

UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA
CENTRO UNIVERSITARIO DE TACUAREMBÓ
TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN Y CONTABILIDAD

PROYECTO FINAL: SALON DE EVENTOS "VIEJA BODEGA"

por

**DE LOS SANTOS ACUÑA MARIA LUCIANA
PERES DE FIGUEREDO LEONARDI TAIS**

TUTORA: CRA. MARIA ANGELICA NACIMENTO

COORDINADORA: CRA. ANA GÓMEZ

Tacuarembó

URUGUAY

2016

Página de Aprobación

CENTRO UNIVERSITARIO DE TACUAREMBÓ

El tribunal docente integrado por los abajo firmantes aprueba el trabajo final:

Título

.....
.....

Autor/es

.....
.....

Tutor

.....

Carrera

.....

Cátedra

.....

Puntaje

.....

Tribunal

Profesor..... (nombre y firma).

Profesor..... (nombre y firma).

Profesor..... (nombre y firma).

AGRADECIMIENTOS

A nuestras familias y amigos por su apoyo incondicional.

Al propietario de Vieja Bodega por su tiempo y disponibilidad para proporcionar toda la información solicitada.

A nuestra tutora Cra. María Angélica Nascimento por guiarnos en la elaboración del proyecto.

A la Psicóloga Lorena Clara por la corrección del Plan de Recursos Humanos.

Al Cr. Gustavo Gutiérrez por la colaboración en la elaboración del Plan Financiero.

A Mariela Muñoz y Amanda Córdoba por su aporte en la elaboración de la Bibliografía del proyecto.

RESUMEN

En este trabajo se analiza la viabilidad de la oferta de un servicio de alquiler de un salón para la realización de eventos en la ciudad de Tacuarembó. Para ello se realiza un plan de negocios que será presentado como proyecto final de la carrera de Tecnólogo en Administración y Contabilidad y con la perspectiva de ser un documento formal que sirva de base para el desarrollo de este negocio como tal que ya inició sus actividades en Febrero de 2016.

DESCRIPTORES

Plan de negocios. Viabilidad. Eventos.

TABLA DE CONTENIDO

AGRADECIMIENTOS	iii
RESUMEN.....	iii
I. INTRODUCCIÓN	7
II. TEMÁTICA ABORDADA.....	8
A. ANTECEDENTES INTERNACIONALES	10
III. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL NEGOCIO	12
A. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL MERCADO	12
B. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	13
Misión	14
Visión.....	14
Valores	14
Objetivos	14
Justificación para la existencia e instalación del negocio	15
C. SERVICIOS.....	15
D. LA LOCALIZACIÓN.....	16
IV. PLAN DE MARKETING.....	18
A. ANÁLISIS ESTRTEGICO	18
Los consumidores	18
Segmentos de mercado.....	19
Competencia.....	19
B. LA MEZCLA COMERCIAL	21
Análisis de Productos y Servicios	21
Precios.....	23
Publicidad y relaciones públicas.....	24
V. PLAN DE OPERACIONES.....	26
A. PRODUCTO O SERVICIO	26
1. Diseño funcional	26
2. Diseño sensorial	26
3. Capacidad.....	26
4. El proceso operativo.....	27
5. Calidad	28

VI. PLAN DE ADMINISTRACIÓN Y RECURSOS HUMANOS	29
VII. PLAN FINANCIERO	35
A. PROYECCIONES DE INGRESO	36
B. PROYECCIÓN DE SITUACIÓN.....	37
C. FLUJO DE CAJA.....	38
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	39
ANEXOS	40
ANEXO A.....	40
Formato entrevista, encuesta y resultados.....	40
ANEXO B.....	44
Ubicación de Vieja Bodega.....	44
ANEXO C.....	45
Planos de los salones	45
<u>ANEXO D</u>	46
Contrato de arrendamiento.....	46
<u>ANEXO E</u>	48
Acta consejo de salarios Grupo 19.....	48
<u>ANEXO D</u>	49
Fotos de Vieja Bodega.....	49

I. INTRODUCCIÓN

Este trabajo fue elaborado en el marco del Proyecto Final de la carrera Tecnólogo en Administración y Contabilidad (TAC) dictada en el Centro Universitario de Tacuarembó de la Universidad de la República con el fin de poner en práctica muchas de las herramientas adquiridas a lo largo de estos años durante la carrera.

El proyecto se basa en el desarrollo de un plan de negocios y el análisis de viabilidad de implementación de una oferta de servicios de alquiler de salón de eventos que ya ha comenzado a funcionar como tal en febrero del presente año (2016).

Además, con el fin de perfeccionar el servicio y de superar las fallas y debilidades que aún presenta, es que realizaremos un análisis de las mismas y las alternativas de solución más eficientes para ellas.

Este trabajo pretende además, dotar a los empresarios de la información generada a partir de las herramientas administrativas que utilizaremos para que puedan tomar decisiones que resulten en la eficiencia y sostenibilidad del negocio.

Los mecanismos que utilizaremos serán, la recolección de información a través de encuestas y entrevistas a potenciales clientes y a empresarios del rubro, y revisión bibliográfica referida al tema.

II. TEMÁTICA ABORDADA

Seguiremos los criterios y definiciones de varios autores, entre ellos Comas y Ginesta (2012) y su libro *Emprendimientos: creación y gestión*.

Estos autores plantean que un Plan de negocios es un documento escrito en donde el empresario detalla la información relacionada con su empresa de manera de lograr evaluar todos los aspectos de la factibilidad económica de su iniciativa, organiza la información y plasma las estrategias, políticas, objetivos y acciones que la empresa desarrollará en el futuro.

El plan es una guía que facilita la creación o el crecimiento del negocio. Es también una presentación para posibles inversionistas o para obtener financiamiento. Además, reduce la incertidumbre y el riesgo del inicio o crecimiento de una empresa, ya que debido a la forma en que organiza la información se facilita el análisis de viabilidad técnica y económica de un proyecto.

Comas y Ginesta presenta la información dividida generalmente en cinco etapas para su mejor análisis:

Descripción general del negocio.

Plan de marketing.

Plan de operaciones.

Plan de administración y recursos humanos.

Plan de operaciones financieras.

Dentro de la primera etapa también llamada Análisis estratégico, se realiza una descripción general del negocio basada en los análisis realizados durante el planeamiento estratégico. Se hará en esta etapa una descripción de los mercados y servicios con los que se operará, la estructura de mercado hacia la cual se dirige,

la descripción de las empresas que sean competencia, así como también aspectos de la coyuntura económica, política y legal sobre la cual se va a desarrollar el negocio. Por otro lado se describirán las características del negocio en sí, definiendo claramente el servicio que se ofrecerá, qué tipo de negocio se planea adoptar, las formalidades en las cuales se incurre en la apertura de un negocio, razones por las cuales se cree que será rentable la implementación del negocio así como las características que harán que el emprendimiento se diferencie del resto.

En la etapa del plan de marketing en una primera instancia se hará un análisis estratégico en donde se abordarán los aspectos relacionados a los clientes, viendo ¿qué es lo que compran?, ¿con qué objetivo?, ¿dónde y cómo lo hacen? Con el fin de acercarse y entender los requerimientos de los mismos. Además de los clientes deberán definirse los mercados que se atenderán y en base a qué criterios se seleccionaron los mismos. Se describirá a la competencia en un mayor detalle ya que se identificarán a competidores directos presentando datos precisos de cada uno de ellos y los mismos datos de competidores indirectos.

Luego del análisis estratégico se realizará la mezcla comercial, en donde se hablará de las características propias del servicio, sus ventajas y desventajas respecto de la competencia, así como otras consideraciones y características especiales. Los precios serán otro de los puntos a tratar en esta etapa, realizando comparativos con los de la competencia y entender las estrategias aplicadas por ellos de manera de alinear los nuestros a los de la industria. Se deberá explicitar las tácticas de precios a utilizar. Como último punto a abordar en esta mezcla comercial se encuentra la publicidad y las relaciones públicas, es decir que medios se utilizarán para promover el negocio y dar a conocer el servicio, como por ejemplo televisión, redes sociales, etc., para que este proceso resulte exitoso es necesario tener en claro ciertos aspectos como las ideas fuerza que la empresa desea transmitir y crear símbolos y logos que identifiquen fielmente el espíritu del negocio.

En el plan de operaciones una vez más se abordan las cuestiones relacionadas al servicio esta vez orientado a la funcionalidad y el valor del mismo, así como la forma en que resulta un aporte a la satisfacción del consumidor; por otro lado se

explicaran los procesos operativos que se llevarán a cabo justificando la forma en que se los realizará, la tecnología a elegir, los materiales a utilizar y los flujos de información que se manejarán.

El plan de administración y recursos humanos se realiza con el objetivo de establecer las personas adecuadas para conformar el plantel humano de la empresa, que cuestiones se valorarán para hacerlos parte de este capital, que responsabilidades se les encomendará, la frecuencia con la que se requerirán de sus servicios, planes de reclutamiento, selección, adiestramiento y las políticas de salarios y beneficios a utilizar.

Como quinta y última etapa será necesario realizar un plan financiero, estableciendo el capital con el que se dispone, y cuál es el necesario para el inicio y permanencia del negocio, y los sistemas contables que se implementarán, así como las proyecciones financieras que será necesario realizar.

Finalmente se realiza una proyección de ingresos de forma de prever los montos de ingresos a generar mensualmente y para el total de un año basado en predicciones razonables de ventas costos y gastos; una hoja de balance para establecer las relaciones del activo y pasivo de la empresa; y un flujo de caja explicitando ingresos y egresos posibles de caja.

A. ANTECEDENTES INTERNACIONALES

A nivel nacional no se obtuvo información de la existencia de documentos relacionados a la temática de salones de fiesta.

Por otro lado a nivel internacional los antecedentes encontrados que se consideran más relacionados a esta temática fueron realizados en Guatemala e Hidalgo-México, con planes de negocios de un salón de fiestas infantiles y un jardín de eventos sociales respectivamente. El primero por un lado aborda el proyecto con el objetivo de desarrollar una PYME de servicio de alquiler de salón para fiestas infantiles en la ciudad de Guatemala, que satisfaga la demanda del mercado, presentándose como una alternativa diferente, sobre todo en lo referente a

entretenimiento. El Plan de Negocios parte de un estudio de mercado con todas sus partes, mostrando no sólo la factibilidad de crear el negocio, si no toda la información necesaria para desarrollarlo.

El segundo Plan de Negocios según lo expone en el documento el objetivo es el Análisis de las circunstancias económicas de la localidad de Hidalgo influyentes en la apertura y ejecución de un proyecto de alquiler de un jardín para eventos sociales. Además de esto una exposición de todas las etapas y elementos necesarios para el análisis de viabilidad de la implantación y puesta en práctica del negocio como tal.

Ambos proyectos son antecedentes que posibilitan sacar provecho ya que significan una guía para nuestro trabajo en cuanto a la metodología a utilizar, es decir, un sondeo de mercado y a partir de eso el desarrollo de las etapas para la puesta en marcha del negocio, nos ofrecen una perspectiva más clara de los puntos a tener en cuenta, sin perjuicio de las diferencias aspectos económicos y comerciales de los lugares y las dimensiones que abarque el negocio.

III. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL NEGOCIO

A. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL MERCADO

Nuestro negocio se encuentra en su etapa inicial de vida, ya que tuvo su primer evento en febrero de este año y se espera incrementarse su actividad.

El mercado en el que se desarrolla cumple con las características de un mercado competitivo, guiado por el libre juego de la oferta y demanda en donde intervienen algunos oferentes y muchos demandantes.

Para obtener información referida a los requerimientos de la demanda y las características de la oferta recurrimos a la metodología de entrevistas y encuestas.

Según los resultados obtenidos podemos visualizar que el rubro de los eventos en Tacuarembó ha presentado un incremento ya que antes solamente se festejaban bodas y quince años pero actualmente se festejan cumpleaños de 1 año, de 30, 40, 50 años, bodas de plata y de oro entre otras festividades lo que llevó a la creación de variadas ofertas en salones. Los entrevistados afirman que hoy en día los clientes reservan y organizan sus fiestas con mucha antelación debiendo reservar la fecha con un año o varios meses de anticipación, principalmente cuando la fecha requerida es en primavera o verano, estaciones en que las encuestas demuestran son las preferidas.

También surge la preocupación con la coyuntura económica actual que sugiere una disminución en la cantidad de eventos y la disposición a pagar más por calidad, llevando a los clientes a poner como uno de los principales elementos para escoger un local donde realizar su fiesta el precio, seguido de la estética del lugar y la cantidad de servicios complementarios que puedan integrar a su oferta como ser mesas, sillas, freezer y acuerdos con proveedores del rubro que permitan descuentos.

Dentro de los competidores encontramos que existen muchos salones que apuntan a una capacidad muy reducida de personas, actualmente escasean salones

que apunten a un público con mayor cantidad de invitados y características únicas o distintivas de la competencia.

Además de la coyuntura económica, esta iniciativa se ve afectada por factores normativos y legales necesarios para funcionar de manera correcta.

Por un lado por las características propias del servicio y el destino de su uso son necesarios permisos de varias instituciones estatales como la Intendencia Departamental en cuestiones de reglamentación de las construcciones, infraestructura de baños, cocina, instalación eléctrica, bromatología; por otro lado se necesita la habilitación de bomberos que certifique las condiciones de seguridad adecuadas del lugar, que se encuentran actualmente en trámite.

B. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

El negocio consta de la oferta de un servicio de alquiler de un predio que incluye arrendamiento de salones, patio, estacionamiento y parrillero.

Es un nuevo emprendimiento que comienza por la oportunidad de aprovechar la infraestructura ya existente y con una mínima inversión acondicionar el lugar para fiestas y eventos, además de aprovechar la brecha entre oferta y demanda actual de este mercado en la ciudad donde la demanda de locales para realización de fiestas y eventos es creciente y la oferta disponible en el mercado local es escasa en cuanto a variedad, espacio y precio, estos datos se obtienen de las encuestas y entrevistas realizadas a entes relacionados al rubro.

El primer evento tuvo lugar el 13 de febrero de 2016, con una boda de 450 personas donde se tuvo la posibilidad de explorar el mercado, se comenzó con una oferta básica del predio y estacionamiento que tiene perspectivas de incrementarse agregando servicios adicionales y a su vez ir perfeccionando en servicios.

Misión

“Lograr reconocimiento de la sociedad como un lugar de calidad, único y accesible a través de la oferta de un servicio serio y comprometido con las necesidades de nuestros clientes.”

Visión

“Ser un espacio de encuentro donde los invitados disfruten de momentos inolvidables y siempre quieran volver”

Valores

“Cercanía

Reciclaje

Empatía

Prontitud

Seriedad”

Objetivos

- Ofrecer un servicio de alquiler de salón de fiestas diferencial mediante:
- Infraestructura de calidad
- Una buena relación precio-calidad
- Un trato serio comprometido con los requerimientos de los clientes.
- Lograr reconocimiento en el mercado local y con buenas referencias.
- Aprovechar una brecha de mercado existente evidenciado por la carencia de una oferta atractiva y novedosa, intentando satisfacer una demanda dispuesta a contratar un servicio de estas características.

Justificación para la existencia e instalación del negocio

La iniciativa se ve impulsada fundamentalmente por dos factores;

- La existencia de una infraestructura con características propicias para el desarrollo de un emprendimiento como este con una inversión mínima de capital financiero destinada únicamente a refacciones y mejora de las condiciones para el desarrollo del negocio.
- La situación actual de este rubro como negocio en la ciudad, ya que en términos de oferta y demanda se observa un desajuste entre las mismas que posibilita y motiva a un emprendimiento en esta rama por las expectativas de crecimiento y sostenibilidad proyectadas.

C. SERVICIO.

Según los datos obtenidos de las encuestas realizadas a un total de 70 personas de entre 15 y 53 años, lo que más buscan y valoran de un salón de fiestas es en primer lugar, precios accesibles en un menor grado, la Estética y diseño del lugar, además de la limpieza, prolijidad y comodidad.

Vieja Bodega ofrecerá un servicio de alquiler de un predio que incluye el arrendamiento de salones, patio, estacionamiento y parrillero, además del asesoramiento de proveedores de servicios y productos dentro de la ciudad relacionados con el rubro.

Opcionalmente se ofrecen mesas, sillas y vajilla básica y elementos de decoración relacionada a la temática del lugar (bodega).

Nuestro servicio se diferencia de los que ofrece la competencia en varios aspectos,

- Por un lado la infraestructura con características especiales y únicas en el departamento, una construcción de muy buena calidad que se inicia en los 40 en base a construcciones sólidas de piedra y ladrillo ancho asentado en

barro con estructuras para el techado que no son adquiribles en los mercados actuales,

- La extensión del predio, le permiten ajustar la capacidad a cualquier magnitud necesaria en cantidad de personas, así como número de vehículos para el estacionamiento, constituyéndose en el predio con mayor capacidad del departamento;
- La privacidad del mismo, ya que no hay propiedades cerca del predio lo que permite que los festejos se hagan con la más absoluta comodidad en ese aspecto;
- Es de muy fácil acceso, cuenta con dos entradas de dimensiones que permiten ingresar sin dificultad al predio, el camino también es muy favorable, es un trayecto recto sin curvas ni cruces,
- Tiene una vista única, donde entre otras cosas es el punto más cercano a la ciudad de Tacuarembó desde donde se puede divisar el Cerro Batoví.
- La característica más notable y distintiva del lugar es lo novedoso y flexible del servicio ya que innova en cuanto a la variedad en la composición de la oferta ya contando con un patio muy extenso y natural y el ofrecimiento de dos salones que permiten la adecuación a la cantidad de personas y el estilo de la fiesta que se desee.

D. LOCALIZACIÓN.

El predio se encuentra a 5 km de la ciudad de Tacuarembó, en el departamento de Tacuarembó, a 800 metros del km 226 de la ruta nacional N° 26 en dirección a Paysandú al Norte.



Imagen 1: Ubicación del Salón de fiestas Vieja Bodega

Fuente: Google Maps (2016)

Cuenta con una gran área de espacios verdes y dos salones con la particularidad de que allí se elaboraba, maduraba y reservaba vino.

Cuenta con estacionamiento de fácil accesibilidad con una capacidad para más de 120 automóviles, asimismo el pavimento llega hasta la entrada al predio.

IV. PLAN DE MARKETING

A. ANÁLISIS ESTRATÉGICO

Los consumidores.

Según los datos obtenidos de las encuestas realizadas a un total de 70 personas de entre 15 y 68 años, un 94.3% alquilaría un salón para celebrar algún evento importante propio o de familiares, por otro lado, del total de encuestados un 32.9% valora y demanda precios accesibles, un 22.9% fija su atención en la estética y diseño del lugar, porcentajes de entre 11.4% y 10% de los encuestados busca tamaño, infraestructura y privacidad y porcentajes más bajos de entre 5.7% y 1.4% priorizan en la ubicación, patio y parrillero.

Cuando se les preguntó sobre el horario, día y estación que preferían para la realización del evento, un 87.1% prefiere realizarlo de noche contra un 12.9% que lo prefiere de día; con las opciones de viernes, sábado o domingo, el 80% prefiere los sábados, el 18.6% los viernes y el 1.4% prefiere los domingos, y la estación preferida fue primavera por el 55.6% de los encuestados, verano por el 43.1% y 1.4% otoño.

Con respecto a la oferta actual que más los atraía, los encuestados mencionaron algunos lugares como sus preferidos y las razones de sus preferencias, así los servicios más mencionados son el de “Circulado” y “Club Tacuarembó”, por servicio integral, comodidad y estética. La mayoría de los encuestados alquilaría un local por no tener uno propio, además de que no cuentan con espacios lo suficientemente grandes para los invitados que desean tener en sus festejos, también manifiestan que prefieren pagar un servicio de alquiler, en vez de de realizar el acondicionamiento y limpieza del lugar. (Ver anexo A)

Segmentos de mercado

Los criterios de segmentación elegidos fueron:

- › Segmentación geográfica, según la zona de residencia de los consumidores; en este caso tomando como área analizada la Ciudad de Tacuarembó-departamento de Tacuarembó-Uruguay.
- › Segmentación por beneficios buscados en el producto, personas interesadas en realizar eventos (cumpleaños, bodas, etc.) que a su vez se centra en adolescentes de 15 años y personas en el rango etario de 25 a 50 años por la costumbre popular actual observada de realizar celebraciones acordes con el servicio que se ofrece en ese rango etario.

Competencia

Competidores directos e indirectos

En la ciudad de Tacuarembó existen ofertas de servicios de alquiler de salones de fiesta, algunos son pensados especialmente para niños, otros para eventos de poca cantidad de personas y otros que apuntan directamente a los mismos clientes que Vieja Bodega como lo son Circulado, Club del campo, Chacra policial, Club Tacuarembó y Club Democrático.

En las encuestas surgió que los lugares más populares son el Circulado, Club Tacuarembó y la Chacra policial por lo que los consideramos competidores directos y detallamos a continuación sus principales características.(Ver anexo A)

Características de la institución	Datos particulares de la institución
Nombre	Circulado
Domicilio	José Antonio Paolino Trotta
Estrategia de precios	Por persona \$1200
Aspectos del servicio	Servicio integral que no incluye fotografía y decoración, amplio y con muy buen diseño y estética. La principal queja de los clientes es que no hay libertad para elegir los proveedores y muchas veces las fiestas son muy similares entre sí.
Nombre	Club Tacuarembó
Domicilio	18 de julio 288
Estrategia de precios	Precio por evento
Aspectos del servicio	Lugar tradicional, céntrico, amplio y con buen diseño. No cuenta con estacionamiento, el ingreso es un espacio común a otras actividades y tiene poca privacidad.
Nombre	Chacra policial
Domicilio	Héctor Gutiérrez Ruiz
Estrategia de precios	Precio por evento
Aspectos del servicio	Precios accesibles, prolijo, amabilidad de los empleados y cercanía. El espacio limita la cantidad de invitados y tiene costos adicionales trasladados a cada proveedor que ingresa.

Fuente: Elaboración propia.

Frente a las debilidades descubiertas de los competidores modelamos el servicio para eliminar estas posibles futuras fallas, optando por solamente alquilar las instalaciones ofreciendo libertad a los clientes para la elección de los proveedores de los demás servicios y flexibilidad al momento de crear el evento con las características propias de cada cliente. También consideramos las fortalezas que

atraen la preferencia de los clientes como la privacidad, limpieza, precio accesible y amabilidad del personal.

Análisis FODA

<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura • Extensión • Privacidad • Fácil acceso 	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Distancia al centro de la ciudad. • Poca experiencia en el rubro.
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Novedoso • Demanda insatisfecha en cuanto a precio, variedad y espacio. • Flexibilidad para adecuar a las capacidades de persona. 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Situación económica, menos capital en plaza, menor poder adquisitivo. • Cantidad de competidores con trayectoria.

B. LA MEZCLA COMERCIAL

Análisis de Productos y Servicios

Descripción

El negocio consta de la oferta de un servicio de alquiler de un predio que incluye:

- › Arrendamiento de salones, patio, estacionamiento y parrillero.
- › Asesoramiento de proveedores de servicios y productos dentro de la ciudad relacionados a la realización de eventos.
- › Personal de limpieza, mantenimiento y estacionamiento antes, durante y después de la realización del evento.

Opcionalmente se ofrecen:

- › Mesas, sillas y vajilla básica para 80 personas.
- › Elementos de decoración relacionada a la temática del lugar (bodega).

Los aspectos beneficiosos y diferenciales que presenta este servicio son;

- › Por un lado la infraestructura construida a partir de 1940 con materiales y técnicas de construcción de muy buena calidad que ya no se encuentran en el mercado actual;
- › La extensión del predio, que conforma un total de 5 hectáreas, lo que diferencia de la oferta actual ya que no existen locales/salones/predios con una extensión de estas magnitudes que a su vez mantengan una buena relación de precios.
- › La privacidad del mismo, ya que no hay propiedades cerca del predio lo que permite que los festejos se hagan con la más absoluta comodidad en ese aspecto.
- › Fácil acceso, ya que mas allá de las características propias del lugar que cuenta con dos entradas de dimensiones importantes que no ofrecen ningún tipo de dificultad para el ingreso al predio, el camino también es muy favorable siendo un trayecto recto sin curvas o cruces que compliquen de alguna manera el acceso.
- › Novedoso, ya que en base al análisis de las ofertas de la competencia se puede afirmar que lo que ofrece este negocio innova en cuanto a la variedad en la composición de la oferta por contar con un patio muy extenso y natural y el ofrecimiento de dos salones que permiten la adecuación a la cantidad de personas.

Las desventajas o debilidades del negocio respecto de la competencia se pueden resumir en los siguientes puntos:

- › Distancia al centro de la ciudad, lo que implica que el acceso deba hacerse en vehículo, lo que puede significar una limitación o costo extra para el cliente.

- › Poca experiencia en el rubro, ya que es una iniciativa fundada en la oportunidad identifica en el mercado y aprovechando la infraestructura existente, pero no en conocimientos del funcionamiento del rubro.

Precio

Los precios son establecidos en base a los que se manejan en el mercado actual por nuestros competidores, además a partir de la información de los requerimientos de la demanda obtenidos en la encuesta, que reveló que en cuanto a horario, día y estación preferida para la realización del evento, un 87.1% prefiere realizarlo de noche; con las opciones de viernes, sábado o domingo, el 80% prefiere los sábados, y la estación preferida fue primavera por el 55.6% de los encuestados, verano por el 43.1%.

Los precios se establecerán por evento, y el mismo variará según se elija ocupar uno o dos de los salones.

El servicio incluye:

- › Arrendamiento de 1 ó 2 salones, patio, estacionamiento y parrillero.
- › Asesoramiento de proveedores de servicios y productos dentro de la ciudad relacionados a la realización de eventos.
- › Personal de limpieza (2 persona), mantenimiento (1 persona) y estacionamiento (1 persona) antes, durante y después de la realización del evento.
- › Mesas, sillas y vajilla básica para 80 personas.
 - › Elementos de decoración relacionada a la temática del lugar (bodega).
 - › Freezers

El precio fijado por el alquiler de un salón es de \$15000 y por los dos es \$25000.

Publicidad y relaciones públicas

Medios de publicidad y promoción y justificación de su elección

Para identificar el lugar creamos un logo el que consiste en las iniciales de Vieja Bodega encerradas en un círculo el mismo es blanco y negro. Este guarda relación con el logo de Empresas B un sistema de empresas que obtienen una certificación que evalúa la viabilidad e impacto social, ecológico y económico ya que los propietarios de Vieja Bodega comparten esa filosofía y en un futuro les gustaría certificar la empresa.



Para la promoción del servicio del Salón de fiestas se considera necesaria la utilización de los siguientes medios de comunicación:

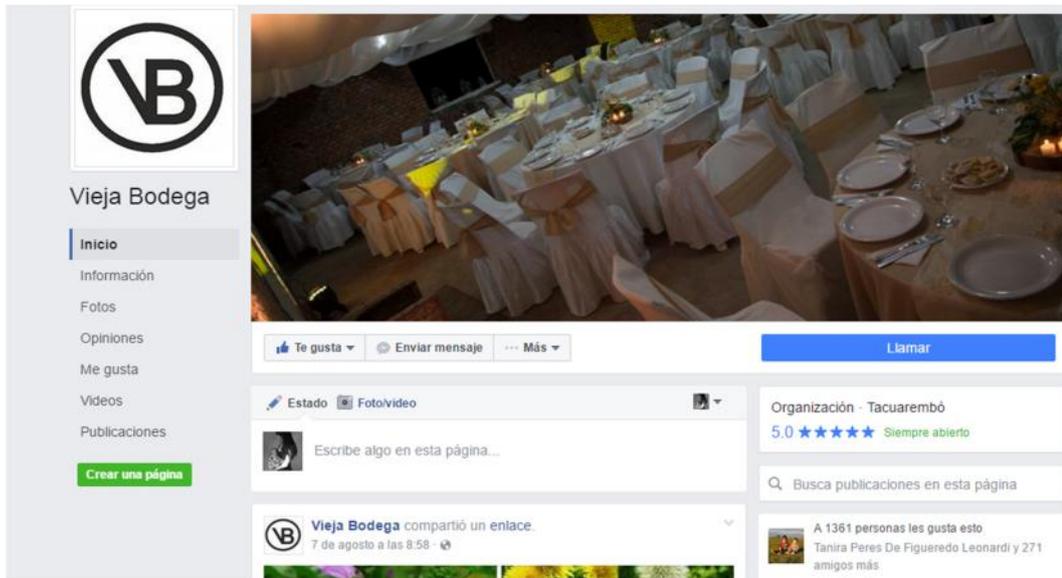
- > Redes sociales
- > Correo electrónico

Redes sociales

La publicidad elegida para promocionar el Salón de fiestas es a través de redes sociales ya que hoy en día es el medio masivo más accesible, rápido y económico para la empresa ya que es gratuito. Para esto creamos una página en Facebook y un usuario en Twitter. En la primera las personas pueden intercambiar comentarios del lugar, darle una calificación de 1 a 5 estrellas, enviar mensajes y al estar en el lugar marcar la ubicación quedando registradas todas las personas que hayan visitado el lugar.

En Twitter se emiten mensajes cortos pero de gran alcance ya que todos los seguidores reciben una notificación con el “twitt”.

En ambas redes sociales se publican fotos de los eventos y se difunden las novedades del lugar.



Fuente: <https://www.facebook.com/Vieja-Bodega>

Correo electrónico

El correo electrónico se usara como un medio más formal para intercambiar presupuestos con los clientes y tener un archivo de todos los documentos recibidos y enviados.

V. PLAN DE OPERACIONES

A. SERVICIO

1. Diseño funcional

El servicio a ofrecer será el alquiler de un predio para la realización de eventos, la función principal que tendrá este servicio será proporcionar un lugar físico que resulte agradable y adecuado para el evento que desee celebrar el cliente.

Como función secundaria se pretende guiar y facilitar a nuestros clientes interesados, en la elección de proveedores relacionados al rubro de fiestas.

El servicio se brindará de enero a diciembre todos los días de la semana, y se gestionará la contratación a través de un contacto directo entre el cliente y el coordinador.

2. Diseño sensorial

El predio se encuentra en la calle 201 a 800 m de la intersección con ruta n°26, n°2480, padrón 7399.

En cuanto a la estructura del predio, el mismo cuenta con dos salones que comprender una dimensión de 350m² y 5m de altura uno de ellos y 400 m² 6 m de altura el restante, con una distancia de 10 m entre ambos, el patio abarca una extensión de 2000 m², se accede a el por cualquiera de las dos amplias entradas. (Ver Anexo D)

3. Capacidad

Se prevé una capacidad máxima de 450 personas sentadas en mesas de 10 ocupantes distribuidas 250 en un salón y 200 en el otro, contando además con una pista de baile acorde a la cantidad total de personas.

Esto podría variar si se opta por agregar mesas en el exterior, lo que ampliaría la capacidad, pero se expone el evento al riesgo de las inclemencias del tiempo.

El estacionamiento cuenta con una capacidad de 120 autos.

El predio se pondrá a disposición del cliente un día previo al evento en la mañana para que este pueda tener tiempo suficiente para decorar, acondicionar y organizar lo necesario respecto a las instalaciones y proveedores.

Luego de terminado el evento se tendrán 2 días para retirar la totalidad de los objetos, muebles y equipos contratados o llevados por el cliente.

4. El proceso operativo

El proceso operativo general de contratación puede ser estandarizado pero luego el evento en si dependerá de cada cliente no pudiendo ser descripto.

La secuencia de actividades implica:

1. Contacto entre cliente y encargado: este será por vía telefónica, presencial, redes sociales o correo electrónico, en esta primer etapa se explicara las condiciones de uso, contratación, se verifica la disponibilidad del día en la agenda y se coordinara una visita al lugar donde se le mostraran las instalaciones, se aclararan dudas al cliente y forma de pago.
2. Se esperara el contacto del cliente o en caso que existiera otro interesado para la misma fecha se lo contactará a fin de confirmar si realizara la contratación, en caso que la persona contrata efectivamente el servicio se procede a firmar un contrato de arrendamiento (ver anexo D), la entrega de la seña y en esta misma instancia se le muestra y explica la lista de proveedores en caso el cliente así lo desee.
3. El encargado se pondrá en contacto con las limpiadoras, encargado de estacionamiento y encargado de mantenimiento para que agenden la fecha y en los días previos al evento se realice una inspección general del las instalaciones.

4. Entrega del lugar: Un día previo al evento se le entregan las llaves al cliente para que este se haga cargo del lugar y se le cobra lo restante del alquiler.
5. Se verifica que el personal este a disposición en el evento.
6. Devolución de las llaves: pasado el evento se le da un plazo de dos días para retirar las cosas y se verifica las condiciones de las instalaciones, para comprobar que no existan roturas as que correrán por cuenta del cliente.

5. Calidad

El servicio apunta a ser de buena calidad, incluyendo en este concepto un servicio serio y comprometido, con instalaciones que cuenten con las habilitaciones y permisos correspondientes, un trato cordial y respetuoso y la disposición permanente de atender cada inquietud de los clientes.

Para esto se trata de dar un seguimiento a los clientes desde la contratación hasta finalizado el evento y se le pide una devolución escrita a los mismos, a través de alguno de los medios electrónicos con los que cuenta vieja bodega, respecto a cómo se sintieron con el trato, quejas, inconvenientes con el lugar y personal que se brindó, a fin de mejorar y apostar siempre al cumplimiento del objetivo de ser un servicio diferencial y de preferencia en la ciudad.

VI. PLAN DE ADMINISTRACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

En la empresa, debido a las características propias del negocio será necesario contar con un total de 5 funcionarios, un Encargado, un Encargado de mantenimiento, dos Auxiliares de limpieza y un Encargado de seguridad y estacionamiento.

Encargado: Será el propietario del predio quien ejerza este rol, no teniendo una jornada definida ni horario de trabajo específico, ya que el contacto que se maneja en los medios de propaganda es el suyo, a su vez debe proveer a sus subordinados de los elementos necesarios para el correcto desarrollo de sus tareas, asegurando que el servicio prestado desde el inicio hasta el fin sea brindado con la debida calidad a los clientes. Además contara con un listado de proveedores de otros servicios como fotografía, catering, decoradores, florerías, confecciones de vestidos, tarjetería entre otros para ofrecer a sus clientes

Su remuneración estará asociada a los ingresos de su firma.

El encargado de mantenimiento prestara sus servicios una vez por semana y su principal responsabilidad será mantener en condiciones la infraestructura del predio. Deberá realizar controles en las instalaciones el día previo y posterior a cada evento.

Los Auxiliares de limpieza y el encargado de seguridad y estacionamiento trabajaran a requerimiento cuando existan eventos. Se les pagará por los jornales efectivamente trabajados.

Los sueldos tomarán como referencia lo establecido en el Convenio colectivo del Grupo N° 19 Servicios profesionales, técnicos, especializados y aquellos no incluidos en otros grupos, -Subgrupo Residual, ya que no hay una categoría específica para los trabajadores del rubro de fiestas y eventos. (Ver anexo E)

Reclutamiento y selección

Para el proceso de reclutamiento se difundirán los avisos en las redes sociales y prensa. Donde los interesados podrán contactarse a través del mismo sitio o el email de la empresa.

Una vez analizada la documentación y currículos recibidos se seleccionarán aquellos que más se adecúen a la descripción del cargo, posteriormente se les realizará una entrevista con el fin de seleccionar al mejor candidato.

Plan de beneficios

Los empleados contarán con un descuento del 50% en el alquiler del predio para realizar eventos propios o de sus familiares directos, a su vez se les entregará una canasta navideña una vez al año.

Se realizará dos veces al año una cena o almuerzo informal con los empleados y sus familias con el fin de fomentar la lealtad y unión entre ellos y con la empresa.

Descripciones y especificaciones de cargos

Denominación del cargo:	Encargado.
Objeto del cargo:	Ser responsable de la gestión de todos los aspectos vinculados al funcionamiento del local, incluyendo la coordinación del personal a cargo, la administración de recursos económicos y financieros y de infraestructura, con el objetivo de garantizar un servicio de calidad a los clientes
Interrelaciones jerárquicas	
Depende de:	No corresponde.
Supervisa a:	Encargado de mantenimiento, Auxiliar de limpieza, encargado de seguridad y estacionamiento.
Tareas:	Supervisar al personal a cargo. Recibir y asesorar clientes.

	<p>Llevar la agenda de eventos.</p> <p>Realizar pago y cobranza y demás tareas administrativo-contables.</p> <p>Compra de insumos y control de stock.</p>
--	---

Especificaciones	
Aptitudes.	<p>Capacidad para trabajar en equipo, cooperación</p> <p>Creatividad</p> <p>Emprendedor, capacidad de iniciativa</p>
Personalidad.	<p>Capacidad de organización y planificación.</p> <p>Iniciativa y dinamismo</p> <p>Orientación al cliente</p> <p>Capacidad de relacionamiento interpersonal</p> <p>Habilidad para gestionar conflictos, capacidad de negociación</p>
Conocimientos generales:	Conocimientos de nivel terciario
Conocimientos específicos:	<p>Atención al cliente</p> <p>Conocimientos administrativo-contables.</p> <p>Manejo de personal</p>
Experiencia:	Un año en tareas de similar naturaleza.
Condiciones ambientales:	Lugar cerrado.
Responsabilidad sobre:	Responsabilidad sobre infraestructura e instalaciones.

Denominación del cargo:	Auxiliar de limpieza
Objeto del cargo:	Mantener la higiene de las instalaciones, garantizando el cumplimiento de las condiciones óptimas para la realización de cada evento.
Interrelaciones jerárquicas:	
Depende de:	Encargado
Supervisa a:	No corresponde.
Tareas:	Mantener la higiene de local en general. Durante el evento realizar mantenimiento de la limpieza de sanitarios. Realizar cualquier tarea de índole similar que le sea requerida por su superior inmediato
Especificaciones	
Aptitudes.	Honestidad Habilidad manual
Personalidad.	Capacidad de organización y planificación. Meticulosidad y orientación al detalle. Iniciativa y dinamismo Orientación al cliente
Conocimientos generales:	Ciclo básico.
Conocimientos específicos:	Atención al cliente
Experiencia:	Un año en tareas de similar naturaleza.
Condiciones ambientales:	Lugar cerrado. Manejo de productos químicos.
Responsabilidad sobre:	Responsabilidad sobre materiales y productos de limpieza.

Denominación del cargo:	Encargado de seguridad y estacionamiento.
Objeto del cargo:	Garantizar la seguridad y coordinar el estacionamiento de vehículos durante cada evento
Interrelaciones jerárquicas:	
Depende de:	Encargado.
Supervisa a:	No corresponde.
Tareas:	Controlar el acceso de invitados durante cada evento Dirigir el estacionamiento de vehículos. Garantizar la seguridad de los vehículos durante el evento.
Especificaciones	
Aptitudes:	Velocidad de percepción. Facilidad verbal.
Personalidad:	Responsabilidad. Organización. Capacidad de relacionamiento interpersonal Habilidad para gestionar conflictos, capacidad de negociación Orientación al cliente
Conocimientos generales:	Ciclo básico completo
Conocimientos específicos:	Atención al cliente Seguridad y vigilancia
Experiencia:	Un año en tareas similares.
Condiciones ambientales:	Lugar al aire libre.
Responsabilidad sobre:	Vehículos. Seguridad del predio

Denominación del cargo:	Encargado de Mantenimiento
Objeto del cargo:	Mantener las instalaciones e infraestructura en condiciones para garantizar el correcto funcionamiento del servicio.
Interrelaciones jerárquicas	
Depende de:	Coordinador
Supervisa a:	No corresponde
Tareas:	Realizar pequeñas reparaciones de infraestructura y electricidad. Tareas de mantenimiento del parque
Especificaciones	
Aptitudes:	Habilidad manual Capacidad de improvisación
Personalidad:	Responsabilidad. Dinamismo Orientación al detalle Meticulosidad Flexibilidad
Conocimientos generales:	Conocimientos a nivel terciario
Conocimientos específicos:	Conocimientos básicos de electricidad, albañilería y reparaciones simples.
Experiencia:	Un año en cargo de similar naturaleza.
Condiciones ambientales:	Trabaja al aire libre. Riesgos eléctricos, entre otros.
Responsabilidad sobre:	Herramientas y maquinaria.

VII. PLAN FINANCIERO

VII. PLAN FINANCIERO

Los Estados del Plan financiero fueron elaborados con el supuesto basado en los resultados de las encuestas, entrevistas y datos proporcionados por el propietario quien cuenta con información de los eventos que se realizaron.

Los ingresos en temporada alta de setiembre a abril corresponden al alquiler mensual de tres eventos, dos por todo el local de \$25000 cada uno y uno solamente de un salón, de \$15000. En temporada baja, de mayo a agosto, descienden a un alquiler de un evento mensual de \$25000.

Los egresos de agua e insumos para mantenimiento los consideramos fijos ya que incluyen la limpieza y el mantenimiento del parque lo que debe realizarse constantemente ya que las instalaciones deben estar siempre en condiciones para ser visitadas por los posibles clientes, mientras que los gastos de sueldos y luz varían según la cantidad de eventos a realizarse. Dentro del concepto sueldos se incluyen, salario, aportes personales y patronales. Los gastos por aportes de BPS son los correspondientes a la apertura de una empresa unipersonal y los tributos a pagar serían IRAE, Contribución urbana e Impuesto a Primaria. Tanto los pagos como las cobranzas se realizan al contado.

