



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN
NEGOCIO DE ALQUILER DE VAJILLA & CATERING EN LA
PARROQUIA SAN ANTONIO DE PICHINCHA”**

AUTORA:

Ríos Pérez Katherine Alexandra

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
INGENIERA COMERCIAL**

TUTOR:

Ing. Mancero Mosquera Jacinto Humberto MSc.

Guayaquil, Ecuador

22 de marzo del 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Ríos Pérez Katherine Alexandra**, como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniera Comercial**.

TUTOR

f. _____

Ing. Mancero Mosquera Jacinto Humberto MSc.

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____

Ing. Balladares Calderón Esther Georgina MGs.

Guayaquil, al 22 del mes de marzo del año 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Ríos Pérez Katherine Alexandra

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Proyecto de factibilidad para la creación de un negocio de alquiler de vajilla & Catering en la Parroquia San Antonio de Pichincha** previo a la obtención del título de **Ingeniera Comercial**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, al 22 del mes de marzo del año 2017

LA AUTORA

f. _____
Ríos Pérez Katherine Alexandra



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, Ríos Pérez Katherine Alexandra

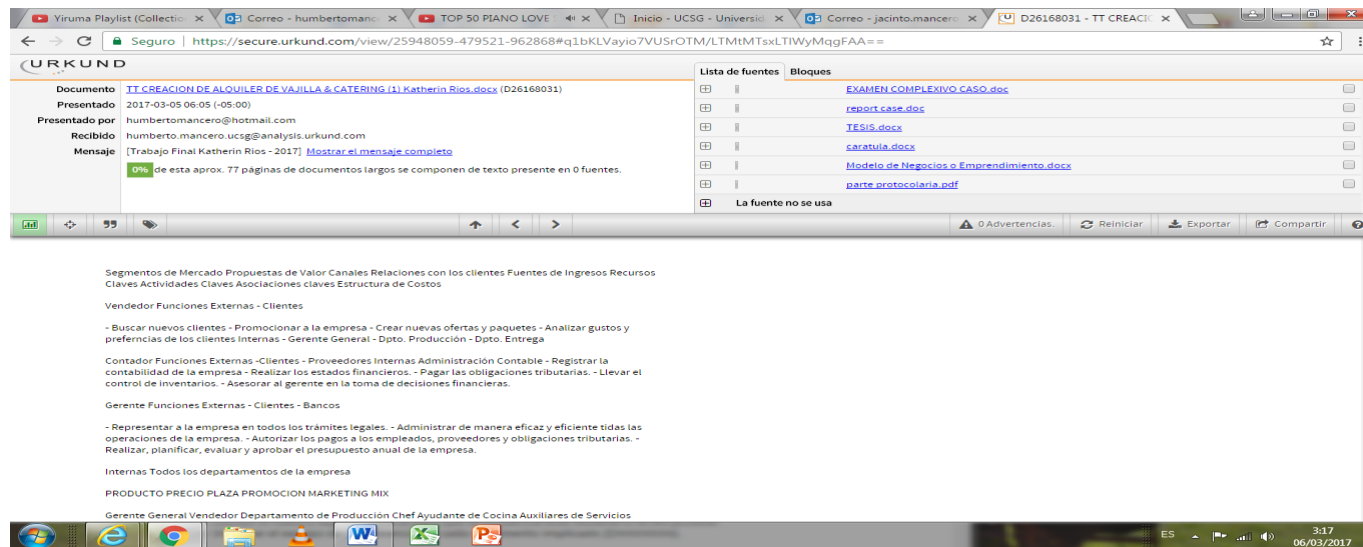
Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Proyecto de factibilidad para la creación de un negocio de alquiler de vajilla & catering en la parroquia San Antonio de Pichincha** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, al 22 del mes de marzo del año 2017

LA AUTORA:

f. _____
Ríos Pérez Katherine Alexandra

INFORME FINAL DEL SISTEMA URKUND. ESUDIANTE KATHERINE RIOS SED. – ADMINISTRACIÓN



The screenshot displays the URKUND web interface. The top navigation bar includes the URKUND logo and a search bar. The main content area is divided into two columns. The left column, titled 'Documento', contains the following information: 'Documento: TT CREACION DE ALQUILER DE VAJILLA & CATERING (1) Katherine Rios.docx (D26168031)', 'Presentado: 2017-03-05 06:05 (-05:00)', 'Presentado por: humbertomancero@hotmail.com', 'Recibido: humberto.mancero.ucsg@analysis.orkund.com', and 'Mensaje: [Trabajo Final Katherine Rios - 2017] Mostrar el mensaje completo'. Below this, a green progress bar indicates '0%' completion, with a note: '0% de esta aprox. 77 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 0 fuentes.' The right column, titled 'Lista de fuentes', lists several document sources with checkboxes: 'EXAMEN COMPLEXIVO CASO.docx', 'report case.doc', 'TESIS.docx', 'cartula.docx', 'Modelo de Negocios o Emprendimiento.docx', and 'parte protocolaria.pdf'. At the bottom of this list, it states 'La fuente no se usa'. The bottom of the browser window shows the Windows taskbar with various application icons and the system clock displaying '3:17' and '06/03/2017'.

Guayaquil, 06 de Marzo del 2017

Habiendo cumplido el proceso operativo de validación se concluye que el trabajo final de titulación cumple con las normas respectivas. 0% de resultado.

J. Humberto Mancero Mosquera. MSc.

Director de TT.

Katherine Ríos P.

Estudiante

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer la realización de este trabajo a Dios por haberme dado la vida y dotarme de todas mis capacidades físicas e intelectuales llenándome siempre de Bendiciones, a mi madre Jacqueline Pérez que siempre me apoyó, mis hijos Mario e Isabela que siempre me comprendieron, a mis familiares y a mi tutor Ing. Humberto Mancero Mosquera M.Sc. por haberme guiado en el desarrollo de este proyecto.

Katherine Ríos Pérez

DEDICATORIA

Dedico esta meta cumplida a Dios por siempre estar conmigo, a mi madre, que siempre creyó en mí junto a mi familia, a mis hijos Mario e Isabela y su papá que son mi motor de esfuerzo e inspiración.

Katherine Ríos Pérez



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Ing. Jacinto Humberto Mancero Mosquera MSc.
TUTOR

f. _____

Ing. Esther Georgina Balladares Calderón MGs.
DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

Ing. Carola Luxari Mena Campoverde MGs.
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

Guayaquil 22 de Marzo de 2017.

Ingeniero

Freddy Camacho

COORDINADOR UTE B-2016

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

En su despacho.

De mis Consideraciones:

Ingeniero **Humberto Mancero Mosquera**, Docente de la Carrera de Administración, designado TUTOR del proyecto de grado de **Katherine Ríos Pérez**, cumplo informarle a usted, señor Coordinador, que una vez que se han realizado las revisiones al 100% del avance del proyecto avalo el trabajo presentado por el estudiante, titulado “**Proyecto de Factibilidad para la creación de un negocio de Alquiler de vajilla & Catering en la parroquia San Antonio de Pichincha**” por haber cumplido en mi criterio con todas las formalidades.

Este trabajo de titulación ha sido orientado al 100% de todo el proceso y se procedió a validarlo en el programa de URKUND dando como resultado un 0% de plagio.

Cabe indicar que el presente informe de cumplimiento del Proyecto de Titulación del semestre B-2016 a mi cargo, en la que me encuentro designado y aprobado por las diferentes instancias como es la Comisión Académica y el Consejo Directivo, dejo constancia que los únicos responsables del trabajo de titulación Proyecto de Factibilidad para la creación de un negocio de Alquiler de vajilla & Catering en la parroquia San Antonio de Pichincha somos el Tutor Humberto Mancero Mosquera y la Srta. Katherine Ríos Pérez y eximo de toda responsabilidad a el coordinador de titulación y a la dirección de carrera.

La calificación final obtenida en el desarrollo del proyecto de titulación fue: **10/10 Diez sobre Diez.**

Atentamente

Humberto Mancero Mosquera

Katherine Ríos Pérez

PROFESOR TUTOR-REVISOR PROYECTO DE GRADUACIÓN

ESTUDIANTE

RESUMEN

Este proyecto de investigación se realizó con el objetivo de saber si es factible, la implementación de un alquiler de vajilla & catering en la parroquia San Antonio de Pichincha, pues este, es en un sector poco explotado, con relación a este tipo de negocio, teniendo en cuenta que, actualmente, se encuentra en crecimiento poblacional.

Lo fundamental de este proyecto, es poder, conocer los gustos y preferencias de los potenciales clientes, al momento de querer realizar un evento, de la misma forma, saber, cuál es el motivo de celebración que ellos consideran más importante y cuánto estarían dispuestos a pagar por el servicio, éstas y otras interrogantes se despejaron con la realización de un estudio de mercado usando como metodología un enfoque descriptivo, que dé como resultado información concisa y detallada sobre las necesidades de los comensales.

Para posteriormente ser analizadas con índices financieros, y conocer si el proyecto es viable o no, este proyecto tiene una tasa de descuento del 12.09% y una TIR del 22.28%, con un Valor actual neto de \$ 87.164,60 y un período de recuperación de 2 años, 6 meses y 27 días aproximadamente

Palabras claves: Alquiler de vajillas, catering, eventos sociales, empresa, proyecto, servicio

ABSTRACT

This research project was realized with the objective to know if it is feasible the implementation a rent of tableware and catering in the parish San Antonio de Pichincha, since it is a slightly exploited sector in relation to this type of business, taking account this parish is in population growth.

Primordial of this project is to be able to know the tastes and preferences of the potential clients, to know how to want realize an event and the most important motive of celebration and how to be pay for the service, this and the other questions cleared up with the accomplishment of the market research using like methodology a descriptive approach which gives like turned out information concise and detailed about the needs of the messmates.

Then to be analyzed by financial indexes to know if the project is viable or not, the project has a discount rate of 12.09% and the TIR of 22, 28% with a clear current value of \$87164, 60 and a period of recovery of 2 years 6 months and 27 day approximately.

Keys word: tableware, catering, social events, company, project, service

INDICE DE CONTENIDOS

Agradecimiento VI

Dedicatroria..... VII

Tribunal de sustentación VIII

Resumen..... X

Problemática:23

Formulación y sistematización del Problema.....24

Justificación:.....24

Objetivo General:25

Objetivos Específicos:25

Marco Histórico:25

Historia del Catering:.....25

Historia de la Vajilla:.....26

Historia de la Cristalería:26

Historia de los Cubiertos:26

Marco Conceptual:27

Concepto de Catering:27

Alquiler de Vajilla:.....27

Servicio al Cliente:28

Satisfaccion al Cliente:28

Estudio de Factibilidad:28

Micro-Empresa:.....	28
Marco Teórico:	29
Departamentalización habitual según los tipos de establecimiento de catering:	29
Mercado de alquileres de Vajilla y Catering en Quito:	31
Percepción Costo vs Calidad:	32
Marco Legal:	32
Tipo de Compañía.....	33
Creación de una compañía	33
Tasas y Tarifas por Servicios Notariales	35
Obtención del permiso de funcionamiento del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito:	35
Requisitos para sacar el permiso de bomberos:.....	35
Requisitos para sacar el permiso ARCSA:	35
Proposición:	36
Metodología:	36
Método de la Investigación:.....	36
CAPITULO I: ESTUDIO DE MERCADO.....	38
1.1. Análisis del Entorno Modelo PERSTAL	38
1.1.1.Político:	38
1.1.2.Económico:	38
1.1.3.Religioso:	39
1.1.4. Social:.....	39
1.1.5.Tecnológico:.....	40

1.1.7. Legal:	40
1.2. Estudio de Demanda	41
1.2.1. Tipo de Muestreo	41
1.2.2. Resultado de la tabulación de datos recogidos y su análisis	42
1.3. Análisis de Oportunidad	54
1.4. Análisis de la Demanda.....	54
1.4.1. Demanda Potencial:	58
1.4.2. Análisis de la Competencia:.....	59
1.4.2.1. Competidores Directos:	59
1.4.2.2. Competidores Indirectos:.....	59
1.5. Análisis de la Oferta	59
1.5.1. Planes de Expansión Futura:.....	59
1.6.1. Amenaza de la entrada de nuevos competidores:	60
1.6.2. Amenazas de posibles servicios sustitutos:.....	60
1.6.3. Poder de negociación de los proveedores:.....	60
1.6.4. Poder de negociación de los clientes:	61
1.6.5. Rivalidad entre competidores existentes:	61
1.6.6. Empresas Complementarias:	61

CAPITULO II: MODELO ORGANIZACIONAL ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA

2. Administrativa y Estratégica	62
2.1. Visión	62
2.2. Misión.....	62
2.3. Valores Institucionales.....	62
2.4. CREDO	62
2.5. Objetivos permanentes.....	63
2.6. Análisis FODA	63
2.7. Estructura Organizacional	65
2.7.2. Política Salarial:.....	70
2.8. Costos y características de la inversión:	71

2.8.1.Equipos de Computación y comunicación:	71
2.8.2.Muebles y suministros de oficina:	71
2.8.3.Movilización.....	72
 CAPITULO III PLAN DE MARKETING	 73
3.1. Modelo del Negocio Comercial.....	73
3.2. Análisis e identificación de las actividades primarias del negocio.....	75
3.2.1.Comercialización y Ventas	75
3.2.2.Descripción y detalle del servicio:.....	75
3.2.3.Proceso de prestación de servicio:	79
3.2.4.Servicio Post – Ventas:	79
3.3. Marketing MIX Clásico:.....	79
3.3.1.Producto y Servicio:	80
3.3.2.Precio:	80
3.3.3.Plaza:	81
3.3.4.Promoción:	81
3.4. Marketing MIX Innovador	82
3.4.1.Ventaja Competitiva Diferenciadora Sostenible:	82
3.4.2.Publicidad:.....	82
3.4.3.Fidelidad del Cliente:	83
3.4.4.Servicio al Cliente:.....	83
3.5.Estrategia de enfoque de Nicho de Mercado basado en diferenciación.....	83
 CAPITULO IV PLAN FINANCIERO DEL PROYECTO	 84
4.1.Inversión Inicial:.....	84
4.1.1. Inversión de Herramientas de trabajo:	84
4.1.2. Inversión de Activos Fijos:	86
4.1.3. Inversión de Activos Diferidos:	88
4.2.Balance Inicial:	88

4.3. Proyección de Costos y Gastos:.....	89
4.3.1. Costos de la Materia prima:.....	89
4.3.2. Mano de obra directa:.....	92
4.3.3. Gastos de Administración:.....	93
4.3.4. Gastos de Ventas:.....	94
4.3.5. Gastos Servicios Básicos:	95
4.3.7. Depreciaciones:.....	95
4.3.8. Amortización de A. Diferidos:	96
4.4. Modo de financiamiento:	96
4.5. Proyección de Ventas:.....	97
4.6. Estado de Resultados:	98
4.7. Flujo de efectivo:	100
4.8. Análisis de Evaluación del Proyecto (Análisis Realista).....	101
4.8.1. Tasa Mínima Aceptable de Retorno:.....	101
4.8.2. Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno y Pay Back:.....	101
4.8.3. Punto de Equilibrio:	102
Conclusiones.....	104
Recomendaciones	105
Bibliografía	106
Apendice 1	108
Apendice 2	111

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características del catering cautivo	30
Tabla 2. Religiones en Ecuador	39
Tabla 3. Tamaño de la población en la Parroquia San Antonio de Pichincha	41
Tabla 4. Rango de edades	42
Tabla 5. Sexo de las personas encuestadas	43
Tabla 6. Estado civil	44
Tabla 7. Nivel de Educación.....	44
Tabla 8. Nivel de Ingresos.....	45
Tabla 9. Servicios que ha contratado para eventos sociales	46
Tabla 10. Celebraciones importantes	47
Tabla 11. Frecuencia de eventos sociales en San Antonio de Pichincha	48
Tabla 12. Lugar en donde ha realizado sus eventos sociales.....	48
Tabla 13. Número de invitados en eventos sociales.....	49
Tabla 14. Valor a cancelar por servicios en eventos sociales.....	50
Tabla 15. Tipo de comida de preferencia en eventos sociales	51
Tabla 16. Servicio de preferencia en eventos sociales	51
Tabla 17. Apreciación de servicio contratado anteriormente	52
Tabla 18. Preferencia en forma de pago para eventos sociales	53
Tabla 19. Disposición a contratar un nuevo servicio.....	53
Tabla 20. Relación edad y contratación de nuevo servicios	55

Tabla 21. Relación sexo y contratación de nuevo servicios.....	56
Tabla 22. Relación Estado civil y contratación de nuevos servicios.....	56
Tabla 23. Perfil del Consumidor	57
Tabla 24. Demanda potencial de catering y alquiler de vajilla	58
Tabla 25. Costos de capacitación.....	70
Tabla 26. Equipos de Computación.....	71
Tabla 27. Muebles de Oficina	71
Tabla 28. Suministros de Oficina.....	72
Tabla 29. Vehículos.....	72
Tabla 30. Costo de alquiler de vajillas	75
Tabla 31. Opciones de menús.....	78
Tabla 32. Precios de paquetes/opciones de menús	81
Tabla 33. Precios de paquetes/opciones de menús	82
Tabla 34. Financiamiento de la inversión	84
Tabla 35. Costos de H. de trabajo	84
Tabla 36. Precios de paquetes/opciones de menús	86
Tabla 37. Gastos Constitucionales	86
Tabla 38. Balance Inicial	89
Tabla 39. Materia prima directa.....	90
Tabla 40. Costos unitarios paquetes	93
Tabla 41. Mano de obra directa.....	93

Tabla 42. Rol personal Administrativos	93
Tabla 43. Total de Gastos Administrativo	94
Tabla 44. Rol de pago del vendedor.....	94
Tabla 45. Gastos Servicios Básicos	95
Tabla 46. Depreciación de activos fijos	95
Tabla 47. Proyección de depreciaciones.....	96
Tabla 48. Amortización de A. Diferidos	96
Tabla 49. Amortización.....	97
Tabla 50 .Demanda proyectada de ventas	97
Tabla 51. Proyección de Ventas.....	98
Tabla 52. Inflación esperada	98
Tabla 53. Estado de Resultados (Escenario Realista)	99
Tabla 54. Flujo de Efectivo (Escenario Realista)	100
Tabla 55 .Índices financieros.....	101
Tabla 56. Punto de Equilibrio	103

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Fases de Servicios Especiales de Catering.....	31
Figura 2. Modelo PERSTAL.....	38
Figura 3. Rango de edades.....	42
Figura 4. Sexo de personas encuestadas.....	43
Figura 5. Estado Civil.....	44
Figura 6. Nivel de Educación.....	45
Figura 7. Nivel de Ingresos.....	45
Figura 8. Servicios que ha contratado para eventos sociales.....	46
Figura 9. Celebraciones importantes.....	46
Figura 10. Frecuencia de eventos sociales en San Antonio de Pichincha.....	48
Figura 11. Lugar donde ha realizado sus eventos sociales.....	48
Figura 12. Numero de invitados en eventos sociales.....	48
Figura 13. Valor a cancelar por servicios en eventos sociales.....	48
Figura 14. Tipo de comida de preferencia en eventos sociales.....	48
Figura 15. Servicio de preferencia en eventos sociales.....	52
Figura 16. Apreciación de servicio contratado anteriormente.....	52
Figura 17. Preferencia en forma de pago para eventos sociales.....	53
Figura 18. Disposición a contratar un nuevo servicio.....	54
Figura 19. Disposición a contratar un nuevo servicio.....	54
Figura 20. Relacion sexo y Estado civil.....	54
Figura 21. Relación estado civil y contratación nuevos servicios.....	57

Figura 22. Demanda potencial de catering y alquiler de vajilla	58
Figura 23. Análisis FODA.....	64
Figura 24. Estructura Organizacional	65
Figura 25. Funciones del Gerente	65
Figura 26. Funciones del Contador	67
Figura 27. Funciones del Vendedor.....	68
Figura 28. Funciones del Chef	69

Introducción

En el siguiente trabajo se dará a conocer la posibilidad de implementar un alquiler de vajilla & catering en la Parroquia San Antonio de Pichincha, pues este es un proyecto personal que deseo materializar, ya que todas las familias siempre tienen una fecha importante que celebrar durante el año, ya sea cumpleaños, algún sacramento, festejo empresarial, o de otra índole.

El alcance que se espera obtener, del presente estudio se lo realizará en los tipos de investigación: exploratoria, descriptiva y explicativa. (Hernández, Fernández, Baptista 1997).

Primeramente, de manera *exploratoria* haciendo una investigación de campo para conocer la zona; de forma *descriptiva* especificando las características y aspectos importantes que se presenten en el entorno y finalmente *explicativa* realizando un análisis de todo lo investigado

Todos estos aspectos serán explicados de una manera clara y concisa en el desarrollo del estado del arte y cuatro capítulos, los cuales se detallan a continuación:

En el estado del arte se identifica el problema, la justificación, objetivos generales y específicos del proyecto, también el marco referencial, donde se detallan los pasos a seguir para poner en marcha la empresa; además se redacta la proposición, y la metodología que se utilizará.

En el primer capítulo se realiza el Estudio de Mercado, empezando por hacer un análisis PERSTAL, para conocer el entorno en el que va a operar la empresa, en el ámbito político, económico, religioso, social, tecnológico, ambiental y legal; luego se procederá a efectuar el estudio de la demanda implementando el método cuantitativo, por el cual se obtendrá la muestra para realizar las encuestas y su posterior análisis, para la cual se utilizó la herramienta SPSS.

También se hizo un estudio de la demanda, evaluando los datos de edad, sexo y estado civil de los encuestados para obtener el perfil de los posibles consumidores, y la demanda potencial, de la misma forma se realizó el análisis de competencia para conocer a los competidores directos e indirectos y el análisis de la oferta para planificar los planes de expansión futura.

Además, se realizó el análisis de M. Potter para conocer las competencias internas de la empresa midiendo las cinco fuerzas: Amenaza de nuevos competidores, Posibles productos sustitutos, Plan de negociación con proveedores y Clientes y rivalidad entre competidores.

En el segundo capítulo se diseñó el modelo organizacional y administrativo de la empresa, de una manera estratégica se estableció la misión, visión y valores con los que empezará a funcionar el negocio, así mismo las funciones que cada empleado deberá cumplir. También se realizaron los costos y características de la inversión de los activos fijos.

En el tercer capítulo se planteó la utilización del modelo Canvas, el cual mediante nueve pasos se elabora la planificación de la empresa como una herramienta de gran importancia para dar valor a la empresa. Posteriormente se analizaron e identificaron las actividades primarias del negocio, como ser estratégicos en la comercialización y servicio del catering y alquiler de vajilla, no solo al momento de la firma de contrato sino también en el servicio de post-venta.

Además se elaboró el plan de marketing utilizando las 4p'(producto, precio, plaza y promoción), donde se estableció las clases de menús y paquetes que la empresa ofrecerá a sus clientes, con precios competitivos en el mercado para el cual pretende llegar, también se realizó un marketing mix innovador donde se plantea una ventaja competitiva.

En el cuarto capítulo se realiza el plan financiero del proyecto, donde se deduce cual sería la inversión inicial y sus parámetros de financiamiento detallando sus activos, costos, gastos, ingresos y egresos para posteriormente mediante herramientas financieras como la TIR y el VAN evaluar si el proyecto es viable o no.

Problemática:

La ciudad de Quito por ser una de las más turísticas del país hay gran variedad de alquileres de vajilla y Catering de los cuales los principales se encuentran en el centro norte y la zona de los valles, habiendo un gran déficit en la Parroquia San Antonio de Pichincha, la cual está en

un auge de crecimiento, por esta razón se plantea brindar el servicio antes mencionado para dar más comodidad a los habitantes de dicho sector, ofreciendo un servicio de primer nivel.

