



INGENIERIA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS C/M FINANZAS Y
CONTROL

Casa Mayor de Chena
**ESTANDARIZACIÓN Y LEVANTAMIENTO DE LOS COSTOS DEL
PROCESO DE REALIZACIÓN DE EVENTOS DEL CENTRO DE EVENTOS
CASA MAYOR DE CHENA**

Alumno: Carolina Gacitúa R.

Profesor Guía: Andrés Nuñez T.

Santiago de Chile

Julio

2012

INDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	4
I. PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA Y SU DESARROLLO.....	6
1.1 Planteamiento del problema	6
1.2 OBJETIVOS.....	7
1.2.1 Objetivo general	7
1.2.2 Objetivos específicos	7
1.3 RESULTADOS ESPERADOS	7
1.3.1 ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN.....	8
1.4 METODOLOGÍA.....	8
1.4.1 Diseño de la investigación.....	8
1.4.2 Población y muestra.....	11
1.4.3 Recolección de la información	12
II. MARCO CONTEXTUAL	13
2.1 Datos generales.....	13
2.2 Organización de la empresa	15
2.3 DIAGNÒSTICO DE LA EMPRESA.....	15
2.4 Número de eventos	15
III. MARCO TEÓRICO	17
3.1 CONCEPTO DE PEQUEÑA EMPRESA.....	17
3.2 VENTAJA COMPETITIVA.....	17
3.3 ESTANDARIZACIÓN DE PROCESOS.....	18
3.4 COSTOS.....	19
3.5 SISTEMAS DE COSTEO.....	22
IV. LEVANTAMIENTO DE PROCESOS.....	25
4.1 Variables.....	25
4.1.1 Definir costos de cada etapa de sus procesos.....	25
4.1.2 Determinación de Variables.	25
4.2 LEVANTAMIENTO DE PROCESOS EN LA CASA MAYOR CHENA.....	27
4.2.1 Descripción de los eventos presentes.....	28
4.2.2 Procesos de organización de un evento realizado por Casa Mayor Chena.....	30
4.3 LEVANTAMIENTO DE COSTOS	39

V. RESULTADOS	46
5.1 DETECCIÓN DE VARIABLES CRÍTICAS	46
5.2 Análisis de Pareto por evento	47
CONCLUSIÓN	51
BIBLOGRAFÍA	53
Cibergrafía	53

Índice de Tablas

Tabla 1: Analisis FODA Casa Mayor de Chena	15
Tabla 2: Tabla de Variables Operacionales Casa Mayor Chena.....	26
Tabla 3: Matriz de identificación de variables por etapa.....	28
Tabla 4: Matrimonio.....	29
Tabla 5: Evento corporativo.....	30
Tabla 6: Producción de matrimonio.....	31
Tabla 7: Producción de evento corporativo	35
Tabla 8: Ficha económica matrimonio.....	39
Tabla 9: Eventos corporativos	42
Tabla 10: Costos-ingresos-utilidades	44
Tabla 11: Detección de variables críticas matrimonio	46
Tabla 12: Detección de variables críticas Evento corporativo	47
Tabla 13: Pareto Matrimonio	48
Tabla 14: Pareto Evento Corporativo	50

Índice de ilustraciones

Ilustración 1: Diseño de la investigación	10
Ilustración 2: Logo Casa Mayor de Chena	14
Ilustración 3: Plano Casa Mayor Chena	14
Ilustración 5 : Diagrama de Flujo Matrimonio	41
Ilustración 6: Diagrama de Flujo Evento Corporativo	44
Ilustración 7: Pareto matrimonio.....	49
Ilustración 8: Pareto Evento Corporativo.....	50

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo pretende la “Estandarización y levantamiento de los costos del proceso de realización de eventos del Centro de Eventos Casa Mayor de Chena”

En cuanto al tipo de investigación, será una investigación descriptiva y exploratoria, además de poseer carácter mixto, es decir tanto cualitativa como cuantitativa.

Para ello, se identificarán los clientes internos y externos del proceso y los requerimientos que ellos tienen para con este proceso. Luego se identificarán los procesos claves de preparación de los eventos y se graficarán los procesos por etapas, generando procedimientos para las actividades que componen los procesos y detectando los costos.

Cuando se habla de empresas exitosas y altamente competitivas, no se puede dejar de pensar un modelo de excelencia que está basado en los Stakeholders de cada negocio, ellos pueden ser: Comunidad (medio ambiente), trabajadores, empresarios, proveedores, clientes, gobierno, accionistas y otros. En cada uno de ellos están insertos requerimientos, los cuales cimientan concretamente la posibilidad de aprovechar la apertura del mercado planteada.

El Gobierno posee requerimientos de buenas prácticas a la empresa. Los accionistas, mayor retorno por sobre la inversión, es decir aumentar las ganancias, disminuyendo costos. Aprovechar la oportunidad y extender el negocio. Y los clientes, están inmersos dentro de los sistemas de evaluación de proveedores y exigen una estandarización de los procesos en la cadena completa.

Para poder optimizar los procesos que genera un centro de eventos, debemos tener en cuenta que si no conocemos completamente los procesos no podremos eliminar costos innecesarios, que lo único que producen es disminuir las utilidades. Para ello la Estandarización de los procesos es fundamental, ya que mediante ésta podremos alcanzar la homogenización, se podrá ajustar a un patrón y seguir pautas concretas para obtener resultados predecibles y siempre con la calidad prevista.

Para presentar la información y lograr el objetivo, se describirá la organización en la que se llevará a cabo la investigación se identificarán los clientes internos

y externos del proceso y sus requerimientos, y se identificarán los procesos claves y la forma de proceder con cada uno de ellos y se determinaran los costos asociados a cada etapa.

SOLO USO ACADÉMICO

I. PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA Y SU DESARROLLO

1.1 Planteamiento del problema

Se pretende dar respuesta a las siguientes interrogantes:

- ¿Quiénes son los Clientes Internos y Externos del proceso de realización de eventos de la casa mayor de Chena?
- ¿Qué requieren los clientes internos y externos del proceso de realización de eventos de la Casa Mayor de Chena?
- ¿Cuáles son las etapas del proceso de realización de eventos de la Casa Mayor de Chena? ¿En qué consisten?
- ¿Qué procesos claves que sean susceptibles de optimización de costos?, ¿Cuáles son los costos?

Ante el panorama planteado en la justificación, la realidad de las empresas de realización de eventos, muchas de ellas tienen claramente definido su proceso, pero no estandarizado, lo que significa que el proceso teórico no se condice con lo real, ello acompañado a que no existe una estructura de proceso ni determinación de etapas y variables de este. Además no se llevan registros de las actividades realizadas en cada una de las etapas y por consiguiente no hay una evaluación ni costeo oportuno.

No es extraño que los ejecutivos y los clientes soliciten información específica sobre una etapa o una variable y no se encuentre disponible, ello indica que las etapas y las variables no están realmente costeadas, que no es posible realizar mejora continua al proceso porque no hay información real y oportuna.

Esto se traduce, a que bajo las condiciones actuales, es muy difícil aprovechar las nuevas oportunidades y mucho más difícil poder ser competitivos y rentables en el corto, mediano y largo plazo. Es posible llegar a perder el mercado.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo general

Estandarización y levantamiento de los costos del proceso de realización de eventos del Centro de Eventos Casa Mayor de Chena

1.2.2 Objetivos específicos

- a) Identificar los procesos y requerimientos por etapas para el proceso de realización de eventos del Centro de Eventos Casa Mayor de Chena.
- b) Levantar los procesos por etapas con la elaboración de Diagrama de Flujo.
- c) Identificar aquellos procesos claves que sean susceptibles de disminución de costos.
- d) Determinar los costos involucrados en cada proceso.

1.3 RESULTADOS ESPERADOS

Con el presente trabajo se desea lograr un ordenamiento en los procesos actuales de realización de eventos del Centro de Eventos Casa Mayor de Chena, permitan una adecuada organización y detección de oportunidades de mejora en cada uno de los procesos y disminución de los costos.

1.3.1 ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

Con el siguiente trabajo se pretende entregar a la organización el conocimiento completo del proceso, a través del levantamiento de las etapas y variables que influyen en el.

El conocimiento de las etapas que se llevan a cabo en el proceso productivo, es lo que nos permite tomar decisiones y actuar (habilidades, actitudes, valores, conocimientos técnicos...).

La materia prima de este conocimiento es la información, pero ésta no permite actuar hasta que se convierte en conocimiento.

El alcance entonces está definido por:

- Levantamiento de la información de los procesos actuales.
- Identificación de etapas claves del proceso productivo.
- Identificación de las variables que influyen en el costo.
- Diseño y diagramación del proceso.
- Realizar procedimientos para el proceso productivo.
- Levantar los costos asociados por etapas y por variables.
- Analizar la información económica derivada de lo anterior.

1.4 METODOLOGÍA

1.4.1 Diseño de la investigación

Diseño "Es un conjunto de decisiones, pasos y actividades que no se deben dejar de realizar para llevar a cabo el proceso completo de la investigación en una dimensión metodológica" (Hurtado de B, 1998)

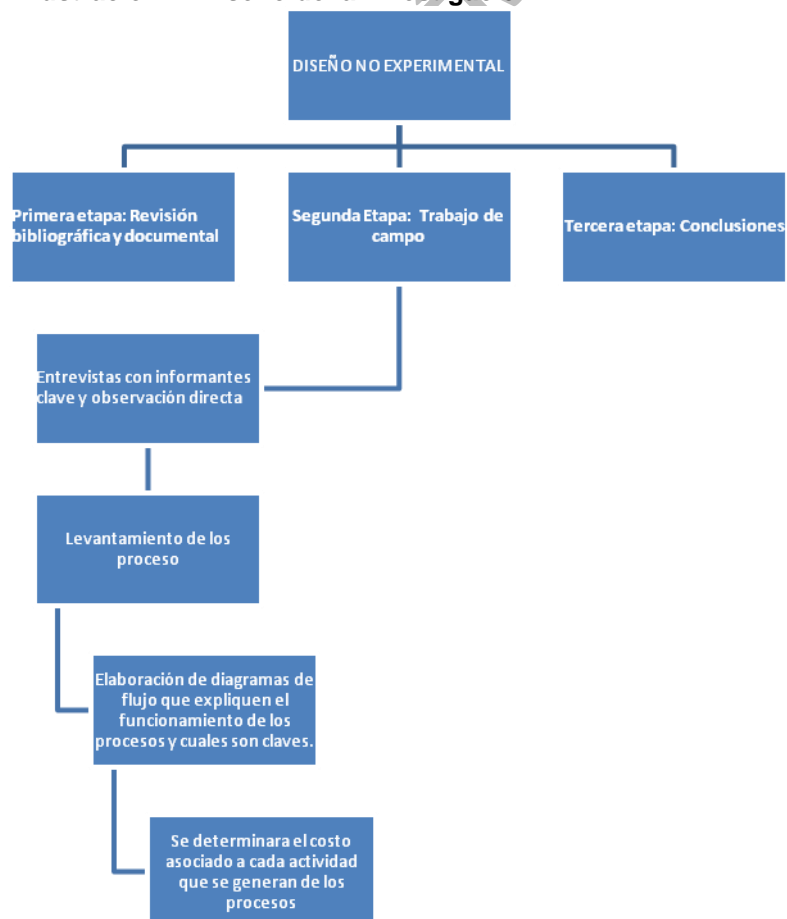
- a) Con respecto a las decisiones, se determino la presente investigación como descriptiva y exploratoria, de tipo mixto.
- Descriptivo: porque busca especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier fenómeno que será sometido a análisis. Los estudios descriptivos sirven para analizar como es y cómo se manifiesta un fenómeno y sus componentes. Se basa en la medición de uno o más atributos del fenómeno descrito. (IPLACEX, 2010) "Los estudios descriptivos sirven para explicar las características más importantes del fenómeno que se va a estudiar en lo que respecta a su aparición, frecuencia y desarrollo" (Münch, L; y Ángeles, L.1998)
 - Exploratoria: Porque la cual examina un tema o problema poco estudiado o que no ha sido abordado antes. Se centra fundamentalmente en la descripción. La investigación exploratoria sirve para preparar el terreno a otras investigaciones y normalmente anteceden a los estudios descriptivos, correlacionales y explicativos. "La investigación exploratoria se utiliza cuando un tema aún no ha sido abordado o no ha sido suficientemente estudiado y las condiciones existentes no son aún determinantes." (IPLACEX, 2010)
 - Mixto: es decir, cuenta tanto con la perspectiva cuantitativa, como cualitativa.

Cuantitativo, puesto que se miden los costos del proceso estandarizado. La investigación cuantitativa desarrolla y emplea modelos matemáticos, teorías e hipótesis, que competen a los fenómenos naturales Por otra parte, es cualitativa, puesto que se investigan las opiniones y describen motivos, se cuenta acerca de una realidad bajo perspectivas no cuantificables. La investigación cualitativa, es la que ha sido determinada por el problema que está más relacionado con modelos socioculturales de la conducta humana que en la cuantificación de los hechos humanos.

- a) Con respecto a otros aspectos importantes se puede decir que:

- **Naturaleza de la realidad:** Es una realidad objetiva que puede modificarse en el tiempo, donde los datos han sido captados en el momento en el cual se da el problema.
 - **Relación sujeto – objeto:** El investigador es externo, no tiene injerencia ni se relaciona con el sujeto de investigación. Es neutral. Este sujeto es objeto de investigación.
 - **Valores:** El investigador está libre de valores, no tiene injerencia alguna en los resultados de la investigación, más que análisis objetivo de los resultados. Es objetivo.
- b) Con respecto a los pasos y actividades que se llevaron a cabo para el cumplimiento de la presente investigación, se encuentran:

Ilustración 1: Diseño de la investigación



Fuente: Elaboración propia

Una vez levantado los procesos, se elaboraran diagramas de flujo que expliquen de manera grafica y simplificada el funcionamiento de estos procesos, y detectar cuales son los procesos claves. Así también se determinara el costo asociado a cada actividad que se generan de los procesos. Conociendo los procesos y los costos será posible optimizar el uso de todos los recursos que se requieran en la producción de eventos.

1.4.2 Población y muestra

La población es "el conjunto para el cual serán validas las conclusiones que se obtengan a los elementos o unidades a las cuales se refiere la investigación" (Morles, V.; 1996).

En este estudio está integrada por clientes internos y externos, y el personal de la empresa que se encuentra directamente involucrado con los procesos.

Muestra es "una parte de la población, es decir, un número de individuos u objetos... cada uno de los cuales es un elemento del universo o población". (Ramírez, T.; 2004).

La muestra de la presente investigación es no probabilística. A veces, para estudios exploratorios, el muestreo probabilístico resulta excesivamente costoso y se acude a métodos no probabilísticos, aun siendo conscientes de que no sirven para realizar generalizaciones, pues no se tiene certeza de que la muestra extraída sea representativa, ya que no todos los sujetos de la población tienen la misma probabilidad de ser elegidos. En general se seleccionan a los sujetos siguiendo determinados criterios procurando que la muestra sea representativa.

Por otra parte, es un muestreo causal o incidental, el cual se trata de un proceso en el que el investigador selecciona directa e intencionadamente los individuos de la población. El caso más frecuente de este procedimiento el utilizar como muestra los individuos a los que se tiene fácil acceso (los profesores de universidad emplean con mucha frecuencia a sus propios alumnos). Un caso particular es el de los voluntarios

La muestra de la presente investigación está compuesta por 3 clientes internos y 3 clientes externos.

1.4.3 Recolección de la información

La información para la construcción del Marco Teórico de la presente investigación tuvo origen en la revisión bibliográfica. Esta tuvo como propósito sustentar el estudio realizado desde una perspectiva documental.

Esta constituye un tipo de material cuya finalidad es obtener datos e información a partir de documentos escritos.

Esta técnica se lleva a cabo "por medio de la metodología de análisis de contenido que puede abordarse a partir de los objetivos." (Gaitán, J. Y Piñuel, J, 1998)

Dentro de este contexto, Chavarría y Villalobos (1998), argumentan que la revisión bibliográfica "permite la consulta de las fuentes bibliográficas y documentales para explorar y conocer lo que otros han hecho en relación al problema elegido".

Esta información proviene de:

- Fuentes primarias (directas). Constituyen el objeto de la investigación bibliográfica o revisión de la literatura y proporcionan datos de primera mano, pues se trata de documentos que contienen los resultados de los estudios correspondientes.

Ejemplos: Libros, tesis, documentos oficiales, etc.

- Fuentes secundarios: Son listas, compilaciones y resúmenes de referencias o fuentes primarias publicadas en un área de conocimiento en particular. Es decir, procesan información de primera mano. (Hernández, R.; 2006)

Se realizaran reuniones y entrevistas, con el fin de captar información relevante acerca de los procesos, y los requerimientos de las personas involucradas directa e indirectamente en los procesos (clientes internos y externos). Para el levantamiento de los procesos, además de lo anterior, se trabajara en terreno

con el personal encargado de cada actividad del proceso, con el fin de comprender lo práctico del proceso, y compararlo con lo teórico.

II. MARCO CONTEXTUAL

A continuación se describe la empresa en la cual se llevó a cabo la investigación

2.1 Datos generales

Nombre: Casa Mayor de Chena

Dueño: Humberto José Gacitúa Martínez.

Ubicación: Se encuentra a 500 metros de la carretera panamericana, a 15 minutos del centro de Santiago, en San Bernardo.

Funcionamiento: Desde 1991 a la fecha

Descripción: Sociedad de responsabilidad LTDA, privada, del sector terciario, ubicada en San Bernardo. La casa Mayor de Chena es un Centro de Eventos que funciona todo el año, siendo su periodo de mayor realización de eventos, aquellos dirigidos a las empresas entre Octubre y Diciembre. Entre los eventos que se realizan se encuentran fiestas de graduación, matrimonios, almuerzos, reuniones de trabajo, cumpleaños, arriendo de salones para fiestas, comidas, entre otros eventos.

Es el lugar más destacado de la zona Sur de Santiago por su amplia infraestructura, grandes salones para eventos, amplias piscinas y en el plano gastronómico, un restaurante de comida típica chilena.

Ilustración 2: Logo Casa Mayor de Chena



Fuente: Página web Casa Mayor de Chena

A sus alrededores cuenta con interesantes lugares de valor arqueológico, y presenta un estilo Colonial y Criollo que atrae a los visitantes.

La Casa Mayor de Chena posee alrededor de 10 hectáreas. En cuanto a su infraestructura, posee 7 canchas de futbol profesional, 1 cancha de futbolito iluminada, 3 canchas de tenis, 1 cancha de volleyball, una zona de juegos para niños, zonas de picnic, 3 piscinas semi-olímpicas, 3 piscinas para niños, amplios estacionamientos, un salón de eventos con capacidad para 2.000 personas y otro para 500, un restaurant y un amplio estacionamiento.

Ilustración 3: Plano Casa Mayor Chena



Fuente: Página web Casa Mayor de Chena

La misión de la empresa es “Satisfacer necesidades de recreación y protocolo, para gente de todas las edades, en cómodas instalaciones, mediante eventos adaptados a las necesidades del cliente”

La Visión de la empresa es “Llegar a ser la única empresa de la comuna de Chena dedicada a la realización de eventos cubriendo todas las necesidades de recreación y protocolo de clientes de todas las clases sociales”

Dentro de los clientes se encuentran grandes empresas como: Papelera CMPC, Lan Chile, Sodimac, Almacenes Paris, Carozzi, Lucchetti, Claro, entre otras; Diferentes ministerios, municipalidades como también a numerosas PYMES.

2.2 Organización de la empresa

La cantidad de personas que trabajen en un evento, dependerá de la cantidad de comensales por evento, o de las condiciones que solicite el cliente.

2.3 DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA

Análisis FODA Casa Mayor de Chena

FORTALEZAS

- Marca Registrada y cumplimiento de las normas.
- No pago de arriendo por evento ni oficina.
- Variedad de precios.
- Innovación en el servicio.
- Bien raíz permanente.
- Mejora en la calidad de los eventos
- Mejor desempeño de los eventos frente a los competidores.
- Personal comprometido con el cambio.
- Empresa con amplia experiencia en el rubro.
- Lista de clientes disponible.

- Ubicación geográfica con fácil acceso a clientes.
- Se dispone de excelentes acuerdos con proveedores por tener un recinto corporativo y poder realizar compras mayores y almacenar.
- La gerencia está comprometida y confiada.

DEBILIDADES

- Necesidad de contratación de personal idóneo para mantener las instalaciones.
- Presupuesto limitado.
- No se ha realizado ninguna encuesta para conocer la visión de los clientes con respecto a la calidad.
- No se ha publicitado el cambio de local aún y obtener la retroalimentación.
- Se desconoce la administración de local propio.

OPORTUNIDADES

- Los locales de los competidores no son nuevos y son más pequeños.
- Captación de nuevos clientes.
- Benchmarking.

AMENAZAS

- Se desconoce la reacción de la competencia.
- Empresas de eventos existentes y reconocidos en el mercado

2.4 Número de eventos

Dentro de un mes, como mínimo la empresa realiza 8 matrimonios y 8 eventos corporativos. Por lo tanto, en cuanto al costo bruto de los sueldos del personal de planta se dividirá en 16 eventos.

III. MARCO TEÓRICO

3.1 CONCEPTO DE PEQUEÑA EMPRESA.

Una pequeña empresa es aquella entidad que ejerce una actividad económica de forma regular y bajo todos los preceptos legales involucrados, y cuyas ventas anuales van entre 2.401 y 25.000 UF.

Hoy en día, desde las microempresas en adelante, tienen la obligación de hacer Iniciación de Actividades en el SII y obtener Patente Municipal, todo lo cual la pequeña empresa Casa Mayor de Chena, lo ha realizado. Para esto, el SII ha creado un portal especialmente dedicado para las Micros, Pequeñas y Medianas Empresas denominado Portal Tributario Pyme, el cual reúne en un sólo lugar información especializada y de asistencia, y ofrece una Oficina Virtual para el microempresario.

Las pequeñas y microempresas juegan un papel importante en la economía, generando empleo, contribuyendo al crecimiento económico y a una distribución más equitativa del ingreso.

Es interesante destacar que a medida que la economía crece, también crecen los ingresos de los micros y pequeños empresarios más consolidados e intermedios, produciéndose, a la inversa, un retroceso en los ingresos de la microempresa de subsistencia.

3.2 VENTAJA COMPETITIVA

La ventaja competitiva tiene como característica principal el permitirle a la empresa esquivar la competencia directa de los competidores y poder así obtener un rendimiento superior a la media del sector. La empresa puede buscar esos rendimientos sobresalientes apoyándose en una ventaja en costos o en una ventaja diferenciadora.

De acuerdo con la Enciclopedia Libre Wikipedia (2007), la ventaja competitiva no existe por sí sola, sino que hay que construirla.

Las ventajas competitivas son una larga lista, pero hay quien opina que para los mercados tan cambiantes no hay ventajas competitivas reales que duren mucho tiempo. Se dice que solo el estar alerta y ser muy ágil es la única ventaja competitiva que puede ser de largo aliento.

“La **estandarización de procesos**, genera hoy en día una ventaja competitiva para muchas empresas y organizaciones. Las exigencias de la globalización han ido cambiando la visión empresarial mundial. La gran competitividad, sin fronteras está al alcance de todos. Esto provoca una gran presión sobre las mismas y deben flexibilizarse para encontrar nuevos caminos, afrontar presiones e innovar.”¹

3.3 ESTANDARIZACION DE PROCESOS

“El objetivo de crear e implementar una estrategia de estandarización es fortalecer la habilidad de la organización para agregar valor. El enfoque básico es empezar con el proceso tal y como se realiza en el presente, crear una manera de compartirlo, documentarlo y utilizar lo aprendido.”²

Aún así, muchos empresarios han realizado infructuosos esfuerzos al tratar de aplicar sistemas de mejora, y así muestran reservas acerca de la utilidad de la estandarización y tienen miedo a burocratizar su empresa e invertir demasiados recursos en tareas que no les aportarán ningún beneficio.

Lógicamente, un proceso que mantiene las mismas condiciones produce los mismos resultados. Entonces, es preciso, si se desea obtener resultados consistentes es necesario estandarizar las condiciones de trabajo incluyendo materiales, maquinaria, equipo, métodos y procedimientos de trabajo, conocimiento y habilidad de la gente.

¹Estandarización de procesos: Ventaja Competitiva. <http://www.engenium.com.mx/estandarizacion-de-procesos>

²Estandarización de procesos: Ventaja Competitiva. <http://www.engenium.com.mx/estandarizacion-de-procesos>

Para realizar una estandarización de una manera adecuada, es preciso conocer y dar solución con ella a las necesidades de la empresa. Se debe tomar en cuenta, si la empresa es pequeña, no realizar un manual sofisticado y de muchas páginas, sino, ser elaborado de forma básica, gráfica y lo más sencillo posible.

La pequeña empresa dado a que cambia sus funciones y estructura fácilmente, puede ir modificando el estándar que elaboró en primer momento y así mantenerse actualizado.³

3.4 COSTOS

Como un costo se debe entender, “un sacrificio de valor, en el cual se incurre, con el propósito de obtener un beneficio futuro”.

Otros costos no inciden en una evaluación, como son los costos hundidos, que fueron creados por una decisión tomada en el pasado, lo cual hace que en la actualidad sean irrecuperables, como asimismo inalterables por la decisión que se tome ahora, por lo tanto son irrelevantes para los efectos de la toma de decisiones. Estos costos también se conocen como costos perdidos.

a) Costos de producción

Los componen los siguientes elementos:

- **Materias primas:** Son aquellos materiales que de hecho entran y forman parte del producto terminado. Estos costos incluyen fletes de compra, de almacenamiento y de manejo. Los descuentos sobre compras se pueden deducir del valor de la factura de las materias primas adquiridas.

³Fondo Pyme. Técnica 8: Estandarización de procesos.
http://www.contactopyme.gob.mx/Cpyme/archivos/metodologias/FP20071323/dos_presentaciones_capaciacion/elemento3/estandarizacion.pdf

- **Mano de obra directa:** Es la que se utiliza para transformar la materia prima en producto terminado. Su monto varía casi proporcionalmente con el número de unidades producidas.

- **Mano de obra indirecta:** Necesaria en el departamento de producción, pero que no interviene directamente en la transformación de las materias primas. Se incluyen: personal de supervisión, jefes de turno, todo el personal de control de calidad, y otros.

- **Materiales indirectos:** Forman parte auxiliar en la presentación del producto terminado, se incluyen aquí los envases primarios, secundarios y etiquetas. Es común que a la suma de materia prima, mano de obra directa y materiales indirectos, se les denomine “costo primo”.

b) Costo de los insumos: Sin incluir los rubros ya mencionados, se refiere a la serie de insumos que requiere todo proceso productivo para funcionar correctamente, donde se incluyen el agua, energía eléctrica, combustibles, detergentes, gases industriales especiales o reactivos para control de calidad, ya sean químicos o mecánicos y otros, dependiendo del proceso que se requiera para producir un servicio o bien determinado.

c) Costo de mantenimiento: Este servicio se contabiliza por separado, dadas las características especiales que puede tener. Se puede otorgar mantenimiento preventivo y correctivo al equipo y a la planta. Se carga de manera directa el costo o los materiales y la mano de obra que se requieren, a mantenimiento, pues puede variar mucho en ambos casos. Para fines evaluativos se considera un porcentaje del costo de adquisición de los equipos. Este dato normalmente lo entrega el fabricante y en él se especifica el alcance del servicio de mantenimiento que se proporcionará.

d) Cargos por depreciación y amortización: Son costos virtuales, es decir, se tratan y tienen el efecto de un costo sin serlo. Para el cálculo del monto de los cargos, se deberán utilizar los porcentajes autorizados por la Ley del Impuesto sobre la Renta. Este tipo de cargos está autorizado por la propia Ley, y si se desea aplicar a los costos de

producción, se deberá incluir todo el activo fijo y diferido relacionado directamente con ese departamento.

- e) Costos de administración:** Los costos de administración son los que provienen al realizar la función de administración dentro de la empresa. Sin embargo, no solo significan los sueldos del gerente o director general y de los contadores auxiliares, secretarias, así como los gastos de oficina en general. Una empresa de cierta envergadura puede contar con direcciones o gerencias de planeación, relaciones públicas finanzas o ingeniería (aunque este costo podría cargarse a producción) Esto implica que fuera de las otras dos grande áreas de una empresa, que son producción y ventas, los gastos de todos los demás departamentos o áreas (como los mencionados) que pudieran existir en una empresa se cargarán a Administración Costos Generales. También deben incluirse los correspondientes cargos por depreciación y amortización.
- f) Costos de ventas:** A veces, el departamento o gerencia de ventas también es llamado de mercadotecnia (marketing). En este sentido, ventas o vender no significa sólo hacer llegar el producto al intermediario consumidor, sino que implica una actividad mucho más amplia. Mercadotecnia entre otras actividades, puede abarcar, la investigación y el desarrollo de nuevos mercados o productos que puedan adaptarse a los gustos y necesidades de los consumidores; el estudio de estratificación del mercado; cuotas y porcentaje de participación de la competencia en el mercado; la adecuación de la publicidad que realiza la empresa, tendencia de las ventas, y otras. Se aprecia por tanto, que un departamento de mercadotecnia no sólo debe contar con un gerente, secretaria, vendedores y conductores, sino de personal altamente calificado, cuya función no es precisamente vender. La magnitud del costo de ventas dependerá en tanto del tamaño de la empresa, como del tipo de actividades que los promotores del proyecto quieran que desarrolle ese departamento.

La agrupación de costos mencionada, que ha incluido producción, administración y ventas, es arbitraria. Se tiene también a agrupar los principales departamentos y funciones de la empresa, ya sea producción,

recursos humanos, finanzas y mercadotecnia, subrayando así la delegación de responsabilidades. Cualquiera de estas clasificaciones, influye muy poco o nada en la evaluación general del proyecto, pero tiene una gran utilidad si se realiza un análisis del costo marginal por departamentos. Se debe incluir amortización y depreciación.

Para la determinación del costo se deben considerar cuatro pasos:

- Identificación del objeto de costo. El objeto del costo puede ser un producto, un proceso o bien un servicio.

- Identificar los recursos consumidos. En una empresa productiva de bienes, los recursos consumidos en la fabricación de los productos, son los costos directos de materias primas y mano de obra y los costos indirectos de fabricación.

- Medición y acumulación de los recursos consumidos. Esto tiene que ver con la cuantificación de los recursos consumidos.

- Valorización de los recursos consumidos. Esto tiene que ver con la interpretación y la preparación de la información de costos para los distintos usos, tanto de carácter externos como internos.⁴

3.5 SISTEMAS DE COSTEO

El costo (así, en forma genérica) es algo omnipresente en las empresas. Es lo que nos dice que estamos vivos. Los inventarios, sea que estén en los almacenes o en las playas de estacionamiento o en los galpones o en la fuerza potencial de trabajo (nuestro personal), no dicen nada acerca de la capacidad de generar riqueza del emprendimiento. Es más, esos inventarios ni siquiera son riqueza: son riesgos, supuestamente "calculados".

⁴Rusell, P. Contabilidad de costos. <http://www.slideshare.net/SimonC/contabilidad-de-costos-para-la-gestin>

Sólo cuando esos inventarios se mueven es que comienza el proceso del negocio, sea éste productivo o comercial. El movimiento de los inventarios es lo que comúnmente llamamos "costeo". Esos inventarios constituyen los recursos que la empresa mueve para que en la siguiente vuelta del Ciclo del Negocio vuelvan reproducidos y aumentados.⁵

El objetivo de un sistema de contabilidad de costos o sistema de costeo es acumular los costos de los productos o servicios. La información del costo de un producto o servicio es usada por los gerentes para establecer los precios del producto, controlar las operaciones, y desarrollar estados financieros. También, el sistema de costeo mejora el control proporcionando información sobre los costos incurridos por cada departamento de manufactura o proceso.

Dentro de los tipos de costeo se encuentran:

- Costeo ABC

Se llama costeo ABC al que está basado en actividades, es decir una empresa para producir bienes o servicios debe llevar a cabo ciertas actividades, estas actividades consumen recursos, por lo tanto primero se va a dar el costo de cada actividad y luego este costo será asignado a las diferentes etapas (creación, procesos, u otros) que son los que finalmente demandan estas actividades, con este método se alcanza una mayor precisión al determinar los costos y rentabilidad.⁶

- Costeo por actividades

Este método de costo, es de doble fase, es decir, asigna primero costos a las actividades que se realizan y luego a los productos, en base al uso de las actividades que llevaron a la realización de cada producto. Al decir actividad,

⁵ Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. <http://www.ligasmayores.bcn.cl/content/view/58/Que-son-los-costos-y-el-costeo.html>

⁶ SHT, ser humano y trabajo, promoviendo el desarrollo del talento humano, <http://www.sht.com.ar/archivo/Management/costeo.htm>

se entiende cualquier tarea que se emprende para hacer o entregar un bien o servicio.

Finalmente este costeo se entiende como la forma en que los productos consumen actividades y las actividades a su vez, consumen recursos.⁷

Los costos se determinan:

- a) Antes de iniciar el proceso - Costos predeterminados (estimados o estándar)
- b) Después o al mismo tiempo del proceso - Costos reales (actuales o históricos).⁸

Se denomina costo histórico a la acumulación y registro de todos los resultados que se han obtenido en periodos diversos en la elaboración de un determinado producto. Estos resultados se obtienen tomando en cuenta todo el proceso de generación de un bien o servicio y su importancia radica en que serán datos comparativos y pueden tomarse por producto, área, u otro.⁹

⁷ Los costos, costeo basado en actividades, <http://www.loscostos.info/costeoabc.html>

⁸ Esquivel, J. Seminario de Costos. Instituto de Capacitación y Servicios. **Sistemas de costeo.** <http://www.loscostos.info/sistemas.html>

⁹ Cuba industria, costo histórico, <http://www.cubaindustria.cu/contadoronline/Costos/SC-3.4.1..htm>

IV. LEVANTAMIENTO DE PROCESOS

4.1 Variables

4.1.1 Definir costos de cada etapa de sus procesos

No se utilizará un tipo de costeo, puesto que lo que se realizará es un levantamiento de los costos asociados. Dentro de los tipos de costeo, el más similar a lo que se realizará es el costeo ABC o por actividades.

Para lograr determinar costos de sus etapas, hay que definir las variables que en ellas intervienen, y que pueden ser medidas y controladas.

Estas variables pueden ser identificadas y para eso, se deben descomponer y traducir en indicadores que entreguen una directa observación y medición. Los costos con los que se trabajará serán costos históricos.

4.1.2 Determinación de Variables.

Personal de planta y externo ocasional: Se cuenta con aproximadamente 17 personas de planta en el recinto, que realizan diversas labores diarias, administración, mantención, ventas, seguridad, entre otros, y se cuenta con personal externo ocasional, ya conocido, dependiendo del evento a realizar.

Gastos básicos: Costos asociados a los insumos para el funcionamiento del evento.

Fletes: Utilización de algún servicio de transporte externo a la Casa Mayor Chena.

4.1.3 Tabla de Variables Operacionales Casa Mayor Chena

A continuación se presenta una tabla de Variables Operacionales a analizar.

Tabla 1: Tabla de Variables Operacionales Casa Mayor Chena

PROCESO DE OPERACIONALIZACION				
Variable	Definición Conceptual	Dimensión	Indicador	Instrumento de medición
Personal de planta y externo ocasional	Conjunto personas que realizan labores en la Casa Mayor de Chena, ya sea de planta o de manera ocasional.	Labores designadas, específicas y acotadas a un tiempo determinado, en el caso de personal de eventos. Personal administrativo funciona como empresa tradicional.	Calculo de personal de planta entregado en investigación.	Registros de Personal
Gastos básicos	Son los que cubren todas las necesidades básicas de la empresa, hayan o no eventos.	Generalmente van a depender de la actividad que se haya realizado en un determinado período de tiempo	Calculo de Gastos en cuentas por pagar y boletas de insumos.	Registro de facturas o boletas.
Fletes	Transporte de elementos necesarios para la producción y el traslado de ella a los lugares requeridos si así fuera necesario.	Cantidad de fletes por evento o necesidad	Calculo de fletes por evento o necesidad.	Registro de fletes

Es importante recordar que la Casa Mayor de Chena posee un terreno amplio, que tiene características que deben ser siempre atendidas, como lo son las canchas, zonas de juegos, piscinas y otros, por lo tanto las variables siempre podrán sufrir modificaciones dependiendo del uso y los requerimientos que estos espacios tengan.

También es sinónimo de una baja en los costos el hecho de que sea un bien raíz permanente, y que allí se encuentren tanto los espacios para oficina, eventos y otros.

No se han incluido los gastos en reparaciones por no encontrarse registradas reparaciones actuales, que hayan incluido personal o empresas externas.

Solo se han incluido entonces las variables de todos aquellos gastos generales y administrativos que se asocian a la actividad productiva de la Casa Mayor de Chena.

4.2 LEVANTAMIENTO DE PROCESOS EN LA CASA MAYOR CHENA

Esta casa, está ubicada en la comuna de San Bernardo, nos recibe con una hermosa visión de ser una construcción de estilo colonial, rodeada de bellos paisajes que invitan a seguir en ella.

La casa funciona todo el año, y se destacan por su orientación a la realización de eventos, fiestas, matrimonios, almuerzos, graduaciones y otros eventos y servicios.

SOLO USO ACADÉMICO

Tabla 2: Matriz de identificación de variables por etapa

MATRIZ DE IDENTIFICACION DE VARIABLES			
Etapa del Proceso productivo	Variabes	Tipo de evento	
		Matrimonio	Evento corporativo
Producción	Personal planta	Si	Si
	Personal externo adicional	No	No
	Insumos	Si	Si
	Maquinarias	Si	Si
	Gastos Básicos	Si	Si
	Fletes	Eventualmente	Eventualmente
Montaje	Personal planta	Si	Si
	Personal externo adicional	Si	No
	Insumos	Si	Si
	Maquinarias	Si	Si
	Gastos Básicos	Si	Si
	Fletes	Eventualmente	Eventualmente
Ejecución	Personal planta	Si	Si
	Personal externo adicional	Eventualmente	Eventualmente
	Insumos	Si	Si
	Maquinarias	Eventualmente	Si
	Gastos Básicos	Si	Si
	Fletes	Eventualmente	Eventualmente
Desmontaje	Personal planta	Si	Si
	Personal externo adicional	Eventualmente	No
	Insumos	No	No
	Maquinarias	No	No
	Gastos Básicos	No	No
	Fletes	Eventualmente	Eventualmente

4.2.1 Descripción de los eventos presentes

A continuación se muestra una lista de todo lo que es posible ofrecer en los eventos, a elección del cliente, luego de haber culminado el proceso de producción, y se indica el valor que posee cada uno de estos eventos para el

cliente. Estos precios por persona se mantienen siempre y cuando el evento cuente con 100 o más personas.

Tabla 3: Matrimonio

<p>• Brindis de Inicio: BRINDIS DE LOS NOVIOS : Champagne Valdivieso Demi Sec para brindar junto con sus invitados.</p> <p>Etapa 1 COCKTAILS</p> <ul style="list-style-type: none">• Canapés: (6) (SELECCION DE CROSSTINIS) - Camarón, Centolla, Palmito, Salmón de Roca, Jamón Piña, Espárragos, Lenguas de Machas, Huevo Codorniz, Quesillo Ají Verde, Salmón, Choritos s/Verde.• Petit Bouches:(6) Empanaditas Cocktail: Aceituna Queso, Jamón Pavo Queso, Champiñones, Espinaca Queso, Ave Ciboulette, Choclo Tocino Queso y Pino Cocktails.,• Tapaditos:(2) Brochetas Mixtas (Ave-Vacuno y Pimentón), Sushi (Rolls Especiales) - Cebiche Nikkey (Peruano Japones).• Tragos Surtidos: APERITIVOS: Pisco Sour, Mango Sour, Amaretto Sour, Berry Sour, Kit Royal, Caipiriña, Jugos de fruta Natural, Bebidas (Línea Andina) y Agua Mineral. (Libre durante todo el cocktails) <p>Etapa 2 CENA</p> <ul style="list-style-type: none">• Entrada: Timbal de Camarones, fonditos de Alcachofa en Base Pure de Palta - Ens.Camarones Fondos de Alcachofa Queso Fresco Palmito Salsa Golf - Copa Cocktail de Camarones - Palta Carmenatti Rellena con Camarones - Jamón Pierna Palmito Palta• Plato Principal: Exquisito Medallón de Filete (envuelto en tocino) acompañado de Mil hojas de Papas al Gratin, Bouquetier de vegetales salteados a la Mantequilla al ciboulette y setas al coñac• Salsas: Champiñones, Pimienta, Ron, Carmennere, Finas Hierbas, Aceituna Negra, Mostaza, Etc. (Seleccione 2 Tipos de Salsas para degustar)• Postre : Buffet de Postres (2,5 p/persona): 5 Ricas Variedades de Postres para su elección (Brochetas de Frutas, Copa Elegante, Peach Melba, Suspiro Limeño, Mousse Menta y/o Chocolate, Pie de Limón, Torta Chocolate Trufa, Torta Panqueque Naranja, Leche Asada, Bavarois, Flan de Leche, Almendrado, Creppes (Panqueque Manjar Salsa Naranja), Castañas en Almibar, Papayas al Jugo con Helado de Piña, Profiteroles, Kuchen de Frutas, Etc. Cascada de Chocolate - Salsas: Frambuesa, Manjar y Coco Rallado.• Vino: VINOS Misiones de Rengo Varietal Tto. y Bco., Jugos de Fruta Natural, Bebidas (Linea Andina Coca Cola)• Café: Café, Te, Agua de Hierbas. (Libre durante todo el evento) <p>Etapa 3 FIESTA</p> <ul style="list-style-type: none">• Música envasada Dj. para el Baile con variedad de épocas. Iluminación Perimetral Led decorativa, Iluminación Robotizada para el Baile.• Bar Libre: Ron (Barcelo Añejo), Vodka (Smirnoff) , Pisco (Alto del Carmen 35°), Primavera con Licor y Sin Licor, Caipiriña, Jugos de fruta Natural, Bebidas Línea Andina y Agua Mineral. <p>• ADICIONALES CONSIDERADOS: Incluye Mesas, Sillas, Cubre sillas y Lazos al tono, vajilla Completa, Mantelería Base y Carpetas de Color, Adornos florales en Centros de Mesas, columnas con Arreglos Florales, todo el personal universitario altamente calificado para su mejor atención, Coordinado todo por un anfitrión de sala. La Producción y protocolización de todo el Evento en sus</p>

distintas etapas con sus tiempos, CD de regalo con fotos informales de todo su evento y Foto Gigante de los Novios.

Fuente: Elaboración Casa Mayor de Chena

Costo: \$ 30.500.- (treinta mil quinientos pesos) BANQUETERIA Y PRODUCCION

Tabla 4: Evento corporativo

Los salones cuentan con toda la tecnología y herramientas para acompañar tu evento social o corporativo. Con equipos de vanguardia para facilitar la comunicación y la logística.

Incluye:

Desayuno (Te, café o leche/ Jugo Natural/Sandwich jamón queso)

Almuerzo (Entrada-Plato de fondo-Postre-Bebida-Pan)

Once(Te, café o leche/ Jugo Natural/Sandwich jamón queso /Torta)

Equipo técnico disponible en cada salón:

- Equipo de audio con micrófono de solapa, micrófono volante y sistema de audio
- Sistema de proyección con un telón y proyector, manejados por un técnico
- Sistema de interpretación
- Monitores de computador, con touchscreen
- Monitores (pantallas LCD)
- Teleconferencia
- Papelógrafo y puntero láser
- Watchout y telas para watchout
- Sistema móvil de televisión
- Intercomunicadores
- Soporte para registro de eventos
- Cables VGA
- Periféricos Kramer

Fuente: Elaboración Casa Mayor de Chena

•Valor por persona servicio completo \$ 14.500.BANQUETERIA Y PRODUCCION.

4.2.2 Procesos de organización de un evento realizado por Casa Mayor Chena.

Casa Mayor Chena al ser contratada para un evento, comienza con los detalles, el principal de ellos es saber el número de invitados que asistirán al evento para poder asignarle un lugar apropiado para su desarrollo.

Una vez acordado el lugar y la cantidad de personas que se va a atender, se comienza a diseñar con toda las expectativas que se tienen respecto de él y se planifican las compras para cubrir todas las necesidades que este evento requiere.

Dentro de esta etapa se encuentran los siguientes procesos:

- a) Establecimiento de los objetivos: El primer paso para organizar un evento de empresa es determinar cuáles son los objetivos del evento, es decir, cuáles son las razones por las que se va a organizar el evento. (Lograr satisfacer las necesidades y expectativas de los contratantes. Mediante los procesos de organización satisfacer de la mejor manera lo solicitado.)
- Tipo de evento: En base a los objetivos establecidos, se procede a determinar el tipo de evento que se realizará en base a la clase social de los contratantes (Evento corporativo, matrimonio)

Tabla 5: Producción de matrimonio

1. DESCRIPCIÓN RESUMIDA DEL PROCEDIMIENTO:	
Matrimonio: Evento para particulares.	
2. OBJETIVO:	3. ALCANCE:
El objetivo principal que se busca a través de este documento es poder documentar una serie común de pasos claramente definidos, que permitirán entrenar a personas, controlar y evaluar cualquier desviación producida por cambios en el proceso productivo.	El alcance de este procedimiento nace con la producción y termina con el desmontaje.
4. LÍDER DEL PROCEDIMIENTO:	Administración General
5. DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL PROCEDIMIENTO	

ETAPA 1: Producción El conjunto de gestiones previas al inicio de la reunión y que tienen como objetivo principal la preparación de los recursos y equipos que componen el evento. A grandes rasgos se trata de contratación de proveedores y coordinación entre todos ellos para la realización del acto final.

N° de Actividad	Labor o Actividad	¿Que?	¿Como?	¿Qué?		¿Qué?
		Elementos necesarios para realizar la actividad (humanos y materiales)	Descripción detallada de la actividad	Resultados de la actividad	Ocurrencia de la Actividad	Encargado de la Actividad
1	Determinar el personal	Elemento Humano	Se determina en base a la cantidad de invitados que estén considerados en la celebración.	Coordinar el personal necesario para el evento	Se realiza al acordar el evento en su totalidad	Adm.
2	Definir responsabilidades del evento por etapas.	Elemento Humano	Adjudicar responsabilidades según cada etapa del proceso, con el fin de establecer la optimización de este.	Entregar una atención adecuada	Al definir etapas	Adm.
3	Es importante conocer el número de	Espacio físico	Según la cantidad de invitados, se pondrá a disposición de estos, el salón más apropiado para la realización del evento.	Organizar el espacio mas apropiados para la actividad	Al comienzo de la actividad una vez acordados los puntos básicos	Adm.

	personas					
4	Solicitar cotizaciones de alimentos y bebidas	Elemento Humano, Proveedores	Una vez acordados los puntos básicos del evento, se cotizan los alimentos y bebidas de consumo que han sido seleccionadas, con el fin de brindar una atención de excelencia al evento.	Tener en poder la mejor alternativa para el cliente	Al comienzote la actividad una vez acordados los puntos básicos	Adm.
5	Definir un programa preliminar de actividades generales a realizar	Elemento Humano	Una vez definidos todos los servicios que se entregarán en el evento, se hace un programa preliminar que podrá servir de pilar para la organización del evento y así evitar cualquier inconveniente que pudiera presentarse.	Mantener organizados los tiempos y las actividades	Al comienzo de la actividad y se van insertando cambios en la medida de requerirse a lo largo de la planificación	Adm.
6	Definir fecha y hora de evento	Elemento Humano, Organigrama	Se debe calendarizar con exactitud el evento para priorizar actividades en torno a la fecha prevista.	Para entregar un servicio optimo y exclusivo	Al comienzo de la actividad	Adm.
7	Definir tiempo de montaje y desmontaje	Elemento Humano, Organigrama	Según la envergadura del evento, se definirán el tiempo para montaje y desmontaje.	Define y organiza el inicio y termino de la actividad	Al comienzo y final de la actividad	Adm.
8	Realizar cotizaciones de las necesidades de apoyo.	Elemento Humano, Proveedores de recursos	Establecer necesidades de equipo de apoyo: equipo audio visual, decoración, atenciones, souvenirs, fotografía, filmación, grabación de videos, iluminación.	Otorgar al cliente un servicio integral de calidad	Al comienzo de la actividad una vez acordados los requerimientos del evento	Adm.
9	Contratación del personal necesario	Elemento Humano	Casa Mayor Chena, cuenta con un staff permanente de personal externo al cual puede acudir en caso de ser necesario, en el evento en cuestión se contratan garzones, animador, DJ, cocinero ayudante del chef, ayudantes de cocina y personal de aseo.	Entregar atención de calidad y acorde a las necesidades del cliente	Días previos al comienzo de la actividad	Adm.
10	Capacitación de los trabajadores que participarán en el evento si es requerido.	Elemento Humano	Casa Mayor Chena siempre ha estado preocupada de entregar orientación y capacitación al personal externo que preste servicios en caso de ser necesario, razón por la cual la calidad de la atención es siempre de altísima calidad.	Mejor servicio y atención	Días previos al comienzo de la actividad	Adm.
11	Revisión de equipos	Elemento Humano	Esta etapa es fundamental, ya que debe todo equipo estar en óptimas condiciones al momento del evento.	Mantener en optimas condiciones el servicio	constante	Personal técnico
12	Compra de materias primas para la preparación	Elemento Humano, proveedores	El menú se acuerda con el cliente, desde la llegada de los invitados hasta su partida. Este paso es muy importante, ya que toda la preparación de las comidas, canapés, tortas u otros, deben estar frescos y	Entregar al cliente el mejor servicio con una calidad insuperable	Días previos a la realización del evento	Adm. y personal especializado

	n del menú		bien mantenidos durante todo el evento. Para esto se coordinan entregas con los proveedores y las instalaciones de la cocina permiten mantener todo en óptimas condiciones hasta el momento de su utilización en preparaciones y para ser consumidos.			
13	Compra de bebidas	Elemento Humano, proveedores	Casa Mayor Chena cuenta con proveedores de calidad para las bebidas, tanto alcohólicas, como no alcohólicas y se compra la cantidad presupuestada con el cliente, según la cantidad de invitados. La entrega la realizan los proveedores, durante los días previos a la fecha indicada para el evento	Otorgar al cliente una atención acorde a sus requerimientos	Constante	Adm. y personal especializado

ETAPA 2: Montaje Realizar los preparativos físicos del evento.

° de Actividad	Labor Actividad	¿Que?	¿Como?	¿Qué?		¿Qué?
		Elementos necesarios para realizar la actividad (humanos y materiales)	Descripción detallada de la actividad	Resultados de la actividad	Ocurrencia de la Actividad	Encargado de la Actividad
1	Decoración del evento y ambientación :	Elemento Humano	Para realizar este trabajo, la Casa Mayor Chena, cuenta con un inventario que cubre los detalles básicos de un evento de esta magnitud, se agrega entonces a las compras, pedidos especiales que desee el cliente y por lo general la compra de flores y arreglos que deben llegar el mismo día del evento y que serán traídos por el proveedor con quien se tiene compromiso y acuerdo.	Diseñar un espacio que sea acorde a los gustos y necesidades del cliente	Horas previas al evento	Adm.
2	Musicalización	Elemento Humano	La empresa cuenta con sistema de sonidos, iluminación, micrófonos y amplificación, pero dependiendo de los requerimientos del cliente, el DJ puede ser distinto al que generalmente participa en los eventos de Casa Mayor Chena y traer sus propios elementos, que subirán el costo de la contratación.	Entregar la ambientación musical propicia al evento	Días antes del evento	Personal especializado

ETAPA 4: Desmontaje Orden del equipo para retiro de los materiales y elementos que fueron utilizados en el evento.

N° de Actividad	Labor o Actividad	¿Que?	¿Como?	¿Qué?		¿Qué?
		Elementos necesarios para realizar la actividad (humanos y materiales)	Descripción detallada de la actividad	Resultados de la actividad	Ocurrencia de la Actividad	Encargado de la Actividad
1	Traslado personal	Elemento Humano, vehículos	<p>El traslado del personal una vez finalizado el evento, se hace en furgones contratados para la ocasión.</p> <p>Es posible requerir la contratación de fletes para algo en particular, ya sea atraso en una entrega, o pedidos especiales.</p>	Seguridad para el personal	En cada actividad de ser necesario	Adm.
2	Retiro	Elemento Humano	Retiro de todo lo utilizado para el evento, dejando el lugar disponible para ser ocupado en cualquier momento	Mantener el espacio en óptimas condiciones para su reutilización	Siempre al finalizar un evento y de manera constantemente	Personal de servicio
3	Orden	Elemento Humano	Cada cosa debe quedar en la organización correspondiente y en buenas condiciones o ser reemplazado si ha perdido su calidad	Organizar de manera eficiente próximos eventos	constantemente	Personal de servicio
4	Realización de inventario	Elemento Humano	Se debe realizar un inventario para obtener información detallada de lo que deba reponerse o repararse, para tener en stock siempre lo que el cliente solicita de Casa Mayor Chena.	Cuantificar cualquier tipo de daño para ser reparado	constantemente	Adm.

APROBACION Y OFICIALIZACION

Fases	Cargo Encargado	Nombre Encargado	Documento por el cual se aprobó	Correo Electrónico
Elaboración	Gestión y Estandarización de Procesos	Carolina Gacitúa	Email	c.gacitua89@gmail.com
Revisión	Administrador General	Fredy Orellana	Email	forellana@casamayordechena.cl
Aprobación	Gerente General	.Humberto Gacitúa	Email	h.gacitua45@casamayordechena.cl

Fuente: Elaboración propia a partir de Casa de Chena

Tabla 6: Producción de evento corporativo

1. DESCRIPCIÓN RESUMIDA DEL PROCEDIMIENTO:	
Evento corporativo. Empresas, trabajadores.	
2. OBJETIVO:	3. ALCANCE:
El objetivo principal que se busca a través de este documento es poder documentar una serie común de pasos claramente definidos, que permitirán entrenar a personas, controlar y evaluar cualquier desviación producida por cambios en el proceso productivo.	El alcance de este procedimiento nace con la producción y termina con el desmontaje.

4. LÍDER DEL PROCEDIMIENTO:	Administración General
------------------------------------	-------------------------------

5. DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL PROCEDIMIENTO

ETAPA 1: Producción El conjunto de gestiones previas al inicio de la reunión y que tienen como objetivo principal la preparación de los recursos y equipos que componen el evento. A grandes rasgos se trata de contratación de proveedores y coordinación entre todos ellos para la realización del acto final.

N° de Actividad	Labor o Actividad	¿Que?	¿Como?	¿Qué?		¿Qué?
		Elementos necesarios para realizar la actividad (humanos y materiales)	Descripción detallada de la actividad	Resultados de la actividad	Ocurrencia de la Actividad	Encargado de la Actividad
1	Determinar el personal	Elemento Humano	Determinar el personal requerido, según el número de participantes, para llevar a cabo el evento corporativo	Coordinar el personal necesario para el evento	Al acordar el evento	Adm.
2	Definir los responsables del evento por etapas.	Elemento Humano	Determinar quiénes serán responsables de cada etapa del proceso.	Entregar la atención mas adecuada	Al comienzo de la actividad	Adm.
3	Determinar el número de comensales	Elemento Humano	Es importante conocer el número de personas para poder definir el salón más propicio para el evento	Entregar el espacio propicio para la actividad	Al comienzo de la actividad	Adm.
4	Solicitar cotizaciones de alimentos y bebidas	Elemento Humano, proveedores	Determinar si existen posibilidades de optar a menores precios con otros proveedores o si la continuidad con los actuales es la opción a seguir.	Otorgar la calidad requerida por los solicitantes	Al comienzo de la actividad una vez acordados los requerimientos	Adm.
5	Definir un programa preliminar de actividades generales a realizar	Elemento Humano, organigrama	Determinar las actividades que deben llevarse a cabo en el evento, puesto que este puede contener desayuno-almuerzo-once y la utilización de la piscina, o bien puede contar solamente con una cena de noche.	Coordinación y mejor entrega del servicio	Al comenzar la actividad	Adm.
6	Definir fecha y hora de evento	Elemento Humano, organigrama	Consultar al cliente fecha y hora del evento y confirmación definitiva.	Calendarizar para optimizar tiempos y espacios	Al comenzar la actividad	Adm.

7	Definir tiempo de montaje y desmontaje	Elemento Humano, organigrama	Determinar, según si hubieren requerimientos extra del cliente o no, el tiempo que se demorará el equipo en montar y desmontar todo lo requerido para la realización del evento.	Define y organiza el inicio y termino de la actividad	Al comienzo y final de la actividad	Adm.
8	Realizar cotizaciones de las necesidades de apoyo.	Elemento Humano, proveedores de recursos	Establecer necesidades de equipo de apoyo: equipo audio visual, decoración, atenciones, souvenirs, fotografía, filmación, grabación de videos, iluminación.	Otorgar al cliente un servicio integral de calidad	Al comienzo de la actividad una vez acordados los requerimientos del evento	Adm.
9	Contratación del personal necesario	Elemento Humano	Casa Mayor Chena, cuenta con un staff permanente de personal externo al cual puede acudir en caso de ser necesario, en el evento en cuestión se contratan garzones, animador, DJ, cocinero ayudante del chef, ayudantes de cocina y personal de aseo.	Entregar atención de calidad y acorde a las necesidades del cliente	Días previos al comienzo de la actividad	Adm.
10	Capacitación de los trabajadores que participarán en el evento si es requerido.	Elemento Humano	Explicar las tareas que debe realizar cada trabajador. En el caso de ser requeridas tareas no ocasionales, capacitar.	Mejor servicio y atención	Días previos al comienzo de la actividad	Adm.
11	Revisión de equipos	Elemento Humano	Establecer el funcionamiento de todos los equipos que serán utilizados para la realización del evento. En caso de fallar alguno, llamar a los técnicos para realizar la reparación.	Mantener en optimas condiciones el servicio	constante	Personal técnico
12	Compra de materias primas para la preparación del menú	Elemento Humano, proveedores	El menú se acuerda con el cliente, desde la llegada de los invitados hasta su partida. Este paso es muy importante, ya que toda la preparación de las comidas, canapés, tortas u otros, deben estar frescos y bien mantenidos durante todo el evento. Para esto se coordinan entregas con los proveedores y las instalaciones de la cocina permiten mantener todo en óptimas condiciones hasta el momento de su utilización en preparaciones y para ser consumidos.	Entregar al cliente el mejor servicio con una calidad insuperable	Días previos a la realización del evento	Adm. y personal especializado
13	Compra de bebidas	Elemento Humano, proveedores	Casa Mayor Chena cuenta con proveedores de calidad para las bebidas, tanto alcohólicas, como no alcohólicas y se compra la cantidad presupuestada con el cliente, según la cantidad de invitados. La entrega la realizan los proveedores, durante los días previos a la fecha indicada para el evento	Otorgar al cliente una atención acorde a sus requerimientos	constante	Adm. y personal especializado

ETAPA 2: Montaje Realizar los preparativos físicos del evento.

