



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
PEQUEÑA EMPRESA DE SERVICIOS DE BANQUETES EN
LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, CANTÓN ANTONIO ANTE,**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

AUTORA: VALLEJOS, C. Patricia N.
DIRECTORA: Dra. SORAYA Rhea G.

IBARRA, 2011

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto presenta una alternativa para todas aquellas empresas y familias que realizan eventos como cumpleaños, aniversarios, bodas, conferencias, etc., frecuentemente, ofreciéndoles un servicio personalizado para la coordinación de cada uno de los detalles que conllevan la organización de un evento. El objetivo fundamental de este estudio es desarrollar un servicio personalizado, aplicando los principios del marketing para su correcta implantación, también tiene la finalidad de satisfacer la necesidad de alimentarse brindando un menú a un segmento de mercado cuya característica es garantizar un servicio eficiente y con un costo accesible de lo que otras empresas lo prestan, por lo que va a ser un apoyo para las empresas y familias que deseen realizar todo tipo de eventos. La empresa será una Compañía de responsabilidad limitada que estará constituida por personas capacitadas, calificadas y conscientes que respondan a las auténticas necesidades del usuario, quienes por su parte tienen la capacidad de compra y están dispuestos a adquirir este servicio. Para la optimización de recursos la aplicación de una adecuada planificación, tanto técnica como financiera, la cual permite establecer riesgos y consecuencias que pueden presentarse, en el estudio, no obstante estos riesgos son evaluados y se han podido determinar el tiempo de recuperación de la inversión. La meta es llegar a un nivel óptimo de expansión utilizando otras estrategias de comercialización, patentando el nombre del servicio y centrando los esfuerzos en cubrir la demanda existente. Por lo expuesto se pone a consideración este proyecto que lo único que pretende brindar un aporte socio económico y coadyuvar así la necesidad de brindar un servicio de calidad, ser entes productivos para la sociedad generando empleo. El proyecto en sí analiza los impactos económico, social, ambiental y empresarial concluyendo que se encuentra dentro de los parámetros aceptables.

THE SUMMARIZE EXECUTIVE

This project presents an alternative for all those companies and families that carry out events like birthday, anniversaries, weddings, conferences, etc., frequently, offering them a personalized service for the coordination of each one of the details that carry out the organization of an event. The fundamental objective of this study is to develop a personalized service, applying the principles of the marketing for its correct installation, he/she also has the purpose of satisfying the necessity to feed offering a menu to a market segment whose characteristic is to guarantee an efficient service and with an accessible cost of what other companies offer, for what there will be a support for the companies and families that want to carry out all type of events. The company will be constituted by qualified people, competent and conscious that respond to the authentic user's necessities who; on the other hand have the purchase capacity and they are willing to acquire this service. For the optimization of resources, the application of an appropriate planning, so much technical as financial, this allows to establish risks and consequences that can be presented, in the study, nevertheless these risks are evaluated and they have been able to determine the time of recovery of the investment. The goal is to arrive at a good level of expansion using other commercialization strategies, patenting the name of the service and centering the efforts in covering the existent demand. For what has been exposed we put on to consideration this project that the only thing that seeks is to offer a contribution economic partner and to cooperate this way the necessity to offer a service of quality, to be productive entities for the society generating employment. The project analyzes the economic, social, environmental and managerial impacts concluding that it is inside the acceptable parameters.

AUTORÍA

Yo, Patricia Noemí Vallejos Cadena portadora de la cédula de ciudadanía 100300847-9 declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información.

Patricia Nohemí Vallejos Cadena
100300847-9

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Directora del Trabajo de Grado presentado por la egresada **Patricia Nohemi Vallejos Cadena**, con cédula de identidad Nro. 1002871414, para optar por el Título de **INGENIERA COMERCIAL**, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DE SERVICIOS DE BANQUETES EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, CANTON ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”**, considero el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

En la ciudad de Ibarra a los días del mes de 2011.

Firma

Dra. SORAYA RHEA
DIRECTORA DEL TRABAJO DE GRADO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, PATRICIA NOHEMI VALLEJOS CADENA, con cédula de identidad Nro. 100300847-9, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora de la obra o trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DE SERVICIOS DE BANQUETES EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, CANTON ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERA COMERCIAL**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

.....

Patricia Vallejos C.
100300847-9

Ibarra a los 19 días del mes de Junio de 2011



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL
NORTE**

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión universitaria.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DEL CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD :	100300847-9		
APELLIDOS Y NOMBRES :	VALLEJOS CADENA NOHÉMI PATRICIA		
DIRECCIÓN :	San José de Cananvalle		
E- MAIL :	vallejospat@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO :	06-2542169	TELF. MÓVIL:	082533651

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO :	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DE SERVICIOS DE BANQUETES EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA"
AUTOR (ES) :	VALLEJOS CADENA NOHÉMI PATRICIA
FECHA :	31/05/2011
SOLO PARA TRABAJO DE GRADO	
PROGRAMA :	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERO COMERCIAL
ASESOR / DIRECTOR :	DRA. ZORAYA RHEA

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, PATRICIA NOHÉMI VALLEJOS CADENA, con cédula de identidad Nro. 100300847-9, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo DIGITAL EN LA Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la ley de Educación Superior Artículo 143.

3. CONSTANCIAS

El autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolla sin violar derechos de autor de terceros por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 31 días del mes de Mayo del 2011

LA AUTORA:

ACEPTACIÓN:

.....

**Srta. VALLEJOS CADENA P.
100300847-9**

.....

**Lic. XIMENA VALLEJO
JEFE DE BIBLIOTECA**

DEDICATORIA

A Dios, por bendecir mi existencia y guiarme para convertir en una buena profesional.

A mis padres, por su apoyo constante y por su paciencia porque sus esfuerzos para dar la educación y el bienestar de su hijos.

A mis hermanos, por su confianza y respaldo incondicional en cada etapa de mi vida.

A mis amigos, por compartir momentos inolvidables que aunque el tiempo y la distancia nos separen los llevo en mi corazón y mente.

Patricia Vallejos.....

AGRADECIMIENTO

A Dios por ser la luz perfecta que ha guiado mi camino

A mis padres por su tolerancia y creer siempre en mí.

A la gloriosa Universidad Técnica del Norte

A mis catedráticos, en especial a la Dra. Soraya Rhea. Asesora de tesis quien estuvo guiándome académicamente con su experiencia y profesionalismo.

A todos mis profesores, amigos, presente y ausentes, que me han acompañado en mi carrera profesional.

Patricia Vallejos.....

PRESENTACIÓN

El servicio de alimentación en Atuntaqui no ha tenido el crecimiento necesario que permita mejorar y brindar una atención al cliente adecuada, por lo que este proyecto pretende resolver una necesidad en el mercado, la actividad principal es ofrecerle un servicio de banquetes para todas las personas que requieran para los diferentes eventos como pueden ser: bodas, aniversarios, conferencias, cumpleaños, entre otros.

Este servicio contará con una excelente atención, un servicio personalizado, asesoría en los eventos que se requieran. Para el servicio de banquete, se utilizara una adecuada mantelería y decoración y se ofrecerá una gran diversidad de platos y bebidas.

Para demostrar su factibilidad se analizó los siguientes capítulos.

CAPÍTULO I: Diagnóstico Situacional: En esta parte se realizó una investigación de la situación actual del servicio banquetes en la ciudad de Atuntaqui, con el soporte de objetivos, variables, indicadores técnicamente elaborados y en base a la estructuración de encuestas dirigidas a los consumidores y competencia; lo cual permitió determinar los aliados, oponentes, oportunidades, y riesgos y así llegar a la identificación del problema diagnóstico.

CAPÍTULO II: Marco Teórico: Hace referencia, a términos del proyecto engloba todo lo referente a la fundamentación teórica y científica, a través de la revisión, recopilación y análisis bibliográficos actualizados, para de esta manera sustentar las bases conceptuales del presente estudio.

CAPÍTULO III: Estudio de mercado: Trata sobre la identificación del servicio mediante el estudio de sus características, luego se realizó el

análisis de la demanda, la oferta y sus respectivas proyecciones a fin de determinar el balance oferta-demanda, finalmente se procedió al análisis de precios del servicio de banquetes. Todo lo anteriormente expuesto se efectuó con la finalidad de determinar la factibilidad en la variable mercado.

CAPÍTULO IV: Estudio Técnico: Hace referencia a los aspectos técnicos del proyecto, donde se habla de la macro localización y micro localización del proyecto, la optimización de los espacios físicos, y calidad de materias primas, para elaboración de cada uno de los platos, dentro de este tenemos los equipos y maquinarias a emplearse en dicho proyecto.

CAPÍTULO V: Estudio Financiero: Se presenta el análisis de inversiones, ingresos costos, con sus respectivas proyecciones, permitiendo establecer los estados financieros para posteriormente aplicar evaluadores financieros clásicos y demostrar la factibilidad.

CAPÍTULO VI: Propuesta Estratégica: Se resalta aspectos, sobre la organización de la pequeña empresa, marco legal, constitución, tipo de empresa, organigrama estructural, niveles jerárquicos y funciones, aspectos vitales para el buen desempeño y desarrollo de las actividades basadas en la eficiencia.

CAPÍTULO VII: Impactos: Se refiere a los impactos que se generan con la implantación del proyecto en el ámbito social, económico, ambiental y empresarial.

Finalmente las conclusiones y recomendaciones, que se hacen respecto al trabajo de investigación efectuada.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
THE SUMMARIZE EXECUTIVO	iii
AUTORIA	iv
CESIÓN DE DERECHOS	vi
CERTIFICACIÒN	v
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÒN	xi
INDICE GENERAL	xiii
INDICE DE CUADROS	xviii
INDICE DE GRÁFICOS	xxii
INDICE DE ILUSTRACIONES	xxiii
INTRODUCCIÒN	25
JUSTIFICACIÒN	26
OBJETIVOS DEL ESTUDIO	27
METODOLOGÍA	29

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Antecedentes	30
Objetivos del diagnóstico	31
Objetivo general	31
Objetivos específicos	31
Variables diagnosticas	32
Indicadores	32
Matriz relación diagnóstica	33
Mecánica operativa	35

Identificación de la población	35
Cálculo de la muestra	36
Información primaria	37
Información secundaria	37
Tabulación y análisis de la información	37
Encuestas aplicadas a la población económicamente activa	38
Encuestas aplicadas a las hosterías y restaurantes	53
Entrevista aplicadas a empresas públicas y privadas	65
Determinación de aliados, oponentes	66
Oportunidades y riesgos	
Identificación del problema	68

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Empresa	69
Clasificación de las empresas	70
La pequeña empresa	71
Clasificación de la pequeña empresa en Imbabura por actividades	72
Restauración	76
Gastronomía	77
Banquetes	78
Administración	86
Estructura organizacional	86
Visión	86
Misión	86
Competencias	88
Componentes de las competencias	88
Marketing	89
Comercialización	89
Estudio técnico	94

Flujograma	95
Contabilidad	95
Balance general	96
Estados de resultados	96
Estado de flujo de caja	96
Evaluación de la inversión	97
Análisis de sensibilidad	100

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Presentación	101
Identificación del servicio	102
Mercado meta	103
Análisis de la demanda	103
Demanda potencial actual	103
Proyecciones de la demanda	104
Análisis de oferta	106
Comportamiento de la oferta actual	107
Proyección de la oferta	108
Balance oferta – demanda	109
Identificación de la demanda insatisfecha	109
Pronóstico de ventas	110
Análisis de los precios	111
Estrategias comerciales	111
Estrategias del servicio	112
Estrategias de precio	113
Estrategias de mercado	113
Conclusiones de estudio de mercado	120

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

Presentación	121
Localización del proyecto	121
Macro – localización	122
Micro – localización	123
Tamaño del proyecto	125
Materia prima	126
Mano de obra	126
Aspectos administrativos	127
Distribución de la planta	127
Diseño de instalaciones	129
Equipamiento y espacio	130
Proceso del servicio	132
Manejo de desechos	140
Presupuesto técnico	141
Inversión fija	141
Inversión diferida	145
Inversión variable	146

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

Presentación	147
Estructura de la inversión	147
Ingresos	148
Proyección de ingresos	149
Egresos	149
Costos operativos	152
Gastos administrativos	152

Gastos de ventas	154
Gastos financieros	155
Financiamiento	155
Depreciación y amortización	156
Estados financieros	157
Balance de situación inicial.	158
Estado de resultados proyectadas.	159
Estado de flujo de caja con protección	160
Evaluación financiera	160
Determinación de tasa de rendimientos medio.	160
Análisis del valor actual neto	161
Análisis de la tasa interna de retorno	162
Análisis del período de recuperación de la inversión	163
Análisis del costo beneficio	164
Determinación del punto de equilibrio	165
Sensibilidad del proyecto	165
Resumen de la evaluación financiera	171

CAPÍTULO VI

PROPUESTA ESTRATÉGICA

Presentación	172
Nombre o razón social	172
Bases legales	172
Personería jurídica	173
Requisitos de funcionamiento	173
Bases filosóficas	174
Misión	174
Visión	174
Objetivos	175
Políticas empresariales	175

Principios y valores	176
Estructura orgánica	177
Organigrama estructural	178
Niveles administrativos	179
Matriz de competencias	181

CAPÍTULO VII

ANÁLISIS DE IMPACTOS

Presentación	185
Impacto económico	186
Impacto social	187
Impacto ambiental	188
Impacto empresarial	189
Impacto general	190

CONCLUSIONES	191
---------------------	-----

RECOMENDACIONES	193
------------------------	-----

BIBLIOGRAFIA	195
---------------------	-----

LINCOGRAFÍA	198
--------------------	-----

ANEXOS	199
---------------	-----

ÍNDICE DE CUADROS

N°	Pág.
1. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	34
2. LISTADO DE RESTAURANTES	35
3. ACTIVIDAD ECONOMICA DE ATUNTAQUI	38
4. NIVEL DE INGRESOS	39
5. FRECUENCIA DE CONTRATACIÓN	40
6. CLASES DE EVENTOS	41
7. RESTAURANTES OFERTANTES	42
8. CALIDAD DEL SERVICIO	43
9. ATENCIÓN DEL SERVICIO	44
10. CALIDAD DEL TALENTO HUMANO	46
11. MENÚ DE BANQUETES	46
12. PRESTACIÓN DEL SERVICIO	47
13. INFORMACIÓN DEL SERVICIO	48
14. MEDIOS DE INFORMACIÓN	49
15. FACTORES DE DECISIÓN	50
16. PRECIO	51
17. NIVEL DE ACEPTACIÓN	52
18. TIEMPO DE ACTIVIDAD	53
19. ASPECTO PARA TRABAJAR EN ESTA ACTIVIDAD	54
20. INFRAESTRUCTURA	55
21. INVERSION	56
22. TALENTO HUMANO	57
23. NÚMERO DE EMPLEADOS	58
24. CAPACITACIÓN	59
25. INCENTIVOS	60
26. MAQUINARIA	61
27. TIPOS DE SERVICIO	62
28. PRINCIPAL SERVICIO	63
29. MEDIOS DE PUBLICIDAD	64

30. CLASIFICACIÓN DE EMPRESAS	70
31. DEMANDA POR EMPRESAS	104
32. DEMANDA POR FAMILIAS	104
33. CRECIMIENTO DE EMPRESAS	105
34. PROYECCIÓN DE EMPRESAS	105
35. DEMANDA FUTURA	106
36. LISTADO DE LOCALES	106
37. OFERTA ACTUAL	107
38. CRECIMIENTO DE OFERTANTES	108
39. OFERTA PROYECTADA	109
40. BALANCE DEMANDA – OFERTA	109
41. DEMANDA INSATISFECHA	110
42. PRONÓSTICO DE VENTAS	110
43. MÉTODO DE LOCALIZACIÓN POR PUNTOS PONDERADOS	124
44. DEMANDA INSATISFECHA	126
45. LISTADO DEL PERSONAL	127
46. DISTRIBUCION DE LAS INSTALACIONES	130
47. SIMBOLOS USADOS EN EL FLUJOGRAMA	133
48. CONSTRUCCIÓN CIVIL	141
49. TERRENO	141
50. EQUIPO DE COMPUTACIÓN	141
51. EQUIPOS DE OFICINA	141
52. MUEBLES DE OFICINA	142
53. UTILES DE OFICINA	142
54. EQUIPO DE AUDIO Y SONIDO	143
55. EQUIPOS DE COCINA	143
56. MUEBLES DE COCINA	144
57. MENAJE	144
58. RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS	145
59. ACTIVOS DIFERIDOS	145

60. INVERSION VARIABLE	146
61. ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN	147
62. INFLACIÓN	148
63. PROYECCIÓN DE INGRESOS	149
64. TOTAL DE SERVICIOS	149
65. COSTO UNITARIO DEL MENÚ	150
66. HONORARIOS POR SERVICIOS	150
67. SERVICIOS BÁSICOS OPERATIVOS	150
68. CONSUMO DEL GAS	151
69. MANTENIMIENTO EQUIPO DE COCINA	151
70. TRANSPORTE	151
71. REPOSICIÓN DE MENAJE	151
72. DEPRECIACIONES OPERATIVAS	151
73. RESUMEN DE COSTOS OPERATIVOS	152
74. SUELDOS ADMINISTRATIVOS	152
75. HONORARIOS POR SERVICIOS	152
76. SERVICIOS BASICOS ADMNISTRATIVOS	153
77. SERVICIOS DE COMUNICACIÓN	153
78. UTILES DE OFICINA	153
79. MANTENIMIENTO DE COMPUTACIÓN	153
80. DEPRECIACIONES ADMINISTRATIVAS	154
81. RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	154
82. PUBLICIDAD	155
83. GASTOS FINANCIEROS	155
84. RESUMEN DE EGRESOS	155
85. FINANCIAMIENTO	156
86. TABLA DE AMORTIZACIÓN	156
87. DEPRECIACIÓN	157
88. BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL	158
89. ESTADO DE RESULTADOS	159
90. FLUJO DE CAJA CON PROTECCIÓN	160

91. INVERSIONES	161
92. CAPITAL	161
93. VALOR ACTUAL NETO	162
94. TASA INTERNA DE RETORNO	162
95. PERIODO DE RECUPERACIÓN	163
96. FLUJOS ACTUALIZADOS	163
97. PRI CON VALORES CONSTANTES	163
98. COSTO BENEFICIO	164
99. DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	165
100. ESCENARIO UNO VAN	167
101. ESCENARIO UNO TIR	168
102. ESCENARIO DOS VAN	169
103. ESCENARIO DOS TIR	170
104. RESUMEN DE EVALUACIÓN FINANCIERA	171
105. CARACTERISITCAS, REQUISITOS DE LA CIA LTDA	173
106. MATRIZ DE COMPETENCIAS	181
107. VALORES DE IMPACTOS	185
108. IMPACTO ECONÓMICO	186
109. IMPACTO SOCIAL	187
110. IMPACTO AMBIENTAL	188
111. IMPACTO EMPRESARIAL	189
112. IMPACTO GENERAL	190

ÍNDICE DE GRÁFICOS

N°	Pág.
1. ACTIVIDAD ECONOMICA	38
2. NIVEL DE INGRESOS	39
3. FRECUENCIA DE CONTRATACIÓN	40
4. CLASES DE EVENTOS	41
5. RESTAURANTES OFERTANTES	42
6. CALIDAD DEL SERVICIO	43
7. ATENCIÓN DEL SERVICIO	44
8. CALIDAD DEL TALENTO HUMANO	45
9. MENÚ DE BANQUETES	46
10. PRESTACIÓN DELSERVICIO	47
11. INFORMACIÓN DEL SERVICIO	48
12. MEDIOS DE INFORMACIÓN	49
13. FACTOR DE DECISIÓN	50
14. PRECIO	51
15. NIVEL DE ACEPTACIÓN	52
16. TIPO DE ACTIVIDAD	53
17. APECTOS PARA TRABAJAR EN ESTA ACTIVIDAD	54
18. INFRAESTRUCTURA	55
19. INVERSIÓN	56
20. TALENTO HUMANO	57
21. NÚMERO DE EMPLEADO	58
22. CAPACITACIÓN	59
23. INCENTIVOS	60
24. MAQUINARIA	61
25. TIPO DE SERVICIOS QUE OFERTAN	62
26. PRINCIPAL SERVICIO QUE OFERTA	63
27. PUBLICIDAD	64
28. SERVICIOS QUE BRINDA LA COMPETENCIA	104
29. INVERSIONES	147

30. TENDENCIA DE LA INFLACIÓN	148
31. UTILIDAD NETA PROYECTADA	159

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

N°	Pág.
1. TIPOS DE MONTAJES	80
2. TARJETA DE PRESENTACIÓN	115
3. HOJAS VOLANTES	116
4. PAGINA WEB	117
5. CANAL DE DISTRIBUCIÓN	118
6. MAPAS DEL CATÓN ANTONIO ANTE	122
7. CROQUIS DE UBICACIÓN DEL PROYECTO	125
8. DISEÑO DE INSTALACIONES	129
9. DIAGRAMA DEL PROCESO	132
10. FLUJOGRAMA DE PROCESO	134
11. FORMULARIO DE RESERVACION DE BANQUETES	136
12. FORMULARIO DE PEDIDO DE BANQUETE	138
13. RECICLADORES	140
14. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	178

INTRODUCCIÓN

Tomando en cuenta que el Ecuador se encuentra en un proceso de modernización, y que los requerimientos y necesidades de los clientes son cada vez mayores, las empresas que participan en la organización y coordinación de eventos, han visto la necesidad de ir transformando y mejorando sus servicios, tal es el caso de hoteles, restaurantes y demás lugares que brindan este servicio.

Dichas empresas fueron creadas en nuestro medio con la finalidad de brindar un servicio eficiente a todos los clientes, pero de acuerdo al estudio realizado se pudo observar que no todas cumplen con lo establecido, es decir, no todas brindan un servicio completo y de acuerdo a las necesidades actuales, por lo tanto se demuestra que no llegan a cubrir dichos requerimientos.

La investigación se ha basado principalmente en encuestas realizadas a empresarios y a la población económicamente activa que realizan eventos en la ciudad de Atuntaqui, logrando determinar diversos problemas que se originan en ellas, los mismos que han sido analizados partiendo de hechos generales para llegar a conclusiones que ayudarán a mejorar los servicios que brindará en un futuro La nueva pequeña empresa de servicios de Banquetes.

JUSTIFICACIÓN

En un mundo competitivo donde todos los sectores luchan por ser mejores y desarrollar nuevas tendencias de hacer negocios; la imaginación esta por medio para crear una pequeña empresa ya que el índice de desempleo aumenta, es necesario crear proyectos innovadores donde se utilice estrategias de competencia para liderar el mercado.

Este proyecto surge como respuesta a una necesidad en mercado de servicios de banquetes. Es importante mencionar que los restaurantes en Atuntaqui no cuentan con un servicio antes descritos; la actividad principal de este proyecto es ofrecerle un servicio personalizado y con asesoría en los eventos que necesitara el cliente.

Este servicio contará con una excelente atención, acorde a las necesidades del cliente, la pequeña empresa será encargada de organizar desde el arreglo de la mantelería y decoración y el menú adecuado para cada ocasión especial, ya que se contará con una gran diversidad de platos y bebidas, por lo cual la creatividad y los altos estándares son los elementos claves que harán de nuestros banquetes un éxito.

Siendo los beneficiarios directos los clientes que serán atendidos con calidad y calidez, por lo que el servicio a brindar es de excelente calidad, satisfaciendo las expectativas de nuestros clientes, también serán beneficiarios directos nuestros trabajadores, ya que se genera ingresos tanto para a la empresa como para ellos.

Los beneficiarios indirectos serán las familias de los trabajadores de la empresa, la sociedad, los estudiantes ya que contarán con una guía para elaborar investigaciones sobre temas relacionados con este trabajo de

grado, y también se beneficiaran otros empresarios que tenga negocios similares ya que contarán una guía.

Objetivos del estudio

✓ General

Crear una pequeña empresa de Servicios de Banquetes en la Ciudad de Atuntaqui, cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura.

✓ Específicos

- Realizar un diagnóstico situacional en la Ciudad de Atuntaqui para determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del proyecto.
- Elaborar el marco teórico, que sustenten el proyecto mediante la investigación bibliográfica y documental actualizada, para conceptualizar el estudio.
- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda del servicio de banquetes, y así poder pronosticar las ventas de la pequeña empresa.
- Efectuar un estudio técnico que permita determinar la localización óptima del proyecto y definir la operatividad, basada en la eficiencia.
- Realizar un estudio financiero para determinar el monto óptimo de inversión y la rentabilidad que genere el proyecto.

- Establecer la propuesta estratégica del proyecto en el aspecto administrativo y legal para su funcionamiento.

- Identificar los impactos que se derivan del proyecto en los aspectos: económico, social, cultural, ambiental y empresarial.

METODOLOGIA

La presente investigación es de tipo descriptiva, para su efecto se utilizó un estudio exploratoria, ya que es necesario conocer información de primera mano, indagando la problemática del medio, además esta investigación permitió plasmar e identificar de una manera objetiva la información encontrada por lo que ayudo en el desarrollo de la investigación. También se utilizó la investigación bibliográfica la cual ayudara a recopilar información proveniente de fuentes secundarias, estableciendo una fundamentación teórica y sustentando la investigación. Por último, se utilizara la investigación de campo la cual permitirá recoger información de fuentes primarias complementando y validando la información.

CAPÍTULO I

DIAGNÒSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES

El Cantón Antonio Ante está ubicado en el centro de la Provincia de Imbabura a 120 Km., al norte de la Capital del Ecuador, Quito. El Cantón es el de menor extensión territorial con 79km², que significan el 1.8% de la Provincia, pero su población representa el 10.5% de Imbabura, su altitud media es 2360 m.s.n.m y su temperatura media va 15. 4 grados. Está conformado por Atuntaqui, Andrade Marín, San Roque, Chaltura, Natabuela, Imbaya.

Atuntaqui es considerada una ciudad turística, cuenta con alrededor de 22129 habitantes los mismos que se dedican a varias actividades principales dentro de las cuales están: el comercio, la industria, la agricultura, el turismo y la gastronomía, entre otras. Las dos últimas tienen una relación considerable ya que la gastronomía es un factor que ayuda al turismo.

Atuntaqui cuenta con algunos restaurantes, que en su mayoría ofrecen: comida rápida, comida china, almuerzos, comidas típicas entre otros. De igual forma el servicio que brindan estos restaurantes carece de una adecuada atención al cliente, servicio especializado de banquetes y de una infraestructura que permita al cliente sentirse a gusto dentro del mismo. Los factores antes mencionados han dado lugar para que se proponga la creación de una pequeña empresa de servicio de banquetes dando un servicio personalizado y una asesoría en para la realización del evento.

El presente diagnóstico se lo ha realizara en la ciudad de Atuntaqui, con la finalidad de conocer las necesidades, exigencias, situación económica que tienen los habitantes de la zona, en donde se proporcionara el servicio de banquetes, la información recopilada es con el propósito de conocer el número de personas que demandan este tipo de servicio; los datos obtenidos servirán de base para la toma de decisiones.

1.2. Objetivos del diagnóstico

✓ General

- Realizar un diagnóstico situacional en la Ciudad de Atuntaqui para determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del proyecto.

✓ Específicos

- Determinar el nivel ingresos y grupo ocupacional al que pertenecen los habitantes de la ciudad.
- Determinar la calidad del talento humano que labora en la zona investigada.
- Identificar como se realiza la prestación de los servicios de banquetes en los diferentes restaurantes de la ciudad.
- Detectar las formas de comercialización y servicio de posventa en el servicio de Banquetes.
- Analizar los diferentes sistemas de producción para la prestación del servicio de banquetes.

1.3. Variables diagnósticas

- Nivel de ingresos
- Talento humano
- Servicio de banquetes
- Comercialización
- Sistemas de producción

1.4. Indicadores

Nivel de ingresos

- Ingresos
- Grupo ocupacional
- Nivel de ingresos

Talento humano

- Experiencia en el trabajo
- Nivel educativo
- Capacitación

Servicio

- Personalización
- Información
- Movilización
- Precio
- Calidad
- Clases de banquetes

Comercialización

- Competencia
- Canal de distribución
- Servicio al cliente

Sistemas de producción

- Tecnología
- Volumen de producción
- Productividad
- Control de calidad
- Materia prima e insumos

1.5. Matriz de relación diagnóstica

CUADRO Nº 1

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÈCNICAS DE INFORMACIÒN	FUENTES DE INFORMACIÒN
Determinar el nivel de ingresos y grupo ocupacional al que pertenecen los habitantes de la ciudad.	Nivel de Ingresos	Grupo ocupacional Ingresos	Encuestas Entrevista	Clientes Propietarios y/o administradores de restaurantes y hosterías
Determinar la calidad del talento humano que labora en la zona investigada.	Talento Humano	Experiencia en el trabajo Nivel educativo Capacitación Incentivos	Encuestas Entrevista Observación directa	Clientes Propietarios y/o administradores de restaurantes y hosterías
Identificar las formas de comercialización y servicio de pos-venta en el servicio de banquetes.	Comercialización	Competencia Canal de distribución Servicio al cliente	Encuestas Entrevistas	Clientes Propietarios y/o administradores de restaurantes y hosterías
Identificar como se realiza la prestación de los servicios de banquetes en los diferentes restaurantes de la ciudad.	Servicios	Personalización Información Movilización Precio Calidad Clases de banquetes	Encuestas Entrevista Observación directa	Clientes Propietarios y/o administradores de restaurantes y hosterías
Analizar los diferentes sistemas de producción para la prestación del servicio de banquetes.	Sistemas de producción	Tecnología Volumen de producción Productividad Control de calidad Materiales e insumos	Encuestas Entrevista Observación directa	Propietarios y/o administradores de restaurantes y hosterías

Elaborado por: La Autora

1.6. Mecánica operativa

Población y muestra

Identificación de la población

Para el siguiente diagnóstico partimos de la Unidad de análisis a los usuarios familiares y empresariales de sector urbano del cantón Antonio Ante, también a los propietarios de los restaurantes de dicha zona. Los datos que se detallan a continuación han sido recopilados del Boletín Estadístico de proyecciones Periodo 2001 -2010 del Instituto de Estadísticas Y Censos INEC. La Población total tomada en cuenta es de 22129 habitantes de las cuales el 47% pertenece a la población económicamente activa que es de 10433.

La población que será motivo de investigación en primer lugar serán los propietarios de hosterías y restaurantes que prestan el servicio de banquetes en la ciudad de Atuntaqui, según consta en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 2
LISTADO DE RESTAURANTES

N°	NOMBRE DEL LOCAL	REPRESENTANTE LEGAL
1	D'WILLIANS	Fernández Vargas William Noé
2	ANY	Mery Franco
3	PAILATOLA	Caicedo Pozo Héctor
4	CASA DE MARIN	Rivadeneira Ortiz José Milton
5	HOSTERIA SAN ALFONSO	Vallejo Guevara Martha Cecilia
6	VALLE HERMOSO	Corrales Vásquez Guadalupe
7	HOSTERIA NATABUELA	López Montesdeoca Olga Lidia
8	AÑORANZAS	Jácome Cahuasqui Rosario

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

Al total de la población económicamente activa se ha dividido para 5 tomando en que en cada familia tiene este número de personas, para obtener el número de familias las cuales serán investigadas.

$$\text{Número de Familias} = \frac{\text{PEA}}{\text{Componente Familiar}}$$

$$\text{Número de Familias} = \frac{10433}{5}$$

$$\text{Número de Familias} = 2087$$

Fórmula para el cálculo de la muestra:

$$n = \frac{N \times \delta \times Z^2}{E^2(N - 1) + \delta^2 \times Z^2}$$

En dónde:

N = Población

δ^2 = Varianza 0.25

Z = Nivel de confianza 95% = 1.96

$E^2 = 0.05$

CÁLCULO:

$$n = \frac{(2087) \times 0.25 \times (1.96)^2}{(0.05)^2(2087 - 1) + 0.25 \times [(1.96)]^2}$$

$$n = 325$$

▪ **Información Primaria**

Para la recopilación de la información primaria se va aplicar de la siguiente manera:

Encuesta: la misma que está dirigida a la población económicamente activa, a las empresas consideradas competencia.

Entrevista: esta será dirigida a las empresas públicas y privadas como posibles contratantes del servicio.

▪ **Información Secundaria**

Para la recopilación de la información secundaria se utilizara las siguientes herramientas:

- Libros
- Documentos especializados.
- Revistas
- Internet

1.7. Tabulación y análisis de la información

- **Resultados de las encuestas aplicadas a la población económicamente activa de la Ciudad de Atuntaqui.**

1. ¿Actualmente cuál es la actividad económica a la que se dedica?

**CUADRO N° 3
ACTIVIDAD ECONÓMICA**

CATEGORIA	FRECUENCIA
Actividad textil	61
Comercio	72
Transporte	55
Otra actividad	137
TOTAL	325

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

GRÁFICO N° 1



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

ANÁLISIS

Con los datos recopilados con la investigación de campo realizada, se comprobó que una parte de la población se dedica al comercio, especialmente con lo relacionado a la actividad textil ya que la ciudad de Atuntaqui es considerado como destino turístico del norte del país, existe un número significativo de personas que trabajan en instituciones públicas las cuales perciben ingresos estables.

2. ¿Cómo considera los ingresos que usted percibe?

CUADRO N° 4
NIVEL DE INGRESOS

CATEGORIA	FRECUENCIA
Alto	84
Medio	146
Bajo	95
TOTAL	325

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora.

GRAFICO N° 2



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora.

ANÁLISIS

Una parte significativa de la población considera sus ingresos como medios, ya que trabajan en actividades que generan ingresos aceptables, pero existe parte de la población que tiene ingresos bajos ya que tienen empleos donde perciben sueldos de supervivencia.

3. ¿Usted con qué frecuencia adquiere el servicio de banquetes?

CUADRO N° 5
FRECUENCIA DE CONTRATACIÓN

CATEGORIA	FRECUENCIA
Trimestral	4
Semestral	19
Anual	302
TOTAL	325

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora.

GRÁFICO N° 3



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

ANÁLISIS

La frecuencia que más predomina es la anual, siguiéndole la semestral, primeramente la contratación anual la realizan para eventos netamente familiares, existe una mínima parte de la población los cuales contratan los servicios en forma semestral debido a que no tiene la costumbre de celebraciones pomposas ni en otros lugares que no sean sus casas.

4. ¿En qué ocasiones adquiere el servicio de banquetes?