El mercado, que está en incremento, demanda cada vez más servicios de primera calidad, a un bajo costo, el cual es difícil encontrar en la Parroquia San Antonio de Pichincha, pues ésta es una zona rural cuya actividad económica principal es turística en las mañanas y tardes por encontrarse la ciudad de la Mitad del Mundo, luego tenemos la explotación minera de pétreos; el área de otras actividades y servicios tiene una actividad económica del 2,11% según indica el GAD Parroquial.

Para los clientes el tiempo es un factor fundamental sobre todo si se va a cumplir el papel de anfitrión; la organización, decoración, alimentación y un sin número de actividades para la organización del evento en algunas ocasiones es estresante, por tal motivo se busca plantear el presente proyecto.

Formulación y sistematización del Problema

¿Cuál sería la mejor propuesta para satisfacer las necesidades de demanda en el servicio de catering para el sector de San Antonio de Pichincha?

Justificación:

El motivo por el cual se pretende llevar a cabo este proyecto es por la escasez de alquileres de vajilla y catering en la Parroquia San Antonio de Pichincha, pues aquí está ubicada la ciudad mitad del mundo y hace dos años se inauguró el edificio de la UNASUR, el cual no solo incrementa el turismo si no también los eventos de alta clase que se realizan en la zona.

El propósito de la implementación de un alquiler de vajilla y catering es por la falta de este servicio, de primer nivel en la zona, por lo que los potenciales clientes deben dirigirse a zonas apartadas, lo cual les genera un gran problema de tiempo, no solo, el perdido en dirigirse a estos lugares si no también la posible descomposición de los alimentos por recorrer distancias largas y el incremento de costos por transporte.

Por los motivos expuestos, se considera que la creación de este proyecto sería de gran aceptación en el mercado, pues ofrecerá a los clientes un servicio de calidad a precios justos.

Objetivos:

➤ Objetivo General:

Establecer mediante un proyecto de factibilidad, la viabilidad de una empresa que se dedique al alquiler de vajilla y catering con productos de alta gama y de primera calidad.

➤ Objetivos Específicos:

- Emplear el estudio de mercado donde se identifique la oferta y demanda del servicio de alquiler de vajilla y catering en la Mitad del Mundo.
- Determinar el modelo organizacional, administrativo y estratégico del negocio, sus instalaciones y equipamiento.
- Fundamentar el plan de marketing para el negocio
- Explicar el plan financiero que sustenta la factibilidad del proyecto.

Marco Histórico:

➤ Historia del Catering:

El catering tiene orígenes muy remotos, apareció en China en el siglo IV a.C., posteriormente los romanos lo usaban para alimentar a sus soldados y a los mercaderes en las rutas comerciales, el Clero lo instauró en la edad media para alimentar a los peregrinos.

Así se esparció por toda Europa y Asia sobre todo en la ruta de la seda; más tarde los griegos ofrecieron servicios de alimentación más sofisticados, presentándolos con gran estilo y cobrando por los mismos, siendo estos los primeros en ofrecer servicios de hospitalidad a gran escala como una empresa comercial. (LUNA 2012)

➤ **Historia de la Vajilla:**

La vajilla tuvo sus orígenes en la edad del bronce aproximadamente en el año 2200 a.C.; desde antiguas civilizaciones eran consideradas como accesorios de lujo, aunque siempre han existido varios materiales de fabricación como la arcilla, cerámica, cristal, loza, plata, porcelana, etc., siendo estos últimos materiales utilizados a inicios del siglo XIX, cabe recalcar que la cuna de la vajilla es China con sus tradicionales vajillas de cerámica. (Redacción Cultural y entretenimiento, 2011)

➤ **Historia de la Cristalería:**

La primera vez que se empezó a utilizar el vidrio fue en el siglo XVI a.C. en Mesopotamia, se dice que este material fue descubierto por casualidad, en ese tiempo se trabajaba sobre una base de arena y arcilla, la cual era fijada en una base de metal donde se moldeaba la pieza que se deseaba obtener, al igual que la vajilla en sus inicios solo era utilizada por la clase alta ya que era un material escaso de obtener.

Posteriormente se cambió la técnica de fabricación la cual consistía en soplar por una caña una porción de vidrio fundido y darle forma en el aire para obtener el utensilio deseado. Los egipcios fueron los primeros en fabricar la cristalería a gran escala. (Revista Protocolo, 2006)

➤ **Historia de los Cubiertos:**

Las antiguas civilizaciones comían sus alimentos con las manos. Los primeros utensilios en utilizarse para degustar alimentos fueron los palillos chinos en el año 206 a.C. El primer cubierto en ser utilizado fue la cuchara, la cual no se sabe a ciencia cierta cuando se le introdujo el mango, se dice que fueron los egipcios con fines religiosos.

El cuchillo es atribuido al cardenal Richelieu en el año 1630 d.C., quien mandó a quitar las puntas de los cuchillos de su casa, ya que la mayoría de los comensales utilizaban el mismo cuchillo para la guerra como para partir sus alimentos, ya que era costumbre que cada comensal llevase su propio cuchillo.

El último utensilio en ser introducido fue el tenedor, pues este tenía una controversia con el clérigo por ser considerado como diabólico, se le atribuye su invención a los egipcios los cuales lo usaban para cocinar y servir los alimentos; la princesa Bizantina Teodora lo llevó a Italia como parte de su dote, pero no es hasta el siglo XVIII donde se usa con normalidad por toda Europa. (Grupo Crisol, 2016)

Marco Conceptual:

➤ Concepto de Catering:

Catering es la actividad hotelera que produce, realiza y ejecuta un servicio alimentario, es decir, se ofrece un servicio en un lugar acordado y de preferencia para con el cliente, cubriendo todas las necesidades del mismo (alimentos, bebidas, música, mobiliario, decoración, personal de servicio, azafatas, transporte para personas, etc.), ofreciendo de tal forma un servicio excepcional cubriendo cada aspecto de manera satisfactoria por parte del anfitrión a sus comensales en un evento. (Carrasco, 2010)

➤ Alquiler de Vajilla:

El alquiler consiste en pagar un valor por un bien, del cual se va a hacer uso por un período determinado, para luego ser devuelto en las mismas condiciones que se lo adquirió, dicho acuerdo suele estar estipulado en un contrato.

La vajilla es un conjunto de platos, fuentes, tazas, entre otros utensilios, los cuales son utilizados para servir en una mesa los alimentos que serán ofrecidos a los comensales. (Gardey, 2016)

Según estos dos conceptos proporcionado por los autores, se puede determinar que el alquiler de vajilla es un servicio brindado a personas que deseen ofrecer un agasajo a sus invitados en un determinado evento.

➤ **Servicio al Cliente:**

Se considera al servicio al cliente como un elemento imprescindible sin el cual no pudiese existir una empresa ya que se establece como centro de interés y como una clave para el éxito o de manera contraria al fracaso. (Couso, 2005)

Por lo tanto, según la opinión del autor es importante mantener al cliente satisfecho, de esta manera, será fiel a nuestra empresa tomando en consideración que es mucho más costoso y difícil atraer a nuevos clientes.

➤ **Satisfacción al Cliente:**

Es el nivel del placer de una persona resultante de comparar el rendimiento divisado de un producto o servicio con sus expectativas, de forma tal que, su medición se basa en si el requerimiento fue cubierto. (Kotler 2004)

Según el autor, si se logra una plena satisfacción al cliente este se sentirá satisfecho, pues creerá que la inversión que está haciendo es justa además se podrá contar con una buena propaganda para la atracción de clientes nuevos.

➤ **Estudio de Factibilidad:**

Verifica la existencia de un mercado potencial o de una necesidad no satisfecha. También demuestra la viabilidad técnica y la disponibilidad de los recursos materiales, administrativos y financieros (Miranda, 2005)

En síntesis, según el autor, este tipo de estudio es una herramienta que ayuda a la toma de decisiones acerca si el proyecto es viable o no para su posterior realización.

➤ **Micro-Empresa:**

Una microempresa es un negocio personal o familiar en el área de comercio, producción, o servicios que tiene menos de 10 empleados, el cual es poseído y operado por una persona individual, una familia, o un grupo de personas individuales de ingresos relativamente bajos,

cuyo propietario ejerce un criterio independiente sobre productos, mercados y precios y además constituye una importante (si no la más importante) fuente de ingresos para el hogar. (John H Magill, 2005)

En Ecuador según fuentes oficiales como la del SRI las microempresas no representan una fuente de ingreso significativo, pues la mayoría de veces los emprendedores no son constantes en sus actividades económicas.

Marco Teórico:

➤ **Departamentalización habitual según los tipos de establecimiento de catering:**

Todas las empresas de catering se dividen en diferentes tipos de establecimientos los cuales se dan sin importar el tamaño de cada uno de estos, se pueden distinguir dos tipos de establecimiento de catering, las cuales se deben adaptar a las necesidades de la empresa según Motto, Fernández (2016) estas son:

- 1) **Catering Cautivo o Restauración Cautiva:** El cliente contrata el servicio para un número grande de personas y estas pueden ser:
 - a. **Catering Cautivo Social:** Se realizan en colegios, universidades, residencias, etc.
 - b. **Catering Cautivo Comercial:** Son contratadas para el comedor de empresas, medios de transporte.

Estas empresas preparan la alimentación en grandes cantidades, por ende, su logística es diferente a las de tipo social. Como por ejemplo el almuerzo para una empresa de 200 empleados cuenta con un menú variado todos los días la transportación puede ser isotérmica.

Tabla 1.

Características del catering cautivo

EL SERVICIO	<ul style="list-style-type: none">- La elaboración de los productos y la prestación de servicios pueden no coincidir en el tiempo.- Puntualidad en la entrega según horario pautado.- Frecuentemente el servicio se realiza por el personal propio de la empresa o institución que lo encarga.
LOS PRODUCTOS	<ul style="list-style-type: none">- Preparación de grandes cantidades.- Limitada oferta gastronómica.- En ocasiones sujetos a dietas específicas.
LA LOGÍSTICA	<ul style="list-style-type: none">- Horarios limitados en función de la actividad que desarrolle la institución.- Importancia en el control de costos, los precios son ajustados.- Empleo de nuevas tecnologías y maquinaria para la conservación de los productos.- Variedad de contenedores y medios de transporte adecuados.- Controles exhaustivos de calidad y de higiene para evitar contaminaciones e intoxicaciones.

Adaptado por: (Motto Lopez & Fernandez Menedez, 2016)

Fuente: Aprovechamiento y Montaje para Servicio de Catering

2) **Catering Social Comercial o Catering Party:** Son contratados para banquetes, como de: bodas, bautizos cumpleaños, entre otros; el servicio que ofrecen es integral y de lujo, pues no solo elaboran la comida también ofrecen bebidas, decoración, ambientación musical alquiler de carpas, vajillas, cristalería, transportación de invitados si el evento es en un lugar lejano o poco accesible y cualquier otro requerimiento que el anfitrión solicite.

Este proyecto se focalizará en el segundo tipo de departamentalización que es el Catering Party, ya que, es para eventos especiales donde se tratará de atraer a la mayor cantidad de

clientes de la Parroquia San Antonio de Pichincha. Teniendo en cuenta que por ser este un servicio completo necesita varias fases para su realización según lo detalla Andreu Galdón:

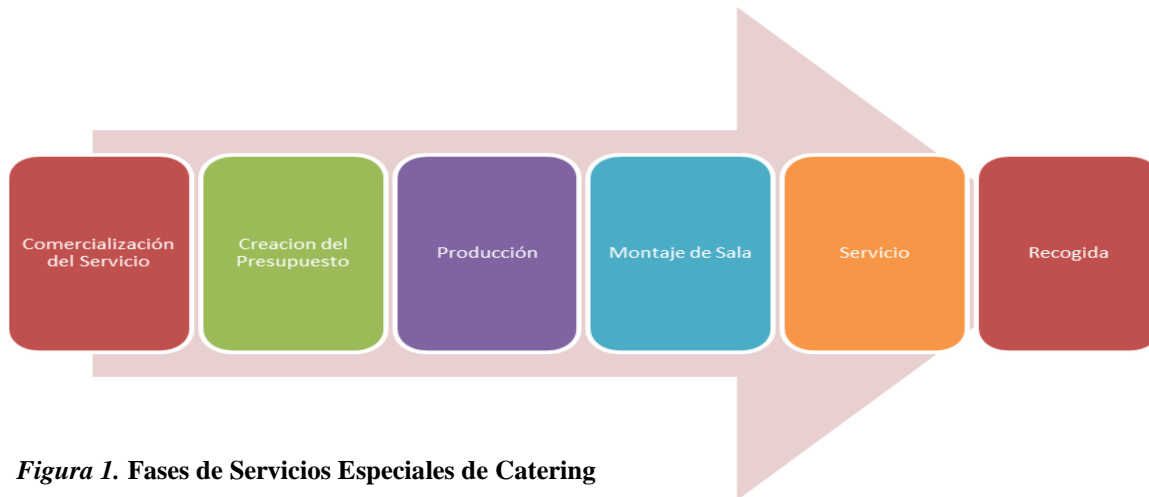


Figura 1. Fases de Servicios Especiales de Catering

Fuente: Aprovisionamiento y Montaje para Servicio de Catering. Organización, almacenamiento y disposición de materiales géneros (Galdón, 2014)

➤ **Mercado de alquileres de Vajilla y Catering en Quito:**

El negocio de alquileres de vajilla en Ecuador, ha ido incrementando paulatinamente, pues hay reuniones y eventos sociales de relevancia donde se congrega a toda la familia o empleados de una empresa numerosa, en la actualidad se acostumbra a realizarlos en un local que cuente con todas las comodidades muchos de estos dan la opción de catering otros solo alquilan el bien inmueble para dicho festejo.

Los alquileres de vajilla y catering más relevantes de la ciudad de Quito son:

- ✓ Grupo Barlovento
- ✓ Lafayette
- ✓ Sihama Cía. Ltda.
- ✓ Estrella Eventos
- ✓ Banquetes Condal
- ✓ Apettit
- ✓ Hanaska Catering

En la Parroquia San Antonio de Pichincha según fuentes estadística del INEC, existen 699 personas dedicadas a actividades de hospedaje y servicio de comidas, en ésta categoría también se incluye el servicio de alquiler de vajillas.

➤ **Percepción Costo vs Calidad:**

Para los ecuatorianos muchas veces la calidad está correlacionada con el precio pues piensan que si un producto o servicio es costoso este por ende es de buena calidad.

Según Robledo Márquez en el caso de los servicios se distinguen tres dimensiones de calidad:

- a) **Física:** Son los medios que se han utilizado para dar el servicio.
- b) **Corporativa:** La imagen que el ofertante ha dado a sus clientes.
- c) **Interactiva:** La forma en que el personal de ventas ha interactuado con los clientes en relación a la amabilidad, rapidez en sus requerimientos siendo eficaces y eficientes.

Por este motivo algunas empresas de catering se han enmarcado en un determinado nicho de mercado para enfocarse en el rango de clientes al cual quieren llegar.

Marco Legal:

Para la constitución de una nueva empresa es indispensable conocer los trámites legales y normativas vigentes que hay que seguir para su creación, en Ecuador se rige por:

- ✓ Ley de Compañías
- ✓ Código de Comercio
- ✓ Disposiciones del Código Civil

Mientras que para su funcionamiento se deberá las leyes descritas por:

- ✓ Servicio de Rentas Internas (SRI)
- ✓ Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)
- ✓ Municipio del Distrito Metropolitano de Quito

- ✓ Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito

➤ **Tipo de Compañía**

Para este proyecto se optará por la creación de una Compañía con Responsabilidad Limitada (Cía. Ltda.) ya que su apertura será entre familiares; se suscribirá con un capital de \$800 entre tres socios.

➤ **Creación de una compañía**

En la actualidad la creación de una compañía ya no es un trámite extenso, pues se lo puede hacer mediante la web, por un proceso simplificado, lo primero que hay que hacer es la **Reserva del Dominio** siguiendo los siguientes pasos:

1. Ingresar al portal web institucional de la Superintendencia Compañía de Compañías, de Valores y Seguros (www.supercias.gob.ec)
2. Seleccione la opción “*Portal de Constitución de Compañías*”
3. Escoja la opción de” *Reserva de Dominio*”
4. Digite su usuario y contraseña, de las opciones que se le presentan escoja la opción de “*Reserva de Denominación*”
5. Luego seleccione la opción “*Constitución*” y seleccione el tipo de compañía que se desea (*Holding, tenedora de acciones, etc.*)
6. Escoja el sector al que pertenecerá la compañía (*Societario, Mercado de Valores o Seguros*) para este proyecto será el “*Sector Societario*”
7. Llene los campos donde será el domicilio legal de la compañía (*Provincia, Cantón y Ciudad*) y la actividad comercial que en este caso sería el código *I* del Nivel 1 “*Actividades de Alojamiento y Servicios de Comida*”, *presione Siguiente*
8. Escoja la actividad principal de la empresa y hasta cinco operaciones complementarias que se incluirán en la actividad económica seleccionada *presione Siguiente*.
9. Elija las etapas o fases a las que se dedicará la compañía *Producción de Bienes / Servicios*” *presione Siguiente*.
10. El sistema mostrará en la pantalla la estructura de la denominación, verifique que los datos antes proporcionados y seleccione los componentes que se desea tener en la denominación (*Expresión Peculiar: Alquileres de Vajilla KARP Gourmet,*

Denominación Objetiva: Vajillas y Catering, y Razón Social: KARP Gourmet), también hay que escoger que tipo de compañía y el formato con el que desea que aparezca (Anónima, De Responsabilidad Limitada, Economía Mixta, Comandita Dividida por Acciones; Abreviada o palabra completa)

11. Visualice la denominación Propuesta si ésta no es igual ni parecida a otra ya existente es aceptada de lo contrario deberá seguir intentando con otras nominaciones.
12. Acepte la opción “*Acuerdo de Responsabilidad*” y presione el botón de “*Reservar*”, llene la encuesta para posteriormente visualizar el código de la reserva que tendrá vigencia de 30 días. (Super Intendencia de Compañías 2016)

Una vez obtenido el Registro de Dominio, de igual modo se procede a realizar la Constitución de la Compañía de forma virtual de la siguiente manera:

1. Ingresar al portal web institucional de la Superintendencia Compañía de Compañías, de Valores y Seguros (www.supercias.gob.ec)
2. Seleccione la opción “*Portal de Constitución de Compañías*”
3. Escoja la opción de “*Constituir una Compañía*”
4. Digite su usuario y contraseña, llene el formulario de solicitud de constitución de compañías y adjunte los documentos habilitantes.
5. Realice el pago correspondiente en el Banco del Pacífico.
6. Un notario se encargará de ingresar al sistema para validar la información anteriormente proporcionada (Datos personales, dirección, etc.) si no hay ningún inconveniente fijara fecha y hora para la validación de las firmas de las escrituras y nombramientos.
7. Una vez firmados los documentos el sistema enviará la información al Servicio Mercantil que también validará la información y facilitará la razón de inscripción de la escritura y los nombramientos.
8. El sistema generará un número de expediente y remitirá la información al SRI el cual de manera inmediata otorgará el número de Registro Único de Contribuyente (RUC) para la Compañía.
9. Finalmente, el sistema notificará que el trámite de constitución ha finalizado. (Super Intendencia de Compañías 2016).

➤ **Tasas y Tarifas por Servicios Notariales**

La creación de una compañía de manera virtual no tiene costo, sin embargo, los usuarios deberán cancelar los servicios notariales, los cuales pueden elegir la notaria de su preferencia y a la vez verificar en el sistema cuál es más ágil en la verificación de datos.

➤ **Obtención del permiso de funcionamiento del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito:**

La Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE) es el documento habilitante que otorga el Municipio de Quito para el ejercicio de cualquier actividad económica, los requisitos que necesita para su obtención son:

- ✓ Llenar el formulario
- ✓ Copia de Cédula de Ciudadanía
- ✓ Copia del RUC
- ✓ Solicitud para la LUAE
- ✓ Para personas jurídicas deberá adjuntar los documentos jurídicos de constitución y representación (Municipio de Quito)

➤ **Requisitos para sacar el permiso de bomberos:**

Este permiso se lo otorga de manera gratuita y tiene vigencia de un año, sus requisitos son:

- ✓ Solicitud de inspección del local
- ✓ Informe favorable de la inspección
- ✓ Copia del RUC (Cuerpo de Bomberos Quito)

➤ **Requisitos para sacar el permiso ARCSA:**

Los trámites para obtener el permiso de control sanitario también se los puede realizar mediante la web por ser una microempresa no tiene costo los pasos a seguir son:

1. Ingresar a la página web de ARCSA www.controlsanitario.gob.ec
2. Hacer clic en la pestaña “*Obtén tu Permiso de Funcionamiento*” y regístrese creando su usuario y contraseña.
3. Una vez ingresado al sistema haga clic en el “*Instructivo para obtener el permiso de funcionamiento*” (Guía para hacer el trámite)
4. Hacer clic en “*Mis tramites*” y luego en la pestaña “*Crear Solicitud*”
5. Ingrese los datos del representante legal, y el RUC de la empresa anexe los documentos solicitados (permiso de bomberos y certificado de salud)
6. Verifique que los datos ingresados estén correctos y acepte los términos y condiciones después de haberlos leído.
7. Haga clic en “*Solicitar permiso de Funcionamiento*” esta retornará a la página principal de “*Mis tramites*”
8. Seleccione los datos proporcionados y haga clic en la pestaña “*Visualizar Solicitud*” esta desplegará el permiso, ya que no tiene costo.
9. Haga clic en “*Permiso de Funcionamiento*” e imprímalo para ponerlo en un lugar visible del establecimiento.

Se recuerda que este permiso debe realizarse hasta el 15 de julio de cada año. (Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria, 2015)

Proposición:

La implementación de este Proyecto de Factibilidad creará fuentes de empleo en un sector poco explotado con el servicio de alquiler de vajillas y catering.

Metodología:

➤ **Método de la Investigación:**

Para este proyecto el método que se utilizará en la investigación de campo es el **descriptivo** con el fin de:

- ✓ Conocer la mayor parte de locales que se encuentran en la parroquia para observar como realizan los eventos sociales y saber los gustos de los clientes.
- ✓ Estudiar la ubicación de este proyecto para analizar el entorno que lo rodea para lograr satisfacer los gustos y las necesidades de los habitantes de la Parroquia de San Antonio de Pichincha.

De una manera **cuantitativa** se espera:

- ✓ Poder evaluar el poder de capacidad económica con el que cuentan las personas y empresas para realizar eventos sociales.
- ✓ Determinar los gustos y necesidades que tendrán los futuros clientes para que sean implementadas.
- ✓ Dentro de la metodología utilizada esta la aplicación de herramientas de investigación de mercado, evaluación financiera de los estados financieros para establecer: flujo de caja, TIR y VAN

En el capítulo N° I *Estudio del Mercado*, se utilizará una encuesta para recolectar datos de los clientes potenciales, utilizando la fórmula de muestreo del estadístico David Moore, los datos de la muestra poblacional fue tomada *del Plan de Desarrollo y ordenamiento territorial de la Parroquia San Antonio de Pichincha*, enfocándose en la población *No pobre que es el 65,84%* de la población total de la Parroquia.

La recolección de datos se la realizó de manera presencial, puerta a puerta con el fin de obtener la opinión de los encuestados, realizando una ruta aleatoria por todo el sector.

