



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

APORTAR AL SECTOR SERVICIOS DE EVENTOS CON UN ESTUDIO DE
FACTIBILIDAD, PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA
DEDICADA A BRINDAR SERVICIOS DE CATERING Y PROTOCOLO,
UBICADO EN LA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO, CANTÓN
GUALAQUIZA, AÑO 2017

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en

Administración Bancaria y Financiera

Autor: Karla Lissbeth Tenezaca Arévalo

Tutor: Ing. Andrés Analuisa

Quito, Octubre 2017



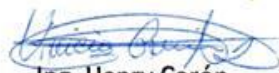
TECNOLOGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 22 de Septiembre del 2017

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) **TENEZACA AREVALO KARLA LISSBETH** de la carrera de Administración Bancaria y Financiera cuyo tema de investigación fue: **APORTAR AL SECTOR DE SERVICIOS DE EVENTOS CON UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A BRINDAR SERVICIOS DE CATERING Y PROTOCOLO, UBICADO EN LA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO, CANTÓN GUALAQUIZA AÑO 2017.** Una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.


Ing. Andrés Analuisa
Tutor del Proyecto


Ing. Henry Cerón
Lector del Proyecto


Ing. Galo Cisneros
Coordinador de la Unidad de Titulación


INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
DIRECCIÓN DE CARRERA

Adm. Bancaria y Producción
Ing. Fernando Buitrón
Director de Escuela

Matriz:
Av. de la Prensa N45-268 v. Loagroño

Campus 1:
Calle Loagroño Oe 2-84 y

Campus 2:
Bracamoros N15-163 y

Campus 3:
Av. Brasil N46-45 y

Campus
Yacuamí

APORTAR AL SECTOR SERVICIOS DE EVENTOS CON UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A BRINDAR SERVICIOS DE CATERING Y PROTOCOLO, UBICADO EN LA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO, CANTÓN GUALAQUIZA, AÑO 2017

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, y personal, que se ha citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Karla Lissbeth Tenezaca Arévalo

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Karla Lissbeth Tenezaca Arévalo, portadora de la cédula de ciudadanía signada con el No. **171867308-8** de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado **“Aportar al sector servicios de eventos con un Estudio de Factibilidad, para la creación de una microempresa dedicada a brindar servicios de catering y protocolo, ubicado en la provincia de Morona Santiago, Cantón Gualaquiza, año 2017”** con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA:



NOMBRE: **Tenezaca Arévalo Karla Lissbeth**

CEDULA: **171867308-8**

APORTAR AL SECTOR SERVICIOS DE EVENTOS CON UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A BRINDAR SERVICIOS DE CATERING Y PROTOCOLO, UBICADO EN LA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO, CANTÓN GUALAQUIZA, AÑO 2017

AGRADECIMIENTOS

Gracias a Dios por la fuerza, por hacer de mí una mujer responsable, a mis padres por el valioso apoyo que me han brindado durante estos años de estudios, por su ayuda, consejos y valores enseñados, a mis amigos que han compartido momentos durante la carrera, al personal docente que al fin verán los frutos de sus enseñanzas.

Al Doctor Hernán León por brindarme el apoyo necesario para concluir con mis estudios, por sus sabios consejos y la oportunidad de ser parte de su compañía.

Al Ingeniero Andrés Analuisa por cada uno de los conocimientos impartidos durante las tutorías, su paciencia y motivación.

DEDICATORIA

El Siguiente proyecto se lo dedico a mi madre por ser mi apoyo incondicional, la guía en este camino y la inspiración de seguir adelante con mis estudios. A mi padre por su amor infinito, por sus enseñanzas y por su preocupación constante. A mis hermanos, que gracias a ellos trato de ser mejor para poder ser su ejemplo. A Pablo Joaquín por su paciencia, y apoyo durante estos años.

Índice General

Portada	
Carátula	
Acta de Aprobación de Tutor y Lector.....	i
Declaración de autoría del estudiante.....	ii
Licencia de uso no comercial.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Dedicatoria.....	v
Índice General.....	vi
Índice de Tablas.....	xi
Índice de Figuras.....	xiv
Resumen Ejecutivo.....	xvi
Abstract.....	xix
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Justificación.....	1
1.2 Antecedentes.....	2
CAPITULO II: ANÁLISIS SITUACIONAL.....	5
2.1 AMBIENTE EXTERNO.....	5
2.1.1 Factor Económico.....	5
2.1.1.01 Inflación.....	6
2.1.1.02 Producto Interno Bruto.....	7
2.1.1.02.01 PIB Sectorial.....	8
2.1.1.03 Tasa de Riesgo País.....	9
2.1.1.04 Tasa de Interés.....	10
2.1.1.04.01 Tasa de interés Activa.....	10
2.1.1.05.02 Tasa de interés Pasiva.....	11
2.1.2 Factor Social.....	12
2.1.2.01Crecimiento Poblacional.....	13

2.1.2.02 Desempleo.....	14
2.1.2.03 Subempleo.....	15
2.1.2.04 Población Económicamente Activa (PEA).....	17
2.1.3 Factor Legal.....	18
2.1.3.01 Registro Único de Contribuyentes.....	18
2.1.3.02 Patente Municipal.....	19
2.1.3.03 Cuerpo de Bomberos.....	19
2.1.3.04 Certificado de Salud.....	19
2.1.3.05 Certificado de Capacitación en manipulación de alimentos.....	20
2.1.3.06 Habilitación de establecimientos Nuevos.....	20
2.1.4 Factor Tecnológico.....	20
2.2 ENTORNO LOCAL.....	21
2.2.1 Clientes.....	21
2.2.2 Proveedores.....	22
2.2.3 Competidores.....	22
2.3 ANÁLISIS INTERNO.....	23
2.3.1 Propuesta Estratégica.....	23
2.3.1.01 Misión.....	24
2.3.1.02 Visión.....	24
2.3.1.03 Objetivos.....	24
2.3.1.03.1 Objetivo General.....	24
2.3.1.03.2 Objetivos Específicos.....	24
2.3.1.04 Principios y Valores.....	24
2.3.1.04.1 Principios.....	24
2.3.1.04.2 Valores.....	25
2.3.2 Gestión Administrativa.....	25
2.3.3 Gestión Operativa.....	27
2.3.4 Gestión Comercial.....	30

2.3.4.01 Marketing Mix.....	31
2.3.4.01.1 Producto.....	31
2.3.4.01.1.01 Logo.....	32
2.3.4.01.1.02 Slogan.....	32
2.3.4.01.4 Plaza.....	33
2.3.4.01.5 Precio.....	34
2.3.4.01.6 Promoción.....	34
2.3.4.01.6.01 Estrategias de Comercialización.....	34
CAPITULO III: ESTUDIO DE MERCADO.....	36
3.1 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR.....	36
3.1.1 Determinación de la Población y muestra.....	37
3.1.1.01 Población.....	37
3.1.1.02 Muestra.....	37
3.1.1.02.1 Calculo de la muestra.....	38
3.1.2 Técnicas de obtención de información.....	39
3.1.3 Análisis de la información.....	39
3.2 DEMANDA.....	49
3.2.1 Demanda Histórica.....	49
3.2.2 Demanda Actual.....	50
3.2.3 Demanda Proyectada.....	51
3.3 OFERTA.....	51
3.3.1 Oferta Histórica.....	51
3.3.2 Oferta Actual.....	52
3.3.3 Oferta Proyectada.....	52
3.4 PRODUCTOS SUSTITUTOS.....	53
3.5 BALANCE OFERTA Y DEMANDA.....	54
CAPITULO IV: ESTUDIO TÉCNICO.....	56
4.1 Tamaño del Proyecto.....	56

4.1.1 Capacidad Instalada.....	56
4.1.2 Capacidad Utilizada.....	57
4.2 Localización.....	58
4.2.1 Macro Localización.....	58
4.2.2 Localización Optima.....	59
4.2.3 Micro Localización.....	60
4.3 INGENIERIA DEL PROYECTO.....	60
4.3.1 Definición del bien y servicio.....	61
4.3.1.01 Producto.....	61
4.3.1.02 Logo.....	61
4.3.1.03 Slogan.....	62
4.3.2 Distribución de la Planta.....	62
4.3.3 Proceso Productivo.....	63
4.3.4 Maquinaria y Equipo.....	65
CAPITULO V: ESTUDIO FINANCIERO.....	66
5.1 INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES.....	66
5.2 COSTOS.....	66
5.2.1 Costos Directos.....	67
5.2.1.01 Materia Prima.....	67
5.2.1.02 Mano de Obra.....	69
5.2.2 Costos Indirectos.....	70
5.2.3 Gastos Administrativos.....	71
5.2.4 Gasto de Ventas.....	72
5.2.5 Costos Financieros.....	73
5.2.6 Costos Fijos y Variables.....	74
5.3 INVERSIONES.....	74
5.3.1 Inversión Fija.....	75
5.3.1.1 Activos Fijos.....	75

5.3.1.2 Activos Nominales (Diferidos).....	75
5.3.2 Capital de Trabajo.....	75
5.3.3 Fuentes de Financiamiento.....	76
5.3.4 Amortización de Financiamiento (Tabla de Amortización).....	77
5.3.5 Depreciaciones (Tabla de Depreciación).....	79
5.2.6 Estado de Situación Inicial.....	80
5.3.7 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años).....	81
5.3.8 Flujo de Caja.....	83
5.4 EVALUACIÓN.....	85
5.4.1 Tasa de descuento.....	85
5.4.2 VAN.....	85
5.4.3 TIR (Tasa Interna de Retorno o Rentabilidad).....	86
5.4.4 PRI (Periodo de Recuperación de la inversión).....	87
5.4.5 RCB (Relación Costo Beneficio).....	89
5.4.6 Punto de Equilibrio.....	90
5.4.7 Análisis de índices Financieros.....	91
CAPITULO VI: ANÁLISIS DE IMPACTO.....	94
6.1 Impacto Ambiental.....	94
6.2 Impacto Económico.....	94
6.3 Impacto Productivo.....	95
6.4 Impacto Social.....	95
CAPITULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	96
7.1 Conclusiones.....	96
7.2 Recomendaciones.....	97
Anexos.....	98
Bibliografía.....	104

Índice de Tablas

Tabla 1: Inflación Abril 2017.....	6
Tabla 2: PIB Sectorial 2016.....	8
Tabla 3: Riesgo País Mayo 2017.....	9
Tabla 4: Tasa Interés Activa 2017.....	11
Tabla 5: Tasa de Interés Pasiva 2017.....	12
Tabla 6: Crecimiento Poblacional Cantón Gualaquiza.....	13
Tabla 7: Desempleo Marzo 2017.....	14
Tabla 8: Subempleo 2017.....	16
Tabla 9: Población Económicamente Activa Marzo 2017.....	17
Tabla 10: Variables de Clientes.....	21
Tabla 11: Clientes.....	22
Tabla 12: Proveedores.....	22
Tabla 13: Competidores.....	23
Tabla 14: Funciones del Gerente.....	26
Tabla 15: Funciones del Contador.....	26
Tabla 16: Funciones del Chef.....	28
Tabla 17: Funciones del Ayudante.....	28
Tabla 18: Funciones del Mesero.....	29
Tabla 19: Funciones del Diseñador.....	29
Tabla 20: Funciones de la Recepcionista.....	31
Tabla 21: Situación Geográfica.....	33
Tabla 22: Población del Cantón Gualaquiza Provincia de Morona Santiago.....	37
Tabla 23: Conocimiento del Servicio.....	39
Tabla 24: Contratación del Servicio.....	40
Tabla 25: Conocimiento de Invitados.....	41
Tabla 26: Conformidad con el Producto de la Competencia.....	42
Tabla 27: Frecuencia de Consumo.....	43

Tabla 28: Gasto por Persona.....	44
Tabla 29: Aceptación Buffet.....	45
Tabla 30: Aceptación del Servicio.....	46
Tabla 31: Servicios Adicionales.....	47
Tabla 32: Aceptación del Protocolo.....	48
Tabla 33: Demanda Actual.....	50
Tabla 34: Demanda Proyectada.....	51
Tabla 35: Oferta Actual.....	52
Tabla 36: Oferta Proyectada.....	52
Tabla 37: Balance Actual.....	54
Tabla 38: Balance Proyectado.....	55
Tabla 39: Capacidad Instalada.....	57
Tabla 40: Capacidad Utilizada.....	57
Tabla 41: Situación Geográfica.....	58
Tabla 42: Localización Óptima.....	59
Tabla 43: Distribución de la Planta.....	62
Tabla 44: Simbología Proceso Productivo.....	64
Tabla 45: Maquinaria y Equipo.....	65
Tabla 46: Materia Prima Cordón Blue.....	67
Tabla 47: Materia Prima Solomillo en Salsa de Champiñones.....	68
Tabla 48: Materia Prima Pollo al Limón.....	68
Tabla 49: Materia Prima Ballontine.....	69
Tabla 50: Costo Mano de Obra por Platillo.....	69
Tabla 51: Costos Indirectos de Fabricación.....	70
Tabla 52: Resumen de Costos.....	70
Tabla 53: Gastos Administrativos.....	71
Tabla 54: Gastos de Venta.....	72
Tabla 55: Tabla Comparativa.....	73

Tabla 56: Inversiones.....	74
Tabla 57: Activos Nominales (Diferidos).....	75
Tabla 58: Capital de Trabajo Real.....	76
Tabla 59: Fuentes de Financiamiento.....	77
Tabla 60: Tabla de Amortización.....	77
Tabla 61: Tabla de Depreciación.....	79
Tabla 62: Estado de Situación Inicial.....	80
Tabla 63: Estado de Resultados Proyectado.....	82
Tabla 64: Flujo de Caja Proyectado.....	84
Tabla 65: Tasa de Descuento.....	85
Tabla 66: VAN.....	86
Tabla 67: Tasa Interna de Retorno.....	87
Tabla 68: Periodo de Recuperación de la Inversión del Proyecto.....	88
Tabla 69: Periodo de Recuperación de la Inversión del Inversionista.....	88
Tabla 70: Relación costos Beneficio.....	89
Tabla 71: Costos Fijos y Costos Variables.....	90
Tabla 72: Punto de Equilibrio.....	91
Tabla 73: Índices Financieros.....	92
Tabla 74: Tabla de Amortización Francesa.....	102

Índice de Figuras

Figura 1: Inflación Abril 2017.....	7
Figura 2: PIB Sectorial 2017.....	8
Figura 3: Riesgo País.....	10
Figura 4: Crecimiento Poblacional Cantón Gualaquiza.....	13
Figura 5: Desempleo Marzo 2017.....	15
Figura 6: Subempleo Marzo 2017.....	16
Figura 7: Población Económicamente Activa 2017.....	17
Figura 8: Organigrama Administrativa.....	25
Figura 9: Organigrama Operativo.....	27
Figura 10: Organigrama Comercial.....	30
Figura 11: Logo Empresarial.....	32
Figura 12: Slogan.....	33
Figura 13: Situación Geográfica.....	33
Figura 14: Conocimiento del Servicio.....	40
Figura 15: Contratación del Servicio.....	41
Figura 16: Conocimiento de Invitados.....	42
Figura 17: Conformidad con el Producto de la Competencia.....	43
Figura 18: Frecuencia de Consumo.....	44
Figura 19: Gasto por Persona.....	45
Figura 20: Aceptación Buffet.....	46
Figura 21: Aceptación del Servicio.....	47
Figura 22: Servicios Adicionales.....	48
Figura 23: Aceptación Protocolo.....	49
Figura 24: Situación Geográfica.....	58
Figura 25: Micro Localización.....	60
Figura 26: Logo Empresarial.....	61
Figura 27: Slogan Empresarial.....	62
Figura 28: Plano Empresarial.....	63

Figura 29: Procesos Productivo.....	64
Figura 30: Punto Equilibrio.....	91

RESUMEN EJECUTIVO

El siguiente estudio de factibilidad se denomina “Elegancia & Eventos” es una empresa que se ubicará en la Provincia de Morona Santiago, Cantón Gualaquiza dedicada a brindar servicios de Catering y protocolo. Su constitución será como Persona Natural obligada a llevar contabilidad, ya que cumple con la base legal que establece el SRI.

Esta empresa busca determinar el impacto económico y social dedicándose a la elaboración de diferentes platillos para brindar a sus comensales en cada evento social que sea requerido, así como también la capacitación de protocolo, es decir, modales principales como son el lenguaje y uso de cubiertos, el uso correcto de las copas de vino tinto, vino blanco y agua. La utilización de la mantelería entre otras.

El objetivo de la empresa será aportar a la cultura y desarrollo de los habitantes del Cantón Gualaquiza, dando un servicio de Catering único e innovador, sus platillos para la degustación de sus clientes. Así como también enseñar un protocolo básico que ayude a la comunidad a desenvolverse, y a la mejor comunicación con otras personas, para brindar este servicio se estimará un tiempo y un día en el que los clientes lo requieran.

La creación de pequeñas empresas ayuda a crear nuevas fuentes de empleo y generar movimiento económico en el sector.

El estudio inició con la Investigación de Mercados, en donde se identificó la demanda insatisfecha que existe en el mercado para este tipo de servicio, la Investigación de Mercado dio a conocer la aceptación de clientes potenciales para

esta nueva empresa. Dentro del Estudio Técnico se efectuó el análisis de factores para la determinación de capacidades de producción, requerimientos de Mano de Obra, Materia Prima, Materiales, Insumos y Equipos Tecnológicos que la empresa necesita para el inicio de su actividad económica.

Como resultado del Estudio Técnico se obtuvo que: “Elegancia & Eventos” contará con un local rentado para la atención al público y la elaboración de platillos, con el objetivo de elaborar 5324 platillos para los eventos durante su primer año de operaciones. La organización de la empresa se determinó a través de su Misión, Visión, Principios y valores, pilares fundamentales para el buen funcionamiento interno de la empresa, además se diseñó los perfiles de funciones de acuerdo al departamento para las personas que se requerirán, de esta manera brindar un servicio de calidad con el personal apropiado.

A partir del Estudio Financiero se estableció el presupuesto de inversión, valor que asciende a \$22.143.69, dicha inversión se financiará a través de recursos propios en un 82% (\$18,143.69) y un microcrédito de la Cooperativa de ahorro y crédito de la pequeña empresa Gualaquiza equivalente al 18% (\$ 4,000.00) restante del total de la inversión. Se necesita un Capital de Trabajo Inicial de \$4.343,69. Desde el primer año de operación, el proyecto sobrepasa su punto de equilibrio lo que indica que la actividad de la empresa genera mayores ingresos, superando a sus costos fijos y variables. El período de recuperación de la inversión en promedio es de 2 años, 9 meses y 4 días. La TIR del inversionista (50%) supera a la TIR del proyecto (45%) por lo que se evidencia que la mejor opción para invertir es a través del financiamiento de terceros de un porcentaje de la inversión total porque disminuye el

riesgo para el inversionista. Como conclusión general se determina la viabilidad y factibilidad del presente proyecto, es una inversión que asegura el retorno del capital invertido, obteniendo rentabilidad desde el primer año de operaciones por lo que se recomienda la puesta en marcha para la creación de la empresa “Elegancia & Eventos”.