CUADRO N° 6
CLASES DE EVENTOS

CATEGORIA	FRECUENCIA
Bodas	64
Cumpleaños	72
Aniversario	62
Comuniones	52
Homenajes	70
Bautizos	78
Otros	43
TOTAL	441

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

GRAFICO N° 4



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

ANÁLISIS:

La población manifiesta según las encuestas que las ocasiones en la contratan el servicio de banquetes es por bautizos, homenajes, cumpleaños entre las más sobresalientes, ya que son ocasiones que necesitan un servicio especializado y personalizado, también existe las motivos por aniversarios y comuniones donde se contratan los servicios, ya que son momentos donde se reúnen los familiares para los festejos los mismos exigen servicios de calidad y calidez.

5. ¿Cuál de estos locales de banquetes Ud. ha visitado?

CUADRO N° 7
RESTAURANTES OFERTANTES

CATEGORIA	FRECUENCIA
La Casa de Marín	94
D`Williams	75
La Pailatola	111
Otros	87
TOTAL	367

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

GRÁFICO N° 5



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

ANÁLISIS

Se puede observar que el local más visitado es La Pailatola según la información recopilada, esto se debe al tiempo de funcionamiento que tiene este local y el prestigio que han adquirido al transcurso de los años, pero existe locales que están tomado fuerza ya sea por su servicio o la forma de promocionarse.

6. La comida que ofrece dicho Restaurante es:

CUADRO N° 8
CALIDAD DEL SERVICIO

CATEGORIA	FRECUENCIA
Excelente	78
Buena	106
Regular	80
Malas	61
TOTAL	325

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

GRÁFICO N° 6



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

ANÁLISIS

Los usuarios de los locales de la ciudad de Atuntaqui manifiestan que el servicio en lo que se refiere a la comida es buena, ya que han cumplido las expectativas y sus necesidades, pero afirman de que debería existir más opciones de servicio de banquetes para las diferentes ocasiones y eventos, para que el servicio que ellos requieren sea un evento inolvidable.

7. La atención por parte de los empleados fue:

CUADRO N° 9
ATENCIÓN EL SERVICIO

CATEGORIA	FRECUENCIA
Excelente	58
Buena	123
Regular	78
Mala	66
TOTAL	325

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

GRÁFICO N° 7



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

ANÁLISIS

Con respecto a esta pregunta y tomando en cuenta que existe un rango de medición, se puede determinar que la población ha recibido una atención buena, pero se necesita mejorar muchos aspectos como el desenvolvimiento del talento humano que trabaja en estos lugares, ya que son los que definen la imagen de estos lugares.

8. ¿Los meseros son pacientes, amables y respetuoso?

CUADRO N° 10
CALIDAD DEL TALENTO HUMANO

CATEGORIA	FRECUENCIA
SI	127
NO	198
TOTAL	325

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

GRÁFICO N° 8

CALIDAD DEL TALENTO HUMANO



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

ANÁLISIS

Esta pregunta sirve como preámbulo para determinar, la calidad de talento humano que existe en dicho Restaurantes, por lo que se determina que los meseros no son lo suficiente pacientes, amables y respetuosos, en ciertos aspectos, por consiguiente se necesita capacitar a nuestro talento humano en este aspecto, ya que los clientes deben recibir un trato excelente por parte de la pequeña empresa.

9. ¿El menú de los platos es variado y amplio?

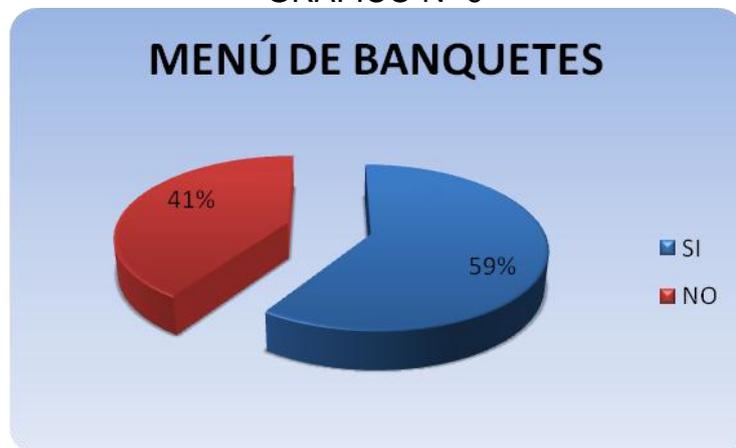
CUADRO N° 11
MENÚ DE BANQUETES

CATEGORIA	FRECUENCIA
SI	193
NO	132
TOTAL	325

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

GRÁFICO N° 9



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

ANÁLISIS

Los resultados de las encuestas aplicadas, las personas manifiestan que el menú de los Restaurantes que prestan el servicio de banquetes no es tan variado, por lo cual esto ayuda a que la pequeña empresa busque los mejores y exquisitos menús, los cuales el chef quien expone sus habilidades de la gastronomía, para sus clientes y se sientan satisfechos.

10. ¿Los platos son preparados y servidos en la manera acordada?

CUADRO N° 12
PRESTACIÓN DEL SERVICIO

CATEGORIA	FRECUENCIA
Rápido	102
Regular	129
Lento	94
TOTAL	325

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

GRÁFICO N° 10



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

ANÁLISIS:

Esta pregunta es muy básica dentro de la concepción del servicio ofrecido, pues parte del proceso de atención y servicio al cliente. Según resultados el servicio es regular por parte de los restaurantes que prestan este servicio, por otra parte menciona que es rápido el servicio, por tanto este factor forma parte del servicio integral que debe ofertar la nueva pequeña empresa.

11. ¿Cuándo Ud. adquirió el servicio la información recibida fue?

CUADRO N° 13
INFORMACIÓN DEL SERVICIO

CATEGORIA	FRECUENCIA
Excelente	106
Buena	133
Regular	52
Mala	34
TOTAL	325

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

GRAFICO N° 11



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

ANÁLISIS

Se puede concluir, que la información transmitida por parte de dichos restaurantes que prestan el servicio de banquetes las personas no recibió una excelente información, por lo cual tiene un considerable porcentaje que la información es buena, por tanto este resultado sirve de soporte para determinar que el cliente necesita ser informado de una manera excelente.

12. ¿Por qué medio de información le gustaría saber sobre el servicio de banquetes?

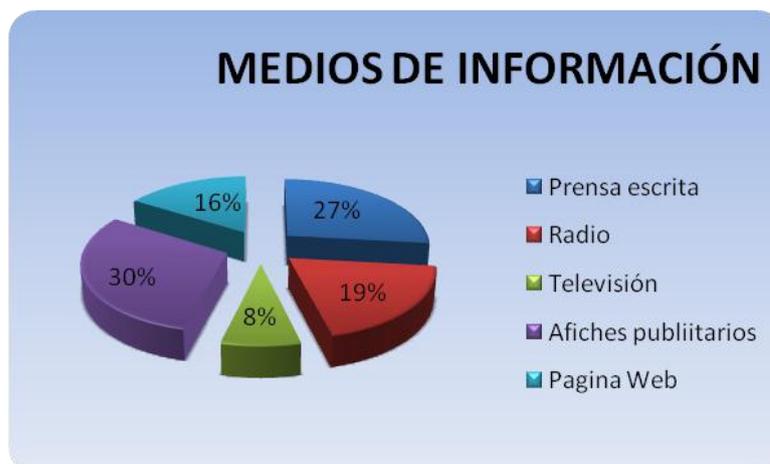
**CUADRO N° 14
MEDIOS DE INFORMACIÓN**

CATEGORIA	FRECUENCIA
Prensa escrita	87
Radio	63
Televisión	25
Afiches publicitarios	98
Pagina Web	52
TOTAL	325

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

GRÁFICO N° 12



Fuente: Competencia local

Elaborado por: La autora.

ANÁLISIS

La mayor parte de las personas manifiestan que la mejor manera de informarse es por medio de afiches publicitarios, siguiendo la prensa escrita, radio, página Web, estos medios son de fácil acceso para todas las personas, ya que estos ayudaran a la penetración en el mercado y que nuestro servicio de banquetes sean conocido.

13. ¿Cuál es el factor más importante al adquirir el Servicio de Banquetes?

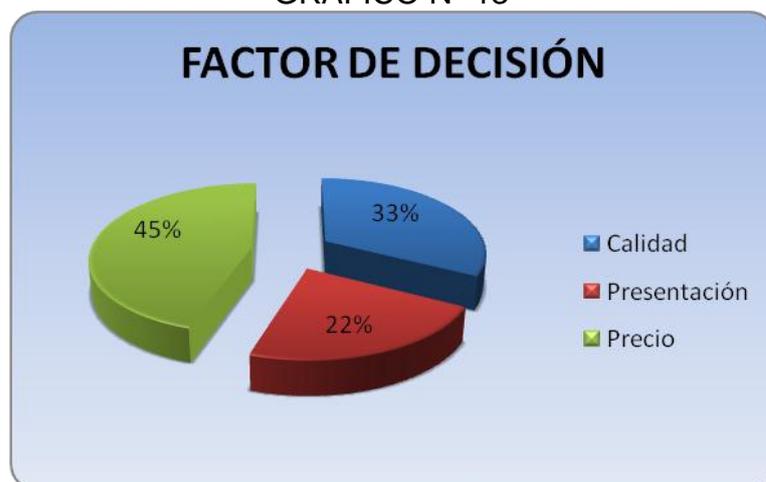
CUADRO N° 15
FACTOR DE DECISIÓN

CATEGORIA	FRECUENCIA
Calidad	106
Presentación	73
Precio	146
TOTAL	325

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

GRÁFICO N° 13



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

ANÁLISIS

De acuerdo a los resultados obtenidos las personas, consideran que el factor esencial por la cual adquieren el servicio de banquetes es el precio, con una representación más alta, pero otros aspectos muy importantes es la calidad y presentación en el servicio y en el proceso de producción, esto aspectos ayudara a que la pequeña empresa se centralice en mejorarlos para satisfacer las expectativas de los clientes.

14. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio prestado?

CUADRO N° 16
PRECIO

CATEGORIA	FRECUENCIA
\$3 A \$5	75
\$5 A \$10	141
\$10 a más	109
TOTAL	325

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

GRÁFICO N° 14



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

ANÁLISIS:

De acuerdo a los rangos de precios propuestos a los encuestados y según la elección de cada uno de ellos manifiestan que gran parte de las personas estarían dispuestos a pagar precios que oscilan entre USD 5 a 10 por el servicio. Otro rango con un porcentaje considerable va desde los USD 10 o más. Estos rangos de precios nos servirán para la fijación de precios, considerando los precios establecidos por la competencia, también analizando por supuesto nuestro nivel y el proceso de producción.

15. ¿Estaría dispuesto a contratar otro tipo de servicio de banquetes en la Ciudad?

**CUADRO N° 17
NIVEL DE ACEPTACIÓN**

CATEGORIA	FRECUENCIA
SI	254
NO	71
TOTAL	325

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

GRÁFICO N° 15



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

ANÁLISIS

Los resultados de las encuestas indican que la mayoría de personas, tienen el deseo conocer y contratar algo diferente, considerando lo que actualmente se ofrece dentro de los restaurantes. El porcentaje dado es significativo dentro de este análisis ya se denota que a futuro al introducir nuestro servicio tendremos buenos resultados dentro del nivel de ventas y aceptación en el mercado.

ENCUESTAS DIRIGIDA A HOSTERÍAS Y RESTAURANTES CONSIDERADOS COMO COMPETENCIA

1. ¿Hace que tiempo se dedica a esta actividad?:

CUADRO N° 18
TIEMPO EN LA ACTIVIDAD

CATEGORIA	FRECUENCIA
1 a 5 años	2
6 a 10 años	1
10 o más	5
TOTAL	8

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

GRÁFICO N° 16



Fuente: Competencia local

Elaborado por: La autora.

ANÁLISIS:

Se obtuvo un porcentaje de 33% que se dedican de 1 a 5 años y un 67% que se dedican de 10 años a más; los locales que prestan el servicio de Banquetes en la en la ciudad de Atuntaqui, mencionan que ya tienen mucho tiempo el negocio por lo que han ido creciendo tanto sus conocimientos en el servicio, como sus pedidos para la prestación del servicio en el transcurso de tiempo.

2. ¿Cuáles fueron las razones por las que Ud. decidió dedicarse a este negocio?

CUADRO N° 19
ASPECTOS PARA TRABAJAR EN LA ACTIVIDAD

CATEGORIA	FRECUENCIA
Necesidad	1
Conocimiento	5
Tradición Familiar	0
No existía en el sector	2
Por rentabilidad	0
TOTAL	8

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

GRÁFICO N° 17



Fuente: Competencia local

Elaborado por: La autora.

ANÁLISIS:

Es importante destacar, que esta pregunta nos ayuda a identificar, cuáles fueron las razones para que las personas dueñas de los locales de servicios de banquetes decidieron dedicarse a este negocio, la mayor parte es por lo que han estudiado gastronomía y han puesto en práctica sus conocimientos, ya que en este negocio se necesita muchos nociones para prestar el servicio, por otra parte es porque en el sector donde se encuentran ubicados no existía este tipo de negocios, por lo que decidieron ofertar el servicio de Banquetes.

3. El local donde funciona su negocio es:

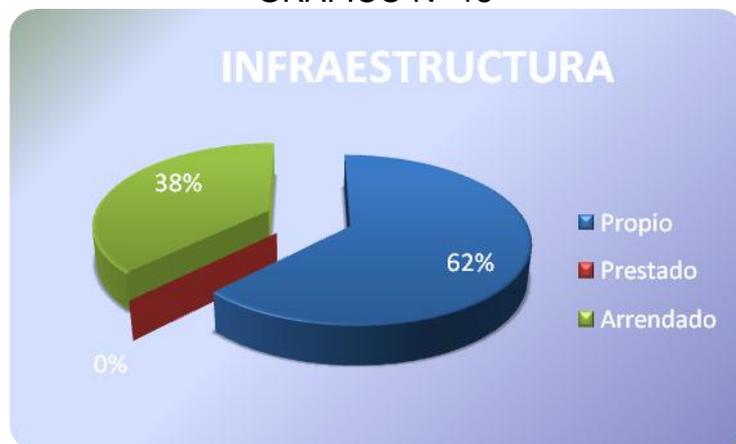
CUADRO N° 20
INFRAESTRUCTURA

CATEGORIA	FRECUENCIA
Propio	5
Prestado	0
Arrendado	3
TOTAL	8

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

GRÁFICO N° 18



Fuente: Competencia local

Elaborado por: La autora.

ANÁLISIS:

De los resultados obtenidos, se muestra que la mayor parte de los encuestados tienen local propio, donde su infraestructura es adecuada para prestar el servicio lo cual, se podría decir que el servicio que se tiene pensado ofertar debe ser personalizado, y en un lugar estratégico con todos sus servicios.

4. El capital con que Ud. cuenta es:

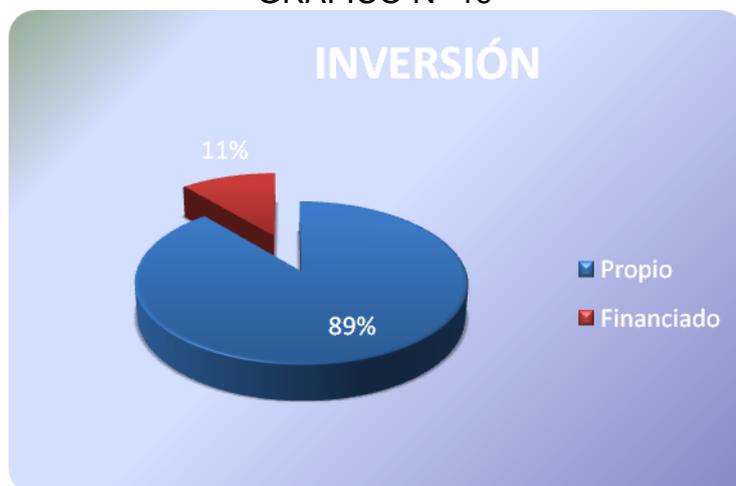
CUADRO N° 21
INVERSIÓN

CATEGORIA	FRECUENCIA
Propio	7
Financiado	1
TOTAL	8

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

GRÁFICO N° 19



Fuente: Competencia local

Elaborado por: La autora.

ANÁLISIS:

Se puede concluir, que el capital con el que cuentan los locales es propio, ya que ellos comenzaron con un pequeño negocio que cada vez ha ido avanzando, esto demuestra a simple vista que el negocio tiene rentabilidad, para lo cual se necesitara una infraestructura amplia para ofrecer un servicio de primera.

5. El Recurso Humano con el que Ud. cuenta es:

CUADRO N°22
TALENTO HUMANO

CATEGORIA	FRECUENCIA
Mano de Obra calificada	5
Mano de Obra no calificada	3
TOTAL	8

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

GRÁFICO N° 20



Fuente: Competencia local

Elaborado por: La autora.

ANÁLISIS:

Esta pregunta es muy importante dentro de la concepción del servicio a ofrecer, pues es parte esencial en el proceso y servicio al cliente. Según resultados los negocios tienen un talento humano calificado por ejemplo el chef el cual expone sus habilidades, por otra parte otros locales no trabajan con personal no calificado, lo que se puede concluir que se necesita que exista tanta mano de obra calificada como no calificada para brindar un servicio eficiente en calidad y calidez.

6. ¿Con cuántos empleados Ud. cuenta?

CUADRO N° 23
NÚMERO DE EMPLEADOS

CATEGORIA	FRECUENCIA
1 a 5	4
5 a 10	3
10 o más	1
TOTAL	8

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

GRÁFICO N° 21



Fuente: Competencia local

Elaborado por: La autora.

ANÁLISIS:

De acuerdo a los rangos propuestos, cada uno de locales manifiesta que tienen de 1 a 5 empleados los cuales cumplen sus funciones delegadas; esta pregunta permite analizar cuantos empleados tenemos que contratar para ofertar el servicio, por lo que esto ayudara a la pequeña empresa a prestar un eficiente servicio al cliente.

7. Con que frecuencia Ud. capacita a sus empleados?

CUADRO N° 24
CAPACITACIÓN

CATEGORIA	FRECUENCIA
Cada mes	1
Cada 3 meses	5
Cada año	2
TOTAL	8

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

GRÁFICO N° 22



Fuente: Competencia local

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

Con la investigación de campo se determina, que la mayor parte de los empleados reciben una capacitación trimestral, esto representa egresos para los propietarios los cuales afirman asignar un pequeño presupuesto para la preparación de su talento humano, como también aprovechar las capacitaciones por parte de instituciones gubernamentales, ya que esto depende la calidad del servicio.

8. ¿Qué incentivos aplica Ud. con sus empleados?

CUADRO N° 25
INCENTIVOS

CATEGORIA	FRECUENCIA
Ascensos	1
Bonificaciones Económicas	6
Capacitación	1
TOTAL	8

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

GRÁFICO N° 23



Fuente: Competencia local

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

La mayor parte de propietarios y administradores, manifiestan que asigna bonificaciones económicas para que el desempeño del personal, el cual este de acuerdo a las necesidades y expectativas de los clientes que adquieren el servicio.

9. La maquinaria que Ud. dispone para la prestación del servicio es:

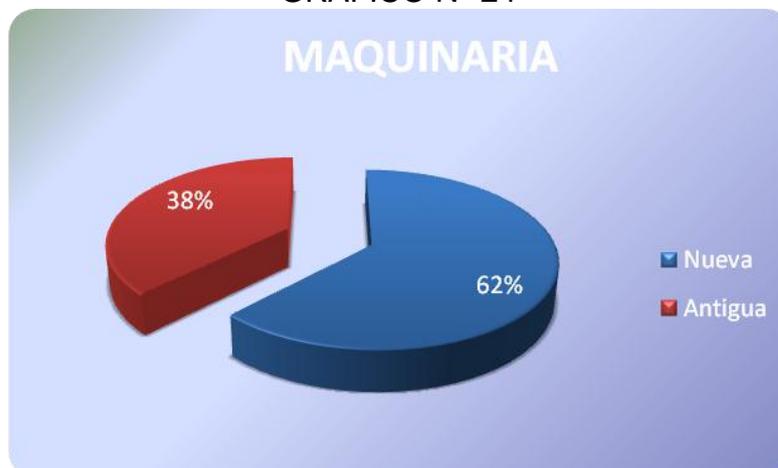
CUADRO N° 26
MAQUINARIA

CATEGORIA	FRECUENCIA
Nueva	5
Antigua	3
TOTAL	8

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

GRÁFICO N° 24



Fuente: Competencia local

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

Efectuado las encuestas, a la población objeto de estudio se concluye que los equipos y maquinaria que utilizan son nuevos, pero contrastando con la información recopilada mediante observación directa, se determina que estos son de mediano uso, de ahí se puede manifestar que nuevo pequeña empresa, deberá adquirir equipos de acuerdo a las capacidades operativas.

10. De los siguientes servicios cuales ofrece Ud.

CUADRO N° 27
TIPO DE SERVICIOS

CATEGORÍA	FRECUENCIA
Almuerzos	5
Platos a la carta	4
Bodas	6
Comidas de negocios	6
Cenas de gala	4
Conferencias	2
Desfiles de moda	2
Reuniones de empresa	4
TOTAL	33

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

GRÁFICO N° 25



Fuente: Competencia local

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

Mediante la aplicación de encuestas la mayor parte de locales ofrecen un portafolio amplio de servicios, ya que el mercado de demandantes contratan para diferentes eventos, estos locales para cada tipo de evento realizan remodelaciones para su prestación.

11. ¿De los antes mencionados cual es el principal servicio que Ud. brinda?

CUADRO N° 28
PRINCIPAL SERVICIO

CATEGORÍA	FRECUENCIA
Almuerzos	4
Platos a la carta	3
Bodas	6
Comidas de negocios	5
Cenas de gala	5
Conferencias	4
Desfiles de moda	1
Reuniones de empresa	3
TOTAL	31

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

GRÁFICO N° 26



Fuente: Competencia local

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

Tomando en cuenta las características de los locales investigados los servicios que más se ofertan son: eventos, almuerzos, hay que puntualizar que el servicio de almuerzos ofertan a diario, aspecto importante a tomar en cuenta al futuro de la gestión del proyecto.

12. ¿De los siguientes medios de publicidad cuál aplica Ud.?

CUADRO N° 29
MEDIOS DE PUBLICIDAD

CATEGORÍA	FRECUENCIA
Volantes	6
Afiches	7
Prensa	3
Televisión	1
Radio	4
Internet	2
TOTAL	23

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

GRÁFICO N° 27



Fuente: Competencia local

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

Los medios escritos como volantes, afiches y prensa son los que destacan mediante la investigación de campo, estas formas ayudan a que los servicios de Banquetes que en la actualidad existen en la ciudad de Atuntaqui sean conocidos a nivel local, los propietarios los utilizan por ser más económicos y fácil distribuir.

Entrevista dirigida a las empresas públicas y privadas consideradas como posibles demandantes de los servicios.

▪ **¿Qué tiempo lleva en la actividad?**

La mayor parte de empresas entrevistadas, encuentran en la actividad de 5 a 10 años, como también existen empresas textiles que llevan más de 20 años en la actividad productiva de la ciudad de Atuntaqui, lo que hace pensar que el crecimiento empresarial genera el apareamiento de nuevos negocios que complementen sus actividades.

▪ **¿La empresa realiza celebraciones en qué ocasiones?**

Los eventos que más contratan las empresas son la celebración de noche buena, día del trabajo, aniversarios institucionales, y demás actos sociales dependiendo a la actividad que se dediquen.

▪ **¿Qué cantidad de dinero destina la organización para eventos sociales?**

Dependiendo el tipo de empresas investigadas, la cantidad promedio que destinan para la contratación del servicio de banquetes se encuentra entre 500 a 1000 dólares.

▪ **¿Qué lugares ha contratado para la prestación de los servicios?**

Los lugares más contratados por los usuarios empresariales son: la Pailatola, la Hostería Valle Hermoso, La casa de Marín, ya que estos lugares son tradicionales en la ciudad de Atuntaqui.

▪ **¿Cómo considera el servicio que recibió?**

Mediante la Investigación de campo, las empresas consideran que el servicio fue bueno, ya que no existen más locales que presten un servicio diferenciado.

- **¿Qué expectativas busca en un servicio de banquetes?**

Las expectativas de los usuarios empresariales son diversas, como por ejemplo recibir un servicio personalizado, un soporte técnico adecuado, como también planes de financiamiento.

1.8. Determinación de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos

✓ Aliados

- La mayor parte de la población trabaja en actividades que generan ingresos estables.
- La predisposición de contratar el servicio por parte de la población y empresas investigadas.
- La población tiene una cultura de celebrar sus logros y eventos sociales.
- La ineficiente atención por parte de los empleados de los locales investigados.
- La ciudad de Atuntaqui es considerada centro textil del norte del país, permitiendo el auge y dinamismo de la economía local.
- La existencia de servicios en la ciudad como el transporte, financieros, comerciales ayudaran a ofertar un servicio integral.
- Existe personal calificado en la ciudad de Atuntaqui que puede desempeñar las actividades para prestar el servicio de banquetes.

✓ Oponentes

- La experiencia y el prestigio adquirido durante los años por la mayor parte de los locales investigados
- Crecimiento incontrolable a futuro de empresas consideradas como competencia.
- La utilización de precios no estandarizados por parte de los locales que brindan el servicio propuesto pos el proyecto.

- La falta de experiencia para gestionar este tipo de negocios.
- La falta de recursos para la puesta en marcha de estos negocios
- La falta de percepción de la calidad del servicio provoca una baja asignación en el precio.
- La falta de capacitación en el talento humano provoca un servicio ineficiente.

✓ **Oportunidades**

- La diversidad en la gastronomía local puede ser utilizada para diseñar banquetes para cada tipo de eventos.
- Dar Información personalizada directamente acerca de los servicios que prestara la pequeña empresa a los posibles clientes.
- Utilizar medios de comunicación masivo para persuadir a futuros clientes.
- Trabajo estratégico con instituciones dedicadas a fomentar el turismo y la gastronomía a nivel local y regional.
- Existencia de medios de publicidad y promoción alternativos que puede utilizar la pequeña empresa para posicionarse en el mercado.

✓ **Riesgos**

- Existe volatilidad en la tasas de los créditos que ofertar las instituciones financieras ocasionando inestabilidad en las inversiones.
- La inestabilidad económica y política provoca incertidumbre en los nuevos emprendimientos.
- La creación de leyes que perjudiquen el desarrollo normal de las actividades de este tipo de negocio.

1.9. Identificación del problema diagnóstico

Realizado el diagnóstico situacional en la ciudad de Atuntaqui a través de fuentes primarias y secundarias, se determina que el servicio de banquetes en la actualidad es escaso, como también no satisface la expectativas de los clientes ya que no existe variedad menú para cada evento, tampoco se brinda servicio personalizado, no poseen soporte técnico para la prestación, entre los aspectos más importantes.

Razón por la cual se propone la creación de una pequeña empresa que brinde el servicio de Banquetes acorde a la necesidad actual de la población de la Ciudad de Atuntaqui.

Con este antecedente se visualiza un éxito en el negocio de Banquetes en la ciudad de Atuntaqui, claro está que se necesita demostrar la factibilidad en los estudios posteriores del proyecto.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1. Empresa

De acuerdo a ciertos libros encontrados se encuentra las siguientes definiciones:

Según Herrero J. la empresa: ***“Conjunto de factores de producción(maquinaria, local, herramientas o utensilios, personal, materia prima, financiación, etc.) organizados y coordinados por la dirección, para vender un producto o prestar un servicio y así obtener un beneficio y crear empleo, actuando en el mercado bajo condiciones de riesgo”***. Pág.25

Según ZAPATA, Pedro (2005) dice: ***“La empresa es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer bienes y/o servicios que, al ser vendidos, producirán una renta”*** Pág.15

Analizando los presentes conceptos es importante recalcar, el significado de empresa, esta es considerada un ente económico, que se encuentra inmenso dentro de un mercado en el que interactúan los consumidores o compradores en función de una utilidad y en beneficio mutuo. La empresa puede dedicarse a la producción de bienes tangibles o de servicios.

▪ **Clasificación de las empresas**

**CUADRO Nº 30
CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS**

TIPO	CLASIFICACIÓN	CARACTERÍSTICAS
POR LA ACTIVIDAD	<ol style="list-style-type: none"> 1. COMERCIAL 2. INDUSTRIAL 3. DE SERVICIOS 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Son aquellos que se encargan del acercamiento de los bienes desde el productor hasta el intermediario minorista o al consumidor, sin realizar cambios de forma ni de fondo en la naturaleza de los bienes 2. Son aquellas que se encargan de la transformación, modificación substancial o leve de ciertos bienes menores en otros mayores con la ayuda de los factores de la producción. 3. Son aquellas creadas con el fin de atender ciertas necesidades brindando ayuda o asistencia para obtener de esta manera una remuneración a cambio.
POR EL TAMAÑO	<ol style="list-style-type: none"> 1. PEQUEÑAS 2. MEDIANAS 3. GRANDES 	<ol style="list-style-type: none"> 1. El tamaño esta dado por varios factores, entre los cuales tenemos: valor del patrimonio, volumen de sus activos fijos, numero de personal, superficie o área de utilización, etc.
POR EL SECTOR	<ol style="list-style-type: none"> 1. SECTOR PRIVADO 2. SECTOR PUBLICO 3. SECTOR MIXTO 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Son aquellas donde el aporte del capital corresponde a personas naturales o jurídicas del sector privado. 2. El aporte del capital corresponde al gobierno (Estado) 3. on aquellas donde la conformación del capital concurren los aportes tanto del sector privado como del público.
POR LA FORMA COMO SE ORGANIZA EL CAPITAL	<ol style="list-style-type: none"> 1. UNIPERSONAL 2. SOCIEDAD O COMPAÑÍA 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Son aquellas que están conformadas con el aporte de una sola persona natural. 2. Son aquellas que están conformadas por mas de una persona, que a través de un acuerdo convenio o arreglo, aportan algo para conformar el negocio.

Fuente: Zapata P. Contabilidad General

Elaboración: La Autora

2.2. La pequeña empresa

▪ Definición

Según MONTEROS E. (2005) la microempresa es: ***“Una asociación de personas que, operando en forma organizada, utiliza sus conocimiento y recursos: humano, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y/o prestación de servicios que se suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos, costos variables, y gastos de fabricación.”*** Pág. 15

Según Monteros E. (citados por II Simposio Latinoamericano y del Caribe de la Pequeña y Mediana Empresa). ***“De manera general, entendemos por pequeña y mediana empresa aquellas que no ocupando una oposición de dominio o monopolio en el mercado, están dirigidas por sus propios dueños, que asumen el riesgo del negocio y no están vinculados a otras grandes empresas o grupos financieros”.*** Pág.15

Contrastando las definiciones anteriores es primordial tener en claro lo que es una microempresa porque esta es comprendida de personas de escasos ingresos posee de uno a seis integrantes involucrados, aproximadamente. Estas iniciativas llamadas microempresas han sido generadas por emprendedores, quienes se han visto sin empleo, o con el fin de complementar los ingresos o simplemente por el ánimo o deseo de utilizar habilidades y destrezas con los que se cuentan.

Quienes componen la microempresa van desde la señora que vende empanadas en su casa, pasando por el joven, padre de familia que decide instalar un rudimento taller en la marquesina de su casa, hasta aquellos jóvenes profesionales que emprenden una empresa.

Clasificación de la Pequeña empresa en Imbabura por actividades

Según MONTEROS Edgar (2005), clasifica a la microempresa de la siguiente manera: Pág. 28, 29

- **Alimenticio – Agroindustrial:** Este sector está constituido por restaurantes, cafeterías, fondas, actividades que se dedican a la elaboración y preparación de desayunos, almuerzos, meriendas y platos típicos en general.
- **Artesanales:** comprende las actividades permanentes de diversos grupos de artesanos que individualmente orientan su trabajo hacia la producción de artesanías manuales, tradicionales y folklóricas de cada sector de la Provincia.
- **Producción y Comercialización de cuero y calzado:** De este sector podemos decir que se conforma con los microempresarios del Cantón Cotacachi que en su mayoría elaboran y comercializan artículos de cuero como maletas, zapatos, portafolios, chompas, entre.
- **Metalmecánica:** Este importante sector de la microempresa en la provincia de Imbabura está constituido por los talleres donde se transforman el hierro en productos terminados.
- **Textiles y Confecciones:** Estas actividades predominan en los cantones de Otavalo y Atuntaqui, caracterizadas por la elaboración de ropa con productos de tela y lana para toda clase de personas tanto en el mercado nacional como internacional.
- **Gráficas e Impresiones:** Este sector está constituido por la actividad que realizan imprentas, tipografías, diseños y estampados,

copiadoras e inclusive actualmente centros de computación que brindan servicios a la colectividad en general e instituciones.

- **De la construcción:** A este sector se lo considera desde el punto de vista de la producción y comercialización de materiales necesarios para la construcción.

- **Maderero Forestal:** Comprenden las actividades que realizan los expendedores de madera para la fabricación de artículos artesanales, muebles y otros productos complementarios de la construcción.

✓ **Importancia de la pequeña empresa**

Según MONTEROS, Edgar (2005), define la importancia de la pequeña empresa:

La microempresa puede nacer en cualquier parte, es común que estemos rodeados de ellas, en el comercio, en la manufactura, en los servicios, etc.

Dentro de las economías regionales las microempresas revelan una importancia que no puede ser descuidada por los gobiernos, aparte de esto se puede ver que inclusive en economías de barrio su presencia es tan fuerte que podría decirse que son el espíritu de la organización socioeconómica de la zona.

En conclusión la microempresa y los microempresarios tienen una gran responsabilidad ante el desarrollo del país, pero también se les debe mucha atención por parte de la sociedad entera. Recuerde que el objetivo de una microempresa es dejar de serlo.

✓ **Objetivos de la pequeña empresa**

- a) Aumentar la ganancia
- b) Crecimiento y expansión de la microempresa

- c) Incremento de la productividad
- d) Responder a las demandas concretas de los consumidores
- e) Crear nuevos productos y servicios
- f) Generar empleos
- g) Facilitar su acceso al crédito para el capital de trabajo e inversiones.

