidad (4,70%), su valor presente neto es positivo ((\$147.705,92), una relación beneficio costo 1,28, que representa una utilidad de 0,28 por cada dólar invertido. lo cual muestra que el proyecto es rentable y sostenible.
- ✓ El proyecto se vuelve sensible ante una disminución de ingresos de 6% y un incremento de costos de 6,5%.



- ✓ Para que la empresa, empiece a generar ganancias, debería superar las ventas por \$98.016,08, y en función de la capacidad instalada es de 30,79% de la capacidad instalada, es decir que deberá vender 5.911,68 platos al año, para no perder ni ganar, de acuerdo al Análisis del Punto de Equilibrio.
  
- ✓ El período de recuperación de la inversión de \$134.935,84, se la prevé recuperar en 2 años 3 meses y 19 días.
  
- ✓ De acuerdo a criterios de profesionales de la rama de eventos sociales, se considera que la materia prima empleada en cada plato/persona, representa un 35%; con este antecedente, se tiene que la inversión en materia prima es de \$96.320,00 al año.

## **i. RECOMENDACIONES.**

- ✓ Impulsar la ampliación del Salón de Eventos Sociales, ya que el negocio de eventos sociales, ya que aún queda una demanda insatisfecha de 50,71%, por satisfacer.
- ✓ Se recomienda la implementación de la empresa, debido a que la ejecución del proyecto es rentable, de acuerdo al resultado de los indicadores financieros.
- ✓ Brindar un servicio, eficiente, eficaz y de calidad, con la finalidad de ganar espacio empresarial en el sector.
- ✓ Impulsar convenios con empresas privadas y públicas de la localidad, para incrementar la cartera de clientes y su fidelidad.
- ✓ Incrementar nuevos sucursales, para satisfacer la demanda insatisfecha.
- ✓ Integrar a la planta organizacional de la empresa, personal con conocimiento en la materia, con aptitudes que garanticen el servicio a los clientes.

## **j. BIBLIOGRAFÍA.**

**Amaru, Antonio César. 2009.** *Fundamentos de Administración.* México : Pearson Educación, 2009. 978-970-26-1511-8.

**Baca, Gabriel. 2006.** *Evaluación de Proyectos V Edición.* México D.F. : McGraw-Hill, 2006. 970-10-3001-X.

**Bolten, Steven E. 1994.** *Administración Financiera.* México D.F. : Editorial LIMUSA S.A., 1994. 968-18-1272-7.

**Clements, Gido &. 2012.** *Administración Exitosa de Proyectos V Edición.* México D.F. : Cengage Learning Editores, 2012. 978-607-481-854-3.

**Córdova, Padilla Marcial. 2011.** *Formulación y Evaluación de Proyectos.* Bogotá : Ecoe, 2011. 73000504.

**México, Instituto Hacendario del Estado de. 2003.** *Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión.* México : Editorial de la Administración Pública, 2003. 203/1/023/034.

**Miranda, Juan Jose. 2005.** *Gestión de Proyectos; Identificación-Formulación-Evaluación.* Bogotá : MM Editores, 2005.

**Parkin, Michael; Esquivel, Gerardo; Muñoz, Mercedes. 2007.** *Macroeconomía.* México : Pearson Educación, 2007. 978-970-26-0717-5.

**Sapag, chaín Nassir. 2011.** *Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación. II Edición.* Chile : Pearson Educación, 2011. 978-956-343-107-0.

**Sapag, chaín Nassir, Reinaldo. 2008.** *Preparación y Evaluación de Proyectos.* Bogotá-Colombia : McGraw-Hill, 2008. 978-956-278-206-7.

**Sapag, Chaír Nassi. 2004.** *Evaluación de Proyectos de Inversión en la Empresa.* Buenos Aires-Argentina : Gráfica Printer S.A., 2004.

## k. ANEXOS.

### Anexo No.1 Formulario de Encuesta (Demanda)



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA  
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

#### **ENCUESTA PARA DETERMINAR LA DEMANDA**

La presente encuesta tiene por objeto determinar la información para la creación de una empresa de eventos sociales en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Su opinión es muy importante para la determinación de la información a determinar en el presente proyecto, por ello le pido responder con toda la libertad y seriedad del caso.