ABSTRACT

The next feasibility study is called "Elegancia & Eventos" is a company that will be located in the Province of Morona Santiago, Canton a Gualaquiza dedicated to provide Catering and protocol services. Its constitution will be as a Natural Person required keeping accounting, as it complies with the legal basis established by the SRI.

This company seeks to determine the economic and social impact by dedicating itself to the elaboration of different dishes to provide its guests in each social event that is required, as well as the training of protocol, that is, main modalities such as language and use of cutlery , correct use of glasses of red wine, white wine and water. The use of table linen, among others.

The objective of the company will be to contribute to the culture and development of the inhabitants of Canton Gualaquiza, trying to give a unique Catering service and innovating their dishes for the tasting of their future clients. As well as teaching a basic protocol that helps the community to develop and the best communication with other people, to provide this service will estimate a time and a day in which the clients require it.

The creation of small businesses helps create new sources of employment and generate economic movement in the sector.

The study began with Market Research, which identified the unsatisfied demand that exists in the market for this type of service; Market Research announced the acceptance of potential customers for this new company. Within the Technical Study, the analysis of determining factors for the determination of the location,

production capacity, manpower requirements, raw materials, materials, supplies and technological equipment that the company needed to start its economic activity was carried out.

As a result of the Technical Study it was obtained that: "Elegancia & Eventos" will have a rented room for the attention to the public and the elaboration of dishes, with the objective of elaborating 5324 dishes for the events during its first year of operations. The organization of the company was determined through its Mission, Vision, Principles and Values, fundamental pillars for the good internal workings of the company, in addition, it was designed the profiles of functions according to the department for the people that will be required, of this provide a quality service with the appropriate staff.

Starting from the Financial Study, the investment budget was established, amounting to \$ 22,143.69, which will be financed through 82% of its own resources (\$ 18,143.69) and a microcredit from the Small Business Credit Union Gualaquiza equivalent to the remaining 18% (\$ 4,000.00) of the total investment. An initial working capital of \$ 4,343.69 is required. From the first year of operation, the project surpasses its equilibrium point, which indicates that the company's activity generates higher revenues, exceeding its fixed and variable costs. The average payback period is 2 years, 9 months and 4 days. The IRR of the investor (50%) exceeds the IRR of the project (45%) so it is evident that the best option to invest is through the financing of third parties a percentage of the total investment because it decreases the risk for the investor. As a general conclusion, the feasibility and feasibility of this project is determined, it is an investment that ensures the return of the invested

capital, obtaining profitability from the first year of operations, which is why it is recommended to start up the company "Elegancia & Eventos."

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

En los últimos años el país ha obtenido un gran crecimiento de las pequeñas y medianas empresas entre ellas cerca del 60% se dedican a brindar diferentes tipos de servicios. La provincia de Morona Santiago actualmente atraviesa una desaceleración económica en sus principales sectores: la agricultura y la ganadería. Con el transcurso del tiempo la población ha adquirido nuevas actividades que han generado desarrollo y nuevas fuentes de empleo. Un ejemplo de ello son las entidades que ofrecen a los habitantes la prestación de servicios de organización de eventos, el problema de estas es que no cumplen con los requerimientos suficientes para emplear un servicio integral e innovador a sus habitantes.

1.1 Justificación

El servicio de CATERING Y PROTOCOLO que existe actualmente en la provincia de Morona Santiago, no cuenta con un líder posicionado en el sector ni contribuye con un servicio completo al momento de la organización de una actividad festiva con todos los requerimientos que son solicitados por los clientes para su satisfacción, lo que causa que las personas pierdan tiempo y recursos en la organización de eventos sociales y/o corporativos. Existen servicios de catering que no cubren la demanda poblacional, lo cual representa un mercado potencial para el crecimiento de la empresa con las diferentes estrategias planificadas.

El proyecto de factibilidad para la creación de la empresa dedicada a brindar servicios de CATERING Y PROTOCOLO pretende cubrir las necesidades ofreciendo desde el diseño, planeación, control y cierre del evento para la satisfacción de los clientes al momento de adquirir de un servicio completo y personalizado, reduciendo tiempo y recursos innecesarios al instante de elegir sus servicios, además este proyecto se convertirá en una empresa generadora de empleos abriendo camino a nuevas oportunidades de trabajo y aportando al desarrollo de la matriz productiva del Ecuador. Se realizarán alianzas estratégicas con empresas que facilitarán bienes y servicios de calidad para la mejor atención al cliente y a sus invitados.

Actualmente la economía del país funciona con la ayuda de las microempresas ya que estas han generado empleos, por lo cual la empresa se convertirá en una PYME colaborando con un aporte económico importante, ya que la población dependerá de su actividad. Estos elementos serán estudiados para lograr el cumplimiento del objetivo cuatro del Plan Nacional del Buen Vivir que hace referencia a fortalecer las capacidades potencialidades de la ciudadanía.

1.2 Antecedentes

La organización de eventos surge de la necesidad de las personas para poder relacionarse entre sí, mantener comunicación, conocer nuevas ideologías, costumbres y ámbitos en un lugar determinado celebrando un acontecimiento importante de la cual las personas realicen un intercambio social, profesional, intelectual entre otras.

En la edad media, los monasterios ofrecen servicios de catering a los cristianos en sus peregrinaciones, esto condujo a una expansión de la restauración de todo el continente europeo. Este servicio también fue común en Asia a lo largo del recorrido de la ruta de la seda y las especias. Más tarde estos servicios comenzaron a cobrar y no solo consistía en proveer de alimentos, sino también en presentarles con gran estilo. Los griegos fueron los primeros en ofrecer servicios de hospitalidad a gran escala como una empresa comercial.

En el siglo XV este servicio se hizo tan popular en Alemania que entraron en vigor normas que regulaban la calidad de los alimentos y la cerveza en los albergues y posadas. (Prado, 2015).

En la actualidad, la industria de reuniones se centra principalmente en la logística de los participantes (transporte, hotel, etc.) y en la hospitalidad (recepciones, comidas, cenas etc.). Ambos campos resultan fundamentales para organizar buenas reuniones, puesto que satisfacen las necesidades básicas de los participantes: les proporciona la experiencia adecuada sobre la que consolidarse y el entorno apropiado donde celebrar la reunión, pero se aprecia la necesidad de evolucionar a un nivel siguiente. Estimo que ahora es el momento indicado para que la industria se complemente con la denominada Arquitectura de Reuniones: disciplina que profesionalice el diseño y la medición de los objetivos de la eficacia de las reuniones. (Ortega, 2010, pág. 9).

El servicio de organización de evento ha cambiado, ya que existen nuevas formas de planificar un evento social, existe varios bienes que se adquieren para una buena programación de actividades festivas.

Tras el transcurso de los años se ha obtenido una extensa variedad de artículos, diseños, tarjetería, mantelería, cristalería y una gran variedad de platillos para la degustación de los clientes.

CAPÍTULO II: ANÁLISIS SITUACIONAL

“El análisis situacional es un método que permite analizar dificultades, fallas, oportunidades y riesgos, para definirlos, clasificarlos, desglosarlos, jerarquizarlos y ponderarlos, permitiendo así actuar eficientemente con base en criterios y/o planes establecidos” (Del Valle, 2004, pág. 9).

El análisis situacional permitirá examinar las diferentes variables o factores que pueden afectar el desarrollo de las actividades de la empresa y utilizar los procedimientos adecuados para el análisis de lo que ocurre alrededor de la misma.

También ayudará a dar preferencia en las diferentes acciones que realice para poder tener control o a la toma de decisiones para protegerla.

2.1 Ambiente Externo

El ambiente externo se compone por los factores que se encuentran fuera y que rodean a las empresas mismas que pueden convertirse en oportunidades o amenazas.

2.1.1 Factor Económico

“En este elemento o factor económico se busca la aplicación de los criterios de racionalidad económica. Es aquí donde se centra el concepto económico de empresa buscando la máxima eficacia desde la perspectiva económica” (Echeverría, 1994, pág. 147)

El factor económico hace referencia a las actividades de una organización que influirán de manera positiva o negativa según la situación económica que se presente en el espacio en el que se encuentre. Dado esto, se analizarán los siguientes indicadores económicos:

2.1.1.01 Inflación

“La inflación es el crecimiento de los precios de los bienes y servicios en un determinado tiempo” (Romero, 2012, Pág. 509)

La inflación es un indicador que muestra el incremento de precios de bienes y servicios de consumo en un país, que puede afectar a la economía ya que disminuye el poder adquisitivo del dinero para las personas y empresas.

Tabla 1
Inflación Abril 2017

Año	(%)
2012	4,16%
2013	2,70%
2014	3,67%
2015	3,38%
2016	1,12%
Abril 2017	0,43%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y censos

Elaborado Por: Karla Tenezaca

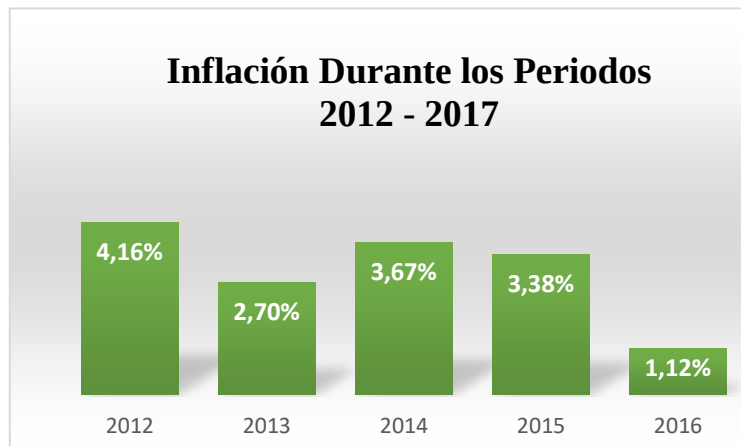


Figura 1: Inflación Abril 2017

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado por: Karla Tenezaca

Según datos obtenidos por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos muestra que el promedio de inflación histórica del país ha sido de 3,01% en el año 2012 el país cerró con una inflación del 4,16% siendo este el porcentaje más alto de los cinco últimos años, ya que en el año 2013 se registró un notable decrecimiento con un cierre del 2,70%. Al año 2014 el país asciende a un 3,67%. En el año 2015 se coloca con un 3,38% frente al año 2016 que desciende cada vez más y cierra con un 1,12%. El porcentaje de inflación que actualmente sostiene el país se convierte en una oportunidad para la adquisición de bienes a un valor accesible tanto para las empresas como para los consumidores al momento de adquirirlos.

2.1.1.02 Producto Interno Bruto

“Producto Interno Bruto es el valor de la producción final de todos los bienes (productos y servicios) producidos internamente en una economía durante un determinado período de tiempo generalmente un año.” (Nuñez, 2015).

El Producto Interno Bruto es un indicador de magnitud que muestra el valor monetario de los bienes y servicios que posee una nación.

2.1.1.02.01 PIB Sectorial

Para hacer ciertos estudios sobre el desarrollo económico se utiliza la categoría de análisis conocida como distribución sectorial del PIB, que no es más que la agrupación de las actividades económicas en tres grandes sectores, de acuerdo con el tipo de tarea que desarrollan SECTORES PRIMARIOS SECUNDARIO Y TERCIARIO. (Pozo, 2014).

Tabla 2
PIB Sectorial 2016

Año	Alojamiento y Servicios de Comida
2012	4,0
2013	4,8
2014	0,8
2015	-1,3
2016	-5,9

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Elaborado por: Karla Tenezaca



Figura 2: PIB Sectorial 2016

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Elaborado por: Karla Tenezaca

El PIB sectorial en los últimos cinco años ha obtenido un promedio de 0,48%. En el año 2013 obtuvo un porcentaje del 4.8% siendo este el indicador más alto de los cinco últimos años, mientras que desde este año en adelante los porcentajes han ido disminuyendo hasta el año 2016 que se coloca con un porcentaje negativo del -5,9%.

2.1.1.03 Tasa Riesgo País

“El riesgo país requiere el estudio de aspectos económicos, financieros, políticos, históricos y sociológicos. En general, el riesgo país es la probabilidad de que se produzca una pérdida financiera por circunstancias macroeconómicas, políticas o sociales, o por desastres naturales, en un país determinado” (Iranzo, 2008, pág. 12).

Tabla 3
Riesgo País Mayo 2017

Fecha	(%)	Puntos
jun-16	9,13%	913
jul-16	8,77%	877
ago-16	8,63%	863
sep-16	8,45%	845
oct-16	7,21%	721
nov-16	7,36%	736
dic-16	6,47%	647
ene-17	5,90%	590
feb-17	5,72%	572
mar-17	6,66%	666
abr-17	6,67%	667
may-17	6,71%	671

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado Por: Karla Tenezaca

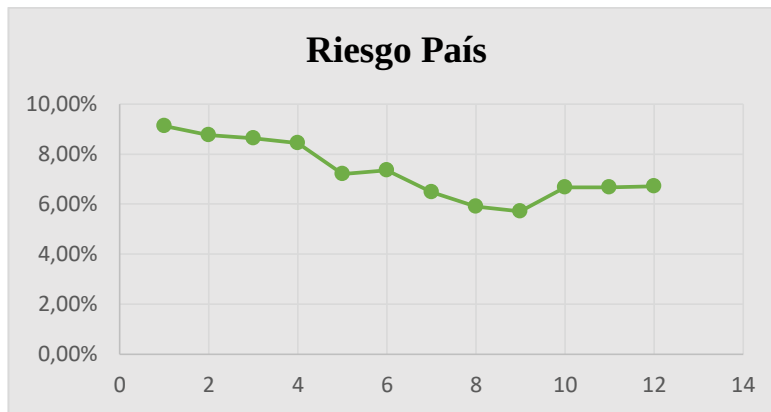


Figura 3: Riesgo País Mayo 2017
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Karla Tenezaca

La tasa de riesgo país es un indicador que muestra en puntos el riesgo que tiene un país frente a las inversiones, para poder analizarlos como porcentajes se debe realizar un pequeño cálculo que se trata de tomar el valor de puntos y dividirlo para 100, donde se obtendrá el resultado convertido en porcentaje.

2.1.1.04 Tasa de Interés

“Una tasa de interés es un precio, es el costo de usar recursos ajenos y como el recurso ajeno que se usa en los mercados financieros es el dinero se suele decir que la tasa de intereses el costo del dinero prestado.” (Roca, 2002, pág. 4).

La tasa de interés es un pago adicional de un capital que se ha invertido por un tiempo y porcentaje determinado.

2.1.1.05.01 Tasa de Interés Activa

“Es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del Banco Central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito (comercial, consumo, vivienda y microcrédito)”.

(Superintendencia de Bancos del Ecuador, 2009).

Tabla 4
Tasa de Interés Activa 2017

Tasa de Interés			
MAYO 2017			
1. TASA DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referencial		Tasas Maximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% Anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% Anual
Productivo Corporativo	7,61	Productivo Corporativo	9,33
Productivo Empresarial	9,76	Productivo Empresarial	10,21
Productivo PYMES	11,49	Productivo PYMES	11,83
Comercial Ordinario	8,81	Comercial Ordinario	11,83
Comercial Prioritario Corporativo	7,37	Comercial Prioritario Corporativo	9,33
Comercial Prioritario Empresarial	9,43	Comercial Prioritario Empresarial	10,21
Comercial Prioritario PYMES	10,42	Comercial Prioritario PYMES	11,83
Consumo Ordinario	16,8	Consumo ordinario	17,3
Consumo Prioritario	16,58	Consumo Prioritario	17,3
Educativo	9,5	Educativo	9,5
Inmobiliario	10,61	Inmobiliario	11,33
Vivienda de Interés Público	4,98	Vivienda de Interés Público	4,99
Microcrédito Minorista	27,92	Microcrédito Minorista	30,5
Microcrédito de Acumulación Simple	25,02	Microcrédito de Acumulación Simple	27,5
Microcrédito de Acumulación Ampliada	21,42	Microcrédito de Acumulación Ampliada	25,5
Inversión Pública	8,22	Inversión Pública	9,33

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Karla Tenezaca.

Actualmente la tasa de interés activa se ubica con un valor anual de 11.49%, para la empresa representa una oportunidad ya que podrá obtener un crédito y al mismo tiempo realizar los pagos respectivos de una forma responsable y segura, por otra parte si esta tasa incrementa con el tiempo será perjudicial para la organización ya que si se realiza un préstamo los interés subirían y el acceso al préstamo se verá limitado.

2.1.1.05.02 Tasa de interés Pasiva

“La tasa de interés pasiva, desde el punto de vista de una institución financiera, representa los compromisos de inversión que asume por parte de sus clientes.”

(González, 2014).

Tabla 5
Tasa de Interés Pasiva 2017

2. TASAS DE INTERÈS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referencial	%	Tasas Referenciales	%
Depósitos a Plazo	4,82	Depósitos de ahorro	1,16
Depósitos Monetarios	0,65	Depósitos de Tarjeta habitantes	1,25
Operaciones de Reporto	0,1		
3. TASAS DE INTERES PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referencial	%	Tasa Referencial	%
Plazo 30-60	3,42	Plazo 121-180	4,79
plazo 61-90	3,97	Plazo 181-360	5,6
Plazo 91-120	4,84	Plazo 361 y más	7,21

Fuente: Banco central del Ecuador

Elaborado por: Karla Tenezaca

La tasa de interés pasiva habla acerca del porcentaje que las entidades emiten a las personas u organizaciones que guardan dinero para futuras inversiones o capitalizaciones. Actualmente el Banco Central indica a mayo del 2017 una tasa del 7,21% para plazos superiores a 361 días lo cual para la empresa se puede convertir en una posibilidad para obtener ganancias futuras por guardar dinero para futuros gastos que requiera la organización.

2.1.2 Factor Social

Es el entorno que incluye a toda la gente que se encuentra a su alrededor, sus clientes, y los clientes de si cliente. En todo caso, se trata de la gente que constituye la fuente de la demanda final de todos los clientes y servicios.
(Rodríguez, 2013)

El factor social se refiere a las personas y sus actividades que rodean a las empresas convirtiéndose estos en clientes y consumidores de los bienes o servicios ofertados por las mismas.

Dado esto, se analizarán los siguientes indicadores:

2.1.2.01 Crecimiento Poblacional

“El crecimiento poblacional o crecimiento demográfico es el cambio en la población en un cierto plazo, y puede ser cuantificado como el cambio en el número de individuos en una población por unidad de tiempo” (Parets, 2011)

El crecimiento poblacional indica el número de habitantes que posee un lugar determinado y con el pasar de los años el incremento de personas.