Según MONTEROS, Edgar (2005), las características de la pequeña empresa:

✓ **Características principales de la pequeña empresa**

Para validar el concepto acerca de la microempresa, Monteros en su libro presenta las siguientes características:

- Es una empresa de tipo familiar, pero constituida como sociedad anónima, ya que el dueño es el que aporta el capital necesario para las operaciones normales de la empresa.
- La mayoría de las pequeñas empresa tienden a no cambiar su lugar de operaciones, es decir, se mantienen en el lugar donde se iniciaron tratando de conservar su mercado y clientela.
- El mercado local o regional es el objetivo predominante de la pequeña empresa, esta característica depende del empresario para ofrecer un producto o servicio de mejor calidad en un mercado particular.
- La pequeña empresa crece principalmente a través de la reinversión de utilidades ya que no cuenta con apoyo técnico-financiero significativo de instituciones privadas ni del gobierno.
- En número de empleados con que cuenta la pequeña empresa no supera las diez personas, dedicadas a actividades administrativas y operativas.

- Las actividades se concentran en el diseño de la pequeña empresa que es el que ejerce el control y dirección general de la misma.

✓ **Ventajas de la Pequeña empresa**

- Al igual que la pequeña y mediana empresa es una fuente generadora de empleos.
- Se transforman con gran facilidad por no poseer una estructura rígida.
- Son flexibles, adaptando sus productos a los cambios del Mercado.
- Flexibilidad con la que actúan, tanto a nivel del persona, que suele ser multidisciplinario, como a otros niveles.
- Disponibilidad geográfica, adaptabilidad del producto al mercado, transformación rápida de decisiones, etc.)

Ventajas que deben aprovechar para poder hacerse con un hueco en el mercado, muchas veces muy competitivo y maduro.

✓ **Desventajas de la Pequeña empresa**

- Utilizan tecnología ya superada
- Sus integrantes tienen falta de conocimientos y técnicas para una productividad más eficiente.
- Dificultad de acceso a créditos
- La producción generalmente, va encaminada solamente al Mercado Interno.
- La principal dificultad contra en la que se deben luchar es la falta de financiación, lo que incurre en muchas ocasiones en un poder marcarse objetivos más altos en un plazo más corto de tiempo y que limita las posibilidades de expansión, tanto tecnológico

como geográfica, creándose un círculo vicioso donde la microempresa encuentra problemas de competitividad y se ve obligada en gran número de ocasiones a limitar su mercado al consumo interno.

2.3. Restauración

✓ Definición de restaurante

Según MONTANER J. define como restaurante: ***“Son aquellos establecimientos que sirven al público mediante precio, comida y bebidas para ser consumidas en el mismo lugar”.***

Los restaurantes son aquellos establecimientos, cualquiera que sea su denominación, que sirvan al público, mediante precio, comidas y bebidas, para ser consumidas en el mismo local.

✓ Clasificación de restaurantes

La legislación hotelera en el Art. 15 de la O.M. 17 de marzo de 1965 clasifica los restaurantes según categorías:

- Lujo
- Primera
- Segunda
- Tercera
- Cuarta

✓ Tipos de establecimiento y formas de restauración

Restaurante Buffet. Es posible escoger uno mismo una gran variedad de platos cocinados y dispuestos para el autoservicio. A veces se paga un monto fijo u otras veces por cantidad consumida (peso o tipos de platos).

Surgido en los años setentas es una forma rápida y sencilla de servir a grandes grupos de personas.

Restaurante de comida rápida (fast-food). Son el conjunto de establecimientos mercantiles dedicados a la venta de comida y bebida, con oferta reducida y elaboración sencilla que es solicitada y transportada por el propio cliente para ser consumida en el mismo local o para ser transportada y consumida fuera del local. En este grupo se incluye las pizzerías, hamburgueserías, entre otros.

Restaurante de alta cocina o gourmet. Los alimentos son de gran calidad y servicios a la mesa. El pedido es “a la carta” o escogido de un “menú”, por lo que los alimentos son cocinados al momento. El costo va de acuerdo al servicio y la calidad de los platos que consume. Existen mozos o camareros, dirigidos por un Maître. El servicio, decoración, ambientación, comida y bebidas son cuidadosamente escogidos.

Restaurantes temáticos: Son clasificados por el tipo de comida ofrecida. Los más comunes son según origen de la cocina, siendo los más populares en todo el mundo: La cocina italiana y la cocina china, pero también cocina mexicana, cocina japonesa, cocina española, cocina francesa, cocina tailandesa, restaurantes espectáculo, entre otras.

2.4. Gastronomía

✓ Generalidades

La gastronomía y la enología se han constituido en uno mas de los atractivos turísticos que poseen los núcleos receptores de turismo y que están basados en su cultura culinaria y enológica vinos y demás variedades de bebidas sidras, cavas licores, etc., constituyendo en muchos casos verdaderas rutas gastronómicas. Existe asociaciones y clubes gastronómicos que fomentan el arte del buen comer.

2.5. Banquetes

✓ Definición de banquetes

El banquete como la acción de reunirse un grupo de personas para comer juntas, signo y al propio tiempo causa de unidad entre ellas. Esta razón psicológica, unida a la obvia importancia de la comida para la conservación de la vida, justifica que el banquete ritual se registre en numerosas culturas. Unas veces se trata de banquete sacrificial (con sumisión de las víctimas ofrendadas a los dioses o de unas partes ofrendadas a las mismas); otras veces, el banquete funerario, dependiente de las ideas sobre la necesidad de una manutención de ultratumba para los difuntos; finalmente, se han sellado tradicionalmente con banquetes los pactos, alianzas y convenios, las reconciliaciones entre enemigos, etc. Por otra parte, en el mundo actual de los negocios, es muy común la realización de banquetes para cerrar acuerdos

Es muy similar al servicio de mesa, porque los camareros llevan la comida a la mesa del huésped. Sin embargo, el servicio de banquetes requiere a menudo que se transporte la comida desde una cocina central. La comida se puede servir en platos en la cocina central y transportarse en carros calientes especiales al comedor, o se puede transportar toda de una vez a una cocina pequeña cerca de la zona del comedor y servir allí en los platos.

✓ Tipos de banquetes

Existe una gran variedad e formas y estilos de servicio de banquetes según el lugar donde se realicen. Las más comunes son: en salones privados, en restaurantes, en hoteles e independientes. Sin embargo, la oferta de servicio de banquetes puede derivarse de:

- Restaurante de servicio completo
- Servicio de banquetes a domicilio
- Facilidades de servicio de alimentos y bebidas en hoteles
- Salones de banquetes
- Clubes privados
- Contratos por servicios de alimentos

Restaurantes de servicio completo: Los restaurantes tienen la oportunidad de ofrecer una gran variedad de servicios de banquetes a sus clientes. Sin embargo, deben considerar cuatro factores importantes: ubicación de la empresa, perfil del cliente, estilo o concepto del restaurante, facilidades para proveer servicios de banquetes.

Servicios de banquetes a domicilio: Requieren de una planeación minuciosa y detallada: considerando un plan de contingencia por mal tiempo, demoras en la transportación de la comida y del equipo, enfrentado los costos extras generados y los contratiempos que puedan presentarse; así como la contratación de servicios auxiliares como renta de sillas, mesas, platos, manteles, cristalería, vajillas, pisos o monturas para pistas de baile. Es necesario contar con equipo especial para la transportación de la comida, y para conservación tanto fría como caliente según se requiera.

Facilidades de servicios de alimentos y bebidas en hoteles: Los hoteles ofrecen diversos servicios de alimentos y bebidas en restaurantes, cafeterías, servicio al cuarto, servicio de banquetes, bar y venta de productos delicatessen. Es por ello, que sus servicios son más completos y menos costosos.

Salones de banquetes: Deben tener las instalaciones de cocina, y un staff de personal fijo, y proporcionan los servicios de banquetes dentro de sus establecimientos. Los factores que influyen en su mercado son el

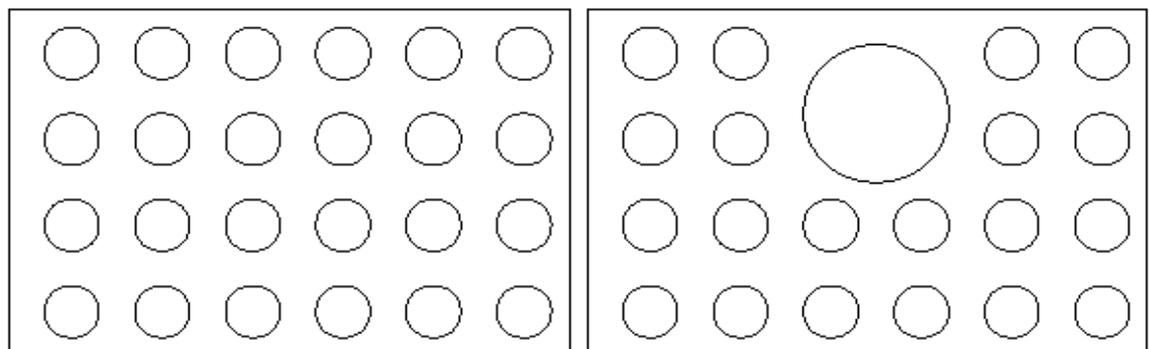
estilo o concepto, las facilidades en sus instalaciones y el perfil del cliente. Estos proporcionan al cliente mayor privacidad, a diferencia de un hotel o restaurante. Se especializan en un segmento de mercado especial como evento sociales o en espacios para grupos grandes que comúnmente no es posible acomodar en otros lugares; o en eventos especiales con alguna temática.

✓ **Tipos de montajes**

Montaje es una forma en que se distribuye el mobiliario, de acuerdo al tipo de eventos, tipo de servicio, entre otros. Es necesario considerar en el montaje determinadas características como es el conseguir una buena visibilidad de todos los asistentes, su comodidad, la accesibilidad, el tráfico de personas tanto invitados como los empleados de servicio y un acceso cercano a los sanitarios. Para ello es indispensable examinar los espacios, el tamaño del mobiliario, el número de personas, el itinerario para programar los cambios de montajes, los accesos y la circulación.

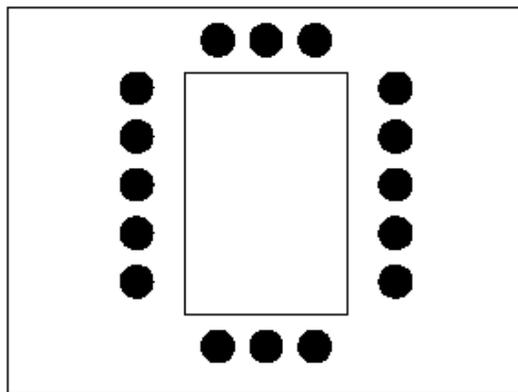
A continuación se presentan los tipos de montajes más utilizados en servicios de banquetes.

**ILUSTRACIÓN N° 1
TIPOS DE MONTAJES**

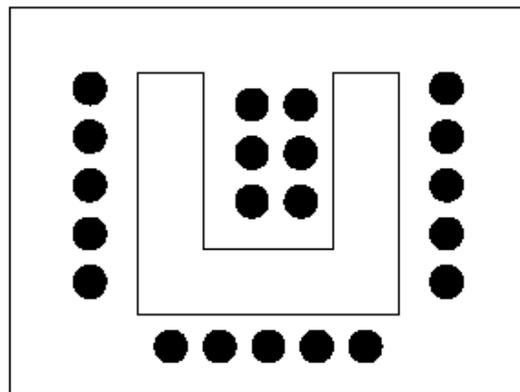


Tipo Banquete

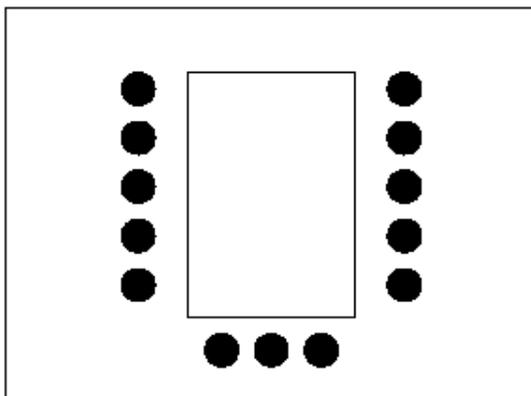
Tipo Banquete cena-baile



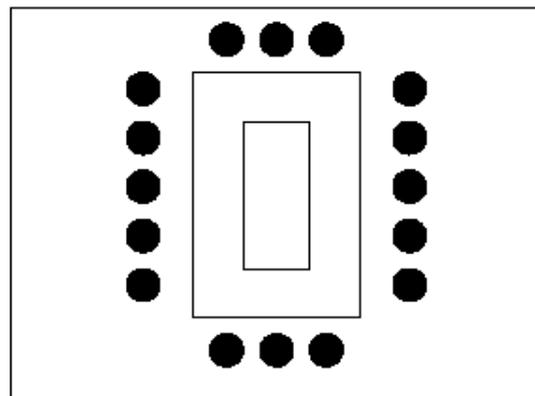
Tipo Imperial



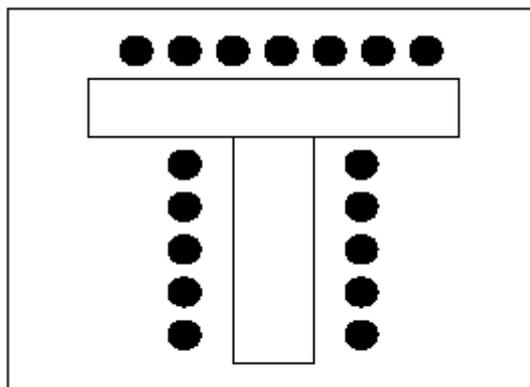
Tipo Herradura



Tipo Media Luna



Tipo Ruso



Tipo T

✓ **Tipos de eventos**

Algunos tipos de eventos por los cuales se realizan banquetes son: bodas, quince años, bautizos, comuniones, cenas de negocios, celebraciones empresariales, cenas en fin de año, cenas de navidad, congresos, convenciones, graduaciones, presentaciones de productos,

conferencias de prensa, cumpleaños, aniversarios, pasarelas seminarios, inauguraciones, homenajes y exposiciones (Mendieta, 2007).

Por otra parte Arno Schmidt comenta que existen dos tipos de servicios de banquetes los cuales se describen como interno o in house catering y off house catering o externos.

Las empresas que cuentan con un lugar fijo para la realización de eventos sociales generalmente son quienes ofrecen servicio interno considerado que además disponen del equipo necesario para la producción de alimentos, personal capacitado, espacio para el evento, esto sin necesidad de pagar renta alguna.

En lo que se refiere a off house por lo general es más rentable en comparación que in house o interno, esto se debe a que no paga directamente renta por el espacio, sino que se hace un presupuesto de acuerdo a las necesidades de los clientes.

Además de rentar equipo para la realización de eventos, pagando personal de apoyo y ofreciendo un servicio de banquete como son los alimentos y bebidas, renta de equipo, renta de espacio, contratación de personal con la ayuda de proveedores.

Contar con un adecuado diseño de servicio al cliente, es premisa para trabajar por una adecuada competitividad empresarial. Reducir la brecha entre el servicio brindado y el percibido es hoy objetivo esencial de las organizaciones, la reducción de esta brecha solo es posible a través de un adecuado nivel de organización. Es por ello que está reconocido el diseño de atención al cliente, lo cual constituye el punto de partida para obtener éxito en lo que se ofrece al cliente.

Kart Albrech y Bradford Lawrence mencionan que la solución para lograr un adecuado nivel de competitividad esta en situar al cliente y sus necesidades en el punto central de atención.

La finalidad es obtener la satisfacción del cliente, considerando los límites del sistema productivo, el cual requiere integrar estos factores como una cadena de procesos continuos que se activan en el instante en que el cliente demanda el producto- servicio.

✓ **Organización de banquetes**

La organización de servicios de banquetes deberá llevarse a cabo tres días antes de su realización, con el fin de coordinar con tiempo las actividades a realizar, en todos los departamentos que tengan relación con el servicio, y estén informados, con esto poder planear y desarrollar las funciones correspondientes.

Independientemente del día, hora, número de personas, y además datos del evento a realizar, en la orden de servicio deben figurar:

- Menú: Especificando el nombre de cada plato, bebida y aperitivos. Los menús pueden ser: desayunos, almuerzos, bufet, comidas o cenas.
- Forma en que se ha de realizar cada servicio y montaje.

✓ **Servicio de alimentos**

Chong P. menciona que en el área de alimentos y bebidas se distingue por aspectos importante, tales como:

- Limpieza del establecimiento: anuncios luminosos, entradas, cristales, pisos, alfombras, mesas, loza, sanitarios, entre otros.
- Aspectos del personal; baño diario, uniformes limpios cabello y uñas cortas, sin perfume.
- Variedad en la comida: menú amplio y sugestivo, eliminando e incluyendo platillos según los gustos de la clientela, introduciendo especialidades, tanto ecuatorianas como internacionales.

- Calidad de las materia primas: productos de optima calidad, en perfecto estado y debidamente estandarizadas, en peso, color, tamaño, sin engañar nunca y sirviendo lo convenido al cliente.
- Presentación de los platillos: termino de cocción de acuerdo a lo solicitado, guarniciones correctas, platos limpios y presentación.
- Ambiente y entorno agradable: de acuerdo al ambiente y concepto de cada uno de los establecimientos, ya que los gustos en cuanto ambiente son definidos por el cliente, decoración atractiva y tipo de música.
- Seguridad: salón a prueba de accidentes, pisos y escaleras, extinguidores, salidas de emergencia, así como personal de seguridad, manteniendo la integridad de los asistentes.

En la actualidad y con los constantes cambios que existe en el área de servicio de alimentos, se deben considerar planes de operación y de una estrategia que resulte eficiente en la realización de los servicios, con lo que el cliente quedara satisfecho con lo ofrecido en tiempo determinado y cumpliendo con sus necesidades (Chong, 2001)

✓ **Menú para los Banquetes**

Según Loman (2000) menciona: Los programas de menús de banquetes incluyen una gran variedad de servicios y comidas. Los factores que influyen en el éxito del programa son el tipo de servicio, el rengo de precio, el tipo de cocina ofrecida, las capacidades de producción, el conocimiento del cliente y la habilidad de ser creativo y flexible junto con una planeación del desarrollo de dicho menú y del precio. Los formatos básicos en banquetes son para cena, comida y desayuno, los cuales se adaptan a las necesidades individuales del cliente.

✓ Selección de precio del banquete

Según MARTÍNEZ, Javier (2003), nos menciona: ***“El precio del banquete depende gran parte del éxito de la contratación y venta de los servicios de banquetes, para ello es muy importante tener precios de ventas, que se ajusten a la necesidad del cliente.”***

En el establecimiento de los precios de banquetes se introducen dos grandes criterios:

- Ofrecer precios bajos y poca calidad
- Tener un buen nivel de calidad y precios altos

Para poder determinar los precios que se ofrecerán en un servicio de banquetes se deberá considerar los siguientes factores:

- Selección de menús.
- Recetas de los menús
- Costos unitario de menú
- Porcentajes de costos de comida y bebidas
- Análisis de competencias con servicio e instalaciones similares
- Tipo de cliente
- Inversión en mobiliarios y equipo
- Criterios y estrategias de venta
- Servicios complementarios y equipos auxiliares

Con estos factores establecidos, se tienen elementos de juicio suficientes, para conocer cuál es el precio idóneo, con los cuales se deberá de trabajar.

2.6. Administración

✓ Definición

Según HERNANDEZ, Sergio (2004) nos menciona: **“La administración es la actividad humana encargada de organizar y dirigir el trabajo individual y colectivo efectivo en términos de objetivos determinados.”** Pag.4

Según BENAVIDES, Javier (2004) nos dice: **“La administración como disciplina científica que orienta los esfuerzos humanos para aprovechar los recursos de que se dispone para ofrecer a la comunidad satisfactores de necesidades y así alcanzar las metas de quienes emprenden dichos esfuerzos”.** Pág.3

Según GARETH, Jones (2006) nos menciona: **“La administración es la planeación, organización, dirección y control de los recursos humanos y de otra clase, para alcanzar con eficiencia y eficacia las metas de la organización.”** Pag.5

Los diferentes significados e interpretaciones del término administración nos dice que la administración es la reunión de ciertos factores como son la planeación, organización, dirección y control de toda una organización, el cual ayuda al logro de las metas de una manera eficaz y eficiente.

✓ ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

▪ VISIÓN

Según FRED, David (2003) describe: **“Una declaración de la visión debe responder a la pregunta básica “¿qué queremos llegar a ser?” Muchas empresas poseen tanto la declaración**

de la visión como de la misión, pero la declaración de la visión debe establecer en primer lugar. La declaración de la visión debe ser corta, formada de preferencia por una oración y desarrollada por tantos gerentes como se posible.” Pág. 56

Según GALINDO, Carlos (2004) define: ***“Es un conjunto de ideas generales que permiten definir claramente, a donde quiere llegar la organización en un futuro, mediante proyecciones descriptivas y cuantitativas.”*** Pág.17

La visión tiene el objeto de alcanzar en el transcurso de un tiempo determinado, metas y objetivos, para que la empresa sea líder en el mercado.

▪ MISIÓN

Según FRED, David (2003) nos dice: ***“La misión de una empresa es el fundamento de prioridades, estrategias, planes y tareas; es el punto de partida para el diseño de trabajos de gerencia y, sobre todo, para el diseño de estructuras de dirección”*** Pág.59

Según GALINDO, Carlos (2004) menciona: ***“La misión de una empresa se fundamenta básicamente en el propósito para el cual fue creada, teniendo en cuenta el tipo de actividades que se realizaran durante su periodo de operación.”*** Pág.16

Considerando los anteriores conceptos sobre la misión podemos recalcar que en una empresa, es de gran importancia las declaraciones de esta, en la dirección estratégica. La elaboración de la misión marca la diferencia en el éxito de la empresa.

✓ **Competencias**

Según LOPÉZ H. J. (2006) menciona: ***“La competencia se definen en el ámbito empresarial como el conjunto de conocimientos y cualidades profesionales necesarias para que el empleado pueda desarrollar un conjunto de funciones y/o tareas que integran su ocupación.”*** Pág.33

Para avalar lo expuesto por autor anterior los componentes de la competencia son:

Componentes de las competencias

▪ **CONOCIMIENTOS PROFESIONALES**

Los conocimientos constituyen los elementos básicos e indispensables para desempeñar las funciones precisas para el logro de los objetivos del negocio. Los conocimientos deben expresar los requerimientos de todos los puestos de trabajo. A estas competencias se les suele denominar técnicas.

▪ **Cualidades profesionales**

Las cualidades profesionales constituyen el segundo tipo de competencia. Reflejan el conjunto de patrones de conducta, características personales, observables y medibles, necesarias para desarrollar las actividades diarias. Pág.37, 49

▪ **Competencias laborales**

Para B Willan. Werther / Keith Davis (2008) en su obra Administración de Recursos Humanos afirma: ***“Competencia laboral es la capacidad productiva de un individuo que se define y mide en términos de desempeño en un determinado***

contexto laboral y no solamente en termino de habilidades, destrezas y actitudes.” Pág. 104

- **Marketing**

- ✓ **Definición**

Es un proceso que actúa para “atrapar el negocio” utilizando diferentes técnicas de manera continua, apropiada y creativa para asegurar el éxito. El marketing no puede garantizar el éxito, ni puede ser aplicado por rutina. La habilidad de aquellos involucrados en el marketing esta precisamente en la manera cómo actúan en un área a la que se define correctamente como un arte y como una ciencia.

- ✓ **Comercialización**

En CHARLES W. Lamb, (2006).en su obra Marketing menciona: “Es la decisión de llevar un producto al mercado, ya que esto incide varias tareas como el embarque del producto a los puntos de distribución capacitación de los vendedores y anuncios de nuevos productos a los negocios y a los consumidores potenciales”. Pag.342

El estudio de comercialización permite asignar un costo agregado al producto o servicio por efectos de su distribución. Los canales de distribución está determinado por el camino que recorre un bien o servicio desde el productor hasta el consumidor, esto supone de hecho, vinculaciones que se pactan entre la empresa que produce el bien o atiende el servicio. Para esto se debe saber el margen de comercialización que ayuda a conocer una medida del costo de comercialización en cada etapa del proceso. Para esto se debe de tener muy en claro la selección de canales de comercialización y así lograr un

diseño adecuado y identificar los segmentos de población a los cuales se quiere llegar, es decir la clientela potencial del proyecto.

- **Plaza**

KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary (2008), en su obra Principios de marketing cita que son: “Las actividades que hace la empresa para que el producto esté disponible para sus clientes objetivo”. Pág. 61.

La plaza nos ayuda a saber cuáles serán nuestros principales clientes a donde irá dirigido el servicio, considerando los detalles más importantes que ayudara a llegar al consumidor potencial.

- **Servicio**

CORDOBA, Marcial (2006), en su obra Formulación y Evaluación de Proyectos Manifiesta: “La idea de que los consumidores prefieren los productos que ofrecen la mejor calidad, desempeño y características, y de que por tanto la organización debe dedicar su energía a mejorar continuamente sus productos”. Pág. 157

El desarrollo del producto o del servicio es, para la mayoría de los negocios, un proceso continuo. Algunas veces el proceso es más evolución que revolución. Pero en el mundo de hoy altamente competitivo, ninguna organización puede permitirse no ser innovadora en los productos o servicios que ofrece a los clientes o en el modo en que los comercializa.

- **PRECIO**

Según CORDOBA Marcial (2006), menciona: “Al precio se lo define como la manifestación en valor de cambio de un bien expresado en términos monetarios o como la cantidad de

dinero, que es necesario entregar para adquirir un bien”.

Pág. 173

Toda empresa fijara los precios para sus bienes o servicio tomando en cuenta los costos, la demanda y al mercado y también lo referente a lo político como social.

Por lo que depende de la clase de producto o servicio se examinara cierto aspecto para la fijación de precio. Teniendo en cuenta la estructura de costos de la empresa, que viene hacer el pago de los factores de producción, tierra, trabajo, capital y capacidad empresariales un punto para estimar el precio de los bienes o servicios, otra modalidad es los precios fijados por el mercado esto dependerá de la demanda si es alta existirá precios altos, si es baja los precios tenderán a niveles bajos; otra forma es la fijación de precios con base en la competencia, el cual es saber conocer la importancia que le otorga el consumidor a las características del producto, lo cual ayuda al empresario a conocer el producto. Existe otras modalidades como son los precios políticos que son fijados como por ejemplo los subsidios, los precios vigentes en el mercado internacional y por último los precios en proyecto de servicios públicos que vienen hacer un equilibrio entre la adecuada prestación del servicio y la garantía de su sostenibilidad.

▪ **PROMOCIÓN**

Según MONTAÑO, S. Francisco (2005), en su Obra Mercadotecnia, Investigación y Análisis para el éxito, enuncia que: ***“Son programas, actividades o eventos, que tienen por finalidad, ayudar a vender, estimulando una respuesta rápida de compra, en el lugar de la venta, mediante una diversidad de medios de comunicación e incentivos a corto plazo”.*** Pág. 126.

La promoción externa es fundamental para permitir a los clientes potenciales saber de manera clara y convincente que el producto o

servicio está disponible y alentarlos a comprar. Esto incluye una variedad de técnicas, como la publicidad, el correo directo, la promoción de ventas y las relaciones públicas, las cuales pueden utilizarse en forma conjunta o separada. Las marcas y los productos dependen de la visibilidad para tener éxito. Nadie puede comprar algo que no sabe que existe; los productos se convierten en líderes dentro del mercado en gran medida por la inversión en promoción que se hizo para esos productos.

- **Mercado meta**

Según el Diccionario de Marketing de Cultura S.A. nos dice:
“Mercado meta es la parte del mercado disponible cualificado al que la empresa decide aspirar”. Pág.27

- **Demanda**

Según ARBOLEDA Germán (2001), alude: ***“La demanda es la expresión de la forma en la cual una comunidad desea utilizar sus recursos con el objeto de satisfacer sus necesidades, buscando maximizar su utilidad, bienestar y satisfacción.”*** Pág. 51

La demanda es un proceso mediante el cual vamos a conocer las condiciones que afectan el consumo de un bien o servicio, en cual no solo es saber la demanda existente sino también saber pronosticar los consumos que puedan estimar.

Para saber analizar la demanda existente se deberá estudiar el comportamiento de algunas variables por ejemplo las preferencias del consumidor, para esto se determinara la zona geográfica en donde se ubican los potenciales demandantes y se tomara en cuenta tres aspecto esenciales como son: la población, el ingreso, zona de influencia. Por otra parte también es importante conocer el comportamiento histórico del “consumo aparente” el cual nos permitirá plantear nuestras primeras

hipótesis sobre la demanda futura del proyecto, aplicando las pertinentes fórmulas para realizar el análisis.

- **Oferta**

Según ARBOLEDA Germán (2001), alude: ***“La oferta se refiere al comportamiento de la misma y ala definición de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar quienes tienen dentro de sus actividades proveer de bienes o servicios similares al del proyecto.”*** Pág. 51

La oferta es una variable que resulta muy difícil identificarla por lo que está en manos de la competencia, que por obvias razones no están interesados en divulgarla, sin embargo se existe algunos mecanismos indirectos de información global que ayudara a tener una idea sobre el comportamiento de la oferta. Para conocer el estudio de la oferta debemos considerar ciertos aspecto como son: listado de proveedores en cual se trata de tener la información más importante con respecto a estos, conocer la estructura de mercado, saber la proyecciones de la oferta, saber comparar la demanda con la oferta, para así conocer la demanda insatisfecha y realizar el respectivo análisis.

- ✓ **Demanda insatisfecha**

Según ARBOLEDA Germán (2001), nos dice: ***“La demanda insatisfecha es cuando la demanda total no está debidamente satisfecha.”*** Pág. 51

Según FORSYTH Patrick (2010), menciona las siguientes estrategias de marketing:

✓ **Estrategias de marketing**

- Satisfaga las necesidades de los diferentes grupos estratégicos hacia los cuales está dirigida: consumidores, mayoristas, clientes y demás;
- Logre los objetivos de marketing corporativo, los financieros y los de crecimiento;
- Dirigir la atención hacia los diferentes elementos de los productos de la actividad del marketing, precios, distribución y promoción;
- Combinar bien con otras estrategias de marketing o de negocios; en otras palabras, que no obstaculice su logro:
- Capitalizar las fortalezas corporativas y minimizar el efecto de toda debilidad;
- Crear una ventaja competitiva que sea difícil de igualar o sobrepasar.

2.7. Estudio técnico

✓ **Localización óptima del proyecto**

Para BACA, Gabriel. (2006). Expresa: ***“La localización Óptima del Proyecto consiste en identificar y analizar las características del entorno que favorezcan en forma positiva a la implantación del proyecto, para lograr la máxima utilidad al mínimo costo”***. Pág. 107

La localización ayudara a identificar y analizar las variables denominadas fuerzas locacionales con el fin buscar la localización en que la resultante de esta fuerzas produzcan la máxima ganancia o el mínimo costo unitario para el proyecto

✓ **Tamaño del proyecto**

Según MIRANDA Juan José (2005) menciona: ***“El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producción de un bien***

o de la prestación de un servicio durante la vigencia del proyecto”

Pág. 119

✓ **Diagrama de bloque**

Según CORDOBA, Marcial (2006) nos dice: ***“El diagrama de bloque consiste en que cada operación unitaria ejercida sobre los insumos, se encierra en un rectángulo; cada rectángulo o bloque se coloca en forma continua y se une con el anterior y el posterior por medio de flechas que indican tanto la secuencia de las operaciones como la dirección del flujo.”*** Pág. 257

Considerando lo mencionado por el autor, el diagrama de bloque es una representación sencilla del proceso que lleva a la producción del bien o servicio.

✓ **Flujograma**

Según Chiavenato Idalberto. Año 1.993; ***El Flujograma o Diagrama de Flujo, es una gráfica que representa el flujo o la secuencia de rutinas simples. Tiene la ventaja de indicar la secuencia del proceso en cuestión, las unidades involucradas y los responsables de su ejecución.”***

2.8. Contabilidad

✓ **Definición**

Según ZAPATA Pedro (2005) define así: ***“La Contabilidad es un elemento del sistema de información de un ente, que proporciona datos sobre su patrimonio y la evolución del mismo, destinados a facilitar las decisiones de sus administradores y de los terceros que interactúan con el en***

cuanto se refiere a su relación actual o potencial con el mismo". Pág. 18

✓ **Balance general**

SARMIENTO, R. Rubén. (2005) en su obra Contabilidad General, manifiesta: "Es el que demuestra la situación económica financiera de una empresa al inicio o al final de un ejercicio económico, según el caso." Pág. 248.

El balance general contiene las cantidades de los activos de la empresa, es decir los bienes adquiridos por el trabajo desarrollado de la entidad. Por otro lado se presenta los activos esperados de la empresa, como las obligaciones financieras que adquieren los socios del proyecto, y el patrimonio o capital social que genera durante el periodo económico.

✓ **Estado de resultados**

Según ZAPATA Pedro (2008), menciona: **"El Estado de resultados muéstralos efectos de las operaciones de una empresa y su resultado final, ya sea ganancia o pérdidas. Muestra también un resumen de los hechos significativos que originaron un aumento o disminución en el patrimonio de la empresa durante un periodo determinado."** Pág. 61

El Estado de Resultados es un documento en donde se detalla notoriamente la situación económica, de la empresa permitiendo a los gerentes tomar decisiones, que ayude a la situación actual de la empresa en caso de situar inconvenientes.

✓ **Estado de flujo de caja**

Según JÁCOME Walter (2005) nos dice: ***“Representa el comportamiento del efectivo en la fase operativa prevista para el proyecto, tomar muy en cuenta que son datos basados en pronósticos y aproximaciones que en ningún momento constituye certezas o afirmaciones seguras de los posibles ingresos y egresos del dinero.”*** PÁG. 74

Este flujo de caja es un informe financiero que muestra los movimientos de ingresos y egresos y la disponibilidad de efectivo a una fecha determinada, para así tomar decisiones futuras.

✓ **Evaluación de la inversión**

▪ **Valor actual neto**

El Valor Actual Neto es el valor presente de todos los flujos de

Su fórmula es la siguiente:

$$VAN = II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} \dots + \frac{FNE + VS}{(1+r)^n}$$

Cuando se utiliza el valor presente neto para decisiones de aceptación y rechazo, los criterios son los siguientes:

- Si el valor presente neto es mayor que 0, se acepta el proyecto.
- Si el valor presente neto es menor que 0, se rechaza el proyecto.

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un proyecto es el valor de flujos de caja netos, es decir consiste en descontar al momento actual todo los flujos de caja futuros del proyectos, a este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual del proyecto.

