

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE INGENIERA COMERCIAL



PLAN DE TRABAJO DE TITULACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

TEMA:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE
SERVICIO ESPECIALIZADA EN CATERING PARA EVENTOS SOCIALES EN
LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

TUTORA:

MAE CPA. VERÓNICA VIOLETA RODRÍGUEZ BASANTES

AUTORA:

MAYRA ALEJANDRA MIELES MEJÍA

Guayaquil – Ecuador

2016



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO Y SUBTÍTULO:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIO ESPECIALIZADA EN CATERING PARA EVENTOS SOCIALES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

AUTORA:

Mayra Alejandra Mieles Mejía

REVISORES:

MAE. CPA Verónica Violeta Rodríguez
Basantes

INSTITUCIÓN:

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE
ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

FACULTAD:

ADMINISTRACIÓN

CARRERA:

INGENIERÍA COMERCIAL

FECHA DE PUBLICACIÓN:

NO. DE PAGS:

148

ÁREAS TEMÁTICAS: Servicios

PALABRAS CLAVES: Microempresa, Plan de negocios, Estudio de factibilidad.

RESUMEN: La presente investigación tuvo como objetivo desarrollar una propuesta para la creación de una microempresa de servicio especializada en catering para eventos sociales en la ciudad de Guayaquil. Se logro obtener información importante con ayuda de diferentes textos también se aplico la encuestas y la observación directa esto se efectuó con el fin de conocer la aceptación del servicio por parte del encuestado. La información recogida ayudo para implementar estrategias, establecer precios y determinar el mercado meta. El análisis financiero permitió demostrar la viabilidad del proyecto presentando una Tasa Interna de Retorno y un Valor Actual Neto favorable. Finalmente se estableció las respectivas conclusiones y recomendaciones para el proyecto.

NO. DE REGISTRO (en base de datos):		NO. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (TESIS EN LA WEB):			
ADJUNTO URL (tesis en la web):			
ADJUNTO PDF:	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTOR/ES: Mayra Alejandra Mieles Mejía C.I. NO. 0930140769	TELÉFONO: 3067704		E-MAIL: ale_mieles@hotmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:		NOMBRES: Msc. Rosa Hinojosa De Leimberg, Decana Teléfono: 2596500EXT.201 DECANATO E-mail: rhinojosal@ulvr.edu.ec Msc Rafael Alberto Iturralde Solorzano, Director de la Carrera Teléfono: 2596500 EXT. 203 E-mail: riturraldes@ulvr.edu.ec	

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS
PATRIMONIALES

Yo, MAYRA ALEJANDRA MIELES MEJÍA, con cédula de ciudadanía No. 0930140769 en calidad de autora, declaro que la autoría del presente trabajo de investigación, me corresponde totalmente y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo mi derecho patrimonial y de titularidad a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, según lo establece la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar “PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA ESPECIALIZADA EN EL SERVICIO DE CATERING PARA EVENTOS SOCIALES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

AUTORA:

Mayra Alejandra Mieles Mejía

C.I. 0930140769

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS
PATRIMONIALES

Yo, MAYRA ALEJANDRA MIELES MEJÍA, con cédula de ciudadanía No. 0930140769 en calidad de autora, declaro que la autoría del presente trabajo de investigación, me corresponde totalmente y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo mi derecho patrimonial y de titularidad a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, según lo establece la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar “PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA ESPECIALIZADA EN EL SERVICIO DE CATERING PARA EVENTOS SOCIALES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

AUTORA:

Mayra Alejandra Mieles Mejía

C.I. 0930140769

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutora del Proyecto de Investigación “PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA ESPECIALIZADA EN EL SERVICIO DE CATERING PARA EVENTOS SOCIALES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL” nombrada (o) por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y analizado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado “PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA ESPECIALIZADA EN EL SERVICIO DE CATERING PARA EVENTOS SOCIALES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL” presentado por la estudiante MAYRA ALEJANDRA MIELES MEJÍA, como requisito previo a la aprobación de la investigación para optar al Título de Ingeniera Comercial, encontrándose apta para sus sustentación.

Firma:

MAE. CPA. Verónica Violeta Rodríguez Basantes

C.I. No. _____

TUTORA

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO



Urkund Analysis Result

Analysed Document: Revision A Mielea al 21 de Noviembre del 2016 Previo al URKUND.doc (D23617717)
Submitted: 2016-11-23 00:55:00
Submitted By: ale_mieles@hotmail.com
Significance: 3 %

Sources included in the report:

http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_comp.pdf
http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/12/Resolucion_ARCSA-DE-067-2015-GGG.pdf
<http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/10700/1/Irene%20Andreina%20Reinoso%20Pati%20C3%B1o.pdf>
<https://ecaths1.s3.amazonaws.com/didacticageohistoria/431899633.AVANCE%203%20DEL%20PROYECTO%20PRODUCCION,ENERO%202015.pdf>
<http://ri.bib.udo.edu.ve/bitstream/123456789/4562/1/TESIS%20BELKIS%20PEREIRA%20%20y%20MARYNIS%20MAITAN..pdf>
[http://ri.bib.udo.edu.ve/bitstream/123456789/615/1/TESIS_RGyFS--\[00600\]--\(tc\).pdf](http://ri.bib.udo.edu.ve/bitstream/123456789/615/1/TESIS_RGyFS--[00600]--(tc).pdf)
<http://docplayer.es/19895669-Universidad-de-oriente-nucleo-de-sucre-escuela-de-administracion-departamento-de-administracion.html>
http://dateca.unad.edu.co/contenidos/100500/2016-1/libros/Administracion_una_perspectiva_global_y_empresarial_Koontz.pdf
<http://www.administracionmoderna.com/2012/04/1a-matriz-foda-herramienta-moderna-para.html>
<https://cbtinvestigacion.wordpress.com/enfoque-de-la-investigacion/>
<http://polimer.gob.ve/ambiente5/documentos/investigacion/manual.pdf>
<http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/3186>
<http://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/356>

Instances where selected sources appear:

17

AGRADECIMIENTO

Dentro de los sentimientos más puros se encuentra el de la gratitud hacia las personas que de una u otra forma han contribuido en gran parte en algo importante en tu vida por esta razón mi gratitud infinita primero con Dios por darme una segunda oportunidad de vida para de esta manera poder cumplir el sueño de mi querida madre quien se ha esforzado toda su vida por brindarme la mejor educación.

A mi madre mi agradecimiento infinito por impulsarme siempre a terminar algo que empiezo.

Un agradecimiento especial a mi estimada Tutora MAE. CPA. Verónica Violeta Rodríguez Basantes, por brindarme sus conocimientos y tenerme la paciencia para aclarar mis dudas, gracias por colaborar con mi proyecto.

Al ECO. Oscar Machado, ya que aportó con conocimientos valiosos para el desarrollo del proyecto.

Y por último pero no menos importante un agradecimiento aquellas personas que de una forma amable me brindaron sus conocimiento para orientarme mejor en este proyecto.

MAYRA ALEJANDRA MIELES MEJÍA

DEDICATORIA

A DIOS TODO PODEROSO, por brindarme salud y acompañarme en esos momentos difíciles, por cuidarme y darme fortaleza y ánimos para seguir adelante.

A mi Madre, Alexandra Mejía, quien es el pilar fundamental en mi vida gracias por confiar en mi sin duda no lo habría logrado sin ti, tú me enseñaste a no rendirme pese a las adversidades que se han presentado en mi vida TE AMO mamita.

A mi hermanita, Irene Mieles quien me sacó más de una sonrisa en esos momentos en los más lo necesitaba.

MAYRA ALEJANDRA MIELES MEJÍA

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
RESUMEN	3
ABSTRACT.....	4
CAPÍTULO I DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	5
1.1 TEMA DE LA INVESTIGACIÓN	5
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	5
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	6
1.4 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	6
1.5 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	7
1.6 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	7
1.6.1 OBJETIVO GENERAL	7
1.6.2 OBJETIVO ESPECIFICO.....	7
1.7 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	8
1.8 IDEA A DEFENDER	8
1.9 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	8
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	9
2.1 ANTECEDENTES.....	9
2.1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL CATERING	9
2.1.2 ESTADO DEL CONOCIMIENTO	10
2.2 BASES TEÓRICAS.....	12
2.2.1 LA TEORÍA ERC	12
2.2.2 LA TEORÍA DEL EMPRESARIO INNOVADOR DE SCHUMPETER.....	13
2.2.3 PROYECTO.....	13
2.2.4 PROYECTO DE INVERSIÓN	14
2.2.5 CREACIÓN DE EMPRESA.....	14
2.2.6 MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA (MIPYMES)	15
2.2.7 MICROEMPRESA.....	15

2.2.8	CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS POR SECTORES ECONÓMICOS	15
2.2.9	ADMINISTRACIÓN	16
2.3	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	16
2.3.1	ESTUDIO DE MERCADO	17
2.3.2	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	17
2.3.3	LAS CINCO FUERZAS DE PORTER	18
2.3.4	ANÁLISIS DEL ENTORNO	20
2.3.5	MATRIZ FODA	20
2.3.6	MARKETING	21
2.3.7	ESTRATEGIAS GENÉRICAS	23
2.3.8	ESTRATEGIA DE SERVICIO	24
2.3.9	SERVICIO AL CLIENTE	24
2.3.10	GARANTÍAS	24
2.3.11	RESPONSABILIDAD SOCIAL	24
2.3.12	PROYECCIONES FINANCIERAS	24
2.4	MARCO LEGAL	25
2.4.1	CONSTITUCIÓN DE LA MICROEMPRESA	25
CAPÍTULO IV METODOLOGÍA		29
3.1	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	29
3.1.1	TIPO DE INVESTIGACIÓN	29
3.1.2	ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	29
3.1.3	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	30
3.2	POBLACIÓN Y MUESTRA	33
3.2.1	POBLACIÓN	33
3.2.2	MUESTRA	33
3.2.3	ANÁLISIS DE ENCUESTAS EFECTUADAS	49
CAPÍTULO IV LA PROPUESTA		50
4.1	TÍTULO DE LA PROPUESTA	50
4.2	JUSTIFICACIÓN	50
4.3	CONSTITUCIÓN DE LA MICROEMPRESA	51

4.4	DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	51
4.4.1	NOMBRE DE LA MICROEMPRESA	52
4.4.2	LOGOTIPO.....	52
4.4.3	ESLOGAN	52
4.4.4	MISIÓN	52
4.4.5	VISIÓN	52
4.5	OBJETIVOS	53
4.5.1	OBJETIVO GENERAL	53
4.5.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	53
4.6	ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA MICROEMPRESA	53
4.6.1	DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES	53
4.7	RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA MICROEMPRESA	56
4.8	VALORES EMPRESARIALES	56
4.8.1	RESPONSABILIDAD	56
4.8.2	HONESTIDAD	56
4.8.3	TRABAJO EN EQUIPO	56
4.8.4	EFICIENCIA	56
4.9	ANÁLISIS PORTER	57
4.9.1	AMENAZA DE ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES	57
4.9.2	AMENAZA DE POSIBLES PRODUCTOS SUSTITUTOS	57
4.9.3	PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES	57
4.9.4	PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES	57
4.9.5	RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES EXISTENTES.	58
4.10	ANÁLISIS DEL ENTORNO PEST	58
4.11	ANÁLISIS FODA	59
4.12	PROCESO DEL SERVICIO	61
4.12.1	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DEL SERVICIO	63
4.13	POLÍTICAS DE VENTAS	63
4.14	MARKETING MIX	63
4.14.1	PRODUCTO/SERVICIO	64
4.14.2	PRECIO	64
4.14.3	PLAZA	65
4.14.4	PROMOCIÓN	66
4.14.5	PUBLICIDAD	67

4.15 ANÁLISIS FINANCIERO.....	71
4.15.1 INVERSIÓN.....	71
4.15.2 AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA ANUAL	72
4.15.3 INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS	73
4.15.4 PRESUPUESTO DE VENTAS.....	74
4.15.5 PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS.....	75
4.15.6 BALANCE GENERAL PROYECTADO.....	79
4.15.7 ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO	80
4.15.8 FLUJO DE CAJA PROYECTADO.....	81
4.15.9 PUNTO DE EQUILIBRIO	83
CONCLUSIONES	86
RECOMENDACIONES.....	88
REFERENCIAS.....	89

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES INDEPENDIENTE Y DEPENDIENTE	8
TABLA 2. TIPOS DE EMPRESA	15
TABLA 3. OBSERVACIÓN DIRECTA A LA COMPETENCIA.....	31
TABLA 4. EDAD DE LOS ENCUESTADOS.....	35
TABLA 5. SEXO DE LOS ENCUESTADOS	36
TABLA 6. OCUPACIÓN DE LOS ENCUESTADOS	37
TABLA 7. PREGUNTA 1: ¿ACOSTUMBRA A CELEBRAR FIESTAS O EVENTOS CON SU FAMILIA O AMIGOS?.....	38
TABLA 8. PREGUNTA 2: ¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES SERVICIOS LE GUSTARÍA CONTRATAR?.....	39
TABLA 9. PREGUNTA 3: ¿CONOCE USTED LO QUE ES EL SERVICIO DE CATERING?	40
TABLA 10. PREGUNTA 4: ¿CONOCE USTED ALGUNA EMPRESA QUE OFREZCA EL SERVICIO DE CATERING EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL?	41
TABLA 11. PREGUNTA 5: ¿USTED HA CONTRATADO ALGUNA VEZ LOS SERVICIOS DE DICHA EMPRESA?	42
TABLA 12. PREGUNTA 6: SEGÚN SU OPINIÓN ¿QUÉ LE PARECIÓ EL SERVICIO QUE LE OFRECIERON?	43
TABLA 13. PREGUNTA 7: ¿CÓMO LE GUSTARÍA PAGAR SI CONTRATARA EL SERVICIO DE CATERING?.....	44
TABLA 14. PREGUNTA 8: ¿EN CASO DE QUE USTED NO CONTRATARA EL SERVICIO DE CATERING DONDE COMPRARÍA LOS BOCADITOS O POSTRES?	45
TABLA 15. PREGUNTA 9: ¿POR QUÉ PREFERE COMPRAR EN EL LUGAR SELECCIONADO EN LA PREGUNTA ANTERIOR?	46
TABLA 16. PREGUNTA 10: ¿QUÉ MEDIO DE COMUNICACIÓN PREFERE PARA RECIBIR PUBLICIDAD DE ESTE TIPO DE SERVICIO?	47
TABLA 17. PREGUNTA 11: ¿CONOCE USTED LO QUE ES UN CATERING DESSERTS?	48
TABLA 18. MATRIZ FODA DEL PROYECTO DULCEMENTE CATERING DESSERTS.....	60
TABLA 19. SÍMBOLOS DEL DIAGRAMA DE FLUJO	61
TABLA 20. PRECIO DE LOS POSTRES	65
TABLA 21. INVERSIÓN INICIAL MICROEMPRESA DULCEMENTE CATERING DESSERTS	72
TABLA 22. AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA ADQUIRIDA MICROEMPRESA DULCEMENTE CATERING.....	73

TABLA 23. PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN	73
TABLA 24. PROYECCIÓN DE LAS VENTAS DE LA MICROEMPRESA DULCEMENTE CATERING DESSERTS	74
TABLA 25. PRESUPUESTO DE GASTOS POR SERVICIOS BÁSICOS ANUAL MICROEMPRESA DULCEMENTE CATERING DESSERTS	75
TABLA 26. PRESUPUESTO PUBLICITARIO ANUAL MICROEMPRESA DULCEMENTE CATERING DESSERTS	76
TABLA 27. GASTOS FIJOS PROYECTADOS MICROEMPRESA DULCEMENTE CATERING DESSERTS	77
TABLA 28. COSTOS VARIABLES PROYECTADOS MICROEMPRESA DULCEMENTE CATERING DESSERTS	77
TABLA 29. COSTOS TOTALES PROYECTADOS MICROEMPRESA DULCEMENTE CATERING DESSERTS	78
TABLA 30. BALANCE GENERAL PROYECTADO MICROEMPRESA DULCEMENTE CATERING DESSERTS	79
TABLA 31 ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO MICROEMPRESA DULCEMENTE CATERING DESSERTS	80
TABLA 32. FLUJO DE CAJA PROYECTADO MICROEMPRESA DULCEMENTE CATERING DESSERTS	82
TABLA 33. PUNTO DE EQUILIBRIO MICROEMPRESA DULCEMENTE CATERING DESSERTS 83	
TABLA 34. PUNTO DE EQUILIBRIO MICROEMPRESA DULCEMENTE CATERING DESSERTS 84	
TABLA 35. INDICADORES FINANCIEROS	84

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1. TEORÍA ERC (EXISTENCIA, RELACIÓN, CRECIMIENTO)	12
FIGURA 2. FACTORES QUE INTERVIENE EN LA TEORÍA DEL EMPRESARIO INNOVADOR .	13
FIGURA 3. CLASIFICACIÓN DEL SECTOR SERVICIOS	16
FIGURA 4. LAS 5 FUERZAS DE PORTER	18
FIGURA 5. MARKETING	21
FIGURA 6. EDAD DE LOS ENCUESTADOS	35
FIGURA 7. SEXO DE LOS ENCUESTADOS	36
FIGURA 8. OCUPACIÓN DE LOS ENCUESTADOS	37
FIGURA 9. FRECUENCIA DE CELEBRACIÓN	38
FIGURA 10. SERVICIOS QUE DESEARÍA CONTRATAR	39
FIGURA 11. ¿CONOCE LO QUE ES UN SERVICIO DE CATERING?	40
FIGURA 12. ¿CONOCE ALGUNA EMPRESA QUE BRINDE EL SERVICIO DE CATERING?	41
FIGURA 13. CONTRATACIÓN DEL SERVICIO	42
FIGURA 14. OPINIÓN DEL SERVICIO QUE RECIBIERON	43
FIGURA 15. FORMA DE PAGO	44
FIGURA 16. COMPETENCIA INDIRECTA	45
FIGURA 17. PREFERENCIA DE COMPRA	46
FIGURA 19. MEDIO DE COMUNICACIÓN	47
FIGURA 20. CONOCE EL CATERING DESSERTS	48
FIGURA 21 LOGOTIPO DE LA MICROEMPRESA DULCEMENTE	52
FIGURA 22 ORGANIGRAMA DE LA MICROEMPRESA DULCEMENTE CATERING DESSERT	
53	
FIGURA 23 FLUJO DEL PROCESO DEL SERVICIO	62
FIGURA 24. UBICACIÓN DE DULCEMENTE CATERING DESSERTS	65
FIGURA 25 DISTRIBUCIÓN DE LA INSTALACIÓN	66
FIGURA 26. PÁGINA DE RED SOCIAL INSTAGRAM DE DULCEMENTE CATERING	
DESSERTS	68
FIGURA 27. PÁGINA DE RED SOCIAL TWITTER DE DULCEMENTE CATERING DESSERTS	68
FIGURA 28. TARJETA DE PRESENTACIÓN DE LA MICROEMPRESA DULCEMENTE	
CATERING DESSERTS	69
FIGURA 29. BANNER DE LA MICROEMPRESA DULCEMENTE CATERING DESSERTS	69
FIGURA 30. VOLANTE DE LA MICROEMPRESA DULCEMENTE CATERING DESSERTS	70

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1: ESTADO DE CONOCIMIENTO (PROYECTOS REALIZADOS)	94
ANEXO 2: ENCUESTA	95
ANEXO 3: PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN, POR AÑOS CALENDARIO	97
ANEXO 4: MICROCRÉDITO.....	98
ANEXO 5: LEYES.....	100
ANEXO 6: FORMULARIO 01-A.....	103
ANEXO 7: FORMULARIO 01-B	104
ANEXO 8: PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	105
ANEXO 9: PROVEEDORES	106
ANEXO 10: COMPETENCIA.....	106
ANEXO 11: INGREDIENTES PARA LOS POSTRES.....	107
ANEXO 12: CONTRATO.....	110
ANEXO 13: COTIZACIONES	113
ANEXO 14: ROL DE PAGOS.....	115
ANEXO 15: APORTACIÓN DE SOCIOS	116
ANEXO 16: INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS MICROEMPRESA DULCEMENTE CATERING DESSERTS	116
ANEXO 17: INVENTARIO.....	118
ANEXO 18: MANTENIMIENTO	119
ANEXO 19: PROYECCIÓN DE PEDIDOS DEL AÑO 1	120
ANEXO 20: PROYECCIÓN DE COSTOS POR PEDIDOS	121
ANEXO 21: PROYECCIÓN DE PEDIDOS PRODUCIDOS DEL AÑO 1 EN DÓLARES	122
ANEXO 22: PROYECCIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN ANUALES	123
ANEXO 23: PROYECCIÓN DE PRODUCCIÓN PEDIDOS ANUALES.....	124
ANEXO 24: PRECIO DE VENTA PROYECTADO.....	125
ANEXO 25: PRESUPUESTO DE VENTAS AÑO 1	126
ANEXO 26: AMORTIZACIÓN.....	127
ANEXO 27: PLAZO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN INICIAL	129
ANEXO 28: SERVICIOS ADICIONALES.....	131

INTRODUCCIÓN

La ciudad de Guayaquil, cuenta con una extensión territorial de 345 kilómetros cuadrados y tiene 2.350.915 habitantes, de estos 1.158.221 representa a la población masculina con un porcentaje de 49.30% y 1.192.694 representa la población femenina con un porcentaje de 50.70%, la edad promedio de los habitantes es de 29 años (INEC 2016). Es una de las ciudades más grandes y poblada dentro de la República del Ecuador cuenta con 21 parroquias en total.

Existe una gran variedad de empresas que brindan el servicio de catering dentro de la ciudad de Guayaquil, dichas empresas enfocan su servicio dependiendo el tipo de evento, ciertamente no todas cuentan con la infraestructura para brindar un servicio adicional que sea innovador y que finalmente satisfaga al cliente.

Es importante mencionar que la cultura de los habitantes de Guayaquil se ha modificado, anteriormente las celebraciones se realizaban de forma más casera, actualmente la población debido a sus múltiples ocupaciones prefiere contratar un servicio para de esta manera disfrutar del evento.

La idea de crear una Microempresa que se dedique a brindar el servicio de catering para eventos sociales en la ciudad de Guayaquil surge específicamente por las necesidades insatisfechas, este estudio contiene cuatro capítulos.

En el capítulo I, permite guiar a la autora, dentro de esta sección se describen aspectos básicos para introducirse al tema de investigación tales como planteamiento del problema, formulación del problema, justificación, delimitación de la investigación, objetivo general y específico y por último la hipótesis y sus variables.

En el capítulo II, se detalla el marco teórico el cual contiene importante definiciones hechas por autores de renombre dichas definiciones tienen relación con el tema de investigación, en el marco conceptual se define términos precisos que se mencionaran a lo largo de la investigación, y finalmente el marco legal donde se menciona brevemente las instituciones y demás pasos a seguir para estar acorde a las leyes.

En el capítulo III, contiene la metodología de la investigación, el enfoque y técnicas de la investigación, se presenta la encuesta la cual recoge información importante se analizan los resultados previa tabulación de los datos.

En el capítulo IV, se desarrolla la propuesta se empieza con la elección del nombre, constitución de la microempresa, marketing y el análisis financiero donde deberá constar los diferentes presupuestos.

Finalmente el trabajo presenta conclusiones y recomendaciones además de las respectivas referencias bibliográficas y los anexos empleados en el presente trabajo de investigación.

Resumen

El siguiente trabajo de investigación tuvo como objetivo desarrollar la PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIO ESPECIALIZADA EN CATERING PARA EVENTOS SOCIALES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL. Se consiguió material sacado de libros importantes los cuales sirvieron de plataforma para el desarrollo del tema.

Se obtuvo información importante por medio de las encuestas y la observación directa, se pudo conocer las reacciones de los encuestados y sus gustos en general, para determinar la aceptación del servicio se efectuó preguntas específicas posterior a esto se presenta un análisis este punto es de relevancia debido a que con la información que se obtuvo se logró establecer promociones. Por medio del análisis financiero se logró constatar que el proyecto es rentable, cuenta con una Tasa Interno de Retorno y un Valor Actual Neto optimo también muestra la inversión que se requiere para iniciar la actividad comercial del negocio.

Palabras Claves: Microempresa, Plan de negocios, Estudio de factibilidad.

Abstract

The following research was to develop the PROPOSAL FOR THE CREATION OF A Micro- ENTERPRISE CATERING SERVICE FOR SPECIALIZED IN SOCIAL EVENTS IN THE CITY OF GUAYAQUIL. Material taken from important books which served as a platform for the development of the topic was achieved.

Important information was obtained through surveys and direct observation, it was known reactions of respondents and their tastes in general, to determine the acceptance of service post specific questions to this analysis is presented was made this point is relevant because with the information obtained it was established promotions. Through the financial analysis was achieved see that the project is profitable, has an Internal Rate of Return and Net Present Value optimum also shows the investment required to start the business of the business.

Keywords: Micro- enterprise, Business Plan, Feasibility study.

CAPÍTULO I DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Tema de la investigación

“Propuesta para la creación de una microempresa de servicio especializada en catering para eventos sociales en la ciudad de Guayaquil”.

1.2 Planteamiento del problema de investigación

La mayoría de los habitantes de la ciudad Guayaquil se dedican a la actividad comercial y turística, la ciudad cuenta con múltiples espacios y áreas culturales, comerciales en general donde el inicio de esta propuesta resultaría óptimo, tomando en consideración los diversos eventos sociales que se presentan entre los que se puede citar matrimonios, bautizos, cumpleaños, graduaciones, baby shower y otros.

Cuando se desea realizar los preparativos para un evento social frecuentemente el cliente no cuenta con la información y el tiempo necesario ya que se encuentran ocupados en actividades ya sean académicas, laborales o de índole personal esto produce una desorganización es en este punto donde nace la necesidad que conlleva a buscar la satisfacción del cliente por medio del servicio de catering.

Para iniciar con una breve descripción del significado de “catering “se puede puntualizar como la prestación de un servicio de alimentación que incluye comida, bebidas y asistencias adicionales.

Guayaquil se caracteriza por dar mucha importancia a eventos sociales, con el transcurso del tiempo estos eventos han experimentado grandes cambios, usualmente las familias realizaban los arreglos y preparaban los alimentos de manera casera pero en la actualidad se ha modificado ese hábito debido a las múltiples ocupaciones que acortan el tiempo, se ha dado un espacio en el mercado al servicio de catering quienes ponen a disposición un amplio menú para el público en general.

Un agasajo o fiesta se considera como una proyección para la sociedad así que por este motivo debe ser realizado con la mayor responsabilidad, ya que las familias quieren lucirse, dando excelente atención a sus invitados.

Es muy normal encontrar clientes insatisfechos por un mal servicio, ocasionalmente se quejan por haber pagado cuantiosas sumas por comidas, bebidas y aperitivos en general que no fueron del agrado. Por esta razón, este estudio busca captar mercado el cual requiera de estos servicios los cuales se presentarán de manera única con precios competitivos, accesibles para el cliente.

La apertura a este proyecto se da por el motivo que el “*Catering Desserts*” es poco conocido en el país, no es frecuente encontrar un negocio que brinde un servicio especializado en la línea de postres especiales y exclusivos es así que se propone una iniciativa emprendedora.

1.3 Formulación del problema

¿Cómo conocer y atender las necesidades del servicio de Catering de los eventos sociales en la ciudad de Guayaquil?

1.4 Sistematización del problema

¿Qué requisitos legales son necesarios para la constitución de una microempresa de catering especializado en eventos sociales en la ciudad de Guayaquil?

¿Cómo establecemos la estructura administrativa y organizacional de la microempresa de catering desserts para eventos sociales en la ciudad de Guayaquil?

¿Qué servicios ofrecerá la microempresa de catering para eventos sociales en la ciudad de Guayaquil?