Tabla 6
Crecimiento Poblacional Cantón Gualaquiza

Año	Número de Habitantes
2012	18331
2013	18537
2014	18727
2015	18901
2016	19060
2017	19206

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado por: Karla Tenezaca

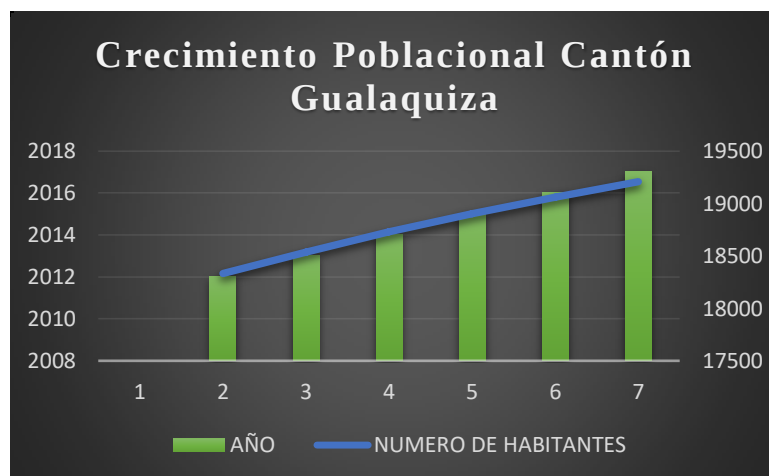


Figura 4: Crecimiento Poblacional Cantón Gualaquiza

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado por: Karla Tenezaca

Durante los últimos años el cantón Gualaquiza ha ido creciendo. En el año 2012 se puede observar que tenía una población de 18.331 habitantes, mientras que en el año 2017 obtiene un crecimiento al 19.296 habitantes, lo que significa una oportunidad para la empresa ya que serán más clientes potenciales, que contratarán servicios de catering y protocolo para elaborar un evento social.

2.1.2.02 Desempleo

“La tasa de desempleo, mide el nivel de desocupación en relación a la población activa. En otras palabras, es la parte de la población que estando en edad, condiciones y disposición de trabajar -población activa- no tiene puesto de trabajo.” (Burguillo, 2015)

Tabla 7
Desempleo Marzo 2017

Año	(%)
2012	4,12%
2013	4,15%
2014	3,80%
2015	4,77%
2016	5,21%
mar-17	4,40%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Karla Tenezaca

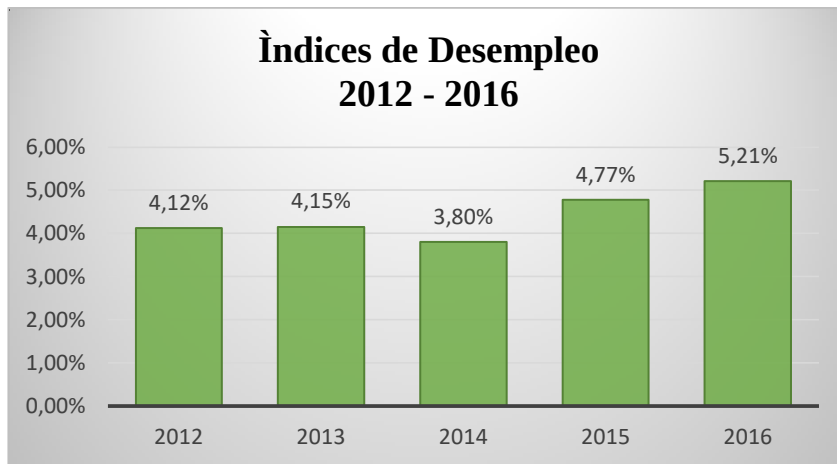


Figura 5: Desempleo Marzo 2017
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Karla Tenezaca

Durante los últimos cinco años el Ecuador mantiene un porcentaje promedio del 4,41% de tasa de desempleo. En el año 2014 fue de 3,80% siendo este el menor porcentaje de años anteriores. En la actualidad este índice ha aumentado por la crisis económica que atraviesa el país dejando un 5,21% de personas desempleadas según datos obtenidos por el Banco Central del Ecuador.

2.1.2.03 Subempleo

Son las personas que han trabajado o han tenido un empleo durante el periodo de referencia considerado, pero estaban dispuestas y disponibles para modificar su situación laboral a fin de aumentar la "duración o la productividad de su trabajo". (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2009).

Tabla 8
 Subempleo 2017

Periodo	Subempleo
2012	603.890
2013	809.269
2014	925.774
2015	1.050.646
2016	1.564.825
Marzo del 2017	1.726.030

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Karla Tenezaca

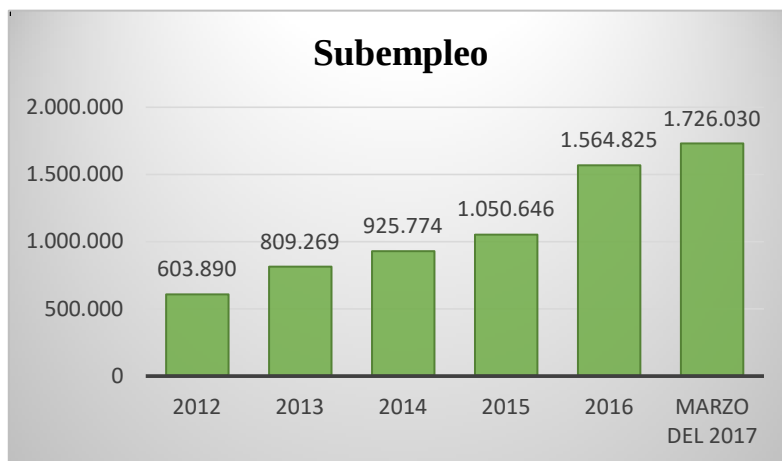


Figura 6: Subempleo Marzo 2017

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Karla Tenezaca

El subempleo menciona a las personas que se han encontrado empleadas o que en algún momento del año han tenido trabajo. En la actualidad indica 1.726.030 personas subempleadas, durante los últimos años este número ha incrementado debido a la inestabilidad económica que ha sufrido el país. La empresa buscará la implementación de nuevas plazas de empleo dando oportunidades de trabajo.

2.1.2.04 Población Económicamente Activa (PEA)

“Se considera población económicamente activa (PEA) al grupo de personas que, dentro de las edades productivas, se encuentran ocupadas o desocupadas. Entre las personas activas tenemos a quienes se encuentran empleadas, subempleadas y desempleadas.” (Bastidas, 2011, pág. 2).

Tabla 9
Población Económicamente Activa Marzo 2017

Periodo	P.E.A
2012	6.701.014
2013	6.952.986
2014	7.194.521
2015	7.498.528
2016	7.874.021
MARZO DEL 2017	8.084.382

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos

Elaborado por: Karla Tenezaca

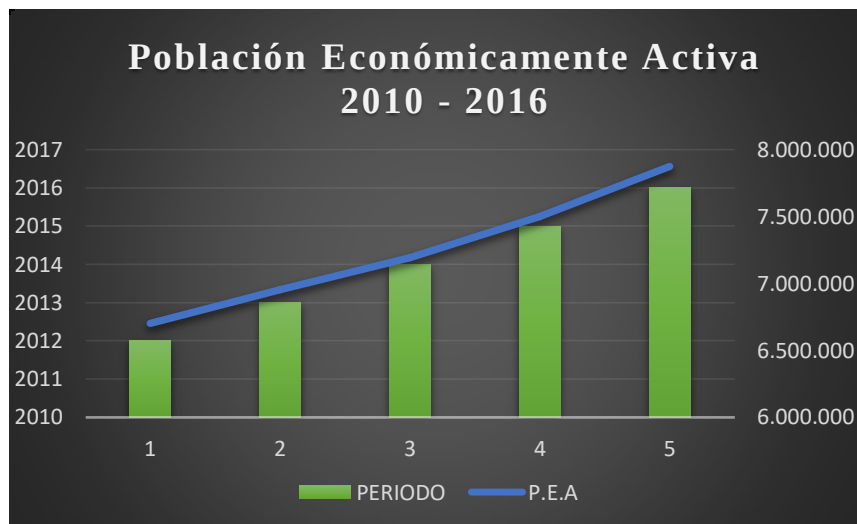


Figura 7: Población Económicamente Activa 2017

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos

Elaborado por: Karla Tenezaca

La población económicamente activa se refiere a los habitantes empleados, subempleados y desempleados. Se puede observar en los datos obtenidos por el

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos que hace cinco años atrás existía 6.701.014 de PEA, hasta el primer trimestre del año 2017 se obtuvo un crecimiento de 8.084.382 lo que quiere decir que desde el 2012 hasta la actualidad ha crecido 1.383.368 de población económicamente activa

2.1.3 Factor legal

Cuando se habla de Factor Legal se puede decir que se trata de los permisos, documentación que requiere la empresa para constituirse y realizar sus actividades sin ningún impedimento, para que esta tenga un funcionamiento seguro sin riesgos de clausuras. De acuerdo a las características que muestra el proyecto se considera que esta se constituya como Persona Natural con Contabilidad (PNCC), los documentos habilitantes serán:

2.1.3.01 Registro Único de Contribuyentes

El Registro Único de Contribuyente es el primer documento que se obtiene. Este documento lo puede obtener la persona dueña del negocio o por medio de un representante emitiendo una carta de autorización en cualquier instalación del Servicios de Rentas Internas presentando los siguientes requisitos para realizar el respectivo trámite.

- ❖ Cédula Original del solicitante
- ❖ Papeleta de votación original del solicitante
- ❖ Planilla de algún servicio básico (agua, luz, teléfono)
- ❖ Contrato de arrendamiento (de ser el caso)
- ❖ Registro del contrato de arriendo ante el inquilinato
- ❖ Formato de registro emitido por el SRI

Una vez se apertura el RUC se puede establecer la razón social de la empresa y existe la posibilidad de colocar un nombre de fantasía. Para el presente proyecto se considera:

Razón Social: Karla Lissbeth Tenezaca Arévalo

Nombre de Fantasía: Elegancia & Eventos

2.1.3.02 Patente Municipal

- ❖ Formulario de inscripción
- ❖ Copia de cédula y papeleta de votación
- ❖ Copia del RUC

2.1.3.03 Cuerpo de bomberos

- ❖ Informe del inspector
- ❖ Copia de cédula del propietario
- ❖ Copia de la patente municipal
- ❖ Copia del RUC
- ❖ Original y copia de planilla de algún servicio básico
- ❖ Copia de contrato de arriendo (de ser el caso)

2.1.3.04 Certificado de Salud

- ❖ Cédula y papeleta de votación

2.1.3.05 Certificado de Capacitación en Manipulación de Alimentos

Para obtener este documento, el negocio se someterá a un análisis de la Agencia Nacional de Regulación, control y Vigilancia Sanitaria.

2.1.3.06 Habilitación de establecimientos Nuevos

Este es el último paso para poder realizar las actividades del negocio, una vez obtenido los permisos anteriores se presentarán al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Gualaquiza para así obtener el permiso de habilitación para establecimientos nuevos presentando los siguientes documentos:

- ❖ Solicitud para permiso de Funcionamiento
- ❖ Certificado de inspección
- ❖ Certificado de capacitación en manipulación de alimentos
- ❖ Copia de RUC
- ❖ Copia del certificado de salud
- ❖ Copia de cédula y papeleta de votación

Todos estos documentos son necesarios para el funcionamiento legal de la empresa prestadora de servicios de catering y protocolo, se debe tomar en consideración el presentar certificados de permiso a todas las entidades controladoras cumpliendo las normas para evitar multas, clausuras o cierre definitivo del negocio.

2.1.4 Factor Tecnológico

El Factores Tecnológicos hace referencia a los equipos de computación, internet, maquinaria, dispositivos de comunicación y sistemas que rodea y ayudan a las organizaciones a un mejor funcionamiento.

El presente proyecto no necesita tecnología de punta, sin embargo, la tecnología que se usará se encuentra disponible en el país lo que se convierte en un aspecto positivo ya que se ahorran costos y así se contribuirá con la economía del país.

2.2 Entorno Local

El entorno local son los elementos que se relacionan directamente con la empresa, los cuales son controlables e influyen en las operaciones diarias de la empresa.

2.2.1 Clientes

Un cliente es una persona o empresa que adquiere bienes y servicios para su consumo y satisfacción de su necesidad.

Tabla 10
Variables de Clientes

Variable	Respuesta
Género	Hombres y Mujeres
Edad	Mayores de 18 años
Clase Social	Media
Nivel de Ingresos	disponer de poder adquisitivo
Ubicación	Morona Santiago – Gualaquiza
Frecuencia de Consumo	Media – Alta

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Karla Tenezaca

Dado estas variables se considera que los clientes potenciales del presente proyecto serán las siguientes.

Tabla 11
Clientes

Cliente	Dirección	Teléfono
Ruamacon S.A.	Calle Cuenca y Eloy Alfaro	07 2780548
María Alejandra Tenecota	Atahualpa y Rosales	07 2780 780
David Zhunio	Calle 24 de Mayo y Atahualpa	07 2780 356
Taxamazonas	Amazonas t 12 de Febrero	07 2781844
Transconvoy S.A.	San José río Santiago y Venancio	07 2781000
Gualaquiruta S.A	Francisco de Orellana y Eloy Alfaro	07 2781286

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Karla Tenezaca

2.2.1 Proveedores

Proveedores son personas o empresas encargadas de suministrar materia prima requerida para la elaboración de productos o servicios.

Tabla 12
Proveedores

Proveedor	Insumo	Dirección	Teléfono	Contacto
Minimarket CAPEDI	Productos Alimenticios	Av. Eloy Alfaro entre Francisco de Orellana y Amazonas	07 2780224	Adriana Pando
Precio Justo	Artículos de decoración	calle Amazonas y Atahualpa	07 2781987	Tony Ávila
La Lojanita	Frutas y Verduras	12 de Febrero y Sur Consuelo	72781228	Jenny Cajamarca

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

2.2.2 Competidores

“Son aquellos conjuntos de empresas que ofrecen productos iguales y comercializan los mismos que una determinada empresa. También se considera competencia a las empresas que ofrecen productos que pueden sustituir a los nuestros.” (Arias, 2010)

Mediante un análisis del lugar donde será ubicada la empresa no se encontró competidores, sin embargo, el presente proyecto espera que en el mediano y largo plazo ciertos competidores de otros lugares se unan. Estos pueden ser:

Tabla 13
Competidores

Competidores
Elegancia Eventos y Decoraciones
Restaurante los Gatos
Hostal el Chiko
Los Pinchos

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Karla Tenezaca

2.3 Análisis Interno

2.3.1 Propuesta Estratégica

Es una herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de las organizaciones en torno al quehacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr la mayor eficiencia, eficacia, calidad en los bienes y servicios que se proveen. (Armijo, 2009, Pág. 5)

Es la planeación de la empresa mirando hacia el futuro a lo que piensa llegar a obtener y hacer mediante técnicas que mejoran los procesos para obtener y cumplir propósitos.

2.3.1.1 Misión

Brindar a nuestros clientes el mejor servicio de Catering y protocolo, siendo una empresa innovadora con productos de calidad, con una planificación y organización adecuada, que responda a cualquier reto del consumidor y la competencia

2.3.1.2 Visión

Llegar a ser para el año 2022 una empresa reconocida en el cantón por ofrecer los mejores servicios de catering y protocolo, con los mejores productos e innovando la organización de los eventos adquiridos por los clientes.

2.3.1.3 Objetivos

2.3.1.3.1 Objetivos General

Implementar un servicio de catering y protocolo de calidad, cubriendo las necesidades de los clientes utilizando nuevos diseños de decoración con un costo adecuado para obtener utilidades a mediano y largo plazo.

2.3.1.3.2 Objetivos Específicos

- ❖ Crear programas de capacitación para el personal
- ❖ Cumplir con los compromisos pactados tanto con clientes internos como externos
- ❖ Crear innovación con cada uno de los eventos

2.3.1.4 Principios y Valores

La empresa basará sus actividades en los siguientes principios y valores:

Principios

- ❖ Calidad
- ❖ Compromiso con el servicio
- ❖ Innovación
- ❖ Trabajo en equipo

Valores

- ❖ Respeto
- ❖ Honestidad
- ❖ Puntualidad
- ❖ Responsabilidad

2.3.2 Gestión Administrativa

“Es la capacidad de la institución para definir, alcanzar y evaluar sus propósitos con el adecuado uso de los recursos disponibles”. “Es coordinar todos los recursos disponibles para conseguir determinados objetivos”. (Encalada, 2011, pág. 14)

Esta gestión es importante para la empresa ya que se realizará una planificación de actividades cumpliéndolas por etapas destinadas mediante una organización que permitirá cumplir con todo lo propuesto por la empresa.

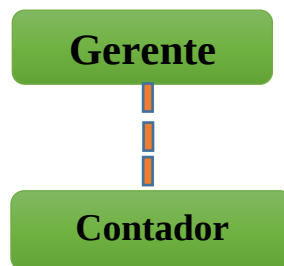


Figura 8 Organigrama Administrativo

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

Funciones

Tabla 14
Funciones del Gerente

Perfil de Cargo			
Cargo:	Gerente	Código:	001
Salario:	650,00		
Requisitos			
- Tecnología en Administración Banca y Finanzas			
- Experiencia Mínima 1 años			
- Disposición Tiempo completo			
Funciones			
- Desarrollar estrategias para alcanzar objetivos			
- Evaluación de personal			
- Elaboración de Contratos			

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Karla Tenezaca

Tabla 15
Funciones del Contador

Perfil de Cargo			
Cargo:	Contador	Código:	002
Salario:	200,00		
Requisitos			
- Estudios Superiores			
- Experiencia Mínima 2 años			
- Habilidad para captar y analizar problemas			
Funciones			
- Elaboración de Declaraciones Impuesto			
- Elaboración de Rol de Pagos			
- Pagos de Sueldos			

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Karla Tenezaca

2.3.3 Gestión Operativa

La gestión operativa puede definirse como un modelo de gestión compuesto por un conjunto de tareas y procesos enfocados a la mejora de las organizaciones internas, con el fin de aumentar su capacidad para conseguir los propósitos de sus políticas y sus diferentes objetivos operativos. (Affairs, 2010).

La Gestión Operativa será de gran importancia en la empresa ya que con ella se determinará las actividades que se programarán para realizar los eventos conjuntos con el buffet que se servirá, el personal operativo se encargará del diseño y preparación del evento.