- Tasa interna de retorno

Para SCOTT Besley y BRIGHAM, Eugene F. (2009), en su obra literaria Fundamentos de Administración Financiera, define como: “La tasa de descuento que hace que el valor presente de los flujos de efectivo esperados de un proyecto sea igual que el monto inicial invertido”. Pág. 41.

La tasa interna de retorno evalúa el proyecto en función de la única tasa de rendimiento por periodo con el cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual y su fórmula es la siguiente:

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VAN_{Ti}}{VAN_{Ti} - VAN_{Ts}}$$

Cuando se utiliza la tasa interna de retorno para tomar decisiones de aceptación y rechazo, los criterios de decisión son los siguientes:

- Si la TIR es mayor que el costo del capital, se acepta el proyecto.
- Si la TIR es menor que el costo de capital, se rechaza el proyecto.

Estos criterios garantizan que la empresa ganará al menos el rendimiento requerido tal resultado debe mejorar el valor del mercado de la empresa y por lo tanto la riqueza de sus propietarios.

Es utilizado para decidir su aceptación o rechazo de un proyecto de inversión, para esto se compara una tasa mínima, la tasa interna de retorno equivale a la tasa de interés producida por un proyecto de inversión, también se define como la tasa (TIR) , para el cálculo del valor presente de los flujos de caja esperados(ingresos menos egresos) se iguala con la inversión inicial.

- **Beneficio – costo**

Según ESCOBAR JIMENEZ, John Mauricio menciona: **“La relación costo beneficio, consiste en poner en valor presente los beneficios netos y dividirlos por el valor presente de todos los costos del proyecto.”** Pag.85

Formula:

$$C/B = \frac{\sum \text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\sum \text{EGRESOS ACTUALIZADOS}}$$

Este índice nos permite decidir si aceptamos todos los proyectos con un índice mayor a 1. Si el índice de rentabilidad es mayor a 1 el valor actual es mayor que la inversión y por lo tanto exactamente a la misma decisión que el valor actual neto.

- **Periodo de recuperación**

Según CASTRO, Rómulo nos dice: **“El periodo de recuperación es el tiempo que tarda un proyecto en recuperar la inversión total, que en nuestro caso la constituye los activos fijos, activos diferidos, y el capital de trabajo”.** Pág. 129

Se interpreta como el tiempo necesario para que el proyecto recupere la inversión. Esta es recuperada en el año en el cual los flujos de caja acumulados superan a la inversión inicial.

- Si el periodo de recuperación es menor que el periodo de recuperación máximo aceptable, se acepta el proyecto.

- Si el periodo de recuperación es mayor que el periodo de recuperación máximo aceptable, se rechaza el proyecto.

- **Punto de equilibrio.**

Según GITMAN, Laurence J. (2007) en su libro Principios de Administración financiera manifiesta: **“Es el nivel de ventas que se requiere para cubrir todos los costos operativos”**. pág. 439.

$$PE\$ = \frac{\text{CostoFijoTotal}}{1 - \frac{\text{CostoVariable}}{\text{Ventas}}} \qquad PEu = \frac{\text{CostoTotal}}{PVu - CVu}$$

El punto de equilibrio ayuda a establecer, la igualdad que existe entre los ingresos y egresos de las ventas realizadas durante el periodo contable, es utilizado para conocer el rendimiento que está alcanzando en el desarrollo de sus actividades, trabajos y proyectos.

- **Análisis de sensibilidad.**

Para DÍAZ, M. Ángel. (2008) en su Obra David y Goliat Iniciación del Proyecto afirma: **“Es el método utilizado para conocer la incidencia de un determinado parámetro sobre los objetivos del proyecto; se dan diferentes valores a este parámetro y se calculan los indicadores que se crea conveniente”**. Pág. 148.

Con el objeto de facilitar la toma de decisiones dentro de la empresa puede efectuarse un análisis de sensibilidad, el cual indicara las variables que más afectan el resultado económico de un proyecto y cuáles son las variables que tienen poco incidencia en el resultado final, para evitar que exista el fracaso.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Presentación

El estudio de mercado se lleva cabo dentro de un proyecto de iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica, que permite estudiar algunas variables sociales y económicas; por lo cual se trata de recopilar y analizar los antecedentes que se va a necesitar para realizar dicho proyecto.

La investigación de mercado, vincula a los consumidores, usuarios, proveedores, competidores y todo lo referente a lo político, legal, económico o social que este afecte o beneficie al proyecto.

Por lo tanto el estudio de mercado es un factor muy esencial al momento de realizar el proyecto, para así obtener resultados sobre la capacidad que tiene el consumidor para aceptar, adquirir y utilizar el servicio.

En todo tipo de estudio de mercado se debe analizar los siguientes elementos:

- Identificación del bien o servicio
- La demanda
- La oferta
- El precio
- La comercialización

3.2 Identificación del servicio

El servicio de banquetes ofrece un servicio personalizado el cual se brindara a los clientes, antes, durante y después del evento.

Para un mayor entendimiento por parte de nuestros clientes, se detalla a continuación los diferentes servicios que se prestara:

- Servicio completo de banquetes
- Servicio de decoración
- Atención personalizada durante el evento
- Servicio de Audio y Video
- Servicio de Asesoría de Imagen

Servicio completo de banquetes: este es el servicio principal que brindara la empresa por lo que ayudara al cliente a seleccionar la mejor opción de catering, el buffet, mantelería y menaje en general para el evento.

Servicio de decoración: Buscar la mejor opción en lo que respecta a florerías, decoración con globos, iluminación del local. Coordinar la distribución de las mesas, ubicación de pancartas, etc.

Atención personalizada durante el evento: En cada evento habrá siempre una persona encargada de supervisar que cada uno de los requerimiento del cliente sean cumplidos y dar solución a posibles inconvenientes.

Servicio de Audio y Video: Se prestara el servicio de audio y video, de acuerdo al evento y al cliente. Puede ser música en vivo, mariachis, banda, música pregrabada, entre otros, también se otorgara el servicio de filmación de evento o fotografía.

Servicio de Asesoría de Imagen: Esto se refiere que se proporcionara un servicio que asesore al cliente, para que este se sienta confortable al momento de la realización del evento.

3.3 Mercado Meta

El mercado meta al inicio de la operaciones de la pequeña empresa son las empresas públicas y privadas, como también usuarios familiares de la ciudad de Atuntaqui, cuando la pequeña empresa gane prestigio en el medio se incursionara en mercado regional.

3.4 Análisis de demanda

La demanda para el proyecto está representada por el número de empresas y usuarios familiares de Ciudad de Atuntaqui, estos datos fueron proporcionados por Ilustre Municipio de Antonio Ante y Cámara de Comercio.

Donde, para el año 2010 se encuentran registradas 30 empresas y la población del cantón representado por familias son 2087, dato que se obtuvo al dividir la población total por el número de integrantes de cada familia, en este caso cinco miembros, basado en la canasta familiar, consideradas como demanda potencial posibles

✓ Demanda potencial actual

Aquí se representa el número de usuarios con su frecuencia de consumo anual basado en la investigación de campo mediante la indagación a través encuestas, tanto de usuarios empresariales y usuarios familiares Donde se determina que actualmente demandan las empresas 54 servicios.

**CUADRO N° 31
DEMANDA POR EMPRESAS**

Año	Total de empresas	Frecuencia de contratación	%	Número de empresas	N° de servicios contratados	N° de servicios contratados anualmente
2010	30	TRIMESTRAL	13	4	4	16
		SEMESTRAL	40	12	2	24
		ANUAL	47	14	1	14
			100	30		54

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Para establecer el número de empresas que necesitan el servicio se procedió a multiplicar la cantidad de servicios por el promedio de nómina de empleados, de los usuarios empresariales, siendo 25 según la entrevista realizada al personal encargado de contratar el servicio.

Para los usuarios familiares igualmente se tomó como base la información recopilada por encuestas a continuación se presenta el comportamiento:

**CUADRO N° 32
DEMANDA POR FAMILIAS**

POBLACIÓN TOTAL POR FAMILIAS	% DE DECISIÓN	POBLACIÓN DISPUESTA A CONTRATAR	FRECUENCIA DE CONTRATACIÓN	%		CANTIDAD DE CONTRATACIÓN	TOTAL DE CONTRATACIÓN
2087	78%	1628	Trimestral	1	16	4	65
			Semestral	6	98	2	195
			Anual	93	1514	1	1514
				100			1774

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Donde se puede observar que los usuarios familiares demandan 1774 servicios.

✓ **Proyección de la demanda**

Para realizar la proyección de la demanda se tomó en cuenta el índice de crecimiento comercial y poblacional del Cantón Antonio Ante cuyos resultados se presentan a continuación:

El índice de crecimiento comercial se obtuvo aplicando el siguiente procedimiento.

CUADRO N° 33
CRECIMIENTO DE EMPRESAS

AÑO	N° DE EMPRESAS	i= (Dn/Do)-1
2005	22	
2006	22	0,00
2007	23	0,05
2008	25	0,09
2009	27	0,08
2010	30	0,11
TOTAL		0,0532

Fuente: Municipio de Antonio Ante

Elaborado por: La Autora

Entonces la tasa de crecimiento promedio anual (i).

$$i = \frac{\sum i}{n} = \frac{0.0532}{5} = 0.06 = 6\%$$

CUADRO N° 34
PROYECCIÓN EMPRESAS

AÑO	PROYECCIÓN POR SERVICIOS
2011	57
2012	61
2013	65
2014	69
2015	73

Fuente: Investigación de campo Factor de crecimiento exponencial 1,06

Elaborado por: La Autora

En los usuarios familiares se aplicó el índice de crecimiento poblacional del 2,5% según el INEC para obtener la proyección de los siguientes años:

**CUADRO N° 35
DEMANDA FUTURA**

AÑO	DEMANDA FUTURA DE SERVICIOS
2011	1818
2012	1864
2013	1910
2014	1958
2015	2007

Fuente: Municipio de Antonio Ante Factor de crecimiento 1,025

Elaborado por: La Autora

3.5 Análisis de la oferta

La oferta en el proyecto representa a la competencia de empresas que brindan servicios similares a la propuesta de la pequeña empresa.

Actualmente las empresas que ofertan el servicio similar son: ocho cuyos datos fueron recopilados en la Cámara de comercio y Ministerio de Turismo-

A continuación el listado de locales considerados como competencia:

**CUADRO N° 36
LISTADO DE LOCALES**

N°	NOMBRE DEL LOCAL	REPRESENTANTE LEGAL	NÚMERO DE PLAZA
1	D'WILLIANS	Fernández Vargas William Noé	40
2	ANY	Mery Franco	80
3	PAILATOLA	Caicedo Pozo Héctor	80
4	CASA DE MARIN	Rivadeneira Ortiz José Milton	100
5	HOSTERIA SAN ALFONSO	Vallejo Guevara Martha Cecilia	56
6	VALLE HERMOSO	Corrales Vásquez Guadalupe	200
7	HOSTERIA NATABUELA	López Montesdeoca Olga Lidia	80
8	AÑORANZAS	Jácome Cahuasqui Rosario	56
		TOTAL PERSONAS	692
		TOTAL PROMEDIO DE PERSONAS	87

Fuente: Dirección de Turismo

Elaborado por: La Autora

Mediante la investigación de campo se ha podido establecer los servicios que actualmente, siendo estos:

**GRÁFICO N° 28
SERVICIOS QUE BRINDA LA COMPETENCIA**



Fuente: Investigación de campo
Elaboración: La Autora

La mayor parte de locales brindan para eventos sociales (familiares) y empresariales, se puede agregar que un número considerable de empresas brindan servicio de restaurante.

✓ **Comportamiento de la oferta actual**

Para establecer el comportamiento de la competencia y por la falta de datos oficiales, se ha tomado en cuenta datos recopilados a través de la encuestas donde se puede apreciar su comportamiento; para determinar el total de personas que reciben el servicio se tomó en cuenta la capacidad promedio de locales que es de 87 según el Ministerio de Turismo, como también la frecuencia que son contratos estos lugares, siendo un promedio de 6 veces mensuales, dependiendo la temporada.

**CUADRO N° 37
OFERTA ACTUAL**

AÑO	LUGARES QUE OFERTAN EL SERVICIO	FRECUENCIA DE ATENCIÓN DEL SERVICIO	NÚMERO DE SERVICIOS OFERTADOS
2010	8	72	576

Fuente: Competencia

Elaboración: La Autora

Con lo establecido anteriormente, las personas ofertantes prestan un total de servicios de 576 anual, lo que representan tanto usuarios familiares y empresariales.

✓ **Proyección de la oferta**

Para determinar la oferta futura se tomó en cuenta el índice de crecimiento de la competencia, que es del 1,03 dato que se obtuvo de los siguientes cálculos:

CUADRO N° 38
CRECIMIENTO DE OFERTANTES

AÑO	CRECIMIENTO DE LOCALES OFERTANTES	i= (On/Oo)-1
2005	7	
2006	7	0,00
2007	7	0,00
2008	8	0,14
2009	8	0,00
2010	8	0,00
TOTAL		0,14

Fuente: Municipio de Antonio Ante

Elaboración: La Autora

Luego se procedió a estimar la tasa de crecimiento promedio anual (i).

$$i = \frac{\sum i}{n} = \frac{0.14}{5} = 0.03 = 3\%$$

Este índice de crecimiento se multiplica por el total de personas que reciben el servicio en el año 2010 a continuación los resultados:

**CUADRO N° 39
OFERTA PROYECTADA**

AÑO	OFERTA FUTURA
2011	592
2012	609
2013	627
2014	645
2015	663

Fuente: Investigación de campo Factor de crecimiento anual de 1,03

Elaboración: La Autora

3.6 Balance demanda- oferta

Es la contrastación de las variables de mercado tanto de demanda como oferta, con su respectivo comportamiento las cuales permite visualizar si existe el tamaño suficiente de mercado y apreciar el éxito prospectivo de la pequeña empresa en su gestión.

**CUADRO N° 40
BALANCE OFERTA- DEMANDA**

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2011	1876	592	1283
2012	1925	609	1315
2013	1975	627	1349
2014	2027	645	1383
2015	2081	663	1418

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora

Después del análisis se confirma un mercado que puede ser captado por la propuesta del proyecto.

3.7 Identificación de la demanda insatisfecha

Está representado por el número de empresa o usuarios familiares que necesitan el servicio de banquetes los cuales fueron el resultado de un análisis exhaustivo.

**CUADRO N° 41
DEMANDA INSATISFECHA**

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA
2011	1283
2012	1315
2013	1349
2014	1383
2015	1418

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora

Según el cuadro anterior en el año 2011 existen 1283 de demanda insatisfecha, que forman parte de la cantidad de servicios que se necesita cubrir en la Ciudad de Atuntaqui, claro está que se toma en cuenta su frecuencia de contratación de los locales actuales.

3.8 Pronósticos de ventas

Para el pronóstico de ventas se analizó las capacidades operativas y administrativas de la pequeña empresa, llegando a determinar que en el primer año de operaciones se captara el 5% de la demanda insatisfecha con un crecimiento porcentual a futuro del 10%, aplicando estrategias comerciales.

CRITERIO DE CAPTACIÓN	5%
CRITERIO DE CRECIMIENTO	10%

**CUADRO N° 42
PRONÓSTICO DE VENTAS**

AÑO	PLAN DE SERVICIOS
2011	64
2012	71
2013	78
2014	85
2015	94

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora

Se puede observar que la pequeña empresa prestara 64 servicios, con un promedio de 5 servicios mensuales dependiendo la temporada, con un promedio de 150 personas por cada servicio.

✓ **Análisis de los precios**

El análisis de los precios del servicio de Banquetes, es muy complejo ya que depende de los siguientes aspectos:

- Tipo de servicios
- Número de personas
- Tipo de cliente

Efectuada la encuesta se ha determinado que los precios que manejan los locales considerados como competencia no son estandarizados, en promedio el precio por el menú en de 6 a 8 por persona esto incluye local y soporte técnico.

3.9 Estrategias comerciales

Para alcanzar los objetivos planteados de la pequeña empresa se ha diseñado las siguientes estrategias comerciales, basadas en las 4p y tomando en cuenta las expectativas identificadas a través de la investigación de campo.

3.10 Slogan



Banquetes La Delicia

Compartiendo los mejores momentos de tu vida

3.11 Estrategias del servicio

Una de las estrategias principales del servicio de *Banquetes La Delicia* es la calidad total en el servicio de la pequeña empresa, a que la preparación de los alimentos y bebidas que sirven en un banquete exige el máximo cuidado, en lo que se refiere a la limpieza desde que se adquieren los productos en crudo hasta el servicio al cliente en el evento. La calidad en el servicio de la empresa de banquetes es de suma importancia, ya que el cliente es muy observador en esto, debido que si algo le cae mal de la comida que disfrutó, puede ser que ya no regrese ese cliente y dañe el prestigio de la empresa. Con la pérdida del cliente, no sólo se pierde uno, sino que puede llevar a la pérdida de aquellos que son potenciales, ya que este cliente puede decir malos comentarios del servicio de la empresa.

Para mantener la calidad en los alimentos se considera los siguientes aspectos:

- Mejorar la calidad del producto que se sirve a los clientes, refiriéndose a todos los aspectos que influyen en la calidad del producto final.
- Transmitir un sentimiento de seguridad en los productos que se van a servir, tanto para los empleados como para el cliente.
- Se tendrá un lugar donde el almacenamiento sea seguro y bueno, para evitar deterioro de alimentos.
- Se tomara en cuenta medidas de precaución dentro de la etapa de elaboración de los alimentos.

- Mejorar el nivel de limpieza dentro de la producción de alimentos y bebidas.

3.12 Estrategias de precio

Para determinar las estrategias de precio del servicio se ha tomado en cuenta los siguientes aspectos:

- Un precio acorde a las expectativas del cliente, tomando en como base la investigación de campo.
- Se debe considerar la competencia del servicio a nivel local y las estrategias que estos utilizan.

Finalmente se establecerá mediante un análisis exhaustivo de los costos y gastos operativos que se incurre al momento de brindar el servicio agregando un margen de utilidad.

Utilizando la siguiente fórmula:

$$P = c + mc$$

Dónde:

p = Precio unitario de venta

m = Margen sobre el costo

c = Costo unitario

3.13 Estrategias de mercado

Para darnos a conocer en el mercado se deben realizar estrategias específicas, las cuales nos permitirán llegar a cada uno de nuestros clientes potenciales.

Estas estrategias deberán ser además de específicas, claras y concretas para así enfocarnos a nuestro objetivo que es llegar a las empresas grandes, medianas o pequeñas y a las familias en general

✓ **Publicidad**

Los medios de comunicación seleccionados para este propósito son:

- Prensa
- Radio
- Hojas volantes
- Página web

Estos medios tienen una gran cobertura dentro del mercado local y nos ayudará a llegar de una manera más directa a los clientes.

✓ **Prensa**

En lo que respecta a prensa, la empresa se encargará de buscar contactos en diarios, en donde se indicará la apertura de una nueva empresa de servicios de *Banquetes La Delicia* haciendo referencia a todos los servicios y ventajas que esta brinda.

Los Diarios que se ha elegido para la publicación de los servicios que presta son:

- Diario La Verdad
- Diario La Hora

- Diario El Norte

Dentro de los lectores de estos diarios de mayor circulación, se encuentran empresarios, miembros de familias quienes se interesaran en leer nuestro artículo, porque las personas están siempre en la búsqueda de nuevas alternativas que surgen en el mercado, lo cual nos beneficiara porque al momento de requerir el servicio no dudaran en comunicarse con nosotros para conocer más acerca de lo que ofrecemos y por lo cual lograr así que otras empresas o personas puedan conocer acerca Banquetes

✓ **Radio**

Este medio es importante porque así podremos llegar a las personas que necesiten el servicio, por lo cual se buscara contactos con emisoras que tengan programas informativos en la mañana, como por ejemplo:

- Radio Canela
- Radio Los lagos
- Radio

Estas emisoras, son algunas de las que mayor audiencia tiene, debido a que no solo transmiten las noticias, sino que prestan el servicio de publicitar los diferentes servicios de las ciudades, lo que nos da la oportunidad de participar en ellas.

• **Hojas volantes y tarjetas de presentación**

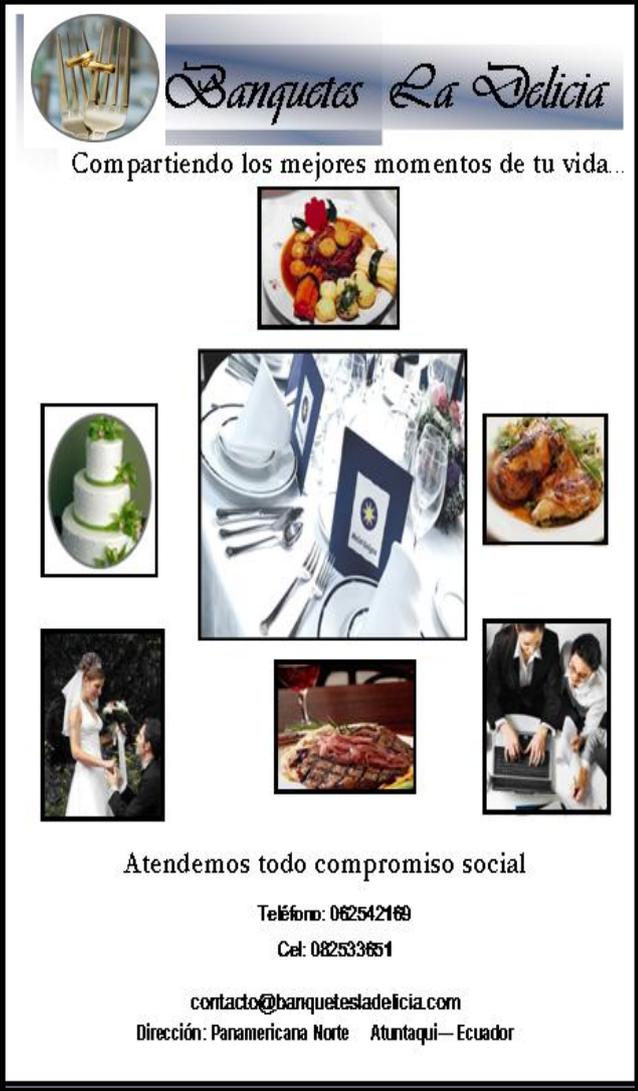
El impacto de las hojas volantes pueden resultar significativo si se tiene cuidado con el contenido y presentación. Su entrega se puede hacer de puerta en puerta o en un lugar público o punto de reunión comunitario.

ILUSTRACIÓN Nº 2
TARJETA DE PRESENTACION



Elaborado por: La Autora

ILUSTRACIÓN N° 3
HOJAS VOLANTES



 *Banquetes La Delicia*

Compartiendo los mejores momentos de tu vida...



Atendemos todo compromiso social

Teléfono: 062542169
Cel: 082533651

contacto@banquetesladelicia.com
Dirección: Panamericana Norte Atuntaqui— Ecuador

Elaborado por: La Autora

- **Página web**

Se contará con una página web en el cual el cliente podrá hacer sus reservaciones o conocer acerca de nuestro servicio.

ILUSTRACIÓN N° 4

Banquetes



La Delicia



¿Quieres saber?

Eventos

Menús

Montajes

Decoraciones

Completos

Bodas

Coordinamos hasta el más pequeño detalle para hacer de este día un



Negocios

Somos un apoyo definitivo a la imagen de su empresa"





Decoración

Encuentras lo más novedoso y actual en arreglos florales para toda ocasión.



Bautizos

"Somos un apoyo definitivo a la imagen de su empresa"






Banquetes La Delicia es una empresa dedicada al catering empresarial y social, que se especializa en organizar y brindar servicios de alimento para todo tipo de ocasión, ya fueran eventos sociales como bodas cumpleaños o celebraciones corporativas.

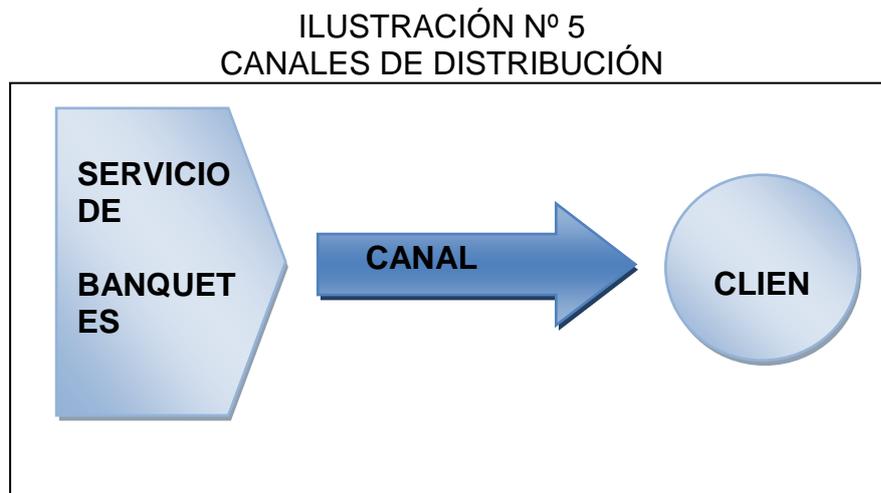
Quienes formamos *Banquetes La Delicia* somos profesionales con amplia trayectoria, dedicados al catering empresarial y social.

Como especialistas en organización de eventos, brindamos servicios destinados a satisfacer los objetivos y necesidades particulares de cada cliente, adaptándonos a los requerimientos específicos del evento a realizar

contacto@banquetesladelicia.com Telf 062542169 – 092533651

3.13.1 Estrategias de plaza

El servicio de Banquetes, tiene un canal de distribución cero niveles o también llamado canal de marketing directo, el cual se presenta el gráfico siguiente:



Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora

El canal de distribución es directo ya que se producirá y comercializará los servicios directamente por la pequeña empresa, no intervienen intermediarios. Esto resulta beneficioso ya que el precio de nuestro servicio no se incrementará debido al canal.

3.14 Conclusiones de estudio de mercado

Efectuado en análisis de variables más importantes del estudio de mercado se puede concluir lo siguiente:

- El Servicio de Banquetes tiene una aceptación del 78% en el sector de Atuntaqui, por lo que se concluye que existe mercado para este tipo de servicios además consideran que no existe un lugar con las características que ellos requieren, motivo por los cuales este

porcentaje de personas estarán dispuestos de requerir nuestro servicio.

- Con lo que se refiere a la oferta a nivel local es mínima, como también no brinda un servicio de calidad y calidez, ya que para cada evento realizan adecuaciones improvisadas.
- El cálculo de la demanda insatisfecha demuestra que existe un mercado muy significativo lo que hace atractiva la propuesta ya que la oferta de este tipo de Servicio es muy reducida para lo que realmente la gente demanda.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Presentación

En el presente capítulo se realizara un análisis técnico, de todos los requerimientos que necesita el proyecto para tener éxito cuando se lo gestione. Tiene como objetivo fundamental diseñar propuestas que ayuden a utilizar de una manera eficiente los recursos disponibles, para obtener el bien/servicio deseado.

En el estudio técnico se analizara y determinara siguientes aspectos:

- La localización del proyecto
- El tamaño del proyecto
- Capacidad del proyecto
- La distribución de la planta
- Proceso del servicio

4.2. Localización del proyecto

En el libro de Proyectos Formulación, Evaluación y Control de Germán Arboleda menciona: *“El estudio de localización consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas rotacionales con el fin de buscar la localización en la que, la resultante de estas fuerzas produzca la máxima ganancias o el mínimo costo unitario”.*

La localización se suele abordar en dos etapas:

Primera etapa: macrolocalización, decidir la zona general en donde se instalara la empresa.

Segunda etapa: microlocalización, elegir el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicara definitivamente la empresa.

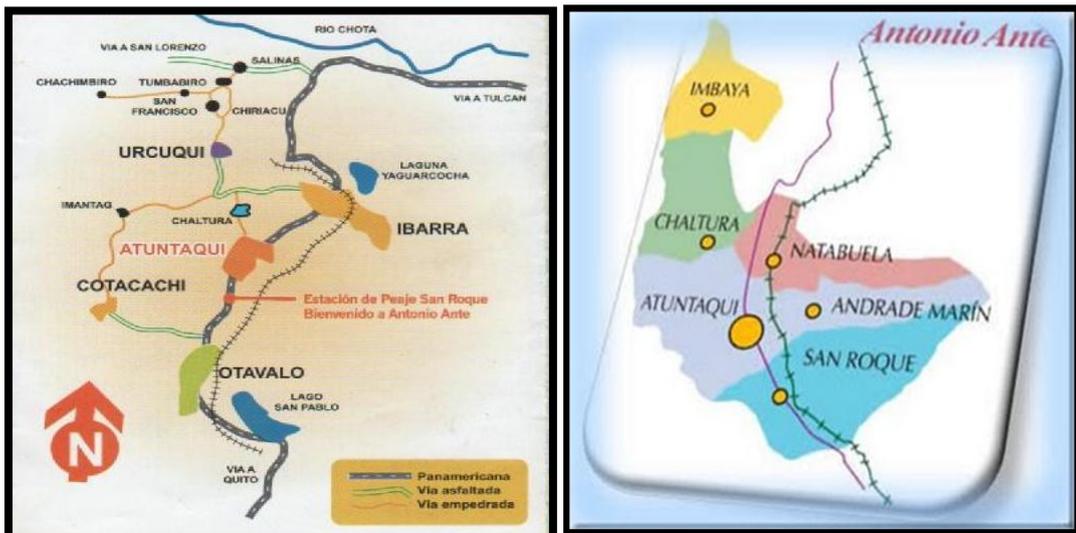
▪ **Macro localización**

La pequeña empresa estará ubicada en el País Ecuador, Provincia de Imbabura, Cantón Antonio Ante, Ciudad de Atuntaqui, que se encuentra localizado al norte de la capital del Ecuador, al noroeste de Imbabura, compuesta por las siguientes parroquias:

- Atuntaqui
- Imbaya
- Chaltura
- Natabuela
- Andrade Marín
- San Roque

A continuación se muestra el mapa de ubicación geográfica del Cantón Antonio Ante.

ILUSTRACION N° 6
MAPAS DEL CANTON ANTONIO ANTE



Fuente: Investigación Directa Internet
Elaborado por: La Autora

LÍMITES:

Norte: Cantón Ibarra

Sur : Cantón Otavalo

Este : Cerro Imbabura

Oeste: Cantones Cotacachi y Urcuquí.

✓ **Micro localización**

Para establecer exactamente la ubicación óptima del proyecto se analizaron tres lugares de la ciudad de Atuntaqui como posibles alternativas, los cuales son: Centro de la ciudad, Panamericana norte, San domingo de Atuntaqui

Se ha considerado los siguientes factores relevantes para fijar la localización:

- Disponibilidad de materia prima
- Disponibilidad y costo de mano de obra
- Costo del terreno
- Cercanía al centro de la ciudad
- Disponibilidad de servicios básicos
- Lugar estratégico

Disponibilidad de materia prima: Este factor es muy importante analizar, porque la materia prima debe estar cerca, y no incurrir en gastos por ejemplo de transporte, y facilitar a los proveedores.

Disponibilidad y costos de mano de obra: La mano de obra es el factor primordial en la elección de la ubicación del proyecto, por lo que el talento humano es indispensable para la realización de dicho proyecto ya que se necesitara que tengan un grado de preparación.

Costo del terreno: Se ha considerado este factor ya que el valor predio debe estar bajo, porque esto afectaría el capital inicial de los inversionistas.

Cercanía del centro de la ciudad: El lugar deberá estar a disposición de los clientes, para que puedan trasladarse con facilidad a él y poder acceder a servicios complementarios como son: teléfono, transporte, servicios financieros, otros.

Disponibilidad de servicios básicos: Es un factor prioritario del análisis, porque los servicios como: energía eléctrica, agua potable, alcantarillado, teléfono, servicio de recolección de basura, etc., serán necesarios para la prestación del servicio.

Lugar estratégico: Los factores deben ser favorables para la gestión de la microempresa, en el desarrollo de las actividades.

Estos aspectos influyen de distinta forma en el desenvolvimiento normal de las actividades de la microempresa, los cuales se los analizara a través del método de localización por puntos ponderados, para poder escoger el lugar idóneo.

CUADRO N° 43
MÉTODO DE LOCALIZACIÓN POR PUNTOS PONDERADOS

FACTORES	PESO	Centro de la Ciudad		Panamericana Norte		Barrio Santo Domingo	
		Punt.	Pond.	Punt.	Pond.	Punt.	Pond.
Disponibilidad de materia prima	0,10	9	0,90	9	0,9	7	0,70
Disponibilidad de mano de obra	0,10	8	0,80	8	0,8	8	0,80
Cercanía a la ciudad	0,15	9	1,35	9	1,35	7	1,05
Costo del terreno	0,20	5	1,00	8	1,6	9	1,80
Disponibilidad de servicios básicos	0,15	9	1,35	9	1,35	8	1,20
Lugar estratégico	0,30	8	2,40	9	2,7	7	2,10
TOTAL	1,00		7,80		8,7		7,65

Elaborado por: La Autora

Después de haber realizado el análisis de ponderación de factores, se establece que la localización óptima del proyecto está es en la Panamericana Norte y Av. Marín de la ciudad de Atuntaqui.

A continuación se muestra el croquis de microlocalización en el cual se puede observar en forma exacta el lugar donde se encuentra ubicada la pequeña empresa.

ILUSTRACION N° 7 CROQUIS DE UBICACIÓN DEL PROYECTO



Fuente: Municipio de Antonio Ante
Elaborado por: La Autora

4.3. Tamaño del proyecto

✓ Factores condicionales del tamaño del proyecto

Los factores que condicionan el tamaño del proyecto son varios, a continuación se analizara los más importantes:

✓ Mercado Objetivo

El mercado objetivo corresponde al número de servicios que se pueden captar paulatinamente con un adecuado plan comercial, para el año 2011 a 1283, lo que hace atractiva la propuesta de creación de la pequeña empresa.

CUADRO N° 44
DEMANDA INSATISFECHA

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA
2011	1283
2012	1315
2013	1349
2014	1383
2015	1418

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

✓ **Financiamiento**

El financiamiento del proyecto es el factor más relevante que delimita el tamaño. Por lo que se contará con recursos limitados, por tal motivo se determina que el origen de la inversión será con un 40% propio y el 60% a financiado, sobre este aspecto será minuciosamente detallado en el Capítulo V.