La inversión inicial detallada es lo que consideramos necesaria para mejorar las condiciones existentes y lo proyectado sea posible, porque esto aumenta las probabilidades de que el local sea alquilado. Cabe destacar que el aporte inicial sería realizado por el propietario. Se prevé el retorno de la inversión inicial en el correr del primer año.

INVERSIÓN INICIAL	
Reformas de infraestructura	
Mesas, sillas y vajilla	20.000
Caja de agua	24.300
Pintura	5.000
Planos Arquitecto	30.000
Iluminación exterior	30.000
Cambio de Aberturas	35.000

Revestimiento de baños	25.000
Habilitaciones	30.000
Freezers (2 unidades)	42.000
Total	241.300

A. PROYECCIONES DE INGRESO

Estado de Resultados -1/1/2017 al 31/12/2017	
Ingresos por ventas	620.000
Costo de venta	
Sueldos y aportes	82.849
Electricidad	62.000
Agua	21.600
Imprevistos- 10%	18.205
UTILIDAD BRUTA	435.346
GAV	
IRAE	104.937
BPS	25.260
Impuesto a primaria - Contribución	37.842
Insumos para mantenimiento	15.600
Planos arquitecto	30.000
RESULTADO DEL EJERCICIO	221.707

B. PROYECCIÓN DE SITUACIÓN

Estado de situación patrimonial al 31/12/2017	
ACTIVO	
<i>Activo corriente</i>	
Disponibilidades	
Banco	343.073
Caja	33.500
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	376.573
<i>Activo no corriente</i>	
Bienes de uso	21.149.300
Muebles y útiles	62.000
Amortización acumulada	-175.394
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	21.035.906
TOTAL ACTIVO	21.412.479
PASIVO	
<i>Pasivo corriente</i>	
Electricidad	6.500
Agua	1.800
IRAE	11.474
BPS	2.105
TOTAL PASIVO CORRIENTE	21.879
<i>Pasivo no corriente</i>	
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	0
TOTAL PASIVO	21.879
PATRIMONIO	
Capital	21.241.300
Revaluaciones	149.300
Resultado del Ejercicio	221.707
TOTAL PATRIMONIO	21.390.600
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	21.412.479

C. FLUJO DE CAJA

Flujo de caja													
Meses	ene-17	feb-17	mar-17	abr-17	may-17	jun-17	jul-17	ago-17	sep-17	oct-17	nov-17	dic-17	Total
Ingresos	65.000	65.000	65.000	65.000	25.000	25.000	25.000	25.000	65.000	65.000	65.000	65.000	
Total Ingreso efectivo	65.000	65.000	65.000	65.000	25.000	25.000	25.000	25.000	65.000	65.000	65.000	65.000	620.000
Egresos													Total
Gastos operativos													
Sueldos y aportes	7.767	7.767	7.767	7.767	5.178	5.178	5.178	5.178	7.767	7.767	7.767	7.767	82.849
Electricidad	6.500	6.500	6.500	6.500	2.500	2.500	2.500	2.500	6.500	6.500	6.500	6.500	62.000
Agua	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800	21.600
Insumos para mantenimiento	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	15.600
Imprevistos- 10%	1.737	1.737	1.737	1.737	1.078	1.078	1.078	1.078	1.737	1.737	1.737	1.737	18.205
IRAE	11.474	11.474	11.474	11.474	3.286	3.286	3.286	3.286	11.474	11.474	11.474	11.474	104.937
BPS	2.105	2.105	2.105	2.105	2.105	2.105	2.105	2.105	2.105	2.105	2.105	2.105	25.260
Impuesto a primaria - Contribución		5.394	1.826	5.394		5.394	1.826	5.394		5.394	1.826	5.394	37.843
Total egresos efectivos	32.683	38.077	34.509	38.077	17.247	22.641	19.073	22.641	32.683	38.077	34.509	38.077	368.293
Flujo neto de efectivo	32.317	26.923	30.491	26.923	7.753	2.359	5.927	2.359	32.317	26.923	30.491	26.923	251.707

VAN

249.974

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BPS, Instituto de Seguridad Social. (2016) *Industria y Comercio: Valores mínimos empresas sin dependiente. Vigencia: Enero/2016* Disponible en: <http://www.bps.gub.uy/6665/industria-y-comercio.html> [Consultado el 25 de agosto de 2016]

Comas Mérola, J. y Ginesta, D. (2012) *Emprendimientos: creación y gestión*. 2ª ed. Montevideo: Entrepreneur XXI.

Google Maps (2016). Disponible en: <https://www.google.com/maps/place/31%C2%B044'12.2%22S+56%C2%B002'09.2%22W/@-31.721482,56.028529,13z/data=!4m6!3m5!1s0x95a851e61e963549:0xc3550957f3729200!7e2!8m2!3d-31.7367264!4d-56.0358913?hl=es-ES> [Consultado el 24 de agosto de 2016]

Paz, A.A. (2007) *Plan de negocios para la creación de un salón de fiestas infantiles en la ciudad de Guatemala*. Maestría. Universidad de San Carlos de Guatemala. Disponible en: http://www.academia.edu/4813920/plan_de_negocios_para_la_creacion_de_un_salon_de_fiestas_infantiles_en_guatemala [Consultado el 10 de julio de 2016]

Ramírez, M. (2011) *Plan de negocios para un jardín de eventos especiales. Caso: Actopan, Hidalgo, México, año 2010-2011*. Tesis. Instituto Politécnico Nacional. Disponible en: <http://tesis.ipn.mx/jspui/bitstream/123456789/10374/1/Ramirez%20Cruz%20Mariana%20del%20Refugio.pdf> [Consultado el 28 de junio de 2016]

Revista Digital Tacuarembó 2030 (2015) *Tacuarembó: ¿cuántos somos, cómo vivimos y en qué condiciones*. Disponible en: <http://www.tacuarembó2030.com/locales/gobierno-departamental/2923-tacuarembó-icuantos-somos-como-vivimos-y-en-que-condiciones.html> [Consultado el 31 de mayo de 2016]

ANEXOS

ANEXO A

Formato entrevista, encuesta y resultados

Entrevista realizada a especialistas del rubro

1. ¿Usted hace cuánto tiempo trabaja en el rubro de fiestas y eventos?
2. ¿Cómo describiría la evolución de los eventos en Tacuarembó en cuanto a calidad y cantidad?
3. ¿Cree que la oferta de salones de fiesta a ha acompañado esta evolución?
4. ¿Cuáles ventajas y desventajas ve en la oferta actual?
5. Desde su punto de vista, ¿Que esperan los clientes Tacuarembosenses de un servicio de alquiler?
6. ¿Cree que hay lugar en el mercado para un nuevo servicio de alquiler?
7. ¿Qué atributos valoraría que este nuevo servicio presentara?

Esta encuesta fue realizada a 70 personas a través de las redes sociales con la herramienta de Google docs.

Encuesta Salón de fiestas.

Estamos realizando esta encuesta con el fin de obtener información para nuestro proyecto final de carrera. Agradecemos la contestes.

*Obrigatório

Edad *

¿Alquilarías un local para festejar algún evento importante como por ejemplo cumpleaños, boda, aniversario, etc? *

De los lugares que prestan el servicio de alquiler de salones en Tacuarembó, ¿Cuál te parece el mejor? ¿Por qué? *

¿Si abriera un nuevo local de fiestas que aspectos valoraría que tuviera? *

- Precios accesibles
- Tamaño
- Ubicación
- Estacionamiento
- Parrillero
- Estética- Diseño
- Infraestructura (baños, cocina)
- Patio (áreas verdes)
- Privacidad

Preferencia de horario de la realización de un evento, *

- Día
- Noche

Preferencia del día de la realización de un evento, *

- Viernes
- Sábado
- Domingo

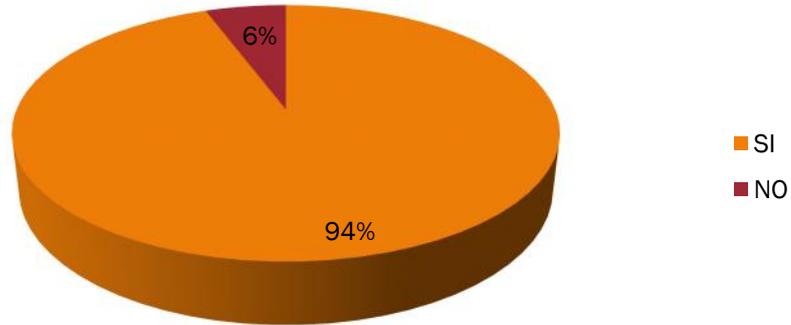
Preferencia de estación para la realización de un evento, *

- Verano
- Otoño
- Invierno
- Primavera

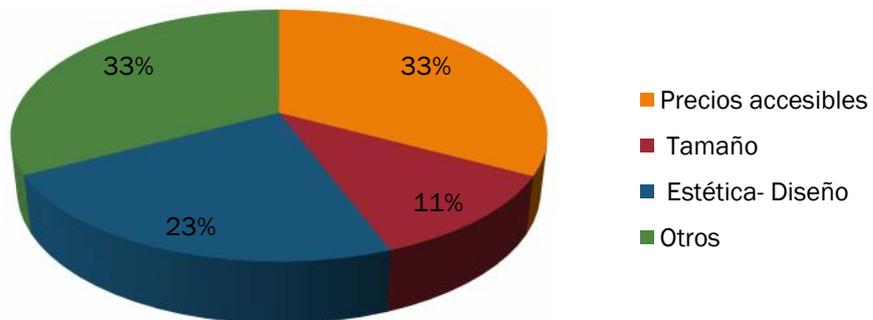
Enviar

Resultados encuesta

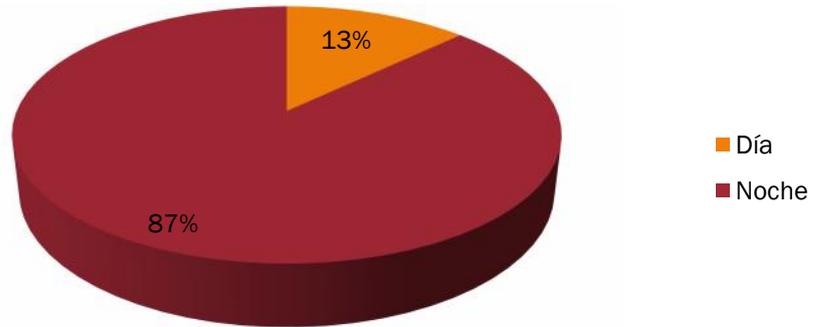
¿Alquilarías un local para festejar algún evento importante como por ejemplo cumpleaños, boda, aniversario, etc?



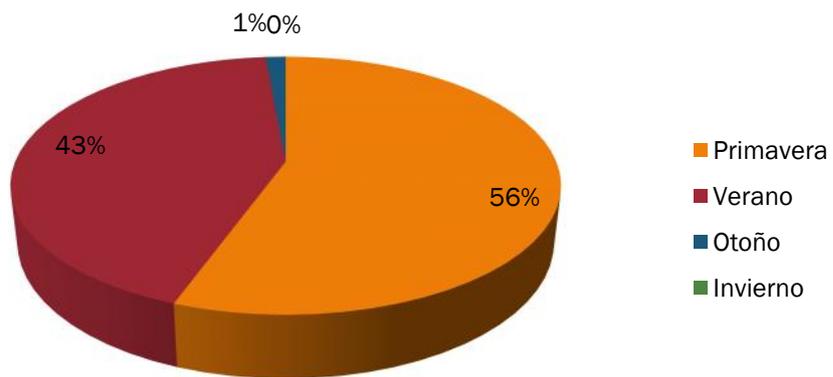
¿Si abriera un nuevo local de fiestas que aspectos valoraría que tuviera?



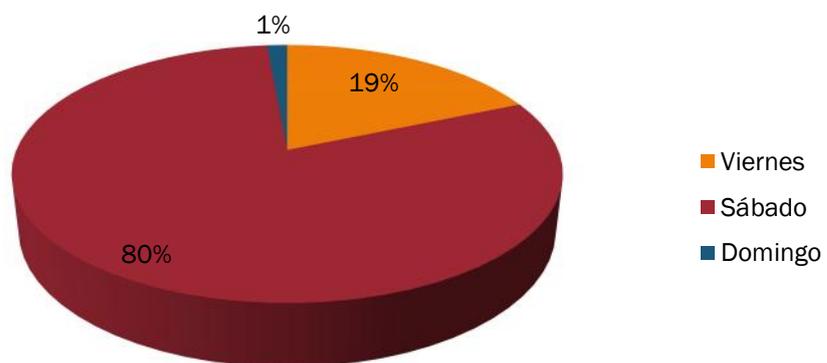
Preferencia de horario de la realización de un evento



Preferencia de estación para la realización de un evento

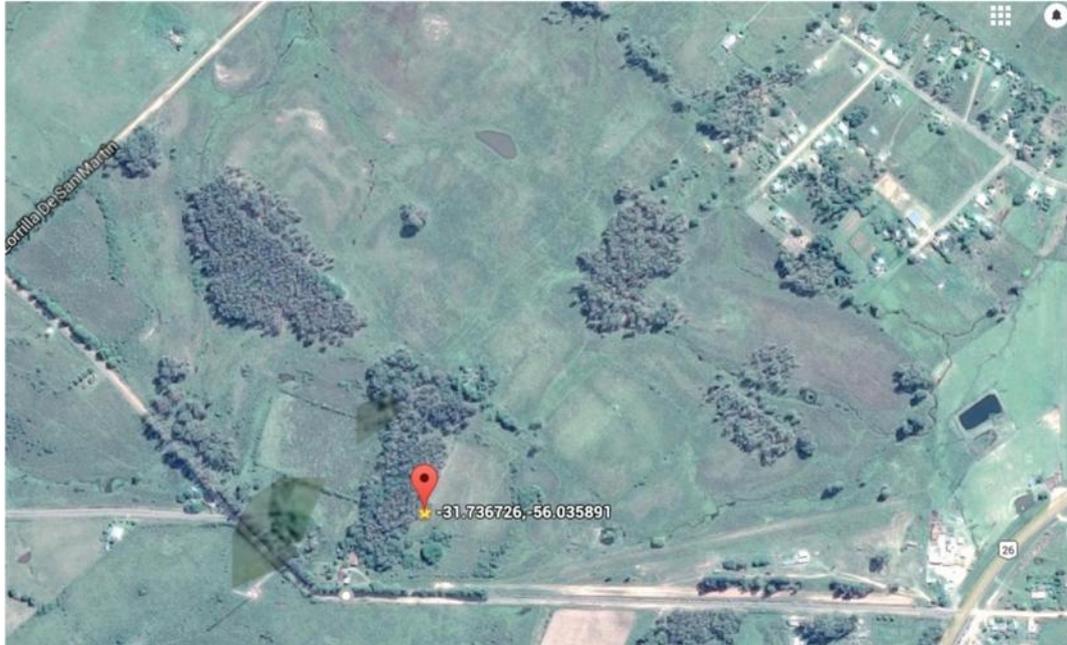


Preferencia del día de la realización de un evento



ANEXO B

Ubicación de Vieja Bodega



Fuente: Google Maps

<https://www.google.com/maps/place/31%C2%B044'12.2%22S+56%C2%B002'09.2%22W/@-31.7351462,-56.0376298,1165m/data=!3m1!1e3!4m14!1m7!4m6!1m3!2m2!1d-56.0370506!2d-31.7377805!1m0!3e2!3m5!1s0x95a851e61e963549:0xc3550957f3729200!7e2!8m2!3d-31.736726!4d-56.0358913?>

ANEXO C - Planos de los salones elaborado por arquitecto para habilitaciones

REFERENCIAS

CANTIDAD	SÍMBOLO	DETALLE
2	[Symbol]	CANAL DE DRENADO DE CEMENTO DE 1/2"
4	[Symbol]	CANAL DE POLIURETANO 4x6"
10	[Symbol]	CARTIL DE BALDA
0	[Symbol]	CARTIL PROHIBIDO FUMAR
6	[Symbol]	ILUMINACIÓN DE EMERGENCIA
0	[Symbol]	REJILLA DE DRENAJE 15x15x15 CM
0	[Symbol]	REJILLA DE BOMBEO
0	[Symbol]	REJILLA DE VENTILACIÓN
0	[Symbol]	CINTA DE ACERADO
0	[Symbol]	SEÑAL DE PARED EXCEPCIONAL
0	[Symbol]	ALARMA ACUSTICA TIPO BOMBA
0	[Symbol]	ACORDADOR MANUAL PUNTO DE ALARMA
0	[Symbol]	REJA DE BOMBEO EXTERNA

P01 HABILITACIÓN
DIRECCIÓN NACIONAL DE BOMBEROS

VIEJA BODEGA

CONDICIÓN	UBICACIÓN / ZONA	PAISAJE	SECCIONES
calle 201 n°2480	TACAREMBO	7399	6ta

CONTENIDO: PLANTAS, FACHADAS Y CORTES
Escala: 1/200

ACTIVIDAD: Salón de Fiestas
Fecha: 07/2016

ELABORADO: ARQ. GUSTAVO FORMOSO

ANEXO D

Contrato de arrendamiento

CONTRATO DE ARRENDAMIENTO

En la ciudad de Tacuarembó , el día 12 de Diciembre de 2014.

ENTRE: POR UNA PARTE ARRENDADOR-**XXX**, CI 3.391.744-8 con Domicilio en XXXXX de la ciudad de Tacuarembó, Y POR OTRA PARTE Y COMO ARRENDATARIO - XXXX CI XXX oriental, mayor de edad de estado civil soltero titular de la CI con domicilio en la calle XXXX..... ciudad de Tacuarembó. QUIENES CONVENEN EN LA CELEBRACION DEL SIGUIENTE CONTRATO: **PRIMERO**- El arrendador da y el arrendatario toma en arrendamiento las instalaciones de XXXX propietario de Vieja Bodega fracción de campo sita en camino xxxxxxx sección zona suburbana del Departamento de Tacuarembó. **SEGUNDO**- El precio del arrendamiento se fija en la suma de \$U XXX (pesos uruguayos XXX), los cuales se pagarán en el domicilio del arrendador que surge del presente contrato el día XXX. Para acreditar el pago no se admitirá otro medio de prueba que el recibo expedido por el arrendador. **TERCERO**-El arrendamiento objeto de éste contrato será unicamente para los días XXXX., desde la hora X am del XXXX hasta la hora XXXX, fechas y horas en el que el arrendatario, -bajo su entera responsabilidad- una fiestaailable en dichas instalaciones. **CUARTO**- El destino del inmueble arrendado es exclusivamente a los efectos de la celebración del evento. **QUINTO**- El arrendatario recibe el bien arrendado en perfectas condiciones de uso y conservación y se obliga a devolverlo en las mismas condiciones, debiendo responder por todos los daños y perjuicios que sufra el bien y todos sus mobiliarios no sean consecuencia del uso correcto del mismo. **SEXTO**- La parte arrendadora no responderá por los daños que pueda causar a los ocupantes del inmueble los vicios o defectos de éste, actuales o futuros, asimismo es expresamente exonerada por el arrendatario de toda responsabilidad civil, penal, administrativa, laboral y de seguridad social y cualquier otro derivada del espectáculoailable objeto del presente contrato. La arrendataria es la única responsable frente a cualquier tercero, incluido pero no limitado a empleados propios, o cualquier otra persona física o jurídica, por el uso que haga al bien arrendado, manteniendo indemne en todos los casos a XXXX por cualquier reclamación judicial o extrajudicial, o de cualquier otra naturaleza que le sea iniciada. El arrendatario será el único responsable en caso de pérdida, robo, o cualquier otro daño causado a los bienes propios de XXX o de cualquier tercero, en la oportunidad de su presencia en el inmueble propiedad de XXX. Esto incluye, sin que implique limitación daños a bienes de XXX, de predios vecinos por

incendios o cualquier otro tipo de accidentes que se produzca como consecuencia del accionar del arrendatario o terceros que se encuentren en el evento. **SEPTIMO**- EL Arrendatario no podrá variar el destino del bien arrendado, no pudiendo por lo tanto realizar ningún tipo de explotación o actividad no prevista como destino en éste contrato sin autorización previa y por escrito deXXX. **OCTAVO**- El arrendatario no podrá ceder éste contrato, subarrendar. ni podrá realizar ningún otro tipo de subcontrataciones. **NOVENO** - Las partes constituyen domicilio especial a todos los efectos emergentes de éste contrato en los indicados como suyos precedentemente y acuerdan la plena validez del telegrama colacionado para toda notificación o intimación que se debiere realizar entre las partes. **DECIMO**- Obligaciones del arrendatario: El arrendatario se obliga a la obtención de todos los permisos exigidos por la normativa a los efectos de la realización del espectáculo bailable en las instalaciones de XXXX como ser: **A-** Gestionar todas las autorizaciones y permisos necesarios establecidos en la ordenanza sobre espectáculos públicos y sus decretos reglamentarios de la Intendencia Departamental de Tacuarembó (IDT). **B-** Garantizar. -de ser necesario- la provisión de los servicios higiénicos y de medio ambiente suficientes a juicio de la dirección de Higiene y Salubridad de la IDT- **C-** Serán de cargo del arrendatario todos los servicios de seguridad necesarios. **D-** Será de cargo del arrendatario el pago de todos los impuestos derivados de la realización del espectáculo bailable (ejemplo AGADU, troquelado) **E-** Para el eventual caso de que concurren menores de edad al espectáculo bailable, serán de cargo del arrendatario la obtención de los permisos correspondientes de las autoridades competentes (INAU). **F-** Será de cargo de la arrendataria la obtención del permiso del ministerio de Transporte y Obras Públicas por ser la autoridad competente en Ruta Nacional numero 26. **DECIMOPRIMERO**- El arrendador deja constancia que tuvo a la vista los permisos pertinentes y necesarios de IDT, División Nacional de Bomberos y AGADU para la realización del espectáculo bailable el día XXXX. **DECIMOSEGUNDO** - La mora en el cumplimiento de las obligaciones se producirá de pleno derecho , por el solo vencimiento de los plazos acordados, sin necesidad de interpelación alguna, o por la realización u omisión de cualquier acto o hecho que se traduzca en hacer o no hacer algo contrario a lo estipulado. **DECIMOTERCERO**- El incumplimiento de cualquiera de las clausulas estipuladas en el presente contrato generará una multa de \$U XXX (pesos uruguayosXXX) para la parte incumplidora **DECIMOCUARTO**- El arrendatario deja constancia de haber recibido copia del presente contrato de arrendamiento firmada por el otorgante. **DECIMOQUINTO**- Para constancia y previa lectura y ratificación se otorga el presente en dos ejemplares del mismo tenor en el lugar y fecha arriba indicados.

ANEXO E

Acta consejo de salarios Grupo 19

ACTA. En la ciudad de Montevideo, el 12 de enero de 2016, reunido el Consejo de Salarios del Grupo 19 "Servicios Profesionales, Técnicos, Especializados y aquellos no incluidos en otros grupos", subgrupo "Actividades residuales no comprendidas en otros grupos", integrado por el Delegado del Poder Ejecutivo: Dr. Carlos Rodríguez, los Delegados Empresariales: Dr. Diego Yarza en representación de la Cámara de Comercios y Servicios del Uruguay y el Dr. Alvaro Nodale en representación de ANMYPE y los Delegados de los Trabajadores: Sres. Eduardo Sosa y Daniel Delgado en representación de FUECYS hacen constar: -----

PRIMERO: Se procede a aplicar el porcentaje de incremento salarial conforme lo acordado en acta de Consejo de Salarios del Grupo 19, suscrita el 16 de diciembre de 2013, que fuera registrada y publicada conforme la normativa legal vigente. -----

SEGUNDO: En virtud de lo establecido en la cláusula octava de la referida acta, el porcentaje de incremento salarial que regirá desde el 1ero de enero de 2016 para los salarios vigentes al 31 de diciembre de 2015 inferiores a \$12.322 será de 1.25%, para aquellos entre \$12.323 y \$23.696 un 0.75%, aquellos entre \$23.697 y \$35.544 un 0.5% y aquellos salarios superiores a \$35.544 un 0.25% en todos los casos por concepto de incremento de salario real. Leída que fue, se suscribe en señal de conformidad. -----



The image shows four handwritten signatures in black ink. The signatures are arranged in two rows. The top row contains two signatures: the one on the left is written over a horizontal line and includes the name 'Eduardo Sosa' written vertically; the one on the right is a more complex, cursive signature. The bottom row contains two signatures: the one on the left is written over a horizontal line and includes the name 'Daniel Delgado' written vertically; the one on the right is a large, bold, cursive signature.

ANEXO D

Fotos de Vieja Bodega