Figura 9 Organigrama Operativo

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

Tabla 16
Funciones del Chef

Perfiles de Cargo			
Cargo:	Chef	Código:	003
Salario:	Salario Básico		
Requisitos			
- Ingeniería o tecnología en gastronomía			
- Experiencia Mínima 2 años			
- Cursos de pastelería y Repostería			
Funciones			
- Elaboración de menús			
- Manejo de Presupuesto para adquisición de alimentos			
- Capacitación del personal			

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

Tabla 17
Funciones del Ayudante

Funciones del Ayudante

Perfil de Cargo			
Cargo:	Ayudante de Cocina	Código:	004
Salario:	Salario Básico		
Requisitos			
- Bachiller			
- Experiencia 1 año trabajos a fines			
- Cursos de cocina			
Funciones			
- Trabajo en cocina			
- Limpieza de utensilios			
- Auxiliar a los meseros			

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

Tabla 18
Funciones del Mesero

Perfil de Cargo			
Cargo:	Meseros	Código:	005
Salario:	A convenir		
Requisitos			
- Bachiller			
- No necesita experiencia			
- Jóvenes Buena presencia de 18 a 22 años			
Funciones			
- Atención a invitados			
- Servir los platillos a los invitados			
- Presentarse constantemente a la mesa para saber si el cliente requiere algo.			

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

Tabla 19
Funciones del Diseñador

Funciones del Diseñador

Perfil de Cargo			
Cargo:	Diseñador	Código:	006
Salario:	A convenir		
Requisitos			
- Experiencia en diseño, organización de eventos			
- Experiencia Mínima 1 años			
- Buena presencia			
Funciones			
- Atención y buena comunicación con el Público			
- Diseño de decoraciones,			
- Montaje y Desmontaje del evento			

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

2.3.4 Gestión Comercial

La gestión comercial forma parte esencial del funcionamiento de las organizaciones: decisiones relativas a que mercados se va a acceder, con que productos; que políticas de precios aplicar: como desarrollar una sistemática comercial según eficaz...forman parte del día a día de las organizaciones, además de ser aspectos que emanan directamente de las decisiones derivadas de la estrategia corporativa. (Lagos, 2008, Pág. 11)

La gestión comercial para una empresa es importante ya que por medio de publicidad facilitará el conocimiento al público de productos o servicios que esta brinda. Existen varios medios publicitarios por los cuales la empresa se dará a conocer.

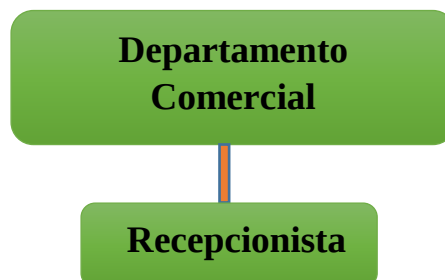


Figura 10 Organigrama Comercial

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

Tabla 20
Funciones de la Recepcionista

Perfil de Cargo			
Cargo:	Recepcionista	Código:	007
Salario:	450,00		
Requisitos			
- Tecnología en recurso humanos			
- Experiencia Mínima 1 años			
- Buena presencia			
Funciones			
- Atención y buena comunicación con el Público			
- Archivo, recepción de documentos			
- Funciones encomendadas			

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Karla Tenezaca

2.3.4.01 Marketing Mix

❖ Producto

“Es la unión características que constituyen un elemento dispuesto a ser reconocido. Los productos tienen dos denominaciones los tangibles y los intangibles.” (Acuña, 2013).

El presente proyecto se dedicará a brindar el servicio de catering que estará compuesto por:

- ❖ Variedad de diseños para eventos
- ❖ Organización y decorado de eventos
- ❖ Preparación y servicio de Buffet para eventos
- ❖ Elaboración de Bocaditos para reuniones
- ❖ Servicio de Protocolo

❖ Logo

El logo consiste en una imagen que representará al negocio de forma general y que será reconocido a simple vista por los clientes. En este caso se ha elegido una imagen con el diseño y orden de los cubiertos que significa la elegancia y el protocolo que se debe seguir en un evento. El color que se ha designado a las palabras que complementan a la imagen es de un color verdoso ya que se encuentra en un cantón que se designa la perla amazónica es por esto que se ha querido tomar un color similar al que representa la Amazonía.



Figura 11: Logo Empresarial
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Karla Tenezaca

❖ Slogan

El slogan es la frase que promocionará el servicio. El slogan asignado es la frase “La fiesta de tus sueños” se ha dado este slogan ya que existen personas que imaginan hasta los pequeños detalles que desean en su evento es por esto que el negocio se enfocará hasta en el mínimo detalle que requiera el cliente para cumplir con sus expectativas.

LA FIESTA DE TUS SUEÑOS

Figura 12: Slogan

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

❖ Plaza

Se entiende como plaza al lugar físico o espacio geográfico en donde se va a distribuir, promocionar y vender cierto producto o servicio, la cual es formada por una cadena distributiva por la que los productos o servicios llegan al consumidor. (Schiffman, 2015).

Tabla 21

Situación Geográfica

País:	Ecuador
Región:	Oriente
Provincia:	Morona Santiago
Cantón:	Gualaquiza

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca



Figura 13: Situación Geográfica

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

La plaza se refiere al lugar de una ciudad, provincia o cantón donde será ubicada la empresa. En este caso el nuevo proyecto se dirigirá a la provincia de Morona Santiago Cantón Gualaquiza.

Los canales de distribución que se utilizará serán de manera directa con los clientes y la segunda será por medio de un intermediario.

❖ Precio

Es el importe monetario de la transacción, depende únicamente de las condiciones de mercado y es el valor de equilibrio en función de la oferta y demanda del bien en cuestión. Depende de la escasez del bien en el mercado, y puede ser distinto en el tiempo en función del acuerdo al que se llegue en cada momento en la negociación, por lo que es un hecho y no una opinión. (Samaniego, 2016).

El precio del servicio de Catering será determinado por medio de una evaluación de servicios similares al que se oferta y así poder determinar un precio.

❖ Promoción

“Son las estrategias que la empresa tiene realizar para que el público quiera consumir y comprar los productos se ofrezcan, esto es el convencimiento mediante la exaltación de las características del producto que se disponga.” (Acuña, 2013).

Estrategias de Comercialización

Para que la empresa tenga el impacto deseado se utilizaran algunas estrategias como la utilización de:

- ❖ **Redes Sociales:** Se espera usar publicidad pagada en la red social de Facebook ya que está presenta relación con otras redes y sus usuarios están al pendiente de nuevas noticias, tendencias de empresas innovadoras.
- ❖ **Página Web:** se creará una página web, de fácil acceso para el usuario donde podrá encontrar varios diseños de decoración y varios menús elaborados por el chef entre otras cosas que la empresa pondrá a su disposición.
- ❖ **Tarjetas de presentación:** se creará tarjetas de presentación donde se muestre el nombre que tendrá la empresa sus números telefónicos, para un mejor contacto del cliente con la empresa al momento de adquirir mejor información para la organización de un evento.

CAPÍTULO III. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado, es uno de los estudios más importantes y complejos que deben realizarse para la evaluación de proyectos, ya que, define el medio en el que habrá de llevarse a cabo el proyecto. En este estudio se analiza el mercado o entorno del proyecto, la demanda, la oferta y la mezcla de mercadotecnia o estrategia comercial, dentro de la cual, se estudian el producto, el precio, los canales de distribución y la promoción o publicidad. (Sandoval, 2002, Pág. 9).

El estudio de mercado es de importancia para el proyecto, ya que por medio de este se logrará el análisis de la oferta y demanda. La segmentación del mercado ayudará a determinar estrategias para la factibilidad de la empresa.

3.1. Análisis del consumidor

Es el estudio de los procesos que intervienen cuando una persona o grupo selecciona, compra, usa o desecha productos, servicios, ideas o experiencias para satisfacer necesidades y deseos. (Solomon, 2008, Pág. 7)

El consumidor es una de las partes más importantes para la organización, es por esto que, se debe tomar en cuenta gustos, preferencias, para cumplir con un servicio de su agrado. Mediante un análisis se podrá determinar quiénes serán los futuros consumidores del servicio de catering y protocolo.

3.1.1 Determinación de la Población y muestra

3.1.1.01 Población

Población es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado. Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio. (Wigodski, 2010).

Tabla 22
Población del Cantón Gualaquiza Provincia de Morona Santiago

Sector	Población
Ecuador	16776977
Región Oriente	898547
Morona Santiago	183728
Cantón Gualaquiza	19206
Población Segmentada	15115

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

3.1.1.02 Muestra

La muestra es un subconjunto fielmente representativo de la población. Existen diferentes tipos de muestreo. El tipo de muestra que se seleccione dependerá de la calidad y cuan representativo se quiera sea el estudio de la población. (Wigodski, 2010).

Según datos obtenidos por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos la población del Cantón Gualaquiza a donde está dirigido el presente proyecto de factibilidad muestra una población de segmentación de 15.115 personas entre 18 a 65 años.

Para el cálculo de la muestra se utiliza la fórmula de poblaciones finitas.

3.1.1.02.1 Cálculo de la muestra para el proyecto

N= Población 15115

P= % Atributo deseado 50%

Q= % sin atributo deseado 50%

e= Error de estimación aceptado 5%

NC= Nivel del confianza 95%

Z= Valor Z según tabla 1,96

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{(N - 1)e^2 + P \cdot Q \cdot Z^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot (0,50)(0,50)(15115)}{(15115 - 1)0,05^2 + (0,50)(0,50)(1,96)^2}$$

$$n = \frac{14516.45}{38.75}$$

$$n = 362$$

El resultado obtenido de la muestra es de 362 personas las cuales serán encuestadas, personas de 18 a 65 años de edad en el cantón Gualaquiza, Provincia de Morona Santiago.

3.1.2 Técnicas de obtención de información

Las técnicas de recolección de información son procedimientos especiales utilizados para obtener y evaluar las evidencias necesarias, suficientes y competentes que le permitan formar un juicio profesional y objetivo, que facilite la calificación de los hallazgos detectados en la materia examinada. (García, 2010).

Existen diferentes modos de obtener información y determinar gustos y preferencias requeridas por los clientes y consumidores. En este caso, se llevará a cabo la forma de recolección de datos mediante una encuesta donde se podrá analizar la preferencia de servicios y análisis de los precios que estarían dispuestos a pagar por el servicio de catering y protocolo.

En este sentido, para el presente proyecto se utilizará la técnica de la encuesta misma que se presenta en el Anexo 1.

3.1.3 Análisis de la información

Pregunta 1. ¿Conoce usted algún establecimiento que ofrezca servicios de catering?

Tabla 23
Conocimiento del Servicio

Variable	Valor Absoluto	Porcentaje (%)
SI	337	93%
NO	25	7%
Total	362	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

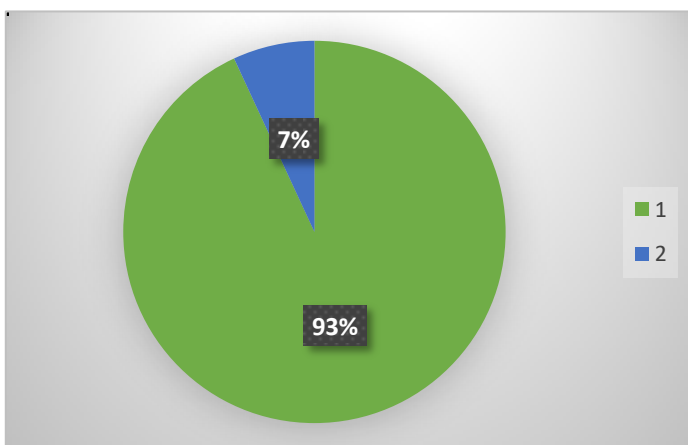


Figura 14: Conocimiento del Servicio

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

El resultado obtenido en la primera pregunta de la encuesta, muestra que el 93% de las personas segmentadas dieron una respuesta positiva, la cual indica que la mayor parte de la población si conocen establecimientos que brinden el servicio de Catering. Mientras que el 7% dieron una respuesta negativa al conocimiento de establecimientos que brinden servicios de catering.

Pregunta 2. ¿Ha contratado usted en el último año algún servicio de catering y organización de eventos?

Tabla 24

Contratación del Servicio

Variable	Valor Absoluto	Porcentaje (%)
SI	300	83%
NO	62	17%
Total	362	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

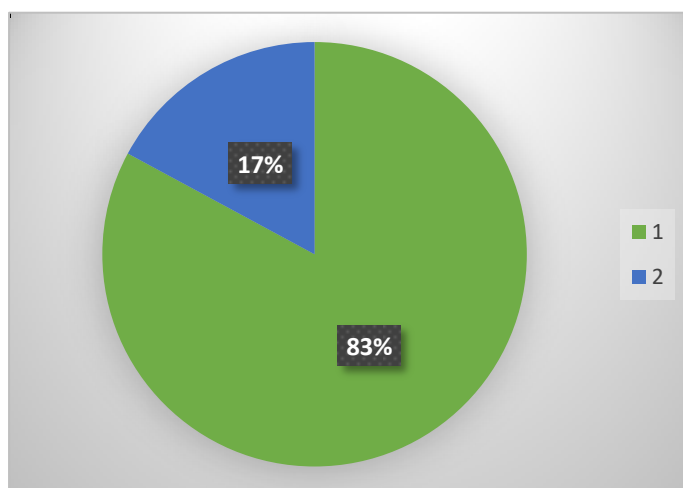


Figura 15: Contratación del Servicio

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

Los resultados de la segunda pregunta de las encuestas muestran un resultado del 83% de personas que han requerido contratar de un servicio de catering durante el último año. El 17% dio un resultado negativo al requerimiento de servicios de catering.

Pregunta 3. ¿Cuántas personas asistieron a su último evento?

Tabla 25
Conocimiento de Invitados

Variable	Valor Absoluto	Porcentaje (%)
10 a 30	157	43%
30 a 60	73	20%
60 a 90	49	14%
Más de 90	21	6%
N/A	62	17%
Total	362	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

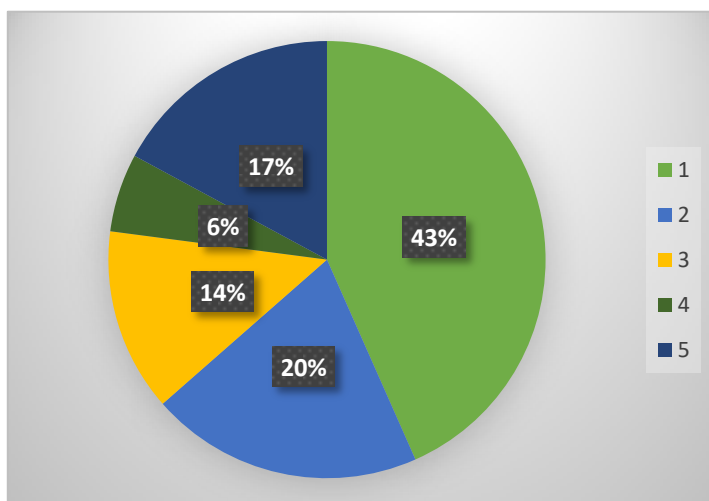


Figura 16: Conocimiento de Invitados

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

Los resultados de la tercera pregunta indican el número de invitados que asistieron a los eventos de las diferentes personas encuestadas, en los resultados obtenidos se puede observar un 43% en la variable de 10 a 30 invitados siendo esta el mayor porcentaje, en menor medida de 30 a 60 persona. La menor participación se da en más de 90 personas con un 6%.

Pregunta 4. ¿Está usted conforme con el servicio recibido?

Tabla 26

Conformidad con el producto de la competencia

Variable	Valor Absoluto	Porcentaje (%)
Si	165	46%
No	135	37%
N/A	62	17%
Total	362	100 %

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

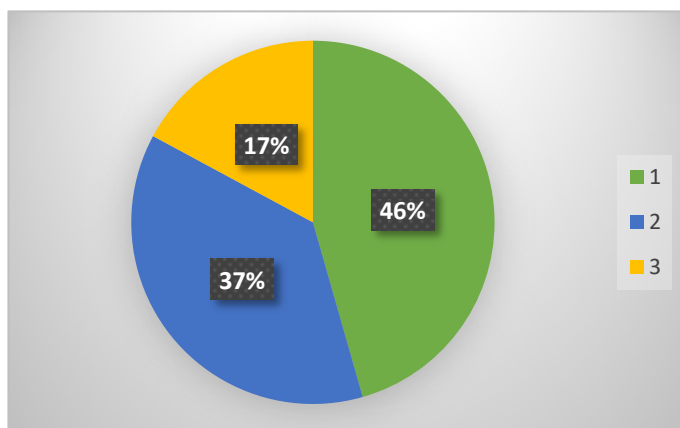


Figura 17: Conformidad con el producto de la competencia

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

Los resultados de la cuarta pregunta reflejan la conformidad de los productos que han sido ofrecidos por otros negocios similares al que se ofrecerá a futuro, de acuerdo con los resultados obtenidos se observa que el 46% se siente conforme. Sin embargo el 37% de los encuestados muestra una inconformidad con el servicio brindado.

Pregunta 5. ¿Con que frecuencia usted requiere contratar un servicio de catering?

Tabla 27

Frecuencia de consumo

Variable	Valor absoluto	Porcentaje (%)
Mensual	2	1%
Trimestral	6	2%
Semestral	31	9%
Anual	261	72%
N/A	62	17%
Total	362	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

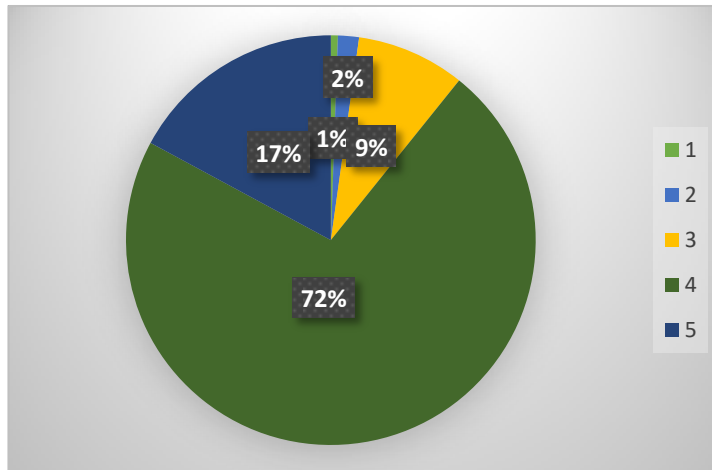


Figura 18: Frecuencia de consumo

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

La quinta pregunta de la cuesta, muestra la frecuencia de consumo de un servicio de catering, con un resultado obtenido de 72% siendo este el resultado más alto de las personas que requieren un servicio anualmente, semestralmente un 9%, trimestral un 2% y mensual el 1% de la población encuestada

Pregunta 6. ¿Cuánto gastó por el servicio de catering por persona?