¿Qué?	Laboro	¿Que?	¿Como?	¿Qué?	¿Qué?
-------	--------	-------	--------	-------	-------

	Actividad	Elementos necesarios para realizar la actividad (humanos y materiales)	Descripción detallada de la actividad	Resultados de la actividad	Ocurrencia de la Actividad	Encargado de la Actividad
1	Decoración del evento y ambientación:	Elemento Humano	<p>Para realizar este trabajo, la Casa Mayor Chena, cuenta con un inventario que cubre los detalles básicos de un evento de esta magnitud, se agrega entonces a las compras, pedidos especiales que desee el cliente y por lo general la compra de flores y arreglos que deben llegar el mismo día del evento y que serán traídos por el proveedor con quien se tiene compromiso y acuerdo.</p>	Diseñar un espacio que sea acorde a las necesidades del cliente	Horas previas al evento	Adm.
2	Musicalización	Elemento Humano	<p>La empresa cuenta con sistema de sonidos, iluminación, micrófonos y amplificación, pero dependiendo de los requerimientos del cliente, el DJ puede ser distinto al que generalmente participa en los eventos de Casa Mayor Chena y traer sus propios elementos, que subirán el costo de la contratación.</p>	Entregar la ambientación musical propicia al evento	Días antes del evento	Personal especializado

--	--	--	--	--	--	--

ETAPA 3: Ejecución: Fase en la que, estando los participantes del evento reunidos en el mismo lugar y al mismo tiempo, comparten las actividades planificadas y demás.

N° de Actividad	Labor o Actividad	¿Qué?	¿Como?	¿Qué?		¿Qué?
		Elementos necesarios para realizar la actividad (humanos y materiales)	Descripción detallada de la actividad	Resultados de la actividad	Ocurrencia de la Actividad	Encargado de la Actividad
1	Actividades de cocina	Elemento Humano	Preparación de platos para servir durante el evento.	Mantener la calidad de los productos	Horas antes y durante la actividad	Personal especializado
2	Actividades de Servicio	Elemento Humano	Servir a los comensales lo preparado en la cocina. Animar el evento. Contribuir a satisfacer las demandas de último momento de los clientes.	Entregar una atención de alto nivel	Durante la actividad	Personal de servicio

ETAPA 4: Desmontaje Orden del equipo para retiro de los materiales y elementos que fueron utilizados en el evento.

N° de Actividad	Labor o Actividad	¿Qué?	¿Como?	¿Qué?		¿Qué?
		Elementos necesarios para realizar la actividad (humanos y materiales)	Descripción detallada de la actividad	Resultados de la actividad	Ocurrencia de la Actividad	Encargado de la Actividad
1	Traslado personal	Elemento Humano, vehículos	El traslado del personal una vez finalizado el evento, se hace en furgones contratados para la ocasión. Es posible requerir la contratación de fletes para algo en particular, ya sea atraso en una entrega, o pedidos especiales.	Seguridad para el personal	En cada actividad de ser necesario	Adm.
2	Retiro	Elemento Humano	Retiro de todo lo utilizado para el evento, dejando el lugar disponible para ser ocupado en cualquier momento	Mantener el espacio en optimas condiciones para su reutilización	Siempre al finalizar un evento y de manera constante	Personal de servicio
3	Orden	Elemento Humano	Cada cosa debe quedar en la organización correspondiente y en buenas condiciones o ser reemplazado si ha perdido su calidad	Organizar de manera eficiente próximos	Constantemente	Personal de servicio

				eventos		
4	Realización de inventario	Elemento Humano	Se debe realizar un inventario para obtener información detallada de lo que deba reponerse o repararse, para tener en stock siempre lo que el cliente solicita de Casa Mayor Chena.	Cuantificar cualquier tipo de daño para ser reparado	Constantemente	Adm.

APROBACION Y OFICIALIZACION				
Fases	Cargo Encargado	Nombre Encargado	Documento por el cual se aprobó	Correo Electrónico
Elaboración	Gestión y Estandarización de Procesos	.Carolina Gacitúa	Email	c.gacitua89@gmail.com
Revisión	Administrador General	Fredy Orellana	Email	forellana@casamayordechena.cl
Aprobación	Gerente General	.Humberto Gacitúa	Email	Hgacitua45@gmail.com

4.3 LEVANTAMIENTO DE COSTOS

DETERMINACION DEL LOS COSTOS ASOCIADOS A LAS ETAPAS, POR ETAPAS Y VARIABLES EN EL DEL PROCESO DE PRODUCCION

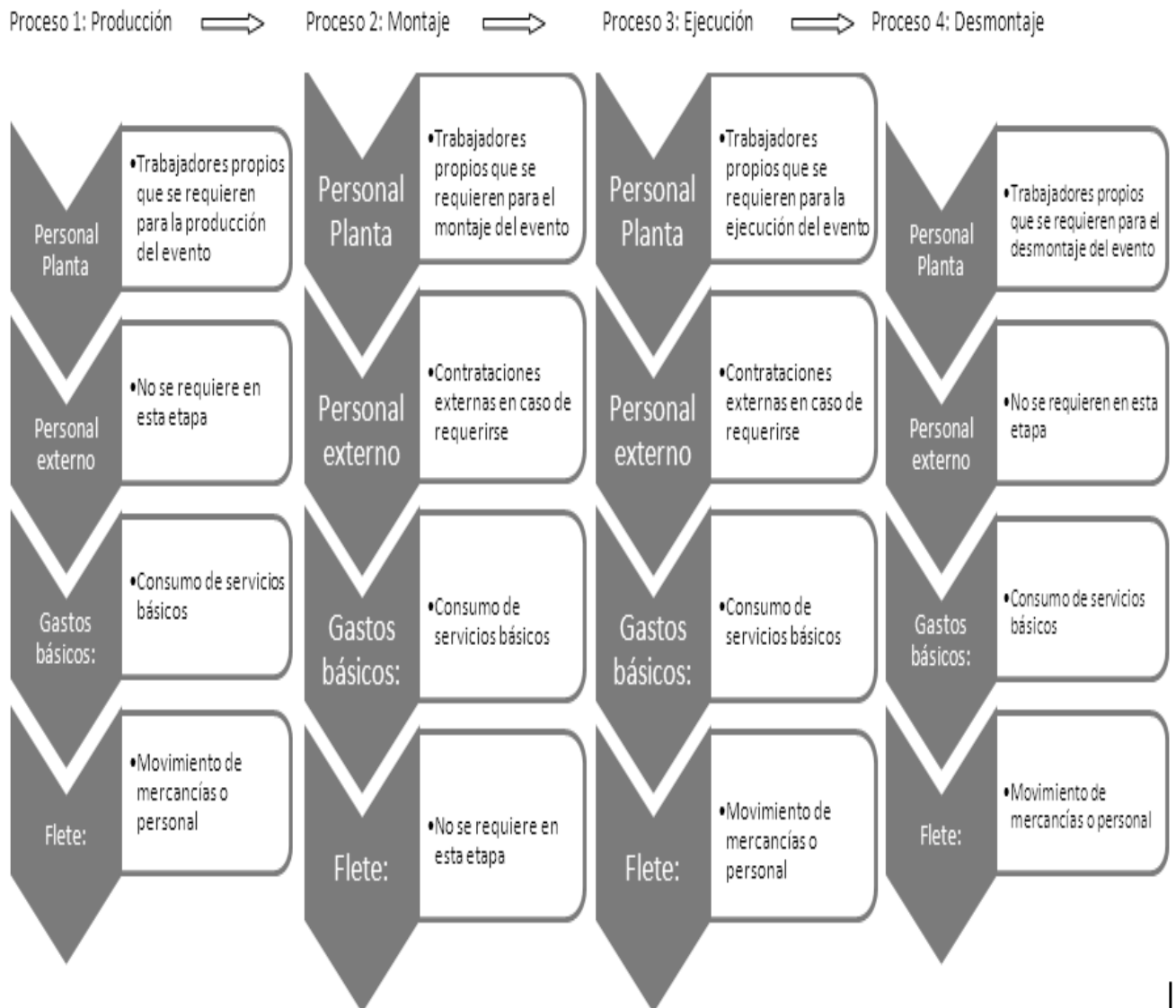
Tabla 7: Ficha económica matrimonio

MATRIMONIO				
Variable	Detalle	Valor unitario o por grupo de la misma categoría	Valor total	%
1	Producción			100
Personal de planta	Gerente General	73.750	262.938	11,45
	Gerente de Finanzas	55.625		
	Administrador Complejo Deportivo y Restaurant	46.250		
	Secretaria y Ejecutiva de Ventas	21.563		
	Maestro de Mantención	20.000		
	Administrativos	19.500		
	Jardineros	13.125		
	Encargado mantención Áreas Verdes	13.125		
Personal externo adicional				
Gastos básicos	Bebestibles	356.321	14.653.21	63,83
	Comestibles	1.009.000		
	Adornos	100.000		

	Fletes	Varios	20000	20000	0,87
2	Montaje				
	Personal de planta	Auxiliar de Aseo	16.125	16.125	0,70
	Personal externo adicional	Servicio Aseo	12.000	12.000	0,52
	Gastos básicos	Electricidad	2.000	2.000	0,08
	Fletes				
3	Ejecución				
	Personal de planta	Chef	30.625	58.959	2,56
		Nochero	15.000		
		Portero	13.334		
	Personal externo adicional	Ayudantes de cocina	14.000	387.000	16,85
		Cantante	30.000		
		Animador	35.000		
		Copero	17.000		
		DJ	22.000		
		Cocineros	25.000		
		garzones	160.000		
	Gastos básicos	Parrilleros	22.000	27.000	1,17
		Barman	22.000		
		Guardias	18.000		
		Paramédico	22.000		
		Electricidad	6.000		
		Gas	15.000		
	Fletes	Agua	6.000	10.000	0,43
		Varios	100.00		
4	Desmontaje				
	Personal de planta	Ayudante Servicios Generales	12.250	12.250	0,53
	Personal externo Adicional				
	Gastos básicos	Electricidad	2.000	2000	0,08
	Fletes	Varios	20.000	20000	0,93
TOTAL COSTOS				2.295.593	100

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 4 : Diagrama de Flujo Matrimonio