**INSTRUCCIONES:** Marque con una X la respuesta que Ud. crea que es la más conveniente y complete si es el caso.

#### **Información General:**

##### **Estado Civil.**

|             |                          |
|-------------|--------------------------|
| Soltero     | <input type="checkbox"/> |
| Unión Libre | <input type="checkbox"/> |
| Casado      | <input type="checkbox"/> |
| Divorciado  | <input type="checkbox"/> |

##### **Edad**

|            |                          |
|------------|--------------------------|
| 20-25      | <input type="checkbox"/> |
| 26-30      | <input type="checkbox"/> |
| 31-35      | <input type="checkbox"/> |
| Mayor a 35 | <input type="checkbox"/> |

**Nivel de Ingresos**

|             |                          |
|-------------|--------------------------|
| 200 - 400   | <input type="checkbox"/> |
| 400 - 600   | <input type="checkbox"/> |
| 600 - 800   | <input type="checkbox"/> |
| Mayor a 800 | <input type="checkbox"/> |

**Información Específica:**

1.- ¿Conoce usted de alguna empresa que se dedique a la organización de eventos sociales?

SI NO 

2.- ¿Ha realizado usted, últimamente, algún evento social?

SI NO 

3.- ¿Qué tipo de eventos sociales ha realizado?

|                     |                          |
|---------------------|--------------------------|
| Bautizos            | <input type="checkbox"/> |
| Primeras Comuniones | <input type="checkbox"/> |
| Confirmaciones      | <input type="checkbox"/> |
| Matrimonio          | <input type="checkbox"/> |
| Fiestas de 15 años  | <input type="checkbox"/> |
| Graduaciones        | <input type="checkbox"/> |
| Cumpleaños          | <input type="checkbox"/> |

Otros

4.- ¿Para la realización de eventos sociales ha utilizado los servicios de una empresa especializada en esa actividad?

SI

NO

5.- ¿Con que frecuencia organiza eventos sociales?

TRIMESTRAL

SEMESTRAL

ANUAL

6.- ¿Dónde prefiere realizar sus eventos?

En Casa

En Salón de Eventos

7.- ¿Cuántos eventos sociales ha organizado en el año?

1 (UNO)

2 (DOS)

3 (TRES)

8.- ¿Usted cuánto gasta en la organización de una fiesta o evento social?

MENOS DE \$1000.00

ENTRE \$1000.00 A \$2000.00

MÁS DE \$2000.00

9.- ¿Cuántas personas Ud., ha invitado a sus eventos sociales?

De 1 a 50

De 51 a 100

Más de 100

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

|            |                          |
|------------|--------------------------|
| De 5 a 12  | <input type="checkbox"/> |
| De 13 a 20 | <input type="checkbox"/> |
| Más de 20  | <input type="checkbox"/> |

11.- ¿Le gustaría contar con una empresa que organice cualquier tipo de festejos sociales, garantizándole tranquilidad a usted y diversión a sus invitados?

|    |                          |    |                          |
|----|--------------------------|----|--------------------------|
| SI | <input type="checkbox"/> | NO | <input type="checkbox"/> |
|----|--------------------------|----|--------------------------|

12. ¿En qué días realizaría sus eventos?

|              |                          |
|--------------|--------------------------|
| Jueves       | <input type="checkbox"/> |
| Viernes      | <input type="checkbox"/> |
| Sábado       | <input type="checkbox"/> |
| Entre semana | <input type="checkbox"/> |

13. ¿Qué servicios contrataría para realizar sus eventos o banquetes?(Puede escoger varias opciones).

|              |                          |
|--------------|--------------------------|
| Alimentación | <input type="checkbox"/> |
| Decoración   | <input type="checkbox"/> |
| Música       | <input type="checkbox"/> |
| Transporte   | <input type="checkbox"/> |
| Filmación    | <input type="checkbox"/> |
| Fotografía   | <input type="checkbox"/> |
| Meseros      | <input type="checkbox"/> |