Tabla 28

Gasto por persona

Variable	Valor Absoluto	Porcentaje (%)
10 usd a 12 usd	146	40%
12 usd a 14 usd	58	16%
14 usd a 16 usd	46	13%
16 usd a 18 usd	50	14%
N/A	62	17%
Total	362	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

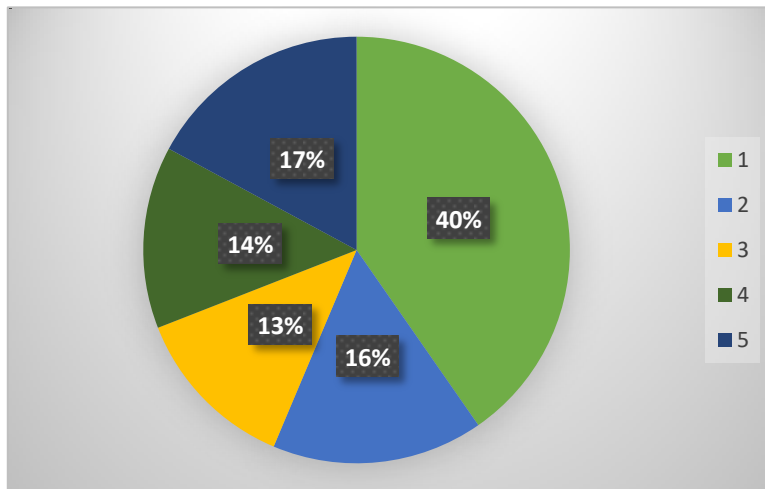


Figura 19: Gasto por persona
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Karla Tenezaca

La siguiente pregunta ayudará a determinar el valor que las personas estarán dispuestas a pagar por un servicio de catering por persona, siendo la mayor con un 40% que esta entre 10 usd a 12 usd, seguida del 16% que esta entre 12 usd A 14 usd. Estos valores permitirán determinar el precio para un servicio de catering por persona.

Pregunta 7. ¿Cuál es el servicio de Buffet que desearía para su evento?

Tabla 29
Aceptación Buffet

Variable	Valor Absoluto	Porcentaje (%)
Cordón Blue	84	23%
solomillo en salsa de champiñones	107	30%
Pollo al limón	77	21%
Ballotine	94	26%
Total	362	100%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Karla Tenezaca

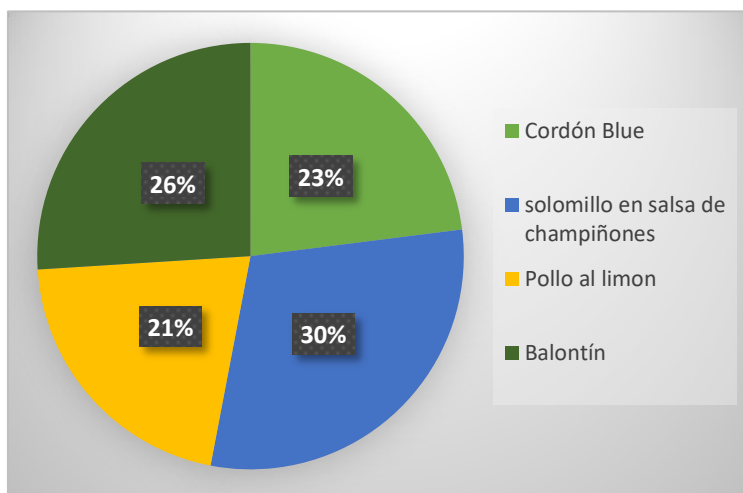


Figura 20: Aceptación Buffet
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Karla Tenezaca

La aceptación de buffet es importante en el proyecto ya que mediante esta pregunta se tomará en cuenta los gustos y preferencias de los clientes al momento de adquirir el servicio, se observa que la mayoría de personas encuestadas tiene preferencia al buffet de solomillo en salsa de champiñones con un 30% seguido de un ballotine con un 26% mientras que el Cordon blue obtiene una aceptabilidad del 23% quedando como el menos apetecido el pollo al limón con un 21%.

Pregunta 8. ¿Le gustaría contar con un nuevo servicio de catering y protocolo para la organización de eventos?

Tabla 30
Aceptación del Servicio

Variable	Valor Absoluto	Porcentaje (%)
Si	337	93%
No	25	7%
Total	362	100%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Karla Tenezaca

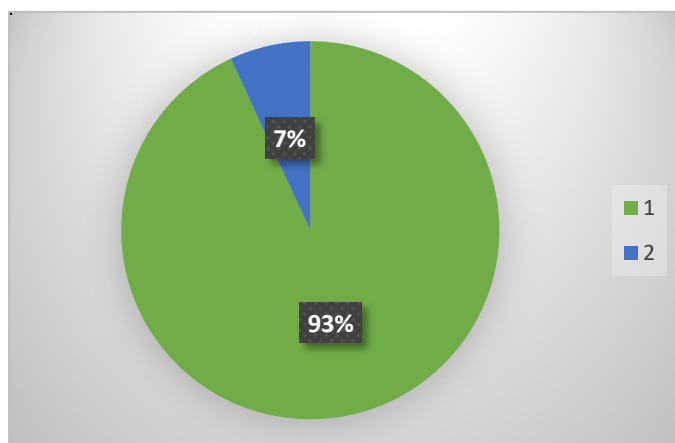


Figura 21: Aceptación del servicio

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

La siguiente pregunta indica la aceptación que dan las personas encuestadas a un nuevo negocio que brinde servicios de catering. El 93% de la población segmentada ha considerado la creación de un nuevo negocio que brinde dicho servicio.

Pregunta 9. ¿Qué otro servicio adicional desearía obtener?

Tabla 31
Servicios Adicionales

Variable	Valor Absoluto	Porcentaje (%)
Servicio de Protocolo	166	46%
Servicio de Transporte	102	28%
Fotógrafos	69	19%
N/A	25	7%
Total	362	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

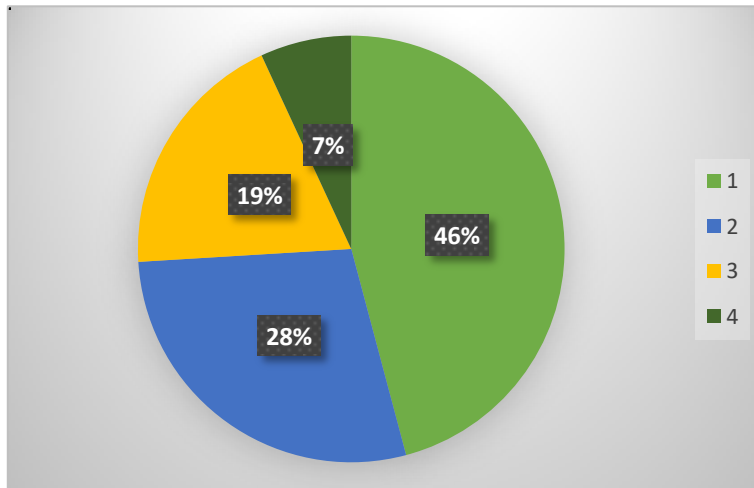


Figura 22: Servicios Adicionales

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

Por medio de esta pregunta se analizará el requerimiento de servicios adicionales que las personas desean obtener, el 46% indica el interés sobre servicios de protocolo, mientras que el 28% por un servicio de transporte y el 19% de fotógrafos.

Pregunta N°10. ¿Le gustaría a usted contratar un servicio para capacitarse sobre los usos de cubiertos y modales en eventos?

Tabla 32
Aceptación de Protocolo

Variable	Valor Absoluto	Porcentaje (%)
Si	193	53%
No	144	40%
N/A	25	7%
Total	362	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

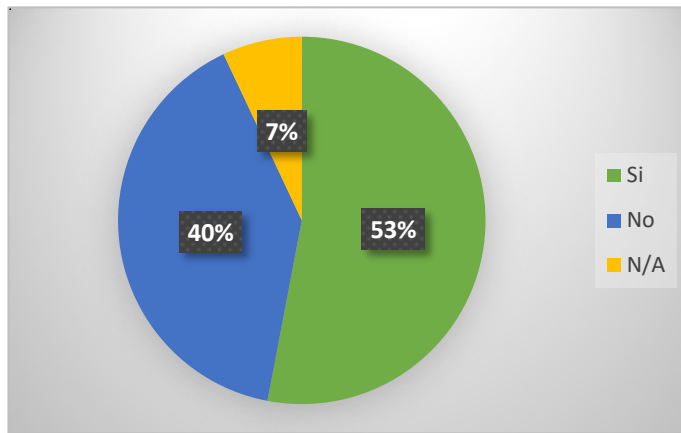


Figura 23: Aceptación Protocolo

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

La décima pregunta de la encuesta ayuda a determinar las personas que están de acuerdo y aceptan la implementación de capacitación de protocolo, se puede observar que el resultado con un 53% acepta el servicio mientras que el 40% de la población encuestada no la acepta.

3.2 Demanda

Tanto el sentido común como la observación científica cuidadosa muestran que la cantidad de bienes que los individuos adquieren depende de su precio. Mientras mayor sea el precio de un artículo, y todo lo demás se mantiene constante, menos unidades están dispuestas a comprar los consumidores de ese bien. Cuanto más bajo es el precio de mercado, más unidades se compran. (Samuelson, Pág. 45)

3.2.1 Demanda Histórica

“La determinación del comportamiento histórico de la demanda, permite identificar la evolución del mercado objetivo en los últimos años e identificar los factores y variables, que han tenido directa incidencia en los resultados encontrados.” (Orjuela & Sandoval 2002, Pág. 66)

La demanda histórica del servicio de catering ha sido difícil obtenerla ya que no existen negocios que proporcionen información. Esto indica las limitaciones que existen en el acceso a la misma. La poca información existente tiene una desventaja y es que se trata de información poco sustentable.

3.2.2 Demanda Actual

“Volumen total que compraría un grupo de consumidores en concreto, en una zona geográfica determinada, en un periodo de tiempo preciso en un entorno de marketing definido y con un nivel y un conjunto de esfuerzos de marketing específicos” (López, 2008, Pág., 83).

Tabla 33
Demanda Actual

Población Total	15115
Muestra según formula apropiada	362
Porcentaje de aceptación de servicio	0,93
Aceptación del Proyecto	14071
Aceptación del Proyecto	14071
Porcentaje de mayor frecuencia	0,87
Tiempo de Frecuencia	1
Frecuencia de Compra	12242
Frecuencia de Compra	12242
Gasto Promedio	11

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

3.2.3 Demanda Proyectada

La demanda proyectada indica la cantidad de bienes o servicios que serán obtenidos por los consumidores en un futuro, realizando una proyección con el porcentaje de crecimiento poblacional, se obtendrá las proyecciones anuales.

Tabla 34
Demanda Proyectada

Periodo	Demanda Actual	G	Demanda Proyectada
2018	12242	1,009	12352
2019	12352	1,009	12463
2020	12463	1,009	12575
2021	12575	1,009	12689
2022	12689	1,009	12803
2023	12803	1,009	12918

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

Para elaborar la demanda proyectada se utilizó la tasa de crecimiento poblacional proyectada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

3.3 Oferta

“La función de la oferta (o curva de la oferta) de un bien muestra la relación entre su precio de mercado y la cantidad de ese bien que los productores están dispuestos a producir y vender, manteniendo el resto constante.” (Samuelson, s/f, Pág. 49).

3.3.1 Oferta Histórica

La oferta histórica del servicio de catering ha sido difícil obtenerla ya que es un servicio nuevo en el mercado de la región y no existen negocios que proporcionen información.

3.3.2 Oferta Actual

La oferta actual corresponde a la cantidad de servicio que está a disposición de las demandantes en el mercado, para determinar la oferta actual se utilizarán los resultados obtenidos por la encuesta de acuerdo a la pregunta referente a la competencia.

Tabla 35
Oferta Actual

Demanda Actual	12242
Porcentaje de aceptación competencia	0,55
Oferta Actual "Q"	6733

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Karla Tenezaca

3.3.3 Oferta Proyectada

La oferta proyectada, se basa en los resultados de las ofertas históricas y actuales. Obtenidas como resultado del “estudio del mercado, aplicando en este caso, el análisis estadístico del comportamiento de las variables que inciden en el estudio del entorno evaluado”. (Jiménez, 2012, Pág. 12)

Tabla 36
Oferta Proyectada

Periodo	Demanda Actual	Aceptación	Oferta Proyectada
1	12352	0,55	6794
2	12463	0,55	6855
3	12575	0,55	6916
4	12689	0,55	6979
5	12803	0,55	7042

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Karla Tenezaca

Para elaborar la Oferta proyectada se utilizó el porcentaje de las respuestas que dieron las personas encuestadas en la pregunta número cuatro de la encuesta que habla sobre la aceptación del servicio donde se puede observar que con el transcurso de los años se incrementara la oferta.

3.4 Productos sustitutos

Los productos o bienes sustitutos, son aquellos bienes que se pueden sustituir por otro bien y que puedan cumplir las mismas necesidades, cuando el aumento en el precio de un bien causa un desplazamiento hacia la derecha en la curva de demanda del otro se dice que los bienes son sustitutos entre sí. (Pachón, 2014).

Para el presente proyecto se han definido a los siguientes sustitutos:

- Elegancia, Eventos y Decoraciones
- Restaurante Los Gatos
- Hostal El Chico
- Recepciones Buda

Los productos sustitutos que se pueden analizar del presente proyecto tienen un inicio en la ciudad de Roma en la edad media en la cual se desarrolló para la alimentación de los soldados y poco más tarde a los viajeros, este servicio se relaciona con el servicio de restaurantes y buffet ya que en ellos se realiza la actividad de elaborar platillos para comensales.

Así también se puede analizar la historia del servicio de protocolo ya que su origen se da en el Gran Imperio de China utilizándolo como buenos modales al momento de acudir a reuniones y eventos.

Actualmente los productos sustitutos que ofrecen los negocios anteriormente mencionados, han tenido una buena acogida ya que cubren la satisfacción de los clientes al momento de obtener dicho servicio, mientras tanto el servicio o capacitación de protocolo en la actualidad no se ha podido encontrar con productos sustitutos es decir con negocios que ofrezcan este servicio. Es por eso que el siguiente proyecto se enfocará brindando el servicio de Catering y adicional para los clientes que requieran conocer y obtener la capacitación de protocolo colaborando con la cultura y el desarrollo de las personas del sector.

3.5 Balance de oferta y demanda

Tabla 37
Balance Actual

Periodo	Demanda Actual	Oferta Actual	Demanda Insatisfecha
2017	12242	6733	5509

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

Los resultados que se obtuvieron en el balance actual de oferta y demanda se observa que existe una demanda de 12242 y una oferta de 6733 dando como resultado una demanda insatisfecha de 5509 a la cual el proyecto tratara de cubrir con un servicio integral de catering desarrollando estrategias para que esta sea cubierta en su totalidad.

Tabla 38
Balance Proyectado

Periodo	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
2018	12352	6794	5558
2019	12463	6855	5608
2020	12575	6916	5659
2021	12689	6979	5710
2022	12803	7042	5761

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

El balance proyectado se ha obtenido por medio de la oferta y demanda, y siguiendo los mismos parámetros de proyección se ha logrado obtener una demanda insatisfecha que existirá anualmente en el futuro.

CAPÍTULO IV: ESTUDIO TÉCNICO

“El estudio técnico presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización optima, de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo, administrativo y legal”. (Baca, 2010. Pág. 7)

El estudio técnico del proyecto hablará acerca de su localización donde se ubicará el negocio, donde se determinará la importancia de los departamentos que existirán para así realizar la distribución de la planta.

4.1 Tamaño del Proyecto

Es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica. (Baca, 2010. Pág. 75)

El tamaño de proyecto es la capacidad de cada empresa tiene para la producción de sus productos o la prestación de sus servicios. Cada empresa debe saber y tomar en cuenta lo que realmente puede producir para cubrir con la demanda, sin verse con complicaciones y no poder realizar el trabajo propuesto.

4.1.1 Capacidad Instalada

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección, puede

lograr durante un periodo de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia, conocimientos, etc. (Núñez, 2015).

La capacidad instalada habla acerca de los recursos que se utilizarán para poder desarrollar el bien o servicio de una mejor manera logrando reducir periodos de tiempo en las actividades ya sea por los equipos o maquinarias que se utilizará.

Tabla 39
Capacidad Instalada

Capacidad Instalada	
Diaria	39
Semanal	117
Mensual	467
Anual	5604

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Karla Tenezaca

4.1.2 Capacidad Utilizada

“El tamaño óptimo de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.” (Baca, 2010, Pág. 78)

Tabla 40
Capacidad Utilizada

Capacidad Utilizada	
Diaria	37
Semanal	111
Mensual	444
Anual	5324

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Karla Tenezaca

4.2 Localización

La localización de un negocio es importante, ya que si se elige un lugar comercial la empresa tendrá cercanía con los clientes y esto ayudará a que realice las actividades y a cumplir con las propuestas.

4.2.1 Macro Localización

Es la localización general del proyecto, es decidir la zona general en donde se instalará la empresa o negocio, la localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de determinar el lugar donde se obtenga la máxima ganancia. (Rosset, 2012).

El presente proyecto se desarrollará en:

Tabla 41
Situación Geográfica

País:	Ecuador
Región:	Oriente
Provincia:	Morona Santiago
Cantón:	Gualaquiza

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Karla Tenezaca



Figura 24: Situación Geográfica
Fuente: Google Maps
Elaborado por: Karla Tenezaca

4.2.2 Localización óptima

“Es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital de obtener el costo unitario mínimo” (Baca, 2010. Pág. 86)

Para determinar la localización óptima se han elegido 3 alternativas potenciales mismas que son:

Alternativa 1: Calle García Moreno y Gonzalo Pesántez

Alternativa 2: Calle Francisco de Orellana y Av. Atahualpa

Alternativa 3: Calle Domingo Comín y Gonzalo Pesántez

Para seleccionar la ubicación óptima se procede a evaluarlas mediante la técnica de ponderación de factores misma que desarrolla a continuación:

Tabla 42
Localización óptima

Factor	Peso Asignado	Alternativa 1	Alternativa 2	Alternativa 3
Costo	0,25	1	0,75	1
Accesibilidad	0,2	0,6	0,8	0,4
Seguridad	0,15	0,3	0,45	0,3
Cercanía con el Cliente	0,15	0,3	0,6	0,3
Cercanía con los proveedores	0,15	0,15	0,6	0,15
Líneas de transporte	0,1	0,1	0,4	0,1
Total	1.00	2,45	3,6	2,25

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

4.2.3 Micro Localización

Es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para elaborar el proyecto, en el cual se va elegir el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio.

(Rosset, 2012).

Al evaluar las alternativas mediante la ponderación de factores se pudo evidenciar que la mejor opción es la alternativa numero dos misma que se ubica en la calle Francisco de Orellana y Av. Atahualpa.



Figura 25: Micro Localización

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Karla Tenezaca

4.3 Ingeniería del Proyecto

“La ingeniería de proyecto resuelve todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta”. (Baca, 2010, Pág., 89)

4.3.1 Definición del Bien y Servicio

❖ Producto

“Es la unión características que constituyen un elemento dispuesto a ser reconocido. Los productos tienen dos denominaciones los tangibles y los intangibles.” (Acuña, 2013).