¿Cómo determinar el mercado al cual va dirigido el servicio de catering desserts para eventos sociales en la ciudad de Guayaquil?

¿Cómo demostrar la factibilidad económica de la propuesta?

1.5 Justificación de la Investigación

Esta propuesta busca satisfacer las necesidades que se generan dentro del mercado además de conocer los aspectos que inciden en la insatisfacción del consumidor, se identificará las ventajas y debilidades para la creación de la microempresa.

Los datos que se obtengan ayudarán y reforzarán el conocimiento general para establecer un negocio de carácter emprendedor, es así que por medio del estudio de mercado se podrá analizar a la competencia directa o indirecta para posteriormente establecer una estrategia. El estudio financiero determinará si la propuesta es factible, esta presentará presupuestos proyectados.

En la ciudad de Guayaquil en el sector de la Alborada Sexta Etapa no existe una empresa que brinde el servicio de catering desserts, existiendo más negocios como restaurantes, comedores, bares. Por lo mencionado, el fin de este proyecto es presentar la creación de una microempresa especializada en “*catering desserts*” para eventos sociales y demostrar la rentabilidad financiera, además que a través de ella se generarían fuentes de trabajo reduciendo el desempleo y aportando a la matriz productiva mejorando los ingresos de las personas.

1.6 Objetivos de la Investigación

1.6.1 Objetivo General

Desarrollar la propuesta para la creación de una microempresa de servicio de catering para eventos sociales en la ciudad de Guayaquil.

1.6.2 Objetivo Especifico

Identificar los requisitos legales para la constitución de la microempresa.

Diseñar la estructura organizacional y administrativa para una microempresa de catering.

Detallar los servicios que ofrecerá la microempresa de catering para eventos sociales.

Definir por medio de un estudio de mercado el segmento al cual va dirigido el servicio

Demostrar la factibilidad económica de la propuesta.

1.7 Delimitación de la Investigación

País:	Ecuador
Región:	Costa
Provincia:	Guayas
Cantón:	Guayaquil
Sector:	Norte
Área Temática:	Servicios (Catering Desserts)
Delimitación Temporal:	2016– 2020

1.8 Idea a defender

La creación de la microempresa de servicio de catering desserts para eventos sociales, atenderá la demanda insatisfecha al ofrecer un excelente servicio de postres para eventos sociales.

1.9 Operacionalización de las variables

Tabla 1. Operacionalización de las variables independiente y dependiente

Variables	Definición conceptual	Instrumento	Indicadores
<u>Dependiente</u> Creación de una microempresa especializada en servicio de catering para eventos sociales en la ciudad de Guayaquil.	La creación de la empresa está ligada con bases al emprendimiento, creatividad y mejoras para un servicio.	Observación directa Encuestas	3 Observaciones directas 268 Encuestas
<u>Independiente</u> Demanda insatisfecha	Es la demanda no atendida que aún no ha sido cubierta por el mercado.	Observación directa Encuestas	3 Observaciones directas 268 Encuestas

Elaborado por: La autora

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

En el presente marco teórico se desarrollará diversos conceptos que son de vital importancia para la “Propuesta para la creación de una microempresa de servicio especializada en catering para eventos sociales en la ciudad de Guayaquil”.

2.1 Antecedentes

2.1.1 Antecedentes Históricos del Catering

Siguiendo los datos históricos se menciona que el Catering se originó en china a mediados del cuarto milenio antes de Cristo y que posteriormente apareció en Roma donde a través de este servicio se abastecía a los soldados y turistas, ganó gran popularidad en Alemania y gran parte de Asia a partir de esa instancia se empezó a proponer reglas que regulaban este servicio.

La palabra “*catering o cáterin*” se refiere a la prestación de un servicio de alimentación el cual consiste en preparar, presentar, ofrecer y servir los alimentos que se brindara en el evento, los alimentos pueden ser preparados durante el festejo.

Este servicio consiste básicamente en proveer de una determinada cantidad de comida y bebida aún grupo de personas adicional a esto se ofrece otras prestaciones tales como alquiler de mesas, sillas y de mas utensilios como mantelería, cubiertos indispensables para el evento y desde luego no puede faltar el personal humano que se pone a disposición entre ellos están el camarero y el personal de limpieza.

La mayoría de los eventos están sujetos a una temática por lo que el catering debe orientarse hacia los gustos del cliente se conoce que un servicio de catering a mas de proveer de alimentos puede ser participe en la decoración, iluminación con todos estos puntos explicados anteriormente se puede crear una atmosfera intima, elegante, alegre y agradable para la ocasión.

Es importante mencionar que dentro de un servicio de catering existe variedad de presentaciones y de platillo, para realizarlos es necesario poseer creatividad y buen gusto también se tomará en consideración la competencia la cual puede presentarse de manera directa o indirecta.

2.1.2 Estado Del Conocimiento

Los diversos textos y proyectos consultados hacen énfasis en la diversidad que ofrece un servicio de catering en general y los diferentes enfoques que se le puede dar a un proyecto algunos van desde la entrega de la comida hasta alquiler y decoraciones. Para realizar esta propuesta se requiere establecer referencias de estudios hechos con anterioridad por esta razón citare tres proyectos relevantes a continuación:

Melo Crishian presentó el “*Proyecto de factibilidad para la implementación de una prestadora de servicios de catering social temático*”, utilizó estrategias para retener clientes dando énfasis en las ventajas que se obtiene de dicho proceso la idea básica consistió en las tácticas y estrategias este estudio fue realizado en Quito donde se aplicó el método inductivo, analítico, sistemático y de observación.

El método inductivo lo utilizó a medida que realizó el análisis y observación de ciertos elementos y acontecimiento. El método analítico, sistemático tomó como base la investigación documental donde efectuó una síntesis que ayudó a entender determinados aspectos, generó un análisis profundo y técnico de la información donde señalo las diferentes fuentes que utilizó para llegar a conclusiones sobre el problema de dicho estudio, el método de observación permitió determinar los factores que influyeron en la demanda del servicio (Melo, 2011, p. 26), indicó como inversión inicial \$41.457,46 y obtuvo una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 38% y un Valor Actual Neto (VAN) de \$36.163,96 esto es positivo ya que revela que el proyecto es rentable (Melo, 2011, p. 87).

Otro estudio denominado “*Propuesta para la implementación de un negocio de catering especializado en la atención al sector empresarial vía a la Costa de la ciudad de Guayaquil como alternativa gastronómica saludable*”, presentó el siguiente objetivo general determinar la factibilidad económica de un negocio de catering enfocado en la entrega de almuerzos al sector operativo vía a la costa. Utilizó un enfoque muy popular para la planificación de la estrategia corporativa denominado “Análisis de Porter”. En lo que respecta al diseño de investigación empleo un enfoque cuantitavo en el cual aplicó la denominada encuesta, el método descriptivo donde se llega a conocer situaciones, costumbres, actitudes frecuentes,

dentro de las estrategias que se aplicó fue el poder de negociación con el cliente y con el proveedores (Palma, 2013, pp. 35-36). El autor concluyó que este proyecto tiene grandes posibilidades de ser aceptado dentro del mercado y de lograr una participación relevante lo cual se ve reflejado en las proyecciones de ventas. Dentro del análisis de la Tasa Interna de Retorno (TIR) obtuvo un 50% lo que lleva a la conclusión de que el proyecto es rentable (Palma, 2012, p. 101).

En el año 2010 en la ciudad de Quito se realizó un proyecto denominado “*Creación de una empresa de servicio de catering empresarial y de eventos sociales con servicio personalizado*”, presentó como problema principal las necesidades insatisfechas del servicio de catering, el objetivo general de este proyecto era diseñar una empresa de catering empresarial y de eventos sociales que logre cubrir las necesidades de las diferentes empresas pequeñas y medianas (Jiménez, 2010, pág. 4). El método que utilizó fue descriptiva, cualitativo dentro de esta empleo la recolección de datos por medio de fuentes primarias, aplicó las encuestas y observación directa a los principales competidores, las fuentes secundarias fueron extraída de artículos en periódicos nacionales, revistas electrónicas y desde luego de los organismos competente (Jiménez, 2010, pp. 8-13).

Los valores obtenidos en el flujo de caja genera un Valor Actual Neto (VAN) de \$151.38 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 161%, esto quiere decir que el costo de capital podría extenderse finalmente el autor cita “*el proyecto demuestra viabilidad financiera y estimaciones rentables menciona que la principal ventaja competitiva de toda empresa es el recurso humano ya que son ellos quienes promueven la productividad*” (Jiménez, 2010, pp. 110-114).

Existen diversos proyectos de investigación que tratan acerca del tema de estudio como los mencionados anteriormente son de gran relevancia debido a que aportarán con ideas y contribuyen con conocimientos para el desarrollo del presente proyecto (Ver anexo 1)

2.2 Bases Teóricas

2.2.1 La Teoría ERC

Clayton Alderfer psicólogo americano presento la teoría ERC (Existencia, Relación, Crecimiento) la cual es más comprimida que la de Maslow ya que agrupa las necesidades en tres categorías:

Figura 1. Teoría ERC (Existencia, relación, crecimiento)



Fuente: Koontz, Weihrich y Cannice, 2012

“Necesidades de existencia: Son similares a las necesidades básicas de Maslow.

Necesidades de relación: Relativas a relacionarse con otros de manera satisfactoria.

Necesidades de crecimiento: Se refieren al autodesarrollo, la creatividad, el crecimiento y la competencia” (Koontz, Weihrich y Cannice, 2012, pp. 392-393).

Las necesidades de existencia contienen las necesidades fisiológicas como es la alimentación, el aire y las de seguridad como protección física, trabajo. Las necesidades de relación son aquellas que invitan a interactuar con otros a través de las palabras, gestos, acciones en general con las personas que te rodean sea esta en el ámbito laboral o personal. Las necesidades de crecimiento contemplan el grado de estima, de aspiraciones que busca el individuo se refieren principalmente al autodesarrollo, creatividad y la competencia.

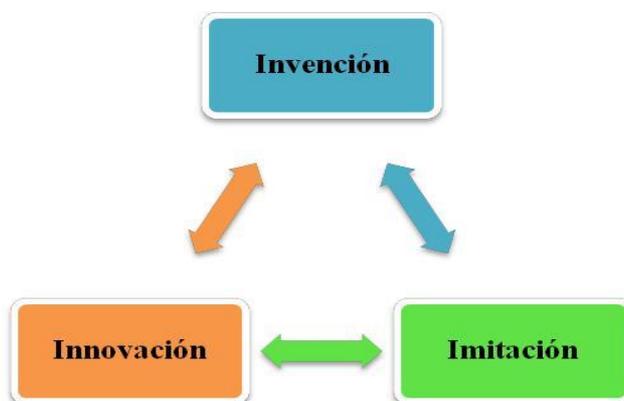
2.2.2 La Teoría del empresario innovador de Schumpeter

Según Schumpeter, “el desarrollo económico es consecuencia fundamental de la empresa creativa e innovadora, ya que genera nuevas formas de organización, nuevos mercados y cambia hábitos de consumo” (Hernández, Rodríguez y Palafox, 2012, p. 36).

El papel del empresario es detectar y poner en marcha una los proyectos u oportunidades de negocio, aprovechando una idea o invención todavía no explotada, la Teoría del Empresario innovador contiene tres fases las cuales son: Invención, Innovación e Imitación.

La invención se considera como la parte que crea o descubre un nuevo producto/servicio o encuentra un nuevo proceso, la innovación es la puesta en práctica y la imitación es donde los competidores realizan pequeñas modificaciones a un producto o servicio ya existente.

Figura 2. Factores que interviene en la Teoría del empresario innovador



Fuente: Hernández et al, 2012

2.2.3 Proyecto

Un proyecto surge para satisfacer una necesidad, remover obstáculos que impiden la satisfacción de esa necesidad, desarrollar una capacidad, resolver problemas dentro de un contexto, introducir un proceso de cambio, aprovechar una oportunidad o una ventaja, superar una debilidad o una amenaza (Rodríguez , 2006, p. 21).

Los proyectos son creados esencialmente para cubrir dos aspectos: el de satisfacción y el de generar ingresos dicho esto, se puede determinar como una oportunidad la cual se enfoca en la superación y resolución de conflictos.

2.2.4 Proyecto de inversión

“Los proyectos de inversión van ligados a la evaluación, cualquiera que este sea, tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable” (Baca, 2013, p. 2).

Etapas de un proyecto

Fase de iniciación

Fase de planificación

Fase de ejecución

Fase de control

Fase de entrega o puesta en marcha

2.2.5 Creación de empresa

Una empresa se puede crear y organizar cuando se tenga plenamente definido el plan de negocio, por cuanto en el que se prevé el estudio del mercado, los productos y/o servicios a ser ofrecidos, los proveedores, su tamaño y localización, la ingeniería del proyecto, su estructura organizacional y las variables financieras, económicas y políticas que pueden afectar el proyecto (Flórez, 2012, p. 63).

Es importante definir si se quiere crear una empresa como persona natural o jurídica, es muy importante establecer el tamaño de la empresa, visto desde todos los aspectos es así que se considera el número de empleados que debe contener para entrar a una categoría o tipo en el siguiente cuadro se explica el tipo de empresa y el número de empleados que esta debe contener:

Tabla 2. Tipos de empresa

Tipos de empresa	Número de empleados
Unipersonal	1
Microempresa	2 a 10
Pequeña Empresa	11 a 50
Mediana Empresa	51 a 200
Gran Empresa	Más de 200

Fuente: Superintendencia de Compañía 2016.

2.2.6 Micro, pequeña y mediana empresa (MIPYMES)

Según el Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC) menciona que el término MIPYMES se refiere aquellas “*micro, pequeñas y medianas empresa*” señala que estas tienen una gran importancia en el desarrollo estratégico para el crecimiento de la economía.

El objetivo de las MIPYMES es que tengan un tratamiento prioritario en todas las fases, desde las iniciativas para mejorar las condiciones de productividad, de calidad, y de comercialización, hasta las que impulsen una participación estratégica y provechosa en los mercados nacionales e internacionales (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad 2016).

2.2.7 Microempresa

“Microempresa es la unidad productiva más pequeña de la estructura empresarial, en términos de la escala de activos fijos, ventas y números de empleados, que realiza actividades de producción, comercio o servicio en áreas rurales o urbanas”

(Rodríguez, 2015, p. 8).

2.2.8 Clasificación de las empresas por sectores económicos

Un servicio es un conjunto de actividades en el que las personas buscan y logran satisfacer las necesidades de otras. Existen diversas formas de clasificar a los servicios la más explícita es la que presenta Hernández y Palafox en su libro

Administración Teoría, proceso, áreas funcionales y estrategias para la competitividad a continuación su descripción:

Figura 3. Clasificación del Sector Servicios



Fuente: Koontz et al, 2012

2.2.9 Administración

“Proceso mediante el cual se diseña y mantiene un ambiente en el que individuos, que trabajan en grupos, cumplen metas específicas de manera eficaz” (Koontz et al, 2012, p. 4).

La administración es una herramienta básica la cual contiene cuatro fases indispensables estas deben realizarse en el siguiente orden:

Planeación: Consiste en establecer los objetivos y diseñar acciones esquemas. Organización: Se relaciona con el orden material y humano.

Dirección o Gestión: La idea es que se generen de manera eficaz las decisiones, para que se ejecuten con base en lo planificado y organizado.

Control: En esta etapa se realiza revisiones para confirmar la marcha correcta, verificar y corregir los errores.

2.3 Estructura Organizacional

La estructura organizacional ayuda a definir las divisiones departamentales y autoridades en general que tendrá la empresa. Toda empresa posee características diferentes por lo que es necesario adoptar una estructura que se acople a su sistema

es así que se han establecidos cuatro tipos de estructuras organizacional: lineal, matricial, circular, hibrida dichas estructuras se pueden presentar de manera formal o informal.

2.3.1 Estudio de mercado

“El objeto de un estudio de mercado es establecer la cantidad de producto bajo ciertas condiciones de tipo económica y social que el mercado estaría dispuesto a adquirir para satisfacer necesidades” (Mesa, 2012, p. 56).

Es un proceso sistemático de recolección de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un proyecto de factibilidad, un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados (Baca, 2013, p. 17).

2.3.2 Estudio de factibilidad

“La factibilidad o viabilidad de un plan de negocios debe surtir una serie de etapas, sobre la información recolectada, clasificada y analizada, ya que de ello depende el éxito del proyecto a implementar” (Galindo, 2011, p. 37).

2.3.2.1 Componentes del estudio de factibilidad

Factibilidad Operativa: Son los recursos que permiten el desarrollo de alguna actividad, dicho de otra forma es el personal que participa en proyectos y cuyo objetivo es el mismo.

Factibilidad Técnica: Se refiere exclusivamente a los conocimientos y habilidades sobre herramientas y procedimientos en general los cuales son indispensables para el proyecto.

Factibilidad Económica: Se refiere a los recursos económicos o capital necesario para invertir en cualquier proyecto, este deberá ser sustentado con presupuestos, siempre se debe tener en mente costo/beneficio.

2.3.3 Las cinco Fuerzas de Porter

Es una herramienta de gestión desarrollada por el célebre economista y académico Norteamericano Michael Eugene Porter este modelo permite analizar a las empresas tomando como base 5 aspectos los cuales sirven para realizar un análisis, estas cinco fuerzas moldean la estrategia para una empresa. Según Porter el dividir la empresa en cinco fuerzas permite un mejor análisis del grado de competencia dando a conocer las respectivas oportunidades o amenazas.

Figura 4. Las 5 Fuerzas de Porter



Fuente: Fred R. David 2013

Michael Porter ha reconocido las cinco fuerzas competitivas que establecen el atractivo esencial a largo plazo de un mercado los mismos que son: rivalidad entre competidores existentes, amenaza de entrada de nuevos competidores, amenaza de posibles productos sustitutos, poder de negociación de los clientes y finalmente el poder de negociación de los proveedores (Kotler y Keller, 2012, p. 5)

2.3.3.1 Poder de negociación de los compradores o clientes

“El mercado no es atractivo si los compradores tienen el poder de negociación fuerte” (Kotler y Keller, 2012, p. 232)

Los clientes disponen el precio que están dispuestos a pagar, visto desde el punto de la empresa esto puede ser perjudicial ya que estos pueden tener el control, poder o capacidad para rebajar los precios y a su vez exigir un mayor rango de calidad.

2.3.3.2 Poder de negociación de los proveedores o vendedores

“El mercado no es atractivo si los proveedores pueden subir los precios y se encuentran organizados, tengan recursos e impongan sus condiciones de los productos” (Kotler y Keller, 2012, p. 232)

Los proveedores frecuentemente esperan aumentar sus precios, mientras menos proveedores existan más alto será el costo del bien o servicio.

2.3.3.3 Amenaza a nuevos competidores entrantes

“La amenaza de su ingreso depende de la presencia de barreras de entrada y de la reacción que se espera de los competidores existentes” (Kotler y Keller, 2012, p. 232).

Cuando existe una oportunidad de negocio no explotada en su totalidad surge inmediatamente los competidores, usualmente estos tratan en lo posible de aprovechar el mercado para de esta manera generar altos ingresos Las barreras de entrada son parte de la competencia, Porter identificó algunas barreras de entrada:

Economías a escala

Diferenciación del producto

Inversiones de capital

Acceso a canales de distribución

Políticas gubernamentales

2.3.3.4 Amenaza de productos sustitutos

“Un mercado no llama la atención cuando hay productos sustitutos potenciales, si estos productos muestran estar tecnológicamente en niveles superiores abaratan precios” (Kotler y Keller, 2012, p. 232).

Un producto sustituto es aquel que puede satisfacer las necesidades pese a que sea distinto al diseño original, el producto sustituto con frecuencia estipula un menor precio frente al producto original debido a que acortan estudios tomando como base los originales.

Factores que amenazan a los posibles productos sustitutos:

Disponibilidad

Precio

Diferenciación

2.3.3.5 Rivalidad entre los competidores

“Un mercado con un gran número de competidores fuertes no es atractivo, en estos mercados existen guerras de precio” (Kotler y Keller, 2012, p. 232).

Se establece que la rivalidad define en gran parte la rentabilidad de una empresa, es la fuerza con mayor poder ya que hace énfasis en la competición de manera directa dentro de esta fuerza es muy común que las empresas opten por diseñar estrategias que nos brinden ventajas frente a los competidores.

2.3.4 Análisis del entorno

El análisis PEST señala los factores o variables del entorno que pueden afectar a la empresa, este análisis debe ser realizado antes que el FODA. Este análisis orienta y ayuda a crear valor en las estrategias.

2.3.5 Matriz FODA

“El concepto de FODA se introdujo para planear fusiones, adquisiciones, inversiones conjuntas y alianzas” (Koontz et al. 2012, p. 139).

Los elementos internos son las fuerzas (F) generadas y propias de la empresas, y a su vez debilidades (D) que por razones naturales cualquier organización tiene...Los elementos externos: la competencia, su fortalezas y estrategias, así como sus debilidades,

junto con el desarrollo económico, social y tecnológico y las circunstancias políticas representan oportunidades (O) o amenazas (A) (Hernández et al, 2012, p. 194).

Es conocida como una herramienta fundamental dentro de la planeación estratégica, esta matriz presenta dos tipos de evaluaciones las consideradas como externas y las internas ambas constituyen una guía para establecer las ventajas y desventajas de la microempresa, toma en consideración el entorno.

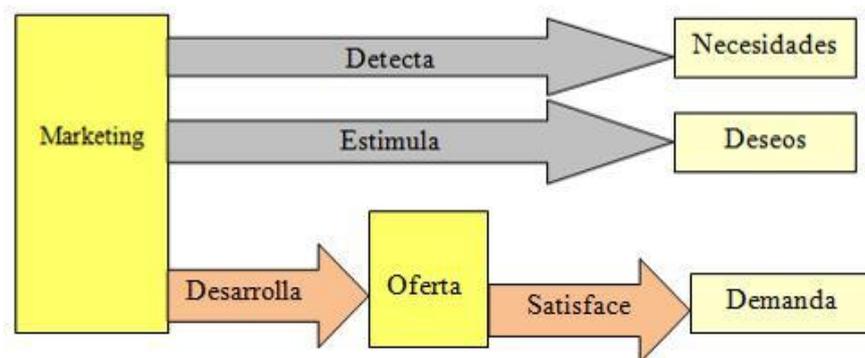
2.3.6 Marketing

“Marketing es el conjunto de actividades destinadas a lograr, con beneficio, la satisfacción del consumidor mediante un producto o servicio” (Galindo, 2011, p. 46).

“Esta disciplina se enfoca en detectar y conocer de manera más profunda las necesidades y deseos de los consumidores del mercado” (Ramírez, 2012, p. 14).

“Es el conjunto de actividades destinadas a lograr, con beneficio, la satisfacción del consumidor mediante un producto o servicio” (Asensio y Vásquez, 2013, p. 213).

Figura 5. Marketing



Fuente: Asensio E y Vásquez B, 2013

2.3.6.1 Mezcla Del Marketing

“El conjunto de variables controlables que la empresa utiliza para crearse un posicionamiento determinado en el entorno y para ejercer una influencia en el mercado objetivo se denomina marketing mix” (Galindo, 2011, p. 62).

Producto

“Es la combinación de bienes y servicios que la compañía ofrece al mercado meta” (Kotler y Armstrong, 2012, p. 51).

“El termino producto cubre cualquier cosa que ofrece una compañía a sus clientes para satisfacer sus necesidades. Además de productos físicos, tangibles ofrecidos para la venta, existen servicios y habilidades” (Jobber, 2012, p. 23)

Personas

Es el recurso que mueve a la empresa, estos tienen generalmente contacto de forma directa con los clientes, el equipo humano tiene mucha relevancia se puede decir que de ellos depende en gran parte el éxito o fracaso de la empresa.

Precio

“Es la cantidad de dinero que los clientes tienen que pagar para obtener el producto” (Kotler y Armstrong, 2012, p. 52).

Plaza

“Incluye las actividades de la compañía que hacen que el producto este a la disposición de los consumidores metas” (Kotler y Armstrong, 2012, p. 52).

Promoción

“Implica actividades que comunican las ventajas del producto y persuaden a los clientes meta que lo compren” (Kotler y Armstrong, 2012, p. 52).

Publicidad

“Es el medio de comunicación directo e indirecto que utiliza la empresa para complementar su proceso de marketing” (Galindo, 2011,71).

2.3.7 Estrategias Genéricas

Michael Porter menciona tres puntos clave los cuales ayudan a moldear toda empresa y a reafirmar una competencia con mejoras.

2.3.7.1 Diferenciación

“Las estrategias basadas en diferenciación consisten en hacer que el producto o servicio sea diferente al de la competencia” (Hernández et al, 2012, p. 382).

La diferenciación es la clave estratégica de cualquier negocio ya que al ofrecer algún beneficio que establezca una diferencia, la empresa aumenta las posibilidades de que el consumidor la perciba y si el beneficio diferenciador es valorado por este, muy probablemente, la prefiera de entre los demás (Ramírez, 2012, p. 101).

2.3.7.2 El liderazgo en costos bajos

“Las estrategias basadas en costos bajos consisten en ganar mercado a partir de precios bajos, sin descuidar la calidad adecuada del producto” (Hernández et al, 2012, p. 383)

Es una estrategia que trata de llegar a un mercado proponiendo precios bajos, toma en consideración que el precio afecta en las decisiones al momento de comprar.

2.3.7.3 Alta Segmentación o Concentración

Diversas empresas deciden actuar solo en espacios muy reducidos donde tienen un grupo cautivo de consumidores por la cercanía hay las relaciones, lo que en ocasiones les dificulta a otras empresas actuar en esos espacio. La concentración permite reducir costos (Hernández et al, 2012, p. 383)

Esta estrategia es efectiva ya que permite encasillarse en un grupo específico con necesidades insatisfechas dentro de un determinado mercado, entre más concentrado este el segmento esto permitirá lograr los objetivos como satisfacer las necesidades y reducir costos por medio de la concentración.

2.3.8 Estrategia de servicio

“A nivel interno es un principio organizacional que permite a la gente de la compañía canalizar sus esfuerzos hacia servicios enfocados en el beneficio al cliente” (Uribe, 2011, p. 111).

2.3.9 Servicio al cliente

Lino expresa en su estudio, “servicio al cliente es un conjunto de actividades que brinda un suministrador con el fin de que el cliente adquiera un producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo” (Rodríguez, 2015, p. 33).

2.3.10 Garantías

Son promesas de servicio al cliente en relación con los tópicos que dan repuesta a sus requerimientos, las cuales le brindan confianza y seguridad al cliente. Las garantías hacen parte del valor agregado que la empresa le ofrece al mercado y que pueden diferenciar unas ofertas de otras, generando ventaja para la empresa que las oferta (Uribe, 2011, p. 132).

2.3.11 Responsabilidad Social

La responsabilidad social es el compromiso de reconocer los problemas de interés público como los siguientes: medio ambiente, pobreza, hambre, desigualdad de ingresos, atención de salud, desnutrición. La responsabilidad social concierne a las empresas, estados, universidades, estos son los medios que proporcionan acciones que generan impactos positivos en la sociedad (Viteri, 2010).

2.3.12 Proyecciones financieras

Para realizar proyecciones financieras se debe contar con una herramienta de ayuda básica, que son las proyecciones financieras, la cual incluye las políticas adoptadas en el manejo de los rubros

proyectados y justifica el valor asignado a todos y cada uno de los renglones de los estados financiero (Galindo, 2011, p. 239).

2.4 MARCO LEGAL

2.4.1 Constitución de la microempresa

Para conformar una microempresa de catering para eventos sociales bajo la personería de compañía de responsabilidad limitada los permisos que se requieren serán otorgados por los organismos competentes se deberá presentar los documentos que pidan y una vez realizado los trámites legales dichos organismo deberán emitir una respuesta favorable si se cumplió con todos los requisitos para que posteriormente esta se constituya.