4.4. Materia Prima

Es necesario que la materia prima e insumos sean de calidad para ofertar el servicio y satisfacer las necesidades a plenitud, Atuntaqui dispone de materia prima y los proveedores del resto de los insumos llegan con facilidad al sector. Por lo cual no vendría a ser una dificultad proveerse de materia prima.

4.5. Mano de Obra

Se necesitara contratar personal capacitado y cualificado, para ciertos departamentos, ya que dependerá el cargo a ejecutar, el personal deberá tener un grado de preparación mínimo, por lo cual el talento humano si existe en la ciudad de Atuntaqui.

Para iniciar con las actividades, la empresa de servicios de Banquetes contará con el personal siguiente:

CUADRO N° 45
LISTADO DEL PERSONAL

CARGO	NÚMERO
Administrador	1
Contadora	1
Secretaria	1
Chef	1
Auxiliar de Cocina	2
Seguridad	1
Limpieza	1

Elaborado por: La Autora

4.6. Aspectos Administrativos

La pequeña empresa necesita constituirse legalmente, como también diseñar un modelo de gestión administrativa donde se redacte su misión, visión, su organigrama más adecuado según las nuevas tendencias administrativas.

4.7. Distribución de la planta

El libro “Organización Aplicada” de Víctor Hugo Vásquez se menciona que los aspectos que deben considerarse en la distribución de la planta son:

- Máximo aprovechamiento del espacio físico
- Aprovechar los servicios existentes
- Satisfacer las necesidades de los empleados
- Considerar las demandas de los clientes

- No descuidar los factores humanos de prestigio y productividad

La pequeña empresa contará con:

- Área Administrativa
- Área de Servicios
- Parqueaderos

Área administrativa

La superficie es de 44 m² se encuentra dividida en oficinas para:

- Administrativa
- Secretaria
- Comercialización y Ventas
- Recepción

Cada dependencia estará equipada con muebles, equipos y suministros de oficina, equipo de computación y todos los implementos para la ejecución de las labores administrativas.

Área de servicios

Es el espacio de mayor superficie porque en él se van a ubicar estratégicamente la maquinaria, equipos y herramientas utilizadas en la prestación del servicio se contará con las siguientes dependencias:

- Salón de Recepción
- Bodega de sonido y audio
- Recreación
- Cocina
- Bodega de insumos

- **Salón de Recepción:** Este espacio tendrá una superficie de 16 m² donde será ubicado los muebles, equipos y útiles de oficina utilizadas por la secretaria para la prestación del servicio.
- **Bodega de sonido y audio:** Esta área tendrá una superficie de 9m² es donde se almacenaran los equipos de sonido y audio para los eventos de la empresa.
- **Recreación:** Esta área será un entretenimiento dirigida a los hijos de los invitados a dicho evento, en la ocasión que se amerite, la superficie será de 4m².
- **Cocina:** Este espacio tendrá una superficie de 20m², donde será ubicado todo lo relaciona en elaboración de los alimentos y bebidas para los banquetes, donde existirá maquinaria y implementos para su elaboración.
- **Bodega de insumos:** Esta área permitirá tener almacenado todos los insumos que se necesitara, para la prestación del servicio de banquetes, este espacio contara con una superficie de 16 m².

Parqueaderos

Los parqueaderos tendrán una superficie de 100m² serán diseñados para el acceso de vehículos pequeños, para que los clientes tengan la seguridad y confianza de dejar sus vehículos.

La distribución de las instalaciones será acorde a las necesidades y tamaño del proyecto. Se ha identificado las siguientes dependencias:

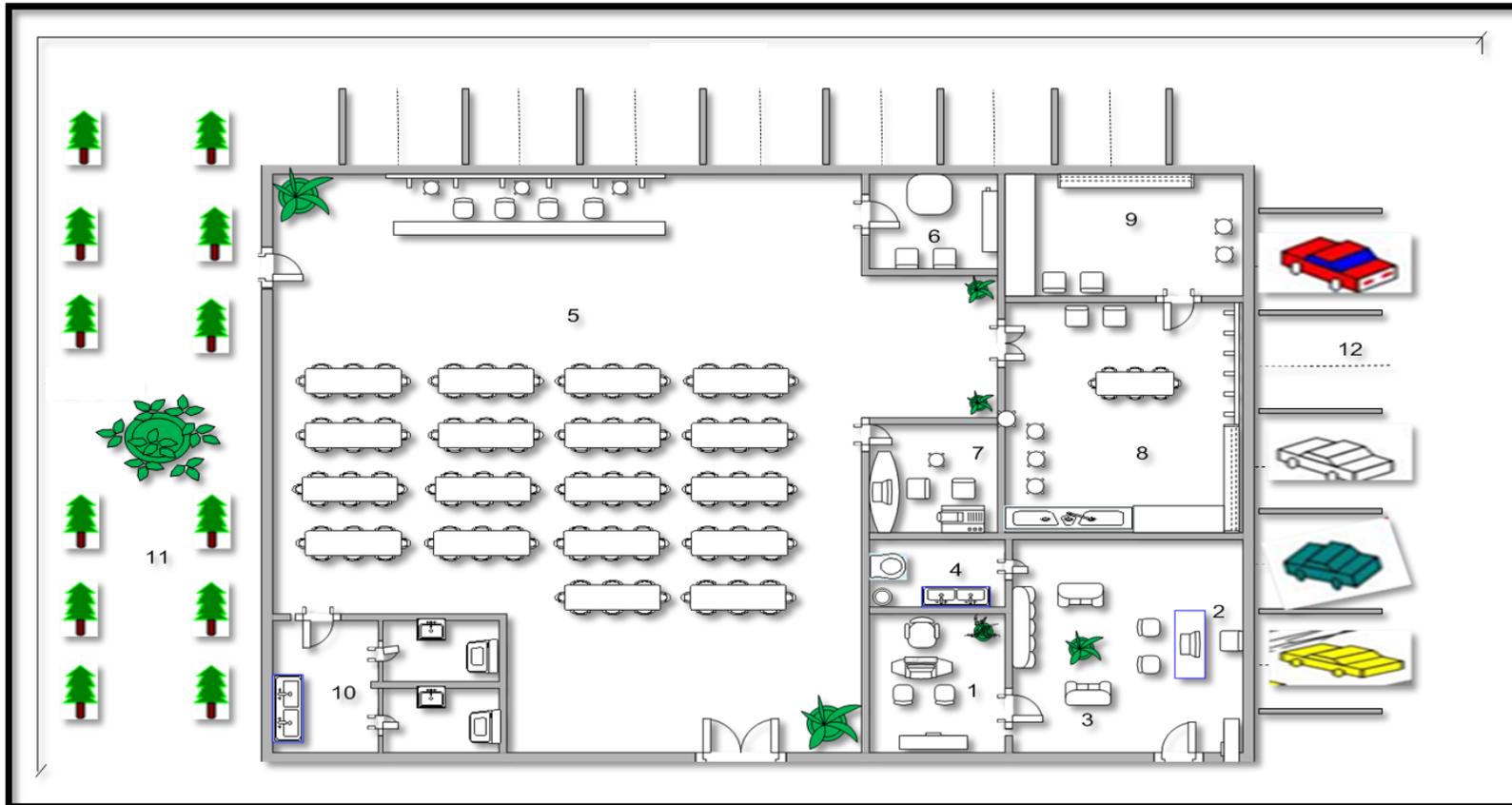
CUADRO N° 46
DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES

N°	DEPENDENCIAS	m ²
1	Administración	12
2	Secretaría	9
3	Recepción	16
4	Baño 1	7
5	Salón	170
6	Vestidores	9
7	Audio y sonido	9
8	Cocina	20
9	Bodega de cocina	16
10	Baño 2	12
11	Recreación	50
12	Parqueadero	70
TOTAL		400

Elaborado por: La autora

✓ **Diseño de instalaciones**

ILUSTRACIÓN N° 8 DISEÑO DE INSTALACIONES



Elaborado por: La Autora

4.8. Equipamiento y espacio

El espacio y el equipamiento son las dos limitaciones principales cuando se habla de banquetes. Debemos conocer exactamente todas las posibilidades que permite el espacio del que disponemos para banquetes.

Por otro lado, es necesario disponer de un equipamiento que permita llevar a cabo los servicios.

- Mesas, sillas, tableros
- Equipamiento audiovisual (Megafonía, audio, video, retroproyectors, pantallas, etc.)
- Elementos de decoración, bandejas,

Cuando vamos a montar una mesa para un banquete no debemos olvidar los detalles fundamentales que son básicos en cualquier mesa como son la mantelería, la vajilla, la cubertería y la cristalería.

✓ **Los techos:**

- Ni muy altos ni muy bajos (2.5 – 3.5 MT.)
- Siempre bien limpios y pintados en color claro para optimizar la iluminación.
- Revisión de extracción de humos y Aire acondicionado.

✓ **Los suelos:**

- Sin tener en cuenta el material:
- Cómodos para los empleados. Se hacen muchos Km. Al cabo del día.
- (Continente, 60 Km. por una barra en un turno)
- No resbaladizos (Accidentes laborales) (Suelo de Club Social)
- Buen criterio con la decoración. Buen gusto.
- Nunca moqueta (No ignífugo y olores).
- Césped ó arena son demoledoras para los pies.

✓ **Iluminación:**

- Debe destacar la mesa y no perturbar al cliente Crear varias atmósferas.
- Dependiendo de la decoración, utilizaremos más o menos luz.
- La intensidad de la misma, dependiendo del carácter que queramos dar (Mucha luz, Fast Food, poca, ambientes más románticos).

✓ **Mobiliario:**

Las mesas:

- Una persona necesita unos 65 Cm para estar cómodo.
- Montar las mesas teniendo en cuenta el espacio que necesita el cliente para llegar y sentarse.
- Tener en cuenta el espacio para que pase el personal de servicio
- Distribución de sala con gusto decorativo y de las simetrías, siguiendo el sentido común para facilitar el trabajo y actuar protocolariamente.
- Mesas Tablero de fácil montaje y desmontaje, así como su almacenamiento. No es necesario que sean bonitas, porque luego vestiremos con mantel y cubre-mantel.
- Permiten la unión entre ellas para diversos montajes (Uso de Tiras) Cuando bailan o cojean.

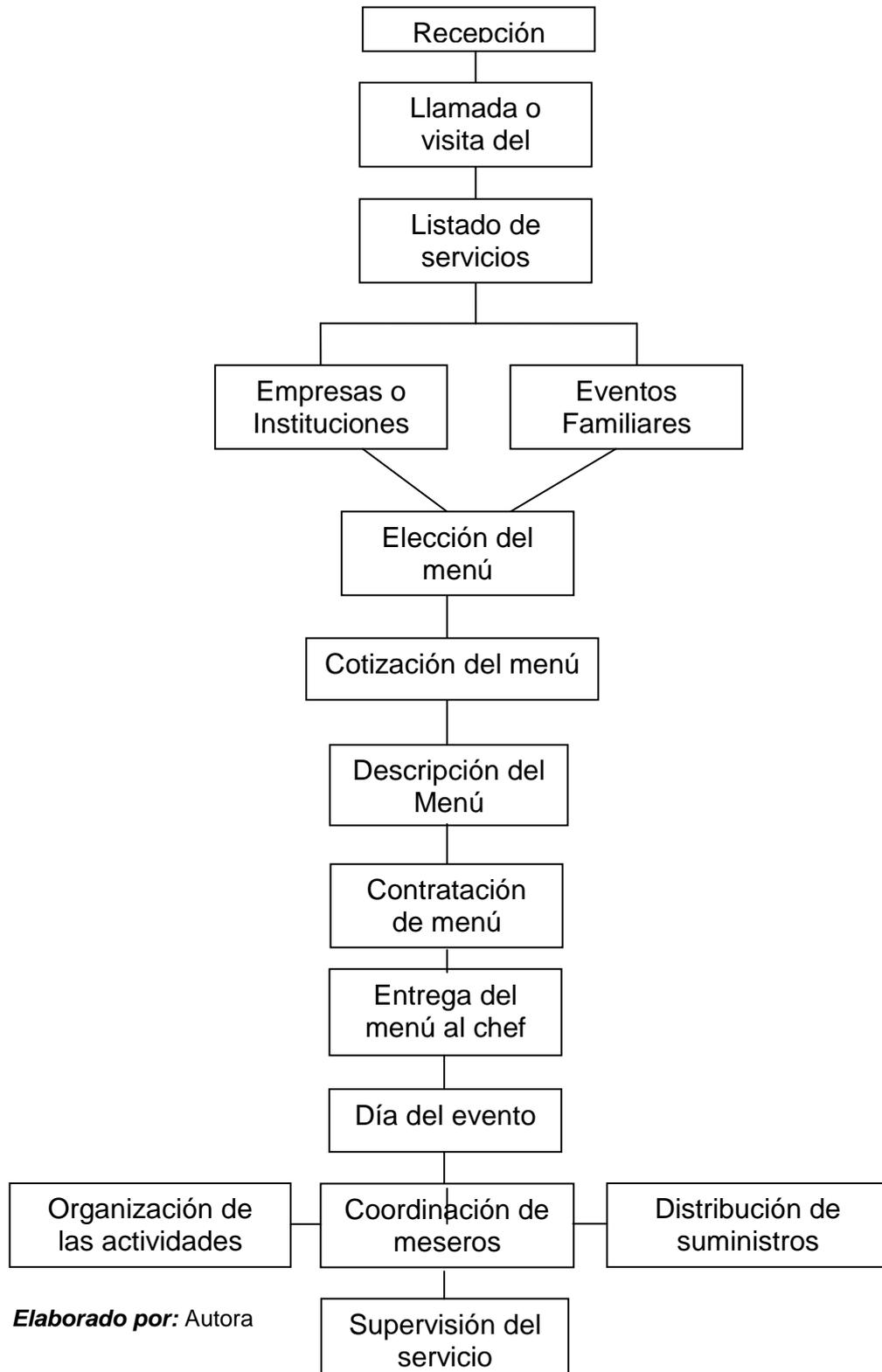
Las Sillas:

- Es una de las piezas fundamentales del comedor (Por decoración) Comodidad (Tanto para el cliente como para el camarero) Suele tener unos 45 cm de altura
- Características:
- Buena y fácil estabilidad. Asegurarse que no “bailan” Limpieza sencilla Manipulación y almacenamiento cómodo Respaldo bien diseñado Buen material y tapicería
- Muy de moda poner fundas lavables a las sillas. Efecto muy impactante y se pueden usar sillas de tijera.

4.9. Proceso del servicio

✓ Diagrama de bloque

ILUSTRACIÓN N° 9 DIAGRAMA DEL PROCESO PARA LA PRESTACION DEL SERVICIO DE BANQUETES



Elaborado por: Autora

✓ **Flujograma de servicio**

En un flujograma se representan las operaciones del proceso efectuadas de manera secuencial, usando para ello la siguiente simbología:

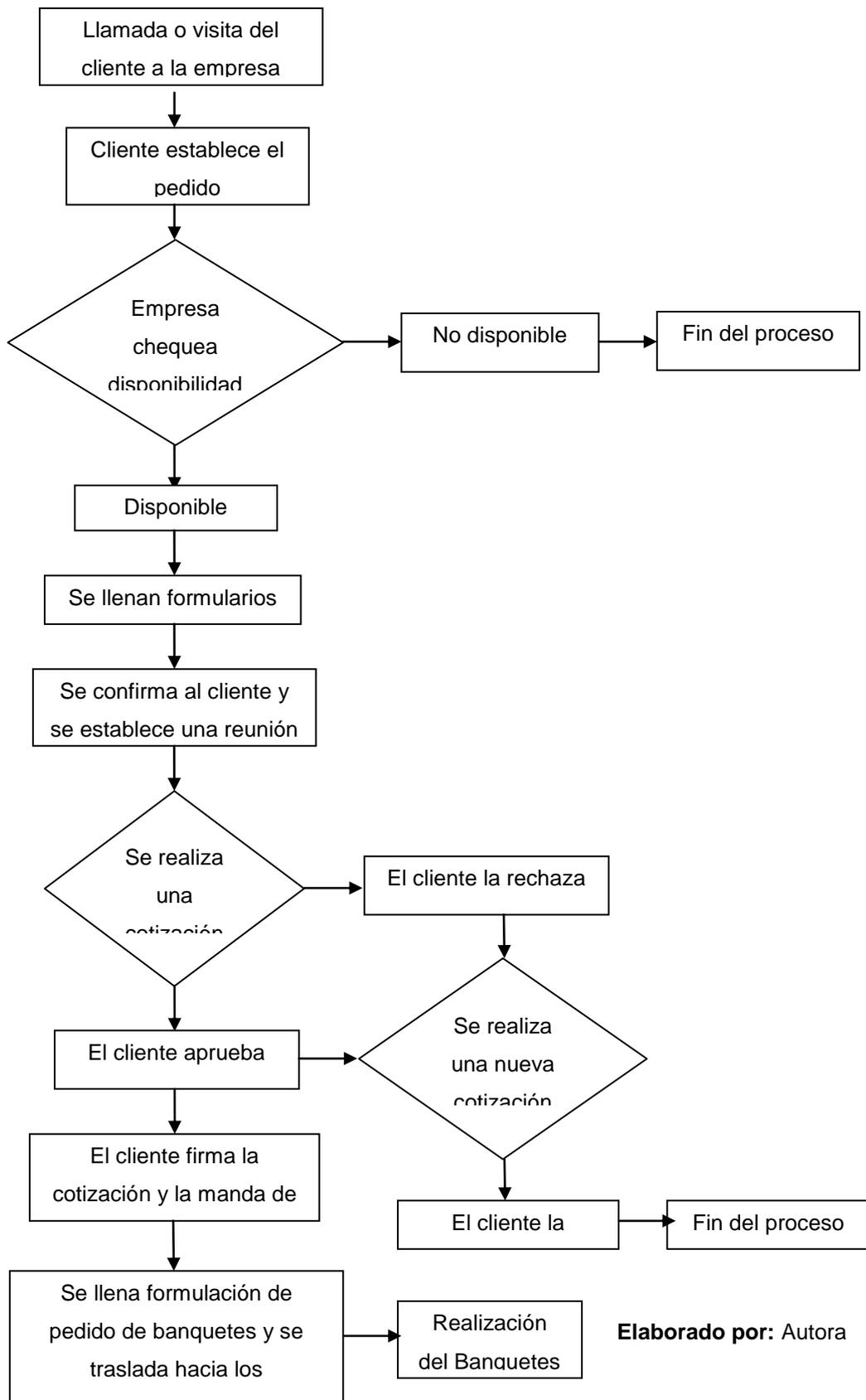
**CUADRO N°47
SÍMBOLOS USADOS EN EL FLUJOGRAMA**

SÍMBOLO	TAREA	SIGNIFICADO
	Operación	Se efectúa un cambio o transformación en algún componente del producto, ya sea por medios físicos, mecánicos o químicos, o la combinación de cualquiera de los tres.
	Transporte	Es la acción de movilizar de un sitio a otro algún elemento en determinada operación o hacia algún punto de almacenamiento o demora.
	Demora	Se presentan generalmente cuando existen cuellos de botella en el proceso y hay que esperar turno para efectuar la actividad correspondiente. En otras ocasiones el propio proceso exige una demora.
	Almacenamiento	Tanto de materia prima, de producto en proceso o de producto terminado.
	Inspección	Es la acción de controlar que se efectúe correctamente una operación, un transporte o verificar la calidad del producto.
	Decisión	Es tomar la decisión de continuar con el proceso o regresar a una etapa anterior.

Elaborado por: Autora

Fuente: BACA, Urbina "Evaluación de Proyectos" pág.103

**ILUSTRACIÓN N° 10
FLUJOGRAMA DE PROCESOS PARA LA PRESTACION DE SERVICIO
DE BANQUETES**



La pequeña empresa de servicio de banquetes de realizar los siguientes pasos para una reservación de banquetes:

1. La pequeña empresa de servicios de banquetes recibe la llamada o la visita del cliente, grupo o usuario que desea el servicio de alimentos y bebidas de la empresa.
2. El cliente transmite sus necesidades al encargado de hacer las reservaciones en la empresa, ya sea la secretaria, el encargado de banquetes, el administrador.
3. La persona encargada de tomar nota de dicha reservación luego de recibir todos los datos necesarios, verificar que no haya ningún evento el día que el nuevo cliente está pidiendo. Esto se hace para que no haya complicaciones en los eventos y no acepten más eventos de los que realmente se pueden manejar.
4. La información, tanto del evento como del cliente, es ingresada en formularios establecidos por la empresa de banquetes, lo cual obliga a seguir un mismo patrón. Esto hace que los procedimientos sean más ordenados, por ejemplo, la empresa por más clientes que tenga siempre el mismo proceso, lo cual llega a una excelente organización.
5. Se confirma al cliente si es posible realizar el evento, es decir se le hace saber si el día que están pidiendo está disponible para realizar dicho evento.
6. Se establece una reunión con el cliente en el lugar que se realizará el evento, debido a que se necesita planear cómo será la administración del servicio en dicho lugar.

Para todo esto, los datos más importantes que se deben pedir en una reservación de banquetes se muestran en el siguiente formulario de reservaciones de una típica empresa de banquetes:

Formulario de reservación de pedidos:

**ILUSTRACIÓN Nº 11
FORMULARIO DE RESERVACION DE BANQUETE**

FORMULARIO DE RESERVACION DE BANQUETE						
Nombre de cliente:.....			Número		de	
reservación:						
Persona						
encargada:.....						
.....						
Dirección:						
.....						
.....						
.....						
.....						
Teléfono:						
Reservado por:.....			Fecha		de	
reservación:.....						
Probable:			Definido: <input type="checkbox"/>		Modificación: <input type="checkbox"/>	
(Información de reservación)						
Fecha	Horario	Función	Lugar	Numero de Tarifa/ Personas	Preparación	

Elaborado por: La Autora

- **Cotización de un banquete**

Posteriormente de haberse llenado el formulario de reservación de un evento, se prosigue a realizar la respectiva cotización para el cliente, el cual se le hará llegar por fax, e-mail. En la cotización se debe incluir el precio que el cliente está de acuerdo a pagar por el servicio que ofrece la pequeña empresa de banquetes. Si el cliente rechaza la cotización, la empresa tiene la opción de ver si se pueden rebajar los costos de alguna manera, para que la cotización sea luego aceptada por el cliente. Si el cliente acepta la cotización, le hace saber a la empresa de banquetes y se continúa con el proceso. El cliente podrá enviar de regreso la cotización aceptada por fax, e-mail o correo.

En una cotización se incluyen los siguientes datos:

- La cantidad de asistentes del evento
- El precio individual
- Nombre del cliente
- Fecha del evento
- Lugar a realizar el evento
- Opciones del menú
- Precio por cada opción (por persona)
- Términos y condiciones
- Precio por plato o persona extra

- **Pedido del banquete**

Realizada la cotización y firmada por el cliente, se llena un formulario de pedido de banquetes, lo cual establece lo necesario a utilizar durante el evento. Este formulario después de ser llenado por la persona indica, se traslada hacia cada uno de las dependencias de la empresa que estarán involucrados. Esto se realiza para que cada

dependencia prepare los materiales necesarios y asegurar que estén en buen estado y disponibles para la fecha establecida en la cotización.

Este formulario sirve de guía para la pequeña empresa en el cual incluye pedido de mesas, manteles, servilletas, etc., lo cual será necesario para cumplir las necesidades del cliente durante el evento.

Formulario de pedido:

**ILUSTRACIÓN Nº 12
FORMULARIO DE PEDIDO DE BANQUETE**

FORMULARIO DE PEDIDO DE BANQUETE	
.....Probable	
.....Confirmado	
Cliente:	Fecha:
.....	
Contacto:.....	
Teléfono:.....	
Dirección:	
.....	
.....	
Tipo Evento:.....	Lugar:
.....	
Asistentes estimados:.....	Hora:
.....	
Contado:	Efectivo:
.....	
Equipo e instalaciones:	
.....	
.....	

Elaborado por: La Autora

- **Coordinación de un banquete**

Para la realización del evento, todos los departamentos de la empresa de banquetes deben estar en perfecta comunicación, debido que todas las actividades están relacionadas entre sí.

La coordinación de un banquete requiere de mucha atención y dedicación en el la realización, debido que es un trabajo muy complicado porque todo detalle es esencial en la realización. La coordinación de banquetes se encarga de ver la disponibilidad de los materiales a usar en el banquete, tales como mesas, sillas, vajilla, etc. Se deberá tener un control perfecto en el orden de los banquetes. En la coordinación del banquete se debe tomar en cuenta la cantidad de personal que se dedicará al evento. Esto se refiere a meseros, ayudantes, supervisores, cocineros, chefs, entre otros, debido a que todas las áreas que tiene que tienen que servir tiene estar cubiertas. También se toma en cuenta los adornos que se utilizaran dentro del salón y las mesas, ya que el cliente lo dirá, los adornos ya que pueden ser arreglos florales, bases de mesas, plantas, etc.

Otra situación dentro de la coordinación de banquetes es la de organizar la preparación de alimentos y bebidas. Esto consulta con las personas encargadas y preparan de acuerdo el tipo de cliente que sea.

Por otra parte se asignan meseros para mesa determinadas, por lo que cada mesero tendrá que atender a su grupo de gente. Esto se hace para que haya mayor orden en el servicio de alimentos y bebidas. Esto se realiza para que exista mayor control en las mesas, en lo que se refiere a la cantidad de licor, los platos de comida, los cubiertos, etc. Se les deberá informar a los meseros en qué momento se deberá retirar, al final del evento cada mesero hace una liquidación de su mesa, porque así se lleva el control de la bebidas alcohólicas, con esto se puede evitar el hurto de botellas, platos, cubiertos, etc.; por lo que es esencial poner mucha atención en cada una de las funciones que lleva el servicio de banquetes.

✓ **Manejo de desechos**

La pequeña empresa, llevará un control de desperdicios sólidos con un campaña de reciclaje, que impulsara a las personas a tomar conciencia de la importancia de reciclar en estos días, al igual que los desechos orgánicos expedidos por la pequeña empresa, que serán almacenados de manera segura e higiénica.

De esta manera aportará al aseo público de la ciudad y a preservar el medio ambiente.

ILUSTRACION N° 13
RECICLADORES



Elaborado por: La Autora

4.10. Presupuesto Técnico

✓ Inversión Fija

La Inversión fija del Proyecto no puede desprenderse fácilmente de sin que con ello perjudique la actividad productiva. Todos los activos que componen la Inversión fija deben ser valorizados mediante licitaciones o cotizaciones pro forma entregados por los proveedores de equipos, maquinarias, muebles, enseres, vehículos, entre otros etc. Los precios para los edificios, obras civiles e instalaciones se pueden obtener sobre la base de las cotizaciones de las Empresas constructoras.

CUADRO N° 48
CONSTRUCCIÓN CIVIL

Descripción	m2	valor m2	Valor Total
Infraestructura Administrativa	44	45	1980,00
Infraestructura Operativa	236	115	27140,00
Recreación	50	30	1500,00
Parqueadero	70	35	2450,00
Total			33070,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 49

TERRENO

Descripción	m2	valor m2	Valor Total
Terreno	400	9,5	3800,00
Total			3800,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 50

EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
Computador completo	3	767,00	2301,00
TOTAL			2301,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 51**EQUIPO DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
Teléfono	2	87,99	175,98
Televisión	1	776,99	776,99
Minicomponente	1	209,99	209,99
Calculadora	2	30,00	60,00
Caja registradora	1	800,00	800,00
TOTAL			2022,96

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 52**MUEBLES DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
Escritorios Ejecutivos	3	189,29	567,87
Sillones giratorios	1	75,89	75,89
Archivador	2	176,79	353,58
Silla visitante	8	33,04	264,32
Juego de Sala	1	550,00	550,00
TOTAL			1811,66

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 53**UTILES DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
Resma de papel bond	12	4,00	48,00
Carpetas archivadoras	10	2,00	20,00
Grapadora	3	1,50	4,50
Perforadora	3	3,00	9,00
Útiles varios	1	20,00	20,00
TOTAL			101,50

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 54**EQUIPO DE AUDIO Y SONIDO**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
Potencia Phonic xp1000	1	455,00	455,00
Cajas Peavey doble bajo 1200 w	2	290,00	580,00
Micrófonos admic 6010-Bowts	2	130,00	260,00
Mezcladora Italy audio 44	1	175,00	175,00
Consola Yamaha MG 166	1	573,00	573,00
Audífonos stanton Pio 300	1	210,00	210,00
Luz Doble Esfera	1	210,00	210,00
Cables de instalación	1	10,00	10,00
Cables párlate	180	1,00	180,00
TOTAL			2653,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 55**EQUIPOS DE COCINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
Cocina Industrial	1	550,00	550,00
Refrigeradora	1	710,99	710,99
Microondas	1	154,99	154,99
Licuadaora	1	94,43	94,43
Batidora	1	85,00	85,00
Cocina	1	50,00	50,00
Cafetería eléctrica	1	67,99	67,99
Cocina, plancha freidora	1	300,00	300,00
Sanduchera	1	57,99	57,99
Cuchillo eléctrico	1	55,00	55,00
Tanque de gas	2	50,00	100,00
TOTAL			2226,39

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

CUADRO Nº 56**MUEBLES DE COCINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
Aparador	2	200,00	400,00
Estanterías	2	150,00	300,00
Mesa Aluminio	1	250,00	250,00
Sillas	8	15,00	120,00
Mesas de salón	20	35,00	700,00
Sillas de salón	200	25,00	5000,00
Taburetes	6	8,00	48,00
Closet de cocina	2	250,00	500,00
TOTAL			7318,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

CUADRO Nº 57**MENAJE**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
Vajilla por docena	48	30,00	1440,00
Juego se cubiertos por docena	20	10,00	200,00
Juego de copas vino tinto	20	13,82	276,40
Juego de copas vino blanco	1	80,00	165,00
Juego de copas crema	26	14,99	389,74
Juego de vasos whisky	26	4,37	113,62
Ceniceros Indonesia	50	0,54	27,00
Fuentes plásticas	10	1,50	15,00
Tabla de picar	6	3,00	18,00
Sartén	4	16,99	67,96
Olla de presión	1	54,99	54,99
Conjunto de utensilios	1	45,99	45,99
Moldes para pastel	5	5,57	27,85
Pírex	5	15,99	79,95
Bandejas	20	15,00	300,00
Juego de cuchillos	1	3,52	3,52
Juego de Manteles	80	5,00	400,00
Servilletas de tela	200	0,90	180,00
Juego de ollas	1	69,99	69,99
Arrocera	1	47,99	47,99
TOTAL			3875,01

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 58

RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS	
DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Terreno	3800,00
Infraestructura	33070,00
Equipo de computación	2301,00
Equipo de oficina	2022,96
Muebles de oficina	1811,66
Equipo de audio y sonido	2653,00
Equipo de cocina	2226,39
Muebles de cocina	7318,00
Menaje	3875,01
Imprevistos 3%	1772,34
TOTAL	60850,36

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

✓ **Inversión diferida**

La inversión diferida se caracteriza por su inmaterialidad y son derechos adquiridos y servicios necesarios para el estudio e implementación del Proyecto, no están sujetos a desgaste físico. Usualmente está conformada por Trabajos de investigación y estudios, gastos de organización y supervisión, gastos de puesta en marcha de la planta, gastos de administración, intereses, gastos de asistencia técnica y capacitación de personal, imprevistos, gastos en patentes y licencias, etc.

CUADRO N° 59

ACTIVOS DIFERIDOS	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Gastos de constitución	550
TOTAL	550

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

✓ **Inversión variable**

El capital de trabajo considera aquellos recursos que requiere el proyecto para atender las operaciones de producción y comercialización de bienes o servicios y, contempla el monto de dinero que se precisa para dar inicio al ciclo productivo del proyecto en su fase de funcionamiento. En otras palabras es el capital adicional con el que se debe contar para que comience a funcionar el proyecto, esto es financiar la producción antes de percibir ingresos.

CUADRO N° 60

DESCRIPCIÓN	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
COSTOS DE OPERACIÓN		4058,96
Materia prima (menú)	3120,00	
Mano de obra		
Chef	266,67	
Ayudantes de cocina	320,00	
Seguridad	80,00	
Limpieza	120,00	
Servicios básicos	90,00	
Consumo de gas	5,00	
Mantenimiento equipo de cocina	15,00	
Transporte	10,00	
Reposición de menaje	32,29	
GASTOS ADMINISTRATIVOS		1057,39
Sueldos		
Gerente	472,86	
Secretaria	362,08	
Contadora	120,00	
Servicios básicos	20,00	
Servicios de comunicación	54,00	
Mantenimiento computación	20,00	
Utiles de oficina	8,46	
GASTOS DE VENTAS		62,33
Publicidad	62,33	
Subtotal		5178,68
Imprevistos 3%		155,36
TOTAL		5334,04

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Presentación

En este capítulo se encuentra toda la información financiera como: Inversiones, ingresos, costos, gastos, estados proforma, los cuales son la base para aplicar la respectiva evaluación y determinar si el proyecto es factible, cuyo antecedente permite a los inversionistas a tomar las más adecuadas y oportunas decisiones para la gestión del mismo.

5.2. Estructura de la inversión

Para dar inicio a las actividades de la pequeña empresa se necesita una inversión \$66.693,21 distribuida en inversión fija, inversión diferida y inversión variable.

CUADRO Nº 61
ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Activos Fijos	60.850	91,24%
Activos Diferidos	550	0,82%
Capital de Trabajo	5.292,84	7,94%
TOTAL	66.693,21	100%

Fuente: Información directa

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO Nº 29
INVERSIONES



Fuente: Información directa

Elaborado por: La Autora

5.3. Ingresos

Los ingresos se encuentran representados por la venta de los servicios de banquetes que la pequeña empresa realizara durante el horizonte de vida, para el caso de estudio es de cinco años

Tomando en cuenta el estudio de mercado la pequeña empresa al inicio de sus operaciones captara el 5% en el primer año de funcionamiento, con un crecimiento del 10% anual, estos porcentajes se los aplico tomando un criterio conservador y analizando la capacidad operativa, administrativa y el crecimiento del mercado potencial, el cual será persuadido mediante el diseño de estrategias comerciales, el precio se lo determino mediante la competencia un análisis exhaustivo de costos y gastos y la suma de margen de utilidad, este a su vez para los años de proyección crece según la tendencia de la inflación proyectada de los últimos cinco años que es el 4%.