El presente proyecto se dedicará a brindar el servicio de catering que estará compuesto por:

- ❖ Variedad de diseños para eventos
- ❖ Organización y decorado de eventos
- ❖ Preparación y servicio de Buffet para eventos
- ❖ Elaboración de Bocaditos para reuniones

Logo



Figura 26: Logo Empresarial

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

Slogan

LA FIESTA DE TUS SUEÑOS

Figura 27: Slogan Empresarial

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

4.3.2 Distribución de Planta

La distribución de la planta proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores. (Baca, 2010. Pág. 94)

Con la distribución de la planta se define como la estructura de la empresa donde se ubicará cada departamento para su mejor funcionamiento de actividades mediante control y seguridad para los empleados cumpliendo las metas propuestas.

El espacio total disponible es de 86 metros cuadrados mismo que se distribuyen de la siguiente manera:

Tabla 43
Distribución de la Planta

Área	Metros
Recepción	3x2 = 6 mts
Área de diseño	4x4 = 16 mts
Bodega	4x3 = 12 mts
Departamento de Administración	4x4 = 16 mts
Cocina	6x5 = 30 mts
Mini Cafetería	2x1 = 2 mts
Baños	2x2 = 4 mts
Total	86 mts

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

Para evidenciar la distribución se presenta el siguiente plano:



Figura 28: Plano Empresarial
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Karla Tenezaca

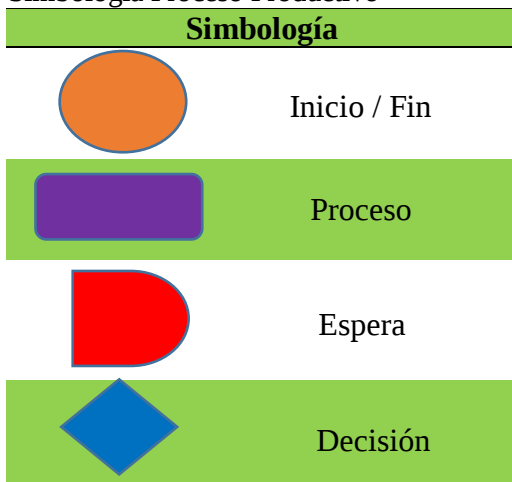
4.3.3 Proceso Productivo

“El proceso de producción es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de los insumos”. (Baca, 2010. Pág. 89)

El proceso producto se refiere a las actividades que se realizarán paso a paso para realizar un producto o un servicio. Siguiendo en el orden adecuado los pasos se logrará los objetivos planteados y la realización de un ben servicio.

“Elegancia y Eventos” tendrá un proceso el cual seguirá ordenadamente para cumplir con la adecuada programación del evento que se llevará a cabo. Utilizará una simbología de la siguiente manera:

Tabla 44
Simbología Proceso Productivo



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Karla Tenezaca

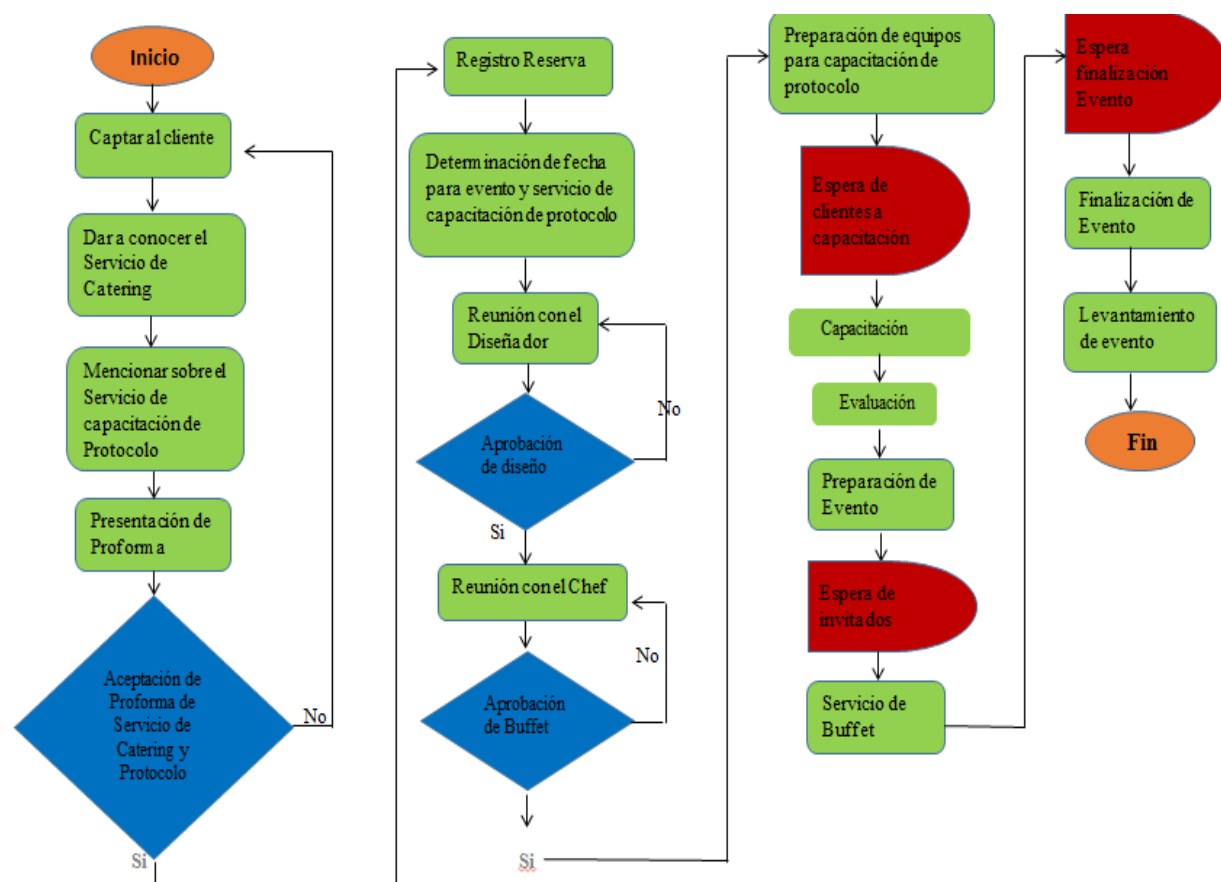


Figura 29: Proceso Productivo
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Karla Tenezaca

4.3.4 Maquinaria y Equipo

La maquinaria son los bienes que ayudan a la transformación de la materia prima en productos terminados, mientras que los equipos son bienes electrónicos que ayudan a las actividades de producción, así como también ayudan a guardar información en los equipos de cómputo.

Tabla 45
Maquinaria y Equipo

Ítem	Maquinaria/Equipo	Cantidad
Cocina Industrial	Maquinaria	1
Refrigerador	Maquinaria	1
Horno	Maquinaria	1
Licadoras	Maquinaria	2
Utensilios de cocina	Maquinaria	2
Lava Platos	Maquinaria	1
Extractor de Olores	Maquinaria	1
Batidoras	Maquinaria	2
Microondas	Equipo	2
Menaje	Equipo	2
Estanterías	Equipo	5
Escritorios	Equipo	4
Sillas	Equipo	5
Computadoras	Equipo	4
Archivadores	Equipo	3
Teléfonos	Equipo	3
Impresora	Equipo	1
Cafetera	Equipo	1
Sofá	Equipo	1
Televisor	Equipo	1
Mesa Pequeña	Equipo	1
Contenedores Térmicos	Equipo	3

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

CAPÍTULO V ESTUDIO FINANCIERO

Podemos considerar al análisis financiero como un complemento tanto de la teoría de las finanzas como de la práctica contable. El analista financiero proporciona como resultado de sus análisis información útil para la toma de decisiones financieras, para ello hace uso de la información generada por la contabilidad. (Álvarez, 2004. Pág. 10).

El estudio financiero es el análisis de las capacidades de la empresa ya que con ella se puede proporcionar información para la toma de decisiones al momento de verificar si el negocio es viable o no. Es necesario para toda empresa realizar los análisis financieros y así conocer costos, gastos de la producción que se pretende utilizar en el negocio a crear.

5.1 Ingresos Operacionales y No Operacionales

“Los ingresos operacionales son aquellos ingresos producto de la actividad económica principal de la empresa”. (Baca, 2006. Pág. 78).

5.2 Costos

“Es todo desembolso, pasado, presente o futuro, que se involucra al proceso de producción, cuyo valor queda incluido en los productos y contablemente se observa en los inventarios (desembolso capitalizable)”. (Marulanda, 2009 Pág. 7)

5.2.1 Costo Directo

“Son los cargos por concepto de materia prima, de mano de obra y de gastos, correspondientes directamente a la fabricación o producción de un artículo determinado o de una serie de artículos o de un proceso de manufactura”. (Vidales, 2003)

Los costos directos son aquellos que se utilizan en la producción es decir la materia prima y su mano de obra directa para la elaboración del producto a elaborar.

5.2.1.01 Materia Prima

Tabla 46
Materia Prima Cordón Blue

Platillo 1: Cordón Blue		
Ítem	Unidad de Medida	Costo Unitario
Pechugas de Pollo	Kilos	0,7
Jamón	kilos	0,34
queso manchego	gramos	0,38
Pimienta	libras	0,1
Sal	kilos	0,01
Huevos	cubetas	0,14
Pan Molido	libras	0,08
Aceite	litros	0,25
Palillos	paquetes	0,01
Arroz	libras	0,14
alverja	libras	0,3
Zanahoria	Kilos	0,05
Total Materia Prima		2,49

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

Tabla 47
Materia Prima Solomillo en Salsa de Champiñones

Platillo 2: Solomillo en salsa de champiñones		
Ítem	Unidad de Medida	Costo Unitario
Solomillo	Kilos	1,75
Cebolla	libras	0,1
Champiñones	gramos	0,31
Vino blanco	litros	0,1
Crema de leche	ml	0,15
aceite de oliva	litros	0,1
sal en grano	Kilos	0,02
pimienta	libras	0,1
Arroz	libras	0,14
Frejol	libras	0,19
vainitas	libras	0,13
Tomate Cherry	Kilos	0,2
lechuga	unidades	0,05
Ajo	libras	0,17
Total Materia Prima		3,5

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

Tabla 48
Materia Prima Pollo al Limón

Platillo 3: Pollo al Limón		
Ítem	Unidad de Medida	Costo Unitario
Piernas de pollo	kilos	0,7
Limón	libras	0,1
Orégano	gramos	0,04
Ajo	libras	0,17
aceite de oliva	litros	0,1
Sal	kilos	0,01
espárragos	kilos	0,75
Pimienta	libras	0,1
Total Materia Prima		1,96

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

Tabla 49
Materia Prima Ballotine

Platillo 4: Ballotine		
Ítem	Unidad Medida	Costo Unitario
Pechugas de Pollo	Kilos	0,7
Tocino	Kilos	0,52
Carne molida	Kilos	0,17
sal en gramo	gramos	0,02
Pimienta	Libras	0,1
Pimiento Rojo	Kilos	0,08
Pimiento Verde	Kilos	0,06
Pimiento Amarillo	Kilos	0,08
Alverjas	Libras	0,3
Zanahoria	Kilos	0,05
Arroz	Libras	0,14
papas	Kilos	0,08
Perejil	Atado	0,02
Ajo	Libras	0,17
Mantequilla	Gramos	0,08
Total Materia Prima		2,55

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

Los costos directos que tendrá Catering “Elegancia y Eventos” consisten en los productos esenciales para elaborar los platillos que servirá a los comensales en cada evento, así como la mano de obra directa de quienes la elaboren.

5.2.1.02 Mano de obra

Tabla 50
Costo Mano de Obra por platillo

Producto vender:	Costo de Mano de Obra
Cordón Blue	0,82
Solomillo en salsa de champiñones	1,05
Pollo al limón	0,76
Ballotine	0,92

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

La mano de obra representa a las personas que contribuirán con la producción de los platillos que ofrecerá “Elegancia y Eventos”. Estos costos se han obtenido del costo total dividido para el número de platillos a producirse.

5.2.2 Costos Indirectos

“Desembolso que no pueden identificar con la producción de mercancías o servicios específicos, pero que si constituyen un costo aplicable a la producción en general. Se conocen generalmente como gastos indirectos de manufactura”. (Vidales, 2003).

Tabla 51:
Costos Indirectos de Fabricación

Ítem	Costo Unidad Medida	Costo Unitario
Luz	240	0,05
Agua	540	0,1
Gas	168	0,03
Total Costos Indirectos de Fabricación		0,18

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

Los costos indirectos que poseerá para la elaboración de los platillos serán la luz, agua y gas para el funcionamiento de maquinaria y equipo del área de producción así como el área administrativa.

Tabla 52
Resumen de Costos

Costo	Cordón Blue	Solomillo en salsa de champiñones	Pollo al limón	Ballotine
Materia Prima	2,49	3,50	1,96	2,55
Mano de Obra	0,82	1,05	0,76	0,92
CIF	0,18	0,18	0,18	0,18
Total	3,49	4,73	2,89	3,65

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

Con estos costos se pueden establecer los precios que son:

- ❖ Cordon blue a un precio de \$9.00 obteniendo una rentabilidad del 60%.
- ❖ Solomillo en salsa de champiñones a un precio de \$11.50 obteniendo una rentabilidad del 60%.
- ❖ Pollo al limón a un precio de \$8.00 obteniendo una rentabilidad del 65%.
- ❖ Ballotine a un precio de \$10.50 obteniendo una rentabilidad del 65%.

5.2.3 Gastos Administrativos

“Son aquellos que tiene que ver directamente con la administración general del negocio y no con sus actividades operativas.” (Núñez, 2001)

Tabla 53
Gastos Administrativos

Periodo	Gasto Administrativo
2018	15071
2019	16137
2020	16565
2021	17006
2022	17459

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

Para el presente proyecto los gastos administrativos contienen los siguientes rubros:

- ❖ Gastos Sueldos: este rubro consiste en el sueldo del gerente así como el del contador que será contratado por medio de facturación.
- ❖ Gasto Arriendo: este rubro indica el gasto mensual que tendrá el proyecto por el arriendo del local.

- ❖ Gastos suministros de oficina: dentro de este rubro se encuentran todos los materiales que permitirán realizar las actividades diarias de mejor manera.
- ❖ Gastos Servicios Básicos: consiste en los servicios que ayudarán a realizar las operaciones diarias de cada departamento de la empresa agua, luz, teléfono e internet.

5.2.4 Gasto de Ventas

“Son los desembolsos hechos para realizar la comercialización de un producto o servicio; abarcan varias actividades como, investigación y desarrollo, estudios, promotores, entre otros.” (Guevara, 2015, Pág. 77).

Tabla 54
Gastos de Venta

Periodo	Total Gasto de Venta
2018	7577
2019	8105
2020	8340
2021	8582
2022	8831

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

Para el presente proyecto los gastos de venta contienen los siguientes rubros:

- ❖ Gastos Sueldos: Este rubro representa el sueldo que será cancelado a la recepcionista que se contratará para el negocio.
- ❖ Gastos Publicidad: este rubro corresponde al valor que la empresa gastará en la publicidad como lo es: tarjetería, creación de página web, redes sociales.

5.2.5 Costos Financieros

Los gastos financieros son aquellos que reflejan el costo de capital o el costo que representa para la empresa para financiarse con terceros. Son el costo de los pasivos, es decir de las deudas que tiene la empresa. El más importante es el interés que se paga sobre las deudas con bancos o con terceros, también las comisiones que se pagan cuando se formalizan préstamos, algunos servicios bancarios que tienen que ver con financiamiento, etc. (Núñez, 2014).

Tabla 55
Tabla Comparativa

Institución	Tasa Microcrédito
Cooperativa de ahorro y Crédito La Merced	23%
Cooperativa de ahorro y Crédito Jardín azuayo	22%
Banco de Loja	25%
Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa Gualaquiza	21%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

Se puede observar que en el Cantón de Gualaquiza se encuentran varias cooperativas que ayudan con microcréditos para emprender negocios nuevos. Entre ellas se encuentra la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa Gualaquiza, la cual ofrece un porcentaje menor de tasa de cobro por el crédito que se realizará por lo tanto se elige a esta institución para el financiamiento.

5.2.6 Costos Fijos y Variables

Los costos fijos son aquellos que la empresa paga a pesar de que su producción aumente, es decir, produzca o no produzca debe pagarlos.

Los costos variables son aquellos que dependen del volumen de producción para poder obtener el producto sea este por la mano de obra o materias prima.

5.2 Inversiones

“Comprende a la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos, o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo”. (Baca, 2010. Pág. 143).

Tabla 56
Inversiones

Inversiones	
Activos Fijos	17700
Activos Diferidos	100
Capital de Trabajo	4343,69
Total Inversión	22143,69

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

El presente proyecto está compuesto por las siguientes inversiones:

- ❖ **Activos Fijos:** este rubro contiene los costos totales de la maquinaria, equipos de oficina y equipos de computación que poseerá el negocio.
- ❖ **Activos Diferidos:** dentro de este rubro se encuentra los gastos de constitución que se refieren a pagos de certificados para el funcionamiento del negocio.

- ❖ **Capital del Trabajo:** es la cantidad de dinero que posee la empresa para realizar sus operaciones a corto plazo.

5.2.1 Inversión Fija

5.2.1.1 Activos Fijos

“Son todos aquellos bienes de uso que posee la empresa y que son utilizados en la actividad productora de ingresos y los mismos poseen una vida útil que no se extingue con el primer uso”. (Blinder 2013).

Los activos fijos comprenden a todos los bienes que necesita la empresa para el uso cotidiano de las operaciones a realizar.

5.2.1.2 Activos Nominales (diferidos)

Los activos nominales son servicios o derechos necesarios para el funcionamiento de la empresa.

Tabla 57
Activos Nominales

ACTIVO	VALOR
GASTOS CONSTITUCION	100

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

Para el presente proyecto los activos diferidos se amortizarán a 5 años.

5.2.2 Capital de Trabajo

“el capital de trabajo desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa”. (Baca, 2010. Pág. 145).

El Capital de trabajo es el valor que posee la empresa para cubrir gastos a corto plazo.

Tabla 58
Capital de Trabajo Real

Inversión Capital de Trabajo	
Costo de Producción	29476,31
Gastos Administrativos	15070,83
Gastos de Ventas	7577,1
Capital de Trabajo	52124,24
Días del Año	360
Capital de Trabajo Diario	144,79
Días de Desfase	30
Capital de Trabajo Real	4343,69

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

Para calcular el capital de trabajo real, se ha utilizado el método de los días de desfase, esto quiere decir, el tiempo en que se tarda el negocio en producir hasta vender y recuperar el dinero que se invirtió.