Para analizar los resultados de la encuesta se hará uso de la estadística utilizando la herramienta SPSS versión 24.0; se descargó la versión de prueba que el proveedor ofrece, el cual es un software que permite de una manera rápida y sencilla realizar tablas de frecuencia, correlación, gráficos de análisis ya sean estos histogramas o circulares.

CAPITULO I: ESTUDIO DE MERCADO

1.1. Análisis del Entorno Modelo PERSTAL

El análisis PERSTAL es una de las herramientas más útiles para medir los factores externos que comprende el mercado ya sea en su crecimiento o declive por eso se lo realiza antes que el FODA. Sus siglas comprenden los siguientes factores:



Figura 2. Modelo PERSTAL

1.1.1. Político:

En Ecuador llevamos una década con el Presidente Rafael Correa, el cual se ha mantenido en el poder sin golpes de estado, como había ocurrido en periodos anteriores; este gobierno ha sido catalogado como Socialista, el cual se ha enfocado en cambiar la matriz productiva e incentivar el emprendimiento.

Hay que tener en cuenta, que para emprender en el sector de eventos y alimentación hay que estar en orden con todas las exigencias que el estado impone mediante algunos de sus ministerios como el de Trabajo y el de Medio Ambiente y de la misma manera con los órganos reguladores ya sea el Cuerpo de Bomberos, IESS, ordenanzas Municipales, ARCSA entre otros, recordando cómo se describió anteriormente que algunos de estos trámites son gratuitos.

1.1.2. Económico:

Los factores para evaluar en el aspecto económico son algunos, el más importante es la *inflación anual*, la cual, al mes de noviembre 2016 fue de 1,05% (INEC 2016), siendo la más

baja desde el 2007; los factores en los que se enfocará este informe son: los alimentos y bebidas no alcohólicas con una inflación anual de 1,32%, pues aquí se encuentran los productos con mayor aporte para la preparación de los platos para el catering; las Bebidas alcohólicas, tabacos y estupefacientes que tienen una inflación mensual negativa de -0,64%.

1.1.3. Religioso:

Ecuador es un país muy religioso según el INEC el 91,95% afirman tener alguna religión, como se muestra en la tabla 2 el 80% son católicos los cuales realizan más celebraciones sacramentales como Bautizos, Primeras Comuniones, Confirmaciones y Matrimonios.

Tabla 2.

Religiones en Ecuador

Religión	Porcentaje
Cristianos Católicos	80,40%
Cristianos Evangélicos	11,30%
Testigos de Jehová	1,29%
Mormones	0,37%
Budistas	0,29%
Judíos	0,26%
Espiritismo	0,12%
Otros	5,92%
TOTAL	100%

Fuente: (INEC, 2012)

1.1.4. Social:

San Antonio de Pichincha es una Parroquia rural ubicada al noroccidente de Quito, según datos del INEC cuenta con 32362 habitantes, su principal actividad económica es la manufacturera con un 18,11%, actualmente se encuentra en crecimiento poblacional urbanístico, pero aún los medios de transportes públicos son escasos y los taxis costosos, por lo que sus habitantes prefieren hacer sus reuniones sociales dentro de la parroquia, lo cual es beneficioso para este proyecto, además que se podrían crear fuentes de empleo para sus habitantes.

1.1.5. Tecnológico:

Es necesario contar con equipos de última tecnología al ser este un servicio de catering estos deben ser: cocinas industriales, refrigeradores, congeladores, samovares de dos mechas; con respecto al menaje: una vajilla tipo industrial de formas geométricas que es lo que está en boga, la cristalería de vidrio templado y cubiertos de acero inoxidable; para el servicio de montaje manteles y servilletas de primera calidad; todos estos insumos serán de ayuda para brindar un servicio óptimo a los clientes.

1.1.6. Ambiental:

El agua, y las vías internas son los factores ambientales más importantes que se tomará en consideración para este proyecto de factibilidad, de acuerdo a un artículo de diario El Comercio (Jacome, 2014) la Parroquia cuenta con el 94,5% de agua por medio de la red pública, lo cual es beneficioso para el catering pues siempre es necesario este recurso hídrico, el estado de las vías es regular y malo en su mayoría, pues algunas calles no tienen pavimentación lo cual podría afectar la transportación del catering y la vajilla.

La preparación de los alimentos se lo realizara con productos orgánicos, que en la actualidad no son costosos, pero si beneficiosos para la salud de igual manera se tratara de utilizar en lo menos posibles, productos con transgénicos y gluten, para evitar la contaminación ambiental se adecuarán las instalaciones con una campana extractora de olores

1.1.7. Legal:

El año 2016 Ecuador entro en recesión económica y el panorama de los años por venir no son muy alentadores, sin embargo, por ser este un proyecto de emprendimiento tiene algunos beneficios como la exoneración de pago del Anticipo Mínimo del Impuesto a la Renta por 5 años y una deducción adicional del 100% a los gastos incurridos para el cálculo del Impuesto a la Renta. (SRI 2017)

1.2. Estudio de Demanda

1.2.1. Tipo de Muestreo

Para este proyecto se utilizará un método probabilístico, existen dos fórmulas para obtener la muestra dependiendo del tipo de población infinita¹ y finita como se conoce la población la formula a emplear será la siguiente

Fórmula de Moore

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2(N-1) + Z^2 * p * q} \quad 2$$

Nomenclatura:

N= Población o Universo

n= Número de muestra

Z= Coeficiente de confianza

p= Probabilidad de éxito

q= Probabilidad de Fracaso

e= Margen de error permitido

La muestra tendrá un coeficiente de confianza del 95%

Tabla 3.

Tamaño de la población en la Parroquia San Antonio de Pichincha

Hombres	15.912
Mujeres	16.445
TOTAL	32.357
³PEA	28.531
POBLACION NO POBRE⁴	21.194

Fuente: INEC Censo 2010

¹Fórmula de población infinita $n = \frac{Z^2 * p * q}{e}$

² **Estadística Aplicada Básica** David S Moore 2^{da} Edición

² **P.E.A.:** Población Económica Activa

⁴ **Población No Pobre:** Aspectos Económicos, Plan de desarrollo y ordenamiento territorial Gobierno Autónomo descentralizado Parroquial de San Antonio de Pichincha pag.38

Datos	Resolución
n=?	$n = \frac{21194 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 (21194 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$
N= 21194	$n = \frac{20354,7176}{53,9429}$
Z= 95% => 1,96	$n = 377$
p= 50% => 0,5	
q= 50% => 0,5	
e= 5% => 0,05	

La Tabla 3 indica que existen 21.194 habitantes no pobres, aplicando la fórmula, el resultado de la muestra nos indica que hay que encuestar a 377 personas en la Parroquia San Antonio de Pichincha para conocer sus preferencias

1.2.2. Resultado de la tabulación de datos recogidos y su análisis

a) Pregunta N°1: Edad

Tabla 4.

Rango de edades

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18 a 25 años	154	40,85%
de 26 a 35 años	96	25,46%
de 36 a 45 años	72	19,10%
de 46 años en adelante	55	14,59%
TOTAL	377	100,00%

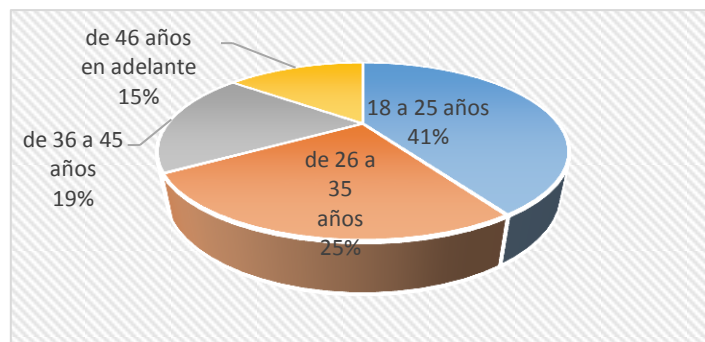


Figura 3. Rango de edades

La Tabla número 4 indica las edades de personas encuestadas, la mayoría están en un rango de edad de 18 a 25 años que equivale al 41%, lo que nos podría dar la idea de que el mercado joven está más interesado en hacer eventos sociales, de 26 a 35 años el 25% de 36 a 45 años 19% y de 46 años en adelante el 15%.

b) Pregunta N°2: Sexo

Tabla 5.

Sexo de las personas encuestadas

SEXO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Masculino	175	46,42%
Femenino	202	53,58%
TOTAL	377	100,00%

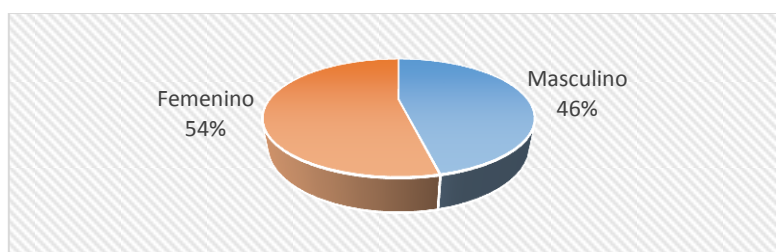


Figura 4. Sexo de personas encuestadas

Como se observa en la Tabla 5 fueron más mujeres (54%) que hombres (46%) los encuestados este era un resultado que se esperaba, pues en la tabla 3 mostraba que existen más mujeres que hombres en la muestra poblacional.

c) Pregunta N°3: Estado Civil

Tabla 6.

Estado civil

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Soltero(a)	102	27,06%
Casado(a)	117	31,03%
Divorciado(a)	24	6,37%
Viudo(a)	14	3,71%
Unión Libre	120	31,83%
TOTAL	377	100,00%

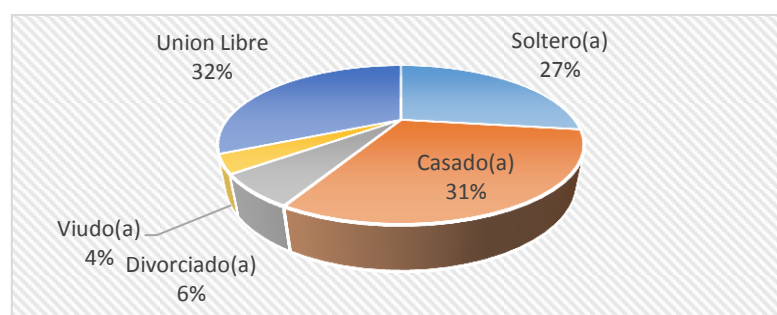


Figura 5. Estado Civil

Como se observa en la Tabla 6, el estado civil de la mayoría de los encuestados es unión libre con el 32%, seguido con un margen muy estrecho de los casados con un 31%, los solteros un 27%, los divorciados y viudos un porcentaje muy estrecho del 8% y 3% respectivamente.

d) Pregunta N°4: Nivel de Educación

Tabla 7.

Nivel de Educación

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Básico	40	16,60%
Bachiller	244	101,24%
Superior	93	38,59%
TOTAL	377	156,43%

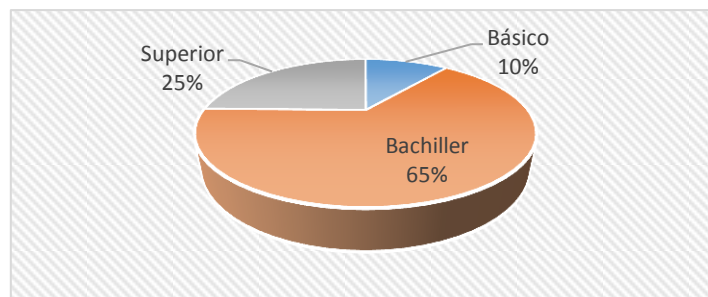


Figura 6. Nivel de Educación

La Tabla 7 indica que la mayoría de los encuestados son bachilleres con el 65%, el 25% tienen una educación superior y el 10% solo han tenido una educación básica.

e) Pregunta N°5: ¿Cuál es su nivel ingresos?

Tabla 8.

Nivel de Ingresos

VALORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de \$350	34	14,11%
Entre \$351 y \$500	60	24,90%
Entre \$501 y 700	160	66,39%
Entre \$701 y \$900	72	29,88%
De \$900 en adelante	51	21,16%
TOTAL	377	156,43%

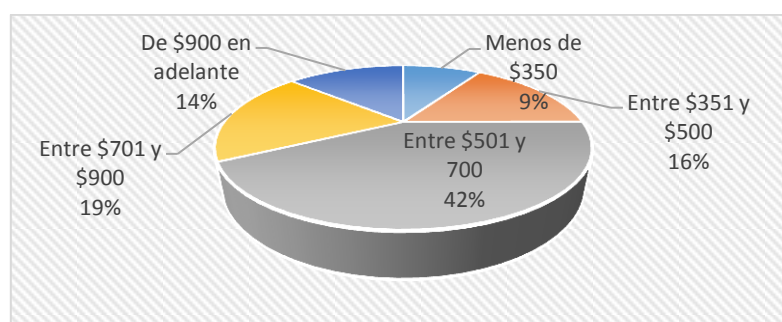


Figura 7. Nivel de Ingresos

La Tabla 8 indica que el rango con mayor nivel de ingresos está entre \$501 y \$700 con un 42%, el 19% gana entre \$701 y \$900, entre \$351 y \$500 el 16% de los encuestados, de \$900 en adelante el 14% y menos de \$350 el 9%.

f) Pregunta N°6: ¿Alguna vez ha contratado los siguientes servicios?

Tabla 9.

Servicios que ha contratado para eventos sociales

LUGAR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Catering	37	15,35%
Alquiler de Vajilla	44	18,26%
Catering y Alquiler de Vajillas	160	66,39%
Nunca	136	56,43%
TOTAL	377	156,43%

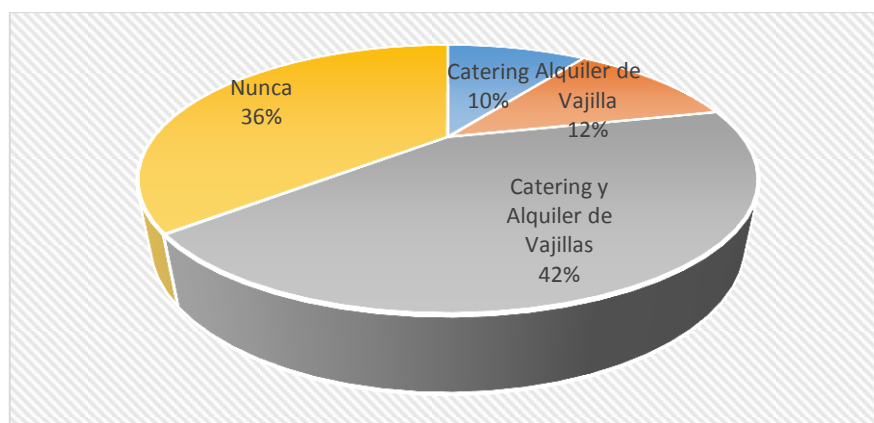


Figura 8. Servicios que ha contratado para eventos sociales

La Tabla 9 indica que el 42% de los encuestados han contratado los servicios de catering y alquiler de vajilla, el 36% no lo ha hecho, porcentaje que en las siguientes preguntas hasta la 15 no será contabilizada, el 12% alquilo vajilla y el 10% el servicio de catering.

g) Pregunta N°7: ¿Según su criterio cuál de las siguientes fechas son motivo de celebración?

A partir de esta pregunta hasta la 15, el total de encuestas validas varía de 377 a 241, pues las preguntas se enfocan en medir la satisfacción post compra de los encuestados.

Tabla 10.

Celebraciones importantes

ACONTECIMIENTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cumpleaños	36	14,94%
Sacramentos	48	19,92%
Matrimonio	105	43,57%
Navidad	14	5,81%
Fin de año	14	5,81%
Eventos Empresariales	16	6,64%
Otros	8	3,32%
TOTAL	241	100,00%

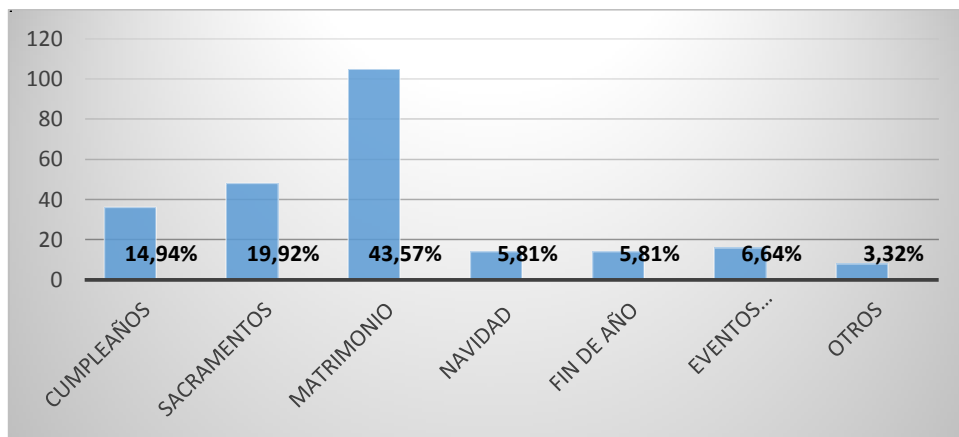


Figura 9. Celebraciones importantes

La Tabla 10 indica que el 43% de encuestados considera que el matrimonio es el principal motivo de celebración, el 19,92% piensa que los Sacramentos, el 14,94% cumpleaños, el 6,64% los eventos empresariales, mientras que las celebraciones de navidad y fin de año coinciden el mismo porcentaje 5,81% y entre otros esta el 3,32%

h) Pregunta N°8: ¿Con que frecuencia realiza usted eventos sociales donde se requiera de alquiler de vajilla o catering?

Tabla 11.

Frecuencia de eventos sociales en San Antonio de Pichincha

VECES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 vez al año	181	75,10%
2 veces al año	45	18,67%
3 veces al año	13	5,39%
Más de 3 veces al año	2	0,83%
TOTAL	241	100,00%

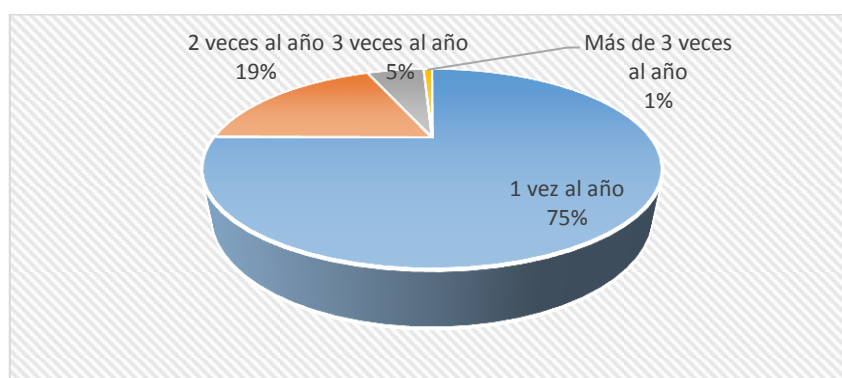


Figura 10. Frecuencia de eventos sociales en San Antonio de Pichincha

Como se observa en la Tabla 11, el 75% de encuestados realiza un festejo por lo menos una vez al año, el 19% lo hace dos veces al año, el 5,4% lo realiza 3 veces al año y el 0,83 % más de 3 veces al año.

i) Pregunta N°9: ¿En dónde ha realizado sus eventos sociales?

Tabla 12.

Lugar en donde ha realizado sus eventos sociales

LUGAR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Local de Recepciones	106	43,98%
Domicilio	79	32,78%
Hotel	22	9,13%
Restaurante	24	9,96%
Otro	10	4,15%
TOTAL	241	100,00%

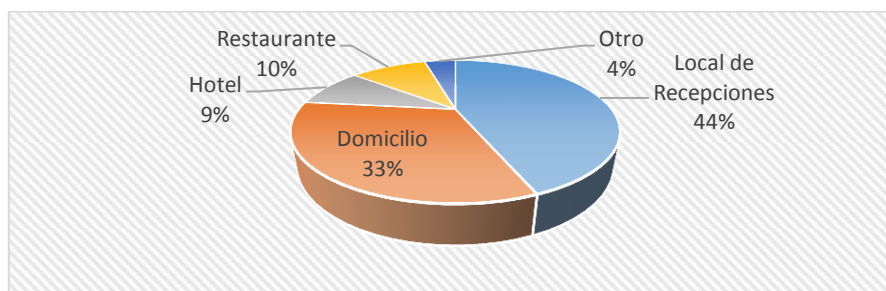


Figura 11. Lugar en donde ha realizado sus eventos sociales

Por tradición las personas suelen realizar sus festejos en un local de recepciones, como se observa en la Tabla 12 el 44% acostumbra a hacerlo, en segundo lugar, están las personas que realizan sus eventos en sus domicilios con el 33% a las cuales se los puede considerar como un mercado potencial, los hoteles y restaurantes tienen un menor porcentaje del 9% y 10% respectivamente Las personas consideraban como *otro* la casa comunal de los conjuntos en los que habitan.

j) Pregunta N°10: ¿Cuál ha sido el número de invitados máximo que usted ha tenido por evento?

Tabla 13.

Número de invitados en eventos sociales

PERSONAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre 20 y 50 personas	21	8,71%
Entre 51 y 80 personas	46	19,09%
Entre 81 y 110 personas	132	54,77%
Más de 110	42	17,43%
TOTAL	241	100,00%

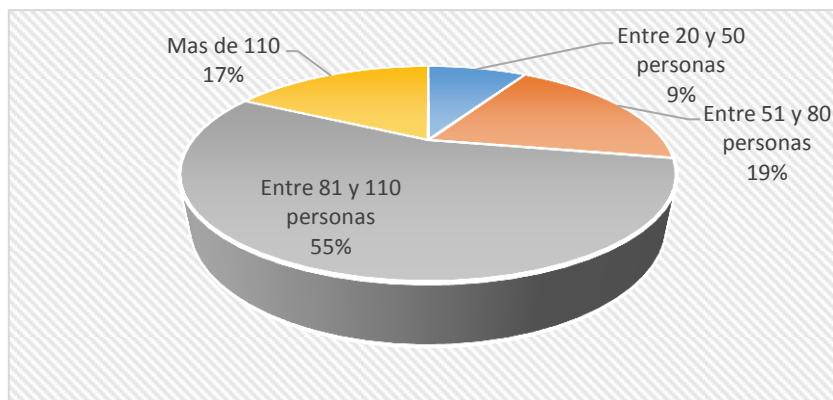


Figura 12. Número de invitados en eventos sociales

La Tabla 13 indica que el 55% ha tenido de 81 a 110 personas como invitados, el 19% entre 51 y 80 personas, el 17% más de 110 personas y el 9% entre 20 y 50 invitados.

k) **Pregunta N°11: ¿Cuál sería el valor que estaría dispuesto a cancelar por los servicios de alquiler de vajilla, menaje y catering?**

Tabla 14.

Valor a cancelar por servicios en eventos sociales

VALOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de \$20	67	27,80%
De \$21 a \$30	88	36,51%
De \$31 a \$40	60	24,90%
Más de \$40	26	10,79%
TOTAL	241	100,00%

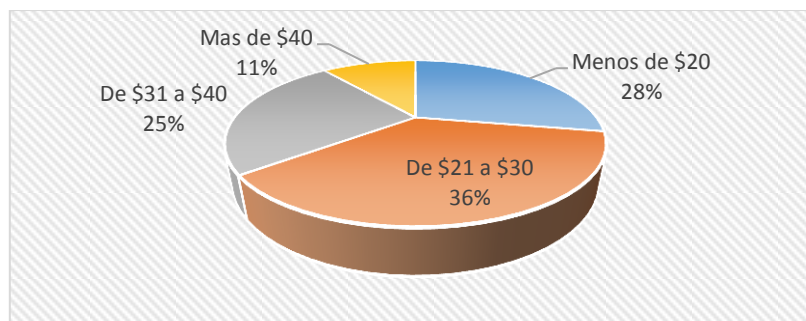


Figura 13. Valor a cancelar por servicios en eventos sociales

La Tabla 14 indica que el 36% de encuestados estaría dispuesto a cancelar de \$21 a \$30 por el servicio completo, el 28% pagaría menos de \$20, el 25% estaría dispuesto a pagar de \$31 a \$40 y el 11% más de \$40.

l) Pregunta N°12: Qué tipo de comida prefiere para sus eventos sociales

Tabla 15.