**CUADRO N° 62
INFLACIÓN**

AÑOS	INFLACIÓN
2006	2,87
2007	3,32
2008	8,83
2009	4,31
2010	3,33
2011	4,01

Fuente: Información directa

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N° 30
TENDENCIA DE LA INFLACIÓN**



Fuente: Información directa

Elaborado por: La Autora

5.4. Proyección de ingresos

Como se puede observar en el año uno la pequeña empresa obtendrá ingresos de \$96.000,00 y para el quinto año tendrá \$164.950,06,

**CUADRO N° 63
PROYECCIÓN DE INGRESOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Número de banquetes	64	71	78	85	94
Precio	1500,00	1560,00	1622,40	1687,30	1754,79
Total de Ingresos proyectados	96.000,00	110.760,00	126.547,20	143.420,16	164.950,06

Fuente: Información directa

Elaborado por: La Autora

5.5. Egresos

En esta parte se encuentran detalladas las erogaciones que se efectuara para ofertar el servicio basado en la calidad y calidez.

✓ **Costos operativos**

Son todos los costos tanto directos como indirectos que son indispensables para efectuar los servicios pronosticados.

- **Materia prima**

En los costos operativos la materia prima se estableció tomando en cuenta el número de personas que asistirán por cada servicio, ya que representan al número de menús que necesita preparar para efectuar el trabajo.

**CUADRO N° 64
TOTAL DE SERVICIOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Número de servicios o banquetes	64	71	78	85	94
N° de personas por servicios	150	150	150	150	150
Total de consumidores	9600	10650	11700	12750	14100

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

El costo unitario de cada menú se estableció mediante un análisis de los componentes de cada uno, los cuales crecen al ritmo de la inflación.

CUADRO N° 65
COSTO UNITARIO DEL MENÚ

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Número de consumidores	9600	10650	11700	12750	14100
Costo unitario del menú	3,90	4,06	4,22	4,39	4,56
TOTAL	37.440,00	43.196,40	49.353,41	55.933,86	64.330,52

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

- **Mano de obra**

Dentro de la mano de obra a requerir se encuentra el chef, ayudantes de cocina los cuales serán contratados exclusivamente para la prestación del servicio, a estas personas se les cancelara sus servicios mediante la emisión de facturas.

CUADRO N° 66
HONORARIOS POR SERVICIOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Chef	3200,00	3692,00	4218,24	4780,67	5498,34
Ayudantes de cocina	3840,00	4430,40	5061,89	5736,81	6598,00
Seguridad	960,00	998,40	1038,34	1079,87	1123,06
Limpieza	1440,00	1497,60	1557,50	1619,80	1684,60
TOTAL	7.040,00	8.122,40	9.280,13	10.517,48	12.096,34

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

- **Costos indirectos de operación**

Estos costos se los cálculo se los estableció tomando en cuenta los servicios a ofertar, los cuales crecen en base a la inflación proyectada.

- **Servicios básicos**

CUADRO N° 67

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua	360,00	374,40	389,38	404,95	421,15
Luz	720,00	748,80	778,75	809,90	842,30
TOTAL	1.080,00	1.123,20	1.168,13	1.214,85	1.263,45

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

- Consumo de gas

CUADRO N° 68

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Consumo de gas	60,00	62,40	64,90	67,49	70,19

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

- Mantenimiento equipo de cocina

CUADRO N° 69

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento de equipo de cocina	180,00	187,20	194,69	202,48	210,57
TOTAL	180,00	187,20	194,69	202,48	210,57

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

- Transporte

CUADRO N° 70

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Transporte	120,00	124,80	129,79	134,98	140,38
TOTAL	120,00	124,80	129,79	134,98	140,38

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

- Reposición de menaje

CUADRO N° 71

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Reposición de menaje	387,50	403,00	419,12	435,89	453,32
TOTAL	387,50	403,00	419,12	435,89	453,32

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

- Depreciaciones operativas

CUADRO N° 72

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Depreciación Equipo de cocina	200,38	200,38	200,38	200,38	200,38
Depreciación Equipo de audio y sonido	238,77	238,77	238,77	238,77	238,77
Depreciación Muebles y enseres cocina	658,62	658,62	658,62	658,62	658,62
TOTAL	1097,77	1097,77	1097,77	1097,77	1097,77

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

- **Resumen de costos operativos**

Los costos operativos para el primer año de funcionamiento son de \$48.827,42 y para el quinto año es de \$82.052,42.

CUADRO N° 73

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia prima	37440	43196	49353	55934	64331
Mano de Obra	7040,00	8122,40	9280,13	10517,48	12096,34
Servicios Básicos	1080,00	1123,20	1168,13	1214,85	1263,45
Consumo de gas	60,00	62,40	64,90	67,49	70,19
Mantenimiento equipo de cocina	180,00	187,20	194,69	202,48	210,57
Transporte	120,00	124,80	129,79	134,98	140,38
Reposición menaje	387,50	403,00	419,12	435,89	453,32
Depreciaciones	1097,77	1097,77	1097,77	1097,77	1097,77
Imprevistos 3%	1422,16	1629,51	1851,24	2088,14	2389,88
TOTAL	48.827,42	55.946,68	63.559,16	71.692,94	82.052,42

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

5.6. Gastos administrativos

Los gastos administrativos, están proyectados anualmente según la inflación del 4%.

- **Sueldos administrativos**

CUADRO N° 74

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente	5674,30	5901,27	6137,32	6382,82	6638,13
Secretaria	4344,91	4518,71	4699,46	4887,44	5082,93
TOTAL	10.019,21	10.419,98	10.836,78	11.270,25	11.721,06

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

- **Honorarios por servicios**

CUADRO N° 75

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Contadora	1440	1497,60	1557,50	1619,80	1684,60

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

- **Servicios básicos**

CUADRO N° 76

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua	60,00	62,40	64,90	67,49	70,19
Luz	180,00	187,20	194,69	202,48	210,57
TOTAL	240,00	249,60	259,58	269,97	280,77

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

- **Servicios de comunicación**

CUADRO N° 77

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicio de teléfono	360,00	374,40	389,38	404,95	421,15
Servicio de internet	288,00	299,52	311,50	323,96	336,92
TOTAL	648,00	673,92	700,88	728,91	758,07

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

- **Útiles de oficina**

CUADRO N° 78

DESCRIPCIÓN	CANT.	V. UNIT.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Resma de papel bond	12	4,00	48,00	49,92	51,92	53,99	56,15
Carpetas archivadoras	10	2,00	20,00	20,80	21,63	22,50	23,40
Grapadora	3	1,50	4,50	4,68	4,87	5,06	5,26
Perforadora	3	3,00	9,00	9,36	9,73	10,12	10,53
Útiles varios	1	20,00	20,00	20,80	21,63	22,50	23,40
TOTAL			101,50	105,56	109,78	114,17	118,74

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

- **Mantenimiento computación**

CUADRO N° 79

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento computación	240,00	249,60	259,58	269,97	280,77
TOTAL	240,00	249,60	259,58	269,97	280,77

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

- **Depreciaciones administrativa**

CUADRO Nº 80

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Depreciación Infraestructura	1570,83	1570,83	1570,83	1.570,83	1570,83
Depreciación Equipo de computación	511,33	511,33	511,33	536,90	536,90
Depreciación Equipo de oficina	182,07	182,07	182,07	182,07	182,07
Depreciación Muebles y Enseres	163,05	163,05	163,05	163,05	163,05
TOTAL	2.427,27	2.427,27	2.427,27	2.452,84	2.452,84

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

- **Resumen gastos administrativos**

Los gastos administrativos ascienden a \$15.115,99 para el primer año de funcionamiento de la pequeña empresa y el quinto año \$17.296,84

CUADRO Nº 81

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos	10019,21	10419,98	10836,78	11270,25	11721,06
Honorarios por servicios	1440,00	1497,60	1557,50	1619,80	1684,60
Servicios básicos	240,00	249,60	259,58	269,97	280,77
Servicios de comunicación	648,00	673,92	700,88	728,91	758,07
Mantenimiento computación	240,00	249,60	259,58	269,97	280,77
Útiles de oficina	101,50	105,56	109,78	114,17	118,74
Depreciación administrativos	2427,27	2427,27	2427,27	2452,84	2452,84
TOTAL	15115,99	15623,53	16151,39	16725,92	17296,84

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

5.7. Gastos de ventas

Los gastos de venta corresponden a la publicidad que se efectuara para hacer conocer el servicio a nivel local. Estas erogaciones crecen anualmente tomando en cuenta a la inflación proyectada de los cinco últimos años que es el 4%.

- **Publicidad**

CUADRO N° 82

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Prensa escrita	240,00	249,60	259,58	269,97	280,77
Radio	360,00	374,40	389,38	404,95	421,15
Hojas volantes	48,00	49,92	51,92	53,99	56,15
Pagina web	100,00	104,00	108,16	112,49	116,99
TOTAL	748,00	777,92	809,04	841,40	875,05

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

5.8. Gastos financieros

Son los intereses por el crédito obtenido a través del Banco Fomento.

CUADRO N° 83

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Interés	4995,81	4254,85	3402,75	2422,84	1295,94

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

5.9. Resumen de egresos

Los egresos totales en el primer año ascienden a \$71.247,51 y en el quinto año son de \$101.782,32

CUADRO N° 84

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos Operativos	48827,42	55946,68	63559,16	71692,94	82052,42
Gastos Administrativos	15115,99	15623,53	16151,39	16725,92	17296,84
Gastos de Ventas	748,00	777,92	809,04	841,40	875,05
Gastos Financieros	6006,10	5115,30	4090,88	2912,80	1558,01
Gastos de Amortización	550,00				
TOTAL	71.247,51	77.463,43	84.610,47	92.173,06	101.782,32

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

5.10. Financiamiento

Para llevar a cabo la gestión del proyecto se obtendrá un crédito de \$40.015,92 con una tasa del 15% anual en el Banco del Fomento.

CUADRO N° 85

DATOS		
CAPITAL	40.015,92	
TASA	15%	
TIEMPO	5	
CUOTA	ANUAL	

Fuente: Banco del Fomento

Elaborado por: La autora

CUADRO N° 86
TABLA DE AMORTIZACIÓN

PERIODO	CUOTA DE PAGO	INTERES	PAGO AL PRINCIPAL	SALDO INSOLUTO
0				40015,92
1	11.937,37 \$	6.002,39 \$	5.934,98 \$	34.080,94 \$
2	11.937,37 \$	5.112,14 \$	6.825,23 \$	27.255,71 \$
3	11.937,37 \$	4.088,36 \$	7.849,02 \$	19.406,69 \$
4	11.937,37 \$	2.911,00 \$	9.026,37 \$	10.380,32 \$
5	11.937,37 \$	1.557,05 \$	10.380,32 \$	0,00
TOTAL	59.686,86 \$	19.670,94 \$	40.015,92 \$	

Fuente: Banco del fomento

Elaborado por: La autora

5.11. Depreciaciones

Para obtener la depreciación se aplicó en base a los porcentajes legales establecidos por el Reglamento a la Ley del Régimen Tributario Interno:

a) La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes:

(I) Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares 5% anual.

(II) Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.

(III) Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.

(IV) Equipos de cómputo y software 33% anual.

En caso de que los porcentajes establecidos como máximos en este Reglamento sean superiores a los calculados de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil o la técnica contable, se aplicarán éstos últimos.

**CUADRO Nº 87
DEPRECIACIONES**

ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	AÑO 0	VR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Infraestructura	33070	1653,5	1570,825	1570,825	1570,825	1570,825	1570,825
Equipo de Computación	2.301,00	767,00	511,33	511,33	511,33		
Renovación de Eq. Computación	2.416,05	805,35				536,90	536,90
Equipo de Oficina	2.022,96	202,29	182,06	182,07	182,07	182,07	182,07
Equipo de Cocina	2.226,39	222,63	200,37	200,38	200,38	200,38	200,38
Equipo de Audio y sonido	2.653,00	265,3	238,77	238,77	238,77	238,77	238,77
Muebles y Enseres oficina	1.811,66	181,166	163,04	163,04	163,04	163,04	163,04
Muebles de Cocina	7.318,00	731,80	658,62	658,62	658,62	658,62	658,62
TOTAL	46.501,06	4.829,05	3.525,04	3.525,04	3.525,04	3.550,61	3.550,61

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

5.12. Estados financieros

Con la información presupuestada se estableció los siguientes estados financieros.

✓ Balance de arranque o situación inicial

Este balance representa el total de activos y pasivos con los que inicia la pequeña empresa.

**CUADRO N° 88
BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL**

ACTIVO		PASIVO		
ACTIVOS CORRIENTE		5.334,04	PASIVOS LARGO PLAZO	
Caja - bancos	5.334,04		Préstamo por pagar	40.040,64
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	5.334,04		TOTAL PASIVOS LARGO PLAZO	40.040,64
ACTIVOS FIJOS		60.850,36	PATRIMONIO	
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO			Capital	26.693,76
Activos Depreciables			TOTAL PATRIMONIO	26.693,76
Equipo de Computación	2.301,00			
Equipo de oficina	2.022,96			
Muebles de oficina	1.811,66			
Equipo de Audio y Sonido	2.653,00			
Equipo de cocina	2.226,39			
Muebles de cocina	7.318,00			
Menaje	3.875,01			
Infraestructura	33.070,00			
Otros	1.772,34			
Activos no depreciables				
Terreno	3.800,00			
ACTIVO DIFERIDO		550,00		
Gastos de constitución	550,00			
TOTAL ACTIVOS	66.734,41		TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	66.734,41

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

✓ **Estado de resultados**

Con el estado de resultados se puede apreciar la utilidad neta proyectada de la pequeña empresa de Banquetes.

**CUADRO N° 89
ESTADO DE RESULTADO**

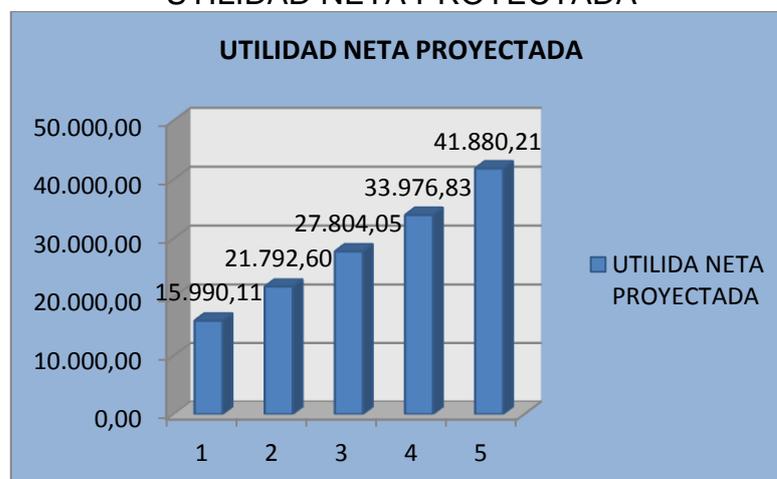
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos proyectados	96.000,00	110.760,00	126.547,20	143.420,16	164.950,06
Costos operativos	47.729,66	54.848,92	62.461,40	70.595,17	80.954,65
Utilidad Bruta	48.270,34	55.911,08	64.085,80	72.824,99	83.995,40
Gastos administrativos	12.688,71	13.196,26	13.724,11	14.273,08	14.844,00
Gastos de ventas	748,00	777,92	809,04	841,40	875,05
Gasto por depreciación	3.525,04	3.525,04	3.525,04	3.550,61	3.550,61
Gasto por amortización diferidos	550,00				
Utilidad Operativa	30.758,59	38.411,86	46.027,61	54.159,91	64.725,74
Gastos Financieros Intereses	6.006,10	5.115,30	4.090,88	2.912,80	1.558,01
Utilidad Antes de Reparto	24.752,49	33.296,57	41.936,73	51.247,10	63.167,73
(-15%) Part. Trabajadores	3.712,87	4.994,48	6.290,51	7.687,07	9.475,16
(=) Utilidad o pérdida antes de impuestos	21.039,62	28.302,08	35.646,22	43.560,04	53.692,57
Impuesto a la Renta	5049,51	6509,48	7842,17	9583,21	11812,37
Utilidad Neta Proyectada	15.990,11	21.792,60	27.804,05	33.976,83	41.880,21

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Para el primer año de actividades la utilidad neta proyecta es de \$15.990,11 y en el quinto año \$41.880,21

**GRÁFICO N° 31
UTILIDAD NETA PROYECTADA**



Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

✓ **Estado de flujo de caja con protección**

El flujo de caja representa la dinámica de la pequeña empresa tanto entradas y salidas de efectivo.

**CUADRO N° 90
FLUJO DE CAJA CON PROTECCIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Inversión Inicial	- 66.734,41					
(=) Utilidad Neta		15.990,11	21.792,60	27.804,05	33.976,83	41.880,21
Depreciación		3.525,04	3.525,04	3.525,04	3.550,61	3.550,61
Recuperación de venta de activos						4.829,05
(=) Total Ingresos		19.515,15	25.317,64	31.329,09	37.527,44	50.259,86
EGRESOS						
Pago al Principal		5938,65	6829,45	7853,86	9031,94	10386,74
Reinversión de activos fijos					2.416,05	
(=) Total Egresos		5938,65	6829,45	7853,86	11447,99	10386,74
(=) FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO	- 66.734,41	13.576,50	18.488,19	23.475,23	26.079,44	39.873,13

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

El flujo de caja neto para el primer año es \$13.576,50 y en el quinto año es de \$39.873,13.

5.13. Evaluación financiera

La evaluación financiera permite determinar la factibilidad de proyecto para esto se aplicó evaluadores que toman en cuenta el valor de dinero en el tiempo como son: el TIR, el VAN, PRI, C/B.

5.14. Determinación Tasa de rendimientos medio.

Para determinar el costo de oportunidad se estableció tanto la tasa pasiva para el capital propio y la tasa activa para el capital financiado, según

información recopilada del Banco Central se encuentra al 4, 6% la tasa pasiva y la tasa activa al 15%.

**CUADRO Nº 91
INVERSIONES**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Inversión Inicial	66.693,21	
Capital Propio	26.677,28	40,00
Capital Financiado	40.015,92	60,00
TOTAL		100%

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

**CUADRO Nº 92
CAPITAL**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Capital Propio	26.677,28	40,00	4,60	184,00
Capital Financiado	40.015,92	60,00	15,00	900,00
TOTAL	66.693,21	100,00	19,60	1084,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Tasa de rendimiento medio para obtener esta tasa se aplico la siguiente fórmula:

Datos:	
Ck(valor ponderado)=	10,84
If(Inflación)=	4,00
TRM=	$((1+Ck)(1+If)-1)$
TRM=	0,1527
TRM=	15,27%

5.15. Análisis del Valor actual neto

El VAN representa la rentabilidad del proyecto en valores absolutos, teóricamente para decidir si el proyecto es factible, se deberá obtener un valor positivo y mayor a cero.

CUADRO N° 93

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	ENTRADAS DE EFECTIVO	FACTOR DE DESCUENTO 15,27%	ENTRADAS ACTUALES
0	-66.734,41			-66.734,41
1		13.576,50	0,868	11.778,00
2		18.488,19	0,753	13.914,32
3		23.475,23	0,653	15.327,13
4		26.079,44	0,566	14.771,79
5		39.873,13	0,491	19.592,91
VAN				8.649,74

Fuente: Flujo de caja
 Elaborado por: La Autora

$$VAN: -II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} \dots \dots + \frac{FNE}{(1+r)^n}$$

VAN=8.649,74

EL VAN del proyecto es de **\$8.649,74** por tanto es factible.

5.16. Análisis de la tasa interna de retorno

Este evaluador representa la rentabilidad el proyecto en términos relativos o porcentuales.

CUADRO N° 94

AÑO	ENTRADAS EN EFECTIVO	FACTOR 15,27%	ENTRADAS ACTUALIZADAS	FACTOR 20%	ENTRADAS ACTUALIZADAS
0	-66.734,41		-66.734,41		-66.734,41
1	13.576,50	0,868	11778,00	0,833	11.313,75
2	18.488,19	0,753	13914,32	0,694	12.839,02
3	23.475,23	0,653	15327,13	0,579	13.585,20
4	26.079,44	0,566	14771,79	0,482	12.576,89
5	39.873,13	0,491	19592,91	0,402	16.024,12
VAN			8.649,74		-395,42

Fuente: Flujo de caja
 Elaborado por: La Autora

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VANTi}{VANTi - VANTs}$$

$$TIR = 15.27 + (20 - 15.27) \frac{8649,74}{8.649,74 - (-395,42)}$$

$$TIR = 19,77\%$$

El TIR del proyecto es de 19.77% lo que representa factibilidad para el emprendimiento, esta tasa es la rentabilidad del proyecto

5.17. Análisis del periodo de recuperación de la inversión

- PRI con valores corrientes

CUADRO N° 95

AÑOS	CAPITAL	FNE	RECUP. CAPITAL	TIEMPO DE RECUPERACIÓN	
1	66.734,41	13.576,50	13.576,50	1	Año
2		18.488,19	18.488,19	2	Año
3		23.475,23	23.475,23	3	Año
4		26.079,44	11.194,48	5	Meses

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: La Autora

La inversión con el análisis de valores corrientes se recupera en 3 años 5 meses.

- PRI con valores constantes

**CUADRO N° 96
FLUJOS ACTUALIZADOS**

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR	FLUJO DEFLACTADO
1	13.576	0,868	11.778,0
2	18.488	0,753	13.914,3
3	23.475	0,653	15.327,1
4	26.079	0,566	14.771,8
5	39.873	0,491	19.592,9

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 97

AÑOS	CAPITAL	FLUJO NETO DEFLACTADO	RECUP. CAPITAL	TIEMPO DE RECUPERACIÓN	
1	66.734,41	11.778,00	11.778,00	1	Año
2		13.914,32	13.914,32	2	Años
3		15.327,13	15.327,13	3	Años
4		14.771,79	14.771,79	4	Años
5		19.592,9	10.943,17	6	Mes

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: La Autora

El análisis del PRI con valores constantes se recupera en 4 años 6 meses, en este caso el periodo de recuperación es más real

5.19 Análisis del costo beneficio

CUADRO N° 98

AÑO	INGRESOS	EGRESOS	FACTOR 15,27%	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	19.515,15	5.938,65	0,868	16.929,95	5.151,95
2	25.317,64	6.829,45	0,753	19.054,20	5.139,88
3	31.329,09	7.853,86	0,653	20.454,97	5.127,84
4	37.527,44	11.447,99	0,566	21.256,11	6.484,32
5	50.259,86	10.386,74	0,491	24.696,75	5.103,85
				102.391,98	27.007,83

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

$$C/B = \frac{\sum \text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\sum \text{EGRESOS ACTUALIZADOS}}$$

$$C/B = \frac{102.391,98}{27.007,83}$$

$$C/B = 3.79$$

Este evaluador indica que por cada dólar invertido se generará \$2.79.

5.20 Determinación del punto de equilibrio

CUADRO N° 99

Activos fijos	60.850,36
Costos Fijos	22.420,08
Precio	1.500,00
Costo Variable	762,93
PE	113

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

El punto de equilibrio obtenido determina que la pequeña empresa necesita vender 113 servicios para comenzar a recuperar activos fijos y costos fijos.

5.21 Sensibilidad del proyecto

Con el análisis de sensibilidad se determina hasta punto el proyecto es factible para esto se disminuirá una de las variables mas importantes como es la ventas.

- **Escenario UNO**

Cuando las ventas disminuyen en un 3%.

CUADRO N° 100
ESTADO DE RESULTADOS ESCENARIO UNO

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Proyectados	93.120,00	107.437,20	122.750,78	139.117,56	160.001,56
Costos Operativos	47.729,66	54.848,92	62.461,40	70.595,17	80.954,65
Utilidad Bruta	45.390,34	52.588,28	60.289,39	68.522,38	79.046,90
Gastos Administrativos	12.688,71	13.196,26	13.724,11	14.273,08	14.844,00
Gastos de Ventas	748,00	777,92	809,04	841,40	875,05
Depreciación	3.525,04	3.525,04	3.525,04	3.550,61	3.550,61
Amortización Diferidos	550,00				
Utilidad Operativa	27.878,59	35.089,06	42.231,20	49.857,30	59.777,24
Gastos Financieros Intereses	6.006,10	5.115,30	4.090,88	2.912,80	1.558,01

Utilidad Antes de Reparto	21.872,49	29.973,77	38.140,32	46.944,50	58.219,23
(-15%) Part. Trabajadores	3.280,87	4.496,06	5.721,05	7.041,67	8.732,88
Utilidad o pérdida antes de impuestos	18.591,62	25.477,70	32.419,27	39.902,82	49.486,35
Impuesto a la Renta	4461,99	5859,87	7132,24	8778,62	10887,00
Utilidad Neta Proyectada	14.129,63	19.617,83	25.287,03	31.124,20	38.599,35

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

CUADRO Nº 101
FLUJO DE CAJA CON PROTECCIÓN ESCENARIO UNO

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Inversión Inicial	- 66.734,41					
(=) Utilidad Neta		14.129,63	19.617,83	25.287,03	31.124,20	38.599,35
Depreciación		3.525,04	3.525,04	3.525,04	3.550,61	3.550,61
Valor de Rescate						4.829,05
Otros						
(=) Total Ingresos		17.654,67	23.142,87	28.812,07	34.674,81	46.979,01
EGRESOS						
Pago al Principal		5938,65	6829,45	7853,86	9031,94	10386,73
Reinversión					2.416,05	
(=) Total Egresos		5938,65	6829,45	7853,86	11447,99	10386,74
(=) FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO	- 66.734,41	11.716,02	16.313,42	20.958,20	23.226,81	36.592,27

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

CUADRO Nº 100

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	ENTRADAS DE EFECTIVO	FACTOR DE DESCUENTO 15,27%	ENTRADAS ACTUALES
0	-66.734,41			-66.734,41
1		11.716,02	0,87	10.163,66
2		16.313,42	0,75	12.276,80
3		20.958,20	0,65	13.682,47
4		23.226,81	0,57	13.154,37
5		36.592,27	0,49	17.977,95
VAN				520,85

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

$$VAN: -II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} \dots \dots + \frac{FNE}{(1+r)^n}$$

VAN= 520.85

Con este escenario el proyecto sigue manteniéndose en condiciones factibles ya que el VAN es positivo y mayor a cero.

CUADRO Nº 101

AÑO	ENTRADAS EN EFECTIVO	FACTOR 15,27%	ENTRADAS ACTUALIZADAS	FACTOR 16%	ENTRADAS ACTUALIZADAS
0	-66.734,41		-66.734,41		-66.734,41
1	11.716,02	0,87	10163,66	0,86	10100,02
2	16.313,42	0,75	12276,80	0,74	12123,53
3	20.958,20	0,65	13682,47	0,64	13427,03
4	23.226,81	0,57	13154,37	0,55	12827,96
5	36.592,27	0,49	17977,95	0,48	17422,06
VAN			520,85		-833,81

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: La Autora

Con respecto a la TIR es mayor a la tasa de rendimiento medio por consiguiente es proyecto es factible.

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VANTi}{VANTi - VANTs}$$

$$TIR = 15.27 + (16 - 15.27) \frac{520.85}{520.85 - (-833,81)}$$

$$TIR = 15.55\%$$

- **Escenario DOS**

Cuando las ventas disminuye en un 4%

**CUADRO Nº 102
ESTADO DE RESULTADOS ESCENARIO DOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Proyectados	92.160,00	106.329,60	121.485,31	137.683,35	158.352,05
Costos Operativos	47.729,66	54.848,92	62.461,40	70.595,17	80.954,65
Utilidad Bruta	44.430,34	51.480,68	59.023,91	67.088,18	77.397,40
Gastos Administrativos	12.688,71	13.196,26	13.724,11	14.273,08	14.844,00
Gastos de Ventas	748,00	777,92	809,04	841,40	875,05
Depreciación	3.525,04	3.525,04	3.525,04	3.550,61	3.550,61
Amortización Diferidos	550,00				
Utilidad Operativa	26.918,59	33.981,46	40.965,73	48.423,10	58.127,74
Gastos Financieros Intereses	6.006,10	5.115,30	4.090,88	2.912,80	1.558,01
Utilidad Antes de Reparto	20.912,49	28.866,17	36.874,84	45.510,30	56.569,73
(-15%) Part. Trabajadores	3.136,87	4.329,92	5.531,23	6.826,54	8.485,46
Utilidad o pérdida antes de impuestos	17.775,62	24.536,24	31.343,62	38.683,75	48.084,27
Impuesto a la Renta	4266,15	5643,34	6895,60	8510,43	10578,54
Utilidad Neta Proyectada	13.509,47	18.892,91	24.448,02	30.173,33	37.505,73

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 103
FLUJO DE CAJA CON PROTECCIÓN ESCENARIO DOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Inversión Inicial	- 66.734,41					
(=) Utilidad Neta		13.509,47	18.892,91	24.448,02	30.173,33	37.505,73
Depreciación		3.525,04	3.525,04	3.525,04	3.550,61	3.550,61
Valor de Rescate						4.829,05
Otros						
(=) Total Ingresos		17.034,51	22.417,94	27.973,06	33.723,93	45.885,39
EGRESOS						
Pago al Principal		5938,65	6829,45	7853,86	9031,94	10386,73
Reinversión					2.416,05	
(=) Total Egresos		5938,650	6829,45	7853,86	11447,99	10386,73
(=) FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO	- 66.734,41	11.095,86	15.588,50	20.119,20	22.275,94	35.498,65

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 104

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	ENTRADAS DE EFECTIVO	FACTOR DE DESCUENTO 15,27%	ENTRADAS ACTUALES
0	-66.734,41			-66.734,41
1		11.095,86	0,87	9.625,67
2		15.588,50	0,75	11.731,26
3		20.119,20	0,65	13.134,73
4		22.275,94	0,57	12.615,85
5		35.498,65	0,49	17.440,65
VAN				-2.186,25

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: La Autora

$$VAN: -II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} \dots \dots + \frac{FNE}{(1+r)^n}$$

VAN= -2.186.25

Si esto ocurre el proyecto no es factible ya que se obtiene un VAN negativo.

CUADRO Nº 105

AÑO	ENTRADAS EN EFECTIVO	FACTOR 15,27%	ENTRADAS ACTUALIZADAS	FACTOR 15%	ENTRADAS ACTUALIZADAS
0	-66.734,41		-66.734,41		-66.734,41
1	11.095,86	0,87	9625,67	0,87	9648,57
2	15.588,50	0,75	11731,26	0,76	11787,14
3	20.119,20	0,65	13134,73	0,66	13228,70
4	22.275,94	0,57	12615,85	0,57	12736,34
5	35.498,65	0,49	17440,65	0,50	17649,10
VAN			-2.186,25		-1.684,55

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: La Autora

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VANTi}{VANTi - VANTs}$$

$$TIR = 15.27 + (15 - 15.27) \frac{-2.186,25}{-2.186,25 - (-1.684,55)}$$

$$TIR = 14.89\%$$

En las condiciones dadas el proyecto es riesgoso ya que el TIR es menor a la tasa de rendimiento medio.

5.22 Resumen de la evaluación financiera

**CUADRO Nº 106
RESUMEN DE EVALUACIÓN FINANCIERA**

RATIO EVALUADOR	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR	RESULTADO
TRM =		15,27%	
VAN =	VAN > 0	\$8.649,74	Aceptable
TIR % =	TIR > TRM	19,77%	Aceptable
Sensibilidad -3% en ventas	TIR	15,55%	Aceptable
Sensibilidad -4% en ventas	TIR	14,10%	No se acepta
PRI con valores corrientes		3,5	Años muy bueno
PRI con valores constantes		4,6	Años bueno
B/C =	R B/C > 1	3.79	Aceptable

Fuente: Evaluación Financiera

Elaborado por: La Autora

Finalmente analizado todos los puntos del capítulo se determina que el proyecto tiene un alto grado de factible en las condiciones estudiadas.

CAPÍTULO VI PROPUESTAS ESTRATÉGICA

6.1. Presentación

En la organización administrativa de la pequeña empresa se analizará algunos aspectos, exigencias administrativas, requisitos para el funcionamiento de este, se examinará la misión y visión administrativa, las diferentes funciones que debe desempeñara el personal, para una eficiente organización.

En el capítulo se considerara como objetivo de análisis los siguientes aspectos:

- Constitución Legal de la pequeña empresa
- Planificación estratégica
- Organización Estructural

6.2. Nombre o Razón social

La pequeña empresa tendrá como razón social BANQUETES LA DELICIA, en este nombre se evidencia el servicio a ofertarse, es muy fácil de recordar, fácil de pronunciar y estratégicamente diseñado para persuadir a la gente.

6.3. Bases Legales

Para iniciar las actividades de la pequeña empresa se necesita personería jurídica es decir, a qué tipo de empresa pertenece. BANQUETES LA DELICIA se formalizara sus actividades como empresa de Responsabilidad Limitada, sujeta a cláusulas que se redactaran en una minuta de escritura.

- **Personería Jurídica**

Al constituir la pequeña empresa como una sociedad mercantil se hace necesario fundamentar que tipo de sociedad se establecerá. Como señalamos anteriormente existen algunos tipos pero hemos estudiado el que mejor se ajusta a las características del proyecto. De esta manera se decide crear una personería jurídica mediante la constitución de una compañía de Responsabilidad Limitada; pues la misma presenta muchos beneficios que facilitan el establecimiento de la pequeña empresa.

CUADRO N° 105

CARACTERISTICAS, REQUISITOS Y FORMALIDADES DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA								
Forma Jurídica	Número de socios	Capital social	Desembolsos o en constitución	Responsabilidad	Obligaciones fiscales	Seguridad social	Constitución	Organismos rectores
Compañía de Responsabilidad limitada	Min. 2 Max. 15	USD. 400,00	50% del valor Nominal de cada participación (numerario y/o especies)	Limitada hasta el monto de sus aportaciones	IVA, Impuesto a la Renta, 25% de las Utilidades, ICE de acuerdo con el tipo de producción	Las Generales de Ley (aportes mensuales, fondos de reserva, etc.)	Registro de nombre, Escritura pública, Informes previo, Afiliación a Cámaras, permisos municipales.	Junta general de socios

FUENTE: Investigación directa

ELABORADO POR: La Autora

- **Socios**

La pequeña empresa estará formado por tres socios, los mismos que aportaran parte de la inversión.

- Para poner en funcionamiento la pequeña empresa se deberá presentar los siguientes requisitos:

Personas Naturales obligadas a llevar contabilidad

- Formulario de solicitud y declaración de patente
- Certificado de no adeudar a la Municipalidad
- Copia de cédula y certificado de votación
- Permiso del cuerpo de bomberos (local)

6.4. Bases Filosóficas

En BANQUETES LA DELICIA se redacta su carta organizacional, plasmando su misión, visión, objetivos, políticas, principios y valores.