14.) ¿Dónde buscaría información para contratar de este servicio?

|                 |                          |
|-----------------|--------------------------|
| Internet        | <input type="checkbox"/> |
| Radio           | <input type="checkbox"/> |
| Periódico       | <input type="checkbox"/> |
| Guía Telefónica | <input type="checkbox"/> |

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

## Anexo No.2 Formulario de Entrevista (Oferta)



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
 MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA  
 CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

### ENTREVISTA PARA DETERMINAR LA OFERTA

ENTREVISTA DISEÑADA PARA DETERMINAR LA OFERTA A LOS PROPIETARIOS DE LOS PRINCIPALES HOTELES DE LA PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS.

1.- ¿Qué toma en cuenta para organizar u evento?

---



---



---

2.- ¿Cuánto tiempo lleva ejerciendo esta profesión?

---



---



---

3.- ¿Qué toma en cuenta para solucionar los imprevistos?

---



---



---

4.- ¿Cuáles son las fases para organizar una convención?

---



---



---

5.- ¿Qué tipos de montaje de mesa utiliza para eventos sociales?

---



---



---

6.- ¿Cómo sabe qué cantidad de alimentación requiere para un congreso en caso que le soliciten?

---



---



---

7.- ¿Cuál es su estrategia para el éxito del evento?

---



---



---

8.- ¿Quién lleva el manejo del dinero en un evento?

---



---

---

9.- En qué tipo de evento social usted tiene más experiencia?

---

---

---

10.- ¿Cuántos eventos realiza por año?

---

---

11. ¿De acuerdo a su experiencia, cuántas personas atiende, por evento?

---

---

12. ¿De acuerdo a su experiencia, cuál es el promedio de costo por persona en los eventos sociales?

---

---

### Anexo No.3 Menú Estándar.

|                      | ENTRADAS   | PLATOS FUERTES  | POSTRES  | PRECIO/PLATO USD | INVERSIÓN EN MATERIA PRIMA (35%) | INVERSIÓN CAP. MÁXIMA 200 PERSONAS | INVERSIÓN MENSUAL 8 EVENTOS |
|----------------------|--|---|--|------------------|----------------------------------|------------------------------------|-----------------------------|
| <b>MENU OPCION 1</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Soufflé de langostinos</li> <li>• Canelones de pollo</li> <li>• Gratín de mariscos</li> <li>• Langostinos mariposa</li> <li>• Mousse de tres colores</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tourné de pavo (Acompañada con papa primavera, y una ensalada fresca con vinagreta)</li> <li>• Suprema de pollo con langostinos en su salsa (Acompañada con una ensalada tropical)</li> <li>• Lomo a la Stroganov (papas canteadas, con una ensalada del chef)</li> <li>• Lomo en mantequilla al coñac (Acompañada de una ensalada nicoisse con papas salteadas al coñac)</li> <li>• Salmón bañado en salsa de berros (Acompañada con una ensalada rossini)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Babaroi de coco</li> <li>• Mouse de chocolate</li> <li>• Tiramisú</li> <li>• Carmesí silvestre</li> <li>• Charlotte tropical</li> </ul> | 18,00            | 6,3                              | 1.260,00                           | 10.080,00                   |
| <b>MENU OPCION 2</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mini ceviche de camarón</li> <li>• Papas rellenas con jamón endiablado</li> <li>• Rollitos de jamón con espárragos</li> <li>• Rosetta de papas</li> <li>• Deditos de pescado en salsa endiablada</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pollo en salsa de vino (Acompañada con una ensalada tropical )</li> <li>• Pollo al tocino (Acompañada de una ensalada nicoisse con papas salteadas)</li> <li>• Carne prensada (Acompañada con papas canteadas, con ensalada del chef)</li> <li>• Filete de pavo a la Kiev (Acompañada con una ensalada rossini)</li> <li>• Lomo en mostaza Dijon (Acompañada con papa primavera, y una ensalada fresca con vinagreta)</li> </ul>                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Babaroi de coco</li> <li>• Mouse de chocolate</li> <li>• Tiramisú</li> <li>• Carmesí silvestre</li> <li>• Charlotte tropical</li> </ul> | 15,00            | 5,25                             | 1.050,00                           | 8.400,00                    |
| <b>MENU OPCION 3</b> |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lomo en salsa de uvilla (Acompañada con una ensalada tropical )</li> <li>• Pollo al tocino (Acompañada de una ensalada nicoisse con papas salteadas)</li> <li>• Chuleta a la pimienta (Acompañada con una ensalada rossini)</li> <li>• Pollo relleno (Acompañada con papas canteadas, con ensalada del chef)</li> <li>• Lomo en mostaza Dijon (Acompañada con papa primavera, y una ensalada fresca con vinagreta)</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mouse de frutilla</li> <li>• Delicia de frutas</li> <li>• Babaroi exótico</li> <li>• Carmesí silvestre</li> </ul>                       | 10,00            | 3,5                              | 700,00                             | 5.600,00                    |
|                      |  |   | <b>PROMEDIO</b>  | <b>14,33</b>     | <b>5,02</b>                      | <b>1.003,33</b>                    | <b>8.026,67</b>             |

## Anexo No.4 RESUMEN DE DEPRECIACIONES.

### DEPRECIACIONES: ADECUACIONES FISICAS

| AÑO | DEPREC. ANUAL | DEPREC. ACUMULADA | VALOR DE SALVAMENTO | REPOSIC DE ACTIVO |
|-----|---------------|-------------------|---------------------|-------------------|
| 0   |               |                   | 1.500,00            |                   |
| 1   | 135,00        | 135,00            | 1.365,00            |                   |
| 2   | 135,00        | 270,00            | 1.230,00            |                   |
| 3   | 135,00        | 405,00            | 1.095,00            |                   |
| 4   | 135,00        | 540,00            | 960,00              |                   |
| 5   | 135,00        | 675,00            | 825,00              |                   |
| 6   | 135,00        | 810,00            | 690,00              |                   |
| 7   | 135,00        | 945,00            | 555,00              |                   |
| 8   | 135,00        | 1.080,00          | 420,00              |                   |
| 9   | 135,00        | 1.215,00          | 285,00              |                   |
| 10  | 135,00        | 1.350,00          | 150,00              |                   |

### DEPRECIACIONES: MAQUINARIA Y EQUIPO

| AÑO | DEPREC. ANUAL | DEPREC. ACUMULADA | VALOR DE SALVAMENTO | REPOSIC DE ACTIVO |
|-----|---------------|-------------------|---------------------|-------------------|
| 0   |               |                   | 10.101,73           |                   |
| 1   | 909,16        | 909,16            | 9.192,57            |                   |
| 2   | 909,16        | 1.818,31          | 8.283,42            |                   |
| 3   | 909,16        | 2.727,47          | 7.374,26            |                   |
| 4   | 909,16        | 3.636,62          | 6.465,11            |                   |
| 5   | 909,16        | 4.545,78          | 5.555,95            |                   |
| 6   | 909,16        | 5.454,93          | 4.646,80            |                   |
| 7   | 909,16        | 6.364,09          | 3.737,64            |                   |
| 8   | 909,16        | 7.273,25          | 2.828,48            |                   |
| 9   | 909,16        | 8.182,40          | 1.919,33            |                   |
| 10  | 909,16        | 9.091,56          | 1.010,17            |                   |

## DEPRECIACIONES: EQUIPOS DE OFICINA

| AÑO | DEPREC. ANUAL | DEPREC. ACUMULADA | VALOR DE SALVAMENTO | REPOSIC DE ACTIVO |
|-----|---------------|-------------------|---------------------|-------------------|
| 0   |               |                   | 260,00              |                   |
| 1   | 23,40         | 23,40             | 236,60              |                   |
| 2   | 23,40         | 46,80             | 213,20              |                   |
| 3   | 23,40         | 70,20             | 189,80              |                   |
| 4   | 23,40         | 93,60             | 166,40              |                   |
| 5   | 23,40         | 117,00            | 143,00              |                   |
| 6   | 23,40         | 140,40            | 119,60              |                   |
| 7   | 23,40         | 163,80            | 96,20               |                   |
| 8   | 23,40         | 187,20            | 72,80               |                   |
| 9   | 23,40         | 210,60            | 49,40               |                   |
| 10  | 23,40         | 234,00            | 26,00               |                   |

## DEPRECIACIONES: MUEBLES Y ENSERES

| AÑO | DEPREC. ANUAL | DEPREC. ACUMULADA | VALOR DE SALVAMENTO | REPOSIC DE ACTIVO |
|-----|---------------|-------------------|---------------------|-------------------|
| 0   |               |                   | 5.140,00            |                   |
| 1   | 822,40        | 822,40            | 4.317,60            |                   |
| 2   | 822,40        | 1.644,80          | 3.495,20            |                   |
| 3   | 822,40        | 2.467,20          | 2.672,80            |                   |
| 4   | 822,40        | 3.289,60          | 1.850,40            |                   |
| 5   | 822,40        | 4.112,00          | 1.028,00            |                   |
| 6   |               |                   | 5.140,00            | 5.140,00          |
| 6   | 822,40        | 822,40            | 4.317,60            |                   |
| 7   | 822,40        | 1.644,80          | 3.495,20            |                   |
| 8   | 822,40        | 2.467,20          | 2.672,80            |                   |
| 9   | 822,40        | 3.289,60          | 1.850,40            |                   |
| 10  | 822,40        | 4.112,00          | 1.028,00            |                   |

## DEPRECIACIONES: EQUIPOS DE COMPUTO

| AÑO       | DEPREC. ANUAL | DEPREC. ACUMULADA | VALOR DE SALVAMENTO | REPOSIC DE ACTIVO |
|-----------|---------------|-------------------|---------------------|-------------------|
| 0         |               |                   | 850,00              |                   |
| 1         | 188,89        | 188,89            | 661,11              |                   |
| 2         | 188,89        | 377,78            | 472,22              |                   |
| 3         | 188,89        | 566,67            | <b>283,33</b>       |                   |
| <b>4</b>  |               |                   | <b>850,00</b>       | <b>850,00</b>     |
| 4         | 188,89        | 188,89            | 661,11              |                   |
| 5         | 188,89        | 377,78            | 472,22              |                   |
| 6         | 188,89        | 566,67            | <b>283,33</b>       |                   |
| <b>7</b>  |               |                   | <b>850,00</b>       | <b>850,00</b>     |
| 7         | 188,89        | 188,89            | 661,11              |                   |
| 8         | 188,89        | 377,78            | 472,22              |                   |
| 9         | 188,89        | 566,67            | <b>283,33</b>       |                   |
| <b>10</b> |               |                   | <b>850,00</b>       | <b>850,00</b>     |
| 10        | 188,89        | 188,89            | 661,11              |                   |

## DEPRECIACIONES: HERRAMIENTAS DE TRABAJO

| AÑO       | DEPREC. ANUAL | DEPREC. ACUMULADA | VALOR DE SALVAMENTO | REPOSIC DE ACTIVO |
|-----------|---------------|-------------------|---------------------|-------------------|
| 0         |               |                   | 7.732,56            |                   |
| 1         | 1.718,35      | 1.718,35          | 6.014,21            |                   |
| 2         | 1.718,35      | 3.436,69          | 4.295,87            |                   |
| 3         | 1.718,35      | 5.155,04          | <b>2.577,52</b>     |                   |
| <b>4</b>  |               |                   | <b>7.732,56</b>     | <b>7.732,56</b>   |
| 4         | 1.718,35      | 1.718,35          | 6.014,21            |                   |
| 5         | 1.718,35      | 3.436,69          | 4.295,87            |                   |
| 6         | 1.718,35      | 5.155,04          | <b>2.577,52</b>     |                   |
| <b>7</b>  |               |                   | <b>7.732,56</b>     | <b>7.732,56</b>   |
| 7         | 1.718,35      | 1.718,35          | 6.014,21            |                   |
| 8         | 1.718,35      | 3.436,69          | 4.295,87            |                   |
| 9         | 1.718,35      | 5.155,04          | <b>2.577,52</b>     |                   |
| <b>10</b> |               |                   | <b>7.732,56</b>     | <b>7.732,56</b>   |
| 10        | 1.718,35      | 1.718,35          | 6.014,21            |                   |

**Anexo No.5 FICHA RESUMEN DEL PROYECTO.****a. TEMA:**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE EVENTOS SOCIALES EN LA PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS.”**

**b. Problemática:**

La falta de una empresa dedicada a ofrecer los servicios a personas como es incluir desde el local, arreglos, la comida, la bebida, la mantelería, cubiertos, hasta el servicio de cocineros, meseros y personal de limpieza posterior al evento, ha causado que las personas no se sienten bien atendidas y se avisto en la necesidad de crear una empresa organizadora de eventos que presten todos estos servicios.

**c. Justificación:****ACADÉMICA**

Desde este enfoque, el presente trabajo pretende desde lo académico aportar a través de esta investigación de factibilidad, la conveniencia o no de implementar este tipo de actividad productiva en Santo Domingo, de modo que inversionistas tengan elementos suficientes para tomar una decisión en torno al tema.

## **SOCIAL**

El impacto social que pretendemos lograr es importante, porque será un aporte para la sociedad Santo Domingueña, en estos días en donde el valor agregado y la calidad total hacen la diferencia entre competitividad y mediocridad, para solventar las necesidades de esparcimiento y diversión; además de los beneficios que obtendrán los habitantes de la región por medio de la generación de fuentes de empleo directa e indirectamente.

## **ECONOMICA**

Se justifica económicamente el proyecto, ya que contribuirá a la reactivación económica de la provincia de Santo Domingo, cuya implementación permita llegar a capturar gran parte del mercado de los eventos sociales; para, lo cual es necesario realizar una investigación basada en el comportamiento del mercado que demostrarán la factibilidad del proyecto a implantarse en la provincia.

### **d. Objetivos:**

#### **OBJETIVO GENERAL**

Realizar la factibilidad para la creación de una empresa de eventos sociales en la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas.

#### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta, demanda y

demanda insatisfecha y las opciones de comercialización del servicio.

- Realizar un estudio técnico para determinar los factores de localización, capacidad y tamaño del proyecto.
- Definir el estado organizacional para establecer políticas que va a poseer la organización, especificando capital, razón social y trámites legales para la constitución de la empresa.
- Realizar un estudio financiero considerando aspectos como la inversión inicial costos y gastos que va a tener la empresa organizadora de eventos.
- Hacer una evaluación financiera para conocer la viabilidad del proyecto, aplicando los índices financieros, especificando los ingresos, costos y rendimientos que reflejen la situación de la empresa, identificando las fuentes de financiamiento necesario para la ejecución de este proyecto.

#### **e. Metodología**

### **MÉTODOS**

#### **METODO ANALITICO.**

Es aquel método de investigación que consiste en la desmembración, de un todo descomponiendo de sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos; éste método se lo utilizara para la revisión de la literatura bibliográfica, tratando de descomponer los hechos para volverlos a integrar.



**METODO SINTETICO.**

Es el proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo a partir de los elementos distinguidos por el análisis, se trata en consecuencia de hacer una explosión metódica y breve en resumen; método que se utilizara en la recopilación de información.

**METODO DEDUCTIVO.**

Es un proceso sistemático de pensamiento que conduce de un grupo de proposiciones a otro y que está basado en los principios de la lógica; método empelado para analizar primeramente de manera general, es decir revisar los distintos modelos aplicados a otras empresas organizadoras de eventos, para poder diseñar un modelo único que cubra las necesidades específicas a nuestro estudio

**METODO INDUCTIVO.**

Es un proceso en el que, a partir del estudio de casos particulares, se obtienen conclusiones o leyes universales que explican o relacionan los fenómenos estudiados; método que se utilizará a lo largo de todo el proceso investigativo cuando se deba obtener conclusiones generales a partir de una premisa particular.

## TÉCNICAS

### Encuesta:

Se realizarán encuestas a la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas con el fin de conocer la necesidad que tienen, la cual utilizaremos esta información, con el propósito de disponer datos para la creación de nuestra empresa.