Tipo de comida de preferencia en eventos sociales

VALOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nacional	38	15,77%
Internacional	102	42,32%
Fusión	69	28,63%
Todas	32	13,28%
TOTAL	241	100,00%

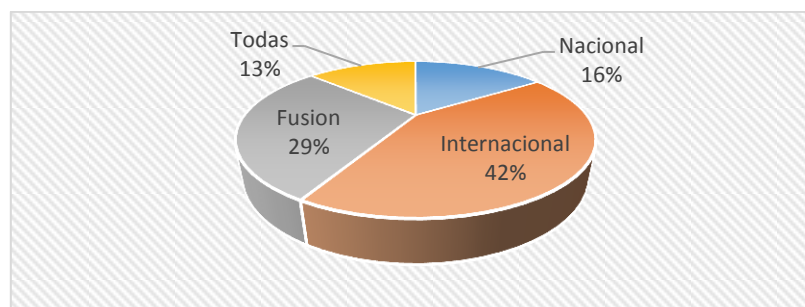


Figura 14. Tipo de comida de preferencia en eventos sociales

En la Tabla 15 muestra que el 42% de los encuestados prefiere para sus eventos sociales la comida internacional, el 29% la fusión el 16% la nacional y el 13% todas

m) Pregunta N°13: Qué tipo de servicio prefiere en sus eventos sociales

Tabla 16.

Servicio de preferencia en eventos sociales

VALOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Emplatado	175	72,61%
Self-Service	66	27,39%
TOTAL	241	100,00%

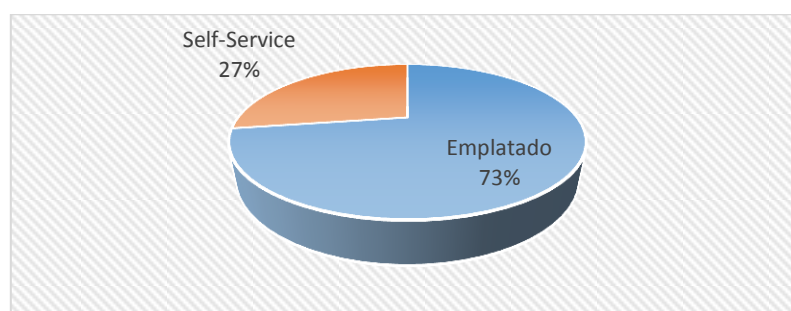


Figura 1.5 Servicio de preferencia en eventos sociales

La Tabla 16 muestra que el 73% de encuestados prefieren que el servicio de catering sea llevado a la mesa, mientras que el 27% le gustaría que sea mediante self-service.

n) Pregunta N°14: Como le pareció el servicio contratado anteriormente

Tabla 17.

Apreciación de servicio contratado anteriormente

ACONTECIMIENTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	24	9,96%
Bueno	128	53,11%
Regular	57	23,65%
Malo	32	13,28%
TOTAL	241	100,00%

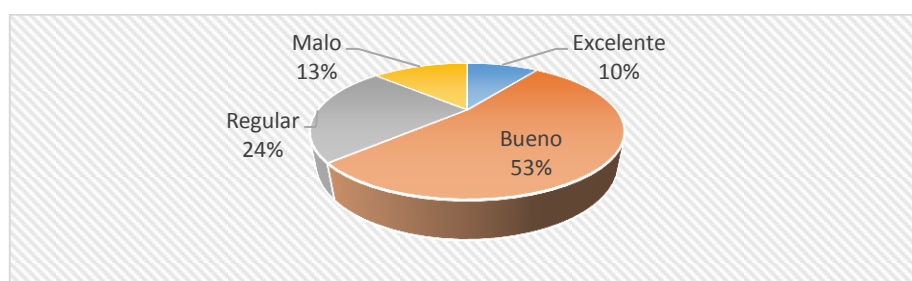


Figura 16 Apreciación de servicio contratado anteriormente

En la Tabla 17 se muestra que el 53% de los encuestados le pareció bueno el servicio contratado, el 24% regular, el 13% malo, estos tres porcentajes pueden ser atraídos por una nueva empresa, pues sobre todo los dos últimos no están muy conformes, por otro lado, el 10% está satisfecho

o) **Pregunta N°15: ¿Qué forma de pago prefiere para la realización de sus eventos sociales?**

Tabla 18.

Preferencia en forma de pago para eventos sociales

VALOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Efectivo	91	37,76%
Cheque	5	2,07%
Tarjeta de Crédito Corriente	5	2,07%
Tarjeta de Crédito Diferido	140	58,09%
TOTAL	241	100,00%

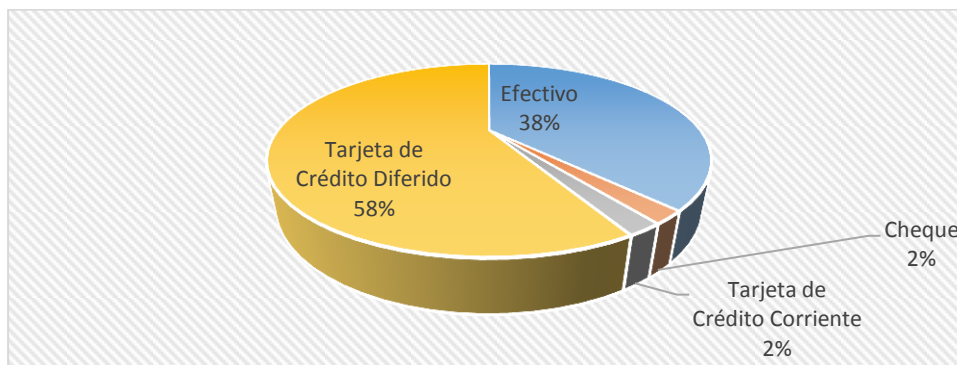


Figura 17 Preferencia en forma de pago para eventos sociales

La Tabla 18 indica que el 58% de los encuestados prefiere cancelar con tarjeta de crédito y diferir sus pagos, el 38% en efectivo y el 2% en cheque y con tarjeta de crédito corriente.

p) **Pregunta N°16: Estaría usted dispuesto a contratar en una nueva empresa los servicios de catering y alquiler de vajilla**

Tabla 19.

Disposición a contratar un nuevo servicio

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	298	79,05%
No	79	20,95%
TOTAL	377	100,00%

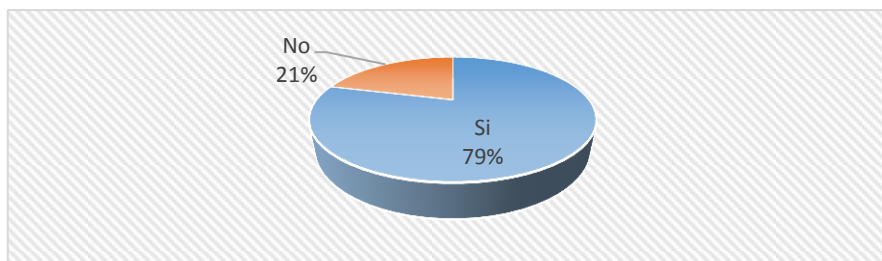


Figura 18 Disposición a contratar un nuevo servicio

La Tabla 19 muestra que el 78% de los encuestados si estaría dispuesto a contratar un nuevo servicio de catering y alquiler de vajilla un mercado potencialmente alto al cual se le puede ofrecer los servicios de catering y alquiler de vajilla; mientras que el 21% no lo estaría.

1.3. Análisis de Oportunidad

Las personas disfrutan celebrar con sus familiares o amigos fechas o acontecimientos importantes, realizando una investigación de campo de observación se puede constatar que en la Parroquia San Antonio de Pichincha hay muy pocos catering y en menor cantidad alquileres de vajilla.

En el edificio de la UNASUR se realizan múltiples eventos de diferentes ministerios los cuales contratan previamente el servicio de catering, lo hacen mediante contratación pública, a la cual, esta empresa podría entrar a concursar con precios competitivos y ser uno de los principales proveedores.

1.4. Análisis de la Demanda

Este proyecto se enfocará exclusivamente en la Parroquia San Antonio de Pichincha, para aquellas personas que sin importar su clase social deseen realizar una celebración que consideren especial, ya sea cumpleaños, matrimonio, sacramentos o cualquier otra que considere motivo de festejo.

A continuación, se evaluarán los datos de edad, sexo y estado civil de las personas encuestadas, estos serán importantes para obtener un perfil aproximado de las personas encuestadas.

➤ **Edad:**

Tabla 20.

Relación edad y contratación de nuevo servicios

			Estaría usted deispuesto a contratar en una nueva empresa los servicios de catering y alquiler de vajilla		Total
			Si	No	
Edad encuestado	18 a 25 años	Recuento	120	34	154
		% del total	31,8%	9,0%	40,8%
	26 a 35 años	Recuento	75	21	96
		% del total	19,9%	5,6%	25,5%
	36 a 45 años	Recuento	62	10	72
		% del total	16,4%	2,7%	19,1%
	46 años en adelante	Recuento	41	14	55
		% del total	10,9%	3,7%	14,6%
Total		Recuento	298	79	377
		% del total	79,0%	21,0%	100,0%

Elaborado por: SPSS versión 24.0

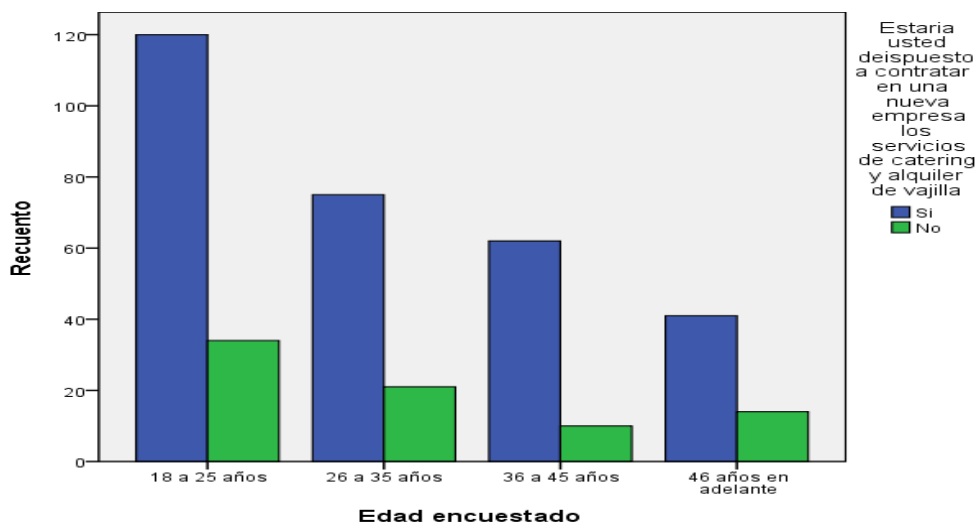


Figura 19. Relación edad y contratación de nuevo servicios

Elaborado por: SPSS versión 24.0

La Tabla 20 muestra la relación entre la edad y si estarían dispuestos a contratar en una nueva empresa los servicios de catering y alquiler de vajilla, como se indicó en la tabla 4 la población más joven, fue la más encuestada, la cual también tiene la predisposición de contratar en nuevo local.

➤ **Sexo:**

Tabla 21.

Relación sexo y contratación de nuevo servicios

			Estaría usted deispuesto a contratar en una nueva empresa los servicios de catering y alquiler de vajilla		Total
			Si	No	
Sexo encuestado	Masculino	Recuento	134	41	175
		% del total	35,5%	10,9%	46,4%
	Femenino	Recuento	164	38	202
		% del total	43,5%	10,1%	53,6%
Total		Recuento	298	79	377
		% del total	79,0%	21,0%	100,0%

Elaborado por: SPSS versión 24.0

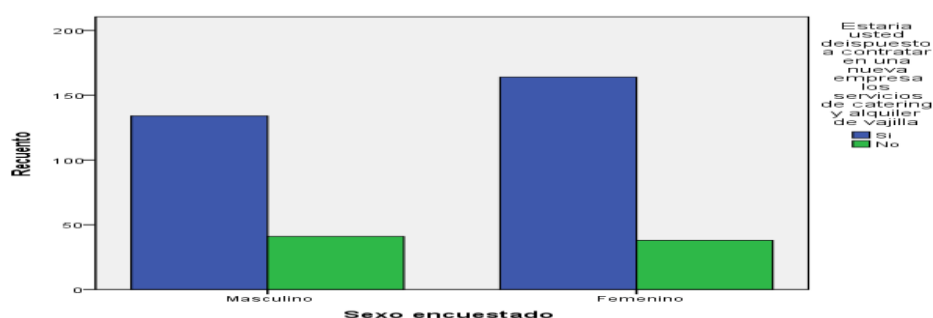


Figura 20.: Relación sexo y contratación de nuevos servicios

Elaborado por: SPSS versión 24.0

Evaluando la Tabla 21 se reafirma que el género femenino es el que predomina en la contratación de catering y alquiler de vajilla, por lo tanto, son las mujeres en las cuales nos debemos enfocar con más énfasis.

➤ **Estado civil**

Tabla 22.

Relación Estado civil y contratación de nuevos servicios

			Estaría usted deispuesto a contratar en una nueva empresa los servicios de catering y alquiler de vajilla		Total
			Si	No	
Estado Civil	Soltera(o)	Recuento	70	32	102
		% del total	18,6%	8,5%	27,1%
	Casada(o)	Recuento	108	9	117
		% del total	28,6%	2,4%	31,0%
	Divorciada(o)	Recuento	21	3	24
		% del total	5,6%	0,8%	6,4%
	Viuda(o)	Recuento	12	2	14
		% del total	3,2%	0,5%	3,7%
	Union Libre	Recuento	87	33	120
		% del total	23,1%	8,8%	31,8%
Total		Recuento	298	79	377
		% del total	79,0%	21,0%	100,0%

Elaborado por: SPSS versión 24.0

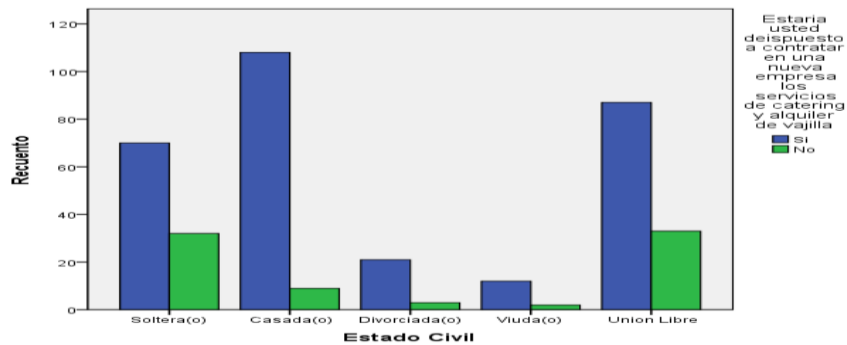


Figura 21. Relación estado civil y contratación nuevos servicios

Elaborado por: SPSS versión 24.0

Realizando una relación entre las tablas 6 y 19, se aprecia en la Tabla 22 que existe una dependencia entre el estado civil y las personas en unión libre que estarían dispuestas a contratar un servicio de catering y alquiler de vajilla.

Analizando las tablas anteriores se puede determinar un perfil del consumidor de los posibles compradores.

Tabla 23.

Perfil del Consumidor

Características	Geograficas	Ubicación	Parroquia San Antonio de Pichincha
	Demograficas	Edad	18 a 25 años
		Sexo	Femenino
		Estado Civil	Union Libre
Situacion de consumo	Objetivo	Alquiler de Vajilla y Catering	

La Tabla 23 indica el perfil de los posibles clientes, los cuales tendrían como características demográficas: una edad muy joven, de 18 a 25 años, de sexo femenino y como estado civil la Unión libre.

1.4.1. Demanda Potencial:

Para proyectar la demanda potencial se considerará la tasa de crecimiento de la parroquia San Antonio de Pichincha la cual según datos del INEC es de 0,42%, con la siguiente fórmula se podrá determinar los posibles compradores en los próximos años.

$$M=C (1+i)^n$$

C= Demanda Insatisfecha => 21194

i= Tasa de Crecimiento => 0,42%

n= Numero de Periodos =>5

Tabla 24.

Demanda potencial de catering y alquiler de vajilla

AÑO	TASA DE CRECIMIENTO	DEMANDA POTENCIAL
2016		21194
2017		21283
2018	0,42%	21372
2019		21462
2020		21552

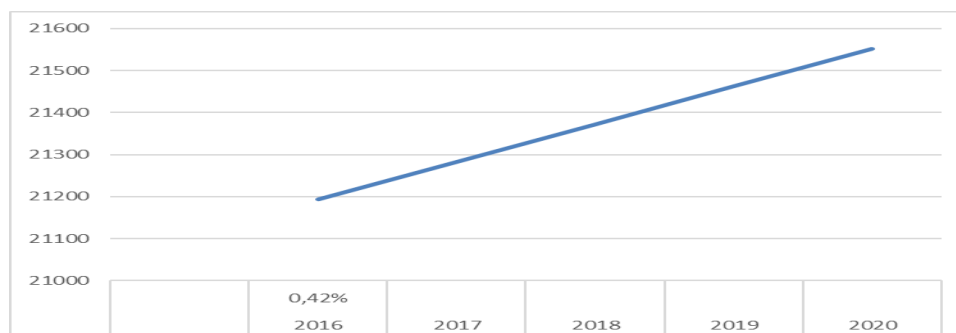


Figura 22. Demanda potencial de catering y alquiler de vajilla

1.4.2. Análisis de la Competencia:

Para analizar la competencia, se realizó una observación de campo mediante el método de observación, para su mejor comprensión se la clasificó en dos tipos: los competidores directos y los indirectos, los cuales se detallan a continuación:

1.4.2.1. Competidores Directos:

Estos competidores se encuentran en el mercado al cual se pretende llegar; los negocios que se dedican al alquiler de vajilla y catering en la Parroquia San Antonio de Pichincha son:

- ✓ Banquetes y Recepciones
- ✓ Alquileres San Antonio
- ✓ Las Tejas
- ✓ Restaurante Yaraví

Existen también algunos locales que se dedican solo a la preparación de alimentos y otros al alquiler del local como:

- ✓ Banquetes Equinoccial
- ✓ Tortas y comidas Mitad del Mundo
- ✓ Buffet D' Rosita

1.4.2.2. Competidores Indirectos:

Los competidores indirectos son los que ofertan productos similares o sustitutivos al nuestro, existen varios lugares donde se ofertan arreglos para fiestas temáticas, horas locas, estas empresas se trasladan al evento donde se realiza el festejo; también hay algunas florerías en el sector.

1.5. Análisis de la Oferta

1.5.1. Planes de Expansión Futura:

Como toda empresa, tendrá planes de futuro ambicioso por expandirse, en primera instancia, sería contar con un local propio para eventos, de este modo se brindaría una atención completa a los clientes y se evitaría el traslado de la vajilla y su menaje también el del

catering, posteriormente, se espera abrir una sucursal en el centro norte de la ciudad, pues este es un lugar muy comercial para promocionar nuestra empresa además que se contara con la reputación ya obtenida por eventos y servicios prestados anteriormente.

1.6. Análisis de competitividad de M. Potter:

Mediante este análisis se recopilará información muy relevante sobre las competencias internas de la empresa para posteriormente elaborar un plan estratégico en beneficio de la misma.

1.6.1. Amenaza de la entrada de nuevos competidores:

Que entren nuevos competidores al mercado de alquileres de vajilla es una amenaza baja, pues no se necesita una inversión fuerte de capital para adquirir el menaje, aunque sea este de primera calidad; por otro lado, el mercado de alimentos siempre ha sido atractivo por tener mayor demanda, el requerimiento de capital no es muy alto y la inversión realizada tiene un retorno más rápido siendo este una amenaza media.

1.6.2. Amenazas de posibles servicios sustitutos:

La amenaza de productos sustitutos es media con respecto al servicio de catering, pues puede haber otros entes que realicen la preparación de los alimentos como el anfitrión del evento, o sus familiares; por otro lado, el alquiler de vajilla es una amenaza baja, la vajilla es uno de los principales componentes para dar realce al evento sustituirla por desechable no es lo habitual ni recomendable.

1.6.3. Poder de negociación de los proveedores:

El poder de negociación con los proveedores en el mercado de catering es favorable para el negocio, puesto que existen muchos ofertantes de la materia prima (hortalizas, verduras, frutas, etcétera), lo cual ayuda a adquirir los insumos a precios económicos y por ende baja los costos de producción de los alimentos, así se podrán ofrecer a precios más asequibles a nuestros clientes.

Por otro lado, con respecto a las vajilla, cubertería y cristalería, la reposición de sus piezas no es siempre fácil de encontrar por tal motivo hay que exigir al proveedor, la total garantía de la mismas al momento de adquirirlas.

1.6.4. Poder de negociación de los clientes:

El poder de negociación con los clientes es alto, pues no existen muchas empresas que se dediquen al servicio que este proyecto ofrecerá, aunque no es nula la oferta, los compradores pueden elegir si contratan los servicios de catering y alquiler de vajilla en un mismo sitio o a varios proveedores la diferencia que este negocio ofertara son un buffet saludable y económico servido en una vajilla de calidad con una decoración al gusto del cliente y una atención de primera, los cuales se mediaran con un servicio de post venta que se realizara a los consumidores para mejorar los servicios de acuerdo a sus preferencias.

1.6.5. Rivalidad entre competidores existentes:

Esta es la más poderosa de las cinco fuerzas, pues es cierto que la entrada de una nueva empresa es débil, ya que existe el temor e incertidumbre de los clientes en saber si esta podrá satisfacer o no sus expectativas y necesidades. Sin embargo, la estrategia será ofrecer servicios innovadores y diferenciados con la competencia

1.6.6. Empresas Complementarias:

Es un nuevo factor, el cual fue complementado por el Modelo Delta⁵, esta fuerza incita a buscar empresas que se complementen con la de este proyecto para proporcionar paquetes más completos y atractivos con un valor único, como por ejemplo una pastelería fina que ofrezca tortas sofisticadas con excelente decoración y cup-cake temáticos sería una excelente propuesta.

⁵ Proyecto delta, Estrategias para hacer más rentables las empresas en el mundo de hoy, (Hax & Wilde 2013)

CAPITULO II: MODELO ORGANIZACIONAL ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA

2. Administrativa y Estratégica

2.1. Visión

Posicionarse como una empresa distinguida, confiable y localmente reconocida por nuestro trabajo en equipo, calidad y servicios ofertados a los clientes.

2.2. Misión

Brindar a nuestros clientes un servicio de alto nivel en el cual se refleje la calidad de los productos con la mejor atención y que satisfaga sus necesidades.

2.3. Valores Institucionales

Los valores en los cuales se basa la empresa están establecidos para contribuir el bienestar social de la comunidad:

- ✓ Responsabilidad de satisfacer las necesidades de nuestros clientes con productos de calidad.
- ✓ Trabajo en equipo para brindar un servicio de excelencia que genere un espacio de armonía y confianza.
- ✓ Profesionalismo de cada uno de nuestros colaboradores, entrega y dedicación con total hacia las tareas encomendadas.