6.4.1. Misión

La misión es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización porque define: lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa, lo que pretende hacer, y el para quién lo va a hacer.

“Somos una Casa de Banquetes líder en la organización de eventos sociales y empresariales, satisfacemos las necesidades de nuestros clientes con calidad y calidez, oportunidad y servicio dentro y fuera de nuestra sede, permitiendo demostrar una excelente imagen y atención para sus clientes.”

6.4.2. Visión

La visión es una exposición clara que indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en qué se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes.

Para BANQUETES LA DELICIA la visión es:

“En el año 2015 nos mantendremos como una Casa de Banquetes LA DELICIA Líder en el mercado; con el servicio que mejor se ajusta a las necesidades de nuestros clientes de acuerdo a los estándares del mercado, garantizando siempre la calidad en nuestra atención y direccionalaremos la empresa hacia los avances gastronómicos y tendencias decorativas que nos permitan estar a la vanguardia.”

6.5. Objetivos

- Otorgar calidad y responsabilidad, no solo en las propuestas que realizamos sino, en todas las actividades que desarrollamos, teniendo como principal meta el servicio a nuestros clientes.
- Llegar a ser líderes en el mercado, manteniendo ante ellas una imagen de excelencia en el servicio de banquetes.
- Brindar a los clientes satisfacción a la hora de servirse sus alimentos disfrutando de un ambiente agradable.

6.6. Políticas Empresariales

- **GARANTIZAR LA MÁXIMA CALIDAD EN LA ELABORACIÓN DE NUESTROS PLATOS**

A través de un exigente control en la selección de las materias primas a utilizar, que deben ser provistas por empresas que estén a la altura de nuestras necesidades; con un ordenado almacenamiento de las mismas y la más correcta manipulación de alimentos conforme a las buenas prácticas de manufactura, para generar la plena confianza de nuestros consumidores.

- **PRESTAR SERVICIOS DE EXCELENCIA.**

Adoptamos una política de capacitación continua de nuestro talento humano, porque reconocemos que este esfuerzo es de vital importancia para nuestro crecimiento, y así con un trato único, equilibrado y preferencial, basado en el respeto mutuo y la solidaridad, lograremos la plena satisfacción de nuestros clientes.

- **ASEGURAR EL ORDEN, HIGIENE Y MANTENCIÓN DE TODOS LOS SECTORES.**

Como así también utensilios y ambientes, los que son considerados indispensables para la organización por tratarse de nuestra casa, ocupándonos de todos los detalles para plasmar el compromiso de ser los mejores.

- **CONTINUAR SIENDO PIONERA EN CUANTO A INNOVACIONES.**

Estamos atentos a nuevas inversiones, ya que evaluamos constantemente los cambios y sugerencias que los clientes internos y externos.

6.7. Principios y Valores

✓ Principios

- Para la pequeña empresa el talento humano es primordial y como tal se les ofrecerá un excelente ambiente organizacional, en el cual tendrá una remuneración justa y acorde a su desempeño, seguridad, comunicación, estabilidad laboral, confianza y solidaridad.
- Respetar las creencias religiosas y políticas, así como la opinión personal de sus colaboradores como de sus clientes externos.
- La pequeña empresa buscara un mejoramiento continuo, basándose en la calidad del servicio y la opinión de los clientes.
- El servicio será personalizo para los clientes, ya que se contara con personal calificado en cada área.
- Eficiencia en todas las actividades de la empresa lo cual nos permita cumplir con los contratos con proveedores y clientes.
- Transparencia y profesionalismo en nuestra empresa.

✓ **Valores**

El servicio de banquetes tendrá como valores institucionales los siguientes

- **Calidad:** Mantener la calidad tanto en el servicio y la atención al cliente.
- **Honestidad:** La claridad y honradez en las actividades que se realicen tanto en el sector interno como externo de la pequeña empresa, la honestidad es esencial para la captación de consumidores.
- **Puntualidad:** Realizar las actividades en el tiempo establecido, para que el cliente se sienta satisfecho y contribuya a la pequeña empresa.
- **Ética:** Trabajar bajo las reglas y normas que dicta la sociedad y la empresa como institución.
- **Confianza:** Brindar seguridad al cliente de que nuestro servicio es de calidad y no representa ningún peligro.

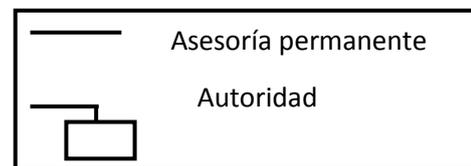
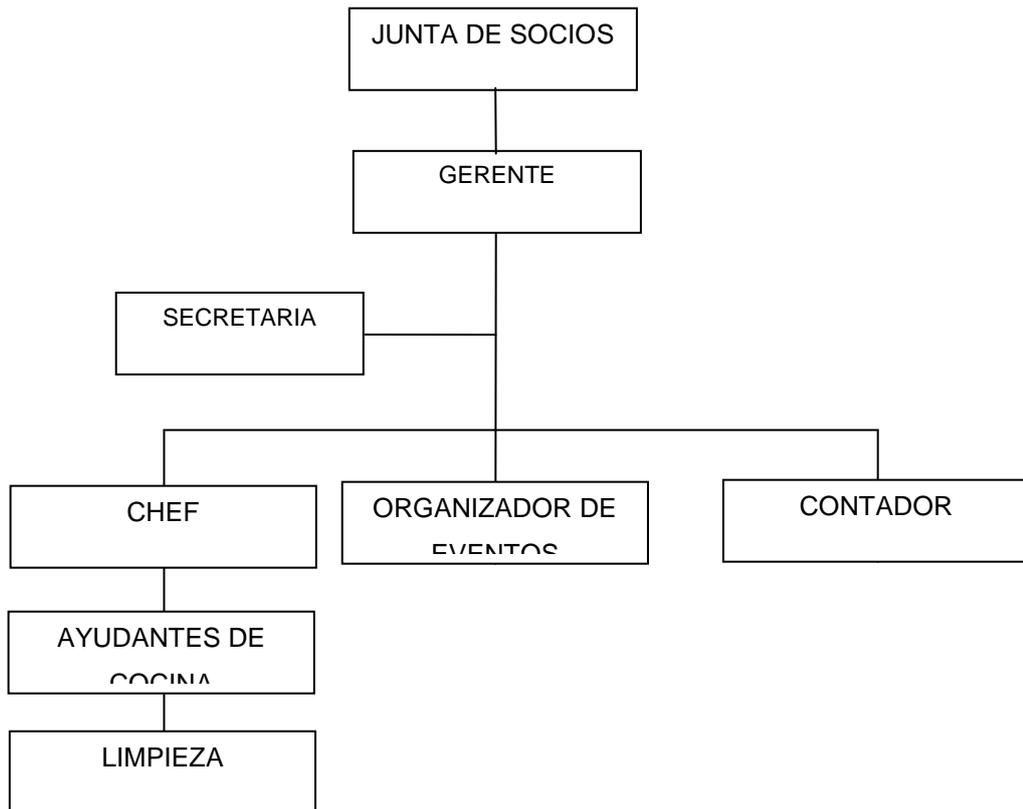
6.8. Estructura Orgánica

✓ **Organigrama Estructural**

El organigrama es un instrumento metodológico de la ciencia administrativa. Este tiene una virtud dual, por una parte trae ventajas, debido a que permite observar la estructura interna de una organización.

ILUSTRACIÓN Nº 14
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE
BANQUETES LA DELICIA

VERSIÓN Nº 1



Elaborado por: La Autora

✓ Niveles Administrativos

Toda empresa está constituida por niveles jerárquicos que se especifique la función que cada uno debe ejecutar, responsabilidades que se comprometen cumplir para el logro de los objetivos y metas.

En el organigrama estructural antes ilustrado se analiza los siguientes niveles jerárquicos que se consideraron para la elaboración:

NIVEL LEGISLATIVO: Este nivel es esta integrado por la Junta de Socios y su función principal es tomar decisiones, que solo ellos tienen la facultad de hacerlo. Es el que tiene mayor grado de autoridad en la organización.

NIVEL DIRECTIVO: Está constituido por el gerente o administrador, siendo sus funciones dirigir, controlar y evaluar las actividades de la organización, interpretar planes, programas y más directrices de alto nivel. Es nivel está orientado a obtener resultados para la empresa y saber dirigir con eficiencia y eficacia para satisfacer las necesidades de los clientes internos y externos de la empresa.

NIVEL ASESOR: El nivel auxiliar, como su nombre lo indica auxilia o sugiere y recomienda al resto de niveles administrativos, su grado de autoridad es mínimo, se dedica a recibir órdenes, con el objeto de contribuir al adecuado funcionamiento de la empresa.

NIVEL DE APOYO: Este nivel tiene a su cargo las actividades complementarias, es decir son responsables de la eficiente administración de los recursos humanos, materiales, financieros, tecnológicos y logísticos.

NIVEL OPERATIVO:

Este nivel está formado por las personas que ejecuta las actividades como son organización del evento, preparación de alimentos y bebidas, quienes comparte una relación directa en la prestación del servicio con el cliente, es parte medular del negocio.

✓ **Matriz de competencias**

CUADRO Nº 106

CARGO	COMPETENCIAS	PERFIL / ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
<p>GERENTE</p>	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Responsabilidad ▪ Honestidad ▪ Autocontrol ▪ Compromiso con la organización ▪ Ética profesional ▪ Tolerancia <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacidad para liderar ▪ Habilidad para negociar ▪ Capacidad para la toma de decisiones ▪ Trabajar en equipo ▪ Habilidad de dirección ▪ Pensamiento analítico y crítico 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Liderazgo ▪ Disponibilidad de tiempo completo ▪ Buenas relaciones interpersonales ▪ Trabajo bajo presión 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Convocar a las sesiones de Junta de socios y actuar como secretario; ▪ Dirigir y coordinar las actividades de la empresa y velar por la correcta y eficiente marcha de la misma; ▪ Presentar hasta el 30 de noviembre de cada año el presupuesto y el flujo de fondos para el próximo ejercicio económico, para la aprobación de La Junta General de Socios; ▪ Coordinar los programas de capacitación del personal; ▪ Someter a la aprobación de La Junta General de Socios el orgánico estructural y funcional de la compañía, reglamentos internos, manuales, y sus modificaciones y velar por su aplicación; ▪ Presentar con la oportunidad del caso, los estados financieros a La Junta General de Socios para su aprobación y luego enviar a la Superintendencia de Compañías; ▪ Ejecutar las decisiones que se tomen en La Junta General de 	<p>Instrucción</p> <p>Formación: Estudio superiores en Administración de empresas</p> <p>Edad: De preferencia de 25 a 35 años.</p> <p>Experiencia: Experiencia mínima de un a dos años.</p>

			<p>Socios;</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Cumplir y hacer cumplir las disposiciones de las leyes dentro del ámbito de la compañía; ▪ Supervisar que se realicen los pagos de impuestos en los plazos establecidos; ▪ Administrar de forma eficiente y efectiva los recursos de la compañía; ▪ Supervisar permanentemente las instalaciones de la compañía que se mantengan en excelentes condiciones de funcionamiento; y, ▪ Las demás funciones que le fueran asignados por La Junta General de Socios. 	
--	--	--	---	--

CARGO	COMPETENCIAS	PERFIL / ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
SECRETARIA	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Responsabilidad ▪ Honestidad ▪ Compromiso con la organización ▪ Ética profesional ▪ Organización <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Trabajar en equipo ▪ Manejo de computador 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Buenas relaciones interpersonales ▪ Conocimiento de contabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Velar por el orden y seguridad de los documentos de la empresa. • Prepara los documentos e informes de contabilidad y tributación. • Recibir las llamadas telefónicas y correos electrónicos e informar al gerente. • Orientar a los clientes que acuden a la gerencia con buen trato y calidez. 	<p>Instrucción</p> <p>Formación: Estudio secretaria y conocimientos en contabilidad</p> <p>Edad: De preferencia de 25 a 35 años.</p> <p>Experiencia: Experiencia mínima de un año. en cargos similares.</p>

CARGO	COMPETENCIAS	PERFIL / ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
CONTADORA	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Responsabilidad ▪ Honestidad ▪ Compromiso con la organización ▪ Ética profesional ▪ Organización <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Destreza matemática ▪ Pensamiento analítico y conceptual. ▪ Trabajar en equipo ▪ Destrezas en computación 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Manejo de paquetes contables ▪ Buenas relaciones interpersonales ▪ Conocimiento de leyes tributarias. 	<ul style="list-style-type: none"> • Prepara los documentos e informes de contabilidad y tributación. • Llevar los registros contables de la empresa. • Elaborar el cronograma de pagos. • Clasificar, guardar y resumir información numérica y financiera para recopilar asientos contables en los libros. • Llenar y enviar formularios de compensación a trabajadores. • El contador debe tener una estrecha relación con los departamentos. 	<p>Instrucción</p> <p>Formación: Estudio secretaria y conocimientos en contabilidad</p> <p>Edad: De preferencia de 25 a 35 años.</p> <p>Experiencia: Experiencia mínima de un año. en cargos similares.</p>

CARGO	COMPETENCIAS	PERFIL / ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
LIMPIEZA	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Responsabilidad ▪ Honestidad <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Habilidad ▪ Trabajo en equipo 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Buenas relaciones interpersonales ▪ Trabajo bajo presión 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizar el aseo del local de acuerdo a los eventos a realizar. ▪ Informar los daños que exista ▪ Poner todos los suministros necesarios en los diferentes ambientes de la institución. 	<p>Instrucción</p> <p>Formación: Instrucción media, título de bachiller.</p> <p>Edad: De preferencia de 20 a 25 años.</p> <p>Experiencia: No indispensable</p>

CARGO	COMPETENCIAS	PERFIL / ROL	FUNCIONES	REQUISITOS

CHEF	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Responsabilidad ▪ Honestidad ▪ Ética profesional ▪ Organización <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Habilidad ▪ Trabajar en equipo ▪ Destrezas Culinarias 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Buenas relaciones interpersonales ▪ Trabajo bajo presión manejo de recetas culinarias nacionales e internacionales. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Velar que los equipos de cocina estén en perfecto estado, ▪ Preparar los respectivos pedidos de acuerdo al formulario. ▪ registrar los despachos y entregar a la secretaria-contadora. 	<p>Instrucción</p> <p>Formación: Estudio en chef de cocina o gastronomía.</p> <p>Edad: De preferencia de 25 a 35 años.</p> <p>Experiencia: Experiencia mínima de dos año. en cargos similares.</p>
-------------	--	--	--	--

CARGO	COMPETENCIAS	PERFIL / ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
AYUDANTES DE COCINA	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Responsabilidad ▪ Honestidad <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Habilidad ▪ Trabajo en equipo 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Buenas relaciones interpersonales ▪ Conocimientos de cocina 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cuidar que los equipos de cocina estén en perfecto estado. ▪ Preparar los pedidos ▪ Preparar las mesas y sillas de acuerdo al pedido del cliente. ▪ Presentarse al trabajo con los uniformes limpios. ▪ Realizar las limpiezas de emergencia y recoger la vajilla. 	<p>Instrucción</p> <p>Formación: Estudio marketing o comunicación</p> <p>Edad: De preferencia de 25 a 35 años.</p> <p>Experiencia: Experiencia mínima de dos año. En cargos similares.</p>

CAPÍTULO VII

ANÁLISIS DE IMPACTOS

7.1 Presentación

Para este capítulo se realiza un análisis de los posibles impactos que puede generar la creación de la pequeña empresa.

Para ayudar a evaluar los resultados de los impactos se utilizará una matriz de valores que medirá el nivel de ventaja o desventaja del proyecto.

CUADRO N° 107
VALORES DE IMPACTOS

POSITIVO	
1	Bajo
2	Medio
3	Alto
0	INDIFERENCIA
NEGATIVO	
-1	Bajo
-2	Medio
-3	Alto

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

$$NIVEL DE IMPACTOS = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

Impacto económico

CUADRO N° 108
IMPACTO ECONÓMICO

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Incentivar la Comercialización						X	
Mejorar los Ingresos						X	
Apertura de Mercados						X	
Pago de Impuestos						X	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

PONDERACIÓN DE VALORES

Suma Total = 8

$$NIVEL DE IMPACTOS = \frac{SUMATORIA TOTAL}{NÚMERO DE INDICADORES}$$

$$NI = 8 / 4$$

NI = 2 Impacto medio positivo

ANÁLISIS

La creación de una pequeña empresa especializada en Banquetes, siempre tiene un impacto positivo no solo en la zona sino también en el país general. Debido a que se encuentra latente la posibilidad de abrirse a nuevos mercados y que las personas puedan tener la oportunidad de mejorar sus ingresos. Con este tipo de empresa se puede diversificar otras actividades que permita incentivar la comercialización dentro y fuera de la ciudad, lo que generará que haya más ingresos por recaudación de impuestos.

7.2 Impacto social

CUADRO N° 109
IMPACTO ECONÓMICO

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Calidad de Vida						X	
Satisfacción de Necesidades							X
Generación de Empleo						X	
Integración Social					X		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

Ponderación de valores

Suma Total = 8

$$NIVEL DE IMPACTOS = \frac{SUMATORIA TOTAL}{NÚMERO DE INDICADORES}$$

NI = 8 / 4

NI = 2 Impacto medio positivo

ANÁLISIS

La creación de una empresa vinculada a al servicio de Banquetes, será un apoyo muy importante para la ciudad de Ibarra, debido a que contribuirá a mejorar la calidad de vida de muchas personas. Se generará nuevas fuentes de empleo y el ingreso económico que reciban les servirá para satisfacer en algo sus múltiples necesidades. Además la empresa ayudará a fortalecer los vínculos familiares, pues en la medida en que exista demanda, su mano de obra será dada a conocer en diferentes lugares.

7.3 Impacto ambiental

CUADRO N° 110
IMPACTO ECONÓMICO

Nº	INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Respeto al medio ambiente						X		2
2	Utilización de la materia prima							X	3
3	Control de calidad							X	3

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

PONDERACION DE VALORES

Suma total = 8

$$NIVEL DE IMPACTOS = \frac{SUMATORIA TOTAL}{NÚMERO DE INDICADORES}$$

NI = 8 /3

NI = 2.66 Impacto medio positivo

ANÁLISIS

De acuerdo al análisis del impacto ambiental la puesta en marcha del proyecto genera un nivel positivo lo que quiere decir, que la pequeña empresa utilizara un tratamiento adecuado a los desechos que se obtengan después del procesamiento, de igual manera se mantendrá un constante control de calidad del servicio para evitar irregularidades.

7.4 Impacto empresarial

CUADRO Nº 111
IMPACTO ECONÓMICO

Nº	INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Mejorar la Capacitación							X	3
2	Estímulo a nuevos proyectos							X	3
3	Generación de nuevas ideas							X	3

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

Suma total = 9

$$NIVEL DE IMPACTOS = \frac{SUMATORIA TOTAL}{NÚMERO DE INDICADORES}$$

$$NI = 9/3$$

NI = 3 Impacto alto positivo

ANÁLISIS

El proyecto servirá de base para todas aquellas personas que desean iniciarse en la creación de una pequeña empresa relacionada con el servicio de Banquetes. Debido a que les ayudará como fuente de consulta, tomando en cuenta que es la aplicación de todos aquellos conocimientos adquiridos durante el proceso de formación profesional. Ya que se ejecutara capacitación a la sociedad, acerca de generación de pequeña empresas, para incentivar a las nuevas generación del sector de la implantación del proyecto

7.5 Impacto general

CUADRO N° 112
IMPACTO ECONÓMICO

Nº	INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	IMPACTO ECONÓMICO						X		2
2	IMPACTO SOCIAL						X		2
3	IMPACTO AMBIENTAL							X	3
4	IMPACTO EMPRESARIAL							X	3

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora.

Suma total = 10

$$NIVEL DE IMPACTOS = \frac{SUMATORIA TOTAL}{NÚMERO DE INDICADORES}$$

NI= 10/4

NI= 2.5 Impacto medio positivo

ANÁLISIS

En el análisis general se observa que el impacto que generan es positivo lo que se considera que la creación de la pequeña empresa genera más beneficio que perjuicios para el sector, en consecuencia el proyecto tiene una influencia buena en la sociedad y el entorno.

CONCLUSIONES

Después de haber analizado las variables que definen el éxito o no de un proyecto, se ha llegado a las siguientes conclusiones

- Con el diagnóstico se determinó que existe más aliados que oponentes en el entorno donde se gestionara la pequeña empresa, como también se identificó el servicio de banquetes que actualmente existe en la ciudad de Atuntaqui, mismo que no cumple con las expectativas de los clientes en lo que se refiere a calidad y servicio personalizado.
- Efectuado el estudio de mercado se pudo contrastar los resultados de la demanda y la oferta, llegando a determinar que actualmente en la ciudad de Atuntaqui existe un demanda insatisfecha de 1823 servicios en el año 2011 con un crecimiento significativo, lo hace atractiva la propuesta.
- Para introducir la pequeña empresa, se consideró óptimo captar en el primer año de funcionamiento el 5% de la demanda insatisfecha, con un crecimiento anual del 10%, considerando la capacidad administrativa y operativa, con la implementación de estrategias comerciales.
- Con el estudio técnico se determinó que la ubicación estratégica del proyecto será en la panamericana norte y Av. Marín, además se diseñó un flujograma donde se detalla las actividades para la realización del evento, basado en la eficiencia.
- Para gestionar la pequeña empresa se necesita un monto de **\$66.693,21** de los cuales un 60% se efectuara un préstamo bancario,

con el análisis de ingresos y egresos se estructuró los respectivos balances proforma, mismos que fueron la base para el análisis de la evaluación financiera, demostrando que el proyecto es factible dando como resultado un VAN de \$8.649,74, el TIR de 19,77% y el B/C es de \$3.79, en los escenarios estudios.

- Para la propuesta estratégica del proyecto se estableció la misión y visión, donde se hace constar el propósito fundamental de la pequeña empresa, también se diseñó un organigrama vertical para establecer sus puestos e identificar las funciones que deberá desempeñar el talento humano.
- Al realizar la evaluación de los impactos en los ámbitos económico, social, ambiental, empresarial el proyecto al momento de su gestión generara más beneficios que perjuicios.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda aprovechar las oportunidades que existen en la ciudad de Atuntaqui, con la puesta en marcha de la pequeña empresa de banquetes, tomando en cuenta los requerimientos técnicos y expectativas de los clientes.
- Al existir un mercado significativo para el servicio de banquetes se debe gestionar el inicio de las actividades de la pequeña empresa utilizando un plan de estrategias enfocadas principalmente al cliente.
- Se debe pronosticar las ventas anualmente, utilizando escenarios reales para contrarrestar el riesgo al fracaso, para esto se recomienda realizar sondeos de mercado semestralmente.
- Uno de los aspectos importantes a considerar en la creación de la pequeña empresa es su ubicación, por lo tanto la misma debe estar cerca de un sector que disponga de todos los servicios básicos, para ofertar un servicio eficiente.
- Se debe negociar el préstamo en entidades financieras que brinden condiciones de pago más favorables, como también es importante para la evaluación financiera tomar en cuenta escenarios pésimos, normales y óptimos.
- Se recomienda que la pequeña empresa realice una capacitación constante a sus empleados, con la finalidad de mantenerlos actualizados con las tendencias que conlleva realizar un evento como etiqueta, colores de moda, entre otros, y así poder alcanzar las metas propuestas.

- Se debe diseñar un plan de contingencias para mitigar los efectos negativos que pudiera presentarse en la ejecución del presente proyecto.

INFORMACIÓN BIBLIOGRAFIA

AMARU, Antonio C. (2009) **Fundamentos de Administración**,
Primera Edición, Editorial Pearson Educación, México.

ANAYA S. Esteban, **Manual de Administración y Gastronomía**,
Segunda Edición, Editorial Trillas, México

ARBOLEDA Germán (2001), **Proyectos Formulación, Evaluación y Control**,
Cuarta Edición, Editorial Cargraphics S.A., Colombia.

BACA, Urbina Gabriel, Año 2006, **Evaluación de Proyectos**, Quinta
edición, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A.
DE C. V., México, D. F.

BATEMAN, Thomas S. SNELL, Scottn A. (2005) **Administración un
nuevo panorama competitivo** Sexta edición Editorial Graw Hill,
México.

CHARLES W. Hill (2004), **Administración Estratégica**, Sexta Edición,
Editorial McGraw-Hill, México.

CHARLES W. Lamb, (2006) Obra **Marketing** Octava Edición Edición
Thomson - México.

CÓRDOBA Marcial (2006), **Formulación y Evaluación**, Primera Edición,
Editorial Ecoe, Bogotá.

D' ALESSIO I. Fernando (2008) **El Proceso Estratégico un Enfoque
de Gerencia** Primera Edición, Editorial Pearson Educación, México.

FISCHER, Laura y ESPEJO, Jorge (2004) **Mercadotecnia** Tercera Edición, Editorial Mc Graw Hill

FLORES U. Juan, (2007). **Proyectos de Inversión para las PYME,** Primera Edición, Editorial Ecoe Ltda. Colombia.

FORSYTH Patrick (2010), **Marketing Las herramientas mas novedosas,** Primera Edición, Editorial Ediecuatorial, Quito.

FRED David (2003), **Conceptos de Administración Estratégica,** Primera edición, Editorial Pearson Educación, México

GALINDO, R. Carlos J. (2008) **Manual para la Creación de Empresas,** Tercera Edición, Ecoe Ediciones. Colombia

GARCÍA D. Carlos, **El plan de negocios para la industria Restaurantera,** Primera Edición, Editorial Trillas turismo, México.

GITMAN, Laurence J. (2007) **Principios de Administración financiera.** Decimo Primera Edición, Pearson Educación, México.

HERNANDEZ Sergio (2004), **Administración, proceso, estrategia y vanguardia,** Primera Edición, Editorial Mc Graw Hill, México

JÁCOME Walter (2005), **Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos,** Primera Edición, Editorial CUDIC Universitaria, Ibarra

KERIN, Roger A., HARTLEY, Steven W., RUDELIUS William, Año 2006, **Marketing "CORE",** Segunda edición en español, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA DE ESPAÑA S. A. U., Aravaca (Madrid).

KOTLER, Philip. (2008) **Principios de Marketing.** Doceava Edición, Prentice Hall, México.

LOPÉZ Javier, (2006), **Gestión por competencias,** G Edición: David Fayerman, Editorial RigormaGrafic, S.L. España

MIRANDA Juan José (2005), **Gestión de proyectos,** Quinta Edición, Editorial MM, Bogotá.

MONTAÑO, S. Francisco. A., Año 2005, **Mercadotecnia, Investigación y Análisis para el éxito,** Primera edición, Editorial TRILLAS, S.A. de C.V., México, D.F.

MONTEROS Edgar (2005), **Manual de Gestión Micro empresarial,** Primera edición, Editorial Universitaria, Ibarra

NÚÑEZ, Z. Rafael (2007) **Manual de Evaluación de Proyectos de Inversión,** Primera Edición, Editorial Trillas. México.

ORTIZ, Alberto G., Año 2005, **Gerencia Financiera y Diagnóstico Estratégico,** Segunda edición, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA, S.A., Bogotá-Colombia.

POSSO, Miguel (2004) **“Metodología Para el Trabajo de Grado”** Ibarra – Ecuador.

SAPAG, CH. Nassir, Año 2007, **Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación,** Primera edición, Editorial Pearson Educación de México S.A. de C.V., México.

SARMIENTO, R. Rubén. (2005) **Contabilidad General** Décima Edición Editorial Voluntad. Ecuador.

SCOTT Besley y BRIGHAM, Eugene F., Año 2009, **Fundamentos de Administración Financiera**, Decimocuarta edición, Editorial CENGAGE LEARNING S.A. de V.C., México.

SOTO, Rogelio. (2002) **Pequeña Empresa**. Primera Edición Editora Palomino, Perú.

STANTON, William J., ETZEL, Michael J., WALKER, Bruce J., Año 2007, **Fundamentos de Marketing**, Decimocuarta edición en español, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. DE C. V., México, D. F.

THOMPSON, Arthur (2008), **Administración Estratégica, Teorías y Casos**, Decimoquinta Edición, Editorial McGraw Hill, México.

ZAPATA Pedro (2005), **Contabilidad General**, Quinta Edición, Editorial McGraw-Hill I. Colombia

LINCOGRAFÍA

<http://www.promonegocios.net/empresa>

www.lideres.com

www.monografias.com

www.eldinero.com

www.inec.gov.ec

ANEXOS

ANEXO Nº 1 FICHA DE OBSERVACIÓN



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA**

INSTRUMENTO N.1

FICHA DE OBSERVACIÓN

1.- INFRAESTRUCTURA

AREAS	SI	NO
Administrativas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Producción	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Parqueadero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Recreación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SERVICIOS		

Luz Eléctrica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Agua potable	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Servicio Bancario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Servicio telefónico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Servicios Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2.- TECNOLOGIA DISPONIBLE

Congelador	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Televisor LCD	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aire acondicionado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3.- TIPOS DE SERVICIOS QUE OFRECEN

Desayunos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Almuerzos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cenas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Platos a la carta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Banquetes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4.- CALIDAD DE ATENCION

Excelente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bueno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Muy Bueno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ANEXO Nº 2 ENTREVISTA DIRIGIDA A PROPIETARIOS DE HOSTERIAS Y RESTAURANTES



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

INSTRUMENTO N.2

Entrevista dirigida a las empresas públicas y privadas consideradas como posibles demandantes de los servicios.

- **¿Qué tiempo lleva en la actividad?**
- **¿La empresa realiza celebraciones por?**
- **¿Qué cantidad de dinero destina la organización para eventos sociales?**
- **¿Qué lugares ha contratado para la prestación de los servicios?**
- **¿Cómo considera el servicio que recibió?**
- **¿Qué expectativas busca en un servicio de banquetes?**

ANEXO Nº 3 ENCUESTA DIRIGIDA PARA LA POBLACIÓN ECONOMICA ACTIVA



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA**

INSTRUMENTO N.3

ENCUESTA DIRIGIDA PARA LA POBLACIÓN ECONOMICA ACTIVA

16. La institución con que frecuencia adquiere el servicio de banquetes?

- Mensual
- Trimestral
- Anual

17. La institución en qué ocasiones adquiere el servicio de banquetes?

- Bodas
- Cumpleaños
- Aniversarios
- Comuniones
- Homenajes
- Bautizos

Otros.....
.....

18.Cuál de estos Restaurantes Ud. ha visitado?

- La casa de Marín

- D`Willian
- La Pailatola

Otros.....

19. La comida que ofrece dicho Restaurante es:

- Excelente
- Buena
- Regulares
- Malas

20. La atención por parte de los empleados fue:

- Excelente
- Buena
- Regulares
- Malas

21. Los meseros son pacientes, amables y respetuosos?

- Poco
- Regular
- Nada

22. El menú de los platos es variado y amplio

SI NO

23. Los platos son preparados y servidos en la manera acordada?

- Rápido
- Regulara
- Lento

24. Cuando Ud. adquirió el servicio la información recibida fue?

- Excelente
- Buena
- Regulares
- Malas

25. Por qué medio de informacion le gustaria saber sobre el servicio de banquetes?

- Prensa escrita
- Radio
- Televisión
- Afiches publicitarios
- Internet

26. Cuál es el factor más importante al adquirir el Servicio de Banquetes?

- Calidad
- Presentación
- Precio

27. Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio prestado?

- \$3 a \$5
- \$5 a \$10
- \$10 a más

28. Le gustaría que exista otro tipo de restaurantes en la Ciudad?

SI

NO

ANEXO Nº 4 ENCUESTAS DIRIGIDA A HOSTERIAS Y RESTAURANTES DETERMINADOS



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA**

INSTRUMENTO N.3

ENCUESTAS DIRIGIDA A HOSTERIAS Y RESTAURANTES DETERMINADOS

a. Hace que tiempo se dedica a esta actividad :

- 1 a 5 años
- 6 a 10 años
- 10 o más años

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

b. Cuáles fueron las razones por las que Ud. decidió dedicarse a este negocio?

- Necesidad
- Conocimiento
- Tradición Familiar
- No existía en el sector
- Por rentabilidad

<input type="checkbox"/>

c. El local donde funciona su negocio es:

- Propio
- Prestado
- Arrendado

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

d. El capital con que Ud. cuenta es:

- Propio
- Financiado

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

En caso de que sea financiado en que Institución lo realizo y a que tasa de interés.....

e. El Recurso Humano con el que Ud. cuenta es:

- Mano de obra calificada
- Mano de obra no calificada

f. Con cuántos empleados Ud. cuenta :

- 1 a 5
- 5 a 10
- 10 o más

g. Con que frecuencia Ud. capacita a sus empleados?

- Cada mes
- Cada 2 meses
- Cada año

h. Que incentivos aplica Ud. con sus empleados?

.....

i. La maquinaria que Ud. dispone para la prestación del servicio es:

- Nueva
- Obsoleta

j. De los siguientes servicios cuales ofrece Ud.

- Almuerzos
- Platos a la carta
- Bodas
- Comidas de negocios
- Cenas de gala
- Conferencias
- Desfiles de moda
- Reuniones de empresa

k. De los antes mencionados cual es el principal servicio que Ud. brinda?

.....

l. De los siguientes medios de publicidad cual aplica Ud.

- Volantes
- Afiches
- Prensa
- Televisión
- Radio
- Internet

ANEXO Nº 5 MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA”

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una de constitución de compañía de Responsabilidad Limitada, al contexto de las clausulas siguientes:

PRIMERA.- COMPARECIENTES Y DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.-

intervienen en la celebración de este contrato, los señores: VALLEJOS CADENA NOHEMI PATRICIA, VALLEJOS CADENA IVONNE, CADENA ZUMARRAGA CECILIA; los comparecientes manifiestan ser ecuatorianos , domiciliados en esta ciudad; y, declaran su voluntad de constituir, como en efecto constituyen, la compañía de responsabilidad limitada BANQUETES LA DELICIA CIA LTDA., la misma que se registrá por las leyes ecuatorianas; de manera especial, por la Ley de Compañías, sus reglamentos y los siguientes estatutos.

SEGUNDA.- ESTATUTOS DE LA COMPAÑÍA

CAPÍTULO PRIMERO

DENOMINACIÓN. NACIONALIDAD, DOMICILIO, FINALIDADES Y PLAZO DE DURACIÓN.