### LA POBLACIÓN DE ESTUDIO Y SUS CARACTERÍSTICAS.

Santo Domingo de los Tsáchilas cuenta con 365955 lo cual hare con una población económicamente activa de 150151 habitantes y nuestras encuestas van dirigidas únicamente a toda la población económicamente activa<sup>28</sup>.

Trabajaremos con el 95 % y un margen del 5%, siendo  $P= 0,5$  y  $Q = 0,5$

### POBLACIÓN Y MUESTRA:

#### Población Económicamente Activa

| <b>Santo Domingo</b> |              | <b>PEA</b>     |
|----------------------|--------------|----------------|
|                      | Hombre       | 99 244         |
|                      | Mujer        | 50 907         |
|                      | <b>TOTAL</b> | <b>150 151</b> |

**Fuente:** Censo Nacional Económico (cenec-2010) - Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

**Elaborado por:** Nohemí Ojeda/2013

<sup>28</sup> <http://www.inec.gov.ec/estadística>

Para la recopilación se ha tomado en cuenta el último censo de población INEC 2010, por tanto se proyectará para el año 2013

$$P_f = P_o(1 + i)^n$$

En donde:  $P_f$  = población final (2013)

$P_o$  = población inicial (2010 = 150151)

$i$  = tasa de crecimiento anual (3.7%)

$n$  = período analizado (3 años)

$$P_f = 150151 (1 + 0.037)^3$$

$$= 150151 (1.037)^3$$

$$= 150151 (1.12)$$

= Se prevé que para el año 2013 existirán alrededor de 167442.04 PEA.

La población de estudio del presente proyecto está constituida por los 167442 PEA

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{1 + e^2 N}$$

**Dónde:**

$n$  = Tamaño de la muestra

$N$  = Población 167442.04 PEA

$e^2$  = Margen de error, se aplica el 5%

APLICACIÓN DE LA FÓRMULA:

$$n = \frac{167442.04}{1 + (0.05)^2 \times 167442.04}$$

$$n = \frac{167442.04}{419.61} = 399.05 \cong 399$$

Aplicada la fórmula con los datos previstos se obtiene como resultado que deberá realizarse 399 encuestas.

#### f. Presupuesto y Financiamiento

| GASTOS                      | VALOR  |
|-----------------------------|--------|
| TRANSPORTE                  | \$300  |
| ALIMENTACION                | \$200  |
| IMPRESIÓN,COPIAS, ANILLADOS | \$200  |
| FOTOGRAFIAS                 | \$100  |
| INTERNET                    | \$80   |
| SUMINISTROS DE OFICINA      | \$100  |
| CONSULTA TECNICA Y LEGAL    | \$400  |
| TELEFONO                    | \$50   |
| EMPASTE DE TESIS            | \$150  |
| IMPREVISTOS                 | \$200  |
| TOTAL DE GASTOS             | \$1780 |

#### FINANCIAMIENTO

**El presente proyecto tiene un costo de \$1780, cuyo valor será financiado por la autora Nohemí Ojeda**

## ÍNDICE

|                                 |     |
|---------------------------------|-----|
| PORTADA .....                   | i   |
| CERTIFICACIÓN.....              | ii  |
| AUTORÍA .....                   | iii |
| CARTA DE AUTORIZACIÓN .....     | iv  |
| AGRADECIMIENTO .....            | v   |
| DEDICATORIA.....                | vi  |
| a. TÍTULO .....                 | 1   |
| b. RESUMEN.....                 | 2   |
| ABSTRACT .....                  | 4   |
| c. INTRODUCCIÓN .....           | 6   |
| d. REVISIÓN DE LITERATURA ..... | 8   |
| e. MATERIALES Y MÉTODOS .....   | 55  |
| f. RESULTADOS.....              | 61  |
| g DISCUSIÓN.....                | 81  |
| h. CONCLUSIONES.....            | 154 |
| i. RECOMENDACIONES .....        | 156 |
| j. BIBLIOGRAFÍA.....            | 157 |
| k. ANEXOS .....                 | 158 |
| ÍNDICE .....                    | 175 |