5.2.3 Fuentes de Financiamiento

Las fuentes de financiamiento son aquellas de las cuales la empresa capta recursos monetarios para cubrir con un presupuesto.

Tipos de fuentes de financiamiento que existen son internas o recursos propios y externas, es decir, deuda. Para el presente proyecto la estructura es:

Tabla 59
Fuentes de financiamiento

Fuentes	Aporte	Participación
Recursos Propios	18143,69	81,94%
Deuda	4000	18,06%
Total	22143,69	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

Para el siguiente proyecto se necesitará 22143,69 de recursos monetarios, de los cuales el 81.94% será financiado por medio de recursos propios mientras que el 18,06%, será adquirido por un préstamo que se realizará en "CACPE GUALAQUIZA".

5.2.4 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización)

"El termino amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar la inversión". (Baca, 2010, Pág. 144).

Para amortizar el préstamo se ha utilizado la metodología alemana:

Tabla 60
Tabla de Amortización

Periodo	Saldo Inicial	Interés	Cuota	Devolución Capital	Saldo Final
0	0	0	0	0	4000
1	4000	70	136,67	66,67	3933,33
2	3933,33	68,83	135,5	66,67	3866,66
3	3866,66	67,67	134,33	66,67	3800
4	3800	66,5	133,17	66,67	3733,33
5	3733,33	65,33	132	66,67	3666,66
6	3666,66	64,17	130,83	66,67	3600
7	3600	63	129,67	66,67	3533,33
8	3533,33	61,83	128,5	66,67	3466,66
9	3466,66	60,67	127,33	66,67	3400
10	3400	59,5	126,17	66,67	3333,33
11	3333,33	58,33	125	66,67	3266,66
12	3266,66	57,17	123,83	66,67	3200

13	3200	56	122,67	66,67	3133,33
14	3133,33	54,83	121,5	66,67	3066,66
15	3066,66	53,67	120,33	66,67	3000
16	3000	52,5	119,17	66,67	2933,33
17	2933,33	51,33	118	66,67	2866,66
18	2866,66	50,17	116,83	66,67	2800
19	2800	49	115,67	66,67	2733,33
20	2733,33	47,83	114,5	66,67	2666,66
21	2666,66	46,67	113,33	66,67	2600
22	2600	45,5	112,17	66,67	2533,33
23	2533,33	44,33	111	66,67	2466,66
24	2466,66	43,17	109,83	66,67	2400
25	2400	42	108,67	66,67	2333,33
26	2333,33	40,83	107,5	66,67	2266,66
27	2266,66	39,67	106,33	66,67	2200
28	2200	38,5	105,17	66,67	2133,33
29	2133,33	37,33	104	66,67	2066,67
30	2066,67	36,17	102,83	66,67	2000
31	2000	35	101,67	66,67	1933,33
32	1933,33	33,83	100,5	66,67	1866,67
33	1866,67	32,67	99,33	66,67	1800
34	1800	31,5	98,17	66,67	1733,33
35	1733,33	30,33	97	66,67	1666,67
36	1666,67	29,17	95,83	66,67	1600
37	1600	28	94,67	66,67	1533,33
38	1533,33	26,83	93,5	66,67	1466,67
39	1466,67	25,67	92,33	66,67	1400
40	1400	24,5	91,17	66,67	1333,33
41	1333,33	23,33	90	66,67	1266,67
42	1266,67	22,17	88,83	66,67	1200
43	1200	21	87,67	66,67	1133,33
44	1133,33	19,83	86,5	66,67	1066,67
45	1066,67	18,67	85,33	66,67	1000
46	1000	17,5	84,17	66,67	933,33
47	933,33	16,33	83	66,67	866,67
48	866,67	15,17	81,83	66,67	800
49	800	14	80,67	66,67	733,33
50	733,33	12,83	79,5	66,67	666,67
51	666,67	11,67	78,33	66,67	600
52	600	10,5	77,17	66,67	533,33
53	533,33	9,33	76	66,67	466,67

APORTAR AL SECTOR SERVICIOS DE EVENTOS CON UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A BRINDAR SERVICIOS DE CATERING Y PROTOCOLO, UBICADO EN LA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO, CANTÓN GUALAQUIZA, AÑO 2017

54	466,67	8,17	74,83	66,67	400
55	400	7	73,67	66,67	333,33
56	333,33	5,83	72,5	66,67	266,67
57	266,67	4,67	71,33	66,67	200
58	200	3,5	70,17	66,67	133,33
59	133,33	2,33	69	66,67	66,67
60	66,67	1,17	67,83	66,67	0
Total		2135		4000	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

También para efectos de comparación se calculó el método francés mismo que se indica en el anexo 2.

5.2.5 Depreciaciones (tabla de depreciación)

“El termino depreciación tiene exactamente la misma connotación que amortización, pero el primero solo se aplica al activo fijo, ya que con el uso estos bienes valen menos, es decir, se deprecian”. (Baca, 2010. Pág. 144).

Tabla 61
Tabla de Depreciación

Activos	Costo Total	2018	2019	2020	2021	2022	Valor Rescate
Maquinarias	8500	850	850	850	850	850	
Equipos de Oficina	5200	520	520	520	520	520	
Equipos de Computo	4000	1333,33	1333,33	1333,33	0	0	
Total	17700,00	2703,33	2703,33	2703,33	1370,00	1370,00	7500,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

5.2.6 Estado de Situación Inicial

Balance General o Estado de situación Inicial, se lo realiza al iniciar actividades económicas de un negocio en el cual se puede encontrar los activos, pasivos y patrimonio que posee la empresa

Tabla 62
Estado de Situación Inicial

Cuentas	2017
Caja	4343,69
Total Activos corrientes	4343,69
Maquinaria	8500,00
Depreciación Acumulada Maquinaria	0
Equipos de Oficina	5200,00
Depreciación Acumulada Equipos de Oficina	0
Equipos de Computo	4000,00
Depreciación Acumulada Equipos de Computo	0
Total Activos Fijos	17700,00
Gasto Constitución	100,00
Amortización Acumulada Gasto de Constitución	0
Total Activos Diferidos	100,00
Total Activos	22143,69
Deuda Bancaria	4000,00
Total Pasivos	4000,00
Capital	18143,69
Utilidad Retenida	0
Total Patrimonio	18143,69
Total Pasivo + Total Patrimonio	22143,69

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

En el siguiente estado de Situación Inicial se puede observar los siguientes componentes del Activo, Pasivo y Patrimonio

- ❖ Activo corriente: son cuentas que posee la empresa y que se pueden hacer líquidas a corto plazo
- ❖ Activos fijos, que representa las maquinarias equipos y sus respectivas depreciaciones acumuladas.
- ❖ Activos Diferidos, este rubro se compone por la cuenta de gastos de constitución la cual se utilizará para gastos en permisos tramites y diligencias del negocio.
- ❖ Pasivo: el presente proyecto posee como única cuenta la deuda bancaria que utilizará para cubrir diferentes gastos de capital de la empresa.
- ❖ Patrimonio: Este rubro indica el capital propio que posee el proyecto para iniciar sus actividades.

5.2.7 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años)

El estado de resultados muestra los ingresos y gastos que tendrá el proyecto en la actualidad y así con su proyección obtener datos futuros que muestren la utilidad o pérdida del negocio.

Tabla 63
Estado de Resultados Proyectado

	2018	2019	2020	2021	2022
Ventas	64149,94	66332,53	68604,62	70957,49	73394,01
Costo de Producción	29476,31	30352,47	31263,60	32205,47	33179,17
Utilidad Bruta	34673,63	35980,06	37341,03	38752,02	40214,84
Gasto Operativo	15070,83	16136,75	16564,95	17005,56	17458,93
Gasto de Ventas	7577,10	8104,99	8339,92	8581,92	8831,20
Depreciación	2703,33	2703,33	2703,33	1370,00	1370,00
Amortización	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Utilidad Operativa	9302,36	9015,00	9712,82	11774,55	12534,71
Gasto Interés	763,00	595,00	454,00	259,00	91,00
Utilidad Antes de Impuestos	8539,37	8420,00	9258,82	11515,55	12443,71
Impuestos	1280,90	1263,00	1388,82	1727,33	1866,56
Utilidad Neta	7258,46	7157,00	7870,00	9788,21	10577,15

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

- ❖ Ventas: Son los rubros que tendrá la empresa por la venta anual de los platillos y servicio de protocolo que se ofrezca a los clientes.
- ❖ Costo de Producción: son los valores que la empresa gastará para la producción e implementos de capacitación de protocolo.
- ❖ Utilidad Bruta: este rubro se obtiene de los valores de ventas menos el costo de producción.
- ❖ Gasto Administrativo: este valor se obtiene de la suma del sueldo del gerente y pagos por facturación al contador adicional, los valores de arriendo y servicios básicos.
- ❖ Gasto de Ventas: dentro de esta cuenta se encuentran las sumas de la publicidad, sueldo de la recepcionista.
- ❖ Gasto Depreciación: este valor se ha obtenido de los costos de los bienes y distribuido para su vida útil.

- ❖ Gasto Amortización: este rubro se obtiene de la amortización del crédito que solicitará el negocio para su financiamiento.
- ❖ Utilidad Operativa: Este valor se obtiene desde la Utilidad Bruta restando los gastos administrativos, gasto de ventas, depreciaciones y amortizaciones.
- ❖ Gasto Interés: este rubro indica el valor que saldrá del negocio por pagos adicionales de la deuda que se adquirió para financiar el proyecto.
- ❖ Utilidad antes de impuesto: este resultado se obtiene por medio de la resta entre la utilidad operativa menos el gasto interés.
- ❖ Impuestos: este porcentaje es calculado de la utilidad antes de impuestos para respectivos pagos de utilidades a empleados del negocio. Cabe mencionar que en el presente proyecto no se calcula el 22% de impuesto a la renta ya que al ser constituida como persona Natural Obligada a Llevar contabilidad, no se sujeta al respectivo calculo.
- ❖ Utilidad Neta: representa el valor neto de ganancias que se obtendrá cada año después de pagos de intereses, Impuestos, gastos.

5.2.8 Flujo Caja

El flujo de caja indica los movimientos de entrada y salida de dinero en sus respectivos periodos en el negocio.

Tabla 64
Flujo de Caja Proyectado

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Utilidad Operativa	0	9302,36	9015,00	9712,82	11774,55	12534,71
Depreciaciones	0	2703,33	2703,33	2703,33	1370,00	1370,00
Amortizaciones	0	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Impuestos	0	1280,90	1263,00	1388,82	1727,33	1866,56
FEO	0	10744,79	10475,33	11047,33	11437,21	12058,15
Inversión Activos Fijos	-17700,00	0	0	0	0	0
Recuperación activos Fijos	0	0	0	0	0	7402,50
Total Gastos de Capital	-17700,00	0	0	0	0	7402,50
Capital de Trabajo	-4343,69	0	0	0	0	0
Recuperación del Capital de Trabajo	0	0	0	0	0	4343,69
Total Capital de Trabajo	-4343,69	0	0	0	0	4343,69
Flujo de Caja del Proyecto	-22143,69	10744,79	10475,33	11047,33	11437,21	23804,34
Préstamo	4000,00	0	0	0	0	0
Gasto Interés	0	763,00	595,00	454,00	259,00	91,00
Devolución del Capital	0	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
Flujo de Caja del Inversionista	-18143,69	9181,79	9080,33	9793,34	10378,22	22913,34

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Karla Tenezaca

5.3 Evaluación

La evaluación permite determinar la factibilidad del proyecto, mediante el análisis del VAN, TIR, PRI, RBC, y el punto de equilibrio.

5.3.1 Tasa de descuento

Tabla 65
Tasa de Descuento

Tasa de Descuento	
Inflación Promedio	3,01%
Tasa de Riesgo País	6,81%
Riesgo	7%
T-MAR	16,82 %

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Karla Tenezaca

5.3.2 VAN

El valor Actualizados Neto (VAN) es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión. Proporciona una medida de la rentabilidad del proyecto analizado en valor absoluto, es decir expresa la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias cobradas y pagadas. (Itturioz del Campo, 2014).

$$\text{Formula: } VAN = -Inv + \frac{fc}{(1+i)^1} + \frac{fc2}{(1+i)^2} + \frac{fc3}{(1+r)^3} + \frac{fc4}{(1+r)^4} + \frac{fc5}{(1+r)^5}$$

Simbología:

Inv. = Inversión

fc = flujo de efectivo

i = T-MAR

n = Años

Tabla 66
VAN

Indicador	Flujo de Caja del Proyecto	Flujo de Caja del Inversionista
Valor Actual Neto	18742,09	18617,17

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

5.3.4 TIR (Tasa Interna de Retorno o Rentabilidad)

“ La tasa interna de retorno o de rentabilidad (TIR), es un método de valoración de inversiones que mide la rentabilidad de los cobros y los pagos actualizados, generados por una inversión, en términos relativos, es decir en porcentaje.” (Iturrioz del Campo, 2014).

- Si la TIR es (>) a la T-MAR el proyecto es rentable
- Si la TIR es (<) a la T-MAR el proyecto no es rentable

$$\text{Formula: } 0 = -\text{Inv} + \frac{fc}{(1+TIR)^1} + \frac{fc2}{(1+TIR)^2} + \frac{fc3}{(1+TIR)^3} + \frac{fc4}{(1+TIR)^4} + \frac{fc5}{(1+TIR)^5}$$

Simbología:

Inv. = Inversión

fc = flujo de efectivo

TIR= Tasa Interna de Retorno

n = Años

Tabla 67
Tasa Interna de Retorno

Indicador	Flujo de Caja del Proyecto	Flujo de Caja del Inversionista
Tasa Interna de Retorno	45%	50%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

5.3.5 PRI (Período de recuperación de la inversión)

El periodo de recuperación de la inversión es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar un proyecto de inversión. Por si facilidad de cálculo y aplicación, el periodo de recuperación de la inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo. (Vaquito, 2010).

$$\text{Formula: } PRI = a + \frac{(b-c)}{d}$$

Simbología:

a = periodo anterior a recuperación de inversión

b= inversión inicial

c = flujo de caja acumulado anterior

d = flujo año actual a recuperar inversión

Tabla 68
Periodo de Recuperación de la Inversión del Proyecto

Periodo	Flujos	Descontados	Acumulados
0	-22143,69	-22143,69	-22143,69
1	10744,79	9197,73	-12945,95
2	10475,33	7675,97	-5269,98
3	11047,33	6929,56	1659,58
4	11437,21	6141,17	7800,76
5	23804,34	10941,33	18742,09

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

Para obtener el periodo de recuperación de inversión del proyecto se ha utilizado el cálculo de flujos acumulados obteniendo así un periodo de recuperación de 2 años, 9 meses con 4 días.

Tabla 69
Periodo de Recuperación de la Inversión del Inversionista

Periodo	Flujos	Descontados	Acumulados
0	-18143,69	-18143,69	-18143,69
1	9181,79	7859,78	-10283,91
2	9080,33	6653,76	-3630,15
3	9793,34	6142,98	2512,83
4	10378,22	5572,55	8085,38
5	22913,34	10531,79	18617,17

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

El periodo de recuperación de inversión del inversionista se dará en un tiempo de 2 años, 7 meses con 14 días.

5.3.6 RBC (Relación costo beneficio)

La característica que distingue al análisis de costo beneficio es el intento de llevar al máximo posible la cuantificación los beneficios y costos en términos

monetarios. Sin embargo, el análisis muy pocas veces logra ese ideal de medir todos los beneficios y costos en términos monetarios. (Castañer, 2014. Pág. 3).

$$\text{Formula } RCB = \frac{\sum ff (1+i)^{-n}}{Inv.}$$

$\sum ff$ = Suma de Flujos de efectivo

Inv. = Inversión Inicial

Tabla 70
Relación Costo Beneficio

Año	Sumatoria de flujos descontados
2017	-22143,69
2018	9197,73
2019	7675,97
2020	6929,56
2021	6141,17
2022	10941,33
Total	40885,77
RCB	1,85

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

Se puede observar que la relación costo beneficio indica que por cada dólar invertido, se obtendrá una rentabilidad de \$0.85 centavos, esto significa una excelente oportunidad de crecimiento económico de la empresa.

5.3.7 Punto de equilibrio

El análisis del punto de equilibrio es una táctica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los ingresos. Si los costos de una empresa solo fueran variables, no existirían problemas para el calcular el punto de equilibrio. (Baca, 2010. Pág., 148).

El punto de equilibrio mide las relaciones entre los costos fijos y variables los ingresos y gastos que obtendrán dicho servicio o producto es así que, se podrá evaluar si la producción del mismo será efectiva y será estable.

Tabla 71
Costos Fijos y Costos Variables

Productos	Cordón Blue	Solomillo en salsa de champiñones	Pollo al limón	Ballontine	Total
Cantidades a Vender	1225	1597	1118	1384	5324
Ponderación	0,23	0,3	0,21	0,26	1
Precio de venta	9,00	11,50	8,00	10,50	
Costo Unitario	3,49	4,73	2,89	3,65	
Costos Fijos			25371,27		
Margen de Contribución	5,51	6,77	5,11	6,85	
Margen de Contribución Ponderada	1,27	2,03	1,07	1,78	6,15
Punto de equilibrio General			4125		
Punto de equilibrio Especifico	949	1238	866	1073	4125

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Karla Tenezaca

Tabla 72
Punto de Equilibrio

Cantidades	Costo Fijo	Costo Variable Total	Costo Total	Ingreso Total	Utilidad
80	25371,27	302,29	25673,56	794,34	-24879,22
5000	25371,27	18893,32	44264,58	49646	5381,42
4125	25371,27	15587,17	40958,44	40958,44	0
7500	25371,27	28339,98	53711,24	74469	20757,76
10000	25371,27	37786,64	63157,9	99292	36134,1

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Karla Tenezaca

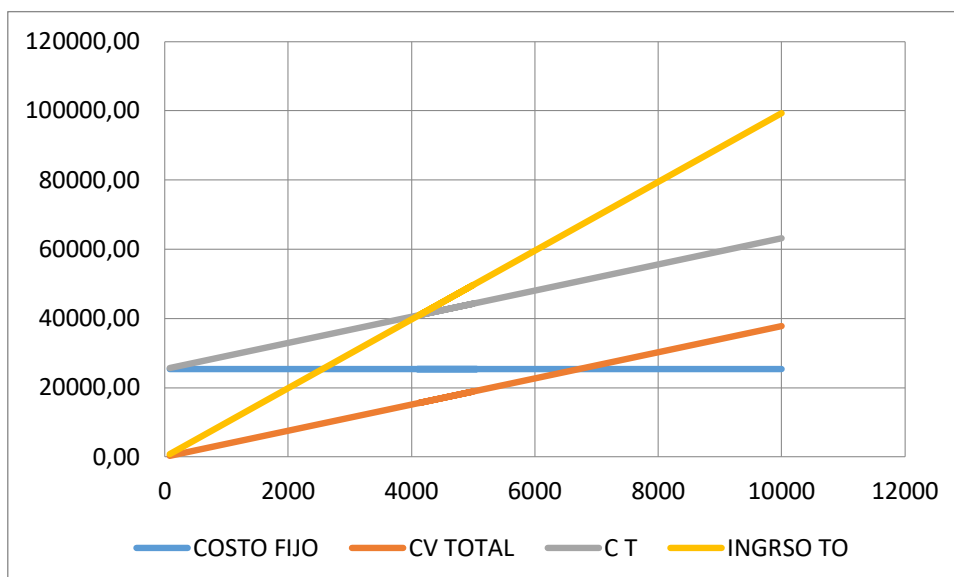


Figura 30: Punto de Equilibrio
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Karla Tenezaca

5.3.8 Análisis de índices financieros

Estos índices financieros determinarán si el proyecto será rentable o no para la toma de decisiones y así continuar con el negocio.