ARTICULO UNO.- Constituyese en la ciudad de Atuntaqui, con domicilio en el mismo lugar, provincia de Imbabura República del Ecuador, de nacionalidad ecuatoriana, la compañía de Responsabilidad Limitada BANQUETES LA DELICIA CIA LTDA.

ARTICULO DOS.- La compañía tiene por objeto y finalidad la venta de comidas y bebidas para su consumo inmediato. La compañía podrá por si o por otra persona natural o jurídica intervenir en la producción del producto, si ello es conveniente a sus intereses; y tiene facultades para abrir dentro y fuera del país, agencias o sucursales, y para celebrar contratos con otras empresa que perciben similares sean nacionales o extrajeras.

ARTÍCULO TRES.- La compañía podrá solicitar préstamos internos o externos para el mejor cumplimiento de su finalidad.

ARTÍCULO CUATRO.- El plazo de duración del contrato social de la compañía es de cinco años, a contarse de la fecha de Inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía; puede prorrogarse por resolución de la junta general de socios, al que será convocada expresamente para deliberar sobre el particular. La compañía podrá disolver antes, si así resolviere la Junta general de socios en forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.

CAPÍTULO SEGUNDO

DEL CAPITAL SOCIAL DE LAS PARTICIPACIONES Y DE LA RESERVA LEGAL

ARTÍCULO CINCO.- El capital social de la compañía es de USD **66.610,81**. El capital está íntegramente suscrito y pagado en especies (bienes) en la forma y proporción que se especifica en las declaraciones.

ARTÍCULO SEIS.- La compañía puede aumentar el capital social, pro resolución de la Junta general de socios, con el consentimiento de las dos terceras partes del capital social, en la forma prevista en la Ley y, en tal proporción a sus aportes sociales, salvo en contrario de la Junta general de socios.

ARTÍCULO SIETE.- La compañía entregara a cada socio el certificado de aportaciones que corresponde; dicho certificado de aportación se extenderá en libre tiñes acompañados de talonarios y en los mismos se hará constar la denominación de la compañía, el capital suscrito y capital pagado, número y valor del certificado, nombres y apellidos del socio propietario, domicilio de la compañía, fecha de la escritura de constitución; notaría en la que se otorgó la fecha y número de Inscripción en el Registro Mercantil, fecha y lugar de expedición, la constancia de no ser negociable, la forma y rúbrica del presidente y gerente de la compañía. Los certificados serán registrados e inscritos en el libro de

socios y participación; y para constancia de su recepción se suscribirán los talonarios.

ARTÍCULO OCHO.- Todas las participaciones son de igual calidad, los socios fundadores no se reservan beneficio especial alguno.

ARTÍCULO NUEVE.- En las Juntas generales para efectos de votación cada participación dará al socio el derecho a un voto.

CAPÍTULO TERCERO

DE LOS SOCIOS, DE SUS DEBERES, ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES

ARTÍCULO DIEZ.- Son obligaciones de los socios:

Las que señala la Ley de Compañías

Cumplir con las funciones, actividades y deberes que les asignen la Junta General de socios, el presidente y el gerente.

Cumplir con las aportaciones suplementarias en proporción a las participaciones que tuvieren en la compañía cuando y en la forma que decida la Junta general de socios; y

Las demás que señalen estos estatutos.

ARTÍCULO ONCE.- Los socios de la compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones:

Intervenir con voz y voto en las sesiones de Junta general de socios, personalmente o mediante mandato a otro socio o extraño, con poder notarial o carta poder. Se requiere de carta poder para cada sesión y el poder a un extraño será necesariamente notarial. Por cada participación el socio tendrá derecho a un voto.

Elegir y ser elegido para los órganos de administración;

A percibir las utilidades y beneficios a prorrata de las participaciones, lo mismo respecto del acervo social de producirse la liquidación de la compañía;

Los demás previstos en la ley y en estos estatutos.

ARTÍCULO DOCE.- La responsabilidad de los socios de la compañías, por las obligaciones sociales, se limita únicamente al monto de sus aportaciones individuales a la compañía, salvo las excepciones de ley.

CAPÍTULO CUARTO

DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN

ARTÍCULO TRECE.- El gobierno y la administración de la compañía se ejercen por medio de los siguientes órganos; la Junta General de socios, el presidente y el gerente.

ARTÍCULO CATORCE.- DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS.- La junta general de socios es el órgano supremo de la compañía y está integrada por lo socios legalmente convocados y reunidos en el número suficiente para formar quórum.

ARTÍCULO QUINCE.- Las sesiones de junta general de socios son ordinarias y extraordinarias, y se reunirán en el domicilio principal de la compañía para su validez. Podrá la compañía celebrar sesiones de Junta general de socios en la modalidad de junta universal, esto es, que la junta universal, esto es, que la junta general de socios puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital, y los asistentes quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad acepten por unanimidad la celebración de la junta y los asuntos a tratarse entendiéndose así, legalmente convocada y válidamente constituida.

ARTÍCULO DIECISÉIS.- La Junta generales se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico, y las extraordinarias en cualquier tiempo que fueren convocadas. En las sesiones de Junta general, tanto ordinarias como extraordinarias, se tratarán únicamente los asuntos puntualizados en la convocatoria, en caso contrario las resoluciones serán nulas.

ARTÍCULO DIECISIETE.- Las Juntas ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el presidente de la compañía, por escrito y personalmente a cada uno de los socios, con ocho días de anticipación

por lo menos al señalado para la sesión de la Junta general. La convocatoria indicará el lugar, local, fecha, el orden del día y objeto de sesión.

ARTÍCULO DIECIOCHO.- El quórum para las sesiones de Junta general de socios, en la primera convocatoria será de más de la mitad del capital social y en la segunda se podrá sesionar con el número de socios presentes, lo que se indicara en la convocatoria. La sesión no podrá instalarse, ni continuar válidamente sin el quórum establecido.

ARTÍCULO DIECINUEVE.- Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de votos del capital social concurrente a la sesión, con las excepciones que señalan estos estatutos y la Ley de Compañías. Los votos en blanco y las abstenciones se sumaran a la mayoría.

ARTÍCULO VEINTE.- Las resoluciones de la Junta general de socios tomadas con arreglo a la ley y a estos estatutos y sus reglamentos, obligarán a todos los socios, hayan o no concurrido a la sesión, hayan o no contribuido con su voto y estuvieron o no de acuerdo con dichas resoluciones.

ARTÍCULO VEINTE UNO.- Las sesiones de Junta general de socios, serán presididas por el presidente de la compañía y a su falta, por la persona designada en cada caso, de entre los socios; actuará de secretario el gerente o el socio que en su falta de Junta elija en cada caso.

ARTÍCULO VEINTE DOS.- Las actas de las sesiones de Junta General de socios se llevaran a máquina, en hojas debidamente foliadas y escritas en el anverso y reverso, las que llevaran la firma del presidente y secretario. De cada sesión de junta se formará un expediente que contenía la copia del acta, los documentos que justifiquen que la convocatoria ha sido hecha legalmente, así como todos los documentos que hubieren sido conocidos por la Junta.

ARTÍCULO VEINTE TRES.- Son atribuciones privativas de la Junta general de socios:

Resolver sobre el aumento o disminución de capital, fusión o transformación de la compañía, sobre la disolución anticipada, la prórroga del plazo de duración y, en general resolver cualquier reforma al contrato constituido y a estos estatutos.

Nombrar al presidente y al gerente de la compañía, señalándole su remuneración y, removerlos por causas Justificadas o a la culminación del periodo para el cual fueron elegidos.

Conocer y resolver sobre las cuentas, balances, inventarios e informe que presente los administradores.

Resolver sobre la forma de reparto de utilidades;

Resolver sobre la formación de fondos de reserva especial o extraordinaria;

Acordar la exclusión de socios de acuerdo con las causa establecidas en la ley;

Resolver cualquier asunto que no sea competencia privativa del presidente o del gerente y dictar las medidas conducentes a la buena marcha de la compañía.

Interpretar con el carácter de obligatorio los casos de duda que se presente sobre las disposiciones del estatuto;

Acordar la venta o gravamen de los bienes inmuebles dela compañía;

Aprobar los reglamentos de la compañía;

Aprobar el presupuesto de la compañía;

Resolver la creación o supresión de sucursales, agencias representaciones, establecimientos y oficinas de la compañía.

ARTÍCULO VEINTE CUATRO.- Las resoluciones de la Junta general de socios son obligaciones desde el momento en que son tomados válidamente.

ARTÍCULO VEINTE CINCO.- DEL PRESIDENTE.- El presidente será nombrado por la Junta general de socios y durara dos años en el ejercicio de su cargo, pudiendo se indefinidamente reelegido. Puede ser socio o no.

ARTÍCULO VEINTE SÉIS.- Son deberes y atribuciones del presidente de la compañía;

Supervisar la marcha general de la compañía y el desempeño de los servidores de la misma e informar de estos particulares a la junta general de socios;

Convocar y presidir las sesiones de junta general de socios y suscribir las actas;

Velar por el cumplimiento de los objetivos de la compañía y por la aplicación de sus políticas;

Reemplazar al gerente por falta o ausencia temporal o definitiva, con todas las atribuciones, conservando las propias mientras dure su ausencia o hasta que la Junta general de socios designe un reemplazo y se haya inscrito su nombramiento y aunque no se le hubiere encargado la función por escrito;

Firmar el nombramiento del gerente y conferir certificaciones sobre el mismo;

Las demás que señalan la Ley de Compañías, estos estatutos, reglamentos de la compañía y la Junta general de socios.

ARTÍCULO VEINTE SIETE.- DEL GERENTE.- El gerente será nombrado por la Junta general de socios y durará dos años en su cargo, pudiendo ser reelegido en forma definitiva. Puede ser socio o no.

ARTÍCULO VEINTE OCHO.- Son deberes y atribuciones del gerente de la compañía;

Representar legalmente a la compañía en forma Judicial y extrajudicial;

Conducir la gestión de los negocios y la marcha administrativa de la compañía;

Dirigir la gestión económica financiera de la compañía;

Gestionar, planificar, coordinar y ejecutar las actividades de la compañía;

Realizar pagos por conceptos de gastos administrativos;

Realizar inversiones y adquisiciones hasta por el suma de veinte salarios mínimos vitales, sin necesidad de firma conjunta con el presidente. Las

adquisiciones que pasen de veinte salarios mínimos vitales, las hará conjuntamente con el presidente, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo doce de la Ley de Compañías;

Suscribir el nombramiento del presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo;

Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil;

Llevar los libros de actas y expedientes de cada sesión de Junta general de socios;

Manejar las cuentas bancarias según sus atribuciones;

Presentar a la Junta general de socios un informe sobre la marcha de la compañía, el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la fórmula de distribución de beneficios según la ley, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico;

Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la junta general de socios;

Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establecen la ley, estos estatutos, los reglamentos de la compañía y las que señale la Junta general de socios.

CAPÍTULO QUINTO

DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA

ARTÍCULO VEINTE NUEVE.- La disolución y liquidación de la compañía se regula por las disposiciones pertinentes de la ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección once: así como pro el Reglamento pertinente y lo previsto en estos estatutos.

ARTÍCULO TREINTA.- No se disolverá la compañía por muerte, interdicción o quiebra de uno o más de sus socios.

ANEXO Nº 7 COTIZACIÓN DE AUDIO Y SONIDO

 <p>IMPORTADORA MUSICAL * SISTEMAS AUDIO Y COMUNICACIÓN* *CONTAMOS CON ASESORAMIENTO Y SERVICIO TÉCNICO*</p>		<p>Chilisa Chiliza Carolina Antonieta</p> <p>PROFORMA Nº 0000977</p>		
<p>Dir.: Bolívar 8-81 y Velasco Telfs.: (593-5) 2 607 473 Fax: 2 952 683 E-mail: imsa@andinet.net Ibarra - Ecuador</p>				
<p>Código: Nombre: <u>Patricia Callejo</u> Dirección: <u>Atuntaqui</u> RUC/C.I.: <u>100 225 170 -9</u> Teléfono: <u>2542 169</u></p>		<p>Página: Fecha: <u>9-3-2011</u> Vencim.: Pago: <u>15-Días</u> Vendedor:</p>		
CODIGO	DESCRIPCION	Cant.	V. Unit.	V. Total
	Potencia Phonic xP1000	1	455	455
	Bojas Peavey doble bajo 1200	2	290	580
	Microfonos Admix 6010-Bowts alcance	1	130	130
	Mezcladora Italy Audio 44	1	175	175
	Bolsa Yamaha HC 166	1	573	573
	Aurifonos stanton Pro 300	1	67	67
	luz doble espeja	1	210	210
	Cable parlante el metro	1	1,00	1,00
	Cable instalacion	1	10,00	10,00
<p>INCLUYE IVA.</p>				
<p><small>Quita la mancha de la sección devoluciones en efectivo. Cambios o devoluciones máximo el 10% de la cotización. Presentar este factura.</small></p> <p><small>Debo y pagaré a Carolina Antonieta Chiliza Chiliza sin protesto el total de esta factura, en caso de incumplimiento pagaré la tasa máxima de mora autorizada, más los gastos que por servicios se generen.</small></p>		<p>Subtotal</p> <p>Redondeo</p> <p>Descuento</p> <p>% IVA</p> <p>Tarifa 0%</p> <p>TOTAL \$ 2201, =</p>		
<p> Firma Autorizada</p>		<p> Cliente</p>		

ANEXO Nº 8 COTIZACIÓN DEL COMPUTADOR Y ASESORIOS



Importadores de partes, Accesorios, Suministros de Computadores

Procedencia de Partes
Venta de Computadores
Mantenimiento

VASQUIN Cia. Ltda.

RUC: 1001730113001

Asesoramiento Técnico
Instalaciones de Redes
Desarrollo de Software

Dirigido: Sr. Santiago Arellano
Fecha: 03 de Mayo de 2011

Prof. Num: 2876-011
Tel: 264-1177

CANTIDAD	DETALLE	VALOR U.	VALOR T.
1	COMPUTADOR INTEL CORE I3 CASE ATX FULL TOWER T1MP Teclado Multimedia Español Mouse Optico NetScroll Parlantes 2pc MAINBOARD INTEL DH55 S-E156 Video Incorporado Puertos USB Tarjeta de Red Puerto PCI Express Sonido Incorporado PROCESADOR INTEL CORE I3 3.06GHZ S-E156 DVD WRITER SAMSUNG UJ-R DISCO DURO 320GB SATA 7200 RPM MEMORIA 4GB DDR3 PC-1333 LECTOR DE TARJETAS USB 2.0 MONITOR 18.5" LCD FLAT PANEL IMPRESORA MULTIFUNCION CANON MP-250 Incluye: Regulador de Voltaje, Juego de Cobertores, Pad-Mouse Camara Web, Flash Memory, Mesa Computador 3 niveles	685.29	685.29
		Subtotal	685.29
		Iva 12%	82.23
		Total	767.52

GARANTIA:

Soporte técnico y asesoramiento.

Esta proforma caduca en 8 días

1 Año en Partes y Piezas
Contra defectos de Fabricación

Forma de Pago:

De Contado se haría un descuento del 5% al valor indicado.

Financiado con Tarjeta de Crédito:

A 3 meses sin intereses y hasta 18-24 meses con intereses dependiendo la tarjeta.



**Diners Club
International®**

Dirección: Sánchez y Chacabuco 21-134 y Tablas Mesa Tel: 240517/2402997/2610558
Itarra-Itarra

ANEXO Nº 9 COTIZACIÓN DEL ASESORIOS DE COCINA Y ELECTRODOMESTICOS

CONDICIONES S.A. - TIENDAS TIENDAS La Plaza TEL. 17909811901			
MITHU, LA de Marzo de 2011			
PATRICIA VALLEJO C.I. 199090479 DRAVALLE TELEFONO 2942-169 RESIDENTE			
Tenemos el agrado de cotizar la siguiente mercadería:			
CANT	DESCRIPCION	REFERENCIA	VALOR UNIT.
1	0225 615 OPA BORDATE MEXICANA HONDUR. -C- DEL	07950/06/PS	.00
1	0225 625 OPA VINO TIF JUBA HIZ BORDATE -C- NICKELADO	07950/06/PS	29.99
1	0129 297 CHUCERO D E LISO 2 PELAR -C- 3402 CHITWAYS	087045/03	.54
1	0129 354 WSD POCOS LE WZ JUBA PELAR -C- OPITAL UN	087045/03	6.31
1	0145 359 MEXICANA CENTER -D- 95-05	95-05	47.99
1	0145 411 LINDORNO COM BEL ENTER -D- 4435	4435	96.62
1	0145 474 CAFETERA HECO MOR 3528 ENTER -D- 6510CS370	6510CS370	67.99
4	0225 1347 MILDE PAR MOR BEL CHOCOLG -C- PYREX 10921	6510CS370	15.99
1	0316 139 MILDE OPA 300 UNO -H- REPOS 1130	6510CS370	5.57

CANT	DESCRIPCION	REFERENCIA	VALOR UNIT.
1	0145 474 CAFETERA HECO MOR 3528 ENTER -D- 6510CS370	6510CS370	67.99
1	0225 1347 MILDE PAR MOR BEL CHOCOLG -C- PYREX 10921	6510CS370	15.99
1	0316 139 MILDE OPA 300 UNO -H- REPOS 1130	6510CS370	5.57
1	0316 243 OLA PRESID I LI 12308 UNO -H- DIA 02026	6510CS370	54.99
1	0316 249 OLA JUDY PA LIM UNO -H- PAL 04374	6510CS370	69.99
1	0316 287 BATHM 2804 PRIVILEGIO UNO -H- PPLR 82136	6510CS370	16.99
1	0332 4387 MINTON 4387 300 188 SUN -C- RE-1859/77	6510CS370	209.99
1	0336 1999 TELEFONO MEXICANA PSICOMIC -C- MX-TB00214	6510CS370	87.99
1	0226 2008 TR 32" HD H 2804 FC PSICOMIC -C- TC-L380204	6510CS370	776.99
1	0412 836 PSICOMIC H LIM UNO -H- T026-1	6510CS370	8.29
1	0356 590 MILDE P/PA RE BEL BATH -C- 2005-T-258	6510CS370	28.99
1	0359 701 HIBORNO SILVER INDOOR -H- 80 20 H	6510CS370	154.99
1	0788 749 REFRIGERA 2 240.15 INDOOR -H- DE-195 0249	6510CS370	710.99
1	1650 306 SQUEAKER MOR BOOF ELECTRIK -H- 16041	6510CS370	57.99
1	2564 014 OPA BORDA J 35 RYAL BORDA BORDA 15003	6510CS370	14.99

843956212208	2574 020	CUBIERTOS JGD	
GPZS 2.5MM WEI LI -AA-	1521F-20		
1	45.99	45.99	
090643502991	2701 020	CUCHILLO PA	
MANILLA WHOLE POWER -AA-	KD11091		
1	3.52	3.52	
		NEGRA	
7702404075583	2826 007	PLATO FRUTA 16	
CM BLANCO CORONA -C-	PAL101703124		
1	2.98	2.98	
		ACTUALITE PORCEL	
7702404074807	2826 008	PLATO HONDU 18	
7CM BLANCO CORONA -C-	PAL101703224		
1	3.40	3.40	
		ACTUALITE PIRC	
7702404109226	2826 017	PLATO TENDID	
0 27.5CM CORONA -C-	PAL101712824		
1	4.95	4.95	
		BLANCO ACTUALITE CO	
7702404089818	2826 048	POZUELO 14C	
M BLANCO CORONA -C-	PAL101703324		
1	2.49	2.49	
		ACTUALITE PORCELANA	
843956146916	3070 042	SALSERA C/PLATO	
JRUXE CHAOZHOU DOSHIFA 8194-5			
1	10.99	10.99	
		-AB	
843956521430	3539 003	BANDEJA C/MANCO	
RECT GDE ENAU LEONG -A-	CIRC 743AN0		
1	38.99	38.99	
		SILVER HIERRO C	

TOTAL: \$ 2,567

30

En los precios señalados anteriormente
 l esta incluido el 12% de IVA.
 COMERCOR S.A. es contribuyente especia
 l, por lo tanto no corre retención sobre
 el 12% de IVA. Resol. 5368 del 02-JU
 -95.
 Adicionalmente concederemos el 10% de d
 scuento con tarjeta SUPERMAXI ILIMITADA
 o EMPRESARIA. SUKASA, TUDHOCAE.
 Esta promoción tiene validez por el tie
 o de caducidad sujeta a inventario de
 macen.

[Signature]
 ELABORADO POR EDWIN TORRES
 AUTORIZADO POR ALEJANDRA GARCIA
 ADMINISTRADORA LA PLAZA
 TELEFONO 062-646-028 062-644055

ANEXO Nº 10 MAQUINARIA DE LA COCINA



ANEXO Nº 11 CRISTALERÍA

Para una amplia gama de bebidas, una amplia gama de cristalería en diferentes tamaños y formas: copas, vasos, jarras y más.

En mesa8 cuidamos cada detalle, para su evento sea único para usted y sus invitados. Con nuestro servicio de cristalería, usted sólo se preocupará por disfrutar de su evento.

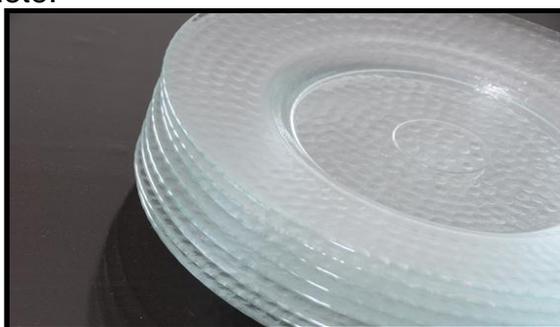




ANEXO N° 12 VAJILLAS

Ponemos distinción y clase en sus eventos con vajillas de alta calidad y fina estética. Con modelos diferentes de acuerdo a la ocasión de su evento y número de personas.

Póngase en contacto con nosotros para conocer la vajilla que se adapte mejor a su banquete.



ANEXO Nº 13 MANTELERÍA

Para el detalle distinguido de su evento, contamos con mantelería para todo tipo de montajes, mesas redondas de 1.65 y 1.85, cuadradas, tablonés y más.

Acérquese con nosotros y reciba asesoría de un experto en montajes, para lograr ambientes únicos y exclusivos para su evento, que harán sentir más comfortable su banquete



ANEXO Nº 14 PRESUPUESTO DEL MENÙ

MENÙ UNO			
ENTRADA			
COCTEL DE CAMARONES			
CANTIDAD	MATERIA PRIMA	VALOR	
15 LIBRAS	CAMARON	75,00	
30 UNID	AGUACATES	6,67	
15 UNID	LECHUGAS	7,50	
60 UNID	PAITEÑAS	5,00	
20 UNID	HUEVOS	6,20	
2 LITROS	ACEITES	5,00	
4 LITROS	SALSA DE TOMATE	4,50	
TOTAL			109,87
SOPA			
CONSOME			
CANTIDAD	MATERIA PRIMA	VALOR	
8 LIBRAS	PECHUGA DE POLLO	9,00	
8 LIBRAS	MOLLEJAS	7,50	
3 LIBRAS	ARVEJAS	3,00	
15 UNID	PAPANABO	1,50	
15 UNID	ZANAHORIA	1,50	
69 UNID	VAINITA	1,50	
3 UNID	COLIFLOR	1,50	
20 UNID	CEBOLLA LARGA	3,00	
	HIERBAS	1,50	
TOTAL			30,00
FUERTE			
CANTIDAD	MATERIA PRIMA	VALOR	
30 LIBRAS	ARROZ	12,00	
1/2 QUINTAL	PAPAS	6,00	
2 KILOS	CHORIZO	5,00	
1 KILOS	SALCHICHAS DE POLLO	5,00	
50 UNID	PAITEÑA	3,00	
25 UNID	PIMIENTO	3,00	
1 LITRO	ACEITE	2,50	
TOTAL			36,50
ENSALADAS			
CANTIDAD	MATERIA PRIMA	VALOR	
ENSALADA RUSA			
15 LIBRAS	ARVEJAS	15,00	
2 KILOS	JAMÓN	15,00	
25 UNID	ZANAHORIA	3,00	
3 UNID	QUESO	14,00	
4 UNID	COL MORADA	3,00	
4 LITROS	VINO GRETA	3,50	

TOTAL			53,50
FILLETMINION			
CANTIDAD	MATERIA PRIMA	VALOR	
38 LIBRAS	LOMO FINO	112,50	
15 LIBRAS	TOCINO AHUMANO	75,00	
TOTAL			187,50
MEDALLONES			
CANTIDAD	MATERIA PRIMA	VALOR	
100 LIBRAS	POLLOS	97,50	
1 LIBRA	ESPINACA	3,50	
25 UNID	ZANAHORIA	3,50	
1 KILO	JAMON	6,50	
50 UNID	VAINITA	3,50	
	ADOBOS	22,50	
5 LATAS	SALSA DE CHAMPIÑONES	30,00	
TOTAL			167,00
TOTAL DEL MENÚ			584,37
VALOR POR PERSONA			3,90

MENÚ DOS			
ENTRADA			
UNIDADES	MATERIA PRIMA	VALOR	
30 UNID	ATUN	30,00	
30 UNID	PEPINILLO	4,50	
30 UNID	PERLA	4,50	
45 UNID	ZANAHORIA	4,50	
4 LITROS	MAYONESA	3,75	
	CREPS		
5 LIBRAS	HARINA	2,50	
1 LITRO	LECHE	0,75	
24 UNID	HUEVO	2,80	
5 LIBRAS	AZUCAR	2,40	
1 LIBRA	ROYAL	1,50	
TOTAL			57,20
CREMA DE CHAMPIÑONES			
UNIDADES	MATERIA PRIMA	VALOR	
5 UNID	SOBRES DE CREMA DE CHAMPIÑONE	15,00	

30 UNID	LATAS DE CHAMPIÑONES	51,00	
10 UNID	LECHE	7,50	
TOTAL			73,50
PLATO FUERTE			
UNIDADES	MATERIA PRIMA	VALOR	
30 LBR	ARROZ	12,00	
2 UNID	CURRY	3,00	
3 LITROS	CREMA DE LECHE	6,00	
20 UNID	CEBOLLA PERLA	2,00	
1 KILO	JAMON	4,00	
1/2 QUINTAL	PAPAS	4,50	
7 1/2 LIBRAS	APANADURA	7,50	
2 LITROS	ACEITE	5,00	
24 UNID	HUEVOS	2,80	
7 1/2 LIBRAS	CHANCHO	15,00	
ENSALADA			
25 UNID	VAINITA	5,50	
25 UNID	ZANAHORIA	5,00	
5 LIBRAS	TOCINO AHUMADO	12,00	
3 UNID	QUESO	7,50	
95 LIBRAS	POLLO	123,50	
38 LIBRAS	CHULETAS	83,60	
	ADONOS	20,00	
3 UNID	CREMA DE CHAMPIÑONES	15,00	
20 UNID	BROCOLI	15,00	
TOTAL			348,90
POSTRE			
TORTA DE TRES LECHES		60,00	
TOTAL MENU DOS			539,60
VALOR POR PERSONAS			3,89

ANEXOS N° 15

MENU N° 1

ENTRADA: Coctel de camarón



FUERTE: Pollo gratinado
Lomo mechado en su salsa
(manzana y almendras)
Ensalada caliente
Papas al perejil
Arroz imperial

POSTRE: Carlota de frutas

MENU N° 2

ENTRADA: Creps de mariscos



FUERTE: Filet migñon
Gordon blue
Variedad de ensaladas
Croquetas de papas
Arroz de colores

POSTRE: Pai de mora

MENÙ Nº 3

ENTRADA: Empanada hawaiana



FUERTE: Pechugas mercy
Chuleta en salsa de piña
Legumbres al vapor
Papas en forma de peras
Arroz al curry

POSTRE: Melocotón melva

MENÙ Nº 4

ENTRADA: Aguacate a la jardinera



FUERTE: Pierna de pollo rellena
Escalopes de lomo a la boloñesa
Ensalada del huerto
Papas al orégano
Arroz mixto

POSTRE: Helado de paila

MENÙ N° 5

ENTRADA: Croquetas de pollo



SOPA: Crema de hongos

FUERTE: Pollo apanado
Lengua en salsa de champiñones
Ensalada de vainita
Croquetas de papas
Arroz verde

POSTRE: Piña en almíbar

MENÙ N° 6

ENTRADA: Quimbolito



SOPA: Ají de librillo

FUERTE: Camarón al ajillo
Medallones de res
Variedad de ensaladas
Papas Francesas
Arroz mixto

POSTRE: Babaco almíbar

MENÙ N° 7

ENTRADA: Quimbolito



SOPA: Ají de librillo

FUERTE: Camarón al ajillo
Medallones de res
Variedad de ensaladas
Papas Francesas
Arroz mixto

POSTRE: Babaco almíbar

VARIEDAD ENTRADAS

Empanaditas de morocho
Rollos de jamón y espárragos gratinados.
Torre capresse

VARIEDAD EN CARNES

Lomo de cerdo a la italiana
Lomo de res con hierbas ajo
Goulash húngaro
Enrollado de res ala florentina
Chuletas de res en salsa agridulce
Pollo tailandés al horno
Pollo en salsa cremosa de tomate y albaca
Soufflé de corvina
Tilapia en salsa mornay o salsa italiana

GUARNICIONES Y ENSALADAS

Arroz verde gratinado

Arroz al pimiento

Papas torneadas en orégano y ajo

Papas al romero horneadas

Verduras salteadas

Ensalada fresca marinada

POSTRE

Mouse de mora, frutilla o chocolate

Crema brulée

OPCION 2

ENTRADAS

Crepés de jamón y champiñones

Rollitos de hojaldre con espinaca y queso

Pimiento relleno a la italiana

VARIEDADES EN CARNES

Somilío de res con ciruelas y tocino

Lomo al horno en salsa de vino tinto

Filet mignon con mantequilla de hierbas

Medallones de pollos rellenos

Pollo a la española con aceitunas

Corvina en salsa de ajo y vino blanco

Corvina a la española

Camarones con calamares en salsa de coco picante

VARIEDAD EN GUARNICIONES Y ENSALADAS

Arroz jardinera

Arroz con almendras

Arroz a la italiana
Papas a la crema
Croquetas de papa con jamón
Lasaña de tomates y berenjenas
Vainitas a la italiana
Ensalada al pesto

POSTRE

Panacota en salsa de frutos rojos
Strudel de manzana
Crepés de banano en salsa de chocolate

OPCION 3

ENTRADAS

Cóctel de camarón y palmito
Volován con cangrejo a la terminor
Quishe de camarones
Canapé de salmón ahumado
Sorbete De Limón, Frutillas o Maracuyá

VARIEDAD EN CARNES

Pollo con hongos y salsa huancaína
Pollo a la Paulette
Pechuga de pollo a la Navarra
Filetes de pavita en salsa de mango
Filetes de pavo en salsa duxelle
Lomito de pollo en salsa de pimienta rosada
Solomillo de res en salsa de tornillo y papa gratinada
Lomito relleno en salsa de bearnesa y papas caramelizadas
Lomo fino de cerdo en salsa de mostaza
Lomo de cerdo en salsa de ciruelas

Camarones a la palestina

Corvina enrollada con camarón en salsa de vino

VARIEDAD EN GUARNICIONES Y ENSALADAS

Souflé de papa

Esferas de papa y queso

Ensalada jardinera

Ensalada de papa y hongos

Ensalada Waldorf

Ensalada de pastas y frutas

Arroz primavera

Arroz estilo árabe

POSTRES

Postre helado de capuchino

Torta helada de duraznos

NUESTRO SERVICIO INCLUYE:

- Vajilla especial, cristalería para cualquier tipo de licor
- Meseros profesionales
- Mantelería y arreglo floral para cada mesa (en nuestro local)
- 5 horas de servicio, la hora extra de servicio tienen un valor de \$50

ANEXO N° 16 ROL DE PAGOS DE PEQUEÑA EMPRES DE

BANQUETES LA DELICIA

N° EMPLEADOS	CARGO	SUELDO MES	SUELDO ANUAL	DÉCIMO IV SUELDO	DÉCIMO III SUELDO	APORTE PATRONAL 12,15%	FONDO RESERVA	TOTAL
1	Administrador	350	4200	264	350	510,3	350	5674,3
1	Secretaria	264	3168	264	264	384,912	264	4344,91

ANEXONº 16 HONORARIOS POR SERVICIOS

PRIMER AÑO				
N °	DESCRIPCIÓN	Nº SERVICIOS	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
1	Chef	64	50	3200
2	Ayudantes de cocina	64	30	3840
TOTAL				7040
SEGUNDO AÑO				
N °	DESCRIPCIÓN	Nº SERVICIOS	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
1	Chef	71	52,00	3692,00
2	Ayudantes de cocina	71	31,20	4430,40
TOTAL				8122,40
TERCER AÑO				
N °	DESCRIPCIÓN	Nº SERVICIOS	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
1	Chef	78	54,08	4218,24
2	Ayudantes de cocina	78	32,45	5061,89
TOTAL				9280,13
CUARTO AÑO				
N °	DESCRIPCIÓN	Nº SERVICIOS	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
1	Chef	85	56,24	4780,67
2	Ayudantes de cocina	85	33,75	5736,81
TOTAL				10517,48
QUINTO AÑO				
N °	DESCRIPCIÓN	Nº SERVICIOS	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
1	Chef	94	58,49	5498,34
2	Ayudantes de cocina	94	35,10	6598,00
TOTAL				12096,34
N °	DESCRIPCIÓN	Valor Mensual	Valor Anual	
1	Servicio de limpieza	80	960	
2	Servicio de Seguridad	120	1440	
TOTAL			2400	

ANEXO Nº 17 COSTOS DE PRODUCCION MENSUAL

SERVICIOS BÁSICOS		
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	30	360
Luz	60	720
TOTAL		1080

CONSUMO DE GAS		
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Consumo de gas	5	60
TOTAL		60

MANTENIMIENTO EQUIPO DE COCINA		
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento equipo de cocina	15	180
TOTAL		180

TRANSPORTE		
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Transporte	10	120
TOTAL		120

ANEXO Nº18 GASTOS ADMINISTRATIVOS

SERVICIOS BÁSICOS		
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	5	60
Luz	15	180
TOTAL		240

SERVICIO DE COMUNICACIÓN		
DESCRIPCIÓN	Valor Mensual	Valor Anual
Servicio de teléfono	30	360
Servicio de internet	24	288
TOTAL		648

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento computación	20,00	240,00
TOTAL		240,00