2.4. CREDO

La empresa cree firmemente en el trabajo en equipo, la responsabilidad, esfuerzo y profesionalismo de cada uno de nuestros colaboradores, los cuales generan éxito y contribuyen al bienestar social, para un beneficio mutuo.

2.5. Objetivos permanentes

Brindar un servicio de catering y alquiler de vajillas para satisfacer a las personas que requieran realizar eventos sociales en cualquier momento, los 365 días del año con una gran variedad de productos y un servicio personalizado.

2.6. Análisis FODA



Figura 23 Análisis FODA

2.7. Estructura Organizacional

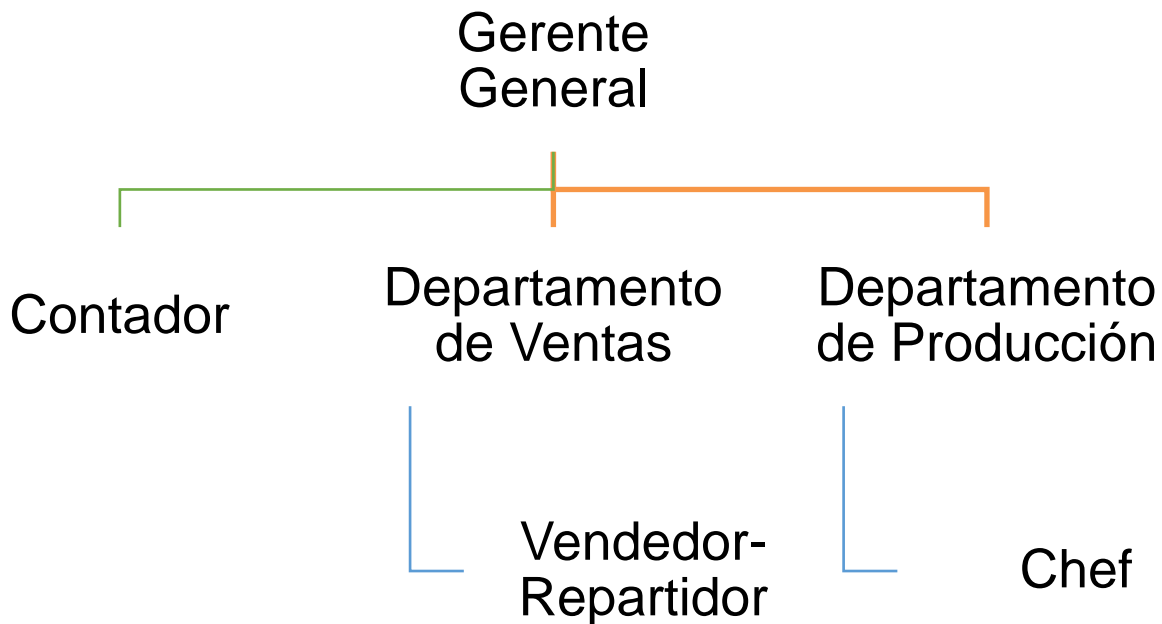


Figura 24 Estructura Organizacional

Este organigrama solo cuenta con dos departamentos, ya que es una empresa nueva en el mercado, todos los colaboradores deberán cumplir las funciones y compromisos adquiridos con los clientes para lograr su satisfacción y un posterior crecimiento en el mercado.

2.7.1. Definición de funciones:

Una vez determinado el talento humano, es necesario delegar funciones a cada uno de los colaboradores, realizando un diseño de perfil donde consten sus conocimientos, destrezas, compromisos y competencias laborales con la finalidad de que su desempeño dentro de la empresa sea eficiente.

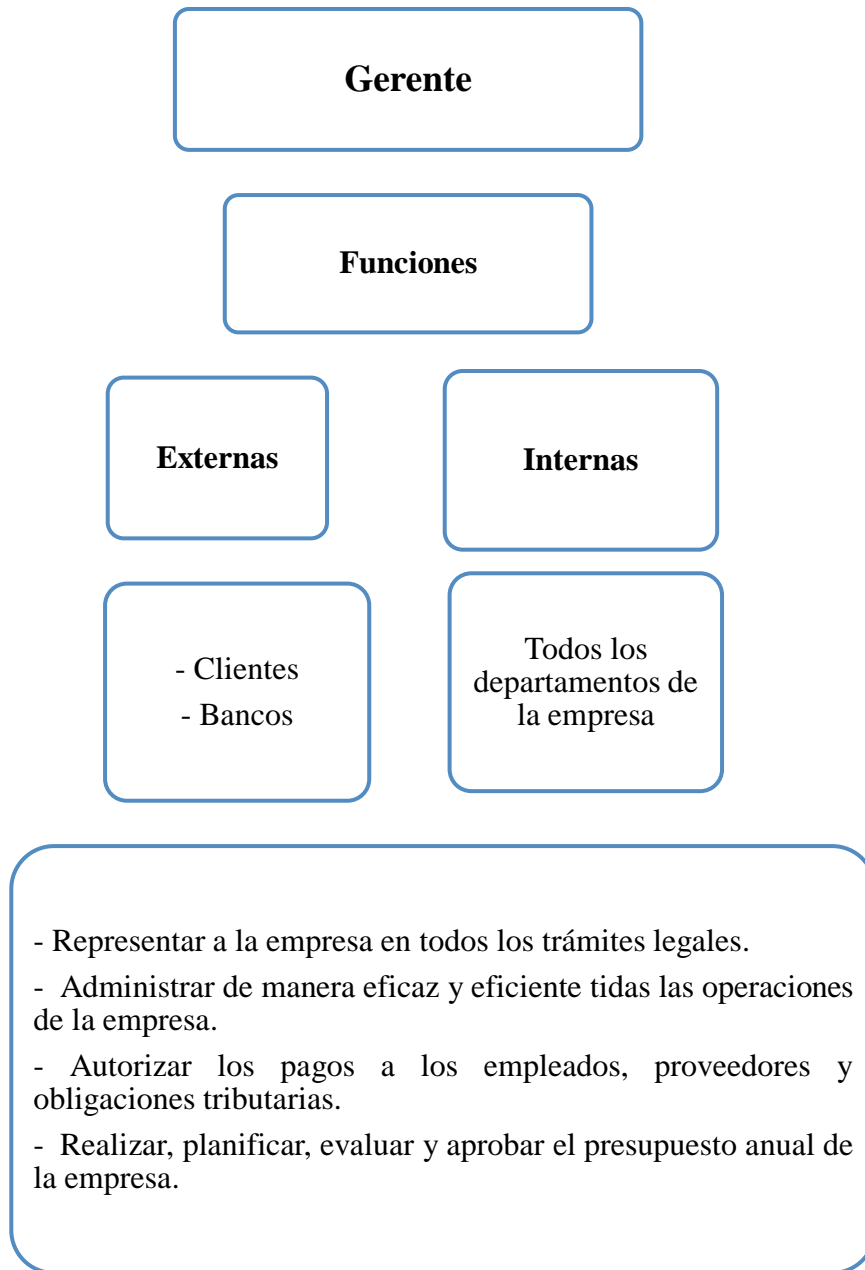


Figura 25. Funciones del Gerente

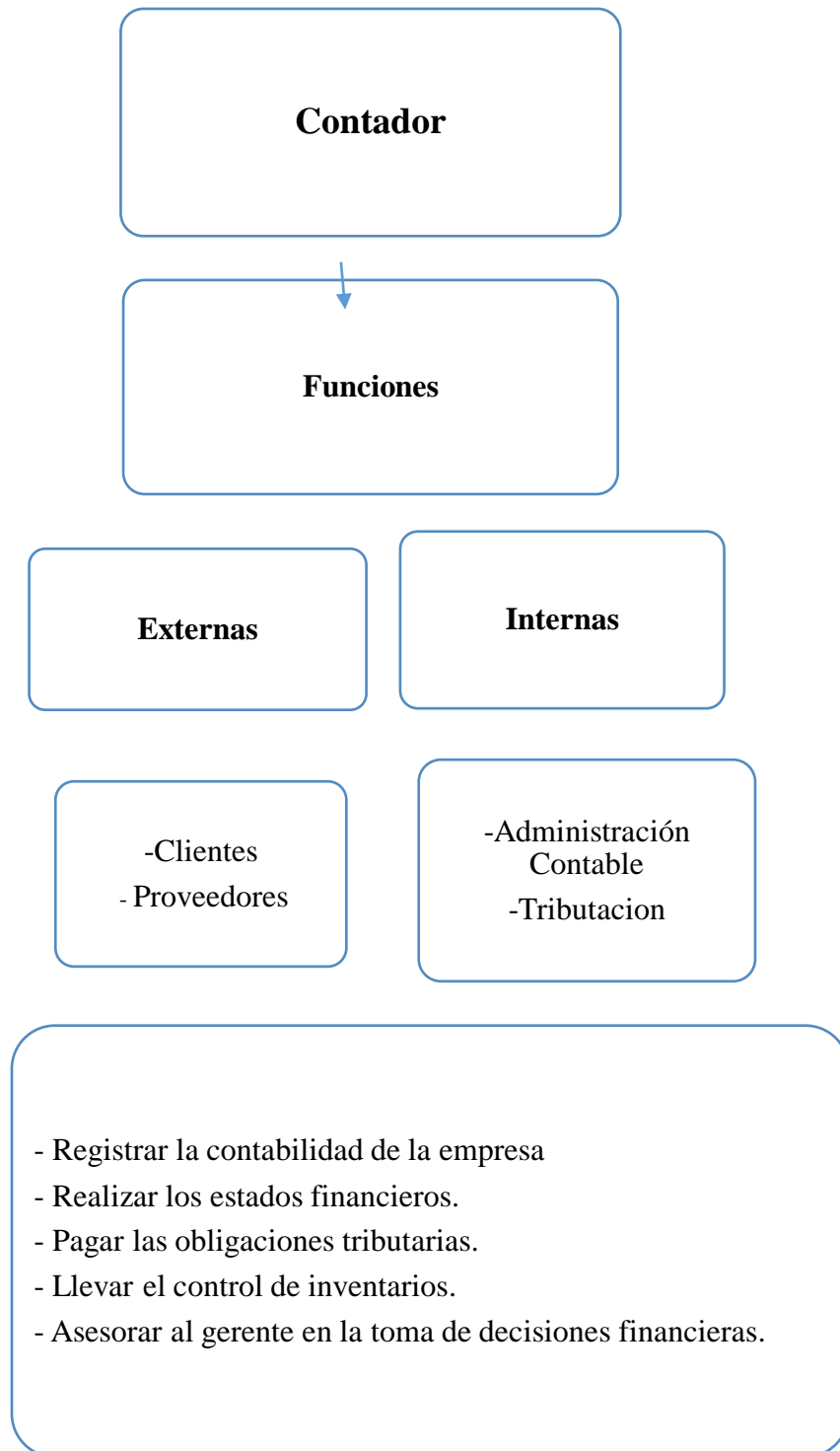


Figura 26. Funciones del Contador

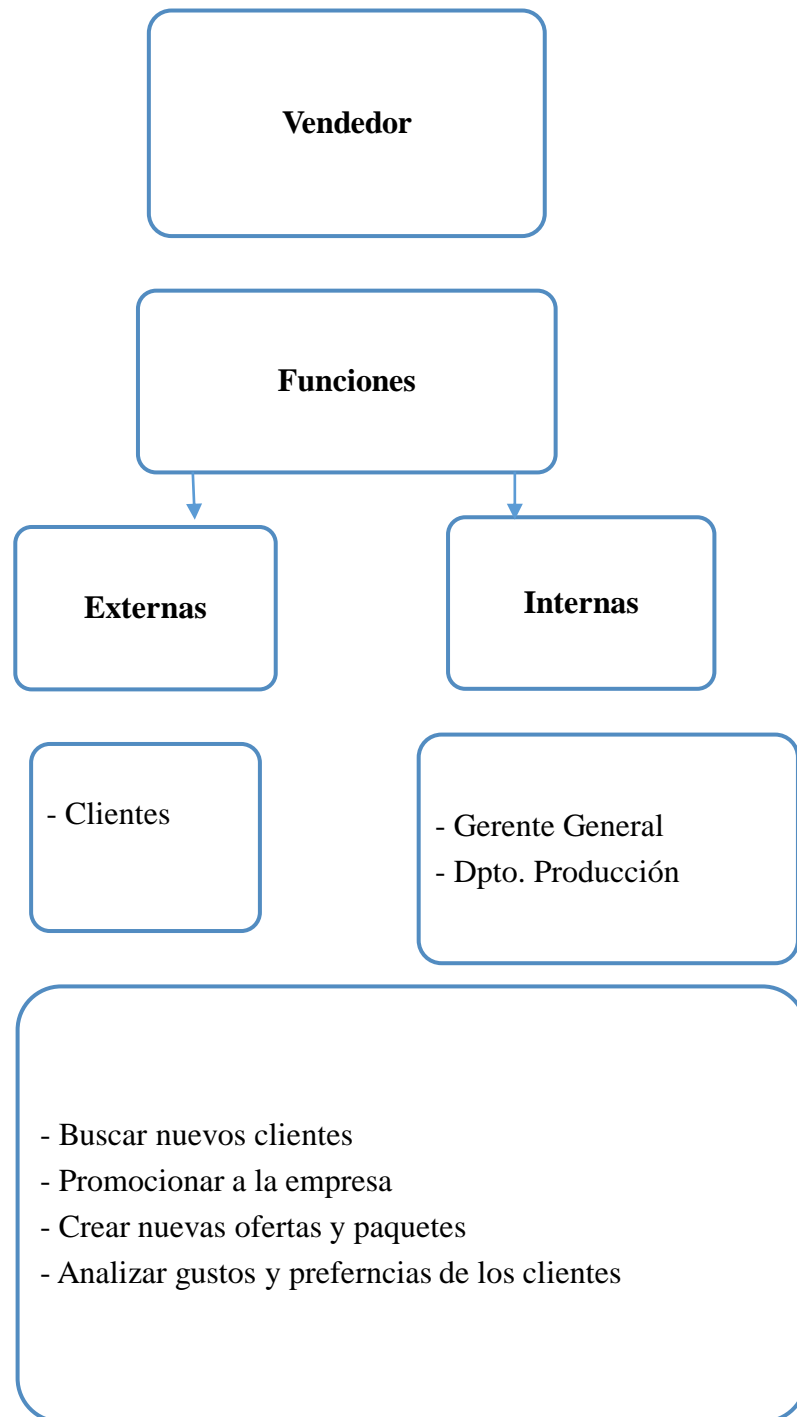


Figura 27. Funciones del Vendedor

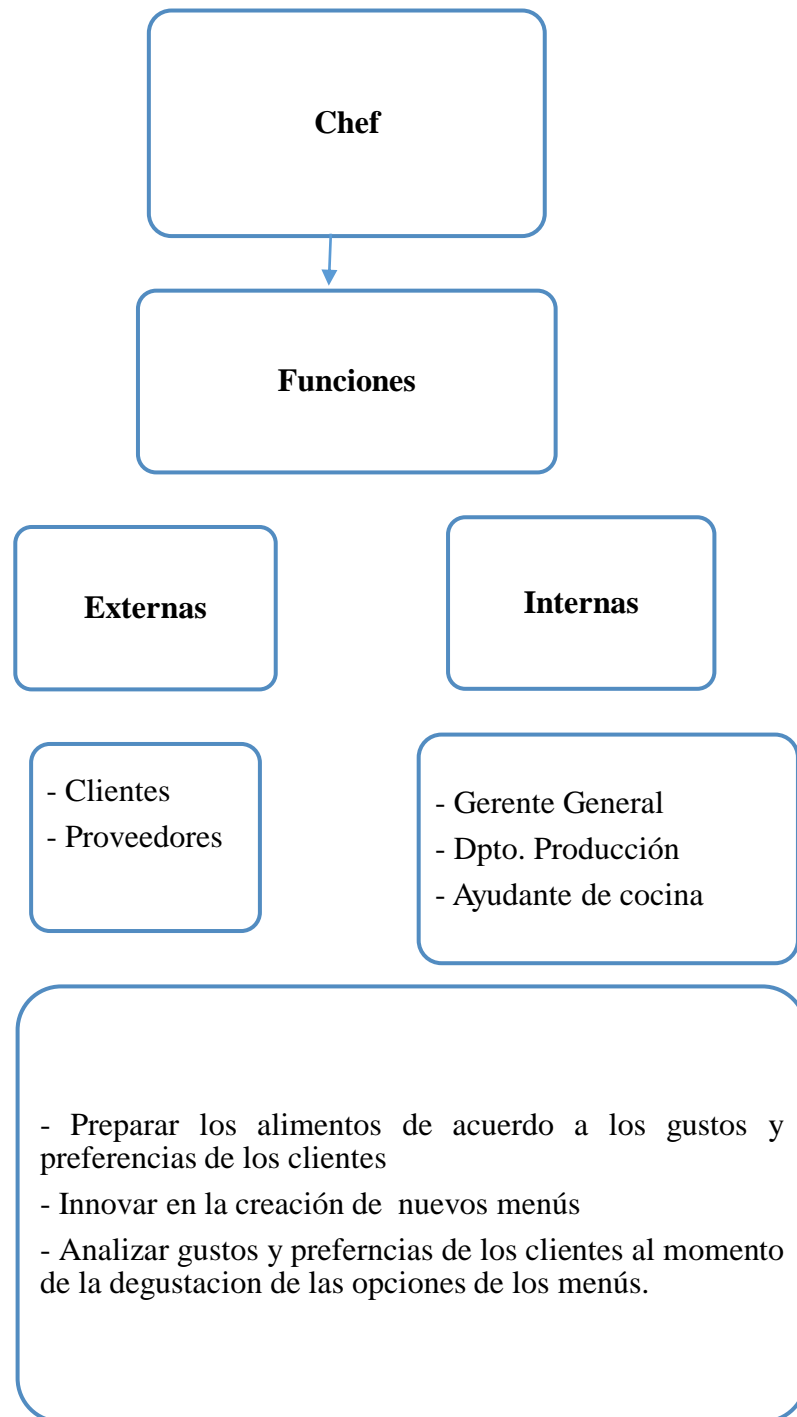


Figura 28. Funciones del Chef

2.7.2. Política Salarial:

El personal firmará contratos por el periodo de un año; la remuneración a recibir será acorde a sus desempeños y rendimientos, cumpliendo todos los aspectos legales, se contara con dos clases de personal:

2.7.2.1. Personal Fijo:

Los empleados de planta de la empresa serán: El gerente, el Contador, el vendedor-repartidor, y el chef, los cuales firmarán contratos de prueba por un año, y de allí se evaluarán para ser trabajadores indefinidos.

2.7.2.2. Personal Temporal:

Los ayudantes de cocina y meseros, se los contratará por eventos, mediante factura de honorarios, el contrato especificará las funciones que deben realizar durante el evento.

2.7.3. Capacitación del personal:

La capacitación académica, es una de las formas que la empresa tendrá para incentivar al personal en el cumplimiento de sus funciones, además hace que el empleado se vuelva más productivo en sus labores. Se capacitará al personal de planta entre ellos el gerente, chef y vendedor-repartidor como se explica en la Tabla 25

Tabla 25.

Costos de capacitación

Programa de capacitación	Personal	Modalidad	Costo
Perfeccionamiento de competencias gerenciales	Gerente	Presencial	\$185,00
Comunicación efectiva en ventas	Vendedor	Virtual	\$80,00
Decoración pastelera	Chef	Presencial	\$250,00
TOTAL			\$515,00

2.8. Costos y características de la inversión:

2.8.1. Equipos de Computación y comunicación:

Para estar en constante contacto con nuestros clientes y proveedores es importante contar con equipos de alta tecnología la empresa contará con los siguientes equipos:

Tabla 26.

Equipos de Computación

CANTIDAD	EQUIPOS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Computadora de escritorio	\$ 850,00	\$ 850,00
2	Tablet	650,00	1.300,00
1	Impresora Multifunción	350,00	350,00
3	Teléfono Convencional	32,00	96,00
2	Celular	550,00	1.100,00
	TOTAL	\$ 2432,00	\$ 3696,00

Fuente: Coplemártica Cía. Ltda.

2.8.2. Muebles y suministros de oficina:

Como anteriormente se mencionó, por ser una empresa que recién iniciara su actividad de prestación de servicios es pequeña y no requiere de muchos muebles de oficina pues su equipo de trabajo también es pequeño en la siguiente tabla se detalla cuales serán necesarios.

Tabla 27.

Muebles de Oficina

CANTIDAD	MUEBLES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Sillón ejecutivo	\$ 50,00	\$ 50,00
1	Sillón de visitantes	300,00	300,00
1	Escritorio	850,00	850,00
1	Archivador aéreo	60,00	120,00
1	Archivador Vertical	75,00	75,00
2	Sillas visitantes	35,00	70,00
	TOTAL	\$ 1370,00	\$ 1465,00

Fuente: Mueblecom

Tabla 28.**Suministros de Oficina**

CANTIDAD	SUMINISTROS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	Resmas de papel bond	3,80	7,60
5	Archivadores	5,30	7,50
3	Cajas de Clips	1,10	3,30
2	Grapadoras	3,75	7,50
2	Paquetes de Separadores	1,35	2,70
1	Caja de esferos azules	8,00	8,00
1	Caja de Lápices	6,00	6,00
2	Perforadoras	5,50	11,00
2	Gomas	2,20	4,40
1	Paquete de sobre de manila	3,80	3,80
	TOTAL	\$ 40,80	\$ 61,80

Fuente: DILIPA**2.8.3. Movilización**

La transportación de la vajilla, cristalería, cubertería y su menaje como manteles, sillas y mesas requieren de un transporte de carga, la adquisición de uno de estos sería demasiado costosa para la empresa, como se observa en la Tabla 29

Tabla 29.**Vehículos**

CANTIDAD	VEHICULO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Camión HINO Dutro City 512	\$37.700,00	\$37.700,00
	TOTAL	37.700,00	\$37.700,00

Fuente: Mavesa

Por este motivo, las entregas se las efectuará mediante fletes, para lo cual, se realizará un contrato con la compañía de transporte Catequilla, la cual siempre tendrá por lo menos una de sus unidades disponibles para la empresa. El costo promedio de entrega es de \$5 por recorrido.

CAPITULO III PLAN DE MARKETING

3.1. Modelo del Negocio Comercial

Para este proyecto de catering y alquiler de vajilla se utilizará el modelo de negocios Canvas⁶, en el cual, se elabora la planificación de la empresa mediante nueve pasos, los cuales serán una herramienta fundamental para optimizar la creación y adquisición de valor en la empresa.



Figura 29. Nueve módulos del modelo Canvas

Fuente: Generación de Modelo de Negocio (Osterwalder, Pigneur, 2010)

El Figura 30 muestra como la empresa realizará su planificación en todos los pasos del modelo Canvas, con el fin de asegurar el desarrollo óptimo del negocio, pues permite tener una visión rápida de todas las herramientas en una sola hoja.