Tabla 73
Índices Financieros

Índices Financieros	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Relación Activo Pasivo	18,06%	11,19%	6,87%	3,81%	1,57%	0,00%
Relación Patrimonio Activo	81,94%	88,81%	93,13%	96,19%	98,43%	100,00%
Margen Operativo	0%	14,50%	13,59%	14,16%	16,59%	17,08%
Margen Neto	0%	11,31%	10,79%	11,47%	13,79%	14,41%
ROE	0%	28,57%	21,98%	19,47%	19,49%	14,58%
ROA	0%	25,38%	20,47%	18,73%	19,19%	14,58%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Karla Tenezaca

- ❖ Relación Pasivo Activo: dentro de esta relación se observa que con el transcurso de los años este porcentaje irá disminuyendo ya que hace referencia a la deuda que se obtuvo para financiar el proyecto
- ❖ Relación Patrimonio activo: este porcentaje representa los valores propios que posee la empresa es así que muestra que la empresa inicio con un 81,94% de inversión propia.
- ❖ Margen Operativo: este rubro se ha obtenido de la Utilidad operativa dividido para las ventas, permite medir si la empresa está generando suficiente utilidad para cubrir sus actividades de financiamiento.
- ❖ Margen Neto: este indicador permite medir el porcentaje que queda a los propietarios de la empresa.
- ❖ ROE: Rendimiento sobre el Capital, este porcentaje muestra las utilidades a partir de la cantidad de dinero invertida por los accionistas. Se observa que a partir del primer año generará utilidades que son positivas para tomar la decisión de seguir con el negocio.
- ❖ ROA: Rendimiento sobre activos, este indicador muestra la generación de utilidades a partir de los activos operativos promedio, se puede observar que a partir del primer año se obtendrá un ROA de 25,38%.

CAPÍTULO VI: ANÁLISIS DE IMPACTO

6.01 Impacto Ambiental

El siguiente proyecto afecta en mínima parte al ambiente ya que sus platillos serán elaborados con productos orgánicos, es decir productos frescos sin químicos ni preservantes que afecten al medio ambiente, se tratará de aprovechar al máximo cada ingrediente y los residuos al ser desechos naturales se podrán convertir en abono aportando al medio ambiente.

Como es normal en cualquier establecimiento de alimentos, la utilización de servilletas, fundas, cucharas y cuchillos plásticos es inevitable. Estos materiales afectan al ambiente ya que su tiempo de descomposición es muy tardío es por eso que se reemplazará a la utilización de cubiertos de acero inoxidable para cada evento, también reciclará envases de vidrio y de plástico para aportar al cuidado del medio ambiente.

6.02 Impacto Económico

El impacto económico que proporciona “Elegancia y Eventos” será positivo ya que contribuirá con el incremento al PIB sectorial.

Con la implementación de un negocio dedicado a brindar servicios de Catering y Protocolo se tendrá como proveedores a negocios locales que contribuyan con la materia prima y así se aportará con el movimiento económico del cantón

6.03 Impacto Productivo

“Elegancia y Eventos” busca causar el impacto productivo del país con la elaboración de platillos nuevos y sofisticados con productos ecuatorianos ya que el gobierno fomenta al consumo de primero ecuatoriano, así también pretende cubrir con las expectativas y necesidades de los habitantes del sector, ya que se ofrecerá platillos y un servicio diferentes a otros negocios, para así obtener más contratos utilizando siempre materia prima ecuatoriana.

6.04 Impacto Social

El impacto social que causara “Elegancia & Eventos” es la disminución de desempleo en el sector cumpliendo con las nuevas plazas de empleo que se ofrecerá con sus respectivos beneficios de ley a los habitantes para que estos se sientan a gusto en su puesto de trabajo.

También pretenderá crear relaciones de comercialización con proveedores y consumidores de tal manera que se obtenga beneficios mutuos.

Finalmente otro impacto social que cumplirá “Elegancia & Eventos” es con la contribución de impuestos al estado, los mismos que son utilizados para aportar bienes a la sociedad.

CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.01 Conclusiones

- ✓ El proyecto ha obtenido un VAN de 18742,09 que se obtuvo de una inversión de 22143,69 y una tasa de descuento de 16.82%. Lo que significa que el VAN es aceptable para la empresa por ser positivo indicando que el proyecto si crea valor. La tasa interna de retorno que obtuvo el proyecto es del 45% siendo esta mayor que el T-MAR lo cual indica que el proyecto es rentable.
- ✓ El estudio de mercado que se realizó, arrojó resultados positivos a la implementación de un nuevo negocio dedicado a brindar servicios de catering y protocolo.
- ✓ La pequeña empresa dedicada a brindar servicios de Catering y protocolo contribuirá con el sector servicios aportando la actividad económica a este sector donde será ubicado y contribuirá con nuevas oportunidades de empleo.
- ✓ La elaboración de nuevas recetas gastronómicas cumplirán la debida manipulación de alimentos con higiene, y procurando cumplir con la calidad ofrecida a sus comensales.

7.02 Recomendaciones

- ✓ Cumplir con cada norma legal y su reglamento de constitución para en un futuro no sufrir consecuencias con entidades que regularán sus funcionamientos.
- ✓ Innovar platillos, bocaditos, actualizar y aplicar nuevos diseños de decoración según su festividad. Capacitar e impulsar a empleados para que cumplan eficientemente con sus actividades laborales y puedan contribuir con las capacitaciones de protocolo al momento de brindar un buen servicio a los clientes.
- ✓ Procurar mantener excelentes relaciones personales y comerciales tanto con clientes, proveedores y personal dentro y fuera de la empresa.
- ✓ Se debería someter al flujo de caja a análisis de sensibilidad que permitan evidenciar de mejor manera los límites del proyecto.

ANEXOS

Encuesta

Objetivo: Conocer los gustos y preferencias de los comensales al momento de realizar un evento social, permitiendo así la instalación de un negocio de Catering y Protocolo

1) ¿Conoce usted algún establecimiento que ofrezca servicios de Catering?

Si ☐

No ☐

2) ¿Ha contratado usted en el último año algún servicio de catering y organización de eventos?

Si ☐

No ☐

- Si su respuesta fue NO favor responda la pregunta 7 directamente.

3) ¿Cuántas personas asistieron a su último evento?

10 A 30 ☐

30 A 60 ☐

60 A 90 ☐

Más de 90 ☐

4) ¿Está usted conforme con el servicio recibido?

Si ☐

No ☐

5) ¿Con que frecuencia usted requiere contratar un servicio de catering?

Mensual ☐

Trimestral ☐

Semestral ☐

Anual ☐

6) ¿Cuánto gastó por el servicio de catering por persona?

10 usd a 12 usd ☐

12 usd a 14 usd ☐

14 usd a 16 usd ☐

16 usd a 18 usd ☐

7) ¿Cuál es el servicio de Buffet que desearía para su evento?

Cordón Blue ☐

Solomillo con salsa de champiñones ☐

Pollo al Limón ☐

Ballontine ☐

8) ¿Le gustaría contar con un servicio de catering para la organización de eventos?

Si ☐

No ☐

- Si su respuesta fue NO la encuesta ha terminado. Gracias por su participación

9) ¿Qué otro servicio adicional desearía obtener?

Servicio de protocolo ☐

Servicio de Transporte ☐

Fotógrafos ☐

**10) ¿Le gustaría a usted contratar un servicio para capacitarse sobre los
usos de cubiertos y modales en eventos?**

Si ☐

No ☐

Tabla 74
Tabla de Amortización Francesa

Periodo	Saldo Inicial	Interés	Cuota	Devolución Capital	Saldo Final
0	0,00	0,00	0,00	0,00	4000,00
1	4000,00	70,00	108,21	38,21	3961,78
2	3961,78	69,33	108,21	38,88	3922,90
3	3922,90	68,65	108,21	39,56	3883,34
4	3883,34	67,96	108,21	40,25	3843,08
5	3843,08	67,25	108,21	40,96	3802,12
6	3802,12	66,54	108,21	41,68	3760,45
7	3760,45	65,81	108,21	42,41	3718,04
8	3718,04	65,07	108,21	43,15	3674,90
9	3674,90	64,31	108,21	43,90	3630,99
10	3630,99	63,54	108,21	44,67	3586,32
11	3586,32	62,76	108,21	45,45	3540,87
12	3540,87	61,97	108,21	46,25	3494,62
13	3494,62	61,16	108,21	47,06	3447,56
14	3447,56	60,33	108,21	47,88	3399,68
15	3399,68	59,49	108,21	48,72	3350,96
16	3350,96	58,64	108,21	49,57	3301,39
17	3301,39	57,77	108,21	50,44	3250,95
18	3250,95	56,89	108,21	51,32	3199,63
19	3199,63	55,99	108,21	52,22	3147,41
20	3147,41	55,08	108,21	53,13	3094,28
21	3094,28	54,15	108,21	54,06	3040,21
22	3040,21	53,20	108,21	55,01	2985,20
23	2985,20	52,24	108,21	55,97	2929,23
24	2929,23	51,26	108,21	56,95	2872,28
25	2872,28	50,26	108,21	57,95	2814,33
26	2814,33	49,25	108,21	58,96	2755,37
27	2755,37	48,22	108,21	59,99	2695,37
28	2695,37	47,17	108,21	61,04	2634,33
29	2634,33	46,10	108,21	62,11	2572,22
30	2572,22	45,01	108,21	63,20	2509,02
31	2509,02	43,91	108,21	64,31	2444,71
32	2444,71	42,78	108,21	65,43	2379,28
33	2379,28	41,64	108,21	66,58	2312,71

APORTAR AL SECTOR SERVICIOS DE EVENTOS CON UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A BRINDAR SERVICIOS DE CATERING Y PROTOCOLO, UBICADO EN LA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO, CANTÓN GUALAQUIZA, AÑO 2017

34	2312,71	40,47	108,21	67,74	2244,97
35	2244,97	39,29	108,21	68,93	2176,04
36	2176,04	38,08	108,21	70,13	2105,91
37	2105,91	36,85	108,21	71,36	2034,55
38	2034,55	35,60	108,21	72,61	1961,94
39	1961,94	34,33	108,21	73,88	1888,06
40	1888,06	33,04	108,21	75,17	1812,89
41	1812,89	31,73	108,21	76,49	1736,40
42	1736,40	30,39	108,21	77,83	1658,57
43	1658,57	29,02	108,21	79,19	1579,38
44	1579,38	27,64	108,21	80,57	1498,81
45	1498,81	26,23	108,21	81,98	1416,82
46	1416,82	24,79	108,21	83,42	1333,41
47	1333,41	23,33	108,21	84,88	1248,53
48	1248,53	21,85	108,21	86,36	1162,16
49	1162,16	20,34	108,21	87,88	1074,29
50	1074,29	18,80	108,21	89,41	984,87
51	984,87	17,24	108,21	90,98	893,90
52	893,90	15,64	108,21	92,57	801,33
53	801,33	14,02	108,21	94,19	707,14
54	707,14	12,37	108,21	95,84	611,30
55	611,30	10,70	108,21	97,52	513,78
56	513,78	8,99	108,21	99,22	414,56
57	414,56	7,25	108,21	100,96	313,60
58	313,60	5,49	108,21	102,73	210,88
59	210,88	3,69	108,21	104,52	106,35
60	106,35	1,86	108,21	106,35	0,00
Total		2492,80		4000,00	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karla Tenezaca

Bibliografía

- Acuña, J. A. (2013). *Emprendimiento Globalizado en competitividad*, recuperado el 30 de Abril de 2017, de <http://acualonit.overblog.com/las-4-p-prec-producto-plaza-y-promocion>
- Affairs, D. (2010). *Medición de la población económicamente activa en los censos de población. En U. Nations, Medición de la Población Económicamente activa en los censos de población.* (pág. 372) Bernan Assoc.
- Álvarez, A. (2044). *Introducción al Análisis Financiero*. Recuperado el 24 de Abril 2017 de <http://www.editorial-club-universitario.es/pdf/342.pdf>.
- Arias, J. (2010). *Mercadotecnia*. Recuperado el 14 de abril del 2017. De <http://jennyarias03.bogspot.com/2010/06/la-competencia.html>
- Armijos, M. (2009). *Manual de Planificación Estratégica e indicadores de Desempeño en el sector Publico*. En M. Armijos.
- Baca, G (2006, pág. 78). *Evaluación de Proyectos*. (4ta Edición). México
- Baca, G. (2010, pág. 7). *Evaluación de Proyectos*. (6ta Edición). México
- Baca, G. (2010, pág. 148). *Evaluación de Proyectos*. (6ta Edición). México
- Chávez, V. (2004, pág. 55). *Fundamentos Teóricos para el proceso del diseño de un protocolo es una investigación*. Barcelona, España: Plaza y Valdez de S.A. Y C.V
- Del Valle, J. (2004). *Análisis Situacional Modulo II*. Recuperado el 27 de Abril 2014 de http://zaloamati.azc.uam.mx/bitstream/handle/11191/392/analisis_situacional_modulo2.pdf?sequence=3
- García, D. (2010). *Eumed.net*. recuperado el 21 de Agosto 2017, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010f/852/TECNICAS%20DE%20RECOLECCION%20DE%20INFORMACION.htm>
- Echeverría, S. (1994, pág. 147). *Introducción a la Economía de la empresa*. Editorial Díaz de santos. Madrid.
- Romero, A. (201 pág. 509). *Definición de Inflación*
- Encalada, S. (2011) *Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología*, recuperado el 10 de julio 2017 de Universidad Tecnológica del Norte: <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/1945/1/05%20FECYT%201136%20TESIS.pdf>
- Hernández, B. (2011)

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (s.f.): *Glosario de Términos*. Recuperado el 24 de Julio 2017 de http://www.inec.gob.ec/estadisticas/index.pho?option=com_content&view=article&id=278
- Iranzo, S. (2008, pág. 99) *Introducción al Riesgo País*. Publicaciones Banco de España. España.
- Lagos, M. (2008, pág. 11)
- Núñez, P. (2015). *Economía, Producto Interno Bruto*. Recuperado el 16 de julio 2017 de <http://www.old.knoow.net/es/cieeconcom/economia/pib-producto-interno-bruto.htm>
- Núñez, E. (2001) *Funda PYMES*
- Núñez, P. (2015). *Knoow.net*. recuperado el 18 de agosto del 2017, de <http://know.net/es/prisbella1991/activos-fijos-13610138>
- Ortega, C. (2010 pág. 9). *Los eventos: Funciones y Tendencias*.
- Ortiz, J. (2014). *Finanzas y Proyectos*. Recuperado el 19 de Julio 2017 de Pasiva:<http://finanzasyproyectos.net/tasa-de-interes-pasiva-y-activa/>
- Pachón, A. (2014). *Productos Sustitutos y complementarios*. Recuperado el 15 de Julio del 2017 de http://prezi.com/jx_b65zbin97/productos-sustitutos-y-complementarios/
- Pedrosa, S. (2016). *Contabilidad Definiciones*.
- Pérez, J. (2008)
- Prado, A. (2015). *Origen del Catering*. Recuperado el 10 de mayo 2017 de https://www.academia.edu/9104769/ORIGEN_DEL_CATERING
- Real academia española (2010). *Diccionario practico de estudiantes*. Quito- Ecuador
- Roca, R. (2002, pág. 12). *La tasa de Interés y sus principales*.
- Rodríguez, J. (2013) *Organización, estructura y procesos*. Recuperado el 11 de julio 2017 de <http://fcaenlinea.unam.mx/2006/1231/docs/unidad4.pdf>
- Salom, A. (2011). *Las limitaciones al crecimiento poblacional y espacial establecidas*
- Por la normativa territorial y urbanística*. En A. Salom Madrid Instituto Nacional de Administración Publica.
- Samaniego, M. (2016). *Valoración de Empresas*. Quito
- Samuelsom, N. (n/a). *Economía. (Décima Octava) Edición McGraw Hill*

Sandoval, o. (2002). *Guía del Estudio de Mercado para la evaluación de proyectos*. Recuperado el 24 de Julio del 2017 de

http://www.eenasque.net/guia_transferencia_recultados/files/Univ.chile_tesis_guia_del_estudio_de_mercado_para_la_Evaluacion_de_Proyectos-pdf

Schiffman. L. (2015) *Comportamiento del consumidor*. N/A. persona prendice hall.

Salomon, M. (2008 pág. 672) *Comportamiento del Consumidor*. (7ma Edición) México.

Superintendencia de Bancos del Ecuador (2009)

Superintendencia de Bancos del Ecuador (2009). *Definiciones Básicas* recuperado el 13 de Julio del 2017 de

http://www.superbancos.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=153&vp_tip=2

Troya, P. (2011). *Escuela Politécnica Nacional*. Recuperado de 12 de agosto 2017 de <http://bibdigital.epn.edu.ec/ec/bitstream/15000/4613/1/CD-4230.pdf>

Vásquez, R. (2015) *Economipedia*. Recuperado el 16 de Julio del 2017 de <http://economipedia.com/definiciones/tasa-de-desempleo-paro.html>

Vidales, L. (2003). *Glosario de Términos Financieros*.

Wigodski, J. (2010) *Población y Muestra* recuperado el 12 de Mayo 2017 de

<http://metodologiaeninvestigacion.blogdpot.com/2010/07/población-y-muestra.html>



Urkund Analysis Result

Analysed Document: KARLA LISSBETH TENEZACA AREVALO.pdf (D30321918)
Submitted: 2017-08-31 22:35:00
Submitted By: karlita_ten@hotmail.es
Significance: 3 %

Sources included in the report:

tesis evelin bautista.docx (D15037001)
TESIS ADMINISTRACION MONICA ANDRADE.docx (D14895647)
<http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/3772/1/T-ESPEL-0415.pdf>
<https://riceiberoamerica.wordpress.com/tag/reuniones/>

Instances where selected sources appear:

8