2.4.1.1 Requisitos para el funcionamiento por primera vez

Servicio de Rentas Internas, Emisión de Registro Único de Contribuyente

Llenar los formularios 01A y 01B.

Escritura del nombramiento del representante legal.

Original y copia de cedula de ciudadanía del representante. Original y copia del certificado de votación.

Original y copia de la escritura inscrita en el Registro Mercantil.

Superintendencia de compañías

1. Reserva de denominación: Este trámite se logra ingresando a la página WEB <http://supercias.gob.ec>.

2. Definir el estatuto social.

3. Capital: Esta cuenta deberá constar con un mínimo de capital de \$800.

4. Notaria: Se necesitara lo siguiente:

Minuta de constitución de la empresa, original y copia.

Constancia del depósito bancario

Copia de documentos de identidad del otorgante y de su conyugue en caso de estar casado.

Pago de los derechos notariales.

El notario debe enviarla al registro público para la respectiva inscripción.

Finalmente la Superintendencia de Compañía pasa la información al Registro Mercantil y si toda la documentación está en orden pasa a ser Publicado.

Permiso de Funcionamiento Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Guayaquil

Llenar una solicitud haciendo la petición correspondiente de la patente

Copia de la cedula de ciudadanía

Copia del RUC

Copia del contrato de arrendamiento del local Predio Urbano al día

Copia de planilla de servicios básicos.

Requisitos para el Registro de Patentes

Formulario “Solicitud para Registro de Patentes”.

Copia legible de los estados financieros. Este paso no es necesario si recién empieza las actividades.

Copia legible de la cedula de ciudadanía y del nombramiento actualizado del representante legal.

Original y copia del RUC actualizado.

Original y copia legible del Certificado de Seguridad otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos.

Copia de la Escritura de Constitución si se trata el trámite por primera vez.

Pasos para obtener el permiso otorgado por La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA)

Descargar de la página WEB del Ministerio de Salud Pública www.salud.gob.ec en el link ARCSA los formularios.

Ingrese al Sistema <http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/>

Genere un usuario y contraseña.

Llene la solicitud (Guía para la obtención del Permiso de Funcionamiento)

Verifique el código y los requisitos en la Guía de Requisitos para la obtención del Permiso de Funcionamiento.

Imprima la orden de pago para cancelar el valor indicado en el mismo, en cualquier sucursal del Banco del Pacífico.

Después de 72 horas se validará su pago.

Procedimiento para la obtención del permiso de funcionamiento otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos De Guayaquil

Declaración Jurada en el formato que es entregado por la Institución Bomberil. No necesita ser suscrita ante un notario, es suficiente con la firma del contribuyente.

Si el trámite lo realiza personalmente, adjuntar copia de cedula de ciudadanía. Copia completa y actualizada del RUC donde conste el establecimiento con la dirección y actividad del establecimiento que requiere el permiso de funcionamiento.

En caso de Compañías, deberá adjuntar copia del nombramiento del representante legal.

Original y copia de la factura actualizada de compra y recarga del extintor.

Adjuntar copia de pago de Predios Urbanos o Planilla de servicio básico agua, a fin de registrar el número del Código Catastral.

Copia del uso de suelo otorgado por la Municipalidad de Guayaquil.

Fotografías del local en las que conste la implementación de las normas contra incendios tales como: extintores, señalética etc.

Una vez se cumpla con todos los requisitos nombrados con anterioridad en el Centro de Atención al Usuario le entregara la Orden de Pago donde constara el valor o Tasa que deberá pagar. También puede consultar en la página web www.bomberosguayaquil.gob.ec para obtener mayor información y consultar el estado de los trámites.

Inscripción de nuevo empleador Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

1. Ingresar a la página WEB del IESS www.iess.gob.ec
2. Sistema de empleadores.
3. Registro de nuevo empleador.
4. Sector privado y llenar datos.
5. Se registra la afiliación del patrono y empleados. Previo a esto se deberá obtener la clave. A través de la dirección www.iess.gob.ec.

CAPÍTULO IV METODOLOGÍA

3.1 Metodología de la Investigación

3.1.1 Tipo de investigación

3.1.1.1 Descriptiva

La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o su comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos (Arias, 2012, p. 24)

Se aplicó la investigación descriptiva debido a que se necesitó conocer diversos factores, variables, elementos en general tales como situaciones, costumbres y actitudes que posteriormente serán detallados y medidos a través de la acumulación de datos, estos permitirán dar soluciones al problema aplicando diversas estrategias brindando de esta forma un mejor servicio al posible cliente .

3.1.2 Enfoque de la investigación

Se utilizó un enfoque mixto el cual se detalla a continuación:

3.1.2.1 Cuantitativa

“Usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p. 4).

Se consideró este enfoque debido a que se requirió información de tipo numérico, estadísticos, proyecciones los cuales muestran datos que sirven en la solución de problemas.

3.1.2.2 Cualitativa

“Utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación” (Hernández, Fernández, Baptista, 2010, p. 7).

Este enfoque se encargó de recoger determinada información entre lo que podemos citar: imágenes, observaciones directas, se dice que los investigadores cualitativos tratan de interactuar con los informantes esto lo realizan de manera espontánea sin mayor intromisión.

Este enfoque consideró las ideas, opiniones, preferencias se realizó un análisis de datos a través de un trabajo de campo, también se utilizó la recolección de datos sin medición numérica.

3.1.3 Técnicas de investigación

Para el presente proyecto se empleó dos técnicas conocidas como la técnica de campo y la técnica documental.

3.1.3.1 Técnica Documental

La investigación documental es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales impresos, audiovisuales o electrónicos. Como en toda investigación el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos (Arias, 2012, p. 27).

Esta técnica nos ayudó a recopilar mayores datos e información utilizando como referencia libros, revistas y medios electrónicos, es un soporte importante ya que sirve como plataforma para iniciar el proyecto proporcionando datos existentes, cabe recalcar que existe gran variedad de elementos impresos así como digitales así que es abundante la información que puede estar a nuestro alcance de esta manera nos facilitará la investigación con ayuda de datos existentes.

3.1.3.2 Técnica de Campo

La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes (Arias, 2012, p. 31).

Esta técnica permitió recoger datos sin modificarlos se recurrió a la observación directa dichos datos sirven para medir algún tipo de condición del objeto de estudio además se pudo recopilar opiniones por medio de las encuestas, la información que se obtuvo fue directa sin intermediario y se entró en contacto con los hechos y las muestras estadísticas.

3.1.3.2.1 Observación directa

La observación directa se desarrollo por medio de visitas a la competencia, esto fue un aporte de gran relevancia para la investigación, sirvió para demostrar las ventajas y desventajas que posee actualmente la competencia.

Tabla 3. Observación directa a la competencia

Competencia	Buena atención	Producto de calidad	Precios accesibles	Promociones	Adecuada infraestructura
Chef Express	✓	✓	x	x	x
Bunde Catering	x	x	✓	x	✓
Trébol Verde	✓	✓	✓	x	✓

Elaborado por: La autora

Se pudo constatar brevemente la atención, si el producto era de calidad, los precios, promociones y la infraestructura, el resultado mostró un factor en común la falta de promociones que existen en estas tres empresas. La empresa Trébol Verde fue la que cumplió con casi todos los requisitos exceptuando el de promociones.

3.1.3.2.1.1 Análisis de la observación directa

La observación se la realizó con el propósito de constatar el tipo de servicio que existe dentro del mercado las tres empresas elegidas mostraron un factor común la falta de promociones, la primera visita se efectuó el día lunes 8 de agosto alrededor de las 14:00 de la tarde me dirigí a chef exprés como cliente pude percibir la buena atención los trabajadores estaban prestos a ofrecer su ayuda presentaron sugerencias pero esta empresa de catering carecía de algo vital además de las promociones la infraestructura no era la adecuada el local era pequeño y no contaba con sala de espera. El segundo lugar al que acudí fue a Bunde Catering donde pude constatar la mala atención además pude observar productos no tan agradables, los clientes que se quejaban por el pésimo servicio y la mala calidad de los productos alimenticios esta visita la realice a las 10:00 a.m. el día martes 9 de agosto por ultimo la tercera visita la realice un día jueves 11 de agosto a las 15:00 de la tarde Trébol Verde mostro un aspecto muy diferente al anterior el orden, la limpieza y el trato al cliente era optimo estos parecían satisfecho el único problema era la falta de promociones no contaban con alguna promoción llamativa esto producía cierta molestia en los clientes frecuentes no obstante fue la visita con menos problemas que pude percibir. Los catering a los cuales asistí no contemplan una línea específica de productos por lo que se puede decir que en la parte o sección de postres era muy escaso no mostraba variedad, concluí las visitas y adquirí mucha información la cual sirvió para formar en gran parte la propuesta.

3.1.3.2.2 Encuestas

Esta encuesta tuvo como objetivo principal adjuntar, recoger, recopilar información necesaria para posteriormente elaborar un estudio donde se determino diferentes gustos y preferencias del encuestado en el norte de la ciudad de Guayaquil específicamente en la Alborada Sexta Etapa, para su respectiva tabulación se utilizó la herramienta Excel la cual ayudo a obtener de manera más ordenada y ágil los resultados.

Esta encuesta constó de once preguntas las cuales se presentaron como cerradas es decir se consideró una sola respuesta se lo realizó de esta manera para acortar el

tiempo, la idea es que el encuestado se sienta cómodo, dicha encuesta se centro en conocer si las personas identifican el termino catering y si han contratado alguna vez el servicio (Ver anexo 2).

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

“La población, o en términos más preciso población objetiva, es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación” (Arias, 2012, p. 81).

La ciudad de Guayaquil cuenta con una extensión territorial de 345 kilómetros cuadrados y 2.350.915 habitantes, de ellos 1.158.221 son hombres y 1.192.694 son mujeres (INEC 2016). Es la ciudad más grande y poblada de la República del Ecuador está formada por 21 parroquias de las cuales 16 son urbanas y 5 son rurales.

La página del Instituto Nacional De Estadísticas y Censo (INEC) ofrece gran información, sobre todo brinda datos donde se indica que la población estimada para el 2016 será de 2.617.349 (Ver anexo 3).

3.2.2 Muestra

“La muestra es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible” (Arias, 2012, p. 83).

La presente fórmula nos ayudará a obtener el número de personas que debemos encuestar teniendo en consideración que usaremos la fórmula de población desconocida ya que se contará necesariamente con la opinión y esta a su vez influirá en la decisión final.

El tamaño de la muestra se determinara con la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Dónde:

z=Nivel de confianza.

p=Proporción de individuos que poseen características de estudios.

q=Proporción de individuos que no poseen características de estudios.

e=Error de estimación.

n=tamaño de muestra.

Nivel de Confianza 95%=

1,96 **e**: 6%=0.06%

Z=1,96%

p=0,5%

q=0.5

$$\mathbf{n} = \frac{\mathbf{Z}^2 \mathbf{pq}}{\mathbf{e}^2} \quad \mathbf{n} = \frac{3,84 * 0,25}{0,0036} \quad \mathbf{n} = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,06^2} \quad \mathbf{n} = \frac{0,96}{0,0036} = 268$$

n=268 Número de encuestas a realizarse.

La encuesta fue aplicada a personas mayores de 18 años, estos no tuvieron la necesidad de ser económicamente activos puesto que es probable que no sea la persona que incurrirá con los gastos, los habitantes encuestados fueron los que circulaban por el sector de la Alborada Sexta Etapa, donde se ubicaran las instalaciones, cabe recalcar que la encuesta fue presentada de manera organizada y personalizada se requirió en lo posible que los resultados y la información fueran lo más precisa para su mayor efectividad.

3.2.2.1 Tabulación y análisis de los resultados

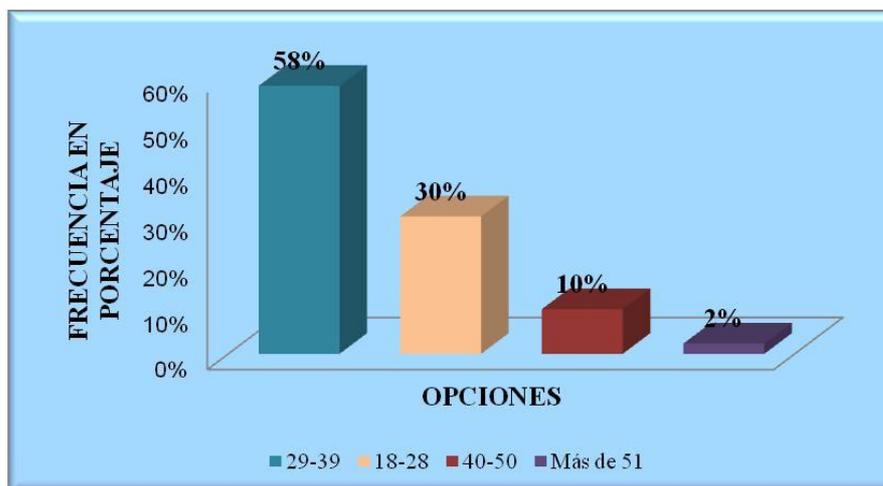
Tabla 4. Edad de los encuestados

Edad		
Rango de edad	Frecuencia	Porcentaje
29-39	156	58%
18-28	80	30%
40-50	26	10%
Más de 51	6	2%
Total	268	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Figura 6. Edad de los encuestados



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis: Esta pregunta determinó que la mayor parte de encuestados están ubicados dentro de un rango de 29-39 años con un 58%, seguido por el rango de 18-28 con un 30%, 10% correspondieron a las personas entre 40-50 por último 2% las personas con más de 51.

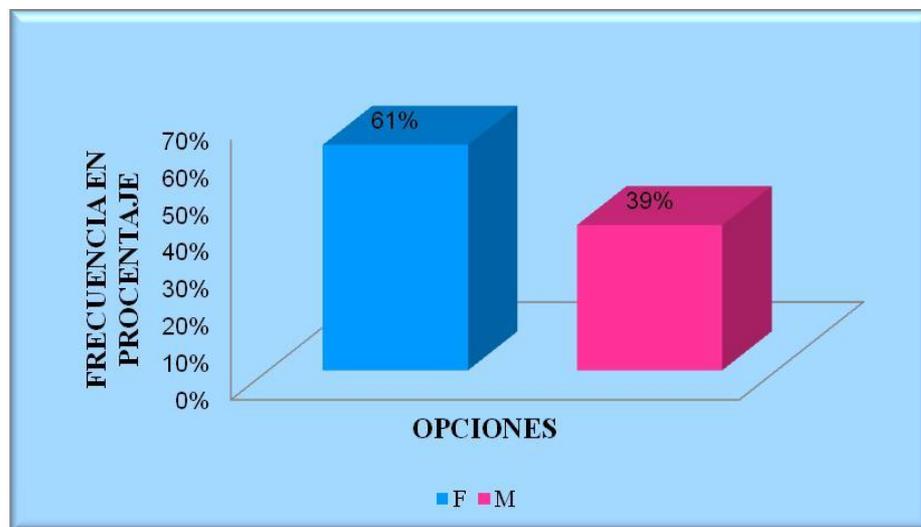
Tabla 5. Sexo de los encuestados

Sexo		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
F	163	61%
M	105	39%
Total	268	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Figura 7. Sexo de los encuestados



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis: El total de las encuestas dio como resultado que el 61% de los encuestados son de sexo femenino mientras que el 39% representa el sexo masculino.

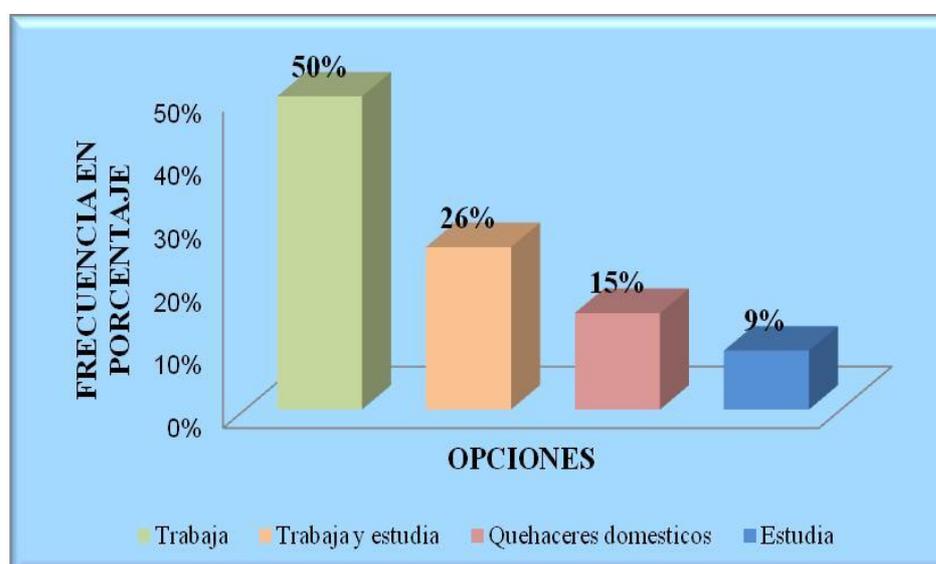
Tabla 6. Ocupación de los encuestados

Ocupación		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Trabaja	133	50%
Trabaja y estudia	69	26%
Quehaceres domésticos	41	15%
Estudia	25	9%
Total	268	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Figura 8. Ocupación de los encuestados



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis: Se determinó que el 50% de los encuestados trabajan mientras que el 26% trabaja y estudia, el 15% se dedica a los quehaceres domésticos y finalmente el 9% estudia.

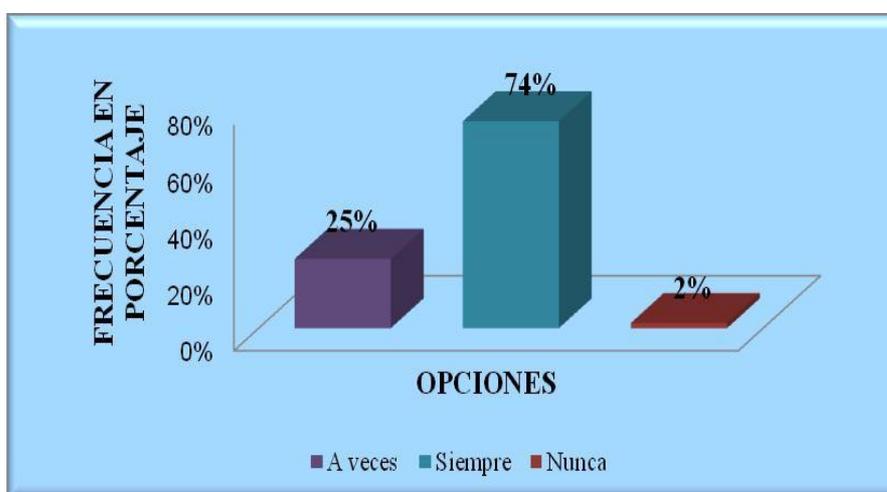
Tabla 7. Pregunta 1: ¿Acostumbra a celebrar fiestas o eventos con su familia o amigos?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
A veces	66	25%
Siempre	197	74%
Nunca	5	2%
Total	266	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Figura 9. Frecuencia de celebración



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis: Esto confirma la actitud típica de los Guayaquileños en lo que respecta a fiestas o celebraciones de tipo social, el 74% siempre celebra, el 25% a veces celebra algún evento o fiesta y el 2% nunca celebra algún evento o fiesta.

Tabla 8. Pregunta 2: ¿Cuál de los siguientes servicios le gustaría contratar?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Alimentación	105	39%
Decoración	85	32%
Alquiler de utensilios	45	17%
Servicio de camareros	10	4%
Servicio de limpieza	7	3%
Todo lo anterior	8	3%
No contesta	5	2%
No contrataría	3	1%
Total	268	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Figura 10. Servicios que desearía contratar.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis: Los encuestados respondieron de la siguiente manera un 39% desearía contratar el servicio de alimentación, el 32% prefiere el servicio de decoración, el 17% alquiler de utensilios, el 4% servicio de camareros, el 3% servicio de limpieza, el 3% todo lo anterior, el 2% no contesta y el 1% no contrataría ningún servicio.

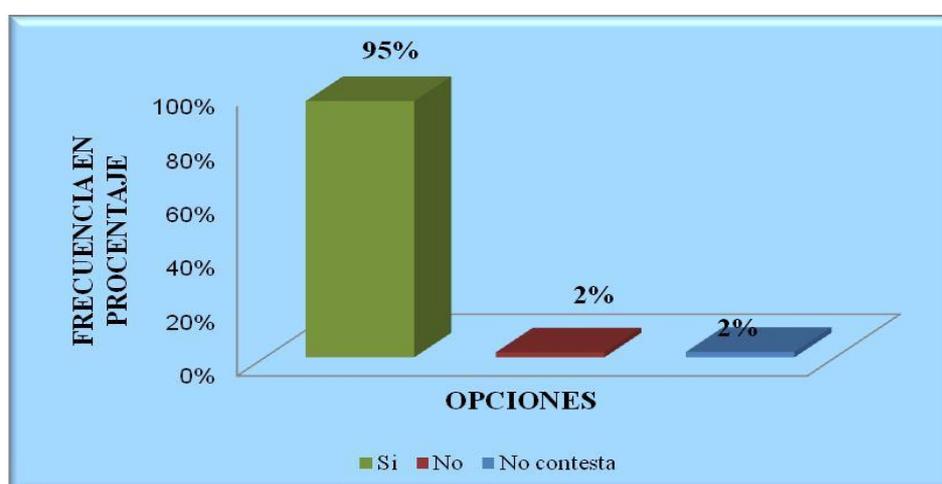
Tabla 9. Pregunta 3: ¿Conoce usted lo que es el Servicio de Catering?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	255	95%
No	5	2%
No contesta	8	2%
Total	268	99%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Figura 11. ¿Conoce lo que es un servicio de catering?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis: Las encuestas dieron como resultado que el 95% de las personas si conocen de qué se trata un servicio de catering es una buena señal para la microempresa, el 2% dijo que no conoce y finalmente el 2% no contesta.

Tabla 10. Pregunta 4: ¿Conoce usted alguna empresa que ofrezca el Servicio de Catering en la ciudad de Guayaquil?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	248	93%
No contesta	13	5%
No conoce	7	3%
Total	268	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Figura 12. ¿Conoce alguna empresa que brinde el servicio de catering?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis: El 93% de los encuestados conocen alguna empresa que brinde el servicio de catering mientras el 5% no contesta y el 3% no conoce algún tipo de empresa que ofrezca este servicio. .

Tabla 11. Pregunta 5: ¿Usted ha contratado alguna vez los servicios de dicha empresa?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	205	76%
No	43	16%
No contesta	13	5%
No contesta porque desconoce	7	3%
Total	268	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Figura 13. Contratación del servicio



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis: El 76% de los encuestados ha contratado para algún evento el servicio de catering, 16% no lo ha contratado, el 5% no contesta y el 3% no contesta porque desconoce.

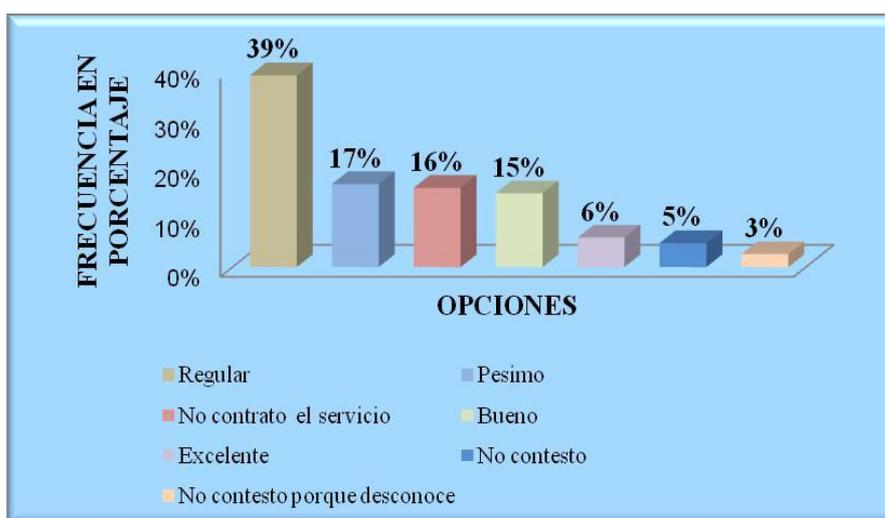
Tabla 12. Pregunta 6: Según su opinión ¿Qué le pareció el servicio que le ofrecieron?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Regular	104	39%
Pésimo	45	17%
No contrato el servicio	43	16%
Bueno	40	15%
Excelente	16	6%
No contesto	13	5%
No contesto porque desconoce	7	3%
Total	268	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Figura 14. Opinión del servicio que recibieron



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis: Los encuestados respondieron de la siguiente manera al 39% le pareció regular el servicio que recibieron, el 17% considero que fue pésimo el servicio, el 16% no contrato el servicio, el 15% opino que fue bueno, para el 6% fue excelente, el 5% no contesto y finalmente el 3% no contesto porque desconoce.

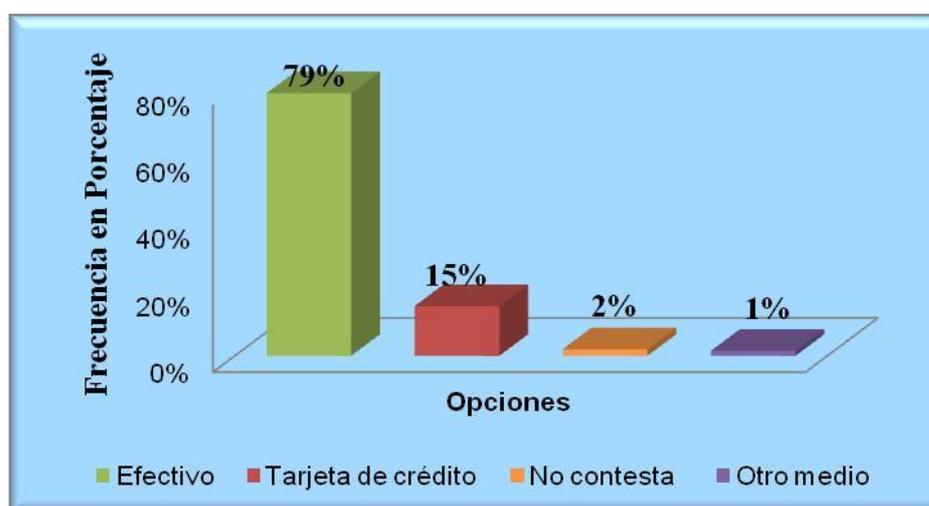
Tabla 13. Pregunta 7: ¿Cómo le gustaría pagar si contratara el servicio de Catering?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Efectivo	211	79%
Tarjeta de crédito	40	15%
No contesta	13	2%
Otro medio	6	1%
Total	268	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Figura 15. Forma de pago



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis: El 79% de la población, reflejo su tendencia a cancelar sus pagos en efectivo., un 15% prefiere realizar sus pagos con tarjeta de crédito, un 2% no contesta y el 1% prefiere otro medio para cancelar.

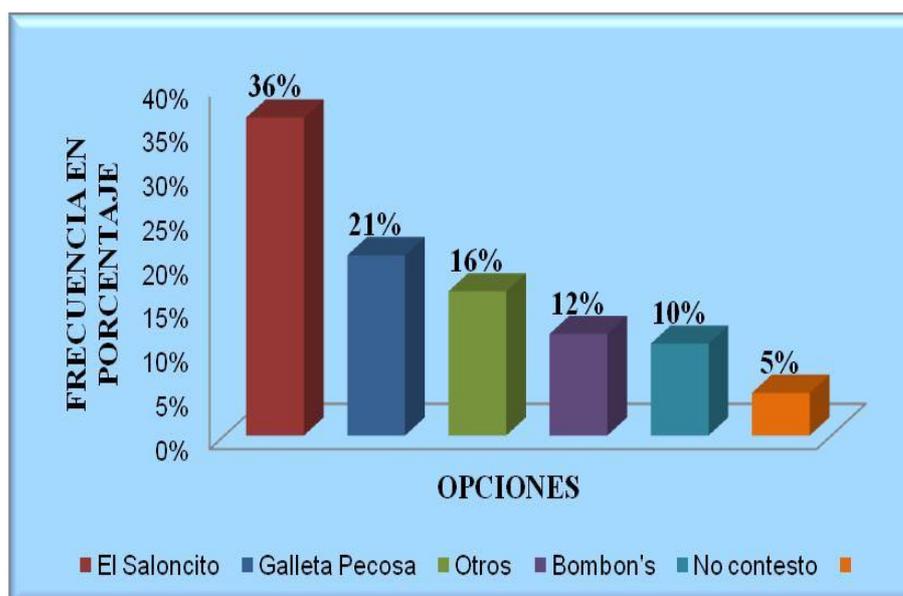
Tabla 14. Pregunta 8: ¿En caso de que usted no contratara el servicio de Catering donde compraría los bocaditos o postres?

Opciones	Frecuencias	Porcentajes
Dolupa	97	36%
El Saloncito	55	21%
Galleta Pecosa	44	16%
Otros	31	12%
Bombon's	28	10%
No contesto	13	5%
Total	268	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Figura 16. Competencia indirecta



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis: La población reveló sus preferencias al momento de hacer una compra, dejando en primer lugar a Dolupa con el 36%, El Saloncito 21%, Galleta Pecosa 16%, otros lugares con el 12, Bombon's 10% y el 5% no contesto.

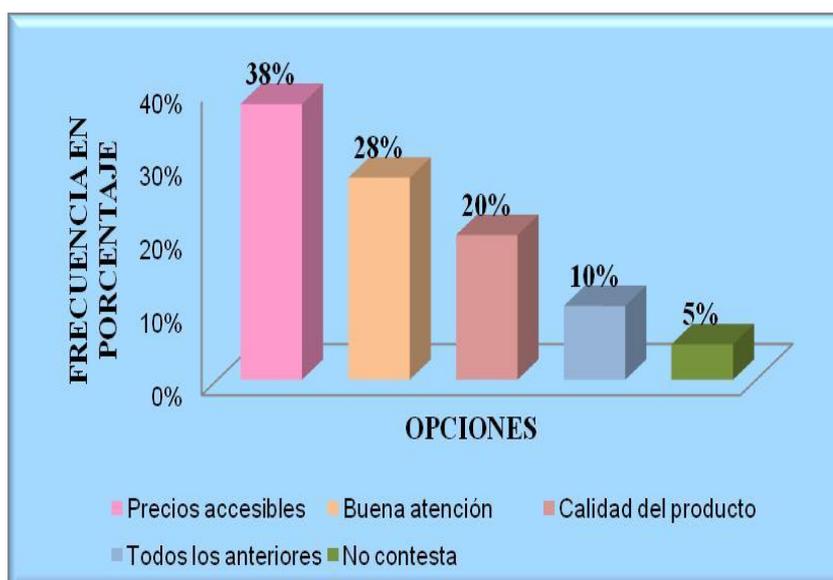
Tabla 15. Pregunta 9: ¿Por qué prefiere comprar en el lugar seleccionado en la pregunta anterior?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Precios accesibles	101	38%
Buena atención	74	28%
Calidad del producto	53	20%
Todos los anteriores	27	10%
No contesta	13	5%
Total	268	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Figura 17. Preferencia de compra



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis: Los encuestados respondieron de la siguiente forma un 38% dijo que prefiere comprar en determinado lugar debido a los precios accesibles, al 28% le agrada comprar en determinado lugar debido a la buena atención que brindan, el 20% le dio preferencia a la calidad del producto, al 10% por todos los anteriores y el 5% no contesta.

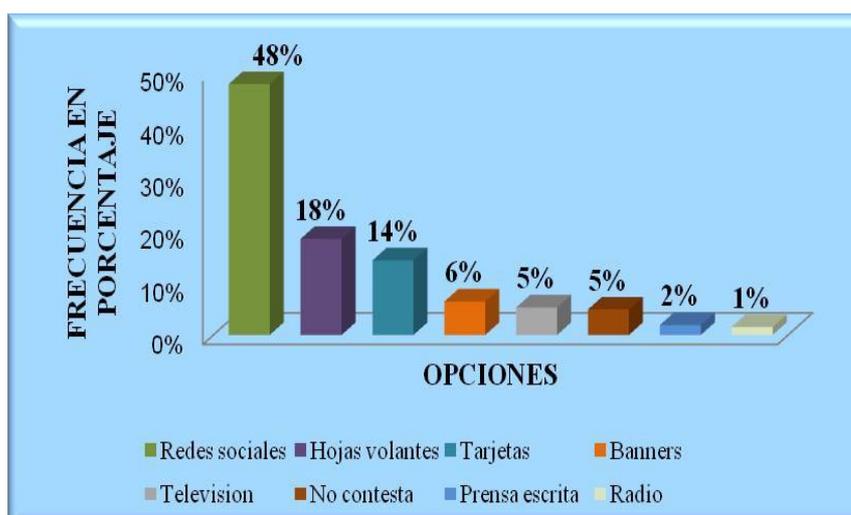
Tabla 16. Pregunta 10: ¿Qué medio de comunicación prefiere para recibir publicidad de este tipo de servicio?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	128	48%
Hojas volantes	49	18%
Tarjetas	38	14%
Banners	17	6%
Televisión	14	5%
No contesta	13	5%
Prensa escrita	5	2%
Radio	4	1%
Total	268	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Figura 18. Medio de comunicación



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis: El 48% de los encuestados indicaron que les gustaría recibir información por medio de las redes sociales, el 18% prefiere las hojas volantes, el 14% las tarjetas, el 6% los banners, el 5% por medio de la televisión, el 5% no contesta, el 2% por la prensa escrita y finalmente el 1% por radio.

Tabla 17. Pregunta 11: ¿Conoce usted lo que es un Catering Desserts?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
No	170	63%
Si	85	32%
No contesta	13	5%
Total	268	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Figura 19. Conoce el Catering Desserts



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Análisis: El 63% desconoce el termino catering desserts no lo asocian, el 32% conoce lo que es el catering desserts y el 5% no contesta.

La pregunta dio como resultado respuestas esperadas debido al término que no ha sido expuesto, los encuestados que respondieron con un 32% la mayoría conoce de este tipo de catering debido a dos variables la primera es por la televisión extranjera y la segunda es debido a viajes que han realizado.

3.2.3 Análisis de encuestas efectuadas

Las encuestas se las realizaron principalmente para mostrar y comprobar la aceptación que tiene en general el servicio de catering, estos datos son de mucha importancia ya que por medio de estos se establecerán las estrategias y proyecciones correspondientes.

De 268 encuestas realizadas, el 61% está representado por el sexo femenino y el 39% representa el sexo masculino, ambos géneros tienen como costumbre festejar o asistir a eventos sociales, por lo cual para su mayor comodidad requieren de los servicios de un catering. El servicio que los encuestados más desean contratar fue el de alimentación este se presentó con 39% de preferencia mientras que el de decoración se colocó con un 32% se puede entonces confirmar que el servicio de alimentación debe estar ligado al de decoración estos deben manejarse de manera estrecha, se definió como competencia indirecta a la empresa Dolupa, los encuestados prefieren comprar en determinado lugar por factor de precios accesibles y buena atención, un dato importante es que los encuestados prefieren realizar su pago en efectivo.

La mayoría de los encuestados dieron su opinión acerca del servicio actual en el mercado lo decretaron como regular. Con respecto a la información del servicio y como le gustaría que le llegará la mayoría respondió con un 48% por medio de las redes sociales debido a que se las considera un medio más fácil y apto para informarse.

Finalmente para cerrar la encuesta se pregunto si el termino de catering desserts es conocido la respuesta de los encuestados era la esperada por que es un servicio poco conocido y se resume en una sola línea de productos, la población en general no está familiarizada con el termino lo que lleva a pensar en estrategias para impulsar el servicio y más aún el término.

El mercado seleccionado para comercializar el servicio de catering desserts será para la población en general y quien requiera los servicios y tenga la capacidad económica para adquirirlo.

CAPÍTULO IV LA PROPUESTA

4.1 Título de la propuesta

Creación de la Microempresa *Dulcemente Catering Desserts*

4.2 Justificación

El objetivo de este proyecto es de crear y dar a conocer el “*catering Dessert*” especializado en postres. El catering desserts se encarga de preparar y presentar postres con decorado elegante o temático trabaja principalmente con decorados a base de frutas y crema pastelera, es un servicio poco conocido por ende no explotado en su totalidad, debido a que los habitantes de la ciudad viven atareados y con poco tiempo para la elaboración de estos postres, surge este proyecto de generar ingresos económicos con bajo presupuesto, pese a que la situación económica del país en general no es la mejor se estima que este proyecto sea de gran acogida.

Guayaquil es una ciudad con 2.350.915 de habitantes de los cuales el 50.73% corresponde al sexo femenino y el 49.27% al masculino (INEC 2016), esta ciudad es considerada como una de las fuentes principales de ingresos dentro del Ecuador debido a su gran actividad comercial, el turismo es un pilar fundamental ya que por medio de este se logra atraer al visitante por las áreas reformadas y la gastronomía de los guayaquileños.

Según los últimos datos registrados Guayaquil cuenta con 87.206 establecimientos que se dedican a diferentes actividades económicas esta representa un 17.4% a nivel nacional de estos 14.848 se dedican a la venta menor de alimentos, bebidas tabacos en comercio no especializado y 7.481 actividades de restaurante y servicios móviles de comida, los ingresos que genera Guayaquil en venta representan a nivel nacional un 21,5%. Las actividades que generan mayores ingresos son el comercio con un 33,8%, las industrias manufactureras con un 33.8%, el 4,1% corresponde a actividades de índole financiero y el resto corresponde a diversas áreas (INEC 2016).

Este servicio no solo busca satisfacer al cliente, también ayudará a generar más plazas de empleo aportando de esta manera con la ciudad y que está a su vez crezca más comercialmente.

4.3 Constitución de la microempresa

Esta microempresa será constituida de forma jurídica como Compañía de Responsabilidad Limitada, estará integrada por tres accionistas cuyos nombres son Mieles Mejía Mayra Alejandra su aporte será de \$3.871,92 , Zambrano Jessica Fernanda quien aportara con \$2,500.50, López Chipe David Andrés con un aporte de \$2,500.50, agregado a esto se realizará un préstamo al BAN Ecuador , antes conocido como el Banco de Fomento, por el monto de \$7,000.00 se solicitará el préstamo en esta entidad debido a que presenta las tasas de interés más bajas del mercado además que por ser del estado se podrá acceder a mayores beneficios (ver anexo 4).

La microempresa llevará a cabo su actividad comercial con la razón social de Dulcemente Catering Desserts, los accionistas serán responsables y llevarán a cabo sus obligaciones según lo determine (Ley de Compañías del Ecuador art. 95), deberá presentar los requisitos necesarios desde su constitución de manera oficial y legal cumpliendo a cabalidad con todas las obligaciones fijadas por la ley. Para empezar con la actividad comercial esta microempresa debe obtener todos los permisos correspondientes otorgados por las entidades públicas entre las que se puede mencionar el Municipalidad de Guayaquil, el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil y la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCOSA) (Ver anexo 5).

4.4 Descripción del negocio

Esta propuesta se la realizó con aportaciones de tres accionistas y un préstamo realizado para complementar el capital, se brindará el servicio de Catering Desserts el cual consiste en la preparación de postres de alta calidad y entrega a domicilio, además de esto se prestará el servicio de decoración, servicio de camareros y de limpieza, alquiler de utensilios tales como mantelería, vajillas, sillas, mesas entre otros esto es un valor agregado ya que muchos de los catering habituales solo

ofrecen el servicio de comida y la transportación, la propuesta es atractiva si se contrata todo el paquete.

4.4.1 Nombre de la microempresa

El nombre de la microempresa será Dulcemente Catering Desserts, se optó por este nombre corto y de fácil pronunciación la idea es que se guie al cliente y se lo familiarice con los términos expuestos.

4.4.2 Logotipo

Figura 20 Logotipo de la microempresa Dulcemente



Elaborado por: La autora

4.4.3 Eslogan

Grandes ideas para dulces momentos.

4.4.4 Misión

Somos una microempresa encargada de brindar un servicio de calidad se cuenta con un equipo humano dispuestos a dar solución personalizada, es nuestro compromiso garantizar la satisfacción de nuestros clientes.

4.4.5 Visión

Llegar a ser una empresa líder y reconocida por nuestros clientes por la óptima calidad y atención que se brinde.

4.5 Objetivos

4.5.1 Objetivo General

Ofrecer a la población un servicio diferente que facilite el desarrollo de los eventos sociales de manera que genere satisfacción al cliente.

4.5.2 Objetivos Específicos

Brindar un servicio personalizado con calidad.

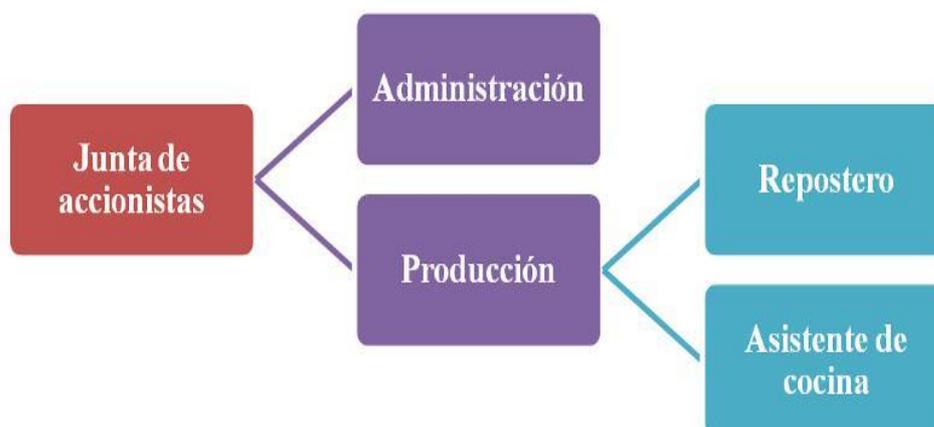
Contribuir al bienestar social generando plazas de empleo.

Proponer estrategias con el fin de reducir costos y gastos.

Instaurar estrategias que permitan el reconocimiento del cliente.

4.6 Organigrama estructural de la Microempresa

Figura 21 Organigrama de la Microempresa Dulcemente Catering Dessert



Elaborado por: La autora

4.6.1 Descripción de las funciones

Es importante destacar que la microempresa contará con poco personal es por esta razón que cada miembro debe tener definido su papel dentro de la misma, para optimizar los recursos humanos se empleará perfiles específicos dentro de los cuales se mencionará aspectos desde académicos y las funciones o actividades destinadas a desarrollar dentro de la empresa.

4.6.1.1 Junta de Accionistas

Funciones:

Conocer acerca de las finanzas de la microempresa

Tomar decisiones a favor de la microempresa.

Determinar cambios en los estatutos de la microempresa.

4.6.1.1.1 Administrador

Funciones:

Será el representante legal.

Realizará los presupuestos y verificará los estados financieros.

Se encargará de la supervisión en la microempresa

Encargado de la planificación y organización de los eventos en los que participara la microempresa.

Efectuará las reuniones para cotizar precios con los distintos proveedores.

Tomará decisiones administrativas, ayudará en la resolución de conflictos y considerará las sugerencias o comentario que se den tanto del empleado como del cliente.

Manejara las páginas sociales, promociones y la publicidad de la microempresa.

Requisitos:

Edad: 25-35 años.

Estudios: Ingeniería Comercial o carreras a fines.

Experiencia: 1 año mínimo en cargos similares.

Debe poseer las siguientes características: Liderazgo, organizado, trabajo bajo presión, manejo de buenas relaciones interpersonales, trabajo de equipo.

4.6.1.1.2 Producción

Repostero

Funciones:

Elaborara con la materia prima los postres según llegue el pedido, esto será conestado por el administrador.

Sera el encargado como jefe principal dentro de la cocina.

Efectuará la decoración según el motivo o tema que se describa con antelación.

Requisitos:

Edad: 23-35 años

Estudio: Estudiante de gastronomía con especialización en repostería.

Experiencia: 2 años mínimos

Debe poseer las siguientes características: Creativo, organizado, trabajo bajo presión, responsable.

Adicional debe contar con disponibilidad de tiempo.

Asistente de cocina

Funciones:

Sera el encargado de mantener limpio el área de producción.

Verificará que la materia prima este en óptimas condiciones.

Reportará el daño de alguna materia prima, maquinaria.

Ayudará en labores de la cocina.

En caso de ser necesario realizará otras actividades dependiendo del evento.

Requisitos:

Edad: 23- 32 años

Estudios: Estudiante de gastronomía

Experiencia: No requiere

Sexo: Masculino/ Femenino

Debe poseer las siguientes características: Responsabilidad, organizado, trabajo a precisión.

4.7 Responsabilidad social de la Microempresa

La microempresa valora el medio ambiente por esta razón se aplicará la diferenciación, con respecto a los desechos de manera que se clasifiquen los materiales la idea es aportar al reciclaje para que de esta manera se genere una reducción en la contaminación ambiental.

4.8 Valores Empresariales

Son las inclinaciones morales que tendrá la microempresa, estos ayudan precisamente a llegar a resultados positivos para establecer un contraste entre la competencia.

4.8.1 Responsabilidad

Cumplir con las obligaciones y compromisos previstos por la empresa con la mayor seriedad y profesionalismo posible tomando las mejores decisiones para posteriormente asumir dichos resultados.

4.8.2 Honestidad

La microempresa está comprometida con este valor, ya que a través de este llegaremos a obtener la confianza del cliente, ofreciendo un excelente servicio que contenga principios de sinceridad para no ejercer sobre el cliente una idea errónea.

4.8.3 Trabajo en equipo

Se operará como una unidad, recordando que la integración y participación en grupo es decisivo para alcanzar mejores resultados.

4.8.4 Eficiencia

La actividad comercial se desarrollará con la mayor precisión, se contará con excelente personal que garantizará la entrega y la calidad del servicio, esperando que sea del agrado del cliente.

4.9 Análisis Porter

4.9.1 Amenaza de entrada de nuevos competidores

La probabilidad de que aparezcan nuevos competidores siempre es alta y más aun en una ciudad tan dinámica y cambiante como Guayaquil, la población constantemente se mantiene activa por lo que este punto se puede considerar como una amenaza fuerte para la microempresa.

4.9.2 Amenaza de posibles productos sustitutos

En la ciudad de Guayaquil existe una diversa variedad de empresas con locales ya posicionados que ofrecen repostería. Este punto está considerado en un nivel alto ya que no siempre se podrá contratar un catering y en contraste cuando se quiera adquirir postres se podrá acceder a una gama de empresas en el mercado que ofrecen repostería.

4.9.3 Poder de negociación de los clientes

El cliente siempre será el que maneje la negociación dentro del mercado, el tendrá la potestad de poder elegir la opción que mejor se ajuste a su presupuesto pues existen diversas empresas dentro de Guayaquil dedicadas a brindar el servicio de catering si bien es cierto estas abarcan todo la gama de alimentos, la microempresa Dulcemente se especializará en postres la idea es establecer una diferenciación tanto de precios como de calidad.

4.9.4 Poder de negociación de los proveedores

Los proveedores con los que contará la microempresa serán seleccionados en base a la calidad de sus materiales, precios y facilidades de pago. Para esto se realizará como mínimo 3 cotizaciones diferentes para seleccionar el idóneo.

En la ciudad de Guayaquil existen diversos locales que ofrecen venta de materiales para la repostería y pastelería, por lo cual es poco probable no contar con algún ingrediente a utilizar en particular. (Ver anexo 9).

4.9.5 Rivalidad entre competidores existentes.

Los competidores directos son las diferentes empresas que ofrecen el servicio de catering, estas se basan en varias especialidades, entre ellas se puede mencionar: Chef Express, Bunde Catering, Trébol Verde, Único, Habichuelas Catering, entre otras el problema de estas empresas es que a pesar de tener variedad en su menú, no le dan el valor agregado para captar más clientes.

En lo que respecta a la competencia indirecta tenemos a las empresas que ofrecen repostería directa en sus locales tales como Dolupa, El Saloncito, Galleta Pecos, Bombon's entre otras.

4.10 Análisis del entorno PEST

El análisis PEST es un instrumento muy útil el cual contiene factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos generalmente este tipo de análisis se lo utiliza para evaluar el mercado en el que se desenvolverá la empresa.

Político/Legal

Las regulaciones que se determinan dentro del estado Ecuatoriano y en particular dentro de la ciudad de Guayaquil son de suma importancia ya que lo que se espera por medio de estas leyes es proteger la salud del consumidor. Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia (ARCSA) es el encargado de establecer parámetros de tipo sanitario, este se encarga de efectuar visitas e inspecciones necesarias.

Toda empresa necesita regirse por normativas de tipo de legal para establecerse dentro de un mercado, debe tomarse en consideración todo lo relacionado con el sueldo, seguros y bonificaciones especiales para el empleado.

Actualmente el gobierno del Ecuador protege los derechos del consumidor a través de leyes las cuales procuran que este no caiga en engaños o falsa publicidad.

Económico

El país atraviesa una recesión económica el terremoto que devasto ciertas provincias de la costa, afectando parte de Guayaquil dejando a los ciudadanos con cierta incertidumbre. Las ventas bajaron de forma considerable muchos negocios

desapreciaron completamente provocando un incremento en la tasa de desempleo el gobierno implemento estrategias de emergencias para socorrer a estas provincias tomó como medidas preventivas subir ciertos porcentajes tales como el IVA que paso del 12% al 14% esto perjudica en gran parte a los sectores comerciales, ya que estos se ven obligados a incrementar los precios. Los excesos de aranceles que ha impuesto el gobierno afectan al empresario tanto extranjero como local. Dicho esto es importante indicar que la población económicamente activa (PEA) del Guayas es de 53.3%, según la última encuesta se registro a nivel nacional un 5.3% como tasa de desempleo (INEC 2016).

Social

La actitud consumista que se mantiene, actualmente determina el estilo de vida y define un estatus dentro de la sociedad, los ecuatorianos en general mantienen una cultura activa constantemente festejan.

Los ciudadanos en general mantienen una vida social muy activa y Guayaquil cuenta con un sin número de lugares tales como los restaurantes, clubes, bares y otros la idea es siempre celebrar con amigos o familiares y degustar de buenos platillos.

Tecnológico

La tecnología ha tenido un gran repunte en el Ecuador la cultura lo ha adoptado de manera que en la actualidad es considerado como un servicio básico, la población absorbe información a través de las distintas redes sociales. La microempresa requiere que se establezca una permanente comunicación de manera que el uso de las redes sociales es la forma más corta de llegar al cliente.

4.11 Análisis Foda

El análisis FODA es una herramienta la cual consiste en determinar las ventajas y desventajas que se presentan dentro de una empresa y su entorno, los cuatro puntos son vitales ya que por medio de estos se establecerá un conocimiento más preciso donde se indican los factores que causan impacto en la empresa y su entorno.

Tabla 18 Matriz Foda del proyecto Dulcemente Catering Desserts

Fortalezas	
F1	Instalaciones adecuadas para la preparación de los productos.
F2	Ubicación de fácil acceso (Sector norte frente a City mal).
F3	Diversificación de productos y servicios.
F4	Promociones del servicio.
Oportunidades	
O1	Se puede acceder a préstamos bancarios.
O2	La competencia no apuesta por publicidad.
O3	La competencia presenta altos precios.
Debilidades	
D1	No somos reconocidos en el mercado
D2	Se cuenta con poco personal.
D3	Dificultad en la movilización ya que no se posee transporte propio.
Amenazas	
A1	Incremento en los aranceles.
A2	Desaceleración económica.
A3	Surgimiento de nuevos competidores.
A4	Inseguridad, robos, asaltos, hurtos.

Elaborado por: La autora

El análisis FODA determino como fortaleza, el hecho de poseer instalaciones ajustadas para la preparación de los productos, esta fortaleza es muy importante ya que el cliente tiene un lugar en donde podrá pedir información además de esta forma se garantiza la calidad del producto y por ende del servicio.

Como oportunidad principal está el apoyo de entidades bancarias las cuales proporcionan la información necesaria para poder acceder a un préstamo con tasas bajas, por tratarse de una microempresa el gobierno impulsa dichos préstamos.

La mayor debilidad es que la microempresa no es reconocida por ser nueva es muy importante tener un reconocimiento antes de posicionarse.

Entre las amenazas que mas perjudican a la microempresa se encuentra el alza en los aranceles, esto provoca que no solo suba la materia prima también el empresario se ve obligado a subir los precios de su producto o servicio lo que afecta directamente al consumidor.

4.12 Proceso del Servicio

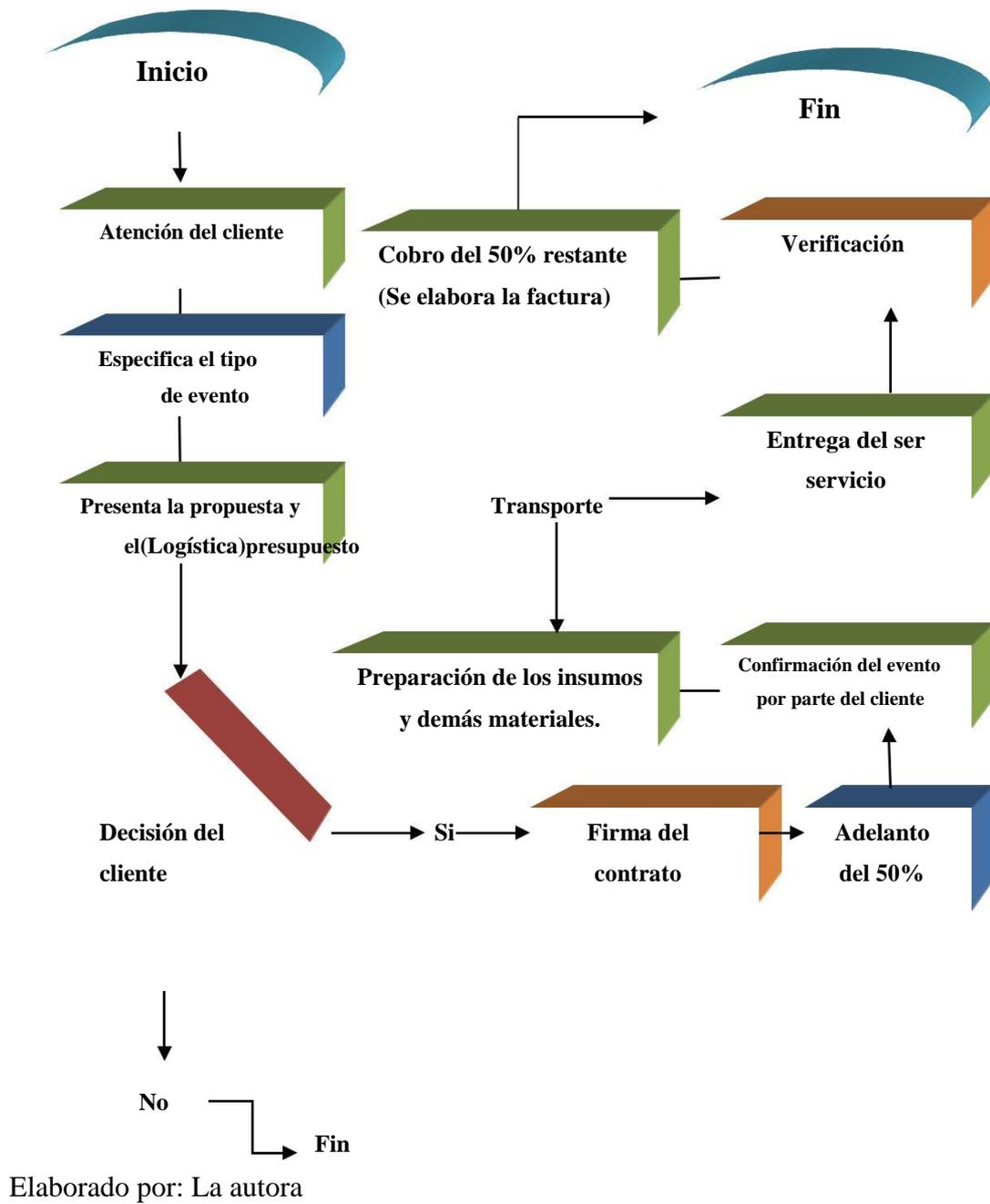
Es vital establecer una estructura donde se pueda visualizar los pasos que se deben efectuar para la correcta prestación del servicio esto permitirá brindar una mejor atención al cliente.

Tabla 19 Símbolos del diagrama de flujo

Símbolo	Significado
	Indica el inicio y el fin del flujo de proceso del servicio.
	Determina cualquier actividad. El color verde indica que se trata del administrador.
	El color azul indica que se trata del cliente.
	El color naranja indica que se trata del cliente y el administrador.
	Determina el punto de decisión.
	Indica movimiento (transporte).
	Conectores

Elaborado por: Normas ISO

Figura 22 Flujo del proceso del servicio



4.12.1 Descripción del proceso del servicio

El proceso del servicio empezará cuando el cliente llegue a el local, el encargado de darle la adecuada atención será el administrador el cual se deberá dirigir a este de una forma que sienta seguridad y comodidad, el posible cliente indicara el tipo de evento que realizará lo que llevará al administrador a desplegar un abanico de propuestas en la cual se da a conocer los diferentes precios, llegado a este punto el cliente tomará la decisión si acepta o no alguna de las propuestas.

En el caso de que su respuesta sea no terminará el proceso del servicio y en el caso de que la respuesta sea un si se procederá con la firma de un contrato donde se estipule las condiciones y demás formalidades, el cliente deberá efectuar el pago del 50% dejando como garantía para el cumplimiento del servicio.

El administrador será el responsable de confirmar si el cliente aun desea el servicio pese a la cancelación del 50% el cual no será desembolsado según lo estipulado en el contrato esto en caso de que el cliente no requiera el servicio pero si este confirma de manera positiva se empieza a desarrollar el pedido se lo transporta al lugar día y hora indicado con anticipación, se realiza una rápida inspección y se verifica que todo esté de acuerdo al pedido del cliente, se constata con el cliente y si está este satisfecho y se ha cumplido con todo lo convenido el cliente debe cancelar el 50% adeudado se le realizará una factura donde conste la totalidad del pago efectuado y así terminará el proceso del servicio.

4.13 Políticas de ventas

Para adquirir el servicio se requiere firmar un contrato donde se estipula y se considera diferentes declaraciones y cláusulas para el servicio de catering desserts, también se considera un mínimo de unidades de postres e inmuebles establecido en el contrato (Ver anexo 12).

4.14 Marketing Mix

El marketing mix permite acceder a diversas opciones para incrementar las ventas, previo a esto se debe iniciar con una publicidad definida clara en el que se estipule el tipo de servicio a ofrecer.

4.14.1 Producto/Servicio

La empresa Dulcemente Catering Desserts brindará un servicio de catering desserts el cual consiste en llevar los postres hasta el sitio del evento esta microempresa elaborará los postres, adicional a esto se pone a disposición servicios complementarios tales como: la decoración, alquiler de mantelería, servicio de camareros, servicio de limpieza para que de esta manera el cliente tenga mayor satisfacción.

La microempresa tendrá la capacidad de cubrir 34 eventos al mes dentro de los cuales existen por cada pedido 100 postres, un aspecto importante que se menciona en el contrato es que el servicio debe ser solicitado tres días antes del evento de esta manera se obtendrá una mejor organización y se podrá cumplir con todos los pedidos.

En caso de que se incremente los pedidos se podrá atender normalmente debido a que la microempresa cuenta con un sistema donde se debe anticipar todo pedido a efectuarse.

4.14.2 Precio

El precio de los postres estará establecido por volumen es decir la lista a continuación está dada por 25 unidades de cada postre, el precio puede alterarse dependiendo el tipo de servicio que requiera el cliente y también depende en gran parte de las constantes variaciones en el mercado con respecto a la materia prima y por razones de tipo arancelarias dispuestas por el gobierno.

Los encuestados prefieren realizar su pago en efectivo, posteriormente se dispondrá el pago por medio de tarjetas de crédito por el momento se aceptarán los pagos en efectivo.

Tabla 20. Precio de los postres

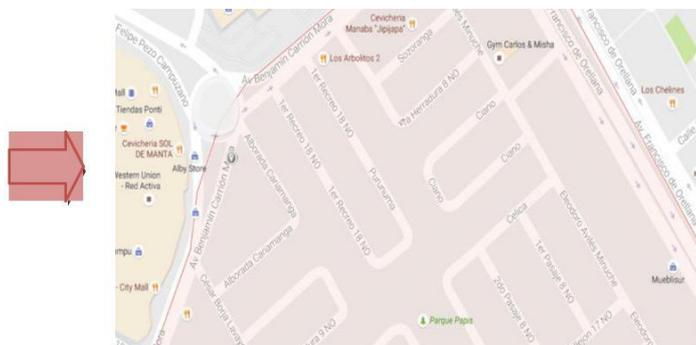
Dulcemente Catering Desserts	
Lista de precios	
Alborada Sexta Etapa Av. Benjamín Carrión	
Descripción	Precio
Suflé	\$31,33
Crepas rellenas de crema	\$31,59
Frutas rojas crujientes con chocolate	\$33,61
Copas de chocolate	\$30,42
Cheesecake de chocolate	\$35,96
Donas	\$29,97
Tarta de queso y fresas	\$32,18
Gelatina de fresa con queso crema	\$31,31
Tarta con Frutas	\$38,55
Mil y una gelatina	\$31,28
Cupcakes con cubierta de crema	\$30,12
Piruletas de oreo	\$27,48
Fresas cubiertas con chocolate	\$13,90

Elaborado por: La autora

4.14.3 Plaza

La propuesta tendrá lugar en la ciudad de Guayaquil, la microempresa tendrá un local el cual es propio, estará ubicada en La Alborada Sexta Etapa en la calle 12 Av. Benjamín Carrión, el local es de una planta. La venta se efectuará de manera directa por medio de un solo distribuidor.

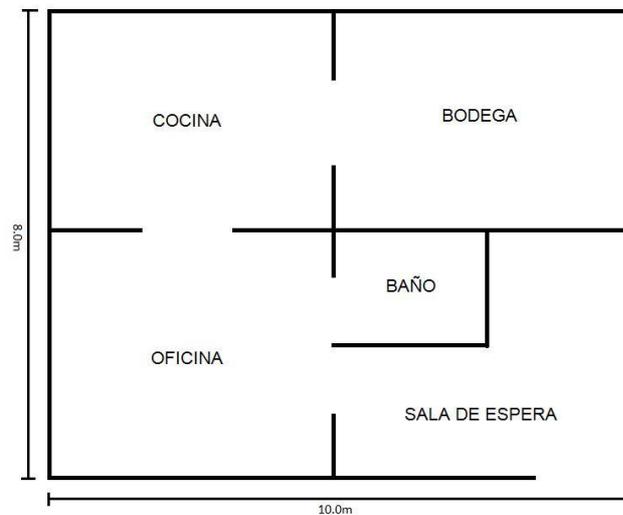
Figura 23. Ubicación de Dulcemente Catering Desserts



Fuente: Google, mapas 2016

Diseño de la instalación

Figura 24 Distribución de la instalación



Elaborado por: La autora

4.14.4 Promoción

La microempresa propone combos los cuales estarán basados en diferentes temáticas con precios especiales y cortesías tales como decoraciones o servicio de limpieza.

Súper Oferta 1

Precio \$ 102,78

25 Cupcakes.

25 Piruletas de oreo.

25 Mil y una gelatina.

25 Fresas cubiertas con chocolate.

Cortesía decoración sencilla de la mesa principal incluye desniveles y accesorios decorativos.

Súper Oferta 2

Precio \$123,88

Una tarta de queso y fresas (rinde 25 porciones).

25 Donas.

25 Copas de chocolate.

25 Gelatina de fresa con queso crema.

Cortesía decoración básica de la mesa principal incluye desniveles y accesorios decorativos, 1 cortina, y 25 sillas.

Súper Oferta 3

Precio \$131,58

Cheescake de chocolate (rinde 25 porciones).

25 Crepas rellenas de crema

25 Frutos rojos crujientes con

chocolate 25 Copas de chocolate

Cortesía decoración básica de la mesa accesorios decorativos y servicio de limpieza.

4.14.5 Publicidad

Debido a la falta de conocimiento por parte de la población en general se debe efectuar un intenso trabajo de tipo publicitario para llegar al cliente y este a su vez sepa de que se trata el servicio que brindaremos y reconozca el término “*catering Desserts*” según la encuesta efectuada se demostró que los encuestados conocen el término “Catering” pero efectivamente desconocen el término “Desserts.

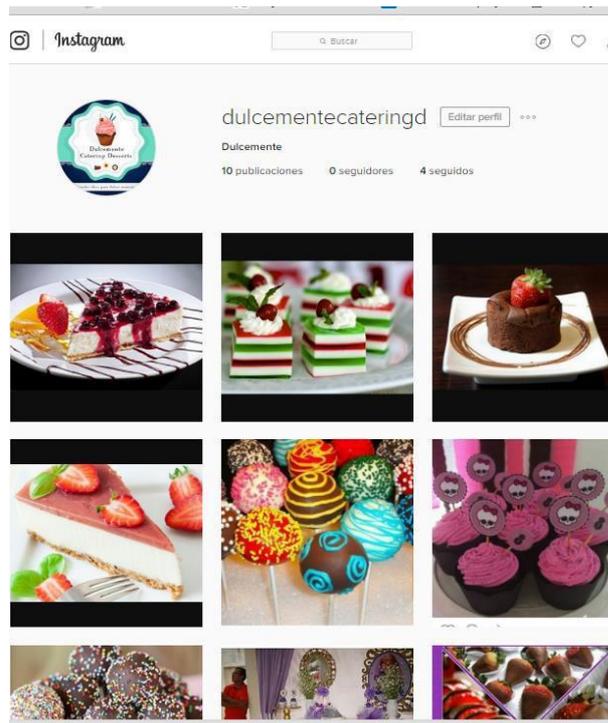
Los medios actuales más importantes para lanzar la publicidad son las redes sociales, la mayoría de la población maneja los diferentes espacios sociales donde se puede apreciar la capacidad de diseño, innovación y emprendimiento de las diferentes empresas.

4.14.5.1 Redes sociales

Las redes sociales son el instrumento de mayor acogida a nivel mundial es una herramienta muy útil al momento de comunicarse es así que se puede disponer de esta en cualquier momento, es un medio económico que permite a través de fotos, videos mostrar al cliente los diferentes servicios o productos en general. La interacción que se da por este medio es muy importante ya que el usuario puede opinar y dar consejos que servirán en lo posterior para mejorar la microempresa.

Dulcemente Catering Desserts manejará dos tipos de redes sociales facebook e instagram, el correo electrónico y el whatsapp.

Figura 25. Página de red social Instagram de Dulcemente Catering Desserts



Elaborado por: La autora

Figura 26. Página de red social Twitter de Dulcemente Catering Desserts



Elaborado por: La autora

4.14.5.2 Tarjetas de presentación

Figura 27. Tarjeta de presentación de la microempresa Dulcemente Catering Desserts



Elaborado por: La autora

4.14.5.3 Banner

Figura 28. Banner de la microempresa Dulcemente Catering Desserts



Elaborado por: La autora

4.14.5.4 Volante

Figura 29. Volante de la microempresa Dulcemente Catering Desserts

**Dulcemente
Catering Desserts.**

Grandes ideas para dulces momentos.

Ofrece:
decoración.

Alquiler:
mantel, cristalería, fuente
de chocolate, sillas, mesas,
servicio de camarero
servicio de limpieza.

Ubicados en: Alborada sexta etapa
avenida Benjamín Carrión.

dulcementeateringd

3067704. 0993870893 @dulcemente d dulcementeateringd@hotmail.com

Elaborado por: La autora

Buzón de sugerencias y quejas

Se utilizará esta herramienta para medir la satisfacción del cliente, este buzón será colocado en la recepción del local. Es una herramienta económica ayudará a los clientes a presentar su opinión, sugerencia o quejas dentro de este punto se considera dos parámetros el primero es cuando el cliente está muy satisfecho y el segundo cuando está realmente insatisfecho, el cliente podrá llenar un pequeño formulario con respuestas objetivas y sencillas además podrá añadir comentarios. También se contará con las páginas de red social en las cuales se podrán añadir los comentarios.

Horario de funcionamiento

La microempresa Sweet Love Catering Desserts, atenderá en el siguiente horario:

Lunes:	No se labora
Martes a viernes:	10:00 a 18:00
Sábados, Domingos y feriados:	10:30 a 17:00

Existirán excepciones en caso de que se presente un evento y este no cubra el horario de labores.

4.15 Análisis Financiero

4.15.1 Inversión

Para determinar la inversión se considero algunos rubros los cuales son vitales para empezar la actividad comercial ya que se necesita adquirir mobiliarios y maquinaria en general además de los gastos de constitución en la siguiente tabla se muestra los valores a incurrir para ejercer la actividad comercial

Tabla 21. Inversión Inicial Microempresa Dulcemente Catering Desserts

Inversión en Capital de Trabajo		Total de Inversión Inicial	
Valor mensual en Costos Fijos	\$1.746,61	Inversión en Activos Fijos	\$10.999,34
Valor mensual en Costos Variables	\$1.912,34	Gasto de Constitución	\$607,56
Inventario	\$502,90	Inversión en Capital de Trabajo	\$4.266,02
Efectivo	\$104,17		
Total	\$4.266,02	Total	\$15.872,92

Elaborado por: La autora

El valor mensual de los costos fijos es de \$1.746,61 se considero: los sueldos, publicidad, servicios básicos y mantenimiento. El valor mensual de los costos variables es de \$1.912,34 se considero: los costos de producción y transporte. Finalmente el inventario es de \$502,90 y ele efectivo que se mantendrá en caja al inicio será \$104,17 de esta manera se dará el inicio de la actividad económica de cada año.

La inversión en activos fijos es de \$10.999,34 contendrá todos los inmuebles, maquinarias y materiales necesarios para iniciar con la producción y elaboración de los postres. Los gastos de constitución están dados con un valor \$607,56 y la inversión en capital de trabajo es de \$4.266,92.

4.15.2 Amortización de la deuda anual

La microempresa contará con un aporte de \$8.872,92 esto será brindado por tres socios el cual representa el 55.9% y un préstamo bancario efectuado al Banecuador de \$7.000,00 que representa el 44.1% dicho préstamo será amortizado en tres años y se establecerá por medio de la tabla de amortización francesa según lo establecido por dicho banco.

Tabla 22. Amortización de la deuda adquirida Microempresa Dulcemente Catering

Amortización de la Deuda Anual					
Años	2017	2018	2019	2020	2021
Pagos por Amortizaciones	\$2.077,24	\$2.323,59	\$2.599,17	0,00	0,00
Pago por Intereses	\$683,17	\$436,81	\$161,24	0,00	0,00
Servicio de Deuda	\$2.760,41	\$2.760,41	\$2.760,41	0,00	0,00

Elaborado por: La autora

4.15.3 Inversión en Activos Fijos

Se considera activos fijos a los inmuebles, maquinaria, equipo de computación, vehículos entre otros, estos como todo lo material mantienen una vida útil la cual será determinada en gran parte por su utilización y dependiendo del artículo se establecerá un porcentaje de depreciación el cual consta en el Reglamento de la Ley Orgánico de Régimen Tributario Interno.

Tabla 23. Porcentaje de Depreciación

Artículo	Porcentaje
Inmuebles	5%
Maquinas y muebles	10%
Vehículos	20%
Equipo de computación	33%

Fuente: Ley Orgánico de Régimen Tributario Interno Artículo 28 Numeral 6

En la tabla anterior se puede observar los porcentajes en los cuales se irá depreciando el bien esta depreciación se dará en forma anual hasta que termine la vida útil del mismo dicho esto el bien tendrá que ser reemplazado.

Toda inversión está constituida por egresos los cuales son necesarios para empezar una actividad comercial, pero estos a medida que transcurre el tiempo se pueden convertir en un generador de entradas y beneficios. Para la puesta en marcha de la microempresa Dulcemente Catering Desserts se requiere de una inversión en Activos Fijos de \$10.999,34 (ver anexo 16).

4.15.4 Presupuesto de ventas

Tabla 24. Proyección de las ventas de la Microempresa Dulcemente Catering Desserts

Dulcemente Catering Desserts					
Ventas Proyectadas para 5 años					
Postres	2017	2018	2019	2020	2021
Suflé	\$ 3.007,20	\$ 3.262,08	\$ 3.538,55	\$ 3.838,46	\$ 4.163,79
Crepas rellenas de crema	\$ 1.819,30	\$ 1.973,49	\$ 2.140,75	\$ 2.322,19	\$ 2.519,01
Frutas rojas crujientes con chocolate	\$ 2.580,96	\$ 2.799,71	\$ 3.037,00	\$ 3.294,40	\$ 3.573,62
Copas de chocolate	\$ 3.504,24	\$ 3.801,24	\$ 4.123,42	\$ 4.472,90	\$ 4.852,00
cheesecake de chocolate	\$ 3.451,68	\$ 3.744,23	\$ 4.061,57	\$ 4.405,81	\$ 4.779,22
Donas	\$ 4.603,20	\$ 4.993,34	\$ 5.416,56	\$ 5.875,64	\$ 6.373,62
Tarta de queso y fresas	\$ 1.067,52	\$ 2.680,58	\$ 2.907,77	\$ 3.154,22	\$ 3.421,55
Gelatina de fresa con queso crema	\$ 3.005,64	\$ 3.260,38	\$ 3.536,72	\$ 3.836,47	\$ 4.161,63
Tarta con Frutas	\$ 5.921,28	\$ 6.423,14	\$ 6.967,53	\$ 7.558,06	\$ 8.198,65
Mil y una gelatina	\$ 5.404,32	\$ 5.862,36	\$ 6.359,23	\$ 6.898,20	\$ 7.482,86
Cupcakes con cubierta de crema	\$ 8.095,92	\$ 8.782,09	\$ 9.526,42	\$ 10.333,83	\$ 11.209,67
Piruletas de oreo	\$ 7.385,28	\$ 8.011,22	\$ 8.690,21	\$ 9.426,75	\$ 10.225,71
Fresas cubiertas con chocolate	\$ 4.003,20	\$ 4.342,49	\$ 4.710,54	\$ 5.109,78	\$ 5.542,86
Ventas Totales	\$ 53.849,74	\$ 59.936,35	\$ 65.016,26	\$ 70.526,71	\$ 76.504,20

Elaborado por: La autora

El presupuesto de ventas contendrá todos los ingresos esperados, estos datos tienen conexión con la encuesta que se realizó anteriormente, para esta proyección se considerará la tasa de inflación vigente según el Banco Central del Ecuador la cual es 3.31% y se estima el 5% como porcentaje de incremento a los pedidos . Se estima un precio promedio de \$30,59 considerando los trece postres y su cantidad de 25 porciones o unidades (ver anexo 23 y 24).

4.15.5 Presupuesto de costos y gastos

Dentro de este presupuesto se detalla todos los gastos que se originan para el desarrollo de la actividad comercial, es así que se considera los gastos ocasionados por los servicios básicos. El gasto que se establece como mas alto es el servicio básico de luz, debido a que se posee local propio esto provoca una disminución significativa en gastos.

4.15.5.1 Gastos por Servicios Básicos

Los gastos por servicios básicos se presentan de manera permanente, puesto que se requieren para el funcionamiento de la microempresa no es un rubro elevado a que se cuenta con local propio.

Tabla 25. Presupuesto de Gastos por Servicios Básicos anual

Microempresa Dulcemente Catering Desserts

Dulcemente Catering Desserts		
Servicios Básicos		
Concepto	Gasto/Mes	Gasto/Anual
Luz	\$100,00	\$1.200,00
Gas	\$12,00	\$144,00
Agua	\$25,00	\$3.00,00
Teléfono e internet	\$33,00	\$396,00
Total	\$170,00	\$2.040,00

Elaborado por: La autora

4.15.5.2 Gastos de Publicidad

Los gastos de publicidad provendrán exclusivamente por motivo de impresión de banner, tarjetas de presentación, volantes y catálogos en los cuales se podrá apreciar los postres y su precio, la publicidad se dará más en el área de redes sociales no obstante se invierte también en impresiones por motivo de que no todos manejan las redes sociales y para brindar una mejor información.

Tabla 26. Presupuesto Publicitario anual Microempresa Dulcemente
Catering Desserts

Presupuesto Publicitario			
Medio	Costo /Pauta	# De Pautas	Costo/Año
Banner	\$60,00	1	\$60,00
Tarjetas	\$25,00	2	\$50,00
Catálogo	\$10,00	2	\$20,00
Volantes	\$60,00	2	\$120,00
Total			\$250,00

Elaborado por: La autora

4.15.5.3 Gastos fijos consolidados

Dentro de estos gastos anuales se establecen los sueldos los cuales ya está considerado los beneficios de los trabajadores, los gastos de servicio básico, gastos de publicidad y de mantenimiento.

El gasto en sueldos mensual es de \$1.515,68 el gasto en publicidad es \$20,83 el gasto de mantenimiento \$40,10 y los servicios básicos \$170,00.

Tabla 27. Gastos fijos proyectados Microempresa Dulcemente Catering Desserts

Dulcemente Catering Desserts					
Gastos Fijos anuales					
Gastos	2017	2018	2019	2020	2021
Gasto de Sueldos	\$18.188,14	\$22.061,12	\$22.064,72	\$22.068,32	\$22.071,92
Servicios básicos	\$2.040,00	\$2.043,60	\$2.047,20	\$2.050,80	\$2.054,40
Gasto de Publicidad	\$250,00	\$253,60	\$257,20	\$260,80	\$264,40
Gasto de Mantenimiento	\$481,20	\$484,80	\$488,40	\$492,00	\$495,60
Total	\$20.959,34	\$24.843,12	24857,52	\$24.871,92	\$24.886,32

Elaborado por: La autora

4.15.5.4 Costos Variables proyectados

Se considera los rubros como materia prima y los de transportes dentro de estos valores es considerado el alza del 5% como incremento anual y una tasa de inflación de 3.31%.

Tabla 28. Costos Variables proyectados Microempresa Dulcemente Catering Desserts

Costos Variables	2017	2018	2019	2020	2021
Producción (Materia Prima)	\$22.519,14	\$24.496,32	\$26.647,10	\$28.986,72	\$31.531,75
Transporte	\$4.800,00	\$5.040,00	\$5292,00	\$5.556,60	\$5.834,43
Total	\$27.319,14	\$29.536,32	\$31.939,10	\$34.543,32	\$37.366,18

Elaborado por: La autora

4.15.5.5 Costos Totales proyectados

Los costos totales están conformados por los costos variables y fijos dentro de estos se considera los sueldos, gastos por materiales, muebles y enseres y todos aquellos gastos que se ocasionaron para la realización de la actividad comercial.

Tabla 29. Costos totales proyectados Microempresa Dulcemente Catering Desserts

Dulcemente Catering Desserts					
Costos Totales Proyectados					
Tipo de Costos	2017	2018	2019	2020	2021
Costos Fijos	\$20.959,34	\$24.843,12	\$24.857,52	\$24.871,92	\$24.886,32
Costos Variables	\$27.319,14	\$29.536,32	\$31.939,10	\$34.543,32	\$37.366,18
Total	\$48.278,48	\$54.379,44	\$56.796,62	\$59.415,23	\$62.252,49

Elaborado por: La autora

4.15.6 Balance General proyectado

Tabla 30. Balance general proyectado Microempresa Dulcemente Catering Desserts

	Estado de Situación Financiera Catering Desserts Proyectado del 2017 al 2021					
	Año 0	2017	2018	2019	2020	2021
Activos						
Activo corriente						
Efectivo y equivalente al efectivo	3763,12	\$ 6.573,97	\$ 8.194,11	\$ 12.456,95	\$ 21.449,26	\$ 32.584,87
Inventario	502,9	\$ 502,90	\$ 502,90	\$ 502,90	\$ 502,90	\$ 502,90
Total Activos corrientes	4266,02	\$ 7.076,87	\$ 8.697,01	\$ 12.959,85	\$ 21.952,16	\$ 33.087,77
Activo Fijo						
Propiedad planta y equipo	10999,34	\$ 10.999,34	\$ 10.999,34	\$ 10.999,34	\$ 10.999,34	\$ 10.999,34
Depreciación activos	0	\$ 1.069,81	\$ 2.139,62	\$ 3.209,43	\$ 4.142,58	\$ 5.075,73
Total activos fijos	10999,34	\$ 9.929,53	\$ 8.859,72	\$ 7.789,91	\$ 6.856,76	\$ 5.923,61
Activo diferido						
Gasto de constitución	607,56	\$ 607,56	\$ 607,56	\$ 607,56	\$ 607,56	\$ 607,56
Amortización activos diferidos	0	\$ 121,51	\$ 243,02	\$ 364,54	\$ 486,05	\$ 607,56
Total Activos diferidos	607,56	\$ 486,05	\$ 364,54	\$ 243,02	\$ 121,51	\$ -
Total activos	15872,92	\$ 17.492,45	\$ 17.921,26	\$ 20.992,78	\$ 28.930,43	\$ 39.011,38
Pasivos						
Pasivo corriente						
Cuentas por pagar	2.077,24	\$ 2.323,59	\$ 2.599,17			
Impuesto por Pagar		\$ 691,30	\$ 747,67	\$ 1.312,38	\$ 1.926,61	\$ 2.534,41
Participación de trabajadores		\$ 554,52	\$ 599,73	\$ 1.052,71	\$ 1.545,41	\$ 2.032,95
		\$ 3.569,41	\$ 3.946,56	\$ 2.365,09	\$ 3.472,03	\$ 4.567,35
Pasivo no corriente						
Documentos por pagar	4.922,76	\$ 2.599,17	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total de Pasivo	7.000,00	\$ 6.168,57	\$ 3.946,56	\$ 2.365,09	\$ 3.472,03	\$ 4.567,35
Patrimonio						
Capital	8.872,92	\$ 8.872,92	\$ 8.872,92	\$ 8.872,92	\$ 8.872,92	\$ 8.872,92
Reserva legal 10%		\$ 245,10	\$ 510,18	\$ 975,48	\$ 1.658,55	\$ 2.557,11
Utilidad del ejercicio		\$ 2.205,86	\$ 2.385,74	\$ 4.187,69	\$ 6.147,65	\$ 8.087,06
Utilidades retenidas			\$ 2.205,86	\$ 4.591,60	\$ 8.779,29	\$ 14.926,94
Total de Patrimonio	8.872,92	\$ 11.323,88	\$ 13.974,70	\$ 18.627,68	\$ 25.458,40	\$ 34.444,02
Total de Pasivo + Patrimonio	15.872,92	\$ 17.492,45	\$ 17.921,26	\$ 20.992,78	\$ 28.930,43	\$ 39.011,38

Elaborado por: La autora

4.15.7 Estado de resultado proyectado

En el Estado de Resultado se observa una utilidad inicial de \$2.205,86 la cual posteriormente va en aumento según la proyección.

Tabla 31 Estado de resultado proyectado Microempresa Dulcemente Catering Desserts

Estado de Resultados					
Catering Desserts					
Proyectado					
	2017	2018	2019	2020	2021
VENTAS NETAS	\$ 53.849,74	\$ 59.936,35	\$ 65.016,26	\$ 70.526,71	\$ 76.504,20
Materia prima	\$ 22.519,14	\$ 24.427,75	\$ 26.498,13	\$ 28.743,98	\$ 31.180,17
Utilidad en ventas	\$ 31.330,59	\$ 35.508,60	\$ 38.518,13	\$ 41.782,73	\$ 45.324,03
Gastos					
Gastos de Personal	\$ 18.188,14	\$ 22.061,12	\$ 22.064,43	\$ 22.067,74	\$ 22.071,05
Servicios básicos	\$ 2.040,00	\$ 2.043,31	\$ 2.047,62	\$ 2.049,93	\$ 2.053,24
Depreciación Activos	\$ 1.069,81	\$ 1.069,81	\$ 1.069,81	\$ 933,15	\$ 933,15
Amortización gastos constitución	\$ 121,51	\$ 121,51	\$ 121,51	\$ 121,51	\$ 121,51
Gastos de mantenimiento	\$ 481,20	\$ 484,51	\$ 487,82	\$ 491,13	\$ 494,44
Gasto publicidad	\$ 250,00	\$ 253,31	\$ 256,62	\$ 259,93	\$ 263,24
Gasto de transportación	\$ 4.800,00	\$ 5.040,00	\$ 5.292,00	\$ 5.556,60	\$ 5.834,43
Gasto de interés	\$ 683,17	\$ 436,81	\$ 161,24	\$ -	\$ -
Utilidad del Ejercicio	\$ 3.696,77	\$ 3.998,22	\$ 7.018,08	\$ 10.302,75	\$ 13.552,97
Participación de trabajadores 15%	\$ 554,52	\$ 559,73	\$ 1.052,71	\$ 1.545,41	\$ 2.032,95
Utilidad antes Impuesto Renta	\$ 3.142,25	\$ 3.398,49	\$ 5.965,37	\$ 8.757,33	\$ 11.520,03
Impuesto a la Renta 22%	\$ 691,30	\$ 747,67	\$ 1.312,38	\$ 1.926,61	\$ 2.534,41
Utilidad después de Impuesto	\$ 2.450,96	\$ 2.650,82	\$ 4.652,99	\$ 6.830,72	\$ 8.985,62
Reserva Legal 10%	\$ 245,10	\$ 265,08	\$ 465,30	\$ 683,07	\$ 898,56
Utilidad del Ejercicio	\$ 2.205,86	\$ 2.385,74	\$ 4.1487,69	\$ 6.147,65	\$ 8.087,06

Elaborado por: La autora

Se considero dentro de la proyección del estado de resultado los beneficios correspondientes a los trabajadores uno de los más relevantes es el de la Participación en las Utilidades con un estimado del 15%, el Impuesto a la Renta con el porcentaje establecido por el organismo competente además de la Reserva Legal la cual se dispone con un 10% todos los porcentajes anteriormente expuesto son los márgenes que considera la ley.

4.15.8 Flujo de caja proyectado

El flujo de caja proyectado muestra en el primer año de operación un valor de \$2.810,85 mostrando un crecimiento constante a medida de cada año. La recuperación de la inversión se la logra obtener en los tres años y diez meses.

Tabla 32. Flujo de caja proyectado Microempresa Dulcemente Catering Desserts

Estado de Flujo de Efectivo por el método Directo						
PROYECCION 2017 AL 2021						
(Cifras expresadas en dólares)						
Rubro	Año	2017	2018	2019	2020	2021
Flujo de efectivo de actividades de operación						
Clase de cobros por actividades de operación		\$53.849,74	\$59.936,35	\$65.016,26	\$70.526,71	\$76.504,20
Clase de pagos por actividades de operación		-\$48.278,48	-\$54.310,00	-\$56.645,61	-\$59.169,30	-\$61.896,57
Otras entradas (salidas) de efectivo						
Utilidad a Trabajadores			-\$ 554,52	-\$599,73	-\$1.052,71	-\$1.545,41
Impuesto a la renta			-\$ 691,30	-\$747,67	-\$1.312,38	-\$1.926,61
Flujo neto efectivo por actividades de operación		\$5.571,26	\$4.380,54	\$7.023,24	\$8.992,31	\$11.135,61
Flujo de efectivo de actividades de inversión						
Adquisiciones de Propiedad, Planta y equipo	\$10.999,34					
Otras entradas (salidas) de efectivo (CAP. TRAB.)	\$4.873,58					
Flujo neto efectivo por actividades de inversión	\$15.872,92					
Flujo de efectivo de actividades de financiamiento						
Pago de préstamos		\$2.760,41	\$2.760,41	\$2.760,41	-	-
Otras entradas (salidas) de efectivo						
Flujo neto efectivo por actividades de financiamiento		-\$2.760,41	-\$2.760,41	-\$2.760,41	-	-
Incremento flujo de efectivo y equivalentes al efectivo	\$15.872,92	\$2.810,85	\$1.620,13	\$4.262,84	\$ 8.992,31	\$11.135,61
Efectivo y equivalentes al efectivo al inicio del período			\$2.810,85	\$4.430,99	\$8.693,82	\$17.686,14
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período	\$15.872,92	\$2.810,85	\$4.430,99	\$8.693,82	\$17.686,14	\$28.821,75

Elaborado por: La autora

4.15.9 Punto de Equilibrio

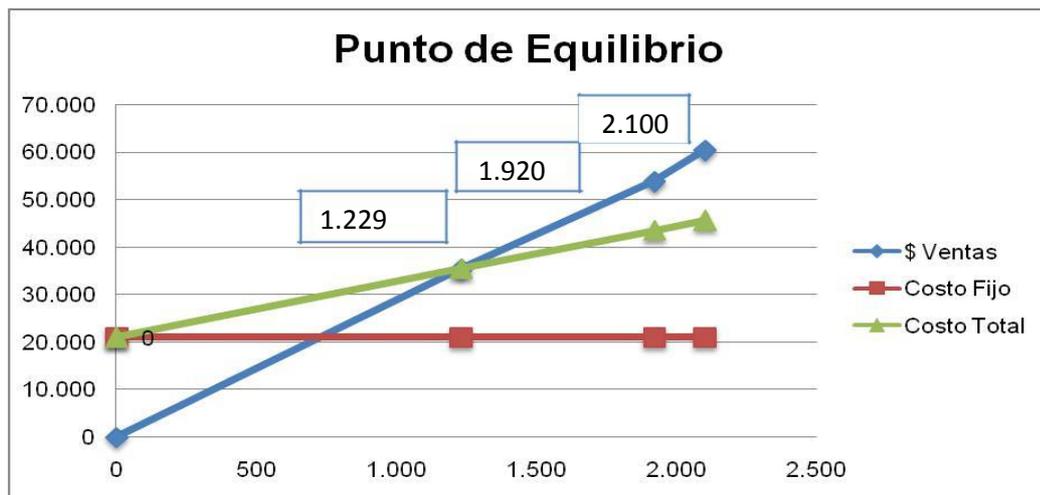
El punto de equilibrio se refiere exclusivamente a determinar las unidades que se deben vender para establecer un punto en el que no exista ni pérdida ni ganancia, para efectuar este punto se requiere de datos tales como la cantidad que se espera vender, el precio de venta, los costos variables y fijos por medio de este punto se puede conocer directamente el beneficio.

Tabla 33. Punto de Equilibrio Microempresa Dulcemente Catering Desserts

Punto de Equilibrio							
Postres	Numero de pedidos	%Participación	Precio	Costo Variable	Margen	Margen Ponderado	Punto de Equilibrio (Por pedido)
Suflé	96	5%	31,33	12,53	18,80	0,94	61
Crepas rellenas de crema	58	3%	31,59	15,79	15,79	0,47	37
Frutas rojas crujientes con chocolate	77	4%	33,61	13,44	20,16	0,81	49
Copas de chocolate	115	6%	30,42	12,17	18,25	1,10	74
Cheescake chocolate	96	5%	35,96	17,98	17,98	0,90	61
Donas	154	8%	29,97	11,99	17,98	1,44	98
Tarta de queso y fresas	77	4%	32,18	12,87	19,31	0,77	49
Gelatina de fresa con queso crema	96	5%	31,31	11,39	19,92	1,00	61
Tarta con Frutas	154	8%	38,55	15,42	23,13	1,85	98
Mil y una gelatina	173	9%	31,28	12,51	18,77	1,69	111
Cupcakes con cubierta de crema	269	14%	30,12	12,05	18,07	2,53	172
Piruletas de oreo	269	14%	27,48	10,99	16,49	2,31	172
Fresas cubiertas con chocolate	288	15%	13,90	5,56	8,34	1,25	184

Elaborado por: La autora

Tabla 34. Punto de Equilibrio Microempresa Dulcemente Catering Desserts



Elaborado por: La autora

Se requiere facturar un total de \$35.378,00 para cubrir gastos y costos relacionados con la producción con este valor la microempresa no gana pero tampoco pierde dicho esto se puede apreciar que si se factura \$53.850,00 se establece un beneficio de \$10.371,00 y en el mejor de los casos si las ventas aumentan y se factura en ventas \$60.433,00 si obtendrá un beneficio de \$14.844,00.

4.15.9.1 Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR)

Tabla 35. Indicadores financieros

Parámetro	Año	Flujo efectivo
Inversión inicial	0	(\$15.872,92)
Flujo efectivo	1	\$2.810,85
	2	\$4.430,99
	3	\$8.693,82
	4	\$17.686,14
	5	\$28.821,75
TIR		44%
VAN		\$19.911,76
Tasa de descuento		15,14%
Relación Beneficio/Costo		1,25
Periodo de recuperación		3.10

Elaborado por: La autora

Por medio de los datos obtenidos se logró establecer que el proyecto es viable ya que posee una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 44% lo cual indica que el proyecto es llamativo, el Valor Actual Neto (VAN) es \$19.911,76 se puede deducir que la puesta en marcha de esta microempresa de Catering Desserts es viable. El periodo de recuperación se establece en tres años y 10 meses.

Dentro del esquema financiero se considero el 5% como incremento tanto de los pedidos como de los precios tomando en consideración la tasa de inflación actual 3,31% cabe recalcar que para las proyecciones solo se considero los postres debido a que se especializa en postres, no obstante se pueden producir más ingresos debido a los demás servicios que se ofrecen.

Conclusiones

Las bases teóricas que se utilizaron fueron de vital importancia para la guía en esta propuesta, los conceptos y fragmentos citados por especialistas fueron la base para el desarrollo de este proyecto.

El análisis FODA es una herramienta para conocer con mayor precisión las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la microempresa fue un análisis interno y externo el cual se efectuó y que posteriormente condujo a la verificación para efectuar mejoras dentro de la microempresa.

La microempresa consta del área de administración y la de producción solo se estableció esta dos áreas debido a que es una microempresa que recién empieza con su actividad comercial y estas se destacan la primera por ser el eje que guía la microempresa y la segunda que se encarga de elaborar los postres es importante mencionar que el personal debe poseer versatilidad y predisposición para cumplir diversas funciones dentro de los perfiles se establece con mayor exactitud las habilidades, conocimientos y demás requisitos importantes para los cargos que ofrece la microempresa.

Por medio del estudio de mercado se pudo conocer las preferencias de los encuestados, y se pudo establecer el porcentaje de insatisfacción y la razón de la misma, se logró determinar el servicio que mas agradó a la población encuestada dando como resultado el servicio de alimentación seguido del de decoración.

Se pudo confirmar el medio por el que prefieren que les llegue información sobre el servicio mostrando dentro de la encuesta un alto porcentaje por el medio de redes sociales no obstante también se consideró los medios vistos como tradicionales tales como el banner, las tarjetas de presentación, volantes. Se establecieron precios accesibles considerando siempre el mercado al cual va dirigido, para la determinación de los precios también se consideró el precio que oferta la competencia.

Este negocio está dirigido a las personas económicamente activas e inactivas, es importante recordar que la persona que requiera el servicio puede estar encasillada como económicamente inactiva no obstante el servicio puede ser pagado por algún familiar o amigo por esta razón se toma en consideración este tipo de población. La encuesta fue realizada a 268 personas de las cuales 205 han contratado en alguna ocasión un catering pero la mayoría aseguro que el servicio fue regular generando una insatisfacción.

Finalmente se detalló en el estudio financiero los gastos y costos que se incurren al generar la actividad comercial, también se pudo conocer el monto de la inversión requerida el cual constó con el 55,9% como recursos realizados por los accionistas y el 44,1% los recursos obtenidos por préstamos. Los presupuestos fueron establecidos a 5 años como proyecciones, el resultado de este estudio demostró la viabilidad del proyecto mostrando una Tasa Interna de Retorno del 44% y un Valor Actual Neto de \$19.911,76.

Recomendaciones

Es necesario al momento de realizar una encuesta esta sea lo más sencilla para no aburrir al encuestado y que este de responda con la mayor sinceridad.

El personal que se contrate debe estar preparado y tener la habilidad para trabajar bajo presión cuando exista acumulación de pedidos.

El personal debe conocer el lema, reglamento interno, valores que representan a la microempresa la finalidad es tener personal comprometidos.

La innovación debe ser constante para que de esta manera el cliente no sienta que la microempresa se vuelve desinteresada y despreocupada en la atención debe existir capacitaciones constante internas para adquirir conocimientos que mejoren la calidad y atención de la misma favoreciendo siempre al cliente.

Las promociones y la publicidad deben estar sujetos a términos explícitos de manera que no confundan al cliente y no olvidar la constante innovación asegura en gran parte el éxito.

Una vez establecidos y reconocidos en el mercado se puede pensar en la expansión tomando siempre en cuenta que la calidad y el servicio que se generó en el primer local deben estar en los demás.

Por lo establecido con anterioridad este proyecto puede ser puesto en marcha ya que existe aceptación por parte de la población.

Referencias

- Academia Edu. (2016). Origen del Catering. Recuperado de http://www.academia.edu/9104769/ORIGEN_DEL_CATERING
- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria [ARCSA]. Emisión de permisos de funcionamiento. (2016) Recuperado de <http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/>
- Alcaldía de Guayaquil. (2016). Como obtengo una solicitud Registro de Patente Municipal. Recuperado de <http://www.guayaquil.gob.ec/como-obtengo-una-solicitud-para-registro-de-patente>
- Alvarado, C. (2014). La estructura organizacional según Chiavenato. Recuperado de <https://prezi.com/w3s1pklyhoe/la-estructura-organizacional-segun-chiavenato-es-el-patron-p/>
- Arias, F. (2012). El Proyecto de Investigación (6^{ta} ed.). Recuperado de <http://es.slideshare.net/anafrancescap/libro-el-proyecto-de-investigacion-fidias-arias-ta-edicin-a-color>
- Asamblea Constituyente. (2015). Constitución de la República del Ecuador. Reglamento para la aplicación de la ley de régimen tributario interno (Decreto No.374) Última modificación Decreto No. 580. Recuperado de <http://goo.gl/dpPcVY>
- Asencio, E. Vásquez, B. (2013). *Empresa e iniciativa emprendedora* (2^{da} ed.). Madrid, España: Ediciones Paraninfo
- Asenjo, A. (2016).Origen del catering. Recuperado de http://www.academia.edu/9104769/ORIGEN_DEL_CATERING
- Baca, G. (2013). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc. Graw Hill
- Ban Ecuador.(2016). Crédito a microempresas. Recuperado de <http://www.banecuador.fin.ec/a-quien-financiera/credito-a-microempresas/>

- Ban Ecuador. (2016). Simulador de crédito. Recuperado de <http://www.banecuador.fin.ec/simulador-de-credito/>
- Banco del Pacifico. (2016). Simulador de crédito. Recuperado de <https://www.aplicacionesbp.com.ec:4443/simulador-credito-web/faces/TablaAmortizacion>
- Banco del Pichincha. (2016). Simulador de crédito. Recuperado de <https://www.pichincha.com/portal/Simulador>
- Corporación Ecuatoriana de Servicios de Desarrollo Empresarial [Cesde]. Microempresas. (2011). Recuperado de <http://cesdecorp.org/emprendedores/mipymes-futuro-economia-ecuatoriana/>
- Brunet, B. (2011). *Creación de empresas emprendimiento e innovación*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U
- Casen, E. (2006). Encuestas de Caracterización Socioeconómica Nacional. Santiago, Chile. Recuperado de <http://goo.gl/esBwpwf>
- Carrión, I. Berasategi, L. (2010). *Guía para la elaboración de proyectos*. Ediciones Oskoz Izazelaia José Miguel
- Fred, R. (2013). *Conceptos de administración estratégica* (4^{ta} ed.). México: Pearson Eduacacion
- Galindo, C. (2011). *Formulación y Evaluación de Planes de Negocio* (1^{ra} ed.). Bogotá, Colombia: Ediciones de la U
- Harvard Business Review. (2008). Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia por Michael Porter. Recuperado de http://www.academia.edu/5151135/Las_5_fuerzas_competitivas._Michae_l_Porter

- Hernández, R. Fernández, C. Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (5^{ta} ed.). México: Mc Graw-Hill Interamericana
- INEC. (2016). Recuperado de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Jiménez, N. (2010). Creación de una empresa de servicio de catering empresarial de eventos sociales con servicio personalizado. (Tesis de Grado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador). Recuperado de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/3186>
- Jobber, D. Lancaster, Geoff. (2012). *Administración de ventas* (8^{ava} ed.). México: Pearson Educacion
- Koontz, H. Weihrich, H. Cannice, M. (2012). *Administración: Una perspectiva global empresarial* (14^{ava} ed.). México: Editora El Comercio
- Koontz, H. Weihrich, H. (2013). *Elementos de Administración: Un enfoque internacional y de innovación* (3^{ra} ed.). México: McGraw-Hill/Interamericana Editores S.A.
- Kotler, P. Armstrong, G. (2012). *Marketing* (14^{ava} ed.). México: Pearson Education
- Lovelock, C. Wirtz, J. (2009). *Marketing de servicios personal, tecnología y estrategia* (6^{ta} ed.).México: Pearson Education
- Longenecker, Moore, Pretty, Palich. (2010). *Administración de pequeñas empresas, lanzamiento y crecimiento de iniciativa emprendedoras* (14^{ava} ed.). México: Cengage Learning Editores
- Melo, C. (2011). Proyecto de factibilidad para la implementación de una prestadora de servicios de catering social temático. (Tesis de grado, Universidad Tecnológica Equinoccial). Recuperado de http://repositorio.ute.edu.ec/bistream/123456789/8905/1/47397_1.pdf

- Mesa, M. (2012). *Fundamentos del Marketing* (1^{ra} ed.). Bogotá, Colombia: Eco ediciones
- Ministerio de Salud Pública. (2014). Permiso de Funcionamiento de Locales. Recuperado de <http://www.salud.gob.ec/permiso-de-funcionamiento-de-locales/>
- Ministerio de Trabajo. Fundaciones, Corporaciones y Microempresas Asociativas. Recuperado de <http://www.trabajo.gob.ec/fundaciones-corporaciones-y-microempresas-asociativas/>
- Miranda, J. (2005). *Gestión de proyectos: Identificación, formulación, evaluación financiera-económica-social-ambiental*: MM Editores
- Molina, A. (2011). Estudio para la creación de una empresa productora y comercializadora de bocaditos para eventos sociales en la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi. (Tesis de Grado, Escuela Politécnica del Ejército). Recuperado de <http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/handle/21000/4771>
- Morales, J. Morales, A. (2009). *Proyecto de Inversión*. México. Edición Mc. GrawHill
- Murcia, H. (2010). *Creatividad e innovación en el desarrollo empresarial* (21ava ed.). Bogotá: Ediciones de la U
- Palafox, S. Rodríguez, G. (2012). *Administración: Teoría, procesos, áreas funcionales y estratégicas para la competitividad* (3^{ra} ed.). México: Editorial Mexicana
- Palma, K. (2013). Propuesta para la implementación de un negocio de catering especializado en la atención al sector empresarial vía a la Costa de la ciudad de Guayaquil como alternativa gastronómica saludable. (Tesis de Grado, Universidad Católica De Santiago de Guayaquil) Recuperado de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/325>

- Ramírez, M. (2012) *Emprendimiento y negocios* (3^{ra} ed.). Samborondón, Ecuador: UEES
- Rodríguez, J. (2011). *Métodos de investigación cualitativa*. Revista de Investigación Silogismo. Recuperado de <http://goo.gl/o6V1Bw>
- Servicios de Rentas Internas. Recuperado de [http:// www.sri.gob.ec/de/retencion-de-impuestos](http://www.sri.gob.ec/de/retencion-de-impuestos)
- Soriano, C. (2009-2012). Estrategias de crecimiento de la empresa. Laconi, Italia: Editorial Small Business Research & Publishing
- Ulloa, J. (2013). Proyecto de catering para niñas y niños estudiantes del colegio privado GrowSchool del distrito Metropolitano de Quito. (Tesis de Grado, Universidad Internacional del Ecuador). Recuperado de <http://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/356>
- Uribe, J. (2012). *Plan de negocio para pequeñas empresas* (21^{ava} ed.) Bogotá, Colombia: Ediciones de la U
- Uribe, M. (2011). *Gerencia de servicio alternativa para la competitividad* (1^{ra} ed.). México: Ediciones de la U
- Valencia, P. (2011). El empresario innovador y su relación con el desarrollo económico. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3782848.pdf>

Anexo 1: Estado de conocimiento (Proyectos realizados)

Autor	Año	Nombre del proyecto	Problema	Estrategias Utilizadas	Método Utilizada	Conclusión	Bibliografía
Cristhian Fernando Melo Raza	2011	Proyecto de factibilidad para la implementación de una prestadora de servicios de catering social temático.	Condiciones de éxito o fracaso al lanzar una nueva empresa prestadora de servicios de catering en la ciudad de Quito y ciudades satélites.	Tendencia a retener a los clientes. La importancia de retener a los clientes. Las ventajas de retener a los clientes. Tácticas para retener a los clientes.	Método de Investigación inductivo. Método analítico – sistemático. Método de observación.	Se determina una ventaja competitiva en el mercado ya que no existen muchas empresas que ofrezcan los servicios a brindar por parte de la empresa de catering; es una gran ventaja ya que el mercado objetivo está dispuesto a contratar los ya mencionados servicios.	Universidad Tecnológica Equinoccial
Katherine Elizabeth Palma Cedeño	2013	Propuesta para la implementación de un negocio de catering especializado en la atención al sector empresarial vía a la Costa de la ciudad de Guayaquil como alternativa gastronómica saludable.	Como ofrecer una alternativa alimentaria en el sector empresarial vía a la Costa proporcionando una opción saludable y cómoda.	Poder de negociación de los clientes. Poder de negociación de los proveedores.	Método de Investigación descriptiva. Enfoque cuantitativo. Encuestas.	El Servicio de Catering de almuerzos ejecutivos para el sector Vía a la Costa tiene grandes posibilidades de ser aceptado dentro del mercado y de lograr una participación relevante, lo cual se ve reflejado en el nivel de ventas proyectadas.	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil
Néstor Vicente Jiménez Haro	2010	Creación de una empresa de servicio de catering empresarial de eventos sociales con servicio personalizado.	Necesidades insatisfechas de servicio de catering	Posicionarse estratégicamente en el segmento de mercado escogido a través del análisis de demanda.	Método de Investigación descriptivo. Enfoque cualitativo.	El éxito empresarial está basado en su posicionamiento estratégico como diferenciado, basado en el know-how que brindaría en el servicio, conjuntamente con el posicionamiento de marca.	Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Elaborado por: La autora

Anexo 2: Encuesta



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIO ESPECIALIZADA EN
CATERING PARA EVENTOS SOCIALES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Datos de identificación				
Edad	Sexo		Ocupación	
	M	F	Estudia	<input type="checkbox"/>
<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Trabaja	<input type="checkbox"/>
			Trabaja y estudia	<input type="checkbox"/>
			Quehaceres domesticos	<input type="checkbox"/>

1. ¿Celebra fiestas o eventos con su familia o amigos?

- Siempre
A veces
Nunca

2. ¿Cuál de los siguientes servicios le gustaría contratar?

- | | | | |
|------------------------|--------------------------|-----------------------|--------------------------|
| Alimentación | <input type="checkbox"/> | Servicio de camareros | <input type="checkbox"/> |
| Alquiler de utensilios | <input type="checkbox"/> | Servicio de limpieza | <input type="checkbox"/> |
| Decoración | <input type="checkbox"/> | Todo lo anterior | <input type="checkbox"/> |

3. ¿Conoce usted lo que es el Servicio de Catering?

- Si No

4. ¿Conoce usted alguna empresa que ofrezca el Servicio de Catering en la ciudad de Guayaquil?

- Si No

5. ¿Usted ha contratado alguna vez los servicios de dicha empresa?

- Si No

6. Según su opinión ¿Qué le pareció el servicio que le ofrecieron?

- | | | | |
|-----------|--------------------------|---------|--------------------------|
| Bueno | <input type="checkbox"/> | Pésimo | <input type="checkbox"/> |
| Excelente | <input type="checkbox"/> | Regular | <input type="checkbox"/> |

7. ¿Cómo le gustaría pagar si contratará el servicio de Catering?

- Efectivo
Tarjeta de crédito
Otro medio



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE
GUAYAQUIL
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN**

PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIO ESPECIALIZADA
EN CATERING PARA EVENTOS SOCIALES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

8. ¿En caso de que usted no contratara el servicio de Catering donde compraría los bocaditos o postres?

- | | | | |
|--------------|--------------------------|------------------|--------------------------|
| El Saloncito | <input type="checkbox"/> | Galleta Pecososa | <input type="checkbox"/> |
| Bombon's | <input type="checkbox"/> | Otro | <input type="checkbox"/> |
| Dolupa | <input type="checkbox"/> | | |

9. ¿Por qué prefiere comprar en el lugar seleccionado en la pregunta anterior?

- | | |
|----------------------|--------------------------|
| Buena atención | <input type="checkbox"/> |
| Calidad del producto | <input type="checkbox"/> |
| Precio accesibles | <input type="checkbox"/> |
| Todas las anteriores | <input type="checkbox"/> |

10. ¿Qué medio de comunicación prefiere para recibir publicidad de este tipo de servicio?

- | | | | |
|----------------|--------------------------|----------------|--------------------------|
| Banners | <input type="checkbox"/> | Televisión | <input type="checkbox"/> |
| Hojas volantes | <input type="checkbox"/> | Radio | <input type="checkbox"/> |
| Prensa escrita | <input type="checkbox"/> | Redes sociales | <input type="checkbox"/> |
| Tarjetas | <input type="checkbox"/> | | |

11. ¿Conoce usted lo que es un Catering Desserts?

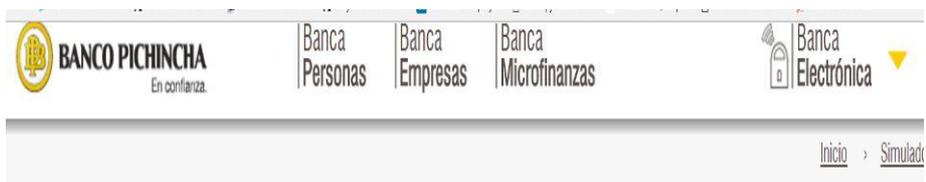
- | | | | |
|----|--------------------------|----|--------------------------|
| Si | <input type="checkbox"/> | No | <input type="checkbox"/> |
|----|--------------------------|----|--------------------------|

Anexo 3: Proyección de la población, por años calendario

GUAYAQUIL										
2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
2.440.553	2.471.180	2.5014.423	2.531.223	2.560.505	2.589.229	2.617.349	2.644.891	2.671.801	2.698.077	2.723.665

Fuente: INEC 2016

Anexo 4: Microcrédito



Simulador de crédito

CONDICIONES Y COSTO TOTAL DEL CREDITO

Fecha: 04/10/2016	Producto: MICROCREDITO (MICROFINANZAS)
Plazo (Meses): 36	Fecha Inicio Pago: 04-nov-2016
Estado Civil: Soltero	Frecuencia de Pago: Mensual
Tasa Interés Nominal: 22.92%	Tipo de Tasa: Reajutable
Tipo de sistema de Amortización: FRANCES	Tasa Contribución Solca: 0,28 %
Valor Bien Inmueble: N/A	

Fuente: Banco del Pichincha 2016



CONDICIONES Y COSTO TOTAL DEL CRÉDITO (Simulación de Crédito)

Los resultados de la simulación así como los valores que están consignados en en esta Hoja de Condiciones y Costo Total del crédito, son de carácter informativo y NO constituyen una pre-aprobación del crédito. No conlleva responsabilidad alguna del Banco del Pacífico S.A. para la entrega de recursos sobre esta simulación.

NOMBRE INSTITUCIÓN FINANCIERA:		BANCO DEL PACIFICO S.A.	
SEGMENTO DE CREDITO:		COMERCIAL <input checked="" type="checkbox"/> CONSUMO <input type="checkbox"/> VIVIENDA <input type="checkbox"/>	
TIPO DE TASA:	FIJA <input type="checkbox"/> VARIABLE <input checked="" type="checkbox"/>	TASA DE INTERÉS NOMINAL DEL CRÉDITO: 11,23	TASA DE INTERÉS EFECTIVA 11,83
TIPO DE TABLAS DE AMORTIZACIÓN:	FRANCESA <input checked="" type="checkbox"/> ALEMÁNA <input type="checkbox"/>	PLAZO DE PAGO DEL	36 meses
PERIODICIDAD DE PAGO:	30	TASA ANUAL DEL COSTO DEL CRÉDITO:	11,82

(*) En caso de mora, se aplicará la tasa máxima de interés moratorio vigente a la fecha en que se produce el vencimiento de la respectiva obligación, que

Fuente: Banco del Pacifico 2016

Beneficios

- Montos desde \$50 a \$54.900.
- Frecuencia de pago personalizado de acuerdo al flujo de caja y al ciclo productivo: mensual, bimensual, trimestral, semestral o al vencimiento.

Características

- Operacionales: Hasta 30 días
- De desarrollo: Hasta 120 meses

Tasa de Interés

Se determina de acuerdo a la política de fijación de tasas de interés del Banco.

Garantías

- BanEcuador apuesta por el desarrollo, por eso aceptará diversos tipos de garantías, consulta a un oficial de negocios para más información.

Requisitos

- Presentación de la cédula de identidad y del certificado de votación del solicitante y cónyuge.
- Copia de la planilla de cualquier servicio básico con una antigüedad no mayor a 2 meses de la fecha de presentación de la solicitud de crédito.
- Certificado laboral
- Plan de inversión del proyecto.
- Consulta a un oficial de negocios para más información sobre los requisitos ya que pueden variar de acuerdo al tipo de crédito.

Fuente: Ban Ecuador 2016

Anexo 5: Leyes

Ley de Superintendencia de Compañías

Compañía de responsabilidad limitada

La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen del comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras “Compañía limitada” o su correspondiente abreviatura (H. Congreso Nacional, Registro Oficial 196 Reformado, Mayo, 2006).

Art. 95. _ La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince; si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía (H. Congreso Nacional, Registro Oficial 196 Reformado, Mayo, 2006).

Del Capital

Art. 102. _El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por la Superintendencia de Compañías. Estará dividido en participantes expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías.

Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y apagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía (H. Congreso Nacional del Ecuador, Registro oficial 196 Reformado, Mayo, 2006).

Ley del Registro Único de Contribuyentes

Art. 3._ De la Inscripción Obligatoria._ Todas las personas naturales y jurídicas, entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez en el Registro Único de Contribuyentes (SRI, 2004, pág. 1).

Reglamento de Registro y Control Sanitario de alimentos

Del Registro Sanitario

Art. 2._ Los alimentos procesados y aditivos alimentarios, en adelante “productos alimenticios”, que se expendan directamente al consumidor en envases definidos y bajo una marca de fábrica o nombres y designaciones determinadas, deberán obtener el Registro Sanitario, mismo que será expedido conforme lo establecido al presente Reglamento (Reglamento de Registro y Control Sanitario, 2013, Acuerdo Ministerial 2912, Registro Oficial 896, pág.2).

Vigilancia Y Control

Art. 37._ Cuando se realicen inspecciones técnicas, la autoridad de salud competente levantara las actas relativas a las condiciones sanitarias o de buenas prácticas de manufactura en el establecimiento objeto de la inspección, y mediante un informe, emitirá las observaciones que fueren pertinentes.

Se establecerá un formulario único de acta de inspección que será diligenciado por la autoridad de salud competente que intervenga en la misma (Reglamento de Registro y Control Sanitario, 2013, Acuerdo Ministerial 2912, Registro Oficial 896, pág.11).

Art. 38._ Si como resultado de la inspección técnica se comprueba que el establecimiento no cumple con las condiciones sanitarias y las buenas prácticas de manufactura, se procederá a consignar las observaciones que fueren del caso en el

informe correspondiente y se concederá un término de treinta (30) días, para su inmediata enmienda, siempre y cuando las observaciones no representen riesgos para la salud de las personas, pues en ese caso se suspenderá la producción (Reglamento de Registro y Control Sanitario, 2013, Acuerdo Ministerial 2912, Registro Oficial 896, pág.11).

Vencido el término mencionado, la autoridad de salud correspondiente verificará el estricto cumplimiento de las exigencias contenidas en el informe y en caso de encontrar que estas no se han cumplido, aplicará las sanciones previstas en la Ley Orgánica de Salud (Reglamento de Registro y Control Sanitario, 2013, Acuerdo Ministerial 2912, Registro Oficial 896, pág.11).

Reglamentos De Buenas Prácticas Para Alimentos Procesados

De las instalaciones

Art. 3._ De las condiciones mínimas básicas: Los establecimientos donde se producen y manipulan alimentos serán diseñados y construidos en armonía con la naturaleza de las operaciones y riesgos asociados a la actividad y el alimento, de manera que puedan cumplir con los siguientes requisitos:

Qué riesgo de contaminación y alteración sea mínimo;

Que el diseño y distribución de las áreas permita un mantenimiento, limpieza y desinfección apropiada que minimice las contaminaciones;

Que las superficies y materiales, particularmente aquellos que están en contacto con los alimentos, no sean tóxicos estén diseñados para el uso pretendido, fáciles de mantener, limpiar y desinfectar; y,

Que facilite un control efectivo de plagas y dificulte el acceso y refugio de las mismas (Reglamento De Buenas Prácticas Para Alimentos Procesados, Decreto Ejecutivo 3253, Registro Oficial 696, 2002).

Anexo 6: Formulario 01-A

 REPÚBLICA DEL ECUADOR SERVICIO DE RENTAS INTERNAS <i>...Le hace bien al país!</i>		INSCRIPCIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN GENERAL DEL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES - RUC SOCIEDADES SECTOR PRIVADO Y PÚBLICO		ORIGINAL: SRI www.sri.gob.ec	
A.- IDENTIFICACIÓN					
01 RUC					
02 RAZÓN O DENOMINACIÓN SOCIAL					
03 NOMBRE DE FANTASÍA O COMERCIAL					
Estimado Contribuyente, seleccione el trámite que va a realizar:					
<input type="checkbox"/> INSCRIPCIÓN * Si el trámite corresponde a Inscripción deberá marcar con una X y llenar todo el formulario. * No es necesario marcar con una X todas las secciones			<input type="checkbox"/> ACTUALIZACIÓN * Si el trámite corresponde a Actualización, deberá marcar con una X adicionalmente en cada sección cuya información requiera actualizar y llenar todos los campos de dicha sección.		
<input type="checkbox"/> B.- RAZÓN SOCIAL - NOMBRE DE FANTASÍA O COMERCIAL (De conformidad a lo señalado en la sección A.- IDENTIFICACIÓN) Solo marcar en caso de ACTUALIZACIÓN					
<input type="checkbox"/> C.- DATOS DE CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD					
04 FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES día mes año					
<input type="checkbox"/> D.- ORIGEN DE LA SOCIEDAD (distinto a Constitución, cuando corresponda) ORIGEN (Escriba una opción)					
05 FUSIÓN 06 ESCISIÓN					
<input type="checkbox"/> E.- DATOS DEL CONTADOR					
07 RUC CONTADOR 08 NOMBRE DEL CONTADOR					
<input type="checkbox"/> F.- IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL DOMICILIO DEL REPRESENTANTE LEGAL					
09 APELLIDOS Y NOMBRES O RAZÓN SOCIAL					
10 NACIONALIDAD		11 C.I., RUC O PASAPORTE		12 TIPO DE VISA (EXTRANJERO)	
13 PROVINCIA		14 CANTÓN			
15 PARROQUIA		16 CALLE			
17 NÚMERO		18 INTERSECCIÓN			
19 REFERENCIA					
20 TELÉFONO (CELULAR O CONVENCIONAL)			21 CORREO ELECTRÓNICO		
<input type="checkbox"/> G.- UBICACIÓN DE LA SOCIEDAD (MATRIZ)					
22 PROVINCIA		23 CANTÓN		24 PARROQUIA	
25 CIUDADELA		26 BARRIO		27 CALLE	
28 INTERSECCIÓN		29 MANZANA		30 NÚMERO	
31 EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL		32 CONJUNTO		33 BLOQUE	
34 CAMINO		35 CARRETERO		36 REFERENCIA UBICACIÓN	
<input type="checkbox"/> H.- MEDIOS DE CONTACTO DE LA SOCIEDAD (MATRIZ)					
40 TELÉFONO 1		41 TELÉFONO 2		42 TELÉFONO 3	
43 FAX		44 CELULAR		45 APARTADO POSTAL	
46 CORREO ELECTRÓNICO		47 SITIO WEB			
<input type="checkbox"/> I.- ACCIONISTAS, SOCIOS, PARTICIPES O BENEFICIARIOS					
CÉDULA / RUC / PASAPORTE		TIPO DE VISA		Apellidos y Nombres / Razón o Denominación Social	
NACIONALIDAD		DOMICILIO TRIBUTARIO (PAIS O CIUDAD)		% PARTICIPACIÓN	
48		49		50	
51		52			
<input type="checkbox"/> J.- ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL (De conformidad con los documentos de creación presentado por el contribuyente)					
<input type="checkbox"/> K.- ACTIVIDADES ECONÓMICAS ADICIONALES (MATRIZ) (De conformidad con los documentos de creación presentado por el contribuyente)					
El presente documento no puede ser presentado con tachones o enmendaduras, caso contrario debe ser reemplazado por un formulario nuevo					
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD					
Nota: Declaro que los datos contenidos en este formulario son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).		AUTORIZACIÓN: Autorizo al señor/a _____ con cédula de identidad o ciudadanía, o pasaporte No. _____ para que realice la inscripción o actualización del RUC registrado en este formulario.		FIRMA REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO	

Fuente: SRI 2016

Anexo 7: Formulario 01-B

 REPUBLICA DEL ECUADOR SERVICIO DE RENTAS INTERNAS FORMULARIO RUC 01 - B <small>RESOLUCION 0079</small>		INSCRIPCION Y ACTUALIZACION DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE LAS SOCIEDADES SECTOR PRIVADO Y PUBLICO		COPIA: CONTRIBUYENTE www.sri.gov.ec RUC 01	
82 RAZON O DENOMINACION SOCIAL					
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO					
83 NOMBRE COMERCIAL		84	85	86	87
89 PROVINCIA		90 CANTON		91 PARROQUIA	
92 CIUDADELA		93 BARRIO		94	95
12 INTERSECCION / MANZANA		13 CONJUNTO		14 BLOQUE	
15 EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL		16 No. DE OFICINA		17	18
19 CAMINO		20 REFERENCIA			
21 TELEFONO 1		22 TELEFONO 2		23 TELEFONO 3	
24 CELULAR		25 APARTADO POSTAL		26 FAX	
27		28		29	
DESCRIPCION ACTIVIDADES ECONOMICAS					
30					
31					
32					
33					
34		35		36	
FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS		FECHA DE CESE DE ACTIVIDADES ECONOMICAS		FECHA DE RENICIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS	
año	mes	dia	año	mes	dia
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO					
83 NOMBRE COMERCIAL		84	85	86	87
89 PROVINCIA		90 CANTON		91 PARROQUIA	
92 CIUDADELA		93 BARRIO		94	95
12 INTERSECCION / MANZANA		13 CONJUNTO		14 BLOQUE	
15 EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL		16 No. DE OFICINA		17	18
19 CAMINO		20 REFERENCIA			
21 TELEFONO 1		22 TELEFONO 2		23 TELEFONO 3	
24 CELULAR		25 APARTADO POSTAL		26 FAX	
27		28		29	
DESCRIPCION ACTIVIDADES ECONOMICAS					
30					
31					
32					
33					
34		35		36	
FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS		FECHA DE CESE DE ACTIVIDADES ECONOMICAS		FECHA DE RENICIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS	
año	mes	dia	año	mes	dia
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO					
83 NOMBRE COMERCIAL		84	85	86	87
89 PROVINCIA		90 CANTON		91 PARROQUIA	
92 CIUDADELA		93 BARRIO		94	95
12 INTERSECCION / MANZANA		13 CONJUNTO		14 BLOQUE	
15 EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL		16 No. DE OFICINA		17	18
19 CAMINO		20 REFERENCIA			
21 TELEFONO 1		22 TELEFONO 2		23 TELEFONO 3	
24 CELULAR		25 APARTADO POSTAL		26 FAX	
27		28		29	
DESCRIPCION ACTIVIDADES ECONOMICAS					
30					
31					
32					
33					
34		35		36	
FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS		FECHA DE CESE DE ACTIVIDADES ECONOMICAS		FECHA DE RENICIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS	
año	mes	dia	año	mes	dia

Nota: El presente formulario no se aceptará con emendaduras y tachones.
 Declaro que los datos contenidos en este formulario son verdaderos.

37 FECHA DE PRESENTACION		
año	mes	dia

 FIRMA REPRESENTANTE LEGAL / AGENTE DE RETENCION

Fuente: SRI 2016

Anexo 8: Permiso de funcionamiento

Logo de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) y el escudo del Ecuador.

**AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN,
CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA - ARCSA**

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO: _____

Nombre o Razón Social del establecimiento: _____

Nombre del Propietario o Representante Legal: _____

Número del RUC del establecimiento: _____

Provincia: _____

Cantón: _____

Parroquia: _____

Sector: _____

Dirección: _____

Calle principal: _____

Fuente: ARCSA 2016

Anexo 9: Proveedores

Proveedores de maquinarias y utensilios de cocina	
Mirna Almacenes S.A.	Lorenzo de Garaycoa 1341 y 10 de Agosto.
Best Kitchen CO. LTDA.	Luque 319 y Chile.
Fadegrisa	Machala ·300 y Manuel Galecio
Fritega S.A.	Avenida de las Américas

Elaborado por: La autora

Proveedores de materia prima	
Levapan	Avenida Nueve de Octubre, Esmeraldas.
Nestlé	Vía a la costa km. 6.5, avenida del Bombero.
Kraft Foods	Entrega en el local.
Industrias Toni	Vía Daule km. 7.5.
Fleischmann	Medardo Ángel Silva y Panamá –El Recreo Duran.
Distribuidora Bellita	Noguchi y Calisto Romero.
Distribuidora Frutas Frescas	Entrega en el local.

Elaborado por: La autora

Anexo 10: Competencia

Competencia Directa	
Chef Express Group	Catering Avenida Juan Tanca Marengo Km 6.5
Bunde Catering	Mapasingue este, Avenida Segunda ·206 y calle tercera.
Uniko Catering Gourmet	Urdesa central
Habichuelas Catering	Escobedo 911 entre Junín y Víctor Manuel Rendón
Trébol Verde	Km 11.5El Sauce vía Daule

Elaborado por: La autora

Competencia Indirecta	
Dolupa	Alborada Séptima Etapa.
El Saloncito	Avenida Rodolfo Baquerizo Nazur.
Galleta Pecosa	La Rotonda Avenida Benjamín Carrión Mora.
Bombon	Urdesa, Avenida Víctor Emilio Estrada.

Elaborado por: La autora

Anexo 11: Ingredientes para los postres

Ingredientes	Cantidad	Total
Souffle de chocolate		
Leche	1 Litro	\$1,26
Azúcar impalpable	½ Libra	\$0,95
Harina		
Mantequilla de repostería	1 ½ Libra	\$5,25
Chocolate para repostería	1 Libra	\$2,15
Huevos	10 Unidades	\$1,50
Harina de repostería	1 Libra	\$1,42
Crepes rellenos de crema batida con fresas		
Harina de trigo	1 ½ Libra	\$0,82
Huevos	10 Unidades	\$1,50
Leche	1 Litro	\$1,26
Azúcar	¼ Litro	\$1,07
Sal	¼ Libra	\$0,11
Azúcar impalpable	1 Libra	\$1,90
Esencia de vainilla	¼ Litro	\$1,07
Crema de leche	1 Litro	\$3,65
Fresas	1 ½ Libra	\$1,89
Chocolate en polvo	½ Libra	\$1,84
Frutas rojas con queso crujiente de chocolate		
Azúcar	½ Libra	\$0,25
Huevos	7 Unidades	\$1,05
Leche	½ Litro	\$0,63
Queso crema	1 Libra	\$3,89
Crema de leche	1 Litro	\$3,65
Fresas	1 Libra	\$1,26
Chocolate negro	1 Libra	\$2,10
Gelatina sin sabor	¼ Libra	\$0,61
Copas de chocolate		
Huevo	5 Unidades	\$0,75
Leche	1 ½ litro	\$1,89
Chocolate en polvo	½ Libra	\$1,84
Harina de repostería	½ Libra	\$0,71
Azúcar impalpable	1 Libra	\$1,90
Crema de leche	1 Litro	\$3,65
Esencia de vainilla	¼ Litro	\$1,07
Sal	¼ Libra	\$0,11
Cheesecake de chocolate		
Galletas	1 ½ Libra	\$2,52
Queso crema	1 ½ Libra	\$5,84
Azúcar impalpable	½ Libra	\$0,95

Canela molida	¼ Libra	\$1,72
Crema de leche	½ Litro	\$1,83
Avellanas	¼ Libra	\$3,03
Chocolate negro	1 Libra	\$2,10
Donas		
Leche	½ Litro	\$0,63
Huevo	4 Unidades	\$0,60
Mantequilla de repostería	1 Libra	\$3,50
Harina de repostería	2 Libra	\$2,84
Azúcar	¼ Libra	\$0,13
Sal	22 Gramos	\$0,02
Polvo de hornear	¼ libra	\$0,36
Chocolate negro	¼ Libra	\$0,53
Chocolate blanco	¼ Libra	\$0,53
Canela molida	¼ Libra	\$1,72
Azúcar impalpable	¼ libra	\$0,48
Grajeas	¼ Libra	\$0,66
Tarta de queso y fresas		
Galletas	1 ½ Libra	\$2,52
Mantequilla de repostería	¼ libra	\$0,88
Maicena	¼ Libra	\$0,23
Azúcar	½ Libra	\$0,25
Huevos	3 Unidades	\$0,45
Gelatina sin sabor	¼ Libra	\$0,61
Esencia de vainilla	22 Gramos	\$0,21
Leche	½ Litro	\$0,63
Queso crema	1 ½ Libra	\$5,84
Fresas	1 Libra	\$1,26
Gelatina de fresa con queso crema		
Queso crema	1 Libra	\$3,89
Gelatina de fresa	1 Libra	\$2,45
Gelatina sin sabor	½ Libra	\$1,23
Fresas	1 Libra	\$1,26
Leche evaporada	1 Litro	\$2,56
Tarta con frutas		
Harina de repostería	½ Libra	\$0,71
Leche	1 Litro	\$1,26
Mantequilla de repostería	½ Libra	\$1,75
Azúcar	½ libra	\$0,25
Crema de leche	1 Litro	\$3,65
Huevo	5 Unidades	\$0,75
Maicena	¼ Libra	\$0,23
Galleta de vainilla	1 Libra	\$1,68
Duraznos en almíbar	150 Gramos	\$1,85
Fresas	½ Libra	\$0,63

Kiwis	3 Unidades	\$0,75
Piña en almíbar	150Gramos	\$1,92
Mil y una gelatina		
Gelatina de mora	½ Libra	
Gelatina de fresa	¼ Libra	
Gelatina de piña	½ Libra	3,68
Gelatina de limón	¼ Libra	
Gelatina sin sabor	½ Libra	\$1,23
Leche condensada	1 Litro	\$3,96
Crema de leche	1 Litro	\$3,65
Cupcakes		
Harina de repostería	1 ½ Libra	\$2,13
Azúcar	1Libra	\$0,50
Mantequilla de repostería	1Libra	\$3,50
Huevos	10 Unidades	\$1,50
Polvo de hornear	23 Gramos	\$0,07
Leche	½ Litro	\$0,63
Esencia de vainilla	¼ Litro	\$1,07
Colorantes	3 onzas	\$0,75
Azúcar impalpable	1Libra	\$1,90
Piruletas de oreo		
Galletas oreo	1 paquete de 25 Unidades	3,65
Chocolate blanco	1 Libra	2,10
Chocolate negro	1Libra	2,10
Grageas	1Libra	2,64
Fresas con diseños en chocolate		
Fresas	1 ½ libra	1,89
Chocolate blanco	½ Libra	1,05
Chocolate negro	½ Libra	1,05
Grajeas	½ Libra	1,32

Elaborado por: La autora

Anexo 12: Contrato

Contrato de prestación de servicios

Conste en el presente documento el Contrato de Catering Desserts, que celebran de una parte con el denominado prestador de servicio Dulcemente Catering Desserts representada por Alejandra Mieles Mejía, y la otra parte identificado(a) como cliente..... Con C.I....., con domicilio en.....en la ciudad de Guayaquil, el contrato se celebrará con los siguientes términos y cláusulas:

Declaraciones

Declara “El prestador del servicio”

- a) La microempresa tendrá el siguiente RUC....., estará ubicado en el norte de la ciudad de Guayaquil conocido como La Alborada Sexta Etapa Av. Benjamín Carrión.
- b) Cuenta con local, instalaciones adecuadas y permisos otorgados por las distintas instituciones públicas.
- c) La información recibida será verificada para efectos legales.

Declara el “Cliente”

- a) Estar consciente de los términos que estipula el contrato.
- b) Brindar datos reales para efectos del contrato.

Cláusulas

Primera._ El presente documento señala el día... el mes.... y el año.... en que se prestará el servicio de catering. Las horas de duración.... Y la dirección del evento estas especificaciones son de vital importancia para efectos del cumplimiento de las obligaciones por ambas partes.

Segunda._ El servicio podrá ser adquirido a partir de las 25 unidades por cuatro líneas de postres es decir 100 unidades, ese será el pedido mínimo.

Tercera._ El servicio de alquiler está estimado con un mínimo de 25 sillas, 2 mesas, 1 vajilla, 50 cucharas y 25 vasos o copas cristalerías.

Cuarta._ En caso de que se alargue la duración del evento y se contratará servicio de camareros se cobrará el excedente al cliente.

Quinta._ Se deberá separar la fecha y en efecto de no ser posible se podrá disponer del servicio dentro de tres días dicho esto el servicio no se podrá ejecutar de inmediato debido a demás compromisos adquiridos y por comodidad del cliente se estipula de esta manera.

Sexta._ El pago se lo realizará en efectivo y estará dividido en dos partes:

- a) El 50% como adelanto posterior a la firma del presente contrato.
- b) El 50% restante se cobrará en el momento que se desembarque los productos o materiales en general. El prestador del servicio deberá emitir una factura con el fin de dar por saldado el pago.

Séptima._ En caso que se incumpla el contrato por parte del cliente:

- a) El prestador del servicio deberá confirmar con el cliente para efectos del evento si este procederá, en caso de que este diera un no por repuesta no se desembolsara el 50% de adelanto queda estipulado como garantía para cubrir los gastos que se efectuaron.
- b) Si los bienes sufren algún perjuicio este deberá ser cubierto por el cliente a fin de resarcir el daño.

Octava._ En caso de que se incumpla el contrato por parte del prestador del servicio:

En caso de que incumpla con el contrato el prestador del servicio, este deberá devolver el depósito efectuado por el cliente.

Novena._ Dentro de la extensión del contrato se detallará los diferentes servicios complementarios para el cliente y el respectivo precio.

Decima._ El presente contrato puede ser sometido ante los diferentes organismos competentes tales como Dirección de Defensa del Consumidor y a las leyes expuestas en la ciudad de Guayaquil.

No habiendo más que acotar queda establecido bajo los reglamentos que dispone la ley, se suscribe este contrato el día.... Del mes.... Del año....

_____ El Cliente _____ El Prestador del Servicio

El presente documento definido como extensión del contrato tiene como objeto especificar el tipo de servicio complementario que desea. El prestador del servicio ofrece lo siguiente:	
Servicio	Precio
Compos establecidos por la empresa como promoción.	
Alquiler de mesas, sillas, manteles, vasos y demás elementos.	
Servicio de camareros	
Servicio de limpieza	
Subtotal	
I.V.A.	
Total	
Anticipo del 50%	

Elaborado por: La autora

INDUSTXELA S.A.

E-mail: industxela_sa@hotmail.com



GUAYAQUIL:

Av. de las Américas, Cda. Simón Bolívar, Mz.35 S. 9 y 10
Telf: 511 61 56 - 511 65 X8

Machala 801 y Tero de Mayo (esq.) Telf: 229 04 79

DURÁN:

Km. 1.5 Vía Durán Tambo, a 1 cuadra de la entrada al Niño Divino
Telfs.: 2 861 285 - 2 863 574 - 2 861 283

Alexander Raza

CADA VEZ CRECEMOS... JUNTO A USTED.

CLIENTE MIELES MEJIA MAIR.
DIRECCION COOP. 16 DE FEBRERO

TELEFONO 0992339813
RUC 093MT10769

FECHA DE EMISION Miércoles 27 de Julio del 2016
Vendedor: ALEXANDER

CANT	CODIGO	DESCRIPCION	V. Unit	IVA	TOTAL
1	B10	BATIDORA DE 10 LITROS	803.00	112.42	915.42
1	C-2Q-ECO	COCINA DE 2 QUEMADORES ECONOMICAS	312.50	43.75	356.25
1	HR-2L-AB-IP	HORNO DE 2-L ACERO BRILLANTE UNA PUERTA	223.21	31.24	254.45
1					997.50
1					20
1	VP-3R-1.50	VITRINA PASTELERERIA 3 PUERTAS CORREDIZAS	1.651.79	231.25	1.883.04

CUATRO MIL OCHOCIENTOS NOVENTA Y SEIS CON 87/100 DOLARES Total 4.696.87

Descuento: -6% efectivo // -3% tarjeta de credito

Nota: Salida la mercadería del almacén, no se aceptan devoluciones. Las mercaderías viajan por cuenta y riesgo del comprador, no siendo responsable por ruptura, pérdidas, robo y otras averías ocasionadas en el transporte. La responsabilidad de Industxela S.A. cesa al salir las mercaderías del almacén. Todas las mercaderías despachadas por nosotros seguirán siendo de nuestra propiedad hasta la cancelación total de las facturas y posibles saldos pendientes a nuestro favor que con ellas se relacionen.

Vendedor

Cliente

Anexo 14: Rol de pagos

Rol de pagos mensual año 1							
Cargo	Sueldo	Aportacion personal Iess	Aportacion patronal	Decimo tercero	Decimo cuarto	Vacaciones	Total
Gerente	500	46,75	55,75	41,67	30,5	20,83	602,00
Repostero	380	35,53	42,37	31,67	30,5	15,83	464,84
Asistente de cocina	366	34,22	40,81	30,50	30,5	15,25	448,84
Total	1246	116,50	138,93	103,83	91,5	51,92	1515,68

Elaborado por: La autora

Rol de pagos mensual año 2								
Cargo	Sueldo	Aportacion personal Iess	Aportacion patronal	Decimo tercero	Decimo cuarto	Fondo de reserva	Vacaciones	Total 1
Gerente	500	46,75	55,75	41,67	30,5	41,65	20,83	643,65
Repostero	380	35,53	42,37	31,67	30,5	31,65	15,83	496,49
Asistente de cocina	366	34,22	40,81	30,50	30,5	30,49	15,25	479,33
Asistente de cocina	183	8,56	10,20	7,63	15,25	7,62	3,81	218,96
Total	1429	125,06	149,13	111,46	106,75	111,41	55,73	1838,43

Elaborado por: La autora

	2017	2018	2019	2020	2021
Gasto de Sueldos	\$18.188,14	\$22.061,12	\$22.064,72	\$22.068,32	\$22.071,92

Elaborado por: La autora

Anexo 15: Aportación de socios

Aportación de socios		
Accionistas	Aporte	Porcentaje
Socio 1	\$2.500,50	30%
Socio 2	\$2.500,50	30%
Socio 3	\$3.871,92	40%
Total	\$8.872,92	100%

Elaborado por: La autora

Anexo 16: Inversión en Activos Fijos Microempresa Dulcemente Catering Desserts

Dulcemente Catering Desserts			
Inversión en activos	Cantidad	Precio	Valor Total
Aire acondicionado	1	\$600,00	\$600,00
Horno semi industrial 3 latas	1	\$300,00	\$300,00
Batidora semi industrial 10 litros	1	\$750,00	\$750,00
Vitrina pastelera 3 repisas	1	\$1.472,50	\$1.472,50
Licuada industrial 110v	1	\$490,20	\$490,20
Cocina 3 quemadores	1	\$300,00	\$300,00
Balanza	1	\$20,00	\$20,00
Mesa de acero	2	\$330,00	\$660,00
Gas industrial (envase 45 Kilos)	3	\$50,00	\$150,00
Escritorio	1	\$250,00	\$250,00
Computadora	1	\$350,00	\$350,00
Impresora	1	\$265,00	\$265,00
silla giratoria	3	\$21,90	\$65,70
sillas de recepción	4	\$27,50	\$110,00
Fuente de chocolate	2	\$78,00	\$156,00
Sillas plásticas	100	\$6,25	\$625,00
Accesorios de decoración		\$250,00	\$250,00
Mesas plásticas	15	\$35,00	\$525,00
Refrigeradora	1	\$800,00	\$800,00
Espátulas metálicas	3	\$3,50	\$10,50
Brochas	2	\$2,50	\$5,00
Set espátulas madera	2	\$4,00	\$8,00

Set Mangas	2	\$7,50	\$15,00
Set de Boquillas	2	\$10,00	\$20,00
Moldes redondos	4	\$8,00	\$32,00
Moldes cuadrados	2	\$8,00	\$16,00
Moldes para Cupcakes pequeños(set de 12)	6	\$6,50	\$39,00
Moldes para suflés(individuales)	25	\$2,50	\$62,50
Moldes para gelatina	5	\$4,00	\$20,00
Tablas	3	\$2,00	\$6,00
Charoles	6	\$2,50	\$15,00
Copas	100	\$3,00	\$300,00
Bowls grandes	6	\$2,80	\$16,80
Bowls medianos	6	\$1,95	\$11,70
Bowls pequeños	6	\$1,25	\$7,50
Ollas medianas	5	\$45,00	\$225,00
Ollas pequeñas	5	\$28,00	\$140,00
Sartenes de teflón grandes	2	\$24,00	\$48,00
Rallador metálico	1	\$4,20	\$4,20
Cuchillo de sierra	2	\$3,50	\$7,00
Platos grandes	100	\$3,50	\$350,00
Platos medianos	100	\$2,25	\$225,00
Tenedores	100	\$1,25	\$125,00
Cuchillos	100	\$1,25	\$125,00
Cuchillo tipo normal	2	\$4,00	\$8,00
Jarras medidora de un litro	2	\$3,37	\$6,74
Cernidor de metal	2	\$6,50	\$13,00
Cucharones	5	\$3,00	\$15,00
Manteles	20	\$20,00	\$400,00
Servilletas de tela	100	\$2,00	\$200,00
Platos postre	100	\$1,25	\$125,00
Vasos de cristal	100	\$0,90	\$90,00
Porta Cupcakes	10	\$10,00	\$100,00
Cortinas	2	\$20,00	\$40,00
Cucharas para postre	100	\$0,28	\$28,00
Total			\$10.999,34

Elaborado por: La autora

Anexo 17: Inventario

Producto	medida	Costo	cantidad	Total
Harina de trigo	lbs.	\$0,55	25	\$13,75
Maicena	lbs.	\$0,90	2	\$1,80
Azúcar	lbs.	\$0,50	25	\$12,50
Huevos	Unid.	\$0,15	60	\$9,00
Gelatina sin sabor	lbs.	\$2,45	2	\$4,90
Gelatina varios sabores	lbs.	\$2,45	8	\$19,60
Leche cartón	l.	\$1,26	12	\$15,12
Esencia vainilla	l.	\$4,26	1	\$4,26
Chocolate Amargo	lbs.	\$2,15	10	\$21,50
Chocolate en polvo	lbs.	\$3,68	10	\$36,80
Chocolate negro	lbs.	\$2,10	10	\$21,00
Chocolate blanco	lbs.	\$2,10	10	\$21,00
Sal	lbs.	\$0,45	2	\$0,90
Mantequilla de repostería	lbs.	\$3,50	10	\$35,00
Harina de repostería	lbs.	\$1,42	25	\$35,50
Frutillas	lbs.	\$1,26	2	\$2,52
Galletas de vainilla	lbs.	\$1,68	10	\$16,80
Queso crema	lbs.	\$3,89	10	\$38,90
Leche evaporada	l.	\$2,56	2	\$5,12
Leche condensada	l.	\$3,96	2	\$7,92
Kiwi	Unid.	\$0,25	10	\$2,50
Canela Molida frasco 300 gr	g.	\$6,89	1	\$6,89
Piña enlatada 600GR	lata	\$3,84	5	\$19,20
Durazno enlatado 800GR	lata	\$3,69	5	\$18,45
Colorantes artificiales	oz.	\$0,25	32	\$8,00
Pinchos de madera	Unid.	\$0,02	600	\$12,00
Azúcar impalpable	lbs.	\$1,90	10	\$19,00
Grajeas	lbs.	\$2,64	3	\$7,92
Pirutines medianos surtidos	Unid.	\$0,01	600	\$6,00
Crema de leche	l.	\$3,65	3	\$10,95
Avellanas	lbs.	\$12,10	4	\$48,40
Galletas Oreo	pqt.	\$3,65	5	\$18,25
Polvo de Hornear 200 g.	g.	\$1,45	1	\$1,45
				\$502,90

Elaborado por: La autora

Anexo 18: Mantenimiento

Mantenimiento	
Desinfectantes	\$6,00
Funda para basura(50 fundas)	\$4,00
Escoba	\$3,00
Recogedor	\$1,50
Lava platos	\$8,00
Trapeador	\$4,00
Jabón liquido(litro)	\$1,50
Guantes de caucho(50 unidades)	\$4,00
Mascarillas descartables (50 unidades)	\$2,75
Gorros descartables (50 unidades)	\$5,35
Total	\$40,10

Elaborado por: La autora

Anexo 19: Proyección de pedidos del año 1

Proyección de Pedidos Producidos del Año 1													
Pedidos Producidas / Meses	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Proyección de Pedidos producidas del Año 1
Suflé	7	7	7	7	7	8	8	9	9	10	10	11	96
Crepas rellenas de crema	4	4	4	4	4	5	5	5	5	6	6	6	58
Frutas rojas crujientes con chocolate	5	5	5	5	5	6	6	7	7	8	8	8	77
Copas de chocolate	8	8	8	8	8	9	9	10	10	12	12	13	115
Cheescake de chocolate	7	7	7	7	7	8	8	9	9	10	10	11	96
Donas	11	11	11	11	11	12	12	14	14	15	15	17	154
Tarta de queso y fresas	5	5	5	5	5	6	6	7	7	8	8	8	77
Gelatina de fresa con queso crema	7	7	7	7	7	8	8	9	9	10	10	11	96
Tarta con Frutas	11	11	11	11	11	12	12	14	14	15	15	17	154
Mil y una gelatina	12	12	12	12	12	14	14	16	16	17	17	19	173
Cupcakes con cubierta de crema	19	19	19	19	19	22	22	24	24	27	27	30	269
Piruletas de oreo	19	19	19	19	19	22	22	24	24	27	27	30	269
Fresas cubiertas con chocolate	20	20	20	20	20	23	23	26	26	29	29	32	288
Ventas Totales en Unidades	134	134	134	134	134	154	154	173	173	192	192	211	1920

Elaborado por: La autora

Anexo 20: Proyección de costos por pedidos

Proyección de Costos por Pedidos					
Costos Unitarios / Años	2017	2018	2019	2020	2021
Suflé	\$12,53	\$12,94	\$13,37	\$13,93	\$14,27
Crepas rellenas de crema	\$15,79	\$16,32	\$16,86	\$17,56	\$17,99
Frutas rojas crujientes con chocolate	\$13,44	\$13,89	\$14,35	\$14,95	\$15,31
Copas de chocolate	\$12,17	\$12,57	\$12,99	\$13,53	\$13,86
Cheescake de chocolate	\$17,98	\$18,57	\$19,19	\$19,99	\$20,48
Donas	\$11,99	\$12,38	\$12,79	\$13,33	\$13,66
Tarta de queso y fresas	\$12,87	\$13,30	\$13,74	\$14,31	\$14,66
Gelatina de fresa con queso crema	\$11,39	\$11,76	\$12,15	\$12,66	\$12,97
Tarta con Frutas	\$15,42	\$15,93	\$16,46	\$17,15	\$17,57
Mil y una gelatina	\$12,51	\$12,92	\$13,35	\$13,91	\$14,25
Cupcakes con cubierta de crema	\$12,05	\$12,45	\$12,86	\$13,40	\$13,72
Piruletas de oreo	\$10,99	\$11,35	\$11,73	\$12,22	\$12,52
Fresas cubiertas con chocolate	\$5,56	\$5,74	\$5,93	\$6,18	\$6,33

Elaborado por: La autora

Anexo 21: Proyección de pedidos producidos del año 1 en dólares

Proyección de Pedidos Producidos del Año 1 en dólares													
Pedidos Producidas / Meses	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Proyección de pedidos producidos del Año 1
Suflé	\$84,20	\$84,20	\$84,20	\$84,20	\$84,20	\$96,23	\$96,23	\$108,26	\$108,26	\$120,29	\$120,29	\$132,32	\$1.202,88
Crepas rellenas de crema	\$63,68	\$63,68	\$63,68	\$63,68	\$63,68	\$72,77	\$72,77	\$81,87	\$81,87	\$90,96	\$90,96	\$100,06	\$909,65
Frutas rojas crujientes con chocolate	\$72,27	\$72,27	\$72,27	\$72,27	\$72,27	\$82,59	\$82,59	\$92,91	\$92,91	\$103,24	\$103,24	\$113,56	\$1.032,38
Copas de chocolate	\$98,12	\$98,12	\$98,12	\$98,12	\$98,12	\$112,14	\$112,14	\$126,15	\$126,15	\$140,17	\$140,17	\$154,19	\$1.401,70
Cheesecake de chocolate	\$120,81	\$120,81	\$120,81	\$120,81	\$120,81	\$138,07	\$138,07	\$155,33	\$155,33	\$172,58	\$172,58	\$189,84	\$1.725,84
Donas	\$128,89	\$128,89	\$128,89	\$128,89	\$128,89	\$147,30	\$147,30	\$165,72	\$165,72	\$184,13	\$184,13	\$202,54	\$1.841,28
Tarta de queso y fresas	\$69,19	\$69,19	\$69,19	\$69,19	\$69,19	\$79,08	\$79,08	\$88,96	\$88,96	\$98,85	\$98,85	\$108,73	\$988,45
Gelatina de fresa con queso crema	\$76,51	\$76,51	\$76,51	\$76,51	\$76,51	\$87,44	\$87,44	\$98,37	\$98,37	\$109,30	\$109,30	\$120,23	\$1.092,96
Tarta con Frutas	\$165,80	\$165,80	\$165,80	\$165,80	\$165,80	\$189,48	\$189,48	\$213,17	\$213,17	\$236,85	\$236,85	\$260,54	\$2.368,51
Mil y una gelatina	\$151,32	\$151,32	\$151,32	\$151,32	\$151,32	\$172,94	\$172,94	\$194,56	\$194,56	\$216,17	\$216,17	\$237,79	\$2.161,73
Cupcakes con cubierta de crema	\$226,69	\$226,69	\$226,69	\$226,69	\$226,69	\$259,07	\$259,07	\$291,45	\$291,45	\$323,84	\$323,84	\$356,22	\$3.238,37
Piruletas de oreo	\$206,79	\$206,79	\$206,79	\$206,79	\$206,79	\$236,33	\$236,33	\$265,87	\$265,87	\$295,41	\$295,41	\$324,95	\$2.954,11
Fresas cubiertas con chocolate	\$112,09	\$112,09	\$112,09	\$112,09	\$112,09	\$128,10	\$128,10	\$144,12	\$144,12	\$160,13	\$160,13	\$176,14	\$1.601,28
Ventas Totales en Unidades	\$1576,34	\$1576,34	\$1576,34	\$1576,34	\$1576,34	\$1801,53	\$1801,53	\$2026,72	\$2026,72	\$2251,91	\$2251,91	\$2477,11	\$22.519,14

Elaborado por: La autora

Anexo 22: Proyección de costos de producción anuales

Proyección de costos de Producción Anuales					
Costos Unitarios / Años	2017	2018	2019	2020	2021
Suflé	\$1.202,88	\$1.304,83	\$1.415,42	\$1.535,38	\$1.665,52
Crepas rellenas de crema	\$ 909,65	\$ 986,75	\$1.070,38	\$1.161,10	\$1.259,51
Frutas rojas crujientes con chocolate	\$1.032,38	\$1.119,88	\$1.214,80	\$1.317,76	\$1.429,45
Copas de chocolate	\$1.401,70	\$1.520,50	\$1.649,37	\$1.789,16	\$1.940,80
Cheesecake de chocolate	\$1.725,84	\$1.872,11	\$2.030,78	\$2.202,90	\$2.389,61
Donas	\$1.841,28	\$1.997,34	\$2.166,62	\$2.350,25	\$2.549,45
Tarta de queso y fresas	\$ 988,45	\$1.072,23	\$1.163,11	\$1.261,69	\$1.368,62
Gelatina de fresa con queso crema	\$1.092,96	\$1.185,59	\$1.286,08	\$1.395,08	\$1.513,32
Tarta con Frutas	\$2.368,51	\$2.569,26	\$2.787,01	\$3.023,23	\$3.279,46
Mil y una gelatina	\$2.161,73	\$2.344,95	\$2.543,69	\$2.759,28	\$2.993,14
Cupcakes con cubierta de crema	\$3.238,37	\$3.512,84	\$3.810,57	\$4.133,53	\$4.483,87
Piruletas de oreo	\$2.954,11	\$3.204,49	\$3.476,08	\$3.770,70	\$4.090,29
Fresas cubiertas con chocolate	\$1.601,28	\$1.737,00	\$1.884,22	\$2.043,91	\$2.217,14
	\$22.519,14	\$24.427,75	\$26.498,13	\$28.743,98	\$31.180,17

Elaborado por: La autora

Anexo 23: Proyección de producción pedidos anuales

Proyección de Producción Pedidos Anuales					
Costos Unitarios / Años	2017	2018	2019	2020	2021
Suflé	96	101	106	111	117
Crepas rellenas de crema	58	60	64	67	70
Frutas rojas crujientes con chocolate	77	81	85	89	93
Copas de chocolate	115	121	127	133	140
Cheescake de chocolate	96	101	106	111	117
Donas	154	161	169	178	187
Tarta de queso y fresas	77	81	85	89	93
Gelatina de fresa con queso crema	96	101	106	111	117
Tarta con Frutas	154	161	169	178	187
Mil y una gelatina	173	181	191	200	210
Cupcakes con cubierta de crema	269	282	296	311	327
Piruletas de oreo	269	282	296	311	327
Fresas cubiertas con chocolate	288	302	318	333	350

Elaborado por: La autora

Anexo 24: Precio de venta proyectado

Precio de Venta Proyectado en 5 Años					
Precios / Años	2017	2018	2019	2020	2021
Suflé	\$31,33	\$32,36	\$33,43	\$34,54	\$35,68
Crepas rellenas de crema	\$31,59	\$32,63	\$33,71	\$34,83	\$35,98
Frutas rojas crujientes con chocolate	\$33,61	\$34,72	\$35,87	\$37,06	\$38,28
Copas de chocolate	\$30,42	\$31,43	\$32,47	\$33,54	\$34,65
Cheescake de chocolate	\$35,96	\$37,15	\$38,37	\$39,64	\$40,96
Donas	\$29,97	\$30,96	\$31,99	\$33,04	\$34,14
Tarta de queso y fresas	\$32,18	\$33,24	\$34,34	\$35,48	\$36,65
Gelatina de fresa con queso crema	\$31,31	\$32,35	\$33,42	\$34,52	\$35,66
Tarta con Frutas	\$38,55	\$39,83	\$41,14	\$42,51	\$43,91
Mil y una gelatina	\$31,28	\$32,31	\$33,38	\$34,48	\$35,63
Cupcakes con cubierta de crema	\$30,12	\$31,12	\$32,15	\$33,21	\$34,31
Piruletas de oreo	\$27,48	\$28,38	\$29,32	\$30,29	\$31,30
Fresas cubiertas con chocolate	\$13,90	\$14,36	\$14,84	\$15,33	\$15,83

Elaborado por: La autora

Anexo 25: Presupuesto de ventas año 1

Presupuesto de Pedidos Del Año 1													
Ventas en Dólares	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Presupuesto de Pedidos Del Año 1
Suflé	210,50	210,50	210,50	210,50	210,50	240,58	240,58	270,65	270,65	300,72	300,72	330,79	3.007,20
Crepas rellenas de crema	127,35	127,35	127,35	127,35	127,35	145,54	145,54	163,74	163,74	181,93	181,93	200,12	1.819,30
Frutas rojas crujientes con chocolate	180,67	180,67	180,67	180,67	180,67	206,48	206,48	232,29	232,29	258,10	258,10	283,91	2.580,96
Copas de chocolate	245,30	245,30	245,30	245,30	245,30	280,34	280,34	315,38	315,38	350,42	350,42	385,47	3.504,24
Cheesecake de chocolate	241,62	241,62	241,62	241,62	241,62	276,13	276,13	310,65	310,65	345,17	345,17	379,68	3.451,68
Donas	322,22	322,22	322,22	322,22	322,22	368,26	368,26	414,29	414,29	460,32	460,32	506,35	4.603,20
Tarta de queso y fresas	74,73	74,73	74,73	74,73	74,73	85,40	85,40	96,08	96,08	106,75	106,75	117,43	1.067,52
Gelatina de fresa con queso crema	210,39	210,39	210,39	210,39	210,39	240,45	240,45	270,51	270,51	300,56	300,56	330,62	3.005,64
Tarta con Frutas	414,49	414,49	414,49	414,49	414,49	473,70	473,70	532,92	532,92	592,13	592,13	651,34	5.921,28
Mil y una gelatina	378,30	378,30	378,30	378,30	378,30	432,35	432,35	486,39	486,39	540,43	540,43	594,48	5.404,32
Cupcakes con cubierta de crema	566,71	566,71	566,71	566,71	566,71	647,67	647,67	728,63	728,63	809,59	809,59	890,55	8.095,92
Piruletas de oreo	516,97	516,97	516,97	516,97	516,97	590,82	590,82	664,68	664,68	738,53	738,53	812,38	7.385,28
Fresas cubiertas con chocolate	280,22	280,22	280,22	280,22	280,22	320,26	320,26	360,29	360,29	400,32	400,32	440,35	4.003,20
Ventas Totales En Dólares	3.769,48	3.769,48	3.769,48	3.769,48	3.769,48	4.307,98	4.307,98	4.846,48	4.846,48	5.384,97	5.384,97	5.923,47	53.849,74

Elaborado por: La autora

Anexo 26: Amortización

Tipo de tabla de amortización francesa.

Capital		7.000,00		
Tasa de Interés		11,26%		
Número de Pagos		36		
Fecha de Inicio		1-ene-17		
Cuota Mensual		230,03		
Intereses del Préstamo		1.281,22		
Pago	Capital	Amortización	Interés	Pago
0	7.000,00	-	-	-
1	6.835,65	164,35	65,68	230,03
2	6.669,76	165,89	64,14	230,03
3	6.502,31	167,45	62,58	230,03
4	6.333,29	169,02	61,01	230,03
5	6.162,68	170,61	59,43	230,03
6	5.990,47	172,21	57,83	230,03
7	5.816,65	173,82	56,21	230,03
8	5.641,20	175,45	54,58	230,03
9	5.464,09	177,10	52,93	230,03
10	5.285,33	178,76	51,27	230,03
11	5.104,89	180,44	49,59	230,03
12	4.922,76	182,13	47,90	230,03
13	4.738,92	183,84	46,19	230,03
14	4.553,35	185,57	44,47	230,03
15	4.366,04	187,31	42,73	230,03
16	4.176,98	189,07	40,97	230,03
17	3.986,14	190,84	39,19	230,03
18	3.793,51	192,63	37,40	230,03
19	3.599,07	194,44	35,60	230,03
20	3.402,81	196,26	33,77	230,03
21	3.204,70	198,10	31,93	230,03

22	3.004,74	199,96	30,07	230,03
23	2.802,90	201,84	28,19	230,03
24	2.599,17	203,73	26,30	230,03
25	2.393,52	205,65	24,39	230,03
26	2.185,95	207,57	22,46	230,03
27	1.976,42	209,52	20,51	230,03
28	1.764,93	211,49	18,55	230,03
29	1.551,46	213,47	16,56	230,03
30	1.335,99	215,48	14,56	230,03
31	1.118,49	217,50	12,54	230,03
32	898,95	219,54	10,50	230,03
33	677,35	221,60	8,44	230,03
34	453,67	223,68	6,36	230,03
35	227,90	225,78	4,26	230,03
36	0,00	227,90	2,14	230,03
Totales		7.000,00	1.281,22	8.281,22

Elaborado por: La autora

Anexo 27: Plazo de recuperación de la inversión inicial

PAYBACK		46 meses			
MESES					
	0	15.872,92			
1	1	234,24	234,24	-15.873	15.638,68
2	2	234,24	468,48	-15.873	15.404,45
3	3	234,24	702,71	-15.873	15.170,21
4	4	234,24	936,95	-15.873	14.935,97
5	5	234,24	1.171,19	-15.873	14.701,73
6	6	234,24	1.405,43	-15.873	14.467,50
7	7	234,24	1.639,66	-15.873	14.233,26
8	8	234,24	1.873,90	-15.873	13.999,02
9	9	234,24	2.108,14	-15.873	13.764,78
10	10	234,24	2.342,38	-15.873	13.530,55
11	11	234,24	2.576,61	-15.873	13.296,31
12	12	234,24	2.810,85	-15.873	13.062,07
13	1	135,01	2.945,86	-15.873	12.927,06
14	2	135,01	3.080,87	-15.873	12.792,05
15	3	135,01	3.215,88	-15.873	12.657,04
16	4	135,01	3.350,90	-15.873	12.522,03
17	5	135,01	3.485,91	-15.873	12.387,01
18	6	135,01	3.620,92	-15.873	12.252,00
19	7	135,01	3.755,93	-15.873	12.116,99
20	8	135,01	3.890,94	-15.873	11.981,98
21	9	135,01	4.025,95	-15.873	11.846,97
22	10	135,01	4.160,96	-15.873	11.711,96
23	11	135,01	4.295,97	-15.873	11.576,95
24	12	135,01	4.430,99	-15.873	11.441,94
25	1	355,24	4.786,22	-15.873	11.086,70
26	2	355,24	5.141,46	-15.873	10.731,46
27	3	355,24	5.496,70	-15.873	10.376,23
28	4	355,24	5.851,93	-15.873	10.020,99
29	5	355,24	6.207,17	-15.873	9.665,75
30	6	355,24	6.562,41	-15.873	9.310,52
31	7	355,24	6.917,64	-15.873	8.955,28
32	8	355,24	7.272,88	-15.873	8.600,04
33	9	355,24	7.628,11	-15.873	8.244,81
34	10	355,24	7.983,35	-15.873	7.889,57

35	11	355,24	8.338,59	-15.873	7.534,33
36	12	355,24	8.693,82	-15.873	7.179,10
37	1	749,36	9.443,18	-15.873	6.429,74
38	2	749,36	10.192,54	-15.873	5.680,38
39	3	749,36	10.941,90	-15.873	4.931,02
40	4	749,36	11.691,26	-15.873	4.181,66
41	5	749,36	12.440,62	-15.873	3.432,30
42	6	749,36	13.189,98	-15.873	2.682,94
43	7	749,36	13.939,34	-15.873	1.933,58
44	8	749,36	14.688,70	-15.873	1.184,22
45	9	749,36	15.438,06	-15.873	434,86
46	10	749,36	16.187,42	-15.873	314
47	11	749,36	16.936,78	-15.873	1.064
48	12	749,36	17.686,14	-15.873	1.813
49	1	927,97	18.614,11	-15.873	2.741
50	2	927,97	19.542,07	-15.873	3.669
51	3	927,97	20.470,04	-15.873	4.597
52	4	927,97	21.398,01	-15.873	5.525
53	5	927,97	22.325,98	-15.873	6.453
54	6	927,97	23.253,94	-15.873	7.381
55	7	927,97	24.181,91	-15.873	8.309
56	8	927,97	25.109,88	-15.873	9.237
57	9	927,97	26.037,84	-15.873	10.165
58	10	927,97	26.965,81	-15.873	11.093
59	11	927,97	27.893,78	-15.873	12.021
60	12	927,97	28.821,75	-15.873	12.949

Elaborado por: La autora

Anexo 28: Servicios adicionales

Alquiler	Precio
Alquiler de sillas (mínimo 25)	\$10,00
Mesas plásticas (mínimo 5)	\$7,50
Cortinas y manteles (mínimo 2 de cada uno)	\$20,00
Vajilla (25 pza.)	\$22,00
Cristalería (mínimo vasos 25 unidades)	\$10,00
Cubertería (mínimo 25 de cada uno)	\$22,50

Elaborado por: La autora

Decoración	Precio
Decoración básica	\$85,00
Decoración temática	\$120,00
Decoración baby shower	\$110,00
Decoración matrimonio	\$130,00
Decoración cumpleaños	\$110,00

Elaborada por: La autora

Servicios	Precio
Servicio de camarero	\$35,00
Servicio de limpieza	\$30,00

Elaborado por: La autora