⁶ Generación de Modelo de negocio (Osterwalder, Pigneur, 2010)

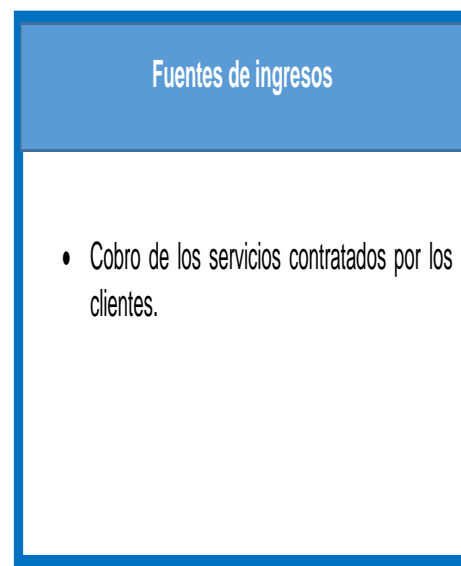
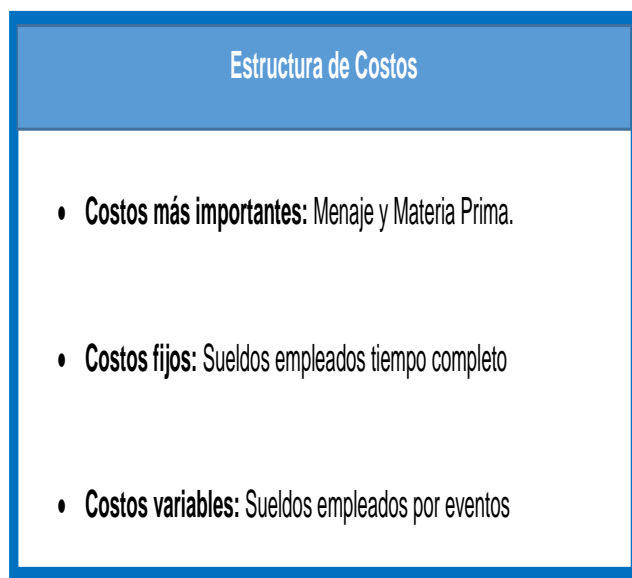
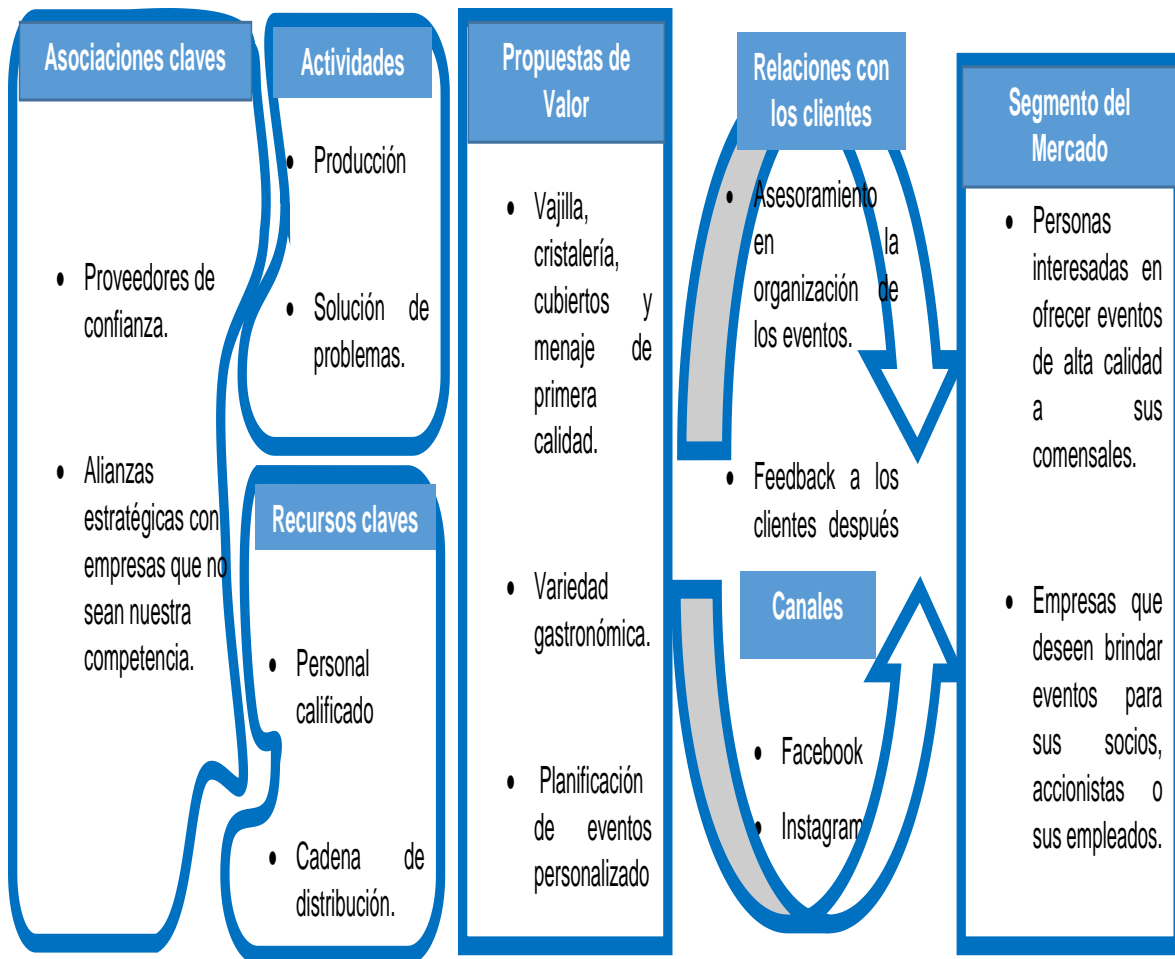


Figura 30 Modelo Canvas

3.2. Análisis e identificación de las actividades primarias del negocio

Con las actividades primarias se desarrollará y elaborará, las acciones implicadas en la comercialización y descripción, para el alquiler de vajilla y prestación de servicios mediante la venta del catering, hasta llegar a la asistencia posterior a la venta.

3.2.1. Comercialización y Ventas

La implementación de este negocio, se lo hará mediante un pequeño showroom, donde se presentará el menaje de vajilla en la mesa completamente decorada, la cual constara de un mantel, plato base, con los cubiertos colocados como indica el protocolo, de igual manera las copas y su respectiva servilleta, en el medio de la mesa un centro que resalte la presentación de la misma, también se adornará las sillas de acuerdo al color que esté de moda por la temporada.

Esta mesa estará ubicada a la entrada del almacén para atraer a clientes potenciales, a los cuales, el vendedor, les mostrará un portafolio indicando la variedad de menús con sus respectivos precios, esperando así poder concretar la venta.

3.2.2. Descripción y detalle del servicio:

Este proyecto brindará dos tipos de prestaciones que son: la de alquilar vajilla o la de dar el servicio de catering. Para la primera opción, el cliente escogerá los platos de la vajilla que necesitará, de igual manera lo que respecta a cristalería y cubiertos., como se detalla en la Tabla 30 los costos de cada producto

Tabla 30.

Costo de alquiler de vajillas

DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR DOCENA	COSTO/ REPOSICION
VAJILLA HOTELERA			
Plato base cuadrado de vidrio	\$ 0,25	\$ 3,00	\$ 8,10
Plato entrada cuadrado de vidrio	0,20	2,40	7,20
Plato base blanco tipo industrial	0,15	1,80	7,20
Plato tendido blanco tipo industrial	0,15	1,80	5,70
Plato postre blanco tipo industrial	0,12	1,44	5,25

Continuación Tabla30.

Plato pan blanco tipo industrial	0,12	1,44	4,35
Plato para café blanco tipo industrial	0,12	1,44	3,15
Tazas para café blanca tipo industrial	0,15	1,80	4,20
Cevicheros blancos	0,20	2,40	3,75
Ajiceros	0,15	1,80	2,55
Arroceras cuadradas	0,35	4,20	9,75

CUBIERTO TIPO INDUSTRIAL EN ACERO DOBLE

Cuchillo de mesa	0,10	1,20	3,75
Tenedor mesa	0,10	1,20	2,10
Tenedor entrada	0,10	1,20	1,80
Tenedor postre	0,10	1,20	1,80
Cuchara sopa	0,10	1,20	2,10
Cuchara postre	0,10	1,20	1,80
Pinzas acero	0,50	6,00	9,75

CRISTALERIA

Copa agua	0,15	1,80	1,50
Copa vino	0,15	1,80	1,50
Copa flauta	0,15	1,80	1,50
Copa martiny	0,15	1,80	3,60
Copa para helado	0,25	3,00	1,95
Vasos whisky	0,15	1,80	1,20
Vasos para bebidas	0,15	1,80	1,05
Vasos tequileros	0,15	1,80	0,75
Jarras	0,50	6,00	3,75
Hieleras	0,50	6,00	3,45

MENAJE

Charoles de servicio antideslizante rectangular	0,50	6,00	18,00
Cucharetas para servicio en acero doble	1,00	12,00	9,75
Pinzas acero doble	1,00	12,00	9,75
Sillas Tiffany	1,50	18,00	52,50
Sillas de plástico	0,70	8,40	12,75
Cubre sillas	0,50	6,00	7,50
Lazo de sillas colores a elegir	0,25	3,00	7,50
Manteles rectangulares 10 personas	6,00	72,00	146,70
Sobre manteles rectangulares 10 personas	3,00	36,00	22,50
Manteles rectangulares 8 personas	5,00	60,00	18,00
Sobre manteles rectangulares 8 personas	2,50	30,00	9,00
Manteles redondos	6,00	72,00	22,50
Sobre manteles redondos	3,00	36,00	12,00
Servilletas de tela	1,00	12,00	1,80
Samovares de dos mechas, bandeja	55,00	660,00	142,50
Samovares de dos mechas, bandeja doble	66,00	792,00	213,00

Contratación de meseros \$20 la hora

Para el servicio de catering se ofertarán tres paquetes, todos incluirán:

- Asesoría completa para la planificación del evento.
- Menús gourmet
- Meseros debidamente capacitados
- Bebidas no alcohólicas ilimitadas (agua mineral, natural, gaseosas, hielo, café, té y aromáticas)
- Mesa de dulces
- Degustación del menú elegido para dos personas

➤ **Paquete oro:**

- Carpa, si es requerida
- Mesas de madera para 8 personas
- Manteles, cubremanteles con servilletas (varios colores a escoger)
- Sillas Tiffany con sus respectivo forro y lazo
- Vajilla, cristalería y cubertería
- Centro de mesas florales con los colores a elegir

➤ **Paquete plata:**

- Carpa, si es requerida
- Mesas de madera para 10 personas
- Manteles, con servilletas (varios colores a escoger)
- Sillas Tiffany con sus respectivos forros
- Vajilla, cristalería y cubertería
- Centro de mesas florales

➤ **Paquete KARP:**

- Carpa, si es requerida
- Mesas de madera para 8 personas
- Manteles, cubremanteles con servilletas (varios colores a escoger)
- Sillas Tiffany con sus respectivo forro y lazo
- Vajilla, cristalería y cubertería

- Centro de mesas florales con los colores a elegir
- Dos centros de mesa para mesa principal
- Mariachi

Tabla 31.

Opciones de menús

	OPCION I	OPCION II	OPCION III	OPCION IV
ENTRADA	Canastillas de harina de trigo rellenas de jamón y champiñones con salsa bechamel	Coctel de camarones con mini obleas de harina de trigo	Aguacates rellenos con camarones en salsa Wolf	Canastillas de verde rellenas de camarón de mariscos
PLATO FUERTE	<ul style="list-style-type: none"> • Lengua en salsa de naranja • Medallones de pavo • Papas gratinadas con queso • Ensalada de zanahoria y vainita 	<ul style="list-style-type: none"> • Lomo fino en salsa de vino • Pollo al horno • Croquetas de papas • Vegetales salteados con aderezo de miel de abeja 	<ul style="list-style-type: none"> • Filet mignon • Medallones de pollo en salsa de vino blanco • Papas salteadas con perejil • Ensalada de remolacha con zanahorias Vicky 	<ul style="list-style-type: none"> • Medallones de pavo • Lomo fino en salsa de tres quesos • Soufflé de choclo • Ensalada de palmito con choclo baby bañado en reducción de balsámico
POSTRE	Pie de limón con helado	Mouse de maracuyá con coulis de fresa	Brownie de chocolate y nueces con coulis de frutilla	Tiramisú de chocolate con crepes de helado
NOTA	Todas las opciones de menú incluyen arroz servido al gusto de cada invitado			

3.2.3. Proceso de prestación de servicio:

Una vez que el cliente haya escogido que paquete y menú desea, se procederá a explicar las políticas de reserva y contrato, las cuales son:

- **Reservación de la fecha:** El cliente podrá separar la fecha del evento con el 10% de la cotización, el cual no será reembolsable si este llegase a suspenderse; en caso de cambio de fecha se sujetará a disponibilidad.
- **Firma del contrato:** El cliente deberá abonar el 40% del valor total del evento y una semana antes el 60% restante.
- **Garantía:** El cliente entregará un cheque en blanco, el cual será anexado al contrato, para ser devuelto al término del evento, o servirá para la cancelación de reposición de menaje, horas extras o servicios adicionales.
- **Cambios:** Los paquetes y menús podrán ser modificados de acuerdo a las necesidades del cliente.

3.2.4. Servicio Post – Ventas:

Se realizará una pequeña encuesta a los clientes sobre su grado de satisfacción al finalizar el evento, de igual manera se creará una base de datos para enviarles paquetes promocionales, para la celebración de un futuro acontecimiento.

3.3. Marketing MIX Clásico:

El marketing mix es una herramienta que ayudara a desarrollar acciones eficientes, para asegurar el éxito del servicio, que esta empresa va a ofrecer a sus clientes, la cual se lo realizará analizando sus cuatro variables, que son:

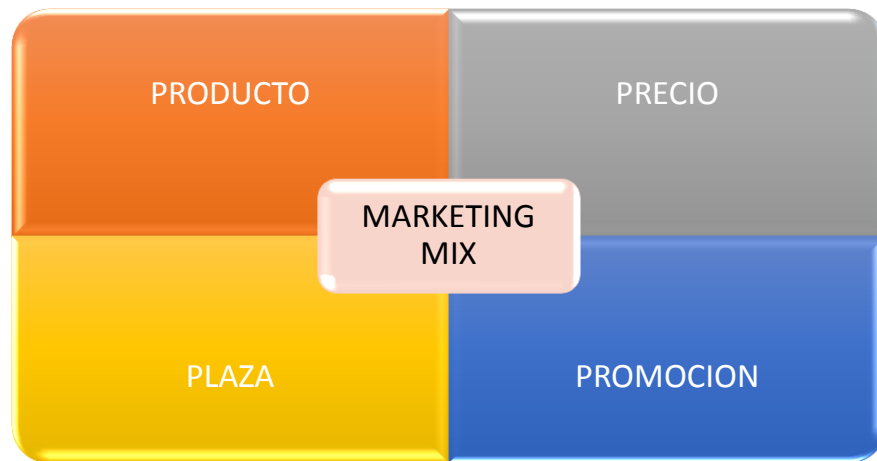


Figura 31 Marketing mix

3.3.1. Producto y Servicio:

El producto/servicio que ofrecerá la empresa, como se lo menciono anteriormente, es de alquiler de vajilla y catering, el cual en sus cuatro opciones de menús presenta alternativas equilibradas en nutrientes, ya que contienen carbohidratos, proteínas y vegetales. El logo, con el cual se identificará a la empresa es:



Figura 32 Logo

3.3.2. Precio:

Este es un punto clave, pues los clientes están dispuestos a pagar un precio alto dependiendo de la calidad y variedad del servicio, en el caso del alquiler de vajilla el precio depende de la cantidad de productos que el cliente va utilizar. Mientras que en el servicio de catering los

precios dependen de acuerdo al tipo de menú y paquete que el cliente escoja, como se indica en la Tabla 32

Tabla 32.

Precios de paquetes/opciones de menús

PAQUETES	OPCION I	OPCION II	OPCION III	OPCION IV
KARP	\$ 34,60	\$ 39,00	\$ 39,34	\$ 40,82
ORO	\$ 30,80	\$ 35,20	\$ 35,54	\$ 37,02
PLATA	\$ 26,40	\$ 30,80	\$ 31,14	\$ 32,62

3.3.3. Plaza:

El canal de distribución que se utilizara es directo, ya que el cliente contratara los servicios en las oficinas de la empresa, ya sean de catering o de alquiler de vajilla, los cuales serán trasladados a donde el consumidor lo requiera. Cuando el servicio de catering sea contratado, se utilizará el método justo a tiempo el cual permite no tener inventario innecesario, y así, reducir costos.

La empresa estará ubicada en la parroquia San Antonio de Pichincha, el local contará con una bodega y cocina, en la cual se prepararán los alimentos el día del evento, tomando todas las medidas de asepsia para evitar contaminación de los comestibles.

3.3.4. Promoción:

Por ser esta una empresa que recién entra al mercado, las promociones ayudarán a atraer a los clientes, los cuales podrán escoger entre:

- 3% de descuento en los paquetes para eventos que sean superior a las 100 personas
- Menú gratis para el cumpleaños
- Promociones especiales para los clientes que nos sigan en el Twitter.

3.4. Marketing MIX Innovador

3.4.1. Ventaja Competitiva Diferenciadora Sostenible:

A pesar de ser una empresa nueva en el mercado, tendrá como ventaja ser líderes en costos, sin dejar de percibir un margen de ganancia y ofreciendo productos de calidad, en el campo de la vajilla, cristalería y cubertería estas serán tipo hotelera, (súper resistentes) no se cobrará un precio excesivo al cliente por reposición.

Para el servicio de catering, se evitará el uso de productos transgénicos quizás los clientes no lo vean, pero estos serán perceptibles al momento de la degustación, de esta manera los consumidores se sentirán más atraídos de saber de la empresa.

En la Tabla 33 se muestra una comparación del servicio de catering de la empresa con una de la competencia, el presupuesto está realizado en base a 100 personas. Como se observa en el Anexo 2 los menús propuestos por la competencia, solo tienen una proteína, pero si cuentan con local. El cual tiene en la zona un costo promedio de \$300 las cinco horas.

Tabla 33

Precios de paquetes/opciones de menús

PAQUETES	OPCION I		OPCION II		OPCION III		OPCION IV	
	P. Unit.	P. total	P. Unit.	P. Total	P. Unit.	P. Total	P. Unit.	P. Total
KARP	34,60	3.760,00	39,00	4.200,00	39,34	4.234,00	40,82	4.382,00
ORO	30,80	3.380,00	35,20	3.820,00	35,54	3.854,00	37,02	4.002,00
PLATA	26,40	2.940,00	30,80	3.380,00	31,14	3.414,00	32,62	3.562,00
COMPETENCIA	57.66	5.766,00	64.48	6.448,00	60.14	6.014,00	61.38	6.138,00

3.4.2. Publicidad:

Se publicitará en la radio local de la parroquia, la cual es de gran sintonía en el sector, para reducir costos KARP Gourmet se publicitará usando los medios tecnológicos gratuitos en las redes sociales, pues en la actualidad son una gran herramienta de publicidad, se utilizarán las siguientes páginas:

- Crear un Fan page en Facebook
- Hashtags promocionales en Twitter

- Publicidad a través de OLX
- Mostrar la creatividad de montaje de eventos mediante el Instagram.

3.4.3. Fidelidad del Cliente:

Para lograr que nuestros clientes sigan usando nuestros servicios y se vuelvan fiel a nuestra empresa, cada vez que tengan que realizar un evento, se le otorgara como incentivo un descuento especial del 5% a partir de la firma del segundo contrato.

También se le otorgará promociones especiales exclusivas para antiguos clientes, a través del mail, la cual hoy en día, es una herramienta muy útil para no perder contacto y mantener actualizado a nuestros compradores.

3.4.4. Servicio al Cliente:

Para la empresa, cubrir todas las necesidades del cliente, es lo más importante, por tal motivo cada persona que entre al establecimiento será atendido con la mayor cordialidad, asesoramiento y planificación sobre las últimas tendencias de acorde al evento que tenga planificado realizar.

De esta manera el cliente potencial sentirá confianza al contratar nuestros servicios, pues, se dará cuenta, que estamos en capacidad de satisfacer sus necesidades.

3.5. Estrategia de enfoque de Nicho de Mercado basado en diferenciación

Este proyecto se enfocará principalmente en las personas jóvenes que vivan en conjuntos residenciales en la parroquia San Antonio de Pichincha, pues la mayoría de estos cuentan con una casa comunal, la cual sería beneficiosa para ambas partes, ya que disminuirían los costos a los clientes en alquiler de local que la empresa no posee.

A estos potenciales clientes se les ofrecerá productos de alta calidad que estén en tendencia como por ejemplo en la vajilla con diseños geométricos, los menús del catering, no solo son variados si no nutritivos y combinables; facilidades que en otros establecimientos no obtienen.

CAPITULO IV PLAN FINANCIERO DEL PROYECTO

4.1.-Inversión Inicial:

La inversión inicial para poder brindar el servicio de catering y alquiler de vajilla en el local donde se atenderá y mostrara los servicios a los clientes es aproximadamente de \$69.000 los cuales serán invertidos en la compra de vajilla, cubertería, menaje de cocina mantelería, equipo de computación, útiles de oficina, gastos de constitución de la empresa y otros pequeños enseres.

La forma de financiación de este proyecto será por parte de los accionistas y de un préstamo que se realizará en la CFN, pues esta institución financiera otorga préstamos a emprendedores con una tasa de interés por un punto menor a la del mercado. En la Tabla 34 se detalla los valores a financiar.

Tabla 34.

Financiamiento de la inversión

FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE
Capital de Accionistas	\$ 48.000,00	70%
Préstamo CFN	21.000,00	30%
TOTAL	\$69.000,00	100%

4.1.1.- Inversión de Herramientas de trabajo:

Como la empresa también se dedicará al alquiler de vajilla, la inversión a realizarse para brindar este servicio, se lo detalla en la Tabla 35 donde indica que hay que invertir \$40.207 para la compra del menaje para los eventos.

Tabla 35.

Costos de H. de trabajo

CANTIDAD	ARTICULOS	V. UNIT.	V.TOTAL
	VAJILLA HOTELERA		
200	Plato base cuadrado de vidrio	5,40	1080,00

Continuación tabla 35.

