



Banquetería Don Sergio

Las cuentas fuera de control sólo traen problemas

Sergio acaba de llegar a un conocido centro de eventos de Curacaví, donde debe acomodar mesas, sillas y todo lo necesario para el matrimonio que va a organizar este fin de semana. En los meses de invierno, la demanda de eventos experimenta una fuerte disminución. Corre el año 2013 y la hija menor de Sergio ingresará a la universidad. Con la intención de lograr mayor orden, decide iniciar un registro de las utilidades que obtiene a lo largo del año. No será una tarea sencilla, pues hasta la fecha carece de una contabilidad que le permita conocer lo que gana en promedio mensualmente. ¿Cómo podrá hacerlo?

“Es un evento personal el que lo ha llevado a preocuparse por este tema (ingresos), ya que Francisca, su hija menor, está terminando su último año de Educación Media y el próximo año pretende ingresar a la universidad y estudiar enfermería, lo que generará importantes gastos mensuales”.

Un poco de historia

Sergio, de 44 años, trabaja desde el año 2006 en el rubro de la banquetería, montando eventos en graduaciones, matrimonios y bautizos, entre otros. Durante este tiempo ha obtenido buenos resultados, lo que le permitió invertir en bienes de capital: un furgón, mesas y sillas plegables para los eventos, además de cocinillas y fogones. Copas, platos, cubiertos y mantelería son arrendados especialmente para cada evento. Al personal de servicio (garzones, cocineros y barman), lo selecciona según la ocasión.

La estrategia

Sergio ofrece sus servicios en la comuna de Curacaví, perteneciente a la provincia de Melipilla en la Región Metropolitana, zona en que la competencia no es tan fuerte y sólo ha identificado a otras cuatro empresas que realizan banquetes similares al suyo. Afortunadamente, su banquetería es reconocida por la calidad del servicio entregado, siendo una de las que tiene mayor demanda en el sector. Esto ha permitido el crecimiento del negocio con una inversión regular en diversos bienes de capital y con la capacidad de ahorrar para suplir diferentes necesidades particulares en períodos en que la demanda decrece.

En relación a la promoción de su servicio, ésta se realiza por medio de periódicos locales y sobre todo a través de diferentes redes sociales. En los avisos publicitarios la banquetería Don Sergio puede reconocerse como una empresa que ofrece un servicio selecto, flexible con los diferentes requerimientos y accesible económicamente. Por otra parte, en los meses de septiembre a febrero se invierte en avisos en diferentes emisoras de radio, pues en este periodo la demanda aumenta sustancialmente por las graduaciones de fin de año y diversos eventos de verano.

Cuentas claras conservan más que la amistad

En los últimos meses Sergio ha comenzado a plantearse la necesidad de tener claridad acerca de sus ingresos, no sólo durante los meses en que existe mayor demanda, sino que durante todo el año. Es un evento personal el que lo ha llevado a preocuparse por este tema, ya que Francisca, su hija menor, está terminando su último año de Educación Media y el próximo año pretende ingresar a la universidad y estudiar enfermería, lo que generará importantes gastos mensuales.

Esta preocupación hizo que Sergio se percatara de que no tenía registros claros de lo que había invertido y ganado, por ejemplo, entre abril y agosto del año pasado, por lo que ahora hace muy difícil que pueda obtener un promedio mensual de utilidades.

A pesar de lo anterior, Sergio sabe que el negocio es conveniente y que le reporta utilidades, pues incluso puede ahorrar e invertir. No obstante, no sabe con exactitud el monto de que dispone cada mes. Sergio ahora mira con incertidumbre los meses próximos, ya que tendrá que pagar mensualmente una suma importante de dinero. ¿Qué debería hacer para ordenar de mejor manera sus ganancias?

Anexos

Tabla 1: Estados de resultados Banquetería Don Sergio en el año 2012

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Ingresos por Venta	\$ 3.102.831	\$ 3.043.340	\$ 3.322.562	\$ 2.397.061	\$ 3.162.035	\$ 2.781.531
Costo por Venta	\$ 1.016.033	\$ 1.444.498	\$ 1.665.489	\$ 1.693.803	\$ 1.972.582	\$ 1.809.422
Margen Operacional	\$ 2.086.798	\$ 1.598.842	\$ 1.657.073	\$ 703.258	\$ 1.189.453	\$ 972.109
GAV	\$ 336.021	\$ 376.838	\$ 282.451	\$ 238.137	\$ 273.646	\$ 732.929
Utilidad del Periodo	\$ 1.750.777	\$ 1.222.004	\$ 1.374.622	\$ 465.121	\$ 915.807	\$ 732.929

	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ingresos por Venta	\$ 2.449.392	\$ 3.808.664	\$ 2.698.460	\$ 2.036.158	\$ 3.502.786	\$ 2.209.113
Costo por Venta	\$ 1.296.607	\$ 1.581.519	\$ 1.535.783	\$ 1.068.552	\$ 1.249.033	\$ 1.807.232
Margen Operacional	\$ 1.152.785	\$ 2.227.145	\$ 1.162.677	\$ 967.606	\$ 2.253.753	\$ 401.881
GAV	\$ 380.197	\$ 241.257	\$ 239.653	\$ 322.990	\$ 307.477	\$ 239.964
Utilidad del Periodo	\$ 772.588	\$ 1.985.888	\$ 923.024	\$ 644.616	\$ 1.946.276	\$ 161.917