Fuente: Elaboración propia

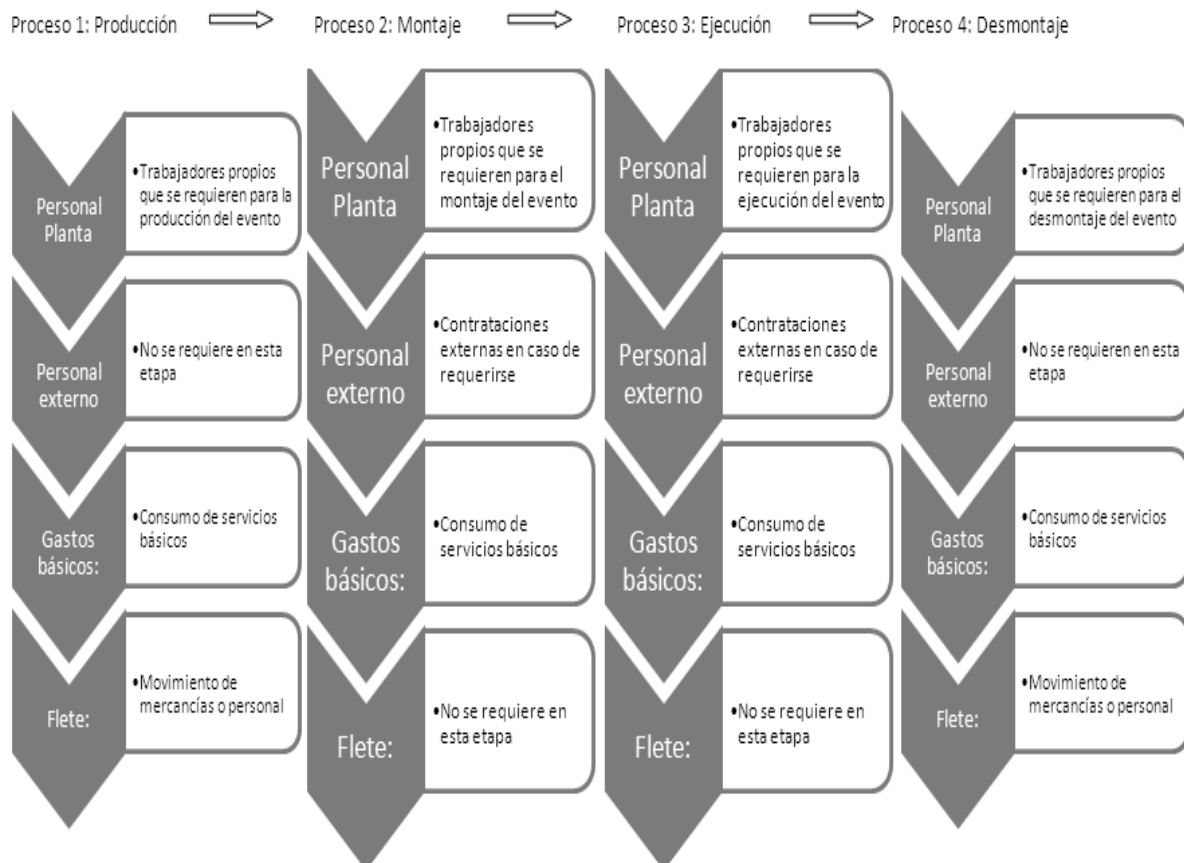
Tabla 8: Eventos corporativos

EVENTOS CORPORATIVOS					
Variable		Detalle	Valor unitario o por grupo de la misma categoría	Valor total	%
1	Producción				
	Personal de planta	Gerente General	73.750	262.938	26,44
		Gerente de Finanzas	55.625		
		Administrador Complejo Deportivo y Restaurante	46.250		
		Secretaria y Ejecutiva de Ventas	21.563		
		Maestro de Mantenición	20.000		
		Administrativos	19.500		
		Jardineros	13.125		
		Encargado mantención Áreas Verdes	13.125		
	Personal externo adicional				
	Gastos básicos	Bebestibles	100.000	200.000	20,11
		Comestibles	60.000		
		Adornos	40.000		
	Fletes	Varios	10.000	10.000	1
2	Montaje				
	Personal de planta	Auxiliar de Aseo	16.125	16.125	1,62
	Personal externo adicional	Servicio Aseo	12.000	12.000	1,2
	Gastos básicos	Electricidad	2.000	2.000	0,2
	Fletes				
3	Ejecución				
	Personal de planta	Chef	30.625	58.959	5,92
		Nochero	15.000		
		Portero	13.334		
	Personal externo adicional	Ayudantes de cocina	14.000	387.000	38,92
		Cantante	30.000		
		Animador	35.000		
		Copero	17.000		
		DJ	22.000		

		Cocineros	25.000		
		Garzones	160.000		
		Parrilleros	22.000		
		Barman	22.000		
		Guardias	18.000		
		Paramédico	22.000		
	Gastos básicos	Electricidad	3.000	21.000	2,11
		Gas	15.000		
		Agua	3.000		
	Fletes				
4	Desmontaje				
	Personal de planta	Ayudante Servicios Generales	12.250	12.250	1,28
	Personal externo Adicional				
	Gastos básicos	Electricidad	2.000	2.000	0,20
	Fletes	Varios	10.000	10.000	1
COSTOS TOTALES				994.272	100

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 5: Diagrama de Flujo Evento Corporativo



Fuente: Elaboración propia

Tabla 9: Costos-ingresos-utilidades

	Matrimonio	Ev. Corporativo
Costos	2.295.593	994.272
Ingresos	3.050.000	1.450.000
Utilidades	754.407	455.728

Fuente: Elaboración propia

Las tablas 8 y 9 muestran la ficha técnica-económica, la cual detalla cada una de las etapas requeridas para la producción de los eventos de la Casa Mayor de Chena.

Se detalla a continuación la ficha técnico-económica. La ficha se divide en tres ítems de carácter relevante.

Ítem N° 1: Matriz de costos por tipo de evento

Se detalla a continuación cada uno de los puntos presentes:

- **Variable:** Corresponden el total de requerimientos que deben existir para poder completar cada etapa, de esta forma se puede encontrar ítems tales como adquisición de insumos o fletes.
- **Tipos de evento:** como bien se sabe, existen 3 tipos de eventos frecuentemente realizados por la Casa Mayor de Chena. En este ítem se señala en cual tipo de evento se utiliza dicha variable de producción y el costo asociado a ella.
- **Cantidad:** Básicamente es la cantidad de dicha variable que se utiliza en cada tipo de evento.
- **Detalle:** Corresponde a la tarea que se realiza con la variable a estudio o el nombre de los insumos utilizados.
- **Valor Unitario (\$):** Es el costo unitario de cada variable (valor estándar).
- **Matrimonio, Evento corporativo:** En estas 2 columnas se calcula el costo total de cada variable tomando en cuenta el tipo de evento, de otro modo, se calcula: Valor Unitario x Cantidad de cada variable.
- Además se calcula el porcentaje de participación de la tarea en el total del proceso, expresado en porcentaje (%).

Ítem N° 2: Resumen de costos, ingresos y utilidades. (Tabla 10)

Este resumen entrega el resultado esperado o utilidad, mediante los siguientes puntos:

- **Costos:** Es la sumatoria total de los costos por cada uno de los tipos de evento, expresado en la moneda nacional chilena (CLP).
- **Ingresos:** El ingreso total será el monto pagado a un valor fijo en CLP.

La ficha técnico-económica entrega una completa visión de costos de esta unidad de negocios, ya que primero se separan los costos por tipo de evento, y luego se analizan las variables de producción, su comportamiento frente a un posible reducción en su costo y finalmente la repercusión que tienen dichas reducciones en los costos de las etapas del proceso de realizar un evento.

V. RESULTADOS

5.1 DETECCIÓN DE VARIABLES CRÍTICAS

Se han llevado todos los costos asociados al proceso de producción de eventos, con registros muy completos y que sirvieron para hacer una adecuada distribución de los costos de cada una de las variables.

Con ello se ha podido definir donde se está invirtiendo más dinero del presupuestado, para buscar estrategias para que ello cambie o no afecte a la totalidad del proceso.

A continuación se presenta un cuadro en el que se indican las variables críticas en cuanto a la inversión que se realiza en las distintas variables, en los tres tipos de eventos (Matrimonios y eventos corporativos) en comparación con lo que se proyectaba gastar.

Tabla 10: Detección de variables críticas matrimonio

MATRIMONIO															
Variables													% Total Real	% Total Estándar	Diferencia EST-REAL
	PRODUCCIÓN			MONTAJE			EJECUCIÓN			DESAMONTAJE					
	Real	Estándar	Desviación	Real	Estándar	Desviación	Real	Estándar	Desviación	Real	Estándar	Desviación			
Personal de planta :	11,45%	11,45%	0,00%	0,70%	0,70%	0,00%	2,56%	2,56%	0,00%	0,53%	0,53%	0,00%	15,24%	15,24%	0,00%
Personal externo :	0,00%	0,52%	0,52%	0,52%	0,52%	0,00%	16,85%	15,00%	-1,85%	0,00%	0,52%	0,52%	17,37%	16,56%	-0,81%
Gastos básicos :	63,83%	58,00%	-5,83%	0,08%	0,08%	0,00%	1,17%	1,17%	0,00%	0,08%	0,08%	0,00%	65,16%	59,33%	-5,83%
Fletes :	0,87%	2,50%	1,63%	0,00%	2,50%	2,50%	0,43%	1,37%	0,94%	0,93%	2,50%	1,57%	2,23%	8,87%	6,64%
Totales (%)	76,15%	72,47%	-3,68%	1,30%	3,80%	2,50%	21,01%	20,10%	-0,91%	1,54%	3,63%	2,09%	100,00%	100,00%	0,00%
Costo real por Etapas (\$)	1.748.259			30.125			482.959			34.250			2.295.593		

Fuente: Elaboración propia

La tabla 11 muestra comportamiento de cada variable con respecto a la ficha técnico económica estándar, dando como resultado desviaciones positivas, negativas y nulas.

Nos concentraremos en encontrar solo aquellas desviaciones que afecten de forma negativa el resultado económico.

Al analizar la tabla inmediatamente nos damos cuenta que la variable crítica es “Gastos Básicos”, con resultado negativo en la etapa de producción.

Tabla 7: **Detección de variables críticas evento corporativo**

EVENTO CORPORATIVO														% Total Real	% Total Estándar	Diferencia EST-REAL
Variables	PRODUCCIÓN			MONTAJE			EJECUCIÓN			DESMONTAJE						
	Real	Estándar	Desviación	Real	Estándar	Desviación	Real	Estándar	Desviación	Real	Estándar	Desviación				
Personal de planta :	26,44%	26,44%	0,00%	1,62%	1,62%	0,00%	5,92%	5,92%	0,00%	1,28%	1,28%	0,00%	35,26%	35,26%	0,00%	
Personal externo :	0,00%	0,00%	0,00%	1,20%	1,20%	0,00%	38,92%	37,00%	-1,92%	0,00%	0,00%	0,00%	40,12%	38,20%	-1,92%	
Gastos básicos :	20,11%	14,94%	-5,17%	0,20%	0,10%	-0,10%	2,11%	1,30%	-0,81%	0,20%	0,20%	0,00%	22,62%	16,54%	-6,08%	
Fletes :	1,00%	2,50%	1,50%	0,00%	2,50%	2,50%	0,00%	2,50%	2,50%	1,00%	2,50%	1,50%	2,00%	10,00%	8,00%	
Totales (%)	47,55%	43,88%	-3,67%	3,02%	5,42%	2,40%	46,95%	46,72%	-0,23%	2,48%	3,98%	1,50%	100,00%	100,00%	0,00%	
Costo real por Etapas	427.938			30.125			466.959			24.250			949.272			

Tabla 11: **Detección de variables críticas Evento corporativo**

Fuente: Elaboración propia

La tabla 12 muestra comportamiento de cada variable con respecto a la ficha técnico económica estándar, dando como resultado desviaciones positivas, negativas y nulas.

Nos concentraremos en encontrar solo aquellas desviaciones que afecten de forma negativa el resultado económico.

Al analizar la tabla inmediatamente nos damos cuenta que la variable crítica es “Gastos básicos”, con resultado negativo en la etapa de producción.

5.2 Análisis de Pareto por evento

El análisis de Pareto culmina con el gráfico de Pareto se confecciona en base a barras verticales que separan los problemas por orden de prioridad, para que su solución también esté basada en prioridades y pueda ser más oportuna y segura.¹⁰

En cuanto al costo total de todas las variables involucradas, este es de 949.272 y montaje es la etapa de mayor inversión, con un costo de 466.959.-

¹⁰ Caja de herramientas, diagrama de Pareto http://www.infomipyme.com/Docs/GENERAL/Offline/GDE_08.htm

A continuación se presenta un gráfico Pareto para el evento Matrimonio. Es una gráfica que ordena datos de forma descendente, de izquierda a derecha y separados por barras que bajo este método permite asignar un orden de prioridades.

El gráfico de Pareto, es una representación gráfica de los datos obtenidos sobre un problema, y consiste en ayudar a identificar el 20 % de las causas que producen el 80% del problema, para así, una vez identificadas las causas más relevantes, actuar prioritariamente sobre ellas.

El diagrama de Pareto se combina de dos puntos: Un histograma de valores decrecientes y un gráfico lineal.

Este gráfico de Pareto indica, lógicamente, la prioridad con la cual se deben ir atacando los problemas de desviaciones negativas en los costos de las diferentes variables del proceso estudiado

Tabla 12: Pareto Matrimonio

PARETO PARA MATRIMONIO

1- DISTRIBUCION DEL COSTO POR VARIABLE Y POR ETAPAS DEL PROCESO PRODUCTIVO

Variable	Producción	Montaje	Ejecución	Desmontaje	Total Costo
Personal planta	262.938	16.125	58.959	12.250	350.272
Personal exterr	-	12.000	387.000		399.000
Gastos básicos	1.465.321	2.000	27.000	2.000	1.496.321
Fletes	20.000		10.000	20.000	50.000

Totales (\$)	1.748.259	30.125	482.959	34.250	2.295.593
---------------------	-----------	--------	---------	--------	-----------

2- PARTICIPACION PORCENTUAL DE CADA VARIABLE

Variable	Total Costo	%
Personal planta	350.272	15,26%
Personal exterr	399.000	17,38%
Gastos básicos	1.496.321	65,18%
Fletes	50.000	2,18%

Totales (\$)	2.295.593	100,00%
---------------------	-----------	---------

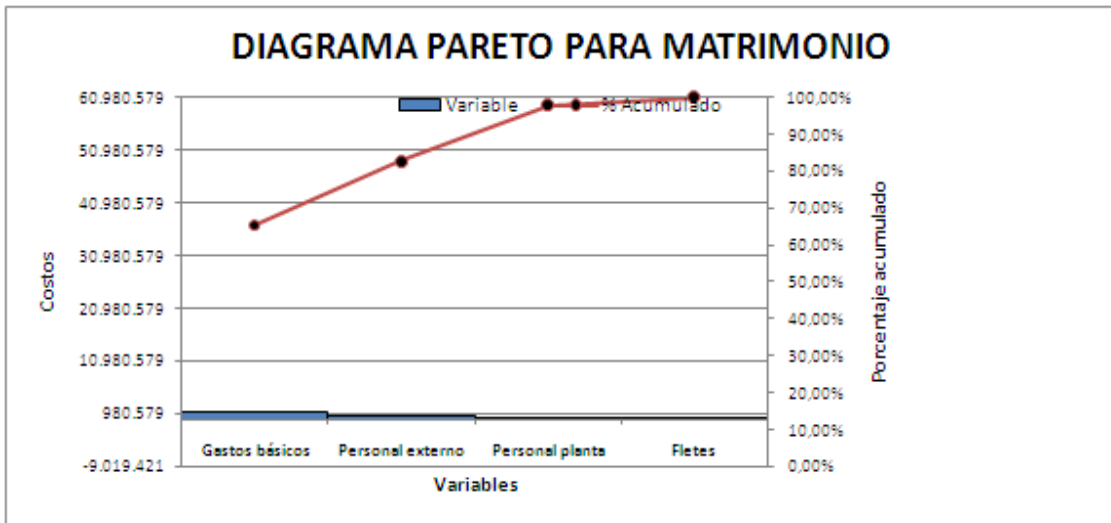
3- ORDEN DE MAYOR A MENOR PARTICIPACION Y CALCULO DE PORCENTAJES ACUMULADOS

Variable	Total Costo	%	%
Gastos básicos	1.496.321	65,18%	65,18%
Personal exterr	399.000	17,38%	82,56%
Personal planta	350.272	15,26%	97,82%
Fletes	50.000	2,18%	100,00%

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 6: Pareto matrimonio

4- DIAGRAMA DE PARETO



Fuente: Elaboración propia

Tabla 13: Pareto Evento Corporativo
PARETO PARA EVENTO CORPORATIVO

1- DISTRIBUCION DEL COSTO POR VARIABLE Y POR ETAPAS DEL PROCESO PRODUCTIVO

Variable	Producción	Montaje	Ejecución	Desmontaje	Total Costo
Personal plant.	262.938	16.125	58.959	12.250	350.272
Personal exter.	-	12.000	387.000		399.000
Gastos básico:	200.000,00	2.000	27.000	2.000	231.000
Fletes	20.000		10.000	20.000	50.000

Totales (\$)	482.938	30.125	482.959	34.250	1.030.272
---------------------	---------	--------	---------	--------	------------------

2- PARTICIPACION PORCENTUAL DE CADA VARIABLE

Variable	Total Costo	%
Personal plant.	350.272	35,23%
Personal exter.	399.000	40,13%
Gastos básico:	225.000	22,63%
Fletes	20.000	2,01%

Totales (\$)	994.272	100,00%
---------------------	----------------	----------------

3- ORDEN DE MAYOR A MENOR PARTICIPACION Y CALCULO DE PORCENTAJES ACUMULADOS

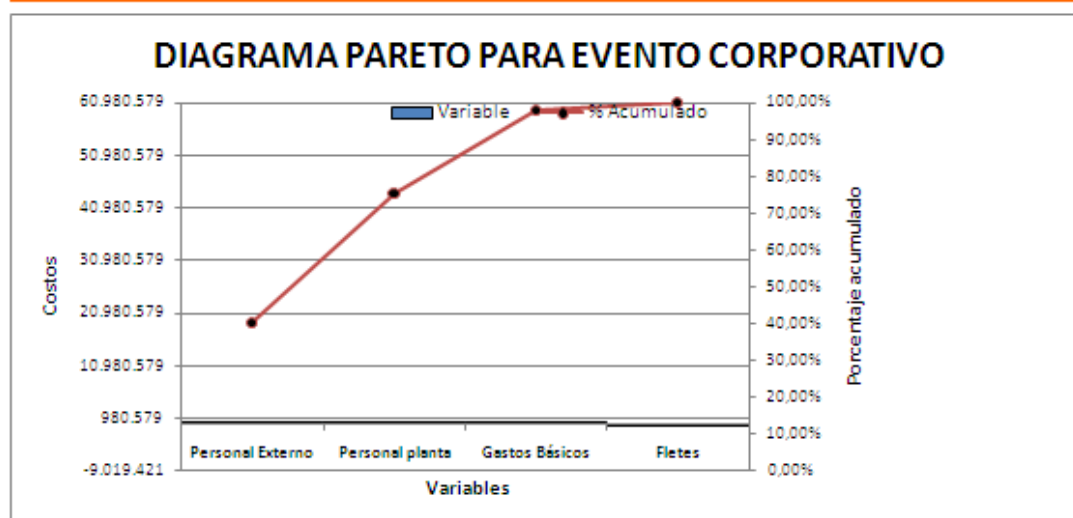
Variable	Total Costo	%	%
Personal Exter.	399.000	40,12%	40,12%
Personal plant.	350.272	35,22%	75,34%
Gastos Básico:	225.000	22,62%	97,96%
Fletes	20.000	2,04%	100,00%

Totales (\$)	994.272	100,00%
---------------------	----------------	----------------

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 7: Pareto Evento Corporativo

4- DIAGRAMA DE PARETO



Fuente: Elaboración propia

El Diagrama de Pareto para evento corporativo indica que la mayor concentración de costos está entre el personal externo y el interno con un 75,34 % porcentaje acumulado.

La variable que se ha detectado como crítica, como se ha expresado en las páginas anteriores es Gastos básicos, debido a que el costo estimado es menor en un amplio porcentaje al costo real.

CONCLUSIÓN

Un centro de eventos que quiera mantener una alta calidad de servicio y atención, para mantenerse en la cúspide, debe contar con los más óptimos procesos que permitan agregar valor al servicio y al mismo tiempo logre mayores utilidades. Para ello es fundamental estandarizar estos procesos, seguir patrones y pautas probadas y con ello poder identificar pasos claves y costos para cada uno de ellos.

Estas etapas bien definidas son claves para la toma de decisiones y fundamentales a la hora de actuar frente al requerimiento de un evento determinado.

Principalmente estos procesos están dirigidos a cubrir la misión de la empresa, es decir, a satisfacer necesidades como recreación y protocolo, orientados a segmentos diversos y con ello también incluir las instalaciones que deben soportar y cobijar cada uno de los eventos requeridos.

Gracias al análisis de los procesos, fue posible definir, todo proceso posee un principio y un final, elementos de entrada y productos de salida, actividades relacionadas entre sí y mecanismos de control. Todo lo que ahora se ha definido, mejorara la ventaja competitiva de la empresa.

Identificar toda variable dentro de la empresa, deja en claro cada proceso, lo identifica de manera individual, aparta y permite desarrollar su concepto y con ello poder medirlo para cuantificar sus costos y lugar en la producción de un evento.

En un primer momento, en la empresa solo había información contable que no contribuía a la gestión.

Dentro de las mas grandes debilidades de la empresa, estaba precisamente el no conocer, por los mismos clientes, el concepto de calidad que se tiene de la misma, si bien la empresa cuenta con protocolo de calidad, el estandarizar los procesos asegura que este protocolo no se rompa.

La empresa puede mantener, por otro lado, una buena ventaja apoyándose en los costos y es aquí donde se hace fundamental la estandarización de procesos, con ello se fortalecerá definitivamente la manera de agregar valor al servicio que se entrega.

Por ejemplo, los presupuestos que se habían realizado, distaban mucho de lo real. Ahora, gracias a haber realizado un levantamiento de las etapas y sus costos, es posible conocer exactamente en que etapa y en que item de la etapa los costos reales son mayores o menores a los presupuestados.

Gracias a ello, es posible buscar estrategias para que lo real se ajuste a lo presupuestado y además es posible encontrar información con respecto a las etapas y costos en cualquier momento y de manera clara y sencilla.

Toda empresa es un conjunto de actividades que están unidas entre sí, y su análisis llevará a mejoras y nuevas estrategias que serán percibidas por el cliente, dándole a la empresa un valor agregado.

Por otra parte, definir los costos de producción o gastos necesarios para mantener un proyecto, es importante para conocer si lo que se gasta y en aquello que se gasta se justifica, y si es posible reducirlo o si se reducirá a corto o largo plazo, habiendo estandarizado los procesos. Es decir, definir los costos de operación o producción es fundamental para que el proyecto funcione y se mantenga en el tiempo.

Se detectaron las variables críticas en cuanto a costos, y se determinó que Gastos básicos era la variable a intervenir, debido a su alta desviación negativa, en los tres eventos.

Es importante establecer estrategias, un BSC posterior a los datos obtenidos es primordial.

BIBLOGRAFÍA

- Chavarría, M.; y Villalobos, M. (1998). Orientaciones para la Elaboración y Presentación de Tesis. México: Editorial Trillas, S.A. de C.V.ç
- Hernández, R. (2006) Metodología de la investigación. Ed. Mc Graw Hill. Cuarta edición. México.
- Ramírez, T. (2004). Cómo Realizar un Proyecto de Investigación. Caracas. Editorial Panapo
- San Martín, D. Capacitación de dirigentes sociales (2006). Componentes para la elaboración de proyectos I. Villarrica, Chile.

Cibergrafía

- <http://www.sigweb.cl/biblioteca/Balance Scorecard.pdf>
- <http://www.wngenium.com.mx/estandarización-de-procesos>
- http://www.contactopyme.gob.mx/Cpyme/archivos/metodologias/fp2001323/dos_presentaciones_capacitacion/elemento3/estandarización.pdf
- www.wikipedia.com
- Rusell, P. Contabilidad de costos. <http://www.slideshare.net/SimonC/contabilidad-de-costos-para-la-gestin>
- Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. <http://www.ligasmayores.bcn.cl/content/view/58/Que-son-los-costos-y-el-costeo.html>

Esquivel, J. Seminario de Costos. Instituto de Capacitación y Servicios.
Sistemas de costeo. <http://www.loscostos.info/sistemas.html>

SOLO USO ACADÉMICO