200	Plato entrada cuadrado de vidrio	4,80	960,00
200	Plato base blanco tipo industrial	4,80	960,00
200	Plato tendido blanco tipo industrial	3,80	760,00
200	Plato postre blanco tipo industrial	3,50	700,00
	Continuación Tabla 35.		
200	Plato pan blanco tipo industrial	2,90	580,00
200	Plato para café blanco tipo industrial	2,10	420,00
200	Tazas para café blanca tipo industrial	2,80	560,00
200	Cevicheros blancos	2,50	500,00
200	Ajiceros	1,70	340,00
200	Arroceras cuadradas	6,50	1300,00
	CUBIERTO TIPO INDUSTRIAL EN ACERO DOBLE		
200	Cuchillo de mesa	2,50	500,00
200	Tenedor mesa	1,40	280,00
200	Tenedor entrada	1,20	240,00
200	Tenedor postre	1,20	240,00
200	Cuchara sopa	1,40	280,00
200	Cuchara postre	1,20	240,00
50	Cucharetas para servicio en acero doble	6,50	325,00
20	Pinzas acero doble	6,50	130,00
200	Copa agua	1,00	200,00
200	Copa vino	1,00	200,00
200	Copa flauta	1,00	200,00
200	Copa martiny	2,40	480,00
200	Copa para helado	1,30	260,00
200	Vasos whisky	0,80	160,00
200	Vasos para bebidas	0,70	140,00
200	Vasos tequileros	0,50	100,00
50	Jarras	2,50	125,00
50	Hieleras	2,30	115,00
50	Charoles de servicio antideslizante rectangular	12,00	600,00
	Menaje de Alquiler		
200	Sillas Tiffany	35,00	7000,00
200	Sillas de plástico	8,50	1700,00
20	Mesas de madera rectangulares 10 pers.	97,80	1956,00
25	Mesas de madera rectangulares 8 pers.	85,20	2130,00
20	Mesas de madera redondas 10 pers.	100,00	2000,00
5	Carpas 6x6 blancas con paredes transparentes	780,00	3900,00
25	Manteles blancos rectangulares 10 pers.	15,00	375,00
25	Manteles blancos rectangulares 8 pers.	12,00	300,00
25	Manteles blancos redondos 10 pers.	15,00	375,00

Continuación tabla 35			
25	Sobre-manteles dorados 10 pers.	8,00	200,00
25	Sobre-manteles dorados 8 pers.	6,00	150,00
25	Sobre-manteles rosados 10 pers.	8,00	200,00
25	Sobre-manteles rosados 8 pers.	6,00	150,00
Continuación Tabla 35			
25	Sobre-manteles celestes 10 pers.	8,00	200,00
25	Sobre-manteles celestes 8 pers.	6,00	150,00
25	Sobre-manteles fucsia 10 pers.	8,00	200,00
25	Sobre-manteles fucsia 8 pers.	6,00	150,00
220	Lazos dorados	5,00	1100,00
220	Lazos rosados	5,00	1100,00
220	Lazos celestes	5,00	1100,00
220	Lazos Fucsia	5,00	1100,00
220	Cubre Sillas	5,00	1100,00
220	Servilletas	1,20	264,00
2	Samovares de dos mechas, una bandeja	95,00	190,00
1	Samovares de dos mechas, bandeja doble	142,00	142,00
TOTAL		1555,90	\$ 40.207,00

Fuente: Concorde, Carpas Cóndor, Almacén de telas Franscelana

4.1.2.- Inversión de Activos Fijos:

En la Tabla 36 se detalla los activos fijos que la empresa necesita para empezar a funcionar, cuya inversión asciende a los \$21.495,00, la cual está distribuida entre los equipos tecnológicos, muebles de oficina y equipos de cocina

Tabla 36.

Precios de paquetes/opciones de menús

CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
EQUIPOS TECNOLOGICOS			
1	Computadora de escritorio	850,00	850,00
2	Tablet	650,00	1300,00
1	Impresora Multifunción	350,00	350,00

Continuación tabla 36.			
3	Teléfono Convencional	32,00	96,00
2	Celular	\$550,00	1100,00
MUEBLES DE OFICINA			
1	Sillón ejecutivo	50,00	50,00
1	Sillón de visitantes	300,00	300,00
1	Escritorio	850,00	850,00
1	Archivador aéreo	60,00	120,00
1	Archivador Vertical	75,00	75,00
2	Sillas visitantes	35,00	70,00
EQUIPOS DE COCINA			
1	Plancha lisa	1939,00	1939,00
1	Campana	2405,00	2405,00
1	Cocina tipo industrial de 6 quemadores	2900,00	2900,00
1	Tanque de gas Industrial	150,00	150,00
1	Licuada tipo industrial	1700,00	1700,00
1	Exprimidor de cítricos	1610,00	1610,00
1	Batidora Industrial	3987,00	3987,00
1	Abrelatas industrial para empotrar	385,00	385,00
1	Rallador profesional	35,00	35,00
1	Juego de contenedores de 4 piezas	35,00	35,00
1	Juego de boquillas 25 piezas	75,00	75,00
1	Juego de Mangas pasteleras 4 piezas	60,00	60,00
1	Mandolina profesional	220,00	220,00
1	Juego de batidores de mano 4 piezas	95,00	95,00
1	Olla de presión de 13 litros	120,00	120,00
1	Juego de cuchillos profesionales 5 piezas	130,00	130,00
1	Juego de tablas sintéticas (6 piezas varios colores)	120,00	120,00
1	Colador chino	35,00	35,00
1	Juego de cernidores 4 piezas industrial	110,00	110,00
1	Juego de sartén industrial 3 piezas	98,00	98,00
1	Juego de tazón de acero 5 piezas	125,00	125,00
TOTAL		\$ 19.586,00	\$21.495,00

Fuente: Coplemártica Cía. Ltda., Mueblecom y Concorde

4.1.3.- Inversión de Activos Diferidos:

Tabla 37.

Gastos Constitucionales

DETALLE	VALOR A PAGAR
Capital suscrito	\$ 800,00
Tarifa por servicios notariales	286,94
Tasa fija Registro Mercantil	25,00
Cuantía	4,00
Continuación Tabla 37	
Pago de nombramiento para el gerente y presidente	50,00
LUAE (Patente Municipal)	45,00
TOTAL	\$ 410.94

Fuente: Súper Intendencia de Compañías, Municipio de Quito

4.2.-Balance Inicial:

En la Tabla 38 se visualiza la clasificación de las cuentas del Balance Inicial con el que empezara sus operaciones la empresa

Tabla 38.

Balance Inicial

Balance Inicial		
Activos		
A. Corrientes		
Caja-Bancos	\$ 6.887,06	
Total A. Corrientes		\$ 6.887,06
A. Fijos		
Equipos Tecnológicos	\$ 3.696,00	
Muebles de Oficina	\$ 1.465,00	
Equipos de Cocina	\$ 16.334,00	
Herramientas de Trabajo	\$ 40.207,00	
Total A. Fijos		\$ 61.702,00
A. Diferidos		
Gastos de Constitución	\$ 365,94	
Pago de Patentes	\$ 45,00	
Total A. Diferidos		\$ 410,94
Total de Activos		\$ 69.000,00
Pasivos		
P. Corriente		
Ctas. y Doc. por pagar	\$ 21.000,00	
Total P. Corriente	\$ 21.000,00	
Total de Pasivos		\$ 21.000,00
Patrimonio		
Capital Pagado	\$ 48.000,00	
Total de Patrimonio	\$ 48.000,00	
Total Pasivo y Patrimonio		\$ 69.000,00

4.3.-Proyección de Costos y Gastos:

4.3.1.- Costos de la Materia prima:

Los costos de la materia prima son calculados para 25 personas, ya que este es el número mínimo, por los que se realizarán contratos para el catering. Como se muestra en la Tabla 39 los costos varían dependiendo de la opción del menú.

Tabla 39.

Materia prima directa

CANTIDAD	MEDIDA	PRODUCTO	COSTO
OPCION I			
7	unidades	Lenguas	\$ 12,00
2	kilos	Champiñones	\$ 4,00
3	pechugas	Pavo	\$ 50,00
20	libras	Papas	\$ 5,00
2	unidades	Queso	\$ 8,00
6	libras	Zanahorias	\$ 1,50
6	atados	Vainitas	\$ 3,00
2	kilos	Harina	\$ 4,20
10	unidades	Naranja	\$ 1,00
1 1/2	kilos	Jamón	\$ 4,00
2	litros	Aceite	\$ 3,20
2	litros	Leche	\$ 1,60
8	unidades	Huevos	\$ 1,20
1	kilo	Azúcar	\$ 1,80
1	unidad	Crema de leche	\$ 1,50
1	kilo	Mantequilla	\$ 4,00
8	litros	Helado	\$ 12,00
4	paquetes	Galletas María	\$ 4,00
1	paquete	Sal	\$ 0,75
7	libras	Arroz	\$ 6,00
2	tarros	Leche condensada	\$ 3,60
15	unidades	Limón	\$ 1,00
1	paquete	Gelatina sin Sabor	\$ 3,00
TOTAL			\$ 136,35
OPCION II			
7	libras	Camarón	\$ 40,00
3	paquetes	Galletas de sal	\$ 6,00
8	libras	Lomo fino	\$ 40,00
Continuación			
1	unidad	Vino tinto	\$ 6,00
6	unidades	Pollos	\$ 36,00
12	libras	Papas	\$ 3,60
1	frasco	Miel de abeja	\$ 5,00
6	unidades	Maracuyá	\$ 1,00
8	litros	Helado	\$ 12,00
6	libras	Cebollas	\$ 3,00
6	libras	Tomate	\$ 3,00

Continuación tabla 39.

15	unidades	Limón	\$ 1,00
1	frasco	Salsa de tomate	\$ 2,00
1	litro	Aceite	\$ 3,20
1	paquete	Sal	\$ 0,75
1	unidad	Queso	\$ 4,00
1	libra	Ralladura	\$ 0,80
3	unidades	Huevos	\$ 0,45
6	libras	Zanahorias	\$ 1,50
6	atados	Vainitas	\$ 3,00
2	tarros	Leche condensada	\$ 3,60
1	kilo	Mantequilla	\$ 4,00
1	unidad	Crema de leche	\$ 1,50
1	paquete	Gelatina sin Sabor	\$ 3,00
7	libras	Arroz	\$ 6,00
10	unidades	Naranja	\$ 1,00
TOTAL			\$ 191,40

OPCION III

50	unidades	Aguacates	\$ 35,00
7	libras	Camarón	\$ 40,00
1	frasco	Salsa de tomate	\$ 2,00
1	frasco	Mayonesa	\$ 4,50
3	libras	Tocino	\$ 12,00
8	libras	Lomo de falda	\$ 35,00
6	unidades	Pollos	\$ 36,00
7	libras	Papas	\$ 6,30
3	libras	Remolacha	\$ 3,00
6	libras	Zanahorias	\$ 1,50
2	kilos	Harina	\$ 4,20
1	kilo	Mantequilla	\$ 4,00
7	libras	Arroz	\$ 6,00
1	unidad	Vino blanco	\$ 6,00
TOTAL			\$ 195,50

OPCION IV

50	unidades	Verde	\$ 8,00
1	kilo	Mantequilla	\$ 4,00
4	libras	Alverjita	\$ 2,00
7	libras	Camarón	\$ 40,00
8	libras	Lomo fino	\$ 40,00
3	pechugas	Pavo	\$ 50,00
4	libras	Choclo desgranado	\$ 2,00
6	libras	Zanahorias	\$ 1,50
6	unidades	Manzanas	\$ 1,00

Continuación tabla 39.			
1	frasco	Mayonesa	\$ 4,50
2	kilos	Harina	\$ 4,20
8	litros	Helado	\$ 12,00
1	unidad	Queso brie	\$ 7,20
1	unidad	Queso camembert	\$ 7,80
1	unidad	Queso parmesano	\$ 4,20
8	litros	Helado	\$ 12,00
7	libras	Arroz	\$ 6,00
2	tarros	Leche condensada	\$ 3,60
15	unidades	Limón	\$ 1,00
1	paquete	Gelatina sin Sabor	\$ 3,00
TOTAL			\$ 214,00
			\$ 737,25

En la Tabla 40 se muestran los costos por persona en cada uno de los paquetes propuestos

Tabla 40.

Costos unitarios paquetes

COSTOS POR PERSONA DE CADA OPCION												
OPCION I	\$	5,45	COSTO POR PAQUETE									
OPCION II	\$	7,66	KARP	\$	11,85							
OPCION III	\$	7,82	ORO	\$	9,95							
OPCION IV	\$	8,56	PLATA	\$	7,75							
KARP	\$	17,30	\$	19,51	\$	19,67	\$	20,41	\$	76,89	\$	19,22
ORO	\$	15,40	\$	17,61	\$	17,77	\$	18,51	\$	69,29	\$	17,32
PLATA	\$	13,20	\$	15,41	\$	15,57	\$	16,31	\$	60,49	\$	15,12
TOTAL											\$ 17,22	

4.3.2.- Mano de obra directa:

La MOD será contratada por horas, ya que dicho personal es solo necesario cuando se vayan a realizar los eventos, el cual tiene un promedio de trabajo de 5 horas como se detalla en la Tabla 41.

Tabla 41.**Mano de obra directa**

Cargo	Cant.	Salario por hora	N° horas	Total mes	Total año
Ayudante de cocina	1	\$ 20,00	5	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Meseros	5	\$ 20,00	5	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00
SUBTOTAL					\$ 14.400,00
IMPREVISTOS 2%					\$ 288,00
TOTAL M.O.D.					\$ 14.688,00

4.3.3.- Gastos de Administración:

Los gastos de administración, como se observa en la Tabla 43, consta de: Los salarios del personal fijo de la empresa, Servicio de limpieza, el cual será realizado por el personal temporal quienes deberán recoger el menaje de cocina y de igual manera dejar todo completamente limpio, también se considera el gasto alquiler y el de capacitación; por lo tanto el gasto administrativo anual es de \$15.836,48.

Tabla 42.**Rol personal Administrativos**

CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	REMUNERACION	XIII	XIV	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	APORTE PATRONAL 12,15%	TOTAL DE GASTO	GASTO ANUAL
GERENTE	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 31,25	\$ 20,83	\$ 41,67	\$ 60,75	\$ 696,17	\$ 8.354,00
CONTADOR	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 41,67	\$ 20,83	\$ 41,67	\$ 60,75	\$ 150,00	\$ 1.800,00
CHEF	\$ 375,00	\$ 4.500,00	\$ 375,00	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 15,63	\$ 31,25	\$ 45,56	\$ 150,00	\$ 1.800,00
TOTAL									\$ 996,17	\$ 11.954,00

Tabla 43.**Total de Gastos Administrativo**

GASTO ADMINISTRATIVO	VALOR TOTAL
Sueldos y Salarios	\$11.954,00
Servicio de limpieza	\$447,48
Alquiler	\$3.000,00
Capacitación	\$435,00
TOTAL	\$15.836,48

4.3.4.- Gastos de Ventas:

Como es una empresa que recién abre sus puertas solo contará con un vendedor el cual promocionará y asesorará a los clientes, en la Tabla 44 se muestra el rol de pagos del sueldo Vendedor-Reparditor. La pauta publicitaria radial tendrá un costo de \$150,00 mensuales, que en el año sería \$1800,00, el costo de capacitación es de \$80,00 para el vendedor. En total el costo de ventas mensual sería de \$588,81 y anual de \$7.145,75,

Tabla 44.**Rol de pago del vendedor**

CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	REMUNERACION	XIII	XIV	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	APORTE PATRONAL 12,15%	TOTAL DE GASTO	GASTO ANUAL
VENDEDOR	\$ 375,00	\$ 4.500,00	\$ 375,00	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 15,63	\$ 31,25	\$ 45,56	\$ 438,81	\$ 5.265,75

4.3.5.- Gastos Servicios Básicos:

La empresa atenderá 8 horas por lo que los gastos de los servicios básicos no serán muy altos, como se detalla en la Tabla 45, el presupuesto mensual para este gasto es de \$127,00 y el anual de \$1524,00

Tabla 45.

Gastos Servicios Básicos

SERVICIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
LUZ	\$ 55,00	\$ 660,00
AGUA	\$ 20,00	\$ 240,00
TELEFONO	\$ 30,00	\$ 360,00
INTERNET	\$ 22,00	\$ 264,00
TOTAL	\$ 127,00	\$ 1.524,00

4.3.7.- Depreciaciones:

Los activos fijos se depreciaran por el método de línea recta, como se observa en la tabla 41 su suma asciende a \$7536.38. En la Tabla 46 se observa como los activos fijos van disminuyendo hasta el término de su vida útil.

Tabla 46.

Depreciación de activos fijos

EQUIPOS	VALOR	%	VIDA UTIL	D. ANUAL
Equipos Tecnológicos	\$ 3.696,00	33%	3	\$ 1.219,68
Muebles de Oficina	\$ 1.465,00	10%	10	\$ 146,50
Equipos de Cocina	\$ 21.495,00	10%	10	\$ 2.149,50
Herramientas de trabajo	\$ 40.207,00	10%	10	\$ 4.020,70
	TOTAL			\$ 7536,38

Tabla 47.**Proyección de depreciaciones**

EQUIPOS	AÑOS										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Equipos Tecnológicos	\$ 1.219,68	\$ 1.219,68	\$ 1.219,68	0	0	0	0	0	0	0	0
Muebles de Oficina	\$ 146,50	\$ 146,50	\$ 146,50	\$ 146,50	\$ 146,50	\$ 146,50	\$ 146,50	\$ 146,50	\$ 146,50	\$ 146,50	\$ 146,50
Equipos de Cocina	\$ 2.149,50	\$ 2.149,50	\$ 2.149,50	\$ 2.149,50	\$ 2.149,50	\$ 2.149,50	\$ 2.149,50	\$ 2.149,50	\$ 2.149,50	\$ 2.149,50	\$ 2.149,50
Herramientas de trabajo	\$ 4.020,70	\$ 4.020,70	\$ 4.020,70	\$ 4.020,70	\$ 4.020,70	\$ 4.020,70	\$ 4.020,70	\$ 4.020,70	\$ 4.020,70	\$ 4.020,70	\$ 4.020,70
TOTAL	\$ 7.536,38	\$ 7.536,38	\$ 7.536,38	6316,7	6316,7	6316,7	6316,7	6316,7	6316,7	6316,7	6316,7

4.3.8.- Amortización de A. Diferidos:

En la Tabla 48 se muestra la amortización de los activos diferidos los cuales se amortizan con 5 años plazo y ascienden a un valor total de \$54,74 por año

Tabla 48.**Amortización de A. Diferidos**

ACTIVO DIFERIDO	PERIODOS				
	1	2	3	4	5
Gastos de Constitución	\$ 45,74	\$ 45,74	\$ 45,74	\$ 45,74	\$ 45,74
Pago de Patentes	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00
Total	\$ 54,74	\$ 54,74	\$ 54,74	\$ 54,74	\$ 54,74

4.4.- Modo de financiamiento:

Como se indicó anteriormente se financiará con la Corporación Financiera Nacional el 30% del proyecto, es decir \$21.000,00 a 10 años plazo con una tasa de interés del 10% anual como se aprecia en la Tabla 49.

Tabla 49.**Amortización**

PERIODO	INVERSION INICIAL	DIVIDENDO	INTERES	CAPITAL	SALDO
1	\$ 21.000,00	\$ 3.420,59	\$ 2.104,20	\$ 1.316,39	\$ 19.683,61
2	\$ 19.683,61	\$ 3.420,59	\$ 1.972,30	\$ 1.448,29	\$ 18.235,32
3	\$ 18.235,32	\$ 3.420,59	\$ 1.827,18	\$ 1.593,41	\$ 16.641,91
4	\$ 16.641,91	\$ 3.420,59	\$ 1.667,52	\$ 1.753,07	\$ 14.888,83
5	\$ 14.888,83	\$ 3.420,59	\$ 1.491,86	\$ 1.928,73	\$ 12.960,11
6	\$ 12.960,11	\$ 3.420,59	\$ 1.298,60	\$ 2.121,99	\$ 10.838,12
7	\$ 10.838,12	\$ 3.420,59	\$ 1.085,98	\$ 2.334,61	\$ 8.503,51
8	\$ 8.503,51	\$ 3.420,59	\$ 852,05	\$ 2.568,54	\$ 5.934,97
9	\$ 5.934,97	\$ 3.420,59	\$ 594,68	\$ 2.825,91	\$ 3.109,06
10	\$ 3.109,06	\$ 3.420,59	\$ 311,53	\$ 3.109,06	\$ -

4.5.- Proyección de Ventas:

La proyección de ventas se la obtendrá en base a un cruce de tablas entre las preguntas 8 y la 16 de las encuestas realizadas. Como se observa en la Tabla 50 el 68% de las personas encuestadas estarían dispuestas a contratar en una empresa nueva el servicio de catering y alquiler de vajillas.

Tabla 50.**Demanda proyectada de ventas**

		Con que frecuencia realiza usted eventos sociales donde se requiera de Catering o Alquiler de Vajilla				Total
		1 vez al año	2 veces al año	3 veces al año	Mas de 3 veces al año	
Estaria usted dispuesto a contratar en una nueva empresa los servicios de catering y alquiler de vajilla	Si	68,5%	17,8%	4,1%	0,4%	90,9%
	No	6,6%	0,8%	1,2%	0,4%	9,1%
Total		75,1%	18,7%	5,4%	0,8%	100,0%

Elaborado por: SPSS versión 24.0

Dado que los servicios ofrecidos por la empresa son variados, se realizó un promedio de los costos de todos los paquetes y opciones, considerando que se venderían en total: mínimo dos catering y un alquiler de vajilla al mes, en la Tabla 51 se detalla demanda estimada de ventas.

Tabla 51.**Proyección de Ventas**

DESCRIPCION	VENTAS MENSUALES	VENTAS ANUALES
CATERING	\$ 6.200,10	\$ 74.401,20
ALQUILER DE VAJILLAS	\$ 400,00	\$ 4.800,00
TOTAL	\$ 6.600,10	\$ 79.201,20

4.6.-Estado de Resultados:

El Estado de Resultados se lo proyectará a 10 años, para lo cual se tomará en cuenta la inflación, haciendo una estimación con los datos históricos para obtener un porcentaje promedio como se lo detalla en la Tabla 52, que es de 2.72%, el cual será constante en los 10 periodos, puesto que Ecuador tiene una economía dolarizada. También se estima un crecimiento del 5% en las ventas.

Tabla 52.***Inflación esperada***

Año	Inflación
2014	3,67%
2015	3,38%
2016	1,12%
2017	2.72%

Fuente: INEC

Tabla 53.

Estado de Resultados (Escenario Realista)

Cuentas	PERIODOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
VENTAS	\$ 79.201,20	\$ 83.161,26	\$ 87.319,32	\$ 91.685,29	\$ 96.269,55	\$ 101.083,03	\$ 106.137,18	\$ 111.444,04	\$ 117.016,24	\$ 122.867,06
COSTO DE VENTAS	\$ 41.328,00	\$ 43.394,40	\$ 45.564,12	\$ 46.804,98	\$ 48.079,64	\$ 49.389,00	\$ 51.858,45	\$ 54.451,38	\$ 57.173,94	\$ 60.032,64
UTILIDAD BRUTA	\$ 37.873,20	\$ 39.766,86	\$ 41.755,20	\$ 41.755,20	\$ 41.755,20	\$ 41.755,20	\$ 43.842,96	\$ 46.035,11	\$ 48.336,87	\$ 50.753,71
GASTOS OPERACIONALES										
GASTO DE VENTAS	\$ 7.145,75	\$ 7.340,35	\$ 7.540,25	\$ 7.745,60	\$ 7.956,54	\$ 8.173,22	\$ 8.395,81	\$ 8.624,45	\$ 8.859,32	\$ 17.718,67
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 15.836,48	\$ 16.267,76	\$ 16.710,78	\$ 17.165,87	\$ 17.633,36	\$ 18.113,57	\$ 18.606,86	\$ 19.113,59	\$ 19.634,12	\$ 39.268,26
SERVICIOS BASICOS	\$ 1.524,00	\$ 1.524,00	\$ 1.524,00	\$ 1.524,00	\$ 1.524,00	\$ 1.524,00	\$ 1.524,00	\$ 1.524,00	\$ 1.524,00	\$ 1.524,00
GASTOS LIMPIEZA	\$ 447,48	\$ 459,67	\$ 472,18	\$ 485,04	\$ 498,25	\$ 511,82	\$ 525,76	\$ 540,08	\$ 554,79	\$ 569,90
TOTAL GASTOS OPER.	\$ 24.953,71	\$ 25.591,78	\$ 26.247,22	\$ 26.920,52	\$ 27.612,15	\$ 28.322,62	\$ 29.052,43	\$ 29.802,12	\$ 30.572,23	\$ 59.080,83
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 12.919,49	\$ 13.271,33	\$ 13.632,75	\$ 14.004,02	\$ 14.385,39	\$ 14.777,15	\$ 15.179,59	\$ 15.592,98	\$ 16.017,62	\$ 32.035,27
DEPRECIACION	\$ 7.536,38	\$ 7.536,38	\$ 7.536,38	\$ 6.316,70	\$ 6.316,70	\$ 6.316,70	\$ 6.316,70	\$ 6.316,70	\$ 6.316,70	\$ 6.316,70
AMORTIZACION DE A. DIFERIDOS	\$ 54,74	\$ 54,74	\$ 54,74	\$ 54,74	\$ 54,74	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
INTERESES	\$ 2.104,20	\$ 1.972,30	\$ 1.827,18	\$ 1.667,52	\$ 1.491,86	\$ 1.298,60	\$ 1.085,98	\$ 852,05	\$ 594,68	\$ 311,53
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION	\$ 3.224,17	\$ 3.707,91	\$ 4.214,45	\$ 5.965,05	\$ 6.522,09	\$ 7.161,85	\$ 7.776,91	\$ 8.424,23	\$ 9.106,24	\$ 25.407,04
BENEFICIOS TRAB. 15%	\$ 483,63	\$ 556,19	\$ 632,17	\$ 894,76	\$ 978,31	\$ 1.074,28	\$ 1.166,54	\$ 1.263,63	\$ 1.365,94	\$ 3.811,06
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 2.740,54	\$ 3.151,72	\$ 3.582,28	\$ 5.070,30	\$ 5.543,78	\$ 6.087,58	\$ 6.610,37	\$ 7.160,59	\$ 7.740,31	\$ 21.595,99
IMPUESTOS 22%	\$ 602,92	\$ 693,38	\$ 788,10	\$ 1.115,47	\$ 1.219,63	\$ 1.339,27	\$ 1.454,28	\$ 1.575,33	\$ 1.702,87	\$ 4.751,12
UTILIDAD NETA	\$ 2.137,62	\$ 2.458,34	\$ 2.794,18	\$ 3.954,83	\$ 4.324,15	\$ 4.748,31	\$ 5.156,09	\$ 5.585,26	\$ 6.037,44	\$ 16.844,87

4.7.- Flujo de efectivo:

Este estado financiero permite observar la liquidez, con el fin de resolver posibles problemas, se lo realizo, en base a la vida útil del proyecto que ges de 10 años, donde a partir del segundo periodo mantiene saldos positivos como se observa en la Tabla 54

Tabla 54.

Flujo de Efectivo (Escenario Realista)

CUENTAS	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Utilidad antes de Imptos. Renta		\$ 12.919,49	\$ 13.271,33	\$ 13.632,75	\$ 14.004,02	\$ 14.385,39	\$ 14.777,15	\$ 15.179,59	\$ 15.592,98	\$ 16.017,62	\$ 32.035,27
(+)Gastos de Depreciacion		\$ 7.536,38	\$ 7.536,38	\$ 7.536,38	\$ 6.316,70	\$ 6.316,70	\$ 6.316,70	\$ 6.316,70	\$ 6.316,70	\$ 6.316,70	\$ 6.316,70
(+) Gastos de Amotizacion		\$ 54,74	\$ 54,74	\$ 54,74	\$ 54,74	\$ 54,74	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
(-)Inversiones en Activos (K)	\$ 69.000,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
(=)Total de Ingresos	\$ 69.000,00	\$ 20.510,61	\$ 20.862,45	\$ 21.223,87	\$ 20.375,46	\$ 20.756,84	\$ 21.093,85	\$ 21.496,29	\$ 21.909,68	\$ 22.334,32	\$ 38.351,97
(-)Amortizaciones de deuda		\$ 1.316,39	\$ 1.448,29	\$ 1.593,41	\$ 1.753,07	\$ 1.928,73	\$ 2.121,99	\$ 2.334,61	\$ 2.568,54	\$ 2.825,91	\$ 3.109,06
(-) Beneficios Trabajadores 15%		\$ 483,63	\$ 556,19	\$ 632,17	\$ 894,76	\$ 978,31	\$ 1.074,28	\$ 1.166,54	\$ 1.263,63	\$ 1.365,94	\$ 3.811,06
(-) Impuesto 22%		\$ 602,92	\$ 693,38	\$ 788,10	\$ 1.115,47	\$ 1.219,63	\$ 1.339,27	\$ 1.454,28	\$ 1.575,33	\$ 1.702,87	\$ 4.751,12
(=)Total de Egresos	\$ 0,00	\$ 2.402,93	\$ 2.697,85	\$ 3.013,68	\$ 3.763,29	\$ 4.126,67	\$ 4.535,54	\$ 4.955,43	\$ 5.407,50	\$ 5.894,71	\$ 11.671,23
Flujo anual	-\$ 69.000,00	\$ 18.107,68	\$ 18.164,60	\$ 18.210,20	\$ 16.612,17	\$ 16.630,16	\$ 16.558,32	\$ 16.540,86	\$ 16.502,17	\$ 16.439,61	\$ 26.680,74
Flujo acumulado	-\$ 69.000,00	-\$ 50.892,32	-\$ 32.727,72	-\$ 14.517,53	\$ 2.094,64	\$ 18.724,80	\$ 35.283,12	\$ 51.823,98	\$ 68.326,15	\$ 84.765,76	\$ 111.446,50

4.8.- Análisis de Evaluación del Proyecto (Análisis Realista)

4.8.1.- Tasa Mínima Aceptable de Retorno:

La TMAR es la tasa mínima que los inversionistas deben aceptar el proyecto, para calcularla se necesitan los siguientes datos:

- *Tasa Activa (TA)*: 10%
- *Recurso de terceros (RT)*: 30%
- *Recursos propios (RP)*: 70%
- *Prima de Riesgo (PR)*: 10%
- *Inflación (INFL)*: 2.72%

$$\text{TMAR} = \text{RT} (\text{TA}) + \text{RP} (\text{PR} + \text{INFL} + \text{PR} * \text{INFL})$$

$$\text{TMAR} = 30 \% (10\%) + 70 \% (10\% + 2.72\% + 10\% * 2.72\%)$$

$$\text{TMAR} = 12.09\%$$

4.8.2.- Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno y Pay Back:

Con los datos proyectados para los diez periodos en el flujo de caja, se pudo obtener los índices financieros, los cuales son necesarios para evaluar el proyecto

Tabla 55.

Índices financieros

TMAR	12,09%
TIR	22,28%
VAN	\$ 87.469,36
PAY BACK	2,41

En la Tabla 55 se aprecia que la TIR (22,28%), que es la tasa de descuento que hace que el VAN (\$87.164,60) sea igual a cero, es mayor a la TMAR (12,09%), por lo que, se considera al proyecto rentable; por otro lado el VAN, que es el que refleja la diferencia que existe entre la inversión en recursos y los ingresos netos al ser positivo se considera apto para las operaciones.

El Pay-back es una herramienta que ayuda a dar una idea aproximada al tiempo de recuperación de inversión, en este proyecto será después de 2 años, 6 meses y 27 días aproximadamente.

4.8.3.- Punto de Equilibrio:

El análisis de punto de equilibrio es utilizado para conocer cuánto es la cantidad óptima a vender, para su cálculo se utilizará la siguiente formula:

$$PE = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ventas}}} \quad ^7$$

Como se observa en la Tabla 56 la empresa debe vender \$70.890,78 anual para llegar a su punto de equilibrio, es decir donde no obtendrá ni pérdidas, ni ganancias.

⁷ Formula punto de Equilibrio (López F. 2014)

Tabla 56.

Punto de Equilibrio

COSTOS	CUENTAS	PERIODOS									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
COSTOS VARIABLES	Costo de Ventas	\$ 41.328,00	\$ 43.394,40	\$ 45.564,12	\$ 46.804,98	\$ 48.079,64	\$ 49.389,00	\$ 51.858,45	\$ 54.451,38	\$ 57.173,94	\$ 60.032,64
	Gasto de Ventas	\$ 7.145,75	\$ 7.340,35	\$ 7.540,25	\$ 7.745,60	\$ 7.956,54	\$ 8.173,22	\$ 8.395,81	\$ 8.624,45	\$ 8.859,32	\$ 17.718,67
	Total Costos Variables	\$ 48.473,75	\$ 50.734,75	\$ 53.104,37	\$ 54.550,58	\$ 56.036,17	\$ 57.562,22	\$ 60.254,26	\$ 63.075,83	\$ 66.033,27	\$ 77.751,31
COSTOS FIJOS	Gastos Administrativos	\$ 15.836,48	\$ 16.267,76	\$ 16.710,78	\$ 17.165,87	\$ 17.633,36	\$ 18.113,57	\$ 18.606,86	\$ 19.113,59	\$ 19.634,12	\$ 39.268,26
	Depreciaciones	\$ 7.536,38	\$ 7.536,38	\$ 7.536,38	\$ 6.316,70	\$ 6.316,70	\$ 6.316,70	\$ 6.316,70	\$ 6.316,70	\$ 6.316,70	\$ 6.316,70
	Amortizaciones	\$ 54,74	\$ 54,74	\$ 54,74	\$ 54,74	\$ 54,74	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
	Servicios Basicos	\$ 1.524,00	\$ 1.524,00	\$ 1.524,00	\$ 1.524,00	\$ 1.524,00	\$ 1.524,00	\$ 1.524,00	\$ 1.524,00	\$ 1.524,00	\$ 1.524,00
	Limpieza	\$ 447,48	\$ 459,67	\$ 472,18	\$ 485,04	\$ 498,25	\$ 511,82	\$ 525,76	\$ 540,08	\$ 554,79	\$ 569,90
	Intereses	\$ 2.104,20	\$ 1.972,30	\$ 1.827,18	\$ 1.667,52	\$ 1.491,86	\$ 1.298,60	\$ 1.085,98	\$ 852,05	\$ 594,68	\$ 311,53
	Total Costos Fijos	\$ 27.503,28	\$ 27.814,85	\$ 28.125,27	\$ 27.213,88	\$ 27.518,91	\$ 27.764,69	\$ 28.059,31	\$ 28.346,42	\$ 28.624,28	\$ 47.990,39
	TOTAL DE COSTOS	\$ 75.977,03	\$ 78.549,60	\$ 81.229,65	\$ 81.764,46	\$ 83.555,09	\$ 85.326,92	\$ 88.313,56	\$ 91.422,25	\$ 94.657,55	\$ 125.741,70
	VENTAS	\$ 79.201,20	\$ 83.161,26	\$ 87.319,32	\$ 91.685,29	\$ 96.269,55	\$ 101.083,03	\$ 106.137,18	\$ 111.444,04	\$ 117.016,24	\$ 122.867,06
	PUNTO DE EQUILIBRIO	\$ 70.890,78	\$ 71.334,16	\$ 71.777,97	\$ 67.190,85	\$ 65.846,66	\$ 64.487,30	\$ 64.907,27	\$ 65.312,30	\$ 65.698,52	\$ 130.695,79

CONCLUSIONES

Al finalizar la investigación de este proyecto de factibilidad y obtener los resultados descritos en los cuatro capítulos se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- Los habitantes de la parroquia San Antonio de Pichincha han incrementado su interés en la realización de eventos sociales de alto nivel, pues el 75% realiza por lo menos una vez al año un evento social.
- Se determina una ventaja competitiva en el mercado, al ofrecer un valor agregado a los clientes en este caso un catering saludable y vajilla industrial vanguardista, la cual las otras empresas no poseen aún.
- La estructura organizacional con la que contara la empresa abrirá pocas plazas de empleo para personas que trabajen por hora sirviendo en los eventos del catering.
- Las proyecciones de los estados financieros manifiestan que la empresa sería factible, ya que su ganancia cubre todos los gastos, su Van es positivo (\$87.164.60) y la TIR (22,28%) es mayor a la TMAR (12,09%) Aunque para mantener sus objetivos los contratos no deben ser menor a 2 catering mínimo para 100 personas y un alquiler de vajillas con un contrato promedio de \$400

RECOMENDACIONES

- Se recomienda poner en marcha este tipo de negocio, pues es atractivo y rentable para invertir, además no hay mucha competencia en el sector para el cual, está proyectado establecerse.
- Mantener siempre una buena relación con los clientes, pues son ellos una herramienta más de publicidad.
- Invertir un porcentaje de las ganancias en capacitación de nuevas tendencias en decoración de eventos, para ser líderes en esta categoría.
- Ser constante en la publicidad y promociones con los clientes potenciales y ya existentes.
- Analizar al final del primer periodo, si el modelo de negocio establecido está dando resultados o necesita una reestructuración.

BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria. (6 de Noviembre de 2015). ARCSA. Obtenido de <http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/>
- Carrasco, J. L. (2010). Definición de Catering. En J. L. Carrasco, *Hostelería y Turismo* (pág. 7). Málaga - España: Publicaciones Vertice.
- Couso, R. P. (2005). Servicio Al Cliente . En R. P. Couso, *Servicio al Cliente, la comunicación y la calidad en el servicio de la atención al cliente* (pág. 1). España: Ideas Propias.
- Galdón, V. A. (2014). *Aprovisionamiento y Montaje para Servicio de Catering. Organización, almacenamiento y disposición de materiales géneros* . España: Ideas propias ,Vigo .
- Gardey, J. p. (2016). *Definición de* . Obtenido de <http://definicion.de/vajilla/>
- Grupo Crisol. (2016). *Crisol*. Obtenido de http://www.grupocrisol.com/sugerencias/curiosidades/cuberteria/origen_de_los_cubiertos/2/
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos . (12 de Agosto de 2012). *INEC*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-presenta-por-primera-vez-estadisticas-sobre-religion/>
- Jacome, E. (15 de Septiembre de 2014). El desarrollo de San Antonio se freno por cinco factores. *Nacionales*.
- John H Magill, R. L. (2005). *Microempresas y Microfinanzas en el Ecuador*.
- Kotler, P. (s.f.). *Dirección de Mercadotecnia* .
- Miranda, J. J. (2005). *Gestión de Proyectos* . Bogotá: MM editores.
- Motto Lopez, M., & Fernandez Menedez, M. A. (2016). *Aprovisionamiento y Montaje para el Servicio de Catering*. Madrid: Ediciones Nobel S.A.

Quito, C. d. (s.f.). Obtenido de <https://www.bomberosquito.gob.ec/>

Quito, M. d. (s.f.). *Quito Turismo*. Obtenido de <http://www.quito-turismo.gob.ec/nuestros-servicios/obtenga-la-luae>

Redaccion Cultural y entretenimiento. (26 de Noviembre de 2011). La Historia contada a travez de las vajillas. *EL Tiempo*.

Revista Protocolo. (2006). La Cristaleria. *Revista Protocolo*.

Super Intendencia de Compañías . (s.f.). *Super Intendencia de Compañías* . Obtenido de <http://www.supercias.gob.ec/portalConstitucionElectronica>

APENDICE 1

Encuesta aplicada a los habitantes de San Antonio de Pichincha para conocer sus preferencias al seleccionar un Salón de Eventos y Catering

1. Edad:

- | | |
|---------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 18 a 25 años | <input type="checkbox"/> De 46 años en adelante |
| <input type="checkbox"/> 26 a 35 años | |
| <input type="checkbox"/> 36 a 45 años | |

2. Sexo:

- | | |
|------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Masculino | <input type="checkbox"/> Femenino |
|------------------------------------|-----------------------------------|

3. Estado Civil:

- | | |
|--|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Soltera(o) | <input type="checkbox"/> Viuda(o) |
| <input type="checkbox"/> Casada (o) | <input type="checkbox"/> Unión Libre |
| <input type="checkbox"/> Divorciada(o) | |

4. Nivel de Educación:

- | | |
|------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Básica | <input type="checkbox"/> Superior |
| <input type="checkbox"/> Bachiller | |

5. Cuál es su nivel ingresos:

- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| _____Menos de \$350 | _____Entre \$701 y \$900 |
| _____Entre \$351y \$500 | _____ \$900 en adelante |
| _____Entre \$501 y \$700 | |

6. Alguna vez ha contratado o contrataría los siguientes servicios, si su respuesta es nunca pase a la pregunta 16

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Catering | <input type="checkbox"/> Catering y Alquiler de Vajilla |
| <input type="checkbox"/> Alquiler de vajilla | |

Nunca

7. Según su criterio cuál de las siguientes fechas son motivo de celebración:

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Cumpleaños | <input type="checkbox"/> Navidad |
| <input type="checkbox"/> Sacramentos
(Bautizos, Primera
Comunión,
Confirmación) | <input type="checkbox"/> Fin de año |
| <input type="checkbox"/> Matrimonios | <input type="checkbox"/> Eventos empresariales |
| | <input type="checkbox"/> Otros |

8. Con que frecuencia realiza usted eventos sociales donde se requiera de alquiler de vajilla o catering

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1 vez al año | <input type="checkbox"/> 3 veces al año |
| <input type="checkbox"/> 2 veces al año | <input type="checkbox"/> Más de 3 veces al año |

9. En donde ha realizado sus eventos sociales

- | | |
|---|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Local de Recepciones | <input type="checkbox"/> Restaurante |
| <input type="checkbox"/> Domicilio | <input type="checkbox"/> Otro |
| <input type="checkbox"/> Hotel | |

10.Cuál ha sido el número de invitados máximo que usted ha tenido por evento

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Entre 20 y 50
personas | <input type="checkbox"/> Entre 81 y 110
personas |
| <input type="checkbox"/> Entre 51 y 80
personas | <input type="checkbox"/> Más de 111 |

11.Cuál sería el valor que estaría dispuesto a cancelar por los servicios de alquiler de vajilla, menaje y catering

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Menos de \$20 | <input type="checkbox"/> De \$31 a \$40 |
| <input type="checkbox"/> De \$21 a \$30 | <input type="checkbox"/> Más de \$40 |

12. Qué tipo de comida prefiere para sus eventos sociales:

- | | |
|--|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Nacional | <input type="checkbox"/> Fusión |
| <input type="checkbox"/> Internacional | <input type="checkbox"/> Todas |

13. Qué tipo de servicio prefiere en sus eventos sociales

- | | |
|---------------------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Emplatado | <input type="checkbox"/> Otro |
| <input type="checkbox"/> Self-Service | _____ |

14. Como le pareció el servicio contratado anteriormente

Excelente

Bueno

Regular

Malo

15. Qué forma de pago prefiere para la realización de sus eventos sociales

Efectivo

Cheque

Tarjetas de Crédito
Corriente

Tarjeta de Crédito
Diferido

16. Estaría usted dispuesto a contratar en una nueva empresa los servicios de catering y alquiler de vajilla

Si

NO

APENDICE 2



OPCION 1

- Brochete de Camarones en salsa de frutas tropicales
- Cordon Blue de pollo acompañado de milhojas de papa y berenjena, ensalada caliente
- Parfait de taxo en almíbar de cítricos

Valor: 46.50 USD + impuestos

OPCION 2

- Ensalada tropical (mango, alcachofa, naranja, aguacate, palmitos, queso feta sobre colchón de lechuga romana en aderezo de yogurt).
- Langostinos en costra de coco acompañado de fettuccini de cacao
- Brioche caramelizado en salsa de maracuyá

Valor: 52 USD + impuestos

PULULAHUA - ECUADOR



el cráter

MIRADOR DEL PULULAHUA - MITAD DEL MUNDO
TELEFAX (593 2) - 2 439 254 / 0999 811 653 / 0999 822 966



OPCION 3

- Crêpe El Cráter (Crêpe relleno de camarón, jamón, aceituna, tomate, mayonesa)
- Lomo fino en salsa de uvilla acompañado de hinojos rellenos y papa parisien
- Babaroise tropical

Valor: 48.50 USD + impuestos

OPCION 4

- Strudel de vegetales
- Filet Mignon / suprema de pollo en salsa de champiñones y ensalada caliente
- Tiramisú con crumble de almendras y cacao

Valor: 49.50 USD + impuestos



MIRADOR DEL PULULAHUA - MITAD DEL MUNDO
TELEFAX (593 2) - 2 439 254 / 0999 811 653 / 0999 822 966



★ Todas las tarifas antes mencionadas se refieren a costo por persona y a todas se las deberá agregar el 24% de impuestos y servicios.

★ Todos los menús INCLUYEN:

- Alquiler del salón
- Todas las bebidas suaves.
- Servicio por 5 horas
- Un caldo de patas o locro de queso para la hora que se crea conveniente.
- Mantelería blanca o verde manzana (otros colores tendrán un costo adicional)
- Meseros
- 4 Bocaditos de sal durante el brindis.
- Todos los descorches.

★ Todos los menús NO INCLUYEN:

- Torta
- Dulces
- Licor
- Música (DJ)

Servicios adicionales bajo pedido

✓ Menú personal

Se podrá realizar un pedido de menú especial aconsejado por nuestra chef

Sin costo adicional

✓ Flores

Cada arreglo

DEPENDE EL ARREGLO

✓ Música DJ

Tres horas

300 USD

✓ Torta

Por persona

2.5 USD

✓ Licor

Según pedido



MIRADOR DEL PULULAHUA - MITAD DEL MUNDO
TELEFAX (593 2) - 2 439 254 / 0999 811 653 / 0999 822 966

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Ríos Pérez Katherine Alexandra**, con C.C: # 1719884775 autora del trabajo de titulación: **Proyecto de factibilidad para la creación de un negocio de alquiler de vajilla & catering en la parroquia San Antonio de Pichincha** previo a la obtención del título de **Ingeniera Comercial** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **22 de Marzo de 2017**

f. _____

Nombre: **Ríos Pérez Katherine Alexandra**

C.C: **1719884775**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN			
TEMA Y SUBTEMA:	Proyecto de factibilidad para la creación de un negocio de alquiler de vajilla & catering en la parroquia San Antonio de Pichincha		
AUTORA	Katherine Alexandra Ríos Pérez		
REVISOR /TUTOR:	Econ. Lucia Magdalena Pico Versoza/ Ing. Jacinto Humberto Mancero Mosquera M.Sc		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Ciencias Económicas y Administrativas		
CARRERA:	Administración de Empresas		
TITULO OBTENIDO:	Ingeniera Comercial		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	22 de marzo de 2017	No. DE PÁGINAS:	115 páginas
ÁREAS TEMÁTICAS:	Administración, Estadística, Ing. Económica		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Alquiler de vajillas, catering, eventos sociales, empresa, proyecto, servicios		
RESUMEN/ABSTRACT (189 palabras):			
<p>Este proyecto de investigación se realizó con el objetivo de saber si es factible, la implementación de un alquiler de vajilla & catering en la parroquia San Antonio de Pichincha, pues este, es en un sector poco explotado, con relación a este tipo de negocio, teniendo en cuenta que, actualmente, se encuentra en crecimiento poblacional.</p> <p>Lo fundamental de este proyecto, es poder, conocer los gustos y preferencias de los potenciales clientes, al momento de querer realizar un evento, de la misma forma, saber, cuál es el motivo de celebración que ellos consideran más importante y cuanto estarían dispuestos a pagar por el servicio, estas y otras interrogantes se despejaron con la realización de un estudio de mercado usando como metodología un enfoque descriptivo que dé como resultado información concisa y detallada sobre las necesidades de los comensales.</p> <p>Para posteriormente ser analizadas con índices financieros, para conocer si el proyecto es viable o no, este proyecto tiene una tasa de descuento del 12.09% y una TIR del 22,28%, con un Valor actual neto de \$ 87.164,60 y un periodo de recuperación de 2 años, 6 meses y 27 días aproximadamente</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO AUTOR/ES:	CON	Teléfono: +593-2-3439070	E-mail: kathealexa1@hotmail.com
CONTACTO INSTITUCIÓN (COORDINADOR PROCESO UTE)::	CON LA DEL	Nombre: Camacho Villagómez Freddy Ronalde	
		Teléfono: +593-4- 0987209949	
		E-mail: freddy.camacho.villagomez@gmail.com	
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación