



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING

CARRERA: INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de:

INGENIERA COMERCIAL

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA ESPECIALIZADA EN EL SERVICIO DE CATERING Y
DESARROLLO DE EVENTOS SOCIALES EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA,
PROVINCIA DE CHIMBORAZO, PERÍODO 2015**

AUTORA:

DIANA MÉLIDA TANGUILA AGUINDA

Riobamba - Ecuador

2016

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación previo a la obtención el título de Ingeniera Comercial, ha sido desarrollado por la **Sra. DIANA MÉLIDA TANGUILA AGUINDA**, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Germán Gonzalo Reinoso Muñoz
DIRECTOR DE TRIBUNAL

Ing. María Fernanda Miranda Salazar
MIEMBRO DE TRIBUNAL

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **DIANA MÉLIDA TANGUILA AGUINDA**, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 11 marzo de 2016

DIANA MÉLIDA TANGUILA AGUINDA

150087616-2

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo de investigación a Dios por darme salud, fortaleza y sobre todo una familia, en especial una madre que ha estado junto a mí incondicionalmente a pesar de todos los momentos difíciles que he pasado. A mi hermano Juan que ha sido un gran amigo y confidente en mi vida. A mi querida hija que ha sido una gran bendición y mi más grande fuente de fortaleza.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a Dios por guiarme por el camino correcto y darme la oportunidad de llegar a ver culminada una etapa más de mi vida y rodearme de personas valiosas que me han acompañado en el transcurso de mi vida.

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas, Escuela de Marketing, Carrera de Ingeniería Comercial por concederme el privilegio de ser parte de ella y aportar a mi vida tanto personal como profesionalmente.

A mi madre, por estar conmigo durante esta etapa tan importante para mí, pero sobre todo por levantarme en cada tropiezo que tuve.

A la Sra. Carmen Cecilia Robalino Inca, por su colaboración en el desarrollo de este trabajo de investigación.

Agradezco de manera muy especial por su dedicación, colaboración, paciencia y sabiduría para ser una profesional de éxito, al Ing. Germán Reinoso y la Ing. María Fernanda Miranda.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Portada	i
Certificación del tribunal	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice de contenido	vi
Índice de tablas	ix
Índice de ilustraciones	x
Índice de anexos.....	x
Índice de gráficos.....	xi
Resumen.....	xii
Summary.....	xiii
Introducción	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	3
1.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....	3
1.1.1 Formulación del Problema de investigación	4
1.1.2 Delimitación del Problema.....	4
1.2 OBJETIVOS	4
1.2.1 Objetivo General	4
1.2.2 Objetivos específicos	4
1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	5
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	6
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	6
2.1.1 Antecedentes históricos.....	6
2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	7
2.2.1 Importancia de los proyectos	7
2.2.3 Estudio de Factibilidad.....	10
2.2.4 Estudio de mercado.....	10

2.2.4.1	Componentes del estudio de mercado	11
2.2.4.2	Cómo analizar la demanda	11
2.2.4.3	Cómo analizar la oferta	16
2.2.4.4	Diferencia entre demanda y oferta	17
2.2.4.5	Análisis del marketing mix.....	17
2.2.5	Estudio técnico	18
2.2.5.1	Objetivos del estudio técnico.....	18
2.2.5.2	Estructura del estudio técnico.....	19
2.2.6	Estudio económico financiero.....	25
2.2.6.1	Inversiones del proyecto.....	26
2.2.6.2	Presupuestos de ingresos y gastos	27
2.2.6.3	Proyección de los ingresos	28
2.2.6.4	Proyección de los egresos.....	29
2.2.6.5	Presentación de los presupuestos.....	29
2.2.6.6	Punto de equilibrio	32
2.2.6.7	Estados Financieros proyectados.....	33
2.2.6.8	Financiamiento	35
2.2.6.9	Evaluación	36
2.2.7	Empresa.....	42
2.2.7.1	Clasificación de las empresas	42
2.2.7.2	Cómo crear una empresa en Ecuador	44
2.2.8	Evento	45
2.2.8.1	División de los eventos y sus características	45
2.2.9	Catering	47
2.2.9.1	¿Qué incluye?	47
2.2.9.2	Catering para eventos	47
2.2.9.3	Al presupuestar un servicio de catering se incluirán los siguientes elementos:	48
2.2.9.4	Tipo de servicio	48
2.2.9.5	Presentación del servicio	49
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....		52
3.1	IDEA A DEFENDER	52
3.2	TIPO DE INVESTIGACIÓN	52
3.3	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	53

3.4	MÉTODOS TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	54
3.4.1	Métodos.....	54
3.4.2	Técnicas.....	54
3.4.3	Instrumentos.....	55
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS		56
4.1	ESTUDIO DE MERCADO	56
4.1.1	Análisis y Procesamiento de la Encuesta	56
4.1.2	Descripción del Servicio	74
4.1.3	Análisis de la Demanda.....	75
4.1.4	Análisis de la Oferta.....	77
4.1.5	Determinación de la Demanda Potencial Insatisfecha	82
4.1.6	Análisis de Precios	83
4.1.7	Comercialización del Producto	87
4.1.8	Conclusiones del Estudio de Mercado	90
4.2	ESTUDIO TÉCNICO	90
4.2.1	Tamaño del Proyecto.....	90
4.2.2	Localización	95
4.3	INGENIERÍA DEL PROYECTO	97
4.3.1	Proceso De Producción.	97
4.3.2	Cálculo de la cantidad de materia prima e insumos con indicación de costos.	99
4.3.3	Descripción de Maquinaria y Equipos	102
4.3.4	Infraestructura requerida	104
4.3.5	Distribución en planta	105
4.4	ORGANIZACIÓN.....	106
4.4.1	Tipo de Empresa que Desea Crear	106
4.4.2	Razón Social, Logotipo y Slogan	109
4.4.3	Misión, Visión, Valores	109
4.4.4	Estructura Organizacional General de la Empresa.....	110
4.4.5	Personal Requerido por la Organización Administrativa en la Fase de Operacional.....	111
4.4.6	Descripción de los Cargos (Roles, Funciones, Autoridad, Responsabilidad)	111
4.4.7	Gestión Empresarial	115
4.5	PROGRAMA PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	125
4.6	ESTUDIO ECONÓMICO	126

4.6.1	Inversiones	126
4.6.2	Costos de Operación y de Financiación e Ingresos.....	128
4.6.3	Ingresos (Véase Anexo N.- 3).....	132
4.6.4	Punto de Equilibrio	133
4.6.5	Fuentes de Financiación	136
4.6.6	Proyecciones Financieras	138
4.6.7	Evaluación Económica y Financiera.....	141
4.6.8	Evaluación Financiera.....	143
4.6.9	Análisis de Sensibilidad	148
	CONCLUSIONES	161
	RECOMENDACIONES.....	162
	BIBLIOGRAFÍA	163
	ANEXOS	164

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Género - Sexo de encuestados	56
Tabla 2.	Rango de edad.....	57
Tabla 3.	Realiza eventos	58
Tabla 4.	Lugar dónde realiza eventos	59
Tabla 5.	Aceptación de servicio de catering y frecuencia	60
Tabla 6.	Aceptación de servicio de eventos.....	61
Tabla 7.	Aceptación de servicio de catering más evento	62
Tabla 8.	Ha contratado Servicio de Catering anteriormente.....	63
Tabla 9.	Listado de proveedores de servicio de catering.	64
Tabla 10.	Factores relevantes para contratar un servicio de catering y desarrollo de eventos	65
Tabla 11.	Día de preferencia para el evento	66
Tabla 12.	Tipos de comida.....	67
Tabla 13.	Medios de publicidad.....	68
Tabla 14.	Formas de pago.....	69
Tabla 15.	Precios por servicio de catering.....	70
Tabla 16.	Precio por desarrollo de evento	71

Tabla 17. Precio por servicio de catering más desarrollo de evento.....	72
Tabla 18. Ingreso familiar.....	73
Tabla 19. Demanda Actual - Servicio de catering	75
Tabla 20. Demanda Actual de servicio de desarrollo de eventos más servicio de catering	76
Tabla 21. Demanda proyectada - Servicio de catering	77
Tabla 22. Demanda proyectada - Servicio de desarrollo de eventos más servicio de	77
Tabla 23. Oferta actual - Servicio de catering	78
Tabla 24. Oferta actual - servicio de desarrollo de eventos más servicio de catering	78
Tabla 25. Lista de ofertantes	79
Tabla 26. Análisis de los ofertantes	80
Tabla 27. Oferta proyectada- servicio de catering.....	82
Tabla 28. Oferta proyectada - servicio de desarrollo de eventos más servicio de catering	82

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Canal de distribución	87
Ilustración 2. Trato amable	89
Ilustración 3. Tarjeta de Puntos	89
Ilustración 4. Montaje de Salón	90
Ilustración 5. Mercado	93
Ilustración 6. Mapa Político de Chimborazo	95
Ilustración 7. Mapa de Localización.....	97
Ilustración 8. Proceso de Producción.....	97
Ilustración 9. Equipo de Cocina.....	103
Ilustración 10. Equipo de Oficina	103
Ilustración 11. Muebles de Oficina.....	104
Ilustración 12. Distribución en Planta.....	105

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario	164
Anexo 2. Lista de Oferentes	167

Anexo 3. Tabla de Precio.....	168
Anexo 4. Proforma de Publicidad.....	169
Anexo 5. Empleados	170
Anexo 6. Ficha de Entrevista.....	171
Anexo 7. Ficha de Observación.....	175
Anexo 8. Hoja de Servicio.....	176
Anexo 9. Activos Fijos	177
Anexo 10. Adecuaciones	179
Anexo 11. Costos.....	180
Anexo 12. Depreciaciones y Amortizaciones.....	185
Anexo 13. Estados de Análisis de Sensibilidad.....	186

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico. 1 Género - Sexo	56
Gráfico. 2 Rango de edad	57
Gráfico. 3 Realiza eventos	58
Gráfico. 4 Lugar dónde realiza eventos	59
Gráfico. 5 Aceptación de servicio de catering.....	60
Gráfico. 6 Aceptación del servicio de eventos	61
Gráfico. 7 Aceptación de servicio de catering más evento.....	62
Gráfico. 8 Ha contratado anteriormente un servicio de catering	63
Gráfico. 9 Factores relevantes para contratar un servicio de catering y desarrollo de eventos	65
Gráfico. 10 Día de preferencia para realizar el evento	66
Gráfico. 11 Tipo de comida	67
Gráfico. 12 Medios de publicidad.....	68
Gráfico. 13 Formas de pago.....	69
Gráfico. 14 Precios de servicio de catering	70
Gráfico. 15 Precios de desarrollo de evento	71
Gráfico. 16 Precio de servicio de catering más desarrollo	72
Gráfico. 17 Ingreso familiar.....	73

RESUMEN

La presente investigación corresponde a un “Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa Especializada en el Servicio de Catering y Desarrollo de Eventos Sociales en la Ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo, período 2015”, con el objetivo de determinar la factibilidad de la creación de la microempresa, la metodología utilizada para este proyecto es el inductivo – deductivo y descriptivo, con una población total de 76113 personas (PEA de Riobamba), con una muestra de 384 personas a ser encuestadas. El estudio inició con la investigación de mercado, el que identificó una demanda insatisfecha de 2`085.400 platos para este tipo de servicio, dentro del estudio técnico se determinó que el proyecto se ubicará en las calles Rio Paute y Rio Tomebamba, el tamaño del proyecto será de 7.795 platos al año,. La microempresa tomará la figura legal de Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada (EURL), por lo que este tipo de compañía otorga los beneficios que el inversionista requiere. A partir del Estudio Económico Financiero se conoce que la inversión inicial para el proyecto es \$ 55.418,21, del cual el 70% será capital propio y el 30% se lo obtendrá mediante un préstamo a la Corporación Financiera Nacional. Los indicadores económicos del proyecto son: VAN \$ 80.950,94, TIR 57,84%, RBC \$ 2,46, PRI es de 2 años 1 mes, por lo que se evidencia que el proyecto es viable y rentable, en tanto al realizar el análisis de sensibilidad se corrobora que el proyecto sigue siendo viable y rentable, por lo tanto se recomienda la puesta en marcha del mismo.

Palabras claves: Estudio de Factibilidad. Servicio de Catering. Eventos Sociales

Ing. Germán Gonzalo Reinoso Muñoz
DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

SUMMARY

This research corresponds to a “Feasibility Study for Creating a Microenterprise Specialized in the Catering Service and Organization of Social Events in Riobamba city, Chimborazo Province, period 2015” with the aim of providing customized and differentiated service in order to meet current and future demand of this service. The study began with a market research; an unmet demand of 2085400 dishes for this service was identified. The technical study determined that the project will be located in the Rio Paute and Rio Tomebamba streets, the project size will be of 7795 dishes per year and a manager, an accountant, a chef, two kitchen assistant, five waiters and an interior designer will work in the microenterprise. Raw materials, supplies, materials and tools required by the microenterprise in order to start the activities was determined. Microenterprise take the legal form of one-person limited liability undertakings (EURLs), so this type of company granted the benefits that the inventor requires. Then, based on economic and financial analysis, it is known that \$ 55.418,21 is for initial investment of the project which 70% will be own capital and 30% will be obtained through a loan to the National Finance Corporation. Economic indicators of the project are: VAB \$ 80.950,94, IRR 57,84%, RBC \$ 2,46, PRI is 2 years 1 month, so it is evident that the project is viable and profitable and therefore it is recommended to implement the project.

Keywords: Feasibility Study, Catering Service, Social Events

INTRODUCCIÓN

Un estudio de factibilidad constituye un aspecto importante para el desarrollo de un proyecto de cualquier índole, puesto que con su desarrollo recopila información en cuanto a mercado, organización, estudio técnico y financiero y en base a ello se puede tomar la mejor decisión con respecto al proyecto, para de esta manera lograr que el inversionista acceda a información idónea sobre todo lo que conlleva la puesta en marcha de una idea.

El presente proyecto se denomina “Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa Especializada en el Servicio de Catering y Desarrollo de Eventos Sociales en la Ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo, período 2015”, el mismo que se realiza para conocer el impacto que tendrá tanto social como económicamente la puesta en marcha de esta de esta microempresa.

Finalmente, mediante el estudio de factibilidad para esta microempresa, se podrá conocer si es viable o no la puesta en marcha de esta idea de negocio. En consecuencia el presente trabajo cuenta con cuatro capítulos, los mismos que se detallan a continuación:

En el primer capítulo se presenta el planteamiento de la investigación, formulación del problema, delimitación, objetivos y justificación.

En el segundo capítulo se identifica los antecedentes de la investigación y se mencionan los aspectos teóricos correspondientes al trabajo de titulación.

El tercer capítulo abarca la hipótesis, variables, modalidad, tipos, métodos, técnicas e instrumentos de la investigación y por último el tamaño de la población a ser investigada.

En el cuarto capítulo se pone en marcha el estudio de factibilidad, la misma que se efectuará desarrollando los estudios que los conforman, el estudio de mercado utilizará instrumentos como las encuestas para obtener información necesaria para conocer la

demanda insatisfecha, el estudio técnico que permite hallar el tamaño del proyecto, localización, materiales, insumos, equipos y personal requeridos para el mismo, con el estudio económico se puede conocer sobre la inversión requerida, los diferentes estados financieros, indicadores económicos y financieros y por último se encuentran las conclusiones y recomendaciones del proyecto.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

(Sesmero, 2015, pág. 7) Define al servicio de catering como aquella actividad hotelera que tiene como finalidad la producción, realización y posterior ejecución de un servicio de comidas y bebidas, en un sitio específico que comúnmente es un lugar remoto al centro de producción; el fin de este consiste en llevar un servicio a cualquier lugar acordado con el cliente, cubriendo todo aquellos aspectos que pudieran ser necesidades del mismo como: alimentos bebidas, música, mobiliario, personal de servicio, transporte, etc.

En la ciudad de Riobamba existen pocas empresas que se dedican a la prestación especializada de servicio de catering y el desarrollo de eventos sociales, generalmente los restaurantes también prestan el servicio de preparación de alimentos para banquetes, pero sin contar con el servicio completo de catering, pues esto implica no solo la preparación del menú sino la garantía y el realce del evento como una experiencia agradable para los anfitriones y sus asistentes, por tanto se considera el cumplimiento de las necesidades sociales o de afiliación como la aceptación social y recreación. (Jerarquía de las Necesidades de A. Maslow).

Hoy en día las personas al realizar un evento de cualquier índole lo único que desean es que los invitados se lleven la mejor de las impresiones, por lo que es natural que acudan a las microempresas que ofrecen esa clase de servicio. Para el anfitrión el tiempo es importante ya que él debe relacionarse con todos los invitados y no puede encargarse de la logística de un evento, es ahí donde los servicios de catering ponen en ejecución elementos como preparación de la alimentación a servirse, decoración, camareros, etc.

La calidad es uno de los factores más importantes para el servicio de alimentación, donde la elaboración debe regirse bajo la utilización de productos e insumos con parámetros y estándares que garanticen el valor y seguridad para el consumo del mismo

1.1.1 Formulación del Problema de investigación

¿El desarrollo de un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de catering y desarrollo de eventos en la ciudad de Riobamba permitirá determinar si existen las condiciones favorables del mercado y los recursos financieros necesarios para brindar un servicio personalizado y diferenciado que permita satisfacer la demanda actual y futura del mercado?

1.1.2 Delimitación del Problema

Campo: Estudio de factibilidad

Objeto: Creación de una microempresa

El presente estudio de factibilidad para la creación de una microempresa especializada en el servicio de catering y desarrollo de eventos sociales se llevará a cabo en la Provincia de Chimborazo, cantón Riobamba, Parroquia Velasco, ciudadela las Acacias, calles Rio Paute 90-20 y Rio Tomebamba, durante el período 2015

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Determinar la factibilidad para la creación de una microempresa de catering y desarrollo de eventos en la ciudad de Riobamba que brinde un servicio personalizado y diferenciado que permita satisfacer la demanda actual y futura.

1.2.2 Objetivos específicos

- Plantear un marco teórico con la información necesaria acorde al tema para poseer un sustento coordinado y coherente de conceptos y proposiciones.
- Seleccionar la metodología más apropiada para lograr los resultados necesarios para la implementación de la propuesta.
- Desarrollar los resultados correspondientes a la propuesta para su ulterior análisis y respectivas conclusiones y recomendaciones.

1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación se justifica debido a que los estudios de factibilidad sirven para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación, de esta manera lograr que el inversionista tenga un panorama claro sobre todo lo que conlleva la ejecución de la microempresa.

El principal aspecto que alcanzará la implementación del negocio es lograr satisfacer las necesidades del cliente en calidad, precio, valor nutricional y entrega poniendo especial énfasis en superar las expectativas del mercado, generando de esta manera una ventaja competitiva y además comenzando un proceso de fidelización del cliente; por lo cual la creación de esta microempresa, permitirá apalancar la demanda insatisfecha mediante una variedad de productos que cumplan con las exigencias de los consumidores, motivo por el que se debe efectuar una investigación de mercado que evidencie las ya antes mencionadas necesidades y la viabilidad del proyecto, así como definir los procesos que vengán a optimizar los recursos y generar la rentabilidad esperada.

El desarrollo micro empresarial no solo genera un beneficio particular sino un beneficio colectivo para el entorno donde se desarrolla, esto contribuye con las políticas de desarrollo del buen vivir (objetivo 3. Mejorar la calidad de vida de la población y objetivo 4. Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía), ya que con la creación de una microempresa de servicio de catering se generará fuentes de empleo.

Con respecto al ámbito académico el presente trabajo de investigación pretende evidenciar y poner en práctica los conocimientos adquiridos durante los años de estudio, para efectuar con éxito el proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa especializada en catering y desarrollo de eventos sociales en la ciudad de Riobamba. Por ello es imperativo la creación de la antes mencionada microempresa ya que más allá de la entrega de alimentos es lograr el cumplimiento de las expectativas del cliente y por ende su satisfacción.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

2.1.1 Antecedentes históricos

La presente investigación se realiza con la finalidad de determinar la factibilidad para crear una microempresa de catering y desarrollo de eventos en la ciudad de Riobamba, para ello es indispensable conocer los enfoques que poseen distintos autores con relación a otros trabajos investigativos de similar índole entre ellos tenemos:

El tema Estudio para la creación de una empresa de servicio de catering en la ciudad de San Gabriel, cuya tesis fue publicada en el año 2011 y su autora Edith Yadira Chamorro Vaca concluye que “Para la implementación del proyecto se requiere una inversión inicial de \$ 51.280,00 de los cuales \$ 32.294,00 corresponden activos fijos, \$3.850,00 activos intangibles y \$15.280,00 a capital de trabajo. El proyecto se financiará el 40% con recursos propios y el 60% mediante un crédito a la Corporación Financiera Nacional (CFN) a una tasa del 10,5% anual y a plazo de 5 años”.

El tema Propuesta para la creación del servicio de catering, en la empresa comercial Etatex, de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha, realizado por Miguel Ángel Valenzuela Mora concluye que “El estudio de mercado, refleja que existe una amplia aceptación por la mayoría de trabajadores de la empresa Etafashion, de que se implemente el servicio de catering en la empresa, ya que podrán servirse los alimentos deliciosos, a la temperatura ideal, y sobre todo con la calidad e higiene en la preparación de los mismos”, esta tesis fue publicada en el año 2012.

La tesis Proyecto para la creación de una microempresa para servicios de catering en la ciudad de Manta, elaborado por Alejandra Patricia Arteaga Gómez la misma que concluye que “El mercado del catering va en crecimiento debido a que las empresas prefieren utilizar el outsourcing (tercialización o subcontratación) ya que éstas prefieren la comodidad y reducción de costos; a las vez que las empresas exigen cada vez mayo inocuidad y limpieza en los servicios presentados por las empresas de catering”, cuya tesis fue publicada en el año 2012.

De los trabajos investigativos citados anteriormente se puede concluir que guardan relación directa o indirecta en cuanto a lo indispensable que es la realización de un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada al desarrollo de eventos sociales y catering.

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1 Importancia de los proyectos

(Baca, 2010, pág. 2) Manifiesta: Día a día y en cualquier sitio donde nos encontremos , siempre hay a la mano una serie de productos o servicios proporcionados por el hombre; desde la ropa que vestimos hasta los alimentos procesados que consumimos y las modernas computadoras que apoyan en gran medida el trabajo del ser humano. Todos y cada uno de estos bienes y servicios, antes de su venta comercial, fueron evaluados desde varios puntos de vista, siempre con el objetivo final de satisfacer una necesidad humana. Después de ello, alguien tomo la decisión de producirlo en masa. Para lo cual tuvo que realizar una inversión económica.

Por tanto, siempre que exista una necesidad humana de un bien o un servicio habrá necesidades de invertir, hacerlo es la única forma de producir dicho bien o servicio. Es claro que las inversiones no se hacen sol porque alguien desea producir determinado artículo o piensa que al producirlo ganara dinero. En la actualidad una inversión inteligente requier3e una base que la justifique. Dicha base es precisamente un proyecto estructurado y evaluado que indique la pauta a seguir. De ahí se deriva la necesidad de elaborar los proyectos.

2.2.2 Tipos de proyectos

(Córdova, 2011, págs. 5-7)Existen diferentes tipos de proyectos cada uno se dirige a solucionar determinadas barreras al desarrollo, y tiene costos y beneficios específicos asociados así:

a. De acuerdo a su naturaleza, los proyectos pueden ser:

- Dependientes, son los proyectos que para ser realizados requieren que se haga otra inversión. Por ejemplo, el sistema de enfriamiento de la leche en un depósito depende de que se construya el depósito, mientras que este último necesita del sistema de enfriamiento para funcionar adecuadamente. En este caso, se habla de proyectos complementarios y se seleccionan en conjunto.
- Independientes, son los proyectos que se pueden realizar sin depender ni afectar ni ser afectados por otro proyecto.
- Mutuamente excluyentes, son proyectos operacionales donde aceptar uno impide que no se haga el otro, o lo hace innecesario. Por ejemplo, adoptar el sistema de siembra directa hace innecesaria la inversión en maquinaria tradicional.

b. De acuerdo al área que pertenece, los proyectos pueden catalogarse en cinco tipos básicos:

- Productivos: los que utilizan recursos para producir bienes orientados al consumo intermedio o final (proyectos de producción agrícola, ganadera, forestal, etc.
- De infraestructura económica: los que generan obras que facilitan el desarrollo de futuras actividades (v.g., caminos, diques, canales de riego, electrificación y telefonía, etc.).
- De infraestructura social: los que se dirigen a solucionar limitantes que afectan el rendimiento de la mano de obra, tales como deficiencias en educación, salud, provisión de agua potable y para riego, telefonía, etc.
- De regulación y fortalecimiento de mercados: son los proyectos que apuntan a clarificar y normalizar las reglas de juego de los mercados o a fortalecer el marco jurídico donde se desenvuelven las actividades productivas. Por ejemplo, los proyectos de saneamiento de títulos de propiedad.
- De apoyo de base: aquellos dirigidos a apoyar a los proyectos de las tipologías anteriores. Son proyectos de asistencia, por ejemplo, de capacitación, asistencia técnica, alfabetización, vacunación, etc., y estudios básicos para diagnóstico e identificación de proyectos.

c. De acuerdo al fin buscado, los proyectos pueden ser:

- Proyectos de inversión privada: en este caso el fin del proyecto es lograr una rentabilidad económica financiera, de tal modo que permita recuperar la inversión de capital puesta por la empresa o inversionistas diversos en la ejecución del proyecto.
- Proyectos de inversión pública: en este tipo de proyectos el Estado es el inversionista que coloca sus recursos para la ejecución del mismo. El Estado tiene como fin el bienestar social, de modo que la rentabilidad del proyecto no es sólo económica, sino también el impacto que el proyecto genera en la mejora del bienestar social en el grupo beneficiado o en la zona de ejecución. Además, dichas mejoras son impactos indirectos del proyecto, como por ejemplo generación de empleo, tributos a reinvertir u otros. En este caso, puede ser que un proyecto no sea económicamente rentable per se, pero su impacto puede ser grande, de modo que el retorno total o retorno social permita que el proyecto recupere la inversión puesta por el Estado.
- Proyectos de inversión social: un proyecto social sigue el único fin de generar un impacto en el bienestar social. Generalmente, en estos proyectos no se mide el retorno económico; es más importante medir la sostenibilidad futura del proyecto, es decir, si los beneficiarios pueden seguir generando beneficios a la sociedad, aun cuando acabe el período de ejecución del proyecto.

d. Una clasificación de proyectos privados se puede establecer en función al impacto en la empresa:

- Creación de nuevas unidades de negocios o empresas: en este caso un proyecto se refiere a la creación de un nuevo producto o servicio. Estos proyectos típicos tienen flujos de ingresos y costos. Asimismo, tienen una inversión que permite iniciar la producción del nuevo bien o servicio, evaluándose la rentabilidad del producto.
- Cambios en las unidades de negocios existentes: en este tipo de proyectos no se crea ningún producto o servicio; simplemente se hacen cambios en las líneas de producción. Estos cambios pueden darse ya sea cambiando maquinaria antigua por maquinaria nueva o reduciendo equipos por tercerización de la producción. También es posible ampliar la producción con maquinaria adicional: es probable que en muchos casos la inversión a realizar sea mínima o cero (financiando los cambios con

las máquinas vendidas por ejemplo). Asimismo, puede ser que en este tipo de proyectos no se tengan flujos de ingresos, sino más bien flujos comparados de costos, en donde los beneficios se centran en los ahorros generados por los cambios. Esto supone tener herramientas de evaluación que se centren en la medición del ahorro generado u optimización del uso de la maquinaria respectiva.

e. En el caso de los proyectos públicos o sociales, se pueden establecer ciertas clasificaciones:

- Proyectos de infraestructura: relacionados a inversión en obras civiles de infraestructura que puede ser de uso económico (beneficiando la producción) o de uso social, mejorando las condiciones de vida.
- Proyectos de fortalecimiento de capacidades sociales o gubernamentales: en este caso se trabajan diversas líneas, como por ejemplo participación ciudadana, mejora de la gestión pública, vigilancia ciudadana u otros.

2.2.3 Estudio de Factibilidad

(Machado, 2015, pág. 6) Es el conjunto de antecedentes que permite conocer las ventajas y desventajas técnico-económicas, si se asignan determinados recursos en la búsqueda de ciertos objetivos específicos. En otras palabras podría decirse que es el estudio que nos permite conocer las bondades de la inversión en una determinada actividad, es decir que equivale a un ante-proyecto donde se presentan juicios consistentes y bien fundamentados sobre la viabilidad del proyecto, pero que es necesario adelantar algunos estudios y diseños específicos para tener la decisión sobre la asignación de los recursos de inversión.

2.2.4 Estudio de mercado.

Objetivos de un estudio de mercado

(Baca, 2010, pág. 12) Los objetivos de un estudio de mercado son los siguientes:

- Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado, o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el que ofrecen los productos existentes en el mercado.
- Determinar la cantidad de bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios.
- Conocer cuáles son los medios que se emplean para hacer los bienes y servicios a los usuarios.
- Como último objetivo, tal vez el más importante, pero por desgracia intangible, dar una idea al inversionista del riesgo que su producto corre de ser o no aceptado en el mercado

2.2.4.1 Componentes del estudio de mercado



Fuente: Como elaborar proyectos de inversión paso a paso
 Autor: Byron Lara

2.2.4.2 Cómo analizar la demanda

(Lara, 2010, pág. 31) La demanda debe ser estudiada en su desarrollo temporal, esto significa que para realizar un proyecto se debe tomar en cuenta tres tipos de demanda:

- Demanda pasada o histórica
- Demanda presente
- Demanda proyectada o futura

a. Demanda pasada

(Lara, 2010, págs. 31-32) Es el análisis a través de fuentes secundarias de información: folletos, libros, revistas, internet, boletines, investigaciones realizadas y otras fuentes, del proceso histórico respecto al tipo de bien o servicio que el proyecto está diseñado. Esto implica investigar todas las fuentes de información como las siguientes:

- **Cantidades vendidas a través de los años**, se recomienda analizar máximo los últimos diez años, por cuanto mientras más alejados del tiempo, los datos van a sufrir distorsión tomando en cuenta que son procesos diferentes a los actuales, por ejemplo los procesos productivos cambian, las tecnologías son mejoradas, gustos y preferencias, etc.
- **Determinar si el proceso histórico de la demanda de bienes o servicios es a favor de lo producido por industrias o servicios: nacionales, extranjeros o combinados.**
- **El origen de la fuente de información**, pueden estar distorsionadas.
- **Los datos conseguidos deben ser expuestos en forma de gráficos**, ejemplo tipo pastel o barras.

b. Demanda presente

(Lara, 2010, pág. 33) Es el tiempo de la demanda que se realiza en el momento actual, y se lo hace a través del proceso de investigación de mercado.

La investigación de mercado es la recolección de información del mercado respecto a las decisiones de los consumidores sobre un producto o servicio, en forma sistemática, ordenada y lógica a través de técnicas cuantitativas y cualitativas que permiten tomar decisiones respecto a la viabilidad de un proyecto.

(Lara, 2010, pág. 36) Las actividades más comunes por las que se realiza una investigación de mercado son:

- Medir el potencial del mercado
- Analizar la porción del mercado

- Determinar las características del mismo
- Analizar las ventas
- Estudiar las tendencias de los negocios
- Hacer pronósticos a corto plazo
- Analizar los productos de la competencia
- Hacer pronóstico a largo plazo
- Analizar estudios de los sistemas de información de mercadotecnia.
- Realizar investigaciones sobre los precios

La investigación de mercado permite conocer:

- El número actual de compradores
- El número potencial de compradores
- Donde efectúan las compras los consumidores
- Ubicación geográfica de demandantes y ofertantes
- Volumen de compras

Como realizar una investigación cuantitativa

(Lara, 2010, págs. 38-39) Se realiza a través del método denominado: encuesta cuyo instrumento de recolección de datos es el cuestionario, se usa cuando la investigación es de tipo descriptivo.

Las principales técnicas cuantitativas son:

- **Encuesta:** es la recopilación de datos al establecer contacto con un número limitado de personas a través de cuestionarios; es el método más usado pero requiere de una planeación minuciosa, consume mucho tiempo y puede ser costosa.
- **Encuesta por teléfono:** hacer llamadas a personas específicas en determinado tiempo, generalmente se usa para estudios de audición de radio y televisión
- **Encuesta por correo:** se selecciona a un grupo de personas y se les envía por correo un cuestionario para que lo tramiten y lo devuelvan.
- **Entrevista personal:** son preguntas directas es el método más popular.

- **Método experimental:** es llevar a pequeña escala una solución provisional, se usa probar productos nuevos, precios recién fijados, cambios con la comercialización, debe simularse en cuanto sea posible a la situación real.
- **Retorno de etiquetas:** se hace una tabulación de las etiquetas enviadas por el consumidor.

Investigación cualitativa

(Lara, 2010, págs. 38-40) Es la investigación de carácter exploratorio que pretende determinar principalmente aspectos diversos del comportamiento humano, como: motivaciones, actitudes, intenciones, creencias, gustos y preferencias. Las personas a las que se les aplica esta investigación representan a las clases sociales de una determinada colectividad.

Características de las técnicas cualitativas

- Se utilizan muestras pequeñas de conveniencias o por grupos
- La información que se busca se relaciona con la motivación, creencia, sentimientos y actitudes de los encuestados.
- Se utiliza un enfoque intuitivo y subjetivo en la recolección de datos
- El formato de recolección de datos es de respuesta abierta
- En enfoque no pretende suministrar datos estadísticos o científicos exactos

Pasos para diseñar un plan de investigación

1. Identificación y planteamiento del problema
2. Delimitación de la investigación
3. Necesidades de información
4. Objetivos de la investigación
5. Determinación de fuentes primarias y secundarias de información
6. Identificación y segmentación de la población
7. Cálculo de la muestra y determinación del marco muestral
8. Diseño de los instrumentos para la recolección de datos

9. Trabajo de campo y recolección de datos
10. Tabulación, análisis e interpretación de datos
11. Informe final: conclusiones y recomendaciones

c. Demanda proyectada o futura

(Lara, 2010, págs. 74-80) Representa proyectar mediante diversos métodos, las series históricas obtenidas a través de investigaciones contempladas en la demanda histórica. Significa que la serie histórica de datos debe ser llevada al futuro de acuerdo a la tendencia que estos presenten, sirve para determinar de manera aproximada como se expandirá o contraerá la demanda.

Métodos de proyección

Método del factor de crecimiento

Fórmula:

$${}^{n-1}\sqrt{R/A}$$

Donde:

R: Dato histórico más reciente

A: Dato histórico más anterior

n : Número de años de la serie histórica

Método de la tasa de crecimiento promedio anual

Como utilizar el método:

- Determinar la tasa de crecimiento o decrecimiento de año a año
- Posteriormente se realiza la suma de todas estas tasas
- Se obtiene un promedio de esta suma
- Y se aplica dicha tasa al último dato histórico conocido

Método de los mínimos cuadrados

Para utilizar este método de los mínimos cuadrados, se debe tener una serie histórica con datos. La ecuación para la línea es:

$$Y = mx + b$$

Donde el valor Y dependiente, corresponde a la oferta estimada y es función de los valores x independientes, que son los años en los que se proyectan dicha demanda. Los valores m son coeficientes que corresponden a cada valor x, y b es un valor constante.

Las fórmulas para calcular los coeficientes son:

$$m = \frac{n(\sum xy) - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$
$$b = \frac{\sum y \sum x^2 - \sum x \sum xy}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

Método de las medias móviles

El método se aplica de la siguiente manera:

- Se tiene que dividir la serie histórica de n valores en dos semiperiodos se recomienda utilizar series históricas de 10 años atrás
- Si es de 10 años la serie el semiperiodo es de 5 años
- Luego se suma los valores de cada semiperiodo, para posteriormente dividir entre el número de valores y obtener un promedio de cada semiperíodo

2.2.4.3 Cómo analizar la oferta

(Lara, 2010, págs. 82-83) Este análisis es igual al que se realiza para la demanda, este análisis debe ser temporal, esto significa que hay que analizar su evolución en el tiempo y se divide en:

- a. **Oferta pasada o histórica:** Se realiza a través de datos secundarios investigados en fuentes confiables que permites determinar el desarrollo y evolución del mercado oferente, principalmente del competidor, pero sin descuidar otros elementos.
- b. **Oferta presente:** Este análisis se hace a través de la investigación de mercado, en esta investigación se debe responder preguntas respecto al mercado objetivo y son:
 - Proveedor: (qué, cuánto, cómo y quién provee)
 - Distribuidor: (qué, cuánto, cómo y quién distribuye)
 - Competidor: (qué, cuánto, cómo y quién compite)
- c. **Oferta futura:** Para determinar la oferta futura, se realizara una proyección de la serie histórica o pasada, tal y como se lo hizo con la demanda y deberá incluir una conclusión como resultado de la proyección.

2.2.4.4 Diferencia entre demanda y oferta

Esta diferencia permite establecer si existe demanda insatisfecha en el caso de que la demanda sea mayor a la oferta y demanda satisfecha en caso de que la oferta sea mayor a la demanda, si estas son iguales se dice que el mercado se encuentra en equilibrio aunque es raro que se de este último caso.

2.2.4.5 Análisis del marketing mix

Este análisis implica conocer sobre:

- **Producto.-** se lo puede definir como todo aquello que satisface una necesidad sea una física o psicológica. Esta puede referirse a un objeto o servicio, también debe estar disponible para la venta, de lo contrario no puede ser considerado como tal.
- **Precio.-** es el valor de un bien, servicio o derecho expresado en dinero. Para el análisis del precio es conveniente hacerlo a través de una matriz comparativa, tanto del mercado competidor como del proveedor.
- **Plaza.-** se refiere a la ubicación de los oferentes y esta puede ser establecida de acuerdo a la matriz de análisis de la competencia y sirve para determinar el valor estratégico del mercado de cada uno o de los más importantes competidores que

tendrá el proyecto, así como de sus fortalezas y debilidades de localización y otros aspectos estratégicos.

- **Promoción.-** Se refiere al tipo de publicidad y promoción, que se incluirá en el proyecto. Es vital incluir un determinado valor de gastos de publicidad o promoción y examinar su viabilidad, pues esto va a afectar a los flujos de efectivo en cada año de vida del proyecto.
- Se debe realizar un importante análisis del medio de comunicación en el cual se va a realizar la publicidad: radio, televisión, prensa, hojas volantes, perifoneo y otros, esto es vital pues la forma como se va a llegar al demandante influirá en el éxito o fracaso del proyecto.
- **Canales de comercialización:** es el camino que toma un producto o servicio, para poder ser comercializado y llegar al usuario final y son:
 - a. Productor – consumidor
 - b. Productor – minorista – consumidor
 - c. Productor – mayorista – minorista – consumidor
 - d. Productor – mayorista – minorista – detallista – consumidor

2.2.5 Estudio técnico

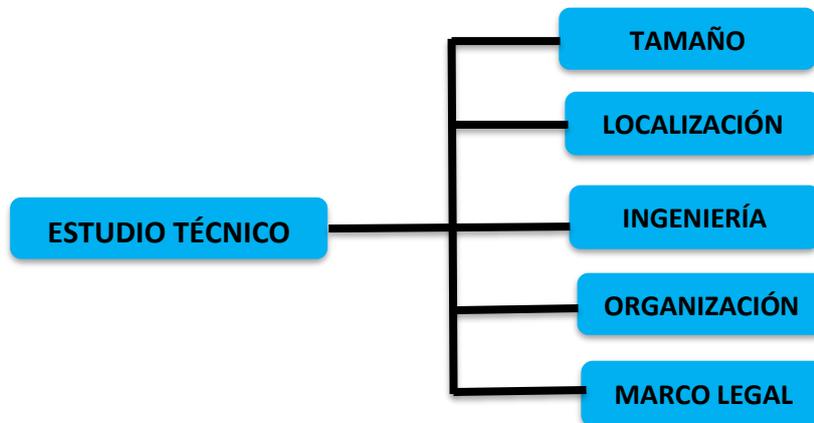
(Córdova, 2011, pág. 106) “El estudio técnico busca responder a los interrogantes básicos ¿cuánto, dónde, cómo y con qué produciría mi empresa?, así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea este un bien o un servicio.”

2.2.5.1 Objetivos del estudio técnico

(Baca, 2010, pág. 74) Los objetivos del análisis técnico-operativo de un proyecto son los siguientes:

- Verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto que se pretende
- Analizar y determinar el tamaño, la localización, los equipos, las instalaciones y la organización óptimos requeridos para realizar la producción.”

2.2.5.2 Estructura del estudio técnico



Fuente: Cómo elaborar proyectos de inversión paso a paso

Autor: Byron Lara

a. Tamaño

(Lara, 2010, págs. 112-113) Se puede definir como la capacidad de producción de un bien o servicio en un período de producción, en una jornada de trabajo normal o un tiempo determinado que puede ser un mes o un año

Tamaño óptimo.- es el que permite alcanzar los objetivos establecido en el diseño del proyecto y que además en la fase de operación demuestran también ser los adecuado.

Factores que influyen en el tamaño de un proyecto:

- Disponibilidad de un capital propio o prestado
- Cantidad demanda que se piensa satisfacer
- Tamaño y la utilización de materias primas
- Tamaño y el tipo de tecnología a usarse

Capacidad

(Lara, 2010, pág. 114) Se define a la capacidad del proyecto como el nivel de producción tope o máximo al que este puede llegar a producir. Existen tres tipos de capacidades:

- **Capacidad diseñada.-** es la capacidad para la que fue diseñada un proyecto
- **Capacidad instalada.-** es la capacidad del diseño del proyecto que en forma efectiva fue implementado
- **Capacidad real.-** es la capacidad real con la que se encuentra operando en realidad el proyecto

b. Localización

(Lara, 2010, págs. 118- 120) Se define como el espacio físico geográfico donde se va a implementar el proyecto y tiene como objetivo encontrar la ubicación más ventajosa para la operación y mantenimiento del mismo, este debe cubrir exigencias prioritarias tales como: minimizar los costos de inversión y maximizar las ganancias.

Factores que influyen en la localización

- Medios y costos de transporte
- Disponibilidad y costo de la mano de obra
- Cercanía de las fuentes de abastecimientos
- Factores ambientales
- Cercanía del mercado
- Costo y disponibilidad de terrenos
- Topografía de suelos
- Estructura impositiva y legal
- Disponibilidad de agua, energía y otros suministros
- Comunicaciones
- Posibilidad de desprenderse de desechos

Tipos de localización

- **Macrolocalización.-** es la localización de tipo general y es a nivel: regional o provincial. Para ello se toma en cuenta: conocimiento de la zona, el tipo de clima, infraestructura mínima, flujos de transporte, etc.
- **Microlocalización.-** es el tipo de localización mucho más específica y puntual, una vez que ya se ha realizado a macrolocalización.

Métodos que se usan para localizar los proyectos

- **Método de calificación de alternativas.-** en una matriz se procede en la primera columna a desglosar los factores de localización, en la columna siguiente se indica la puntuación ideal de cada factor, en la siguiente columna se indica los sitios posibles de localización y se pone su puntaje. Dicho puntaje es conveniente que se la realice a través de la calificación promedio de tres personas que conozcan sobre el tema.
- **Método de calificación por puntos.-** es muy parecido al anterior pero tiene una diferencia muy importante, en este método a cada factor de localización se le otorga un valor ponderado denominado peso asignado.

c. Ingeniería

Se determinan todos los recursos necesarios para cumplir con el tamaño de producción que se haya establecido como óptimo.

(Baca, 2010, pág. 89) “el objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura de organización y jurídica que habrá de tener la planta productiva”.

Se deben determinar los procesos, equipos, recurso humano, mobiliario y equipo de oficina, terrenos, construcciones, distribución de equipo, obras civiles, organización y eliminación o aprovechamiento del desperdicio, etc.

Descripción del producto o servicio.

Es muy importante la descripción y características del producto o servicio a fabricar, las cuales se pueden obtener a través de planos, investigaciones de mercado con los futuros clientes, consultas en los alrededores, vecindario, etc. La importancia de esto radica en que se debe dar el servicio o producir el bien de acuerdo a los gustos y/o preferencias que arrojó el estudio de mercado con respecto a los beneficiarios del proyecto.

Suministros e insumos.

Debe describirse en forma completa las materias primas y materiales a que se emplearán para el proceso de producción. Recuérdese que la calidad del producto depende en gran medida de la calidad de la materia prima utilizada en su elaboración.

Proveedores de los suministros e insumos.

Deben mencionarse qué empresas brindarán la materia prima y materiales necesarios, y de preferencia, indicar si no nacionales o extranjeros.

Tecnología.

Existen factores reiterativos en la etapa de elaboración dentro de una industria, que está implícita en cualquier tecnología seleccionada, y éstos son:

- Operacionalización del proceso, que incluye los requisitos de calidad y estándares de fabricación.
- Uso de la capacidad instalada óptima.
- Fuentes de abastecimiento (suministros e insumos)
- Mano de obra disponible.
- Asistencia técnica que se requiere.
- Experiencia en el uso de la tecnología seleccionada.
- Posibilidad de adecuación e integración a plantas existentes.

La elección de la tecnología a utilizar debe hacerse con relación a los procesos, la capacidad de producción, la maquinaria y equipo, los desechos industriales y aspectos relativos a la propiedad intelectual. Todo proyecto, dependiendo de su naturaleza, necesitará de uno o varios asesores o consultores en el aspecto técnico que planificarán los equipos y maquinaria, recursos humanos y procesos a emplear.

Proceso productivo.

(Baca, 2010, pág. 89) “el proceso de producción es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de insumos para convertirlos en

productos mediante una determinada función de producción”. Lo anterior lo representa Gabriel Baca Urbina en forma simplificada en el siguiente esquema:



Fuente: Cómo elaborar proyectos de inversión paso a paso

Autor: Byron Lara

Donde tenemos que:

El estado inicial incluye:

- **Insumos**

Constituyen aquellos elementos sobre los cuales se efectuará el proceso de transformación para lograr el producto final.

- **Suministros**

Compuesto por los recursos necesarios para realizar el proceso de transformación.

El proceso transformador:

- **Proceso**

Es el conjunto de operaciones que realizan el personal y la maquinaria para elaborar el producto final.

- **Equipo productivo**

Conjunto de maquinaria e instalaciones necesarias para realizar el proceso transformador.

- **Organización**

Recurso humano necesario para realizar el proceso productivo.

Producto final:

- **Productos**

Bienes finales resultado del proceso de transformación.

- **Subproductos**

Productos obtenidos no como objetivo principal del proceso de transformación, pero con cierto valor económico.

- **Residuos o desechos**

Son consecuencia del proceso, ya sea con o sin valor.

Al elaborar cualquier bien es necesario conocer las actividades a llevar a cabo para obtener lo que deseamos de acuerdo a las necesidades. La maquinaria y equipo establecen la capacidad de producción en una industria, donde normalmente el equipo se dispone de acuerdo al proceso. El proceso de producción está compuesto por operaciones, las cuales deben describirse paso a paso para obtener el bien deseado

d. Organización

(Lara, 2010, pág. 142) La organización de un proyecto debe estar formada por los elementos indispensables para el buen funcionamiento del mismo, esto implica que debe tener una organización operativamente efectiva y eficaz, que permita el proceso productivo y de comercialización en forma que se cumplan con los objetivos de producción y mercadeo para los que fue diseñado el proyecto.

Elementos de la organización de un proyecto

- **Misión.-** (Rodríguez, 2001, pág. 145) “es una declaración duradera del propósito de la organización, que la diferencia de otras empresas similares, es una declaración de la razón de ser”
- **Visión.-** (Rodríguez, 2001, pág. 151) “es la más significativa ambición empresarial, que se va construyendo día a día, a través del esfuerzo planeado y coordinado de todas las personas que colaboran en el empresa” esto aplicado a los proyectos significa el cómo se ve el proyecto a través del paso del tiempo y a dónde se quiere llegar con la implementación del mismo.
- **Organigrama estructural.-** (Lara, 2010, pág. 145) es un gráfico de la organización del proyecto y permite representar a la estructura organizativa de este. El organigrama señala la vinculación que existe entre los departamentos diseñados en el estudio de factibilidad del proyecto.

Los organigramas estructurales para ser elaborados deben representar los siguientes elementos:

- La división de funciones
 - Los niveles jerárquicos
 - Las líneas de autoridad y responsabilidad
 - Los canales formales de comunicación
 - Los responsables o jefes departamentales
 - Las relaciones entre los diferentes puestos y jerarquías en el proyecto
-
- **Organización funcional.-** implica diseñar las operaciones y funciones que debe realizar el proyecto así como cada uno de los recursos humanos que van a conformar la organización del proyecto, que acciones van a ejecutar cada uno de estos y su forma de apoyo en las operaciones normales del mismo.
 - **Perfil del puesto.-** son las características idóneas que debe tener cada miembro que conforme la organización del proyecto para que pueda cumplir con las funciones asignadas de la mejor manera

e. **Marco legal**

(Lara, 2010, págs. 148-149) Esto se refiere a todos los requerimientos de orden legal y tributarios necesarios para el funcionamiento del proyecto diseñado y elaborado. Este análisis es indispensable pues se debe verificar la factibilidad legal de la construcción y operación del proyecto.

Para establecer el marco legal del proyecto primero se debe definir qué tipo de empresa va a constituir el proyecto diseñado, luego se debe establecer los permisos legales para que se tenga la autorización de construir el proyecto y posteriormente pueda operar sin problemas y se debe establecer los tiempos demora y los costos de cada uno de los trámites legales para operar el proyecto.

2.2.6 Estudio económico financiero.

(Córdova, 2011, pág. 186) En el marco financiero se especifican las necesidades de

recursos a invertir, con detalles de las cantidades y fechas para los diversos ítems señalados, su forma de financiación (aporte propio y créditos) y las estimaciones de ingresos y egresos para el período de vida útil del proyecto. El marco financiero permite establecer los recursos que demanda el proyecto, los ingresos y egresos que generará y la manera como se financiará.

2.2.6.1 Inversiones del proyecto

Inversión fija

(Córdova, 2011, págs. 191-192) Es conveniente especificar y clasificar los elementos requeridos para la implementación del proyecto (capital fijo), así:

- **Terrenos**, incluyendo los costos de los trabajos preparativos como estudios de suelos, nivelación del terreno, el drenaje, la excavación, vías de acceso, etc.
- **Construcciones**, con indicación de los edificios de la planta, edificios para las oficinas, y servicios auxiliares como almacenes, laboratorios, talleres, garajes y en ocasiones edificios sociales. En estos costos se deben incluir los servicios profesionales, los planos y las licencias de construcción.
- **Maquinaria y equipo**, rubro que comprende los bienes necesarios para la producción y los servicios de apoyo como el laboratorio, la planta de energía, talleres de mantenimiento, unidades para transporte y oficinas o departamentos.
- **Vehículos**, correspondiente a los equipos de movilización interna y externa, tanto de pasajeros como de carga, ya sea para el transporte de insumos o de los productos destinados a los consumidores.
- **Muebles y enseres**, para la dotación de las oficinas e instalaciones previstas, detallando los costos con base en las cotizaciones.

Inversión diferida

Los activos intangibles están referidos al conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento, e incluyen investigaciones preliminares, gastos de estudio, adquisición de derechos, patentes de invención, licencias, permisos,

marcas, asistencia técnica, gastos preoperativos y de instalación, puesta en marcha, estructura organizativa, etc.

Con los anteriores rubros valorados en unidades monetarias actualizadas, se elabora un cuadro que oriente su cálculo.

Capital de trabajo inicial

El capital de trabajo, que contablemente se define como la diferencia entre el activo circulante y pasivo circulante, está representado por el capital adicional necesario para que funcione una empresa, es decir, los medios financieros necesarios para la primera producción mientras se perciben ingresos: materias primas, sueldos y salarios, cuentas por cobrar, almacén de productos terminados y un efectivo mínimo necesario para sufragar los gastos diarios de la empresa. Su estimación se realiza basándose en la política de ventas de la empresa, condiciones de pago a proveedores, nivel de inventario de materias primas, etc.

Se conocen también como las necesidades de capital de trabajo que requiere el proyecto para comenzar su operación, ubicando los costos de los materiales (conociendo su rotación), transportes, desplazamientos y mano de obra, sueldos, arrendamiento, servicios públicos, mantenimiento, etc., determinando, ante todo, los elementos de costo significativos dentro del proceso de operación del proyecto.

Inversión total

Aquí se debe hacer una adecuada presentación de la información financiera teniendo en cuenta la realización de un cómputo de los costos correspondientes a la inversión fija, la inversión diferida y al capital de trabajo necesario para la instalación y operación del proyecto.

2.2.6.2 Presupuestos de ingresos y gastos

(Córdova, 2011, págs. 195-197) Presenta el análisis descriptivo de los ingresos y gastos presupuestados en el tiempo, de tal forma que facilite el establecimiento del flujo de caja

proyectándolo durante la vida útil del proyecto. En la elaboración de los presupuestos se tiene en cuenta la información recolectada en los estudios de mercado, estudio técnico y la organización del proyecto, ya que unos originan los ingresos y otros los gastos e inversiones.

En la elaboración de los presupuestos se deben seguir los siguientes pasos:

- Revisión de la información básica: estudio de mercado, situación económica general, perspectivas del sector y tendencia histórica.
- Formulación de las bases para las proyecciones: a partir de las proyecciones del estudio de mercado, y teniendo en cuenta las políticas financieras fijadas, se establecen los criterios para la preparación de los presupuestos.
- Preparación de los principales presupuestos: gastos de inversión, gastos de operación, ingresos de capital, ingresos de operación, ingresos no operacionales y necesidades de financiamiento, que comprenden, entre otros, ventas, costos de ventas, gastos de administración y ventas, gastos financieros, otros ingresos y egresos, provisiones para impuesto de renta, activos fijos, capital, reservas, dividendos.
- Presentación de los estados financieros: entre los que se tienen estado de pérdidas y ganancias, flujo de caja, balance general y flujo neto.

2.2.6.3 Proyección de los ingresos

Se debe elaborar, durante la vida útil del proyecto, una proyección de los ingresos que garantice el cumplimiento de las obligaciones que se generan con la ejecución del proyecto, clasificando los ingresos en cuatro grupos como son:

- Ingresos de operación. Esta información parte de las variaciones de la demanda y de los precios del producto previstos en el estudio del mercado y presenta la estimación de los ingresos por ventas, año por año.
- Ingresos no operativos. Indican todos los demás tipos de ingresos que no corresponden a las operaciones normales del negocio, tales como la colocación de activos financieros, ventas de activos fijos y valor de salvamento, entre otros.
- Ingresos de capital. Cuantificando los aportes que se han fijado los inversionistas, y las

disponibilidades de capital, sumándolas y presentando la información anual durante la vida del proyecto.

- **Ingresos totales.** Que consiste en la cuantificación año por año de los ingresos que se percibirán durante la vida útil del proyecto. Esta información es base para la evaluación a términos reales del valor presente neto del proyecto, así como para conocer el superávit o déficit que arrojará la diferencia entre los ingresos totales y los costos totales, facilitando dos tipos de decisiones: si hay superávit, en políticas de inversión y mejoramiento de la rentabilidad, y si por el contrario se presenta déficit, se dan las bases para el financiamiento adicional.

2.2.6.4 Proyección de los egresos

Los egresos se distribuyen en tres renglones, así:

- **Egresos de operación.** Partiendo de los datos que sirvieron de base para el cálculo de la capacidad instalada, en el estudio técnico, se puede prever el costo operacional en los años de vida útil del proyecto (costo de venta, gastos administrativos y gastos de ventas). La suma debe presentarse para cada año.
- **Egresos de inversión.** Para los cuales se utilizan los datos que están discriminados en el calendario de inversiones y montaje analizados en el estudio técnico; se hacen las sumas anuales y se establecen los diferentes rubros para los años respectivos.
- **Otros egresos.** Son aquellos gastos que no obedecen a las operaciones habituales de la empresa tales como multas, demandas, pérdidas en colocación de activos financieros, entre otros.

2.2.6.5 Presentación de los presupuestos

(Córdova, 2011, págs. 198-203) Para la elaboración de los presupuestos se parte del estudio de mercado, el estudio técnico, la organización del proyecto, las políticas financieras y de los precios de los bienes o servicios que se ofrecerán.

- **Presupuesto de venta.** Es la determinación de la cantidad de artículos que la empresa desea vender y que el consumidor estaría en capacidad de adquirir a un precio determinado.

- **Presupuesto de producción.** Hace referencia a la cantidad que se debe producir para satisfacer las ventas planeadas, dejando un margen razonable para satisfacer las futuras ventas o ventas no previstas, teniendo en cuenta las siguientes variables:
 - Ventas esperadas según el presupuesto de ventas.
 - El inventario final esperado teniendo en cuenta las políticas de inventario.
 - El inventario inicial que se haya estimado.

- **Presupuesto de materiales.** Determina el número de unidades de materiales que serán necesarias para la producción de una cantidad de bienes o prestación de servicios, teniendo en cuenta:
 - Número de unidades a producir.
 - Número de unidades de cada tipo de materiales necesarios en cada producto.
 - Inventario final esperado.
 - Inventario inicial de materiales.
 - Precio de compra de los materiales.

- **Presupuesto de mano de obra directa.** Comprende la determinación de los requerimientos de personal por el tiempo necesario para la producción de los bienes o servicios requeridos, a partir del proceso de producción con sus movimientos y tiempos, definidos en la ingeniería del proyecto, teniendo en cuenta los siguientes aspectos:
 - Producción requerida.
 - Personal necesario.
 - Tiempo empleado.
 - Remuneración al personal por el tiempo requerido.

- **Presupuesto de costos indirectos de fabricación.** Incluye aquellos elementos que participan en el proceso de producción, pero que no son ni materia prima ni mano de obra directa. Incluyen una gran variedad de conceptos con características

heterogéneas y que se clasifican como variables y fijos.

- **Presupuesto de costo de venta.** En las empresas de transformación, el costo de venta incluye:
 - Inventario inicial de productos terminados.
 - Más costos de producción (materia prima, mano de obra directa, costos indirectos de fabricación y costo consumido de producto en proceso).
 - Menos inventario final de productos terminados.
 - Costo de venta.

Para las empresas comerciales, el costo de venta incluye:

- Inventario inicial de mercancías.
 - Más compras de mercancías.
 - Menos inventario final de mercancías.
 - Costo de la mercancía vendida.
-
- **Presupuesto de gastos de administración y ventas.** Incluyen los diferentes elementos que conforman estos gastos, los cuales son de distinta naturaleza y entre los que se encuentran:
 - Sueldos y prestaciones del personal administrativo.
 - Sueldos y prestaciones del personal de ventas.
 - Depreciación de activos del área administrativa.
 - Depreciación de activos del área de ventas.
 - Amortización de diferidos.
 - Comisiones en ventas.
 - Papelería y útiles de oficina.
 - Elementos de aseo.
 - Servicios públicos.
 - Publicidad.
 - Arrendamiento.
 - Impuestos.
 - Seguros.

- Vigilancia.
- Provisiones.
- **Presupuesto de gastos financieros.** Contempla aquellos intereses que se originan en la financiación de las inversiones de la empresa y los resultados deficitarios durante la vida útil del proyecto. Esta información se obtiene de las tablas de amortización de los créditos.
- **Presupuesto de otros ingresos.** Se contemplan aquellos ingresos que no corresponden a las operaciones habituales de la empresa y que por lo tanto no obedecen a su razón social. Entre éstos se pueden destacar:
 - Rendimientos financieros.
 - Ventas de activos.
 - Rendimientos de inversiones temporales.

2.2.6.6 Punto de equilibrio

En este análisis de punto de equilibrio se quiere resaltar su importancia dentro del estudio del proyecto, en el manejo de los egresos de operación, para sacar conclusiones que faciliten la toma de decisiones en relación con su manejo financiero.

En el punto de equilibrio intervienen los costos fijos, los costos variables, los costos totales y los ingresos totales. El punto de equilibrio se establece tanto en unidades monetarias (Pu) como en unidades producidas o vendidas (Qu).

La fórmula que representa el cálculo de las unidades vendidas (Qu) se establece de la siguiente manera:

VENTAS = costos fijos + costos variables

$$(P \times Q_u) = CF + (CV \times Q_u)$$

$$(P \times Q_u) - (CV \times Q_u) = CF ; \quad Q_u (P - CV) = CF$$

$$Q_u = \frac{CF}{P - CV} ; \quad \begin{array}{l} P = \text{Precio de venta} \\ CV = \text{Costos variable unitario} \end{array}$$

De manera similar se puede calcular el punto de equilibrio en las unidades monetarias (Pu), partiendo de la ecuación: $V = CF + CV$.

Dado que el precio de venta y los costos variables por unidad se asumen constantes en el análisis de punto de equilibrio, la relación CV/V es también constante, ya que el CV es un porcentaje constante de las ventas.

La ecuación $V = CF + CV$, multiplicando y dividiendo por V y haciendo factor común, se expresa:

$$V = CF + \frac{V \cdot (CV)}{V}; \quad V - V \cdot \frac{CV}{V} = CF; \quad V \left(1 - \frac{CV}{V}\right) = CF$$

$$\text{Entonces el punto de equilibrio en ventas es: } = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

2.2.6.7 Estados Financieros proyectados

(Córdova, 2011, págs. 209 - 215) Conociendo las políticas financieras de la empresa, a partir de la información contenida en los diferentes presupuestos y teniendo como base los estados financieros históricos (si los hay), se elabora el estado de pérdidas y ganancias, el flujo de caja y el balance general para cada uno de los períodos de vida útil del proyecto.

Estado de pérdidas y ganancias proyectado

Mide las utilidades de la unidad de producción o de prestación de servicios durante el período proyectado. Como ingresos usualmente se toman en cuenta las ventas realizadas y como costos lo concerniente al costo de producción, gastos de administración y ventas e intereses por concepto de préstamos; igualmente, se deduce la cuota por depreciación y amortización de activos.

Flujo de caja

El objetivo de este flujo de efectivo es analizar la viabilidad financiera de la empresa o del proyecto desde el punto de vista de la generación suficiente de dinero para cumplir sus obligaciones financieras y de efectivo para distribuir entre los socios; además, como condición sine qua non para medir la bondad de la inversión.

Existen cuatro elementos básicos que componen el flujo de caja:

- Ingresos de operación.
- Egresos de inversión.
- Egresos de operación.
- Valor de salvamento.

Es importante especificar claramente el punto de vista desde el cual se realizará la evaluación del proyecto: si es la rentabilidad del proyecto sin financiamiento, si es para los accionistas, si es para el gobierno o para la sociedad como un todo; por lo tanto, el flujo de caja debe ser cuidadosamente definidos desde cada aspecto:

- Flujo de caja del proyecto sin financiamiento. Se denomina flujo del proyecto y se supone que la totalidad de la inversión proviene de fuentes propias; puede calcularse antes de impuestos y después de impuestos
- Flujo de caja del proyecto financiado. Este flujo se diferencia del anterior en que incorpora las fuentes de financiamiento del proyecto, se registra como inversión el aporte propio y se incluye el costo de servicio de la deuda. La depreciación y amortización no son erogaciones de efectivo; en consecuencia, no se consideran en dicho flujo.
- Flujo de caja de los accionistas. Este flujo permite medir la viabilidad financiera del proyecto para los accionistas, es decir, en función de los fondos que ellos aportan, siempre y cuando sea deducido el mínimo de caja necesario para operar. Este flujo está compuesto por tres elementos: aporte accionario (Egreso), dividendos recibidos (Ingresos) y valor de salvamento (Ingresos).

Balance General. Aunque no es un estado financiero muy relevante con respecto al cálculo de la rentabilidad, es importante considerarlo ya que en él se refleja la situación patrimonial de la empresa.

Flujo Neto. El flujo neto establece los ingresos reales del proyecto, ya que en la utilidad neta que resulta del estado de pérdidas y ganancias se debe tener en cuenta que se han hecho unos egresos como la depreciación de activos fijos y la amortización de activos diferidos, que no implican la salida de efectivo de caja, los cuales se deben adicionar, para conocer la real situación de los ingresos del proyecto, a partir de los cuales se puede hacer su evaluación financiera. De esta manera se tiene que:

Utilidad neta
+ Depreciación
+ Amortización
= Flujo neto

2.2.6.8 Financiamiento

(Córdova, 2011, págs. 216 - 218) La decisión acerca de llevar cabo o no el proyecto es la primera que debe tomar la entidad que lo impulsa. Si en la evaluación el mismo resulta conveniente, surge una segunda decisión: su financiamiento.

La decisión de financiar el proyecto significa determinar de qué fuentes se obtendrán los fondos para cubrir la inversión inicial y, eventualmente, quién pagará costos y recibirá los beneficios del proyecto.

Los principales efectos del financiamiento son: aumento de los costos, mayor rigidez en los costos y diferente distribución de los ingresos netos del proyecto.

Estructura y fuentes de financiamiento

Determina el origen, la cronología y la forma de participación prevista en el financiamiento total del proyecto, según se indica a continuación:

- Orígenes del financiamiento. Aquí se citan, de manera descriptiva y escueta, las fuentes de financiamiento para el capital fijo y el capital de trabajo, clasificándolas según sean: capital propio, crédito, recursos de operación y aportes extraordinarios.

- Distribución en el tiempo. Según el calendario de inversiones y el programa de trabajo, describa los períodos en que se debe hacer efectivo el financiamiento para que coincida con las necesidades del proyecto y así éste no sufra retardos.
- Modalidades de crédito. Si hay necesidad de acudir al crédito porque no alcanzó la formación de capital propio. Es necesario, por lo tanto, especificar las modalidades de crédito, dando la siguiente información: entidad, monto, tasa de interés, plazo de amortización, garantías exigidas, etc. Con esto se quiere seleccionar la mejor modalidad de crédito que le convenga al proyecto. Es así como se deben analizar y estudiar distintas fuentes (crédito de fomento, incentivos de exportación, endeudamiento financiero, importación, etc.).

2.2.6.9 Evaluación

La evaluación de un proyecto significa analizar el proceso de transformación, de cambio o de mudanza y valorar su significado. En este análisis es necesario obtener y comparar magnitudes, someterlas a juicio y conseguir resultados concretos que señalen cómo se debe proseguir en la transformación de una situación y a costa de qué esfuerzo.

Evaluación financiera

Con la finalidad de determinar las bondades del proyecto, como base para la toma de decisiones de inversión, se deben presentar en primer lugar las proyecciones de los estados financieros ganancias y pérdidas, flujo de caja para planificación financiera, balance general y flujo neto de efectivo para medir la rentabilidad de la inversión. Las proyecciones pueden realizarse a precios constantes y/o corrientes; para las últimas deben establecerse y justificarse previamente las hipótesis asumidas para la escalada interna de precios en los diversos componentes de inversión, costos e ingresos.

La rentabilidad de un proyecto se puede medir de muchas formas distintas: en unidades monetarias, en porcentaje o en tiempo que demora la recuperación de la inversión. Todas ellas se basan en el concepto del valor del dinero en el tiempo, que considera que siempre existe un costo asociado a los recursos que se utilizan en el proyecto, ya sea de oportunidad (otros usos) o financiero (préstamo).

Técnicas de evaluación financiera

- **Período de Recuperación de la Inversión (PRI)**

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial. El proceso es muy sencillo: se suman los flujos futuros de efectivo de cada año hasta que el costo inicial del proyecto de capital quede por lo menos cubierto. La cantidad total de tiempo que se requiere para recuperar el monto original invertido, incluyendo la fracción de un año en caso de que sea apropiada, es igual al período de recuperación.

Este indicador presenta las siguientes características:

- Se interpreta como el tiempo necesario para que el proyecto recupere el capital invertido.
- Mide la rentabilidad en términos de tiempo.
- No considera todos los flujos de fondos del proyecto, ya que ignora aquellos que se producen con posterioridad al plazo de recuperación de la inversión.
- No permite jerarquizar proyectos alternativos.
- No considera los flujos de fondos adecuadamente descontados.
- La regla de decisión es la siguiente: aceptar los proyectos con $PRI < p$, siendo p el plazo máximo de corte previamente definido.

Para su cálculo se puede dividir la inversión inicial entre los ingresos promedios de caja obtenidos en la vida útil del proyecto.

$$PRI = \frac{\text{Inversión inicial}}{\text{Ingresos promedios}}$$

- **Valor presente neto (VPN o VAN)**

El valor presente neto es simplemente la suma actualizada al presente de todos los beneficios, costos e inversiones del proyecto. A efectos prácticos, es la suma actualizada

de los flujos netos de cada período.

El valor presente neto es el método más conocido y el más aceptado. Mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja proyectados a partir del primer período de operación y le resta la inversión total expresada en el momento cero.

Interpretación

Valor	Significado	Decisión a tomar
VAN > 0	La inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida (r)	El proyecto puede aceptarse
VAN < 0	La inversión produciría ganancias por debajo de la rentabilidad exigida (r)	El proyecto debería rechazarse
VAN = 0	La inversión no produciría ni ganancias ni pérdidas	Dado que el proyecto no agrega valor monetario por encima de la rentabilidad exigida (r), la decisión debería basarse en otros criterios, como la obtención de un mejor posicionamiento en el mercado u otros factores

$$VAN = \sum_{n=1}^t \frac{F_n}{(1+r)^n} + I_0$$

Donde:

F_n : flujo de beneficios (o costos) netos para el período t .

i : la tasa de descuento pertinente.

t : el horizonte del proyecto.

I_0 : la inversión inicial (las inversiones que se realizan en un período t están incluidas).

F_t : éste es un término que resta, pues representa una salida de recursos.

Matemáticamente la ecuación del valor presente se define como:

$$VPN(i) = \sum_{t=0}^{t=n} (I_t - E_t) (1+i)^{-t} - \sum_{t=0}^{t=n} K_t (1+i)^{-t}$$

Donde:

I_t = ingreso efectivamente de caja en el período t.

E_t = egresos[†] pagados de caja en el período t.

i = tasa de interés de actualización.

K_t = inversión realizada en el período t.

n = vida útil del proyecto.

VPN = valor presente neto.

Igualmente, $VPN = 3(\text{VP Ingresos netos (TIO)} - \text{Inversión inicial})$

$$VPN = \sum \frac{F_n}{(1+i)^{-n}} - \text{Inversión inicial}$$
$$V.P.N. = R \frac{1 - (1+i)^{-n}}{i} - \text{Inversión inicial}$$

Donde:

TIO = i = Tasa de interés de oportunidad del inversionista o costo del dinero.

F_n = Futuros flujos netos de efectivo durante la vida útil del proyecto.

R = Futuros flujos netos de efectivo iguales.

- **Razón beneficio costo (RBC)**

La razón beneficio costo, también llamada índice de productividad, es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial. Este índice se usa como medio de clasificación de proyectos en orden descendente de productividad. Si la razón beneficio costo es mayor que 1, entonces acepte el proyecto.

$$RBC = \frac{\sum \text{VP Ingresos Netos (TIO)}}{\text{Inversión Inicial}}$$

- **Tasa interna de retorno (TIR)**

La tasa interna de retorno, conocida como la TIR, refleja la tasa de interés o de

rentabilidad que el proyecto arrojará período a período durante toda su vida útil.

¿Cuál es el criterio de aceptación/rechazo de proyectos que propone la TIR? La TIR se compara con la tasa de interés relevante (es decir, con la rentabilidad de la mejor alternativa de uso de los recursos que se emplean en el proyecto) y se aceptan todos aquellos en los que la TIR es igual o superior: Así:

- Si un proyecto tiene $TIR > \text{Tasa de interés de oportunidad}$, entonces se puede aceptar.
- Si la $TIR < \text{Tasa de interés de oportunidad}$, se rechaza.
- Si la $TIR = \text{Tasa de interés de oportunidad}$, hay indiferencia frente al proyecto

Matemáticamente se define como aquella tasa que se aplica a los valores presentes netos de la inversión, o sea, a las diferencias entre los ingresos y egresos de cada período de vida útil del proyecto.

Dada la ecuación:

$$\sum_{t=0}^{t=n} (I_t - E_t) (1 + TIR)^{-t} - \sum_{t=0}^{t=n} K_t (1 + TIR)^{-t} = 0$$

Donde:

I_t = ingresos efectivamente entrados en caja en el período t.

E_t = egresos efectivamente pagados en el período t.

K_t = monto de la inversión realizada en el período t.

TIR = tasa interna de retorno.

n = vida útil del proyecto, incluido el período de la inversión.

Es conveniente considerar la inversión como realizada en una misma fecha con el propósito de facilitar el cálculo. Sin embargo, si la inversión se define durante un período bastante largo, por ejemplo la financiación de una máquina en cuotas a pagar, sumará egresos y sólo contemplará como inversión la cuota inicial.

La ecuación quedará:

$$\sum_{t=0}^{t=n} (I_t - E_t) (1 + TIR)^{-t} - K = 0$$

Hasta aquí se ha enmarcado la TIR dentro de un contexto general y cualitativo que dificulta su cálculo; de allí que se deba recordar cómo un proyecto de inversión tiene, además de su TIR, dos tasa de interés que es objeto de análisis antes de su evaluación. Todo inversionista tiene una tasa superior que le ayuda a definir la rentabilidad promedio de un proyecto dentro de un sector específico. Es así como se dice que un proyecto puede tener más de una tasa de retorno, las cuales deben ser consideradas como resultado de hacer análisis matemático a la ecuación anterior; de tal forma que la TIR aproximadamente será

$$TIR \text{ (aproximada)} = j + Dsj \frac{\sum_{t=0}^{t=n} (I_t - E_t)}{\sum_{t=0}^{t=n} (I_t - E_t) - VPN(j)}$$

Donde:

j: tasa inferior. Contemplada por el inversionista como mínima para recuperar su inversión.

s: tasa superior. La cual es conocida como rentable para los proyectos similares de inversión.

Podemos entonces decir que:

$$VPN(TIR) = 0 = \sum_{t=0}^{t=n} (VP \text{ Ingresos netos (TIR)} - \text{Inversión inicial}) = 0$$

La TIR se puede conseguir ensayando con diferentes tasas de interés hasta conseguir aquella con la que se cumpla la ecuación anterior o también utilizando una calculadora financiera a la cual se le suministra la información arrojando el resultado directamente

2.2.7 Empresa

2.2.7.1 Clasificación de las empresas

a) Por sectores económicos

- **Mineras:** Dedicadas a explotar recursos naturales
- **Servicios:** Entregarle sus servicios o la prestación de estos a la comunidad. Ejemplo: Clínicas, salones de belleza, transportes.
- **Comercial:** Desarrolla la venta de los productos terminados en la fábrica. Ejemplo: Cadenas de almacenes
- **Agropecuaria:** Explotación del campo y sus recursos. Ejemplo: Hacienda, agroindustria
- **Industrial:** Transforma la materia prima en un producto terminado. Ejemplo: Ingenio San Carlos
- **Financieras:** Se dedican a la captación de dinero de los ciudadanos para luego negociarlo a valor futuro

b) Por su tamaño

- **Grande:** Su constitución se soporta en grandes cantidades de capital, un gran número de trabajadores y el volumen de ingresos al año, su número de trabajadores excede a 100 personas.
- **Mediana:** Su capital, el número de trabajadores y el volumen de ingresos son limitados y muy regulares, número de trabajadores superior a 20 personas e inferior a 100.
- **Pequeñas:** Se dividen a su vez en.
 - **Pequeña:** Su capital, número de trabajadores y sus ingresos son muy reducidos, el número de trabajadores no excede de 20 personas.
 - **Micro:** Su capital, número de trabajadores y sus ingresos solo se establecen en cuantías muy personales, el número de trabajadores no excede de 10 (trabajadores y empleados).
 - **Famiempresa:** Es un nuevo tipo de explotación en donde la familia es el motor del negocio convirtiéndose en una unidad productiva.

c) **Por el origen del capital**

- **Público:** Su capital proviene del Estado o Gobierno. Ejemplo: Alcaldía de Naranjal, Gobernación del Guayas.
- **Privado:** Son aquellas en que el capital proviene de particulares. Ejemplo: Sociedades comerciales.
- **Economía Mixta:** El capital proviene una parte del estado y la otra de particulares.

d) **Por la explotación y conformación de su capital.**

- **Multinacionales:** En su gran mayoría el capital es extranjero y explotan la actividad en diferentes países del mundo (globalización).
- **Grupos Económicos:** Estas empresas explotan uno o varios sectores pero pertenecen al mismo grupo de personas o dueños.
- **Nacionales:** El radio de atención es dentro del país normalmente tienen su principal en una ciudad y sucursales en otras.

Locales: Son aquellas en que su radio de atención es dentro de la misma localidad.

e) **Por el pago de impuestos**

- **Personas Naturales:** El empresario como Persona Natural es aquel individuo que profesionalmente se ocupa de algunas de las actividades mercantiles, la Persona Natural se inscribe en la Cámara de Comercio, igualmente se debe hacer con la Matrícula del Establecimiento Comercial.

Están obligados a pagar impuestos, su declaración de renta aquí le corresponde a trabajadores profesionales independientes y algunos que ejercen el comercio. Los libros que se deben inscribir ante Cámara y Comercio son: Libro de Registro de Operaciones Diarias, Libro de Inventario y de Balances y Libro Mayor y de Balances.

- **Sucesiones indivisas:** En este grupo corresponde a las herencias o legados que se encuentran en proceso de liquidación.
- **Régimen Simplificado:** Pertenecen los comerciantes que no están obligados a llevar contabilidad.
- **Régimen Común:** Empresas legalmente constituidas y sobrepasan las limitaciones del régimen simplificado, deben llevar organizadamente su contabilidad.

- **Contribuyente Especial:** Agrupa el mayor número de empresas con capitales e ingresos compuestos en cuantías superiores de miles de dólares. Son las más grandes e importantes del país, no solo por su tamaño sino también por su movimiento económico

f) **Por el número de propietarios**

- **Individuales:** Su dueño es la empresa, por lo general es él solo quien tiene el peso del negocio.
- **Unipersonales:** Se conforma con la presencia de una sola Persona Natural o Jurídica, que destina parte de sus activos para la realización de una o varias actividades mercantiles.
- **Sociedades:** Todas para su constitución exigen la participación como dueño de más de una persona lo que indica que mínimo son dos (2) por lo general corresponden al régimen común, y son regentadas por la superintendencia de compañías.

g) **Por la función social**

- **Con Ánimo de Lucro:** Se constituye la empresa con el propósito de explotar y ganar más dinero.
- **Trabajo Asociado:** Grupo organizado como empresa para beneficio de los integrantes.
- **Sin fines de Lucro:** Aparentemente son empresas que lo más importante para ellas es el factor social de ayuda y apoyo a la comunidad.
- **Economía Solidaria:** En este grupo pertenecen todas las cooperativas sin importar a que actividad se dedican lo más importante es el bienestar de los asociados y su familia

2.2.7.2 Cómo crear una empresa en Ecuador

(El Emprendedor, 2015) **Manifiesta que:**

1) Darle un nombre a la empresa. Cuando ya lo hayas pensado dirígete a la Súper Intendencia de Compañía para reservarlo, o enterarte de que ya está ocupado. En caso de que no esté registrado por otra persona tienes un plazo de 30 días de reserva, si lo necesitas puedes ampliar este plazo haciendo una petición expresa de más tiempo.

Después tienes que acercarte a cualquier banco para abrir una Cuenta de Integración de Capital, con un mínimo de 200 dólares cual fuera que sea el tipo de negocio.

2) Escritura de la Constitución de la Compañía. Este documento debe redactarlo un abogado, por su alto contenido de información detallada. Luego de eso, tiene que ser elevado a instrumento público para que sea inscrito en una notaría.

3) Registro mercantil. Cuando ya esté aprobada la Constitución de la Compañía esta debe ser ingresada a la Súper Intendencia de Compañías, que la revisará mediante su departamento jurídico. En caso de que exista algún error, será devuelta para realizar las correcciones correspondientes. De ser aprobado, el documento debe pasar al Registro Mercantil junto a una carta en la que se especifique el nombre del representante legal de la empresa. Al momento de estar inscrita en esta dependencia la compañía ya habrá nacido legalmente.

4) Súper de compañías. Cuando la constitución de la compañía haya sido inscrita en el Registro Mercantil los papeles deben regresar a la Súper Intendencia de Compañías, para que la inscriban en su libro de registro.

5) Crear el RUC de tu empresa como último paso.

2.2.8 Evento

2.2.8.1 División de los eventos y sus características

(Backstage service, 2015) Manifiesta que:

Este mercado tiene tres divisiones fundamentales, estas son:

- **Eventos Sociales:** principalmente destinados a “la diversión de los invitados”, se los puede realizar en salones, al aire libre, o en la propia casa, decorando un ambiente agradable, acogedor y cómodo para cada uno de los asistentes.
- **Eventos Corporativos:** completamente encaminados a vincular, incentivar, capacitar, promover, promocionar, comunicar, a las empresas con sus asociados, trabajadores, clientes y al público en general. Por su grado de complejidad requieren de compañías con una mayor infraestructura tanto técnica como humana, que

permita integrar todas las ramas audiovisuales para hacer llegar su mensaje y / o producto a los asistentes del evento.

- **Eventos públicos y / o populares:** mejor conocidos como eventos masivos que en su mayoría son conciertos, festividades, ferias, desfiles, concursos y eventos culturales.

A la hora de planificar su evento y / o encontrar a la compañía que le ayudara con el mismo, deberá tener en cuenta el tipo de evento que se quiere. Por esto, tendremos que separar la clasificación del evento del tipo o temática. Dándonos así una mejor idea o clasificación del mismo.

La primera clasificación se encontrara dividida en:

- **Por su tamaño:** en pequeños, mediano, grandes y mega eventos
- **Por su lugar de desarrollo:** siendo estos al aire libre, lugar cerrado, en provincia
- **Por su tipo:** Sociales, masivos y / o populares, religiosos, culturales, deportivos, empresariales o corporativos
- **Eventos sociales:** nacimiento, cumpleaños, casamientos, aniversarios, fiestas benéficas, desfiles, fiesta de egresados, fiesta de grupos de pertenencia, fiesta de despedida, eventos infantiles, despedida de solteros, fiesta de reencuentros, fiesta de 15 y 18 años, fiestas comunitarias organizadas por entidades civiles, pequeñas sorpresas, fiestas de fin de año, fiestas privadas, día del niño, fiestas temáticas (Halloween, tropical, disfraces, etc.)
- **Eventos empresariales o corporativos:** Ferias, cumbres, congresos , convenciones, exposiciones, seminarios, lanzamiento de productos, conferencias de prensa, workshops, visita de extranjeros a la empresa, inauguraciones, aniversario de la empresa, family day, celebración de fin de año, desayunos, almuerzos y cenas de trabajo.
- **Eventos Religiosos** Bautizos, comuniones, casamientos, navidad, pascua, jubile, bar y bat mitzvá, pesaj, januca, santoral, retiros religiosos, convivencias, estadías de descanso, cursillos religiosos, capítulos, campamentos religiosos.
- **Eventos Populares:** Conciertos, desfiles, concursos, festivales.

- **Eventos culturales:** actos culturales conmemoraciones, cocktail, espectáculos artísticos, muestra de arte, inauguraciones de centros culturales, fiesta de colectividades, presentación de un libro, presentación de una obra, exposiciones,
- **Eventos deportivos:** Torneos, competencias, panamericanos, intercolegiales, campeonatos interempresarios, competencias abiertas, olimpiadas, mundiales.
- **Eventos políticos:** Lanzamiento de campaña, nombramiento de funcionarios, debates, congreso, cierre de campaña, reuniones de trabajo, desayunos, almuerzos y cenas proselitistas, evento a beneficio, inauguraciones, firma de acuerdo, actos conmemorativos, viajes políticos, recepciones diplomáticas, distinciones, entrega de premios, diplomas, cenas de gala, conferencia de prensa.

2.2.9 Catering

(Ineventos, 2015) Manifiesta que:

2.2.9.1 ¿Qué incluye?

En el servicio se puede incluir la comida, la bebida, la mantelería, los cubiertos, y hasta el servicio de cocineros, camareros y personal de limpieza posterior al evento.

2.2.9.2 Catering para eventos

Se refiere al servicio de alimentación prestado por una empresa especializada que se encarga de preparar, presentar, ofrecer y servir comidas en todo tipo de eventos, que van desde un simple desayuno, hasta un servicio completo tipo restaurante con meseros, cocina, y decoración incluida.

Muchas empresas de catering se han orientado a un modelo de negocio relacionado con la organización de eventos. No sólo se encargan de la preparación de alimentos, sino también de la decoración en general, de la disposición de las mesas, y de la iluminación.

2.2.9.3 Al presupuestar un servicio de catering se incluirán los siguientes elementos:

- **Consideraciones generales.**-Se tomará en cuenta las necesidades específicas del cliente, ya sean de índole dietéticas o religiosas. Hablamos de productos halal, kosher, vegetarianos, veganos, así como los requeridos por problemas de alergias o intolerancia a determinados alimentos.
- **Servicios de alquiler.**-Puede incluir mesas, sillas, pista de baile, carpas, plantas, utensilios de mesa como vajilla, cubiertos, cristalería, mantelería, posavasos e individuales, cristalería de bar, recipientes para servir, saleros, pimenteros, etc. La mayoría de las empresas no incluyen en el precio de alquiler la instalación y el desmontaje.
- **Personal de servicio.**- Un evento deberá tener un líder, capitán o gerente del evento, un chef, un ayudante de cocina, sub chef, meseros y un barman. El personal para una cena a la carta es generalmente mayor al que se utiliza en una cena tipo buffet. Entre otras cosas, para una cena a la carta se necesita el doble de la vajilla, y se sirven un mínimo de tres rondas de alimentos, más una de café.
- **Cargos adicionales.**-Impuesto sobre ventas, cargos por servicio de iluminación, permisos por expendio de licores, permisos de bomberos, drapeados, flores, servicio de valet y guardarropa.

2.2.9.4 Tipo de servicio

El servicio es variable dependiendo del evento que se presente, y entre los diferentes tipos de servicios de catering se destacan:

- **Catering desayuno de trabajo.**-Se calculan entre 3 a 5 bocados por hora por persona y se puede elegir continental y americano entre otros.
- **Catering coffee break.**-Se ofrece café, té, jugos naturales, bocadillos salados y dulces. Dura entre 15 y 30 minutos, y es básicamente un corte o recreo.
- **Catering aperitivo.**-Este servicio tiene una duración de entre 15 a 30 minutos. Se realiza en base a un cálculo de 2 bocados por persona.

- **Catering brunch.**-Es la combinación de desayuno y almuerzo, breakfast – lunch, su horario estimado de servicio es a las 11 horas y su duración aproximada es de 1 hora y media.
- **Catering vernissage.**-Se ofrecen 2 bocados por persona, champagne y vino. Este catering se realiza especialmente en inauguraciones de muestras artísticas.
- **Catering vino de honor.**-El horario de servicio de este catering es aproximadamente de 11.30 a 12.30 o de 18 a 19 horas. Se calculan 2 bocados por persona y se sirven vinos como oporto y jerez, además de bocadillos dulces.
- **Catering cocktail.**- El horario estimado de realización es de 11 a 13 o de 19 a 21 horas. Se calculan de 15 a 18 bocados por persona; donde 2/3 son salados y 1/3 dulces.
- **Catering recepción.**-Dura aproximadamente 3 horas y frecuentemente se realiza a las 20 horas. Se calculan de 18 a 20 bocadillos por persona; de los cuales 2/3 son salados y 1/3 dulce.
- **Catering recepción buffet.**- Al igual que el anterior, su duración es de 3 horas y el horario estimado es a las 20 horas. Pero en este caso, se ofrecen variedades de platos fríos, calientes y guarniciones.
- **Catering recepción, comida o banquete.**-Se contrata para eventos de larga duración, ya que se calculan entre 6 y 8 horas. Se calculan 6 bocados para la recepción y luego, para la cena, se cuenta con una entrada, plato principal, postre, servicio de café, brindis, la mesa dulce y el cierre de la fiesta.

2.2.9.5 Presentación del servicio

Por lo general los alimentos que forman parte de un servicio de catering se disponen de manera muy llamativa para captar la atención de los comensales. Las presentaciones más comunes para los alimentos son las siguientes:

- **Mini Platos y Pasapalos.**-Son pequeños platos fáciles para servir y degustar, aunque trabajosos de preparar debido a su tamaño. Deben poderse comer sin cubiertos o con uno pequeño. Algunos se sirven en pequeñas cucharas orientales, mini-canoas, mini-brochetas, etc. Pueden ser ofrecidos por mesoneros. Suelen estar dirigidos a eventos más informales y cócteles.

- **Almuerzos empaquetados.**-Son prácticos almuerzos servidos en bandejas desechables o en cajas diseñadas con ese fin. Por lo general consisten en sándwich, papas fritas, frutas y postre. También se incluye alguna bebida, como refrescos o jugos envasados. Este tipo de almuerzo se entrega directamente en el lugar escogido por el cliente y se ofrece como comida rápida, lo que exige puntualidad y eficiencia en la entrega.
- **Comidas servidas.**-Son platos preparados para ser servidos a cada comensal en la mesa. Es semejante al servicio personalizado que se ofrece en los restaurantes. Puede ser un plato único o un menú completo compuesto por una entrada, sopa, plato principal y postre. Puede variar de una cena privada de 4 a 6 mesas, hasta un gran banquete corporativo.
- **Comida tipo buffet.**- Es una comida con sistema de autoservicio, donde el propio comensal se sirve los alimentos. Se reserva un área del evento para tal fin, con mesas colocadas de tal forma que los comensales puedan circular con facilidad al servirse.
- Generalmente está compuesto por dos o más variedades de platos por tipo, es decir, variedad de entradas, principales, ensaladas y postres.
- **Estaciones de comida.**-Es similar a la comida tipo buffet, pero organizada formando pequeñas estaciones o islas. En los casos formales, suelen clasificarse por estilo de gastronomía. La estación fondue, donde se colocan la fondue de queso suizo y la fondue de chocolate oscuro y blanco, con una variedad de panes, frutas, bizcochos, etc. Otras estaciones pueden ser de frutas, de ensaladas, de cafetería, de sushi, de postres, etc.

Definición de proyecto

(Baca, 2010, pág. 2) “La búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendente a resolver, entre muchas, una necesidad humana.”

Definición de empresa

(Eddson, 2015) La unidad económica fundamental del régimen capitalista de producción es la empresa, la cual se encarga de generar los bienes y servicios que

demanda la población con carácter lucrativo o no lucrativo, en el ámbito privado o estatal, así la empresa para su adecuado funcionamiento requiere de varias áreas de actividad, que son: finanzas, producción, mercadotecnia y recursos humanos.

Definición de evento

(Definición, 2015) “El significado más común de la palabra evento es el que se refiere a un acontecimiento. No se trata de cualquier tipo de acto, sino que se aplica a hechos que tienen una especial relevancia”

Definición de catering

(Definiciones abc, 2015) “El vocablo catering, proveniente del idioma inglés, hace referencia a la actividad de proveer con un servicio de comida especialmente contratado a clientes en situaciones específicas, tales como eventos de diverso tipo.”

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 IDEA A DEFENDER

Es viable crear una microempresa especializada en el servicio de catering y el desarrollo de eventos sociales en la ciudad de Riobamba que brinde un servicio de calidad.

3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para llevar a cabo esta investigación se utilizará un enfoque cuali-cuantitativo en razón que las teorías expresadas mediante variable cualitativas pueden ser medibles cuantitativamente a través de indicadores, los dos emplean procesos cuidadosos, sistemáticos empíricos y técnicos.

Enfoque cualitativo. - Porque nos muestra la realidad del mercado, esto es posible mediante el diagnóstico de la encuesta y análisis de la misma.

Enfoque cuantitativo. - La información que se requiere para el estudio está íntimamente ligada con datos numéricos, cuando se realizan las encuestas y se tienen que especificar la composición de la población.

Tipos de estudios de investigación

El presente trabajo de investigación se basará en la siguiente tipología, clasificada de acuerdo a varios criterios:

- **Según el lugar o la técnica utilizada:**

Investigación mixta.- En razón que utiliza criterios de investigación tanto bibliográficos como de campo

- **Según los instrumentos a ocupar:**

Investigación dirigida. - Se requiere la participación activa del investigador para orientar la búsqueda de una evidencia que permita resolver el problema planteado.

- **Según el propósito:**

Investigación aplicada. - A partir de los conocimientos adquiridos se planteará la solución al problema de acuerdo a la realidad socio económica en la población de estudio.

Diseño de la Investigación

El diseño que se considera más apropiado para este proyecto es la Investigación no experimental según la temporalización, de la cual se desprende el método transversal, el mismo que recolecta datos de un solo momento y en un tiempo único. El propósito de este método es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado y este a su vez posee una subclasificación del que se escoge el siguiente; el diseño transversal descriptivo: que tienen como objetivo indagar la incidencia y los valores en que se manifiesta una o más variables.

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

Para el cálculo de la Muestra se ha considerado el total del Universo 76113 personas (población económicamente activa de Riobamba) información tomada del INEC y posteriormente se realizará el cálculo utilizando la fórmula aplicada para Universos finitos. De esta forma se podrá obtener como resultado una muestra a la cual se podrá encuestar y obtener las respuestas a las diferentes interrogantes que se plantearan en el cuestionario.

Para calcular el tamaño de la muestra se utiliza la siguiente fórmula:

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

En donde:

n= Tamaño de la muestra (Número de encuestas a realizar).

N= Tamaño de la población o universo.

k= Nivel de confiabilidad 1,96. El nivel de confianza indica la probabilidad que los resultados de nuestra investigación sean ciertos.

e= Error de muestreo 0,05 (5%) (El más utilizado por el nivel de confianza).

p= Probabilidad de ocurrencia 0,5.

q= Probabilidad de no ocurrencia 1-p.

Encuesta usuarios

$$n = \frac{(1.96^2)(0.5)(0.5)(76113)}{[(0.05^2)(76113 - 1)] + [(1.96^2)(0.5)(0.5)]}$$

$$n = 384 //$$

DATOS:

N= 76113

p= 0,5

q= (1-p) 0,5

k= 95% (1,96) confianza

e= 5% (0,05) error muestral.

La muestra para el presente trabajo investigativo estará compuesta por 384 personas a ser encuestadas, considerando un error al momento de tomar la información del 0,05

3.4 MÉTODOS TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.4.1 Métodos.

- **Método inductivo – deductivo.** - Este método permitirá analizar el objetivo general del proyecto para así llegar a las actividades que se necesitaran para cumplir dicho objetivo y viceversa.
- **Método descriptivo.** - Permite conocer las características del mercado objetivo, así como también los servicios que actualmente presentan las empresas de la industria, lo cual nos ayuda a discernir la información requerida para el análisis de cada una de las variables existentes a través de fuentes primarias y secundarias

3.4.2 Técnicas.

- **Entrevista.** - Se la dirigirá a expertos preseleccionados que estén inmersos en el mundo gastronómico (chef) y aquellos que lleven a cabo actividades que tengan que ver con la naturaleza del proyecto (propietarios de negocios de catering).

- **Encuesta.** - Esta técnica servirá para la recopilación de información relevante, a través de preguntas abiertas y cerradas, realizadas a una muestra representativa de la población para conocer su opinión, preferencia, expectativas y aceptación del servicio de catering.
- **Observación** - con esta técnica se evidenciará información de los establecimientos de catering en forma directa ya que se irá a fuente para poder obtener datos confiables además se revisan fuentes de información impresa, grabada o video grabada: documentales, películas audio, etc.

3.4.3 Instrumentos.

- **Guía de entrevista.** - es una ayuda de memoria para el entrevistador, tanto en un sentido temático (ayuda a recordar los temas de la entrevista) como conceptual (presenta los tópicos de la entrevista en un lenguaje cotidiano, propio de las personas entrevistadas).
- **Cuestionarios.-** es un conjunto de preguntas que se confecciona para obtener información con algún objetivo en concreto. Existen numerosos estilos y formatos de cuestionarios, de acuerdo a la finalidad específica de cada uno.
- **Fichas de observación.** - Las fichas de observación son instrumentos de la investigación de campo. Se usan cuando el investigador debe registrar datos que aportan otras fuentes como son personas, grupos sociales o lugares donde se presenta la problemática.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1 ESTUDIO DE MERCADO

4.1.1 Análisis y Procesamiento de la Encuesta

Después de haber calculado el tamaño de la muestra se procede a realizar las encuestas (Ver Anexo N.- 1) en la ciudad de Riobamba para conocer la demanda y preferencias del consumidor para la creación de una microempresa de catering y desarrollo de eventos, dando como resultado la siguiente información:

Pregunta N.- 1. Sexo

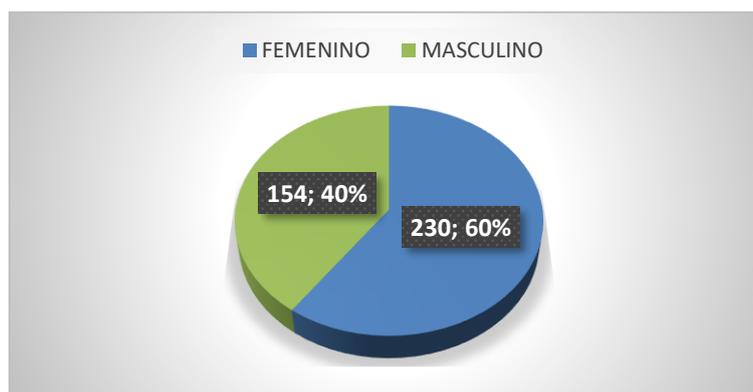
Tabla 1. Género - Sexo de encuestados

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Femenino	230	60%
Masculino	154	40%
TOTAL	384	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Gráfico. 1 Género - Sexo



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Análisis: Con relación al género de las personas encuestadas se obtuvo que 230 personas son del sexo femenino esto es el 60% y solamente el 40% son de sexo masculino, esto es 154 personas.

Pregunta N.- 2. Edad

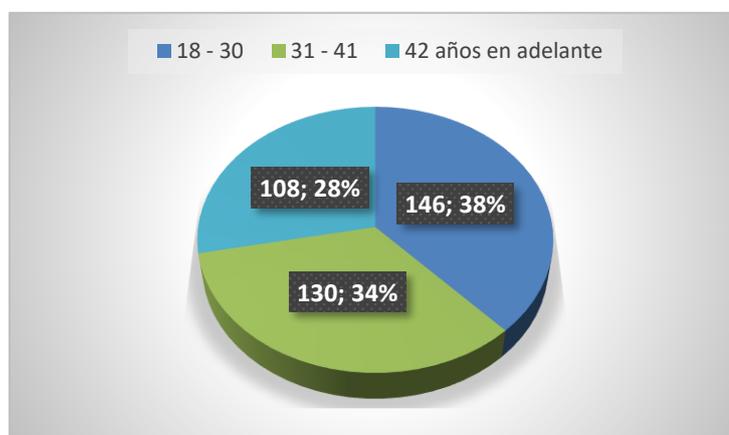
Tabla 2. Rango de edad

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
18 – 30	146	38%
31 – 41	130	34%
42 años en adelante	108	28%
TOTAL	384	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Gráfico. 2 Rango de edad



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Análisis: Con respecto a la edad de las personas encuestadas se conoce que 146 oscilan en edades de 18 – 30 años, esto representa el 38%, 130 personas oscilan en edades de 31 – 41 años, representando así el 34% y en el 28% se encuestaron a 108 personas que poseen 42 años en adelante.

Pregunta N.- 3. ¿Normalmente realiza eventos?

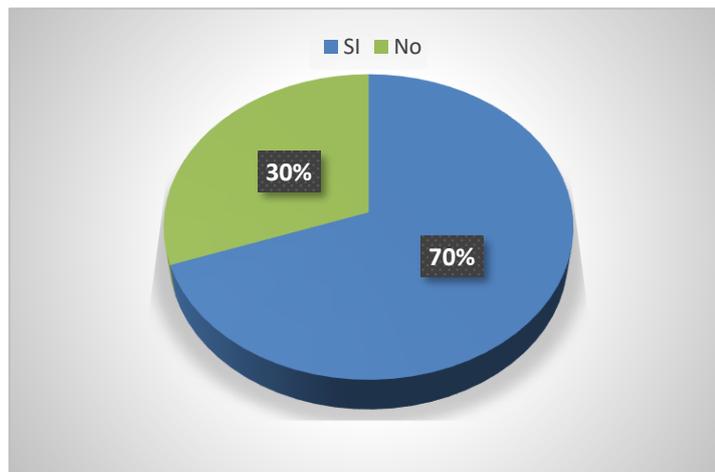
Tabla 3. Realiza eventos

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	267	70%
No	117	30%
TOTAL	384	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Gráfico. 3 Realiza eventos



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Análisis: La investigación señala que 267 personas encuestadas es decir el 70% si realiza eventos en su diario vivir, mientras que 117 personas que representan al 30% no realiza eventos.

Pregunta N.- 4. ¿En dónde realiza usted sus eventos sociales?

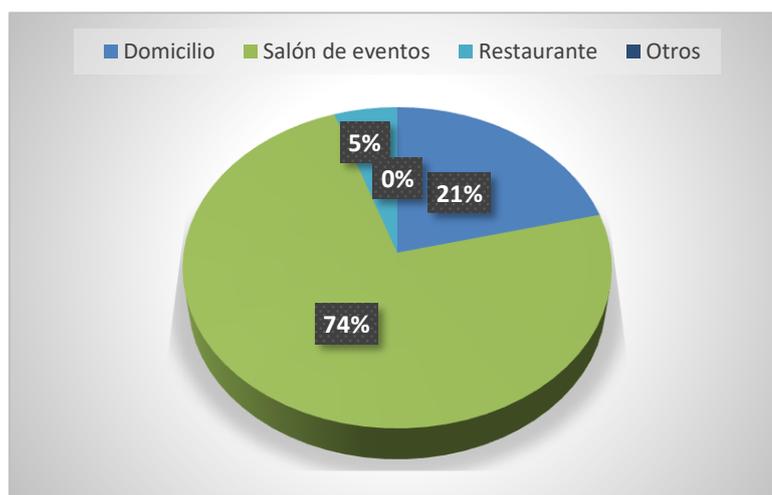
Tabla 4. Lugar dónde realiza eventos

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Domicilio	81	21%
Salón de eventos	283	74%
Restaurante	20	5%
Otros	0	0%
TOTAL	384	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Gráfico. 4 Lugar dónde realiza eventos



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Análisis: La investigación señala que 283 personas realizan sus eventos sociales en un salón de eventos representando así el 74% de la muestra, 81 personas manifestaron llevar a cabo sus eventos en su domicilio siendo este el 21%, 20 personas señalan que realizan sus eventos en los restaurantes representando el 5%, mientras que un 0% señala la opción otros.

Pregunta N.- 5. ¿Contrataría usted únicamente el servicio de catering para sus eventos sociales y con qué frecuencia? Si su respuesta es sí, siga con la frecuencia y si es no pase a la siguiente pregunta

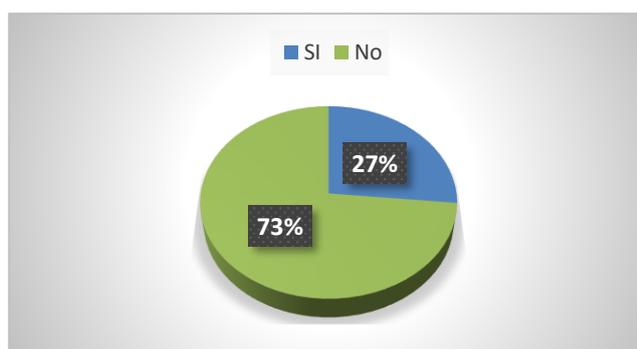
Tabla 5. Aceptación de servicio de catering y frecuencia

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	102	27%
No	282	73%
TOTAL	384	100%
PROMEDIO DE FRECUENCIA	5	0,21

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Gráfico. 5Aceptación de servicio de catering



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Análisis: A esta pregunta 282 encuestados respondieron que no estarían dispuestos a contratar únicamente el servicio de catering para sus eventos sociales, representando así el 73%, mientras que el 27% consta de 102 encuestados que manifestaron que si estarías dispuestos a contratar únicamente el servicio de catering para sus eventos sociales.

En promedio los encuestados que manifestaron que si estarían dispuestos a contratar únicamente el servicio de catering para sus eventos sociales señalaron que lo harían cada 5 años, pues para obtener la frecuencia anual se dividió 1 que representa el año para 5, dando una frecuencia anual de 0,21.

Pregunta N.- 6. ¿Contrataría usted únicamente el servicio de desarrollo de eventos para que organice sus reuniones sociales y con qué frecuencia? Si su respuesta es sí, siga con la frecuencia y si es no pase a la siguiente pregunta

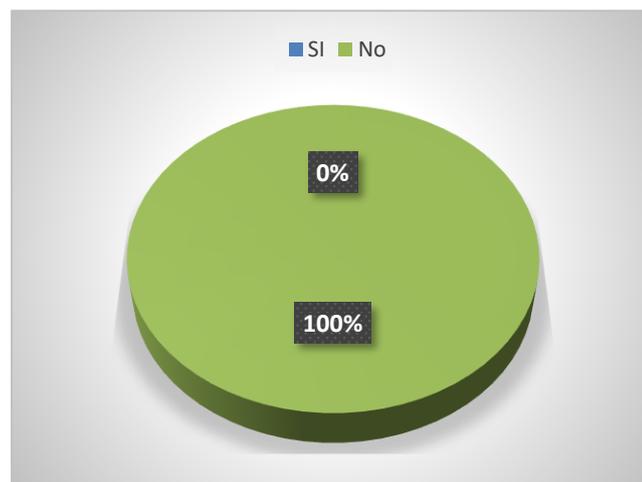
Tabla 6. Aceptación de servicio de eventos

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	0	0%
No	384	100%
TOTAL	384	100%
FRECUENCIA	0,00	

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Gráfico. 6 Aceptación del servicio de eventos



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Análisis: A esta pregunta 384 encuestados respondieron que no estarían dispuestos a contratar únicamente el servicio de eventos para sus reuniones siendo este el 100% y por lo tanto no existe respuesta positiva y tampoco frecuencia.

Pregunta N.- 7. ¿Contrataría usted el servicio de desarrollo de eventos más el servicio de catering para organizar sus eventos sociales, con qué frecuencia? Si su respuesta es sí, siga con la frecuencia y si es no pase a la siguiente pregunta

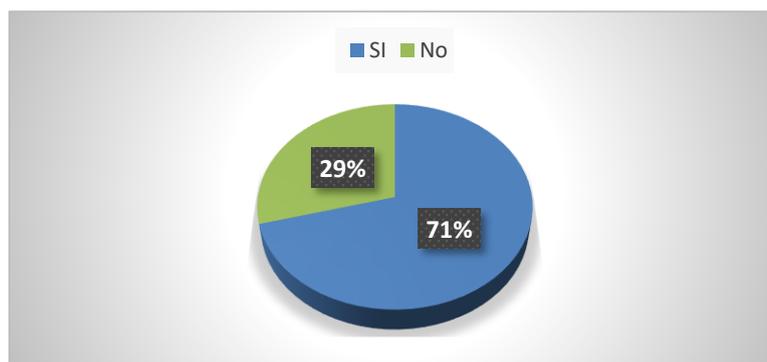
Tabla 7. Aceptación de servicio de catering más evento

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	272	71%
No	112	29%
TOTAL	384	100%
PRO. DE FRECUENCIA	5	0,19

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Gráfico. 7 Aceptación de servicio de catering más evento



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Análisis: A esta pregunta 271 encuestados respondieron que si estarían dispuestos a contratar el servicio de catering más el servicio de eventos para sus reuniones sociales, representando así el 71%, mientras que el 29% consta de 112 encuestados que manifestaron que no estarían dispuestos a contratar el servicio de catering más el servicio de eventos para sus reuniones sociales. En promedio los encuestados que manifestaron que si estarían dispuestos a contratar únicamente el servicio de catering para sus eventos sociales señalaron que lo harían cada 5 años, pues para obtener la frecuencia anual se dividió 1 que representa el año para 5, dando una frecuencia anual de 0,19.

Pregunta N.- 8. ¿Anteriormente ha contratado servicio de catering? ¿Con quién contrató?

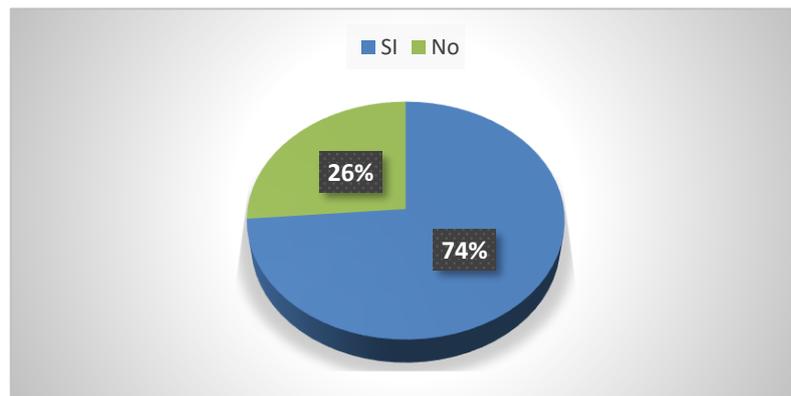
Tabla 8. Ha contratado Servicio de Catering anteriormente

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	283	74%
No	101	26%
TOTAL	384	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Gráfico. 8 Ha contratado anteriormente un servicio de catering



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Análisis. - Con respecto a esta pregunta 283 encuestados que representan al 74% manifestaron que sí han contratado un servicio de catering anteriormente y 101 personas que son el 26% de los encuestados los mismos que respondieron que no han contratado un servicio de catering anteriormente.

¿Con quién contrató?

Tabla 9. Listado de proveedores de servicio de catering.

DETALLE	FC	%
Eco eventos San Isidro gourmet	1	6%
Eventos Passa Boca	1	6%
Alim-Chef Catering y Eventos	1	6%
Global Eventos	1	6%
Eventos y Eventos a Otro Nivel	2	12%
Chasky Eventos	1	6%
Eventos Rows	1	6%
Brisa Marina Catering y Eventos	1	6%
Salón de Eventos y Recepciones FCF	1	6%
Erick Eventos	1	6%
Dionne Eventos	1	6%
Deleitt Eventos	1	6%
Camino Real eventos y catering	1	6%
Grupo eventos	1	6%
Delcat eventos	1	6%
J & S catering service	1	6%
TOTAL	17	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Algunos de los encuestados señalaron los nombres de los proveedores que les brindaron un servicio de catering anteriormente, pero así mismo otros no recordaban el nombre la empresa que les brindo ese servicio, por lo que la tabla muestra una pequeña lista de los nombres señalados por los encuestados, así como el porcentaje de los mismos.

Pregunta N.- 9. ¿Qué factores considera relevantes al momento de contratar un servicio de catering y desarrollo de eventos?

Tabla 10. Factores relevantes para contratar un servicio de catering y desarrollo de eventos

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Calidad	36	9%
Variedad de menú	92	24%
Precios	156	41%
Promociones	61	16%
Decoración	39	10%
TOTAL	384	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Gráfico. 9 Factores relevantes para contratar un servicio de catering y desarrollo de eventos



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Análisis: La investigación señala que 156 encuestados que representan el 41% manifiesta que el factor más relevante para contratar un servicio de catering y realización de eventos es el precio, 96 encuestados que representan el 24% de los encuestados señalan que es la variedad de menú, 61 encuestados que representan el 16% consideran que el factor más relevante son las promociones, 39 encuestados que representan el 10% , ellos consideran que el factor más relevante es la decoración y al final el factor que 36 personas que representan el 9% consideran relevante es la calidad.

Pregunta N.- 10. ¿Cuántas personas generalmente asisten un evento que usted realiza?

Para conocer el número de asistentes a un evento se realizó un promedio de todas las respuestas dadas por los encuestados, dando así un promedio de 150 personas por evento.

Pregunta N.- 11. ¿Cuál es su día de preferencia para realizar un evento?

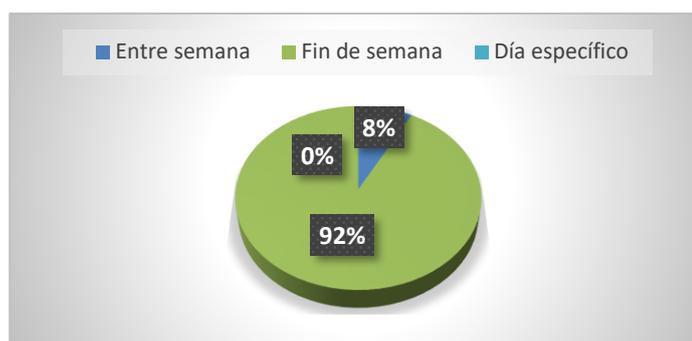
Tabla 11. Día de preferencia para el evento

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Entre semana	30	8%
Fin de semana	354	92%
Día específico	0	0%
TOTAL	384	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Gráfico. 10 Día de preferencia para realizar el evento



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Análisis: El 92% que son 354 encuestados manifiestan que prefieren realizar sus eventos los fines de semana, el 8% restante que son 30 encuestados señalan que lo prefieren realizar entre semana y un 0% el día específico.

Pregunta N.- 12. ¿Qué tipo de comida prefiere en sus eventos?

Tabla 12, Tipos de comida

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Nacionales	108	28%
Internacionales	68	18%
Fusiones	208	54%
TOTAL	384	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Gráfico. 11 Tipo de comida



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Análisis: El tipo de comida que los encuestados más prefieren son las fusiones con 208 encuestados que representan el 54%, el 28% con 108 encuestados prefieren la comida nacional mientras el 18% con 68 encuestados prefieren el tipo de comida internacional.

Pregunta N.- 13. ¿Mediante qué medios publicitarios le gustaría conocer sobre la empresa que suministra los servicios de catering?

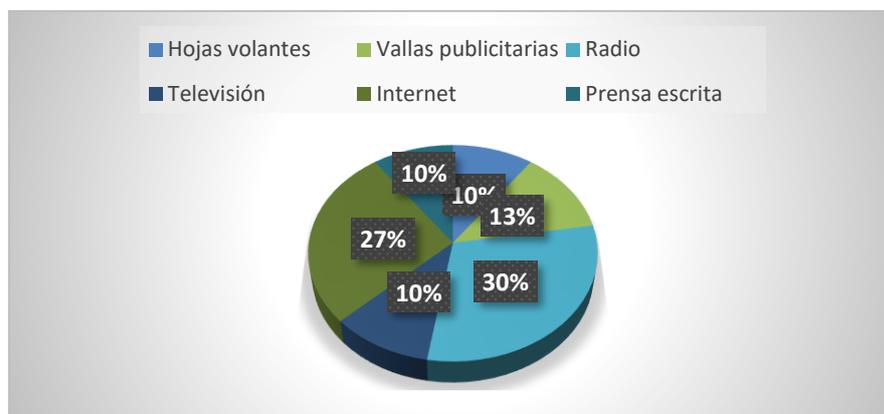
Tabla 13. Medios de publicidad

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Hojas volantes	38	10%
Vallas publicitarias	48	13%
Radio	116	30%
Televisión	40	10%
Internet	104	27%
Prensa escrita	38	10%
TOTAL	384	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Gráfico. 12 Medios de publicidad



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Análisis: Los encuestado en su 30% que son 116 personas manifiestas que les gustaría conocer sobre el servicio mediante la radio, el 27% que son 104 personas señalan que mediante el internet, el 13% de los encuestados que son 48 personas manifiestan mediante vallas publicitarias, mientras que un 10% que son 40 personas mediante televisión, así también la prensa escrita y las hojas volantes poseen una aceptación del 10% representadas con 38 personas cada una que desean saber del servicio mediante estos medios.

Pregunta N.- 14. ¿Qué forma de pago utilizaría para acceder al servicio de catering y desarrollo de eventos?

Tabla 14. Formas de pago

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Contado	237	62%
Tarjeta de crédito	147	38%
TOTAL	384	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Gráfico. 13 Formas de pago



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Análisis: La forma de pago más deseada por los encuestados es al contado con un 62% representado con 237 personas, mientras que el 38% con 148 personas optan por las tarjetas de crédito.

**Pregunta N.- 15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de catering?
(por persona)**

Tabla 15. Precios por servicio de catering

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
\$12,00 - \$15,00	201	52%
\$16,00 - \$19,00	183	48%
TOTAL	384	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Gráfico. 14 Precios de servicio de catering



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Análisis: Los encuestados en un porcentaje de 52% representados por 201 personas manifiestan que están dispuestos a pagar por el servicio de catering en un rango de \$12,00 - \$15,00, mientras que 183 encuestados que son el 48% señalan que estas dispuestos a pagar por el servicio de catering en un rango de \$16,00 - \$ 19,00.

Pregunta N.- 16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de desarrollo de eventos? (por persona)

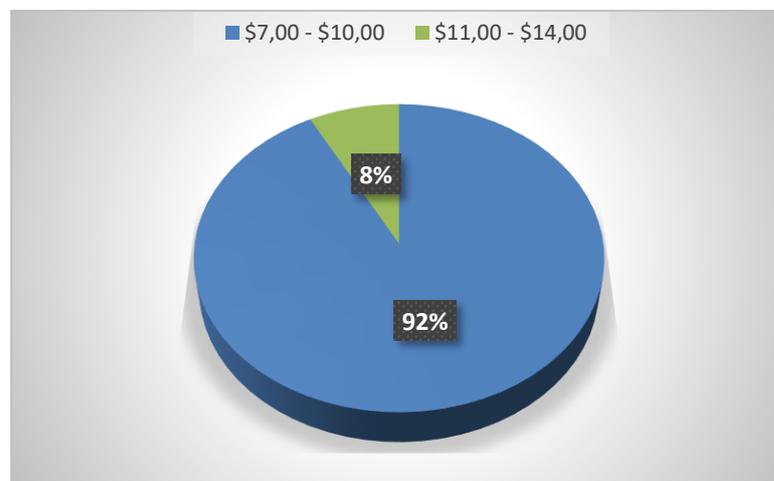
Tabla 16. Precio por desarrollo de evento

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
\$7,00 - \$10,00	354	92%
\$11,00 - \$14,00	30	8%
TOTAL	384	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Gráfico. 15 Precios de desarrollo de evento



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Análisis: Aun cuando no existe demanda para este servicio los encuestados en un 92% que son 354 personas están dispuestos a pagar por el servicio de desarrollo de eventos en un rango de \$7,00 - \$10,00, mientras el 8% que son 30 personas pagarían en un rango de \$11,00 - \$14,00 por el servicio de desarrollo de eventos.

Pregunta N.- 17. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de catering más el servicio de desarrollo de eventos? (por persona)

Tabla 17. Precio por servicio de catering más desarrollo de evento

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
\$16,00 - \$20,00	188	49%
\$21,00 - \$25,00	141	37%
\$26,00 - \$30,00	55	14%
TOTAL	384	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Gráfico. 16 Precio de servicio de catering más desarrollo



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Análisis: Los encuestados en un 49% que son 188 personas manifiestan que están dispuestos a pagar por el servicio de catering más el servicio de desarrollo de eventos en un rango de \$16,00 - \$20,00, el 37% que son 141 personas señalan que pagaría en un rango de \$21,00 - \$25,00, mientras que el 14% con 55 personas están dispuestos a pagar un precio de \$26,00 - \$30,00, por el servicio de catering más el servicio de desarrollo de eventos.

Pregunta N.- 18. ¿Cuál es su ingreso familiar?

Tabla 18. Ingreso familiar

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Menos de \$354,00	9	2%
\$355,00 - \$555,00	113	29%
\$556,00 - \$756,00	179	47%
Más de \$756,00	83	22%
TOTAL	384	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Gráfico. 17 Ingreso familiar



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Análisis: Con respecto a los ingresos familiares de los encuestados son los siguientes: el 47% que son 179 personas señalan que su ingreso familiar se encuentra en un rango de \$556,00 - \$756,00, el 29% que son 113 personas manifiestan que su ingreso familiar se encuentra en un rango de \$355,00 - \$555,00, el 22% que son 83 personas manifiestan que poseen un ingreso familiar de más de \$756,00 y un 2% que son 9 personas poseen un ingreso familiar de \$354,00

4.1.2 Descripción del Servicio

La empresa brindará dos clases de servicios, esto es, el servicio de catering y el servicio de desarrollo de eventos sociales más el servicio de catering, ambos serán de alta calidad y estarán enfocados a todo tipo de eventos sociales como: matrimonios, confirmaciones, graduaciones, cumpleaños, bautizos, etc., para los hogares del Cantón Riobamba. Los dos servicios prestados por la empresa se adaptarán a las necesidades del cliente fusionando así sus gustos y preferencias.

El servicio de catering contará con el servicio de alimentación, meseros, mantelería, cristalería, vajilla, cubertería y mobiliaria, como servicio complementario se ofrece la decoración floral. Mientras el servicio de desarrollo de eventos sociales más el servicio de catering contará con todo lo antes mencionado más el arriendo del local, y como productos complementarios se ofrece un maestro de ceremonias, pastelería, show musical, fotografía y video, los servicios complementarios serán dependiendo del gusto del cliente.

Las materias primas que componen los menús y su respectivo proceso de elaboración serán de total garantía, y se las renovará constantemente, con el fin de ofrecer una gran variedad y calidad, los menús serán preparados el día específico del evento y con la prima que exista una relación de calidad-precio ajustándose al presupuesto del cliente. La cocina contará con profesionales de la misma, así como con un chef que garantice unos platos acorde a las exigencias del cliente, los miembros de la cocina estarán en constante capacitación para ir a la par con los cambios de la sociedad.

La empresa en crecimiento estará dispuesta a organizar toda clase de eventos sociales con estilo y profesionalismo, provocando una experiencia irresistible al paladar y por consiguiente harán de los eventos algo satisfactorio, logrando así posicionarse en la mente del cliente como la mejor empresa de catering y desarrollo de eventos de la ciudad de Riobamba. La empresa atenderá los 364 días del año, con el propósito de que los clientes tengan a su disposición este servicio cuando ellos lo deseen, con previa reservación.

4.1.3 Análisis de la Demanda

a) Fijación de la Cuantía de la Demanda:

Para el presente proyecto la demanda se calculó de la siguiente forma:

Se tomó en cuenta el total del universo determinado para el proyecto, este universo se lo multiplicó por el porcentaje de realización de eventos, a su vez esta respuesta se multiplicó por el porcentaje de aceptación de adquisición del servicio de catering, para posterior volver a multiplicar para el promedio de la frecuencia de la realización del catering y por último esta respuesta se multiplica por el promedio de asistentes a un evento.

Tabla 19. Demanda Actual - Servicio de catering

DATOS	
UNIVERSO	76113
% de Realización de Eventos	70%
% de Aceptación de servicio de catering	27%
Frecuencia de eventos promedio	0,35
Número de invitados promedio	150
DEMANDA ACTUAL	
AÑO	DEMANDA
2015	755.231

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Para este cálculo de la demanda de servicio de desarrollo de eventos más servicio de catering se tomó los mismos criterios de la demanda de servicio de catering.

Tabla 20. Demanda Actual de servicio de desarrollo de eventos más servicio de catering

DATOS	
UNIVERSO	76113
% de Realización de Eventos	70%
% de Aceptación de servicio de catering	71%
Frecuencia de eventos promedio	0,22
Número de invitados promedio	150
DEMANDA ACTUAL	
AÑO	DEMANDA
2015	1.248.329

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

b) Proyección de la Demanda

Para la proyección de la demanda se utilizó el método de crecimiento poblacional, con una tasa de crecimiento de la población de la ciudad de Riobamba del 2% información tomada del INEC y se proyectó para cinco años.

La fórmula se la aplicó de la siguiente forma:

$$P = Do(1 + i)^k$$

Se reemplaza la fórmula con los datos Do = demanda actual, i = tasa de crecimiento y k = año, con los datos de la siguiente tabla se hará un ejemplo de proyección de demanda insatisfecha de servicio de catering para el año uno.

DATOS	
TOTAL DE PLATOS DEMANDADO	755.231
TASA DE CRECIMIENTO	2%
AÑO	1

Ejemplo:

$$P = 755231(1 + 2\%)^1$$

$$P = 770336$$

De esta forma se proyecta para todos los años del proyecto.

Tabla 21. Demanda proyectada - Servicio de catering

DEMANDA PROYECTADA - SERVICIO DE CATERING					
AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020
	770.336	785.743	801.457	817.487	833.836

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Tabla 22. Demanda proyectada - Servicio de desarrollo de eventos más servicio de Catering

DEMANDA PROYECTADA - SERVICIO DE DESARROLLO DE EVENTOS MÁS SERVICIO DE CATERING					
AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020
	1.273.296	1.298.762	1.324.737	1.351.232	1.378.256

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

4.1.4 Análisis de la Oferta

a) Cuantificación de la oferta total existente

Para cuantificar la oferta para este proyecto se la realizó de la siguiente forma (Véase Anexo N.-2):

Oferta de servicio de catering se obtiene multiplicando el número de ofertantes por el número en promedio de servicios de catering realizados al año, este resultado se multiplica para el promedio de asistentes a un evento.

Tabla 23. Oferta actual - Servicio de catering

DATOS	
Número de ofertantes	45
Promedio de s. de catering al año	5
Promedio de asistentes a un evento	150
OFERTA ACTUAL	
AÑO	OFERTA
2015	33.750

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Tabla 24. Oferta actual - servicio de desarrollo de eventos más servicio de catering

DATOS	
Número de ofertantes	45
Promedio de s. de catering al año	12
Promedio de asistentes a un evento	150
OFERTA ACTUAL	
AÑO	OFERTA
2015	81.000

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

b) Inventario de los principales productores detallando lo siguiente:

Mediante investigación propia se obtiene la siguiente información de los ofertantes:

Tabla 25. Lista de ofertantes

N.-	OFERTANTES	N.-	OFERTANTES
1	Alim-Chef Catering y Eventos	24	Global Eventos
2	Anís Catering y Eventos	25	Grand Ville Galerías y Eventos
3	Aparo's Catering Service	26	Green Catering y Organización de Eventos
4	Brisa Marina Catering y Eventos	27	Hostería Bambú
5	Camino Real Eventos y Catering	28	Hotel El Molino
6	Caribe Club Eventos y Recepciones	29	Hotel Zeus
7	Casa Real Eventos	30	J & S Catering Service
8	Centro de Espectáculos Escorpión	31	Kanpu Evento
9	Chasky Eventos	32	La Barcaza Eventos
10	Dejavú Catering y Eventos	33	Las Brasas catering
11	Delcat eventos	34	Lidy's Catering y Eventos
12	Deleitt Eventos	35	Los Angeles Catering
13	Diamante Eventos	36	Mansión Santa Isabella
14	Dionne Eventos	37	Márquez del Río Hotel
15	Domeis Eventos	38	Mega Eventos El Manantial
16	Eco eventos San Isidro Gourmet	39	Mirage Club
17	Erick Eventos	40	Nexglobal Eventos
18	Eventos Marco Ecuador	41	Royal Club
19	Eventos Passa Boca	42	Sal y Dulce Catering
20	Eventos Quinta Pantaño	43	Salón de Eventos y Recepciones FCF
21	Eventos Rows	44	Salón Ecuador Eventos
22	Eventos y Eventos a Otro Nivel	45	VC Eventos
23	Fussios eventos		

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Para el análisis de los ofertantes para este proyecto se toma en consideración a empresas a las cuales se pudo acceder a información relevante sobre el servicio que ofrece

Tabla 26. Análisis de los ofertantes

NOMBRE DE LA EMPRESA		MIRAGE CLUB	LIDY'S CATERING & EVENTOS	CHASKY EVENTO	ERICK EVENTOS	EVENTOS PASSA BOCA
UBICACIÓN		AV. UNIDAD NACIONAL Y CONDORAZO	AV. CIRCUNVALACIÓN Y LEOPOLDO PREIRE	ARGENTINOS Y CARABOBO	ARGENTINOS Y GARCÍA MORENO	ARGENTINOS Y CARLOS ZAMBRANO
SERVICIOS QUE OFRECE	BANQUETE	X	X	X	X	X
	DECORACIÓN	X	X	X	X	X
	MENAJE	X	X	X	X	X
	OTROS	X	X	X	X	X
SALÓN DE EVENTOS PROPIO	SI	X	X	X	X	X
	NO					
EVENTOS QUE MÁS REALIZAN		EVENTOS SOCIALES Y EMPRESARIALES	EVENTOS SOCIALES	EVENTOS SOCIALES	EVENTOS SOCIALES	EVENTOS SOCIALES Y EMPRESARIALES
NÚMERO DE EVENTOS AL AÑO	CATERING	5	4	4	5	5
	D. EVENTOS	11	11	12	13	11
PRECIO PROMEDIO INDIVIDUAL	CATERING	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 18,00	\$ 21,00	\$ 22,00
	D. EVENTOS	\$ 30,00	\$ 25,00	\$ 24,00	\$ 25,00	\$ 30,00
TRANSPORTE	SI	X		X	X	X
	NO		X			
SEGURIDAD EN INSTALACIONES	SI	X	X	X	X	X
	NO					
CAPACIDAD MÁXIMA POR EVENTOS		200	150	150	100	150
VALORES ADICIONALES / RECARGOS	SI					
	NO					
	OTROS			X		X
	MOTIVO	TRANSPORTE	TTRANSPORTE		TRANSPORTE	
MES/TEMPORADA CON MÁS VENTAS		NOVIEMBRE – DICIEMBRE	ENERO – FEBRERO	DICIEMBRE	OCTUBRE – DICIEMBRE	NOVIEMBRE - DICIEMBRE

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

c) Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta se utilizó el método del crecimiento poblacional con una tasa de crecimiento de la población de Riobamba del 2% información obtenida del INEC y se proyectó para cinco años al igual que la demanda se utilizó el mismo método.

Tabla 27. Oferta proyectada- servicio de catering

OFERTA PROYECTADA - SERVICIO DE CATERING					
AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020
	34.425	35.114	35.816	36.532	37.263

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Tabla 28. Oferta proyectada - servicio de desarrollo de eventos más servicio de catering

OFERTA PROYECTADA - SERVICIO DE DESARROLLO DE EVENTOS MÁS SERVICIO DE CATERING					
AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020
	82.620	84.272	85.958	87.677	89.431

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

4.1.5 Determinación de la Demanda Potencial Insatisfecha

Para determinar la demanda insatisfecha se toma la demanda actual y se resta la oferta actual, dándonos así la demanda insatisfecha

Tabla 29. Demanda insatisfecha proyectada-servicio de catering

AÑO	DEMANDA	OFERTA	D. INSATISFECHA
2016	770.336	34.425	735.911
2017	785.743	35.114	750.629
2018	801.457	35.816	765.642
2019	817.487	36.532	780.954
2020	833.836	37.263	796.574

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Tabla 30. Demanda insatisfecha proyectada-servicio de desarrollo de eventos más servicio de catering

AÑO	DEMANDA	OFERTA	D. INSATISFECHA
2016	1.273.296	82.620	1.190.676
2017	1.298.762	84.272	1.214.489
2018	1.324.737	85.958	1.238.779
2019	1.351.232	87.677	1.263.555
2020	1.378.256	89.431	1.288.826

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

4.1.6 Análisis de Precios

Para el presente proyecto el precio de los servicios se establece tomando en cuenta que cuiden la economía del consumidor, cubran los costos y se mantenga el margen de utilidad requerido por el inversionista. Por lo que se puede decir que el precio del servicio se determina por los siguientes parámetros:

- En base al rendimiento esperado por el inversionista
- En base al poder adquisitivo y necesidades del consumidor
- En función al precio ofrecido por la competencia
- En función a los costos

En el trabajo de campo que se realizó se estima que el precio actual de comercialización de servicio de catering por persona es de \$18,00 a \$22,00 esto varía dependiendo de la clase de menú a servirse, en cuanto al servicio de desarrollo de eventos más es el servicio de catering el precio varía de \$24,00 a \$30,00 esto dependiendo del tipo de menú y los servicios complementarios que deseen.

Con la investigación se obtuvo referencia del servicio y precios que ofrece una empresa como la que se está formando, por ello a continuación se presentan los precios de los servicios que poseerá la microempresa tomando en cuenta los criterios antes mencionados (Véase Anexo N.- 3):

Tabla 31. Servicio de catering y precio

SERVICIO DE CATERING	PRECIO POR PERSONA
	\$ 18,00
SERVICIO DE DESARROLLO DE EVENTOS MÁS SERVICIO DE CATERING	PRECIO POR PERSONA
	\$24,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Tabla 32. Servicio Adicionales

ARREGLOS FLORALES	PRECIO
<p>MESAS</p> 	<p>\$ 3,00</p>
<p>MESA PRINCIPAL</p> 	<p>\$ 8,00</p>
MAESTRO DE CEREMONIA	PRECIO HORA
	<p>\$ 20,00</p>
PASTELERIA	PRECIO

	<p style="text-align: center;">\$ 80,00</p>
<p style="text-align: center;">SHOW ARTÍSTICO</p>	<p style="text-align: center;">PRECIO</p>
	<p style="text-align: center;">\$ 60,00</p>
<p style="text-align: center;">FOTOGRAFÍA Y VIDEO</p>	<p style="text-align: center;">PRECIO</p>
	<p style="text-align: center;">\$ 150,00</p>

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

4.1.7 Comercialización del Producto

a) Canales de Distribución a Emplearse

Los dos servicios que la empresa ofrecerá se la brindará desde un local que funcionará también como oficina, así el cliente tendrá acceso a información necesaria acerca de los servicios. Y debido a la naturaleza del servicio (productos de consumo) se utilizará el canal de distribución directa, esto es, que no existirá intermediario de ningún tipo, por ello la empresa desempeñará la mayoría de las funciones de mercadotecnia como: comercialización, transporte y almacenaje.

Ilustración 1. Canal de distribución



Fuente: Imagen de Google

Elaborado por: La autora

b) Estrategias de mercadeo

Toda empresa nueva necesita darse a conocer ante el mercado al que quiere llegar, es por eso que necesita promociones y publicidad para que el mercado sepa de su existencia y con el tiempo también se puede dar a conocer otros productos o servicios mediante estas estrategias las de este proyecto serán las siguientes:

- **Publicidad**

Con la investigación de campo se pudo conocer que los potenciales clientes prefieren en su 30% conocer sobre el servicio mediante la radio, el 27% mediante el internet, el 13% mediante vallas publicitarias, mientras que un 10% mediante la televisión, prensa escrita y hojas volantes. Pero para la publicidad de la empresa solamente se utilizará los tres primeros medios que los clientes potenciales han seleccionado y estos son (Ver Anexo N.- 4):

Tabla 33. Tipos de publicidad

PUBLICIDAD	MEDIO
INTERNET	<p>CUENTAS EN REDES SOCIALES</p> 
	<p>PÁGINA WEB</p> 
RADIO	<p>CANELA</p> 
ANUNCIOS	<p>VALLAS</p> 

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

- **Promociones**

Para hacer más atractivos servicios que la empresa ofrece se realizaran descuentos por los siguientes motivos:

- Por 150 personas se hará un descuento del 25% en postres
- Por acceder a dos servicios complementarios se hará un descuento del 10% en entradas

Con estas estrategias de mercado la empresa busca una respuesta sólida y rápida de los clientes para así llegar a una rápida venta.

- **Estrategia de Fidelización**

Para fidelizar a un cliente la empresa pondrá en marcha las siguientes estrategias:

1. Brindar al cliente una buena atención, con un trato amable, un ambiente agradable, un trato personalizado y sobre todo una rápida atención.

Ilustración 2. Trato amable



Fuente: Imagen de Google

Elaborado por: La autora

2. Se usará incentivos, el mismo que constará de una tarjeta con puntos acumulables, que le permita al cliente ir acumulando puntos a medida que adquiera nuestros servicios y luego al acumular cierto número de puntos pueda acceder a un premio.

Ilustración 3. Tarjeta de Puntos



Fuente: Imagen de Google

Elaborado por: La autora

3. Finalmente se ofrecerá un servicio de calidad, esto es que la materia prima será la mejor del mercado y la puesta en marcha del evento sea innovador.

Ilustración 4. Montaje de Salón



Fuente: Imagen de Google

Elaborado por: La autora

4.1.8 Conclusiones del Estudio de Mercado

- Mediante el estudio de mercado realizado se encontró que en la ciudad de Riobamba existe una demanda muy grande de servicio de catering, tanta es la demanda que asciende a 2030560 personas que desean este servicio.
- Por otra parte, el estudio de mercado también señala que la oferta para el servicio de catering en la ciudad de Riobamba no es lo suficientemente amplia para lograr satisfacer tanta demanda, los ofertantes son 45 empresas.
- Ambas conclusiones señaladas anteriormente hacen posible que en la ciudad de Riobamba exista una demanda insatisfecha grande, por lo que se puede decir que el proyecto va por buen camino.

4.2 ESTUDIO TÉCNICO

4.2.1 Tamaño del Proyecto

El tamaño de un proyecto es de vital importancia ya que incide sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen, por ende, en la estimación de la rentabilidad que supone la implementación del proyecto, para calcular el tamaño del proyecto se toma en consideración los siguientes factores:

- Disponibilidad de un capital propio o prestado
- Cantidad demanda que se piensa satisfacer
- Disponibilidad de materia prima e insumos

- Disponibilidad de Tecnología
- La Organización

Disponibilidad de un capital propio o prestado

El financiamiento de un proyecto se puede realizar mediante dos fuentes: recursos propios a través de capital o aportaciones de socios o accionistas de la empresa, la otra es mediante recursos ajenos a esta se accede mediante endeudamiento que otorgan las instituciones bancarias ya sea públicas o privadas, bajo condiciones y garantías impuestas al acreedor.

Para el presente proyecto el propietario cuenta con un capital propio de \$ 35000,00 y si el proyecto necesitaré más inversión se hará un crédito a la Corporación Financiera Nacional, el crédito se lo hará con las siguientes condiciones:

Tabla34. Detalles del crédito

BENEFICIARIO	<ul style="list-style-type: none"> • Personas naturales. • Personas Jurídicas, privada, mixta o pública; bajo el control de la Superintendencia de Compañías. • Cooperativas no financieras, asociaciones, fundaciones y corporaciones; con fines de lucro y personería jurídica
DESTINO	<ul style="list-style-type: none"> • Activo fijo: Obras civiles, maquinaria, equipo, fomento agrícola y semoviente. • Capital de Trabajo: Adquisición de materia prima, insumos, materiales directos e indirectos, pago de mano de obra, etc.
MONTO	<ul style="list-style-type: none"> • Desde USD 50.000 a nivel nacional. • Valor a financiar (en porcentajes de la inversión total) • Hasta el 70%; para proyectos nuevos. • Hasta el 100%; para proyectos de ampliación. • Hasta el 80%; para proyectos de construcción para la venta.
PLAZO	<ul style="list-style-type: none"> • Activo Fijo: hasta 10 años.

	<ul style="list-style-type: none"> • Capital de Trabajo: hasta 3 años.
PERÍODO DE GRACIA	<ul style="list-style-type: none"> • Se fijará de acuerdo a las características del proyecto y su flujo de caja proyectado.
TASAS DE INTERES	<ul style="list-style-type: none"> • PYME (monto hasta USD 200.000) Desde 9,75% - hasta 11,5% • SECTOR EMPRESARIAL (monto hasta USD 1 millón) Desde 9,0% - hasta 10% • SECTOR CORPORATIVO (monto mayor a USD 1 millón) Desde 8,25% - hasta 9,08%
REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> • Para créditos de hasta US\$ 300,000 se requiere Plan de Negocios. • Para créditos de proyectos nuevos superiores a US\$ 300,000 se requiere presentar proyecto de viabilidad • Declaración de impuesto a la renta del último ejercicio fiscal. • Títulos de propiedad de las garantías reales que se ofrecen. • Carta de pago de los impuestos. • Permisos de funcionamiento y de construcción cuando proceda. • Planos aprobados de construcción, en el caso de obras civiles. • Proformas de la maquinaria a adquirir. • Proformas de materia prima e insumos a adquirir

Fuente: Corporación Financiera Nacional

Elaborado por: La autora

Cantidad demanda que se piensa satisfacer

Del estudio de mercado realizado refleja una demanda insatisfecha elevada, esto se debe a que el universo de estudio es grande y sobre todo a que no existe suficiente oferta de esta clase de servicio, en el primer año de proyección (2016) la demanda insatisfecha de servicio de catering es de 770336 platos anuales y la demanda de servicio de desarrollo de eventos más servicio de catering es de 1273296 platos anuales, por lo que el proyecto no tendrá dificultades para ser aceptado.

Disponibilidad de materia prima e insumos

Para el servicio de catering y eventos la materia prima e insumos se refiere a los alimentos e instrumentos utilizados para la elaboración de los menús y puesta en escena del evento y estos son: frutas, vegetales, víveres, carnes, pescado, mariscos, embutidos, lácteos y sus derivados, especias y otros, los mismos que son de fácil acceso ya que se encuentran en los puntos de ventas de fábricas locales, también bajo la forma de detallista dentro de la ciudad.

Con respecto a los equipos de cocina y oficina, mobiliario, materiales e implementos de cocina, se pueden acceder a ellos a través de comerciantes locales y distribuidores directos de la ciudad de Quito.

Ilustración 5. Mercado



Fuente: Imagen de Google

Disponibilidad de Tecnología

La tecnología que se necesita para este proyecto es de fácil acceso ya que se encuentra situados en puntos de venta de la localidad, por ello este factor no presenta ningún impedimento para poder determinar el tamaño del proyecto

La Organización

Se refiere a los colaboradores que integrarán la empresa, ellos contribuirán con su esfuerzo físico y mental en los diferentes cargos y funciones en el proceso de elaboración del servicio.

La empresa de catering y eventos no tiene ningún tipo de inconveniente en reclutar y capacitar al personal que vaya a colaborar con la empresa, la mano de obra para este proyecto no es difícil de acceder, además el personal que se requiere no es muy grande. Los colaboradores que se requieren para este proyecto son un gerente, contador, un chef, dos ayudantes de cocina, un capitán de meseros, 5 meseros y una decoradora. (Véase Anexo N.- 5)

En conclusión, se puede decir que:

Tabla 35. Tamaño de Servicio de catering

TAMAÑO SERVICIO DE CATERING	
D. INSATISFECHA	% (0,49%)
735.911	3.606
750.629	3.678
765.642	3.752
780.954	3.827
796.574	3.903

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: La autora

El servicio de catering estima conveniente cubrir el 0,49% de la demanda insatisfecha lo que otorga un tamaño de 3903 platos anuales.

Tabla 36. Tamaño de Servicio de desarrollo de eventos más servicio de catering

TAMAÑO DE SERVICIO DE CATERING MÁS DESARROLLO DE EVENTOS	
D- INSATISFECHA	% (0,302%)
1.190.676	3.596
1.214.489	3.668
1.238.779	3.741
1.263.555	3.816
1.288.826	3.892

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

El servicio de catering más desarrollo de eventos estima conveniente cubrir el 0,302% de la demanda insatisfecha lo que otorga un tamaño de 3892 platos anuales.

El tamaño total del proyecto es de 7795 platos anuales

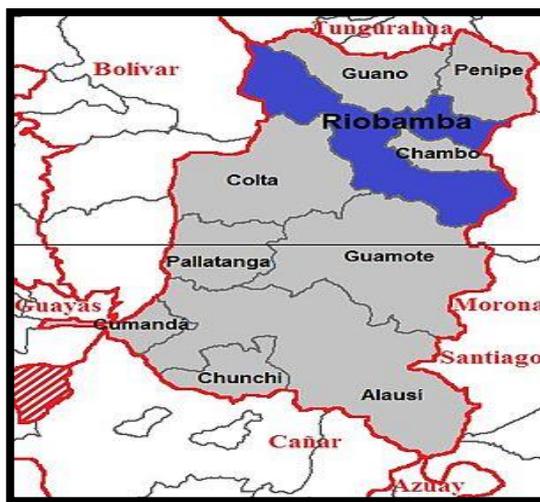
4.2.2 Localización

- **Macrolocalización**

La empresa de servicio de catering y desarrollo de eventos se encontrará ubicada al norte de la provincia de Chimborazo, específicamente en el cantón Riobamba.

A continuación, se muestra el mapa de macrolocalización de donde se encontrará la empresa de servicio de catering y desarrollo de eventos.

Ilustración 6. Mapa Político de Chimborazo



Fuente: Imagen de Google

- **Microlocalización**

Para encontrar la mejor Microlocalización se utiliza el método cualitativo por puntos, en donde el peso relativo sobre la base de una suma igual a 1, al comparar dos o más localizaciones opcionales, para lo cual se asigna una calificación a cada factor con una escala determinada en este caso de 1 a 5. La suma de las calificaciones ponderadas permitirá elegir la mejor alternativa para la localización del proyecto.

Las alternativas disponibles para la localización son:

- Alternativa A: Rocafuerte y 12 de octubre
- Alternativa B: Calle Rio Paute y Rio Tomebamba
- Alternativa C: Francia y 11 de noviembre

Tabla 37. Matriz de Localización

FACTORES DE LOCALIZACIÓN	PESO	ALTERNATIVAS DE LOCALIZACION					
		ALTERNATIVA A		ALTERNATIVA B		ALTERNATIA C	
		CALIF.	POND.	CALIF.	POND.	CALIF.	POND.
Costo de arrendamiento	0,20	3	0,60	5	1,00	4	0,80
Proximidad a fuentes de abastecimiento	0,20	4	0,80	1	0,20	3	0,60
Disponibilidad de parqueo	0,20	3	0,60	5	1,00	3	0,60
Espacio Físico	0,20	4	0,80	3	0,60	4	0,80
Eliminación de Desechos	0,10	5	0,50	5	0,50	5	0,50
Disponibilidad de Servicios Básicos	0,05	5	0,25	5	0,25	5	0,25
Seguridad	0,05	4	0,20	5	0,25	4	0,20
TOTAL	1	28	3,75	29	3,80	28	3,75

Fuente: Estudio De Mercado

Elaborado por: La autora

PUNTAJE

5 = Excelente 4 = Muy Bueno 3 = Bueno 2 = Regular 1= Malo

Con la matriz de localización se determina que la mejor alternativa es la B, la cual está ubicada en una zona urbana al norte de la ciudad de Riobamba, en la ciudadela las Acacias, en las calles Rio Paute y Rio Tomebamba, en esta ubicación la empresa tiene a su alcance varios beneficios, la principal de ellas siendo el costo de arrendamiento y su tranquilidad para realizar este tipo de actividad económica, otros puntos favorables de este sector son los siguientes:

- El sector es realmente seguro y apto para llevar a cabo esta actividad económica
- El sector es de fácil acceso puesto que se encuentra a pocas cuadras de una avenida muy transitada
- El espacio que posee para parqueadero es sumamente amplio lo cual beneficia a la empresa.
- Este sector cuenta con todos los servicios básicos.

A continuación, el mapa del lugar:

Ilustración 7. Mapa de Localización



Fuente: Imagen de Google

4.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.3.1 Proceso De Producción.

La presentación y análisis del proceso de producción de los servicios que se presentan en el proyecto se lo hará mediante flujogramas, ya que es un método sencillo para representar el proceso (Véase Anexo N.- 6):

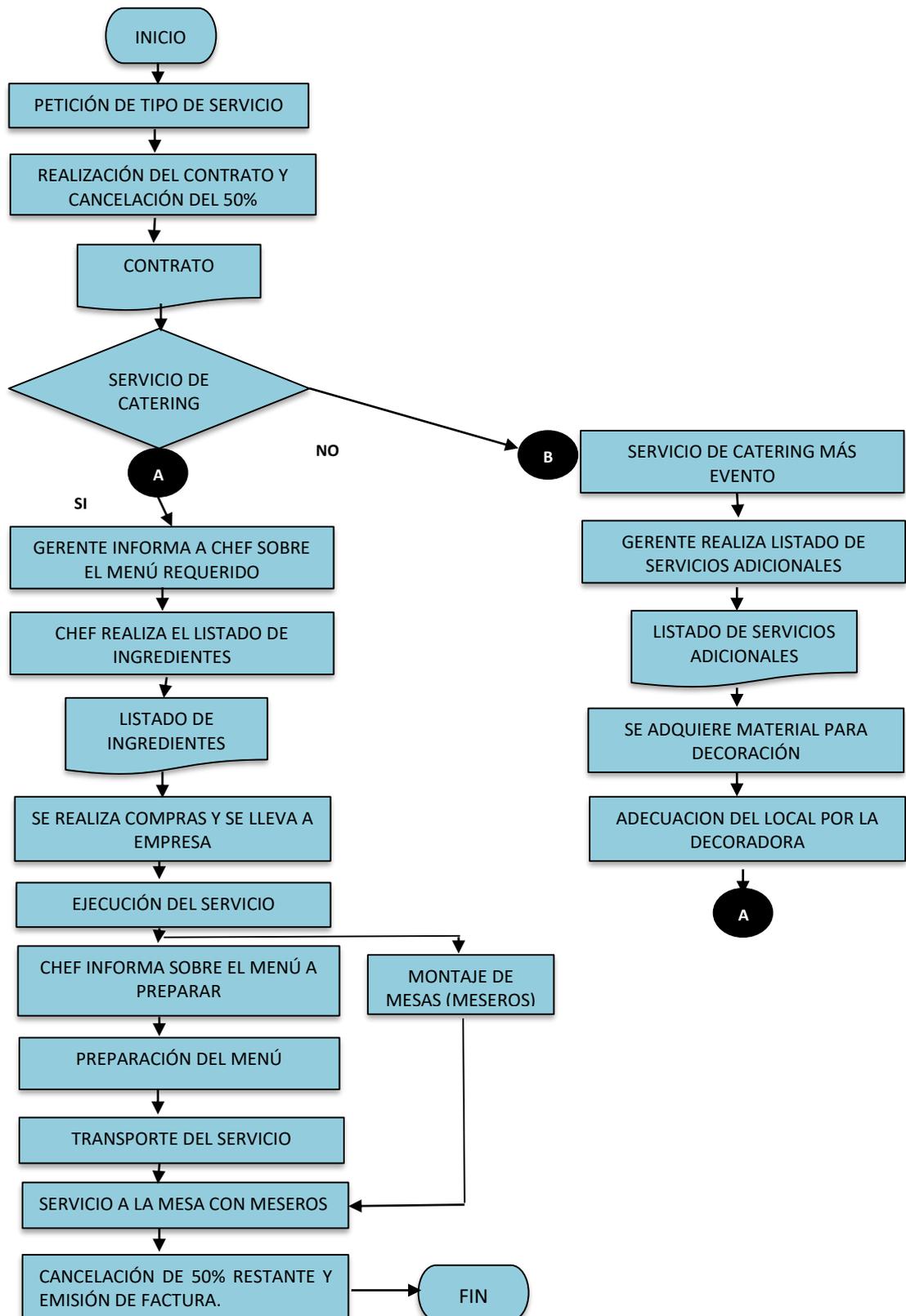
Ilustración 8. Proceso de Producción



Fuente: Imagen de Google

Elaborado por: La autora

Servicio de Catering y Servicio de Catering Más Desarrollo de Evento



Descripción del Proceso

El proceso de producción del servicio de la empresa inicia al momento que el cliente realiza el pedido con la clase de servicio que requiere, entonces el gerente realiza el contrato con el tipo de servicios y los requerimientos del cliente y se cancela el 50% del total del costo del servicio.

Si el cliente eligió el servicio de catering, el siguiente paso a seguir es que el gerente de a conocer al chef el menú a prepararse para que este realice el listado de los ingredientes a utilizarse para el menú. Con la lista el chef y un ayudante realizan las compras y las trasladan a la empresa para su posterior uso. El día de ofrecer el servicio el chef informa a sus ayudantes sobre el menú a realizarse, posteriormente se prepara el menú y se lo traslada al lugar donde el cliente ofrecerá el programa.

Al mismo tiempo que el chef prepara el menú los meseros adecuan el lugar del programa con las respectivas mesas, sillas, manteles, vajilla y cristalería, para después el alimento sea servido por ellos a la mesa, al final se cancela el 50% restante y se procede a emitir la respectiva factura.

Y si el cliente eligió el servicio de catering más el servicio de desarrollo de eventos a lo antes mencionado se le añade una lista que el gerente realiza con los servicios adicionales que el cliente haya solicitado, para posterior contactar con los oferentes y realizar compras para que la decoradora adecue el local.

4.3.2 Cálculo de la cantidad de materia prima e insumos con indicación de costos

La materia prima que se utilizará en el proyecto se la podrá apreciarla en dos menús distintos, el cuadro contendrá la materia prima de un menú estándar, mientras que el segundo cuadro presenta materia prima con un menú de un costo elevado y estos son los siguientes:

Tabla 38. Materia Prima de Menú Estándar

UNIDAD	DETALLE	PRECIO	CANT.	C. UNITARIO	C. TOTAL
	ENTRADA				\$ 0,56
GRAMOS	PAN BLANCO	\$ 1,60	0,20	\$ 0,18	\$ 0,18
GRAMOS	JAMON DE POLLO EN RODAJA	\$ 3,50	0,50	\$ 0,18	\$ 0,18
GRAMOS	QUESO EN RODAJA	\$ 3,95	0,45	\$ 0,20	\$ 0,20
	PLATO PRINCIPAL				\$ 1,09
KILOS	ARROZ CON ALBACA	\$ 1,25	0,50	\$ 0,10	\$ 0,10
LIBRAS	MEDALLON EN SALSA (RES O CERDO)	\$ 2,75	0,25	\$ 0,50	\$ 0,50
UNIDAD	ENSALADA (LECHUGA, GRANOS)	\$ 1,00	1	\$ 0,20	\$ 0,20
GRAMOS	MANZANA ROJA Y VERDE	\$ 0,20	0,10	\$ 0,05	\$ 0,10
LITRO	ACEITE VEGETAL	\$ 2,50	1/3	\$ 0,08	\$ 0,08
UNIDAD	SALSAS, ADEREZOS	\$ 1,50	2	\$ 0,04	\$ 0,08
UNIDAD	ESPECIAS	\$ 1,00	1	\$ 0,03	\$ 0,03
	POSTRE				\$ 0,30
KILOS	FRUTA (FRESA)	\$ 2,00	0,10	\$ 0,10	\$ 0,10
GRAMOS	CREMA, LECHE	\$ 2,90	0,10	\$ 0,10	\$ 0,20
	BEBIDA				\$ 0,22
LITRO	GASEOSA	\$ 2,00	1/6	\$ 0,17	\$ 0,17
LITRO	AGUA	\$ 2,50	1/6	\$ 0,05	\$ 0,05
	COSTO TOTAL MP				\$ 2,17

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

ENTRADA



PLATO FUERTE



POSTRE



BEBIDA



Fuente: Imágenes de Google

Elaborado por: La autora

Tabla39. Materia Prima Menú con costo elevado

UNIDAD	DETALLE	PRECIO	CANT.	C. UNITARIO	C. TOTAL
	ENTRADA				\$ 1,15
LIBRA	CARNE DE RES	\$ 2,50	0,10	\$ 0,10	\$ 0,10
LITRO	JUGO DE LIMÓN	\$ 1,00	0,05	\$ 0,05	\$ 0,05
UNIDAD	SALSA CHINA	\$ 0,80	1	\$ 0,10	\$ 0,10
KILO	AZÚCAR MORENA	\$ 2,75	1,15	\$ 0,15	\$ 0,15
LIBRA	AJO PICADO	\$ 1,50	0,3	\$ 0,10	\$ 0,10
LITRO	ACEITE	\$ 2,50	1/9	\$ 0,15	\$ 0,15
LIBRA	JENGIBRE	\$ 3,00	0,1	\$ 0,20	\$ 0,20
GRAMOS	PIÑA	\$ 1,50	0,20	\$ 0,20	\$ 0,20
UNIDAD	PIMIENTO VERDE	\$ 1,00	1	\$ 0,10	\$ 0,10
	PLATO PRINCIPAL				\$ 2,94
KILO	CHULETAS	\$ 2,75	0,50	\$ 1,38	\$ 1,38
UNIDAD	JUGO DE LIMÓN	\$ 1,00	1	\$ 0,05	\$ 0,05
LITRO	ACEITE DE OLIVA	\$ 2,50	1/5	\$ 0,20	\$ 0,20
GRAMOS	MANGO	\$ 0,20	0,10	\$ 0,05	\$ 0,10
LIBRA	AJO PICADO	\$ 1,50	0,1	\$ 0,10	\$ 0,10
UNIDAD	VINO BLANCO	\$ 4,50	1	\$ 0,25	\$ 0,25
UNIDAD	MIEL DE ABEJA	\$ 2,50	1	\$ 0,30	\$ 0,30
LITRO	VINAGRE	\$ 2,50	1/8	\$ 0,15	\$ 0,15
UNIDAD	SAL	\$ 0,60	0,06	\$ 0,06	\$ 0,06
LIBRA	JENGIBRE	\$ 3,00	0,2	\$ 0,20	\$ 0,20
KILO	AZÚCAR MORENA	\$ 2,75	0,1	\$ 0,15	\$ 0,15
	POSTRE				\$ 0,90
KILO	AZÚCAR	\$ 2,50	0,10	\$ 0,10	\$ 0,10
UNIDAD	HUEVOS	\$ 0,15	1	\$ 0,10	\$ 0,10
KILO	MANTEQUILLA	\$ 2,75	0,2	\$ 0,10	\$ 0,10
UNIDAD	VAINILLA	\$ 1,50	1	\$ 0,05	\$ 0,05
KILO	HARINA	\$ 1,00	0,2	\$ 0,20	\$ 0,20
UNIDAD	POLVO DE HORNEAR	\$ 0,50	1	\$ 0,05	\$ 0,05
UNIDAD	COCOA EN POLVO	\$ 3,00	1	\$ 0,10	\$ 0,10
GRAMOS	NUECES PICADAS	\$ 2,90	0,1	\$ 0,10	\$ 0,20
	BEBIDA				\$ 0,22
LITRO	GASEOSA	\$ 2,00	1/6	\$ 0,17	\$ 0,17
LITRO	AGUA	\$ 2,50	1/6	\$ 0,05	\$ 0,05
	COSTO TOTAL MP				\$ 5,21

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

ENTRADA**PLATO FUERTE****POSTRE****BEBIDA**

Fuente: Imágenes de Google

Elaborado por: La autora

4.3.3 Descripción de Maquinaria y Equipos

Tabla 40 Equipo de Cocina

CANT.	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	C. UNITARIO	\$6.678,96
1	COCINA INDUSTRIAL DE 4 QUEMADORES	UNIDAD	\$ 500,00	\$ 500,00
1	HORNO 2 LATAS A GAS (LATAS DE 80 CM * 100 CM)	UNIDAD	\$ 280,00	\$ 280,00
1	FRIGORIFICO VERTICAL DE DOBLE PUERTA INDURAMA CI300 DE 20 P	UNIDAD	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00
2	LUCUADORA PROCESADORA DE ALIMENTOS OSTER REVERSIBLE BRLY 07 DE 1, 25 LT	UNIDAD	\$ 162,00	\$ 324,00
1	BATIDORA INDURAMA DE MANO Y PEDESTAL 10 VELOCIDADES	UNIDAD	\$ 75,00	\$ 75,00
1	MICROONDAS LG	UNIDAD	\$ 100,00	\$ 100,00
1	CAFETERA ELECTRICA PARA 30 TAZAS MARCA UNCO	UNIDAD	\$ 70,00	\$ 70,00
4	ANAQUELES DE COCINA 1M * 4M	UNIDAD	\$ 150,00	\$ 600,00
2	MESAS DE TRABAJO DE 1.1 * 0.7	UNIDAD	\$ 480,00	\$ 960,00
4	PERCHAS DE ACERO PARA ALIMENTOS	UNIDAD	\$ 180,00	\$ 720,00
3	BALANZA	UNIDAD	\$ 180,00	\$ 540,00
10	CALENTADORES RECTANGULARES 1M* 1M	UNIDAD	\$ 68,00	\$ 680,00
4	PLANCHA PARA ASAR DE 1M * 0,75 CM	UNIDAD	\$ 19,99	\$ 79,96
4	TANQUES DE GAS INDUSTRIAL	UNIDAD	\$ 50,00	\$ 200,00
1	CAMPANA EXTRACTORA DE OLORES Y HUMO DE 1,90 *0,80, 0,60	UNIDAD	\$ 450,00	\$ 450,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Ilustración 9. Equipo de Cocina



Fuente: Imágenes de Google

Tabla41. Equipo de Oficina

CANT.	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	C UNITARIO	\$ 1.480,00
1	COMPUTADORA PORTATIL HP	UNIDAD	\$ 850,00	\$ 850,00
1	TELEFONO INALAMBRICO PANASONIC	UNIDAD	\$ 80,00	\$ 80,00
1	IMPRESORA EPSON A INYECCION	UNIDAD	\$ 550,00	\$ 550,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Ilustración 10. Equipo de Oficina

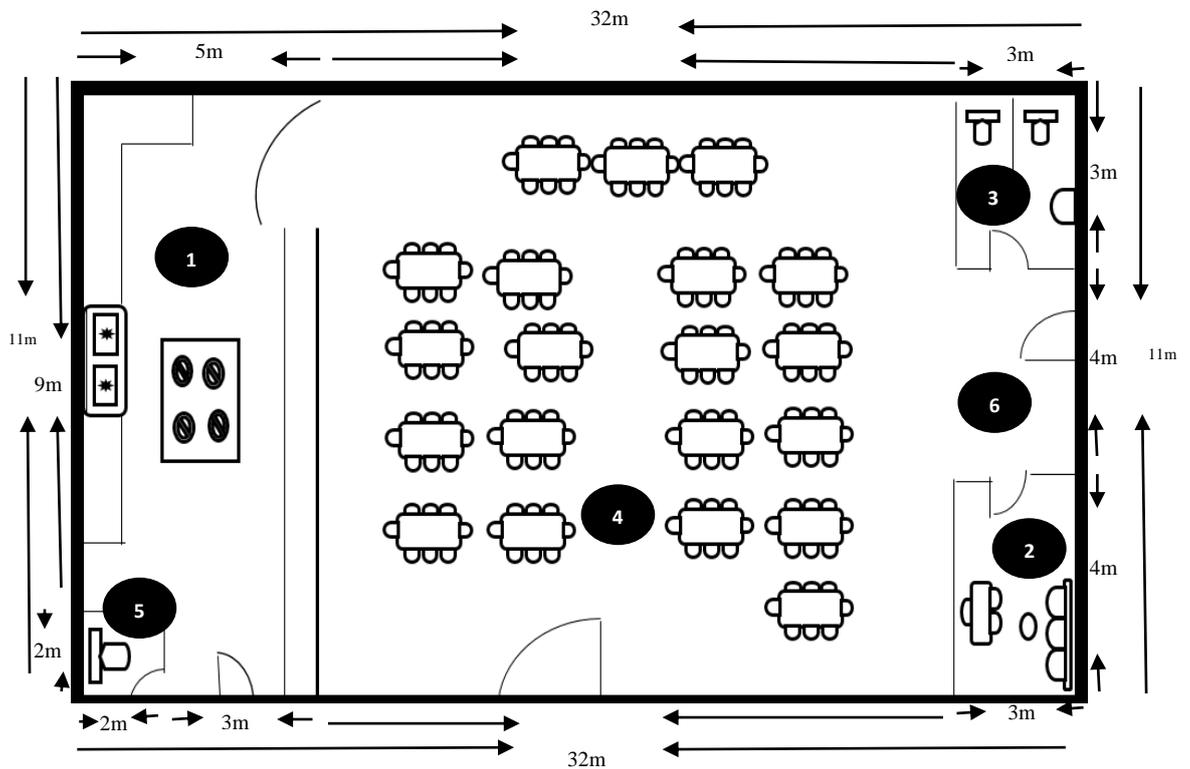


Fuente: Imágenes de Google

4.3.5 Distribución en planta

Un espacio físico bien distribuido permite que la planta, equipos y áreas necesarias para la puesta en marcha del proyecto beneficien a la producción y operatividad de la misma. El espacio físico requerido por parte de los interesados posee una totalidad de 352m² el mismo que se distribuirá de la siguiente manera (Véase Anexo N.- 7):

Ilustración 12. Distribución en Planta



Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Tabla 44. Distribución en Planta

N.-	AREA	METROS
1	Área de producción (Cocina)	11m2 * 5m2
2	Área Administrativa (Oficina)	4m2 * 3m2
3	Baño	3m2 * 3m2
4	Salón	24m2 * 11m2
5	Baño	2m2 * 2m2
6	Área Libre	4m2 * 3m2
TOTAL		352m2

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

4.4 ORGANIZACIÓN

4.4.1 Tipo de Empresa que Desea Crear

En el Ecuador las empresas sean comerciales o de servicios tienen que constituirse como empresas mercantiles para realizar actos de comercio y previamente deben cumplir con lo que solicita el código de comercio y la ley de compañías, estos son:

- Escritura pública de constitución de la compañía
- Aprobación en la superintendencia de compañías
- Depósito de un monto de dinero en una cuenta bancaria
- Inscripción en el registro mercantil
- Afiliación a una de la cámara (opcional)
- Obtención de permisos de funcionamiento

La modalidad de la empresa será de Empresa Individual o Unipersonal de Responsabilidad Limitada, se requiere de un socio exclusivamente, quien se llama - gerente propietario el mismo que será responsable con su patrimonio personal por las correspondientes obligaciones de la empresa, el capital será el monto total de dinero que el propietario destinare para la actividad y no podrá ser inferior al producto de la

multiplicación de la remuneración básica mínima unificada del trabajador en general, por diez.

Las ventajas de este tipo de empresa son las siguientes:

- Cualquier persona con capacidad legal la puede desarrollar por intermedio de una EURL, actividades económicas que no estuvieren prohibidas por la ley
- La EURL es una persona jurídica distinta e independiente de la persona natural a quien pertenezca
- La EURL deberá siempre pertenecer a una sola persona
- El capital estará constituido por el monto total del dinero que el gerente propietario hubiere destinado para la actividad de la EURL
- La EURLA deberá ser administrada por su gerente propietario que a la vez será su representante legal

Para la creación de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada deben cumplirse los siguientes pasos:

- Obtención de la reserva del nombre de la empresa, ante la Superintendencia de Compañías.
- Apertura de la cuenta de integración de capital a nombre de la futura empresa. El banco deberá conferir un certificado que acredite el depósito efectuado, mismo que debe agregarse como documento habilitante a la escritura pública de constitución.
- Escritura de constitución de la empresa, otorgada por el gerente propietario, ante notario público.
- Otorgada la escritura pública de constitución de la empresa, el gerente-propietario se dirigirá a uno de los jueces de lo civil del domicilio principal de la misma, solicitando su aprobación e inscripción en el Registro Mercantil de dicho domicilio.
- Una vez revisada, si hubiere cumplido todos los requisitos legales, el juez ordenará la publicación por una sola vez de un extracto de la escritura, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio principal de la empresa.
- Dentro del plazo de veinte días contados desde la publicación del extracto, cualquier persona que se considere perjudicada por la constitución de la empresa, podrá

oponerse fundamentadamente a la misma ante el mismo juez que ordenó la publicación.

- Vencido este plazo, si no existieren oposiciones por parte de terceros, el juez aprobará la constitución y ordenará su inscripción en el Registro Mercantil del cantón del domicilio principal de la misma. Si la empresa fuere a tener sucursales, la inscripción antedicha también se practicará en el o los cantones en que tales sucursales fueren a operar.

Después del proceso anterior se requiere obtener los siguientes documentos:

- Obtención del RUC.
- Obtención de la patente municipal.
- Afiliación a la Cámara de Comercio.
- Obtención del permiso de funcionamiento de Bomberos.
- Obtención del permiso de salud otorgado por el Ministerio de Salud a través del Centro de Salud

Tipo de empresa (Sector y Actividad)

Conforme al CIU (Clasificación Internacional Industrial Uniforme); este proyecto se ubica en:

Clasificación Internacional Industrial Uniforme

Tabla 45. Tipo de Empresa

H		HOTELES Y RESTAURANTES
H	5520.9	OTROS TIPOS DE SERVICIOS DE VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS PREPARADAS.
H	5520.91	Suministro de comidas y bebidas preparadas para banquetes, bodas, fiestas y otras celebraciones.

Fuente: CIU

Elaborado por: La autora

4.4.2 Razón Social, Logotipo y Slogan

- **Razón Social**

La empresa llevará el nombre de CR Catering & Eventos, el mismo que lleva las iniciales de la gerente propietaria.

- **Logotipo y Slogan**



4.4.3 Misión, Visión, Valores

- **Misión**

Brindar un servicio de catering y desarrollo de eventos con altos estándares de calidad, pero sobre todo cumpliendo con los gustos y exigencia del consumidor.

- **Visión**

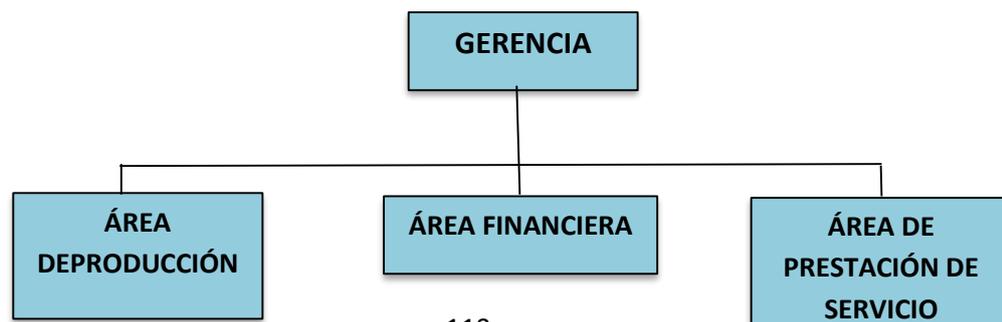
Consolidar a la empresa como líder en el mercado de servicio de catering y desarrollo de eventos, bajo la premisa de mejoramiento continuo, innovación y perseverancia.

- **Valores**

- **Compromiso:** Predisposición a llevar a cabo el servicio de la mejor manera posible, cumpliendo con todas las actividades planificadas
- **Profesionalismo:** Poseer a profesionales capacitados y con experiencia para garantizar el desarrollo del servicio.
- **Responsabilidad:** Llevar a cabo los procesos del servicio con eficiencia y eficacia
- **Puntualidad:** cumplir a tiempo con el servicio planificado
- **Trabajo en equipo:** Desarrollar un espíritu solidario en los colaboradores para así lograr un ambiente de trabajo coordinado

4.4.4 Estructura Organizacional General de la Empresa

A continuación, se presenta la estructura organizacional general de la empresa, que gráficamente agrupa las actividades destinadas para la empresa de servicio de catering y desarrollo de eventos:



4.4.5 Personal Requerido por la Organización Administrativa en la Fase de Operacional

El personal administrativo que necesita la empresa son el Gerente – propietario y el contador, los mismos que poseerán un contrato con la empresa y percibirán los beneficios de ley:

Tabla 46. Rol de Pagos

ROL DE PAGOS											
CARGO	SALARIO BASICO	TOTAL ANUAL BASICO	APORTE IESS	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	TOTAL ANUAL 1	PROMEDIO MENSUAL	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5
ADMINISTRADOR	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 729,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 7.729,00	\$ 644,08	8228,80	8228,80	8228,80	8228,80
CONTADOR	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 583,20	\$ 400,00	\$ 264,00	\$ 6.047,20	\$ 503,93	6447,04	6447,04	6447,04	6447,04

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

4.4.6 Descripción de los Cargos (Roles, Funciones, Autoridad, Responsabilidad)

- **Gerente – Administrativa:** La propietaria de la empresa actuará como máximo responsable de las diferentes áreas y actividades

Funciones:

- Supervisar las actividades realizadas por las demás dependencias de la empresa en pro del cumplimiento de los objetivos organizacionales
- Planear, ejecutar y dirigir la gestión administrativa y operativa de la empresa para el manejo de las relaciones con los clientes
- Desarrollar estrategias para el cumplimiento de las metas y proyecciones de la organización
- Analizar todos los aspectos financieros para la toma de decisiones.
- Controlar administrativa y disciplinariamente a todo el personal.
- Evaluar el rendimiento de todos los procesos de la empresa y del personal involucrado en cada uno de ellos

Autoridad:

Jefe inmediato: Ninguno

Subordinados directos: Chef, contador, ayudantes de cocina, decoradora, meseros.

- **Contador**

Funciones

- Procesar, codificar y contabilizar los diferentes comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos
- Verificar que las facturas recibidas en el departamento contengan correctamente los datos fiscales de la empresa que cumplan con las formalidades requeridas.
- Llevar mensualmente los libros generales de Compras y Ventas, mediante el registro de facturas emitidas y recibidas a fin de realizar la declaración de IVA.
- Llevar todos los movimientos o registros contables al Programa que es el software utilizado por la organización para dicha actividad.
- Realización de la relación de las Cuentas por Cobrar y por Pagar.
- Velar por la aplicación de la norma y el cumplimiento de las normas de la organización.
- Cuidar el resguardo y mantenimiento de la confidencialidad de la información suministrada por la organización y por el cliente

Autoridad:

Jefe inmediato: Gerente – Administrativa

Subordinados directos: Ninguno

- **Chef:** deberá ser un profesional en la materia

Funciones:

- La organización general de la cocina
- Elaborar y componer los menús
- Hacer los pedidos de materia prima
- Ser responsables por la utilidad de la cocina
- Supervisar la cocina a la hora del servicio

- Asesorar a la gerencia en la compra de los equipos

Autoridad:

Jefe inmediato: Gerente – Administrativa

Subordinados directos: ayudantes de cocina y meseros

- **Decoradora:** Persona quien de acuerdo al tipo de evento realiza combinaciones idóneas de artículo de decoración para dar vida al ambiente.

Funciones

- Asesoramiento al cliente para que el evento sea visualmente atractivo
- Capacidad de crear encanto mediante la combinación de bienes decorativos
- Desempeño innovador y creativo
- Realizar actividades de asistencia en actividades de producción y decoración
- Conocimientos en manejo de personal

Autoridad:

Jefe inmediato: Gerente – Administrativa

Subordinados directos: meseros,

- **Ayudante de cocina:** Persona con conocimientos culinarios para brindar apoyo en la producción

Funciones

- Limpiar, pelar y cortar las verduras.
- Mezclar los ingredientes juntos.
- Usan cuchillos afilados y máquinas de procesamiento de alimentos
- Cumplir las actividades encomendadas por el Jefe de Cocina.
- Verificar que la cocina permanezca siempre limpia como lavar, secar, pulir y ordenar los instrumentos de cocina.

Autoridad:

Jefe inmediato: Chef

Subordinados directos: ninguno

- **Meseros:** Deberá ser cortés y de buenos modales, con espíritu de servicio, simpatía y personalidad, conocer los conceptos básicos de servicio a clientes, como: servicio de comedor y bar, conocimientos básicos de gastronomía, conocimiento Básico de Vinos y licores

Funciones

- Llegar puntual y listo para trabajar
- Recibir instrucciones de capital de meseros
- Atención al cliente
- Conocimientos del menú
- Recoger la vajilla después de servir el alimento
- Responsable de labores de mesa
- Comunicación efectiva

Autoridad:

Jefe inmediato: Capitán de meseros,

Subordinados directos: ninguno

- **Capitán de meseros:**

Funciones

- Acoger al cliente
- Organizar y coordinar el equipo
- Supervisar la presentación del personal
- Asegurar la satisfacción del cliente
- Capacitar al equipo

Autoridad:

Jefe inmediato: chef, Gerente Administrados

Subordinados directos: meseros.

4.4.6.1 De la Contratación

Dentro del personal requerido para el normal funcionamiento de la empresa se deberá contar con cierto personal que por su naturaleza y forma de operar de la misma se procederá a realizar un contrato que se ajuste a los requerimientos necesarios, sin desapegarse de las leyes vigentes ecuatorianas de tal manera que la mejor forma de contratación para las partes es por medio de un contrato civil ocasional en el caso de capitán de meseros, meseros, ayudante de cocina y decoradora. Para el chef, contadora y administradora será un permanente.

- **Contratos eventuales**

El Código de Trabajo en el Art. 17.- habla sobre los contratos eventuales, ocasionales y de temporada, el mismo que manifiesta que se puede celebrar contratos eventuales para atender una mayor demanda de producción o servicios en actividades habituales del empleador, en cuyo caso el contrato no podrá tener una duración mayor de ciento ochenta días continuos o discontinuos, dentro de un lapso de trescientos sesenta y cinco días. Si la circunstancia o requerimiento de los servicios del trabajador se repita por más de dos períodos anuales, el contrato se convertirá en contrato de temporada.

4.4.7 Gestión Empresarial

Dentro de la gestión empresarial de la empresa que se está formando se desarrollan procesos tales como: organización administrativa, contables, comerciales y de producción, los mismos que se detallan a continuación:

- **Organización Administrativa**

Para la realización perfecta de un servicio de catering y eventos se tiene que proponer una organización cuyo engranaje debe montarse con el fin que pueda enfrentar a cualquier eventualidad, de forma que se lleve a cabo como lo desee el cliente. La organización administrativa de esta clase de servicios requiere una especial atención a un sistema de archivos e impresos, ya que estos facilitarían el control exacto de todo lo que se debe hacer.

Es importante tener controlados los más mínimos detalles de un servicio, desde el primer contacto con el cliente hasta la realización del mismo, los formularios a utilizarse para el orden que se necesita son los siguientes:

Reservas de Salón: Consiste en anotar en un cuaderno denominado “cuaderno de reservaciones” después de la visita del cliente bien haya sido personal o telefónica, tentativa o definitiva, se anotará en este cuaderno para tener constancia de la reservación constando los siguientes datos:

- Fecha y hora en que se realiza la reservación
- Nombre del cliente, domicilio y teléfono
- Tipo de servicio
- Número de personas
- Observaciones: en el caso de ser corporativo nombre de la empresa o institución

Las anotaciones en este libro deberán hacerse siempre con lápiz, con el fin de poderlas borrar en caso de cancelación, la cancelación se la hará constar para que no exista ninguna confusión.

Cuando un cliente solicita un servicio en una fecha determinada y el salón está comprometido, pero no confirmado, antes de dar una negativa, el responsable de la reservación deberá ponerse en contacto con el cliente que tenga hecha la reserva para recordarle que la tiene y ver si la puede confirmar. Esto deberá hacerse con tacto, pues el cliente puede molestarse y perder ese servicio, por esta razón no debe llamarse a un

cliente cuya visita sea reciente, sino por el contrario, decirle que el nuevo cliente que en unos días se tratará de solucionar la forma de reservarle el local.

- **Proforma de Servicio:** La organización de servicios confirmandos deberá llevarse a cabo dos días antes de su realización con el fin de coordinar con tiempo, todos los miembros de la empresa que tengan que ver con el servicio, y que queden enterados y puedan preparar lo que les corresponde hacer,

Al confeccionar esta orden se tendrá especial cuidado en que figuren bien claramente todos los detalles del servicio, añadiendo los aspectos necesarios concernientes a cada área involucrado en el proceso. A parte del día, hora, número de personas, y demás datos del evento a realizar en la orden de servicio deberá figurar:

- Menú: especificando el nombre de cada plato, bebidas y aperitivos. Los menús pueden ser de: coffee breaks, desayunos, almuerzos, cenas o cocteles.
- Forma en que se ha de realizar cada servicio o montaje
- Servicios adicionales que desee
- Observaciones a cocina sobre la forma en que se servirá y si es necesario la forma que le gustaría que se prepare cada plato

Las indicaciones pueden ir dirigidos como observaciones a las siguientes áreas que son los que usualmente colaboran con la puesta en marcha del servicio y estos son:

- Área de Prestación de Servicios. - Para indicarle la necesidad de luces, sonido, distribución de mesas, colocación de carteles o decoraciones, tarimas, pista de baile, etc.
- Área Financiera. - Dar a conocer la forma de pago que se realizará por el servicio
- Área de Producción. - Si se requiere comprar algo especial para el servicio de los invitados que pueden asistir especialmente si son personalidades.

La comunicación efectiva es imprescindible para involucrar a todo el personal requerido, los presupuestos u hojas de servicios deberán llegar a todas las áreas para que todos estén en conocimiento de los mismos (Véase Anexo N.-8)

- **Facturación.** - Al finalizar el servicio de catering se debe emitir la factura haciendo constar en ella el número de invitados, precio por cubierto y los conceptos extras que se hayan contratado o producido durante el evento. Normalmente un servicio de catering no se paga al contado, ya que para el cliente resulta incómodo el venir con la cantidad de dinero tan elevada que supone el pago de un servicio como este, de cualquier forma, en ocasiones se suele pagar con un cheque, por lo tanto, al finalizar el servicio se debe pasar al cliente para que lo revise y lo firme.

El gerente debe supervisar las facturas antes de presentarlas al cliente, para ver si están correctamente hechas y si han cargado todos los conceptos contratados.

- **Política de Reservaciones.** - Generalmente las reservaciones se producen a través del contacto directo para luego proceder a asentarla en el cuaderno de reservaciones bloqueando tentativamente una fecha y hora y si son temporadas altas de eventos para reservar un cierto número de eventos a domicilio. Para bloquear tentativamente una fecha y hora se requiere que con anticipación ya sea verbal o escrita se haya solicitado lo siguiente:
 - 50% de anticipo del costo total solicitado
 - En la cotización se deberá precisar lugar, número de personas, fecha, hora, montaje, evento, servicios adicionales
 - No se debe dar crédito a nadie que no haya sido autorizado previamente por gerencia
- **Política de Confirmaciones.** - Solo se entiende por confirmado cuando el cliente haya dado el anticipo requerido de acuerdo al contrato. En el caso de cancelación antes de las 48 horas del evento se retendrá el 50% del anticipo, en el caso que sea antes de las 24 horas la empresa retendrá el total del depósito, este lineamiento se le hará saber al cliente por escrito
- **Planeación.** - El gerente el día de ofrecer el servicio deberá planificar este supervisando en principio todos los detalles que figuran en la orden del servicio, primeramente, deberá prever para el número de invitados que concurran al eventos,

el personal que se precise para el mismo. La necesidad del personal varia en relación al servicio a ofrecer

Para comida tipo buffet se necesita:

- Un mesero por cada 10 personas
- Un capitán de meseros

Para comida emplatada:

- Un mesero y un ayudante por cada 10 personas
- Un capitán de mesero

El gerente también debe chequear que todo el material que se necesita para el montaje esté preparado, en perfectas condiciones y verificar si la cantidad que se necesita está disponible y a la mano y estos son:

- Sillas limpias y en buenas condiciones, pueden ser con forros y lazos
 - Mesas limpias y en buenas condiciones, con la mantelería respectiva
 - Manteles limpios planchado y sin huecos
 - Servilletas limpias planchadas y sin huecos
 - Cubertería limpia y pulida
 - Vajilla limpia, pulida y que no esté rota
 - Ceniceros limpios
 - Cristalería limpia y pulida
 - Decoración adecuada
 - Jarras para servir agua
 - Bandejas de servir comida
 - Bandejas de servir bebidas
 - Equipos auxiliares (micrófono, parlantes, luces)
- **Montaje.** - El montaje de un servicio de catering requiere tiempo suficiente, para ir ejecutándose debidamente todos los detalles que exige la planeación que previamente se ha convenido. La forma de efectuar el montaje dependerá de la forma del local, dimensiones, etc., así como el número de comensales a los que haya

que dar el servicio y del tipo de este, es conveniente hacer un pequeño croquis con la distribución de las mesas para facilitar de esta forma el trabajo. Las mesas que se utilizan en estos servicios tienen unas dimensiones mayores a las normales con patas plegables o de roscas. Las medidas de estas mesas varían entre dos, tres y medio a cuatro metros de largo y 0,8 metros de ancho para comer y 0,4 de ancho para apoyo de material.

Tipo de montaje según los servicios:

- Bodas. - Es donde se monta una mesa presidencial o principal para el número de personas que previamente haya indicado el cliente. Frente a la misma se montarán las mesas de los demás invitados, estas pueden ser redondas o rectangulares
- Coctel. - para este tipo de servicio el montaje no tiene complicaciones, pues solo se trata de montar un bar mostrador desde donde servir las bebidas y para el área de cocina desde ahí saldrán los bocaditos para los invitados. O si desena tipo buffet se debe montar la mesa para la comida. En el torno al salón o en la oficinas y residencia se colocarán ceniceros aparadores y si el cliente lo desea algunas sillas
- Desayunos, almuerzos, cenas y bocaditos sentados. - el montaje para estos servicios puede ser de varias formas de manera convencional según el número de invitados.

- **Confección de menús**

La confección de menús para banquetes es uno de los puntos más importantes a tener en cuenta, ya que de su composición y precio depende en gran parte el éxito de la contratación del servicio. En principio, existen una serie de menús, tipo Standard que sirve para poderse los entregar al cliente, cuando éste acuda en visita de información.

En muchos casos hay que confeccionarlo al momento, si los ya preparados no se ajustan al gusto y necesidades del cliente, tanto en lo que se refiere a calidad como a precio. Si los menús no gustaron se debe tratar de confeccionarlos conjuntamente con el cliente y pedirles sugerencias.

- Considerar que por encargo de una persona y organización hay que satisfacer a distintas personas, cuyos gustos, edades y salud suelen ser muy variados; motivo por

el cual debe tratarse de llegar a punto medio en que la comida pueda ser aceptada por todos los que asistan al banquete.

- Debe considerarse la religión y nacionalidad de los invitados. Por regla general a los extranjeros les gusta llegar a un país, degustar los platos típicos del mismo, pero sin que ello les suponga un cambio demasiado brusco que pueda alternar momentáneamente su salud. Es por tanto conveniente buscar platos típicos que no sean muy fuertes.

 - Hay que tener muy presente que para la cocina es muy importante cada plato
 - pueda prepararse con facilidad y antelación suficiente para que éste a su vez llegue a la mesa en su justo punto. No se pueden hacer menús con platos que puedan confeccionarse al momento, pues esto produciría un retraso en el servicio y quejas por parte de los invitados. Es deber del encargado de Banquetes al contratarse un servicio asesorar al cliente sobre éste punto.

 - De igual forma para que la cocina trabaje sin obstáculos, es necesario que los platos que se vayan a servir no resulten una dificultad para el camarero.

 - El Motivo de la Celebración de un banquete, también influye en el tipo de menú que deba dar.

 - El Encargado de banquetes debe contactar con el jefe de cocina que clase de comestibles le interesa que se vendan bien por su precio, abundancia en el mercado o por un almacenamiento demasiado prolongado.
- **Composición del menú:**
 - Coffee Breaks: Todos los Coffee Breaks deben llevar como comestibles básicos café y pan, a partir de estos se derivan coffee breaks con jugos, leche, frutas, pastelerías, refrescos, limonadas con variedad de sándwich, galletas, bizcochos, etc.

- Desayunos: Los desayunos tradicionales están compuestos por Café, jugo, pan, huevos acompañados de algunas variedades de embutidos y carnes o tubérculos. Las ofertas de desayunos la deben componer cuatro tipos que son:
 - Desayuno Continental
 - Desayuno Americano
 - Desayuno del Hotel o del Chef
 - Desayuno del País o Región

- Menú Fijo Emplatado: Es un tipo de servicio bastante sencillo, rápido y cómodo, ya que evita muchas complicaciones y facilita mucho la tarea. Al trabajar con un menú fijo para todos los comensales no necesitamos camareros muy preparados y da la oportunidad de seleccionar camareros extras, ocasionalmente cuando haya actividad, aun con camareros extras no muy expertos, con un menú fijo emplatado lograremos que la comida llegue al cliente rápido, caliente y todo al mismo tiempo, ya que el plato sale de la cocina preparado, listo para comer. Y en este tipo de servicio el invitado se siente mejor atendido.

- Menús Buffet: Es un tipo de comidas donde se le da a escoger al comensal en forma de auto servicio varios manjares, presentados vistosamente, a selección y gusto, y la cantidad deseada. Se puede preparar dos tipos de menú para selección de los invitados. El servicio de Buffet es muy solicitado en las actividades de banquetes, ya que para muchos clientes es una buena solución que complace a todos los invitados. Los Buffet consisten en platos fríos y calientes y el éxito de este tipo de servicio depende de la presentación de los diversos platos. Los clientes primero comen con los ojos y un buffet bien presentado es un éxito no solo en cuanto a calidad, sino también en lo económico. Si sabemos planear bien el menú de buffet este tendrá costo más bajo que el emplatado. El costo de menú emplatado es más alto por: se contrata más personal tanto para servicio de cocina como meseros, vajilla, cubertería, mobiliario, cristalería y otros detalles.

La composición de un menú consiste por lo general de:

- Pan y Mantequilla (Variedad de Ambos)
- 4 a 6 ensaladas de varios tipos.
- 1 a 2 platos fríos (Fiambres, Patés,)
- 4 a 6 platos calientes (Papas, Vegetales, Arroz, Carnes Rojas, Pescados, Mariscos, Pastas, Pastelones, etc.)
- Bandeja de Quesos (eventualmente)
- Sopas o Cremas (eventualmente)
- Postres
- Café

Todo ello debe ser magistralmente presentado y decorado, generalmente se añaden decoraciones para una presentación mejor con bambalinas de colores y diseños vistosos, figuras de hielo, candelabros, arreglos de flores y frutas naturales, plantas ornamentales, paneles con decoración de ambiente etc.

- Menú de Bocadillo: Están compuestos por dos renglones, fríos y calientes. Regularmente ofrecemos entre 10 a 8 unidades variadas entre frío y caliente, tratando de seleccionarlo de una manera equilibrada con relación a la presentación y a los comestibles e ingredientes que los componen. Este tipo de menú es solicitado partiendo de la idea de brindar una forma de comida simple no muy abundante y económica. También para cerrar los bocadillos se sirve los de dulce.
- Menú Tema: Estos son menús que se solicitan con relación a un tema o un motivo especial, puede ser en mención a un país o región. Podría ser para fiestas especiales o conmemorativas como fiestas de fin de año, Navidad, posesiones, inauguraciones, capacitaciones, seminarios, aniversarios, etc.
- Banquete a Domicilio: Los servicios de Banquetes a domicilio, los solicitan las personas que desean que su evento se realice en su institución hogar u otro lugar de su preferencia, con el interés de ofrecerles a sus invitados o participantes del evento, un ambiente personalizado o en familia.

- **Precios**

Los costos representan la cantidad de dinero invertido para producir los alimentos y bebidas de una actividad de banquete, o el valor total de las mercancías utilizadas. Esos alimentos y bebidas se registran a través de las Hojas de Eventos o Presupuesto.

El Gerente preselecciona los menús que se ofrecerá a los clientes u otra forma es que cliente seleccione y diseñe conjuntamente con el Chef el menú que desea. Los menús seleccionados, ya sean diseñados por el cliente al momento de comprar el servicio o los preseleccionados por la gerencia, se envían al jefe de cocina para que este proceda a elaborar las recetas de los platos o manjar que componen los menús elegidos y luego se calculan sus costos unitarios

Receta Standard.- Una receta estándar es una formula escrita para producir un plato o artículo alimenticio de una calidad específica y cantidad deseada. La receta estándar muestra la cantidad exacta de cada ingrediente usado en la preparación del plato o artículo y la secuencia del paso a seguir en su preparación. Se debe tener un gran cuidado al utilizar los ingredientes precisos en los procedimientos de cocinar de modo que el estándar producirá el producto deseado. La receta estándar ayuda a obtener el valor preciso de los platos o de los artículos alimenticios, controla el costo unitario de los alimentos y asegura consistencia en la calidad y en la preparación de los alimentos.

Precios de Eventos: En el establecimiento de los precios de banquetes caben dos grandes criterios:

- Ofrecer precios bajos y poca calidad, ó
- Tener buena calidad y precios altos.

Lo ideal es lograr excelente calidad a precios accesibles.

Para determinar los precios de banquetes hay que considerar los siguientes factores (Véase Anexo N.- 3)

4.5 PROGRAMA PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO

CALENDARIO DE EJECUCIÓN							
N.-	NOMBRE DE TAREA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DEL PROYECTO						
2	INICIO Y EJECUCIÓN DEL PROYECTO						
3	CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA						
4	TRÁMITES LEGALES						
5	APROBACIÓN DEL CRÉDITO BANCARIO						
6	INVERSIONES Y ADQUISICIONES						
7	ARRENDAMIENTO Y ADECUACIÓN DEL LOCAL						
8	SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DEL PERSONAL						
9	CAPACITACIÓN DEL PERSONAL						
10	PUBLICIDAD DEL SERVICIO EN MEDIO DE COMUNICACIÓN						
11	INICIO DE ACTIVIDADES						

4.6 ESTUDIO ECONÓMICO

4.6.1 Inversiones

La empresa poseerá las siguientes inversiones:

- **Inversión Fija** (Véase Anexo N.-9)

INVERSIONES FIJAS	
DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
EQUIPOS DE COCINA	\$ 6.678,96
UTENSILLOS DE COCINA	\$ 1.074,07
VAJILLA, CUBERTERIA Y CRISTALERIA	\$ 3.946,80
MANTELERIA	\$ 8.320,00
EQUIPAMIENTO PARA EL SERVICIO	\$ 10.283,00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 1.480,00
MUEBLES DE OFICINA	\$ 1.145,00
TOTAL	\$ 32.927,83

- **Inversión Diferida** (Véase Anexo N.- 10)

INVERSIONES DIFERIDAS		
DESCRIPCIÓN	VALOR	VALOR TOTAL
ADECUACIONES	\$ 6.200,00	\$ 6.200,00
GASTO CONSTITUCION		\$ 75,00
PAGO A NOTARIA	\$ 50,00	
PATENTE MUNICIPAL	\$ 25,00	
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DE CUERPO DE BOMBEROS	\$ 0,00	
PERMISO SANITARIO	\$ 0,00	
RUC	\$ 0,00	
HONORARIOS A CONSULTORES		\$ 400,00
HONORARIOS ABOGADOS	\$ 400,00	
TOTAL		\$ 6.675,00

- **Capital de Trabajo**

Se tomó como tiempo necesario 2 meses (Véase Anexo N.- 11)

CAPITAL DE TRABAJO (MENSUAL)		
DESCRIPCIÓN	VALOR	VALOR TOTAL
MATERIA PRIMA	\$ 2.214,55	\$ 4.429,11
MANO DE OBRA	\$ 2.183,93	\$ 4.367,87
COSTOS INDIRECTOS	\$ 645,19	\$ 1.290,37
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 1.748,02	\$ 3.496,03
GASTOS DE VENTAS	\$ 1.060,00	\$ 2.120,00
GASTOS DE DISTRIBUCIÓN	\$ 56,00	\$ 112,00
TOTAL		\$ 15.815,38

- **Resumen de la Inversión**

RESUMEN DE LA INVERSIÓN	
RUBRO	VALOR
INVERSIÓN FIJA	\$ 32.927,83
INVERSIÓN DIFERIDA	\$ 6.675,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 15.815,38
TOTAL	\$ 55.418,21

4.6.2 Costos de Operación y de Financiación e Ingresos

- **Gastos de Producción** (Véase Anexo N.- 11: a, b, c y 12: a)

COSTOS DE PRODUCCIÓN (Anuales)						
CANT.	DESCRIPCIÓN	AÑO1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	MATERIA PRIMA DIRECTA	\$ 26.574,66	\$ 28.228,35	\$ 28.792,91	\$ 29.368,77	\$ 29.956,15
1	MATEERIA PRIMA EVENTOS MÁS CATERING	\$ 26.574,66	\$ 28.228,35	\$ 28.792,91	\$ 29.368,77	\$ 29.956,15
	MANO DE OBRA	\$ 26.207,20	\$ 27.292,18	\$ 28.422,07	\$ 29.598,75	\$ 30.824,14
1	M D O DIRECTA E INDIRECTA	\$ 26.207,20	\$ 27.292,18	\$ 28.422,07	\$ 29.598,75	\$ 30.824,14
	COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	\$ 6.752,24	\$ 7.031,78	\$ 7.031,78	\$ 7.406,69	\$ 7.437,93
1	COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	\$ 6.752,24	\$ 7.031,78	\$ 7.031,78	\$ 7.406,69	\$ 7.437,93
	DEPRECIACIONES	\$ 1.911,01				
1	DEPRECIACIONES EQUIPOS	\$ 1.911,01	\$ 1.911,01	\$ 1.911,01	\$ 1.911,01	\$ 1.911,01
TOTAL		\$ 61.445,11	\$ 64.463,32	\$ 66.157,78	\$ 68.285,22	\$ 70.129,22

- **Gastos Administrativos** (Véase Anexo N.- 11: d y Anexo N.- 12)

GASTOS ADMINISTRATIVOS (Anuales)						
CANT.	DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	DEPRECIACIONES	\$ 607,83	\$ 607,83	\$ 607,83	\$ 114,50	\$ 114,50
1	AMORTIZACIONES	\$ 1.335,00	\$ 1.335,00	\$ 1.335,00	\$ 1.335,00	\$ 1.335,00
1	SUMINISTROS DE OFICINA Y LIMPIEZA	\$ 840,00	\$ 874,78	\$ 910,99	\$ 948,71	\$ 987,98
1	GASTO ARRIENDO	\$ 5.400,00	\$ 5.623,56	\$ 5.856,38	\$ 6.098,83	\$ 6.351,32
1	ADMINISTRADOR	\$ 7.729,00	\$ 8.048,98	\$ 8.382,21	\$ 8.729,23	\$ 9.090,62
1	CONTADOR	\$ 6.047,20	\$ 6.297,55	\$ 6.558,27	\$ 6.829,79	\$ 7.112,54
1	SERVICIOS BASICOS	\$ 960,00	\$ 999,74	\$ 1.041,13	\$ 1.084,24	\$ 1.129,12
TOTAL		\$ 22.919,03	\$ 23.787,45	\$ 24.691,82	\$ 25.140,29	\$ 26.121,09

- **Gastos de Ventas** (Véase Anexo N.- 11:e)

GASTOS DE VENTAS (Anuales)						
CANT.	DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	PUBLICIDAD	\$ 12.720,00	\$ 13.246,61	\$ 13.795,02	\$ 14.366,13	\$ 14.960,89
TOTAL		\$ 12.720,00	\$ 13.246,61	\$ 13.795,02	\$ 14.366,13	\$ 14.960,89

- **Gastos de Distribución** (Véase Anexo N.- 11: f)

GASTOS DE DISTRIBUCIÓN (Anuales)						
CANT.	DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	GASTO TRANSPORTE	\$ 672,00	\$ 699,82	\$ 699,82	\$ 699,82	\$ 699,82
TOTAL		\$ 672,00	\$ 699,82	\$ 699,82	\$ 699,82	\$ 699,82

- **Gastos Financieros**

GASTOS FINANCIEROS (Anuales)						
CANT.	DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	INTERÉS DEL PRÉSTAMO	\$ 1.620,98	\$ 1.354,14	\$ 1.061,29	\$ 739,88	\$ 387,14
TOTAL		\$ 1.620,98	\$ 1.354,14	\$ 1.061,29	\$ 739,88	\$ 387,14

- **Gasto Reposición Vajilla y Cristalería**

REPOSICIÓN DE LA VAJILLA Y CRISTALERÍA							
CANT-	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	COSTO U.	C. TOTAL	REPOSICIÓN 10%	C. TOTAL REPOSICIÓN	COSTO ANUAL
160	PLATO BASE CORONA	UNIDAD	\$ 4,24	\$ 678,40	16	\$ 67,84	\$ 814,08
160	PLATO TENDIDO CORONA	UNIDAD	\$ 3,13	\$ 500,80	16	\$ 50,08	\$ 600,96
160	PLATO POSTRE CORONA	UNIDAD	\$ 1,51	\$ 241,60	16	\$ 24,16	\$ 289,92
160	PLATO TAZA / CAFÉ CORONA	UNIDAD	\$ 2,23	\$ 356,80	16	\$ 35,68	\$ 428,16
160	PLATO CONSOME SIN ASA CORONA	UNIDAD	\$ 1,46	\$ 233,60	16	\$ 23,36	\$ 280,32
160	VASOS C22	UNIDAD	\$ 0,30	\$ 48,00	16	\$ 4,80	\$ 57,60
160	COPA COCTERL HELADO 42 CL	UNIDAD	\$ 2,27	\$ 363,20	16	\$ 36,32	\$ 435,84
160	COPAS DE CHAMPANE 15CL	UNIDAD	\$ 1,01	\$ 161,60	16	\$ 16,16	\$ 193,92
160	COPA VINO TINTO CABERNET 25 CL	UNIDAD	\$ 0,99	\$ 158,40	16	\$ 15,84	\$ 190,08
160	COPA GLOBO 40CL	UNIDAD	\$ 0,99	\$ 158,40	16	\$ 15,84	\$ 190,08
TOTAL					160	\$ 290,08	\$ 3.480,96

4.6.3 Ingresos (Véase Anexo N.- 3)

INGRESOS (Anuales)						
SERVICIO	PRECIO UNITARIO	PROYECCIÓN INGRESOS (DEMANDA INSATISFECHA)				
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SERVICIO DE CATERING	\$ 18,79	3606	3678	3752	3827	3903
		\$ 67.756,42	\$ 71.972,77	\$ 76.451,49	\$ 81.208,91	\$ 86.262,38
TOTAL		\$ 67.756,42	\$ 71.972,77	\$ 76.451,49	\$ 81.208,91	\$ 86.262,38

INGRESOS (Anuales)						
SERVICIO	PRECIO UNITARIO	PROYECCIÓN INGRESOS (DEMANDA INSATISFECHA)				
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SERVICIO DE CATERIN MÁS EVENTO	\$ 23,57	3.596	3.668	3.741	3.816	3.892
		\$ 84.980,38	\$ 90.268,54	\$ 95.885,78	\$ 101.852,56	\$ 108.190,64
TOTAL		\$ 84.980,38	\$ 90.268,54	\$ 95.885,78	\$ 101.852,56	\$ 108.190,64

INGRESOS TOTALES					
AÑO	1	2	3	4	5
CANTIDAD	7202	7346	7493	7643	7795
SERVICIO	\$ 152.736,81	\$ 162.241,31	\$ 172.337,26	\$ 183.061,47	\$ 194.453,02

4.6.4 Punto de Equilibrio

Es un método a través de cual se puede determinar el punto en que los ingresos son iguales a los gastos y por lo tanto en ese punto la empresa ni gana ni pierde, la fórmula es la siguiente:

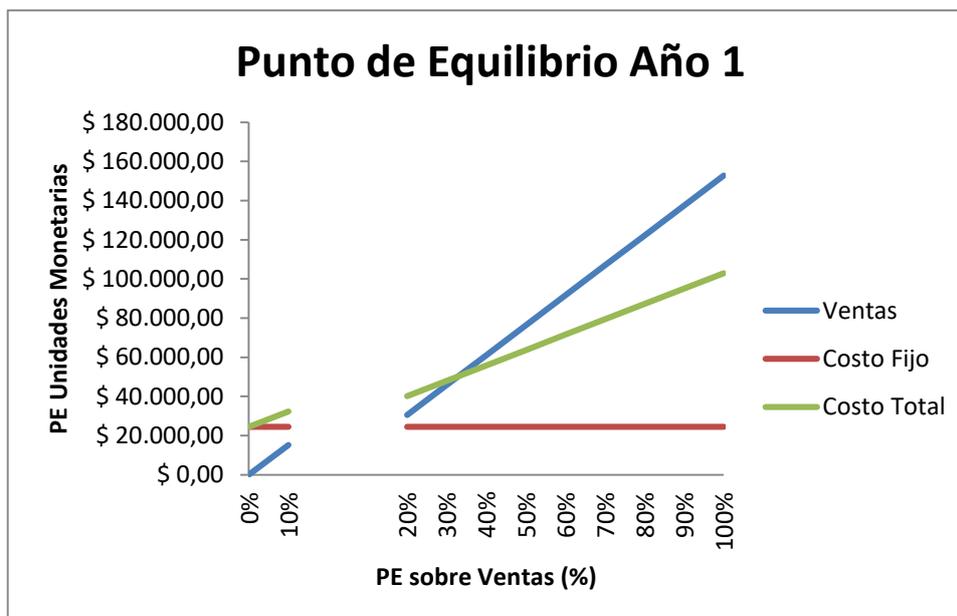
$$PE = CFT / 1 - (CVT/IT)$$

Donde: CFT = Costos Fijos Totales

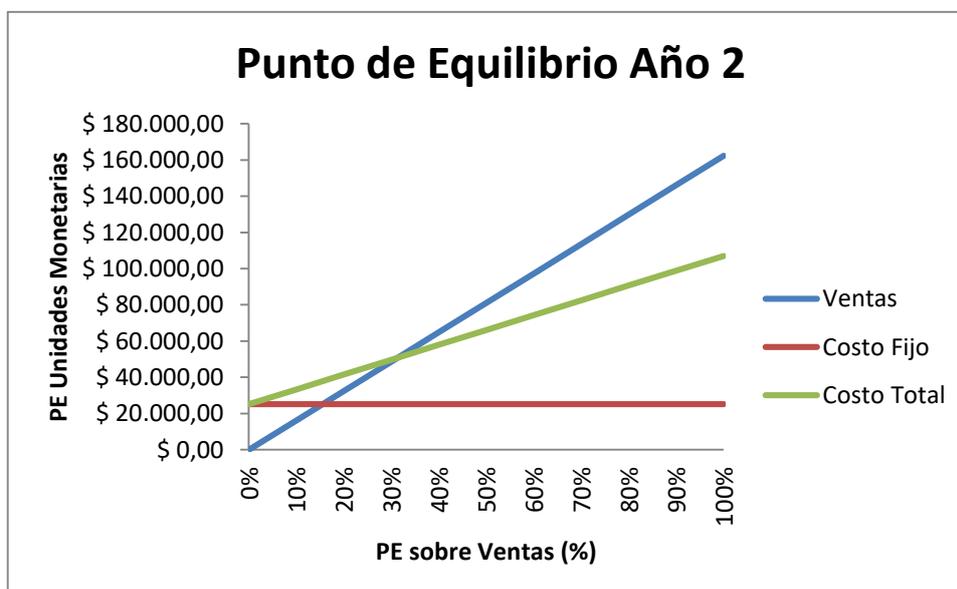
CVT = Costos Variables Totales

Y aplicando la fórmula nos resulta el siguiente cuadro de todos los años:

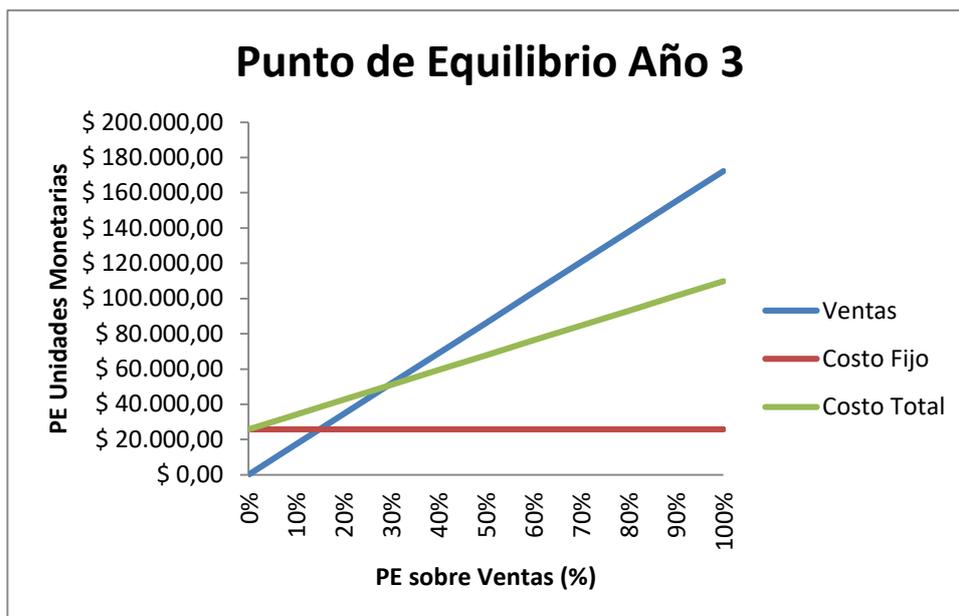
RUBROS	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES								
COSTOS DE PRODUCCIÓN		\$ 61.445,11		\$ 64.463,32		\$ 66.157,78		\$ 68.285,22		\$ 70.129,22
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 22.919,03		\$ 23.787,45		\$ 24.691,82		\$ 25.140,29		\$ 26.121,09	
GASTOS DE DISTRIBUCION		\$ 672,00		\$ 699,82		\$ 699,82		\$ 699,82		\$ 699,82
GATOS DE REPOSICION DE VAJILLA Y CRISTALERIA		\$ 3.480,96		\$ 3.480,96		\$ 3.480,96		\$ 3.480,96		\$ 3.480,96
GASTOS DE VENTAS		\$ 12.720,00		\$ 13.246,61		\$ 13.795,02		\$ 14.366,13		\$ 14.960,89
GASTOS FINANCIEROS	\$ 1.620,98		\$ 1.354,14		\$ 1.061,29		\$ 739,88		\$ 387,14	
TOTALES	\$ 24.540,02	\$ 78.318,07	\$ 25.141,59	\$ 81.890,71	\$ 25.753,11	\$ 84.133,58	\$ 25.880,17	\$ 86.832,13	\$ 26.508,23	\$ 89.270,89
Ventas	\$ 152.736,81		\$ 162.241,31		\$ 172.337,26		\$ 183.061,47		\$ 194.453,02	
Punto de Equilibrio	\$ 50.365,86		\$ 50.765,08		\$ 50.317,85		\$ 49.233,03		\$ 49.006,47	
PE sobre Ventas (%)	33%		31%		29%		27%		25%	



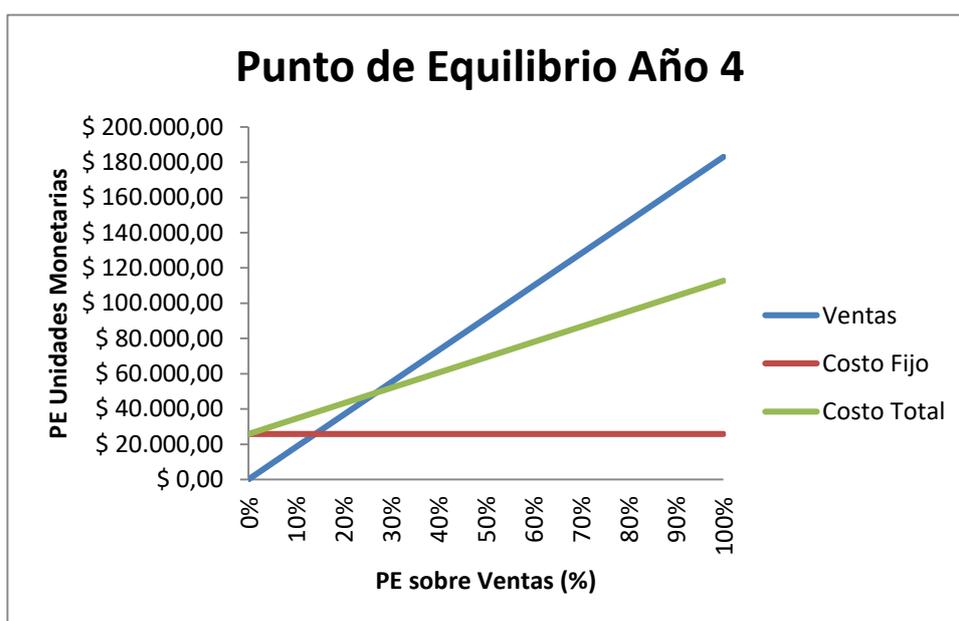
El punto de equilibrio del primer año del proyecto es del 33% en ventas que en dólares es \$ 50365,86, para cubrir los costos fijos y variables y desde ahí obtener ganancias.



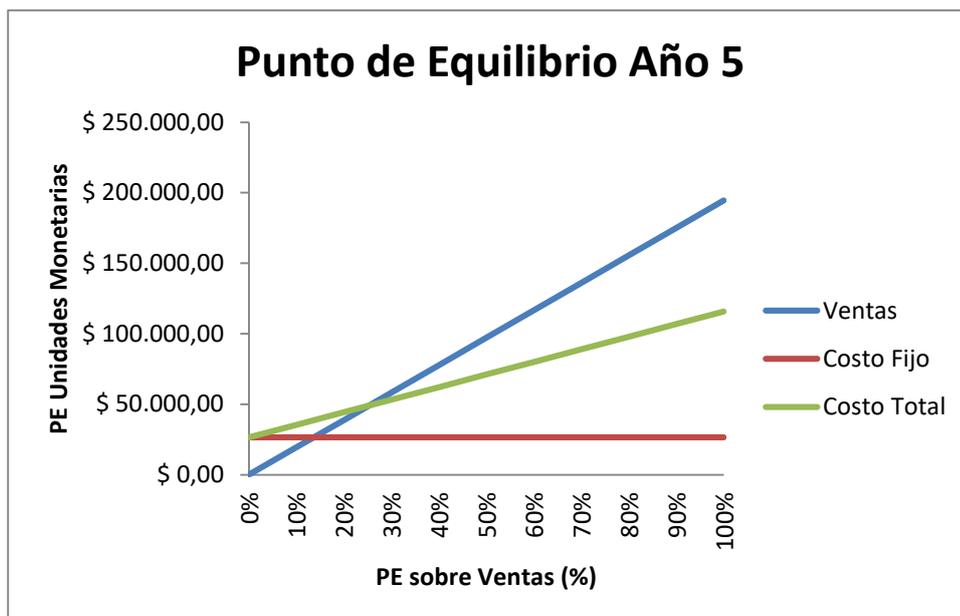
El punto de equilibrio del segundo año del proyecto es del 31% en ventas que en dólares es \$ 50.765,08, para cubrir los costos fijos y variables y desde ahí obtener ganancias.



El punto de equilibrio del tercer año del proyecto es del 29% en ventas que en dólares es \$ 50.317,85, para cubrir los costos fijos y variables y desde ahí obtener ganancias.



El punto de equilibrio del cuarto año del proyecto es del 27% en ventas que en dólares es \$ 49.233,03 para cubrir los costos fijos y variables y desde ahí obtener ganancias.



El punto de equilibrio del quinto año del proyecto es del 25% en ventas que en dólares es \$ 49.006,47 para cubrir los costos fijos y variables y desde ahí obtener ganancias.

4.6.5 Fuentes de Financiación

Para poder financiar y poner en marcha el proyecto, se procederá a la siguiente estructura financiera:

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO		
DETALLE	MONTO	PORCENTAJE
CAPITAL PROPIO	\$38792,75	70%
CAPITAL DE TERCEROS	\$16625,46	30%
TOTAL	\$55418,21	100%

Como podemos observar el proyecto recurrirá al 30% de financiamiento con terceros, ese financiamiento se lo hará con la Corporación Financiera Nacional para pequeñas y medianas empresas (PYME), el mismo que tiene una tasa e interés del 9,75%, las características del crédito ya se las detallo en la tabla n.- 36

Con la información de la tabla se forma la estructura del proyecto:

PRÉSTAMO	16625,46
TASA DE INTERÉS	9,75%
PLAZO	5

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO				
PERÍODO	PAGO CAPITAL	PAGO INTERÉS	CUOTA	SALDO
0				16625,46
1	\$ 2.736,80	\$1620,98	\$ 4.357,78	\$ 13.888,67
2	\$ 3.003,64	\$1354,14	\$ 4.357,78	\$ 10.885,03
3	\$ 3.296,49	\$1061,29	\$ 4.357,78	\$ 7.588,54
4	\$ 3.617,90	\$739,88	\$ 4.357,78	\$ 3.970,64
5	\$ 3.970,64	\$387,14	\$ 4.357,78	\$ 0,00

4.6.6 Proyecciones Financieras

- Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
RUBROS / AÑOS DE VIDA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	152736,81	162241,31	172337,26	183061,47	194453,02
- COSTO DE PRODUCCIÓN	-61445,11	-64463,32	-66157,78	-68285,22	-70129,22
= UTILIDAD BRUTA	91291,70	97777,99	106179,48	114776,25	124323,79
- GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	-22919,03	-23787,45	-24691,82	-25140,29	-26121,09
- GASTOS DE VENTAS	-12720,00	-13246,61	-13795,02	-14366,13	-14960,89
- GASTO DE REPOSICIÓN VAJILLA Y CRISTALERÍA	-3480,96	-3480,96	-3480,96	-3480,96	-3480,96
- GASTO DE DISTRIBUCIÓN	-672,00	-699,82	-699,82	-699,82	-699,82
- GASTOS FINANCIEROS	-1620,98	-1354,14	-1061,29	-739,88	-387,14
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	49878,72	55209,01	62450,58	70349,17	78673,90
- 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-7454,75	-8254,30	-9340,53	-10525,32	-11774,03
- IMPUESTO A LA RENTA	-12424,59	-13757,16	-15567,55	-17542,20	-19623,38
= UTILIDAD NETA	29927,23	33125,41	37470,35	42209,50	47204,34

- **Balance General Proyectado**

BALANCE GENERAL PROYECTADO						
RUBROS / AÑOS DE VIDA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE	\$ 15.815,38	\$46.859,66	\$ 80.835,28	\$ 118.862,98	\$ 160.815,09	\$ 207.409,30
CAJA	\$ 15.815,38	\$46.859,66	\$ 80.835,28	\$ 118.862,98	\$ 160.815,09	\$ 207.409,30
ACTIVO FIJO	\$ 32.927,83	\$ 30.408,99	\$ 27.890,14	\$ 25.371,30	\$ 23.345,79	\$ 21.320,28
EQUIPOS DE COCINA	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96
UTENSILLOS DE COCINA	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07
VAJILLA, CUBERTERIA Y CRISTALERIA	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80
MANTELERIA	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00
EQUIPAMIENTO PARA EL SERVICIO	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00
MUEBLES DE OFICINA	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00
- DEPRECIACIONES	\$ 0,00	-\$ 2.518,84	-\$ 5.037,69	-\$ 7.556,53	-\$ 9.582,04	-\$ 11.607,55
ACTIVO DIFERIDO	\$ 6.675,00	\$ 5.340,00	\$ 4.005,00	\$ 2.670,00	\$ 1.335,00	\$ 0,00
GASTOS DIFERIDOS	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00
- AMORTIZACIONES	\$ 0,00	-\$ 1.335,00	-\$ 2.670,00	-\$ 4.005,00	-\$ 5.340,00	-\$ 6.675,00
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 55.418,21	\$ 82.608,65	\$ 112.730,42	\$ 146.904,28	\$ 185.495,88	\$ 228.729,58
PASIVO	\$ 16.625,46	\$ 13.888,67	\$ 10.885,03	\$ 7.588,54	\$ 3.970,64	\$ 0,00
CORRIENTE	\$ 2.736,80	\$ 3.003,64	\$ 3.296,49	\$ 3.617,90	\$ 3.970,64	\$ 0,00
NO CORRIENTE	\$ 13.888,67	\$ 10.885,03	\$ 7.588,54	\$ 3.970,64	\$ 0,00	\$ 0,00
PATRIMONIO	\$ 38.792,75	\$ 68.611,77	\$ 101.628,96	\$ 138.991,09	\$ 181.092,37	\$ 228.188,49
CAPITAL	\$ 38.792,75	\$ 38.792,75	\$ 38.792,75	\$ 38.792,75	\$ 38.792,75	\$ 38.792,75
RESULTADO DEL EJERCICIO	\$ 0,00	\$ 29.819,02	\$ 33.017,19	\$ 37.362,13	\$ 42.101,28	\$ 47.096,12
RESULTADO ACUMULADO	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 29.819,02	\$ 62.836,21	\$ 100.198,34	\$ 142.299,62
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 55.418,21	\$ 82.608,65	\$ 112.730,42	\$ 146.904,28	\$ 185.495,88	\$ 228.729,58

- Flujo Neto de Efectivo

FLUJO NETO DE EFECTIVO						
RUBROS / AÑOS DE VIDA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS		\$ 152.736,81	\$ 162.241,31	\$ 172.337,26	\$ 183.061,47	\$ 194.453,02
- COSTO DE PRODUCCIÓN		-\$ 61.445,11	-\$ 64.463,32	-\$ 66.157,78	-\$ 68.285,22	-\$ 70.129,22
= UTILIDAD BRUTA		\$ 91.291,70	\$ 97.777,99	\$ 106.179,48	\$ 114.776,25	\$ 124.323,79
- GASTO DE ADMINISTRACIÓN		-\$ 22.919,03	-\$ 23.787,45	-\$ 24.691,82	-\$ 25.140,29	-\$ 26.121,09
- GASTO DE VENTA		-\$ 12.720,00	-\$ 13.246,61	-\$ 13.795,02	-\$ 14.366,13	-\$ 14.960,89
- GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		-\$ 672,00	-\$ 699,82	-\$ 699,82	-\$ 699,82	-\$ 699,82
- GASTO DE REPOSICIÓN VAJ. CRIST.		-\$ 3.480,96	-\$ 3.480,96	-\$ 3.480,96	-\$ 3.480,96	-\$ 3.480,96
- GASTOS FINANCIEROS (INTERESES)		-\$ 1.620,98	-\$ 1.354,14	-\$ 1.061,29	-\$ 739,88	-\$ 387,14
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 49.878,72	\$ 55.209,01	\$ 62.450,58	\$ 70.349,17	\$ 78.673,90
- 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		-\$ 7.454,75	-\$ 8.254,30	-\$ 9.340,53	-\$ 10.525,32	-\$ 11.774,03
- IMPUESTO A LA RENTA		-\$ 12.424,59	-\$ 13.757,16	-\$ 15.567,55	-\$ 17.542,20	-\$ 19.623,38
= UTILIDAD NETA		\$ 29.927,23	\$ 33.125,41	\$ 37.470,35	\$ 42.209,50	\$ 47.204,34
+ DEPRECIACIONES		\$ 2.518,84	\$ 2.518,84	\$ 2.518,84	\$ 2.025,51	\$ 2.025,51
+ AMORTIZACIONES		\$ 1.335,00	\$ 1.335,00	\$ 1.335,00	\$ 1.335,00	\$ 1.335,00
- PAGO PRÉSTAMO (CAPITAL)		-\$ 2.736,80	-\$ 3.003,64	-\$ 3.296,49	-\$ 3.617,90	-\$ 3.970,64
+ VALOR DE SALVAMENTO						\$ 9.053,48
- INVERSIONES						
FIJA	-\$ 32.927,83					
DIFERIDA	-\$ 6.675,00					
CAPITAL DE TRABAJO	-\$ 15.815,38					
= FLUJO NETO DE EFECTIVO	-\$ 55.418,21	\$ 31.044,28	\$ 33.975,62	\$ 38.027,70	\$ 41.952,11	\$ 55.647,69

4.6.7 Evaluación Económica y Financiera

- **Evaluación Económica**

- **Valor Actual Neto (VAN)**

Fórmula

$$VAN = \sum_{n=1}^t \frac{F_n}{(1+r)^n} + I_0$$

Se considera una tasa de descuento del 13%

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 55.418,21	1,000000	-\$ 55.418,21	-\$ 55.418,21
1	\$ 31.044,28	0,884956	\$ 27.472,81	-\$ 27.945,40
2	\$ 33.975,62	0,783147	\$ 26.607,89	-\$ 1.337,51
3	\$ 38.027,70	0,693050	\$ 26.355,10	\$ 25.017,59
4	\$ 41.952,11	0,613319	\$ 25.730,02	\$ 50.747,61
5	\$ 55.647,69	0,542760	\$ 30.203,33	\$ 80.950,94

El Valor Actual Neto (VAN) es de \$ 80950,94, al ser este valor positivo se concluye que el proyecto es viable

- **Tasa Interna de Retorno (TIR)**

Fórmula:

$$TIR = i_1 + (i_2 - i_1) \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2}$$

Al reemplazar la fórmula la Tasa Interna de Retorno (TIR) del proyecto es de 57,84% , siendo la TIR mayor que la tasa de descuento se concluye que el proyecto es rentable.

- **Relación Beneficio costo (RBC)**

Fórmula:

$$R\ B/C = \frac{\text{SUMA DE INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{SUMA DE EGRESOS ACTUALIZADOS} + \text{INVERSION}}$$

AÑOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
0	1,000000	\$ 0,00	-\$ 55.418,21	\$ 0,00	-\$ 55.418,21
1	0,884956	\$ 31.044,28		\$ 27.472,81	\$ 0,00
2	0,783147	\$ 33.975,62		\$ 26.607,89	\$ 0,00
3	0,693050	\$ 38.027,70		\$ 26.355,10	\$ 0,00
4	0,613319	\$ 41.952,11		\$ 25.730,02	\$ 0,00
5	0,542760	\$ 55.647,69		\$ 30.203,33	\$ 0,00
TOTAL				\$ 136.369,16	

= \$ 2,46

La Relación Beneficio Costo es de \$ 2,46, esto quiere decir que por cada dólar invertido se recupera el mismo y se obtiene un excedente de \$ 1,46.

- **Período de Recuperación de la Inversión (PRI)**

Fórmula:

$$PRI = \text{Año Últ. Neg. FNE Act. y Acum.} \left\{ \frac{\text{Último Neg. FNE Act. y Acum.}}{\text{FNE Actualizado del Año Siguiente}} * 12 \right\}$$

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 55.418,21	1,000000	-\$ 55.418,21	-\$ 55.418,21
1	\$ 31.044,28	0,884956	\$ 27.472,81	-\$ 27.945,40
2	\$ 33.975,62	0,783147	\$ 26.607,89	-\$ 1.337,51
3	\$ 38.027,70	0,693050	\$ 26.355,10	\$ 25.017,59
4	\$ 41.952,11	0,613319	\$ 25.730,02	\$ 50.747,61
5	\$ 55.647,69	0,542760	\$ 30.203,33	\$ 80.950,94

El período de recuperación de la inversión del proyecto es de 2 años 1 mes.

Resumen

DETALLE	TOTAL
VAN	\$ 80.950,94
TIR	57,84%
PRI	2 años, 1 mes(es)
RBC	2,46

Con estos resultados se puede decir que el proyecto es viable y por ende rentable

4.6.8 Evaluación Financiera

- Indicadores para el análisis financiero

Se tomaron en cuenta los principales indicadores financieros y estos son:

INDICE	FÓRMULA	RESULTADOS					INTERPRETACION
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
RAZONES DE LIQUIDEZ							
LIQUIDEZ	=ACTIVO CORRIENTE / PASIVO CORRIENTE	15,60	24,52	32,85	40,50	No Aplica	LA EMPRESA POSEE UNA LIQUIDEZ DE \$15,60 (AÑO 1), \$24,52 (AÑO 2), \$32,85 (AÑO 3). \$ 40,50 (AÑO 4), LO QUE SIGNIFICA QUE POR CADA DÓLAR QUE LA EMPRESA DEBE A CORTO PLAZO CUENTA CON \$15,60 (AÑO 1), \$24,52 (AÑO 2), \$32,85 (AÑO 3). \$ 40,50 (AÑO 4) PARA RESPALDAR LA OBLIGACIÓN
CAPITAL DE TRABAJO	=ACTIVO CORRIENTE - PASIVO CORRIENTE	\$ 43.856,03	\$ 77.538,79	\$ 115.245,08	\$ 156.844,45	\$ 207.409,30	UNA VEZ QUE LA EMPRESA CANCELA SUS OBLIGACIONES CORRIENTES A CORTO PLAZO AL FINALIZAR EL AÑO 1 LA EMPRESA TEIENE \$ 43856,03, AÑO 2 77538,79, AÑO 3 115245,08, AÑO 4 156844,45; AÑO 5 207409,30 PARA ATENDER LAS OBLIGACIONES QUE SURGEN EN EL NORMAR FUNCIONAMIENTO DE SUS ACTIVIDADES. SE PUEDE VER QUE EL CAPITAL DE TRABAJO VA EN AUMENTO AÑO TRAS AÑO.

INDICE	FÓRMULA	RESULTADOS					INTERPRETACION
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
RAZONES DE ENDEUDAMIENTO							
ENDEUDAMIENTO	=PASIVO TOTAL / ACTIVO TOTAL	17%	10%	5%	2%	0%	POR CADA DÓLAR QUE LA EMPRESA TIENE INVERTIDOS EN ACTIVOS, 0,17 CENTAVOS (AÑO 1), 0,10 CENTAVOS (AÑO 2), 0,05 CENTAVOS (AÑO3), 0,02 CENTAVOS (AÑO 4), EN EL QUINTO AÑO YA NO EXISTEN ACREEDORES PARA LA EMPRESA, HAN SIDO FINANCIADOS POR ACREEDORES. EN OTRAS PALABRAS, LOS ACREEDORES SON DUEÑOS DEL 17% (AÑO 1), 10% (AÑO 2), 5% (AÑO 3), 2% (AÑO 4), EL QUINTO AÑO YA NO POSEE ENDEUDAMIENTO.
APALANCAMIENTO FINANCIERO	=ACTIVO TOTAL / PATRIMONIO	1,20	1,11	1,05	1,02	1,00	LA EMPRESA TIENE COMPROMETIDOS A CORTO PLAZO CON TERCEROS 0,20 CENTAVOS (AÑO 1), 0,11 CENTAVOS (AÑO 2), 0,05 CENTAVOS (AÑO 3), 0,02 (AÑO 4) EL QUINTO AÑO NO TIENE DEUDAS, POR CADA DÓLAR DE PATRIMONIO
SOLVENCIA	=PATRIMONIO / ACTIVO TOTAL	83%	90%	95%	98%	100%	LA EMPRESA ES SOLVENTE EN UN 83% (AÑO 1), 90% (AÑO 2), 95% (AÑO 3), 98% (AÑO 4) Y 100% (AÑO 5)
IMPACTO DE LA CARGA FINANCIERA	=GASTOS FINANCIEROS / VENTAS	1%	1%	1%	0%	0%	SIGNIFICA QUE LOS GASTOS FINANCIEROS (INTERESES) REPRESENTA EL 1% (AÑO 1,2,3) DE LAS VENTAS, PARA LOS AÑOS 4 Y 5 YA NO EXISTE GASTOS FINANCIEROS

INDICE	FÓRMULA	RESULTADOS					INTERPRETACION
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
RAZONES DE ACTIVIDAD							
ROTACION DEL ACTIVO TOTAL	=INGRESOS / ACTIVO TOTAL	1,85	1,44	1,18	0,99	0,85	LA EMPRESA POR CADA DÓLAR INVERTIDO EN ACTIVOS VENDIO \$ 1,85 (AÑO 1), \$ 1,44 (AÑO 2), \$ 1,17 (AÑO 3), 0,99 (AÑO 4) Y \$ 0,85 EN EL (AÑO 5)
ROTACION DEL ACTIVO FIJO	= INGRESOS / ACTIVO FIJO	5,02	5,82	6,79	7,84	9,12	SIGNIFICA QUE LA EMPRES PARA EL AÑO 1 ROTO SU ACTIVO FIJO 5,02 VECES, AÑO2 ROTO 5,81 VECES, AÑO 3 6,79 VECES, AÑO 4 7,84 VECES Y AÑO5 9,11 VECES

INDICE	FÓRMULA	RESULTADOS					INTERPRETACION
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
RAZONES DE RENTABILIDAD							
MARGEN BRUTO	= UTILIDAD BRUTA / INGRESOS	60%	60%	62%	63%	64%	SIGNIFICA QUE LAS VENTAS DE LA EMPRESA GENERARON 60% (AÑO 1 Y 2), 62% (AÑO 3), 63% (AÑO 4), 64% (AÑO 5), DE UTILIDAD BRUTA DESPUES DE DESCONTAR LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN, LO CUAL SIGNIFICA QUE A PERSAR DE AUMENTAR LOS COSTOS DE PRODUCCION EL IMPACTO SOBRE LA UTILIDAD BRUTA NO ES SIGNIFICANTE

MARGEN NETO	= UTILIDAD NETA / INGRESOS	20%	20%	22%	23%	24%	LA EMPRESA GENERÓN UN 20% (AÑO 1 Y 2) 22% (AÑO 3), 23% (AÑO 4), 24% (AÑO 5) DE UTILIDAD NETA, LO CUAL EQUIVALE A DECIR QUE POR CADA DÓLAR DE VENTA SE GENERÓ 0,20 CENTAVOS (AÑO 1 Y 2), 0,22 CTV (AÑO 3), 0,23 CTVS (AÑO 4), 0,24 CTVS (AÑO 5) DE UTILIDAD.
RENTABILIDAD SOBRE LA INVERSIÓN	= UTILIDAD NETA / PATRIMONIO	43%	32%	27%	23%	21%	SIGNIFICA QUE LAS UTILIDADES NETAS CORRESPONDEN A 43% (AÑO 1), 32% (AÑO 2), 27% (AÑO 3), 23% (AÑO 4), 21% (AÑO 5) DEL PATRIMONIO, ESTO QUIERE DECIR QUE LA INVERSIONISTA OBTUVO UN RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSION DEL 43% (AÑO 1), 32% (AÑO 2), 27% (AÑO 3), 23% (AÑO 4), 21% (AÑO 5)
RENTABILIDAD SOBRE EL ACTIVO TOTAL	= UTILIDAD NETA / TOTOL ACTIVOS	36%	29%	26%	23%	21%	REPRESTA A LA UTILIDAD NETA CON RESPECTO A LOS ACTIVOS TOTALES LOS CUALES CORRESPONDE A 36% (AÑO 1), 29% (AÑO 2), 26% (AÑO 3), 23% (AÑO 4) Y 21% (AÑO 5). O LO QUE ES IGUAL QUE POR CADA DÓLAR INVERTIDO EN ACTIVO FIJO SE OBTUVO 0,36 CTVS (AÑO 1), 0,29 CTVS (AÑO 2), 0,26 CTVS (AÑO 3), 0,23 CTVS (AÑO 4) Y 0,21 CTVS (AÑO 5) DE UTILIDAD NETA

4.6.9 Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad analiza el impacto que puede tener diferentes variables con respecto a la rentabilidad del proyecto, se ha considerado para este estudio dos escenarios (optimista y pesimista) en las siguientes variables:

- Disminución del 10% en la demanda del servicio
- Disminución del 10% en el precio
- Disminución del 10% en los costos fijos
- Disminución del 10% en los costos variables
- Aumento del 10% en la demanda del servicio
- Aumento del 10% en el precio
- Aumento del 10% en los costos fijos
- Aumento del 10% en los costos variables

Estos cambios en las variables ocasionan las siguientes reacciones:

Disminución del 10% en la demanda del servicio (Véase Anexo N.- 13, a)

- Valor Actual Neto (VAN)

Se considera una tasa de descuento del 13%

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 54.233,36	1,000000	-\$ 54.233,36	-\$ 54.233,36
1	\$ 16.692,22	0,884956	\$ 14.771,87	-\$ 39.461,49
2	\$ 18.727,80	0,783147	\$ 14.666,61	-\$ 24.794,87
3	\$ 21.637,14	0,693050	\$ 14.995,62	-\$ 9.799,25
4	\$ 24.343,96	0,613319	\$ 14.930,61	\$ 5.131,36
5	\$ 36.742,37	0,542760	\$ 19.942,28	\$ 25.073,64

Aun disminuyendo el 10% de la demanda el Valor Actual Neto (VAN) es de \$ 25073,64, al ser este valor positivo se observa que el proyecto sigue siendo viable

- Tasa Interna de Retorno (TIR)

Aun disminuyendo el 10% de la demanda la Tasa Interna de Retorno (TIR) del proyecto es de 28,26%, siendo la TIR mayor que la tasa de descuento se observa que el proyecto sigue siendo viable

- Relación Beneficio costo (RBC)

AÑOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
0	1,000000	\$ 0,00	-\$ 54.233,36	\$ 0,00	-\$ 54.233,36
1	0,884956	\$ 16.692,22		\$ 14.771,87	\$ 0,00
2	0,783147	\$ 18.727,80		\$ 14.666,61	\$ 0,00
3	0,693050	\$ 21.637,14		\$ 14.995,62	\$ 0,00
4	0,613319	\$ 24.343,96		\$ 14.930,61	\$ 0,00
5	0,542760	\$ 36.742,37		\$ 19.942,28	\$ 0,00
TOTAL				\$ 79.307,00	

Aun disminuyendo el 10% de la demanda la Relación Beneficio Costo es de \$ 1,46, esto quiere decir que por cada dólar invertido se recupera el mismo y se obtiene un excedente de \$ 0,46.

- Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 54.233,36	1,000000	-\$ 54.233,36	-\$ 54.233,36
1	\$ 16.692,22	0,884956	\$ 14.771,87	-\$ 39.461,49
2	\$ 18.727,80	0,783147	\$ 14.666,61	-\$ 24.794,87
3	\$ 21.637,14	0,693050	\$ 14.995,62	-\$ 9.799,25
4	\$ 24.343,96	0,613319	\$ 14.930,61	\$ 5.131,36
5	\$ 36.742,37	0,542760	\$ 19.942,28	\$ 25.073,64

El período de recuperación de la inversión del proyecto es de 3 años 8 meses.

Disminución del 10% en el precio (Véase Anexo N.- 13, b)

- Valor Actual Neto (VAN)

Se considera una tasa de descuento del 13%

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 55.418,21	1,000000	-\$ 55.418,21	-\$ 55.418,21
1	\$ 21.880,07	0,884956	\$ 19.362,89	-\$ 36.055,32
2	\$ 24.241,14	0,783147	\$ 18.984,37	-\$ 17.070,95
3	\$ 27.687,47	0,693050	\$ 19.188,80	\$ 2.117,85
4	\$ 30.968,42	0,613319	\$ 18.993,51	\$ 21.111,36
5	\$ 43.980,51	0,542760	\$ 23.870,86	\$ 44.982,22

Aun disminuyendo el 10% al precio el Valor Actual Neto (VAN) es de \$ 44982,22, al ser este valor positivo se observa que el proyecto sigue siendo viable

- Tasa Interna de Retorno (TIR)

Aun disminuyendo el 10% del precio la Tasa Interna de Retorno (TIR) del proyecto es de 38,95%, siendo la TIR mayor que la tasa de descuento se observa que el proyecto sigue siendo viable

- Relación Beneficio costo (RBC)

AÑOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
0	1,000000	\$ 0,00	-\$ 55.418,21	\$ 0,00	-\$ 55.418,21
1	0,884956	\$ 21.880,07		\$ 19.362,89	\$ 0,00
2	0,783147	\$ 24.241,14		\$ 18.984,37	\$ 0,00
3	0,693050	\$ 27.687,47		\$ 19.188,80	\$ 0,00
4	0,613319	\$ 30.968,42		\$ 18.993,51	\$ 0,00
5	0,542760	\$ 43.980,51		\$ 23.870,86	\$ 0,00
TOTAL				\$ 100.400,43	

Aun disminuyendo el 10% al precio la Relación Beneficio Costo es de \$ 1,81, esto quiere decir que por cada dólar invertido se recupera el mismo y se obtiene un excedente de \$ 0,81.

- Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 55.418,21	1,000000	-\$ 55.418,21	-\$ 55.418,21
1	\$ 21.880,07	0,884956	\$ 19.362,89	-\$ 36.055,32
2	\$ 24.241,14	0,783147	\$ 18.984,37	-\$ 17.070,95
3	\$ 27.687,47	0,693050	\$ 19.188,80	\$ 2.117,85
4	\$ 30.968,42	0,613319	\$ 18.993,51	\$ 21.111,36
5	\$ 43.980,51	0,542760	\$ 23.870,86	\$ 44.982,22

El período de recuperación de la inversión del proyecto es de 2 años 11 meses.

Disminución del 10% en los costos fijos (Véase Anexo N.- 13, c)

- Valor Actual Neto (VAN)

Se considera una tasa de descuento del 13%

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 55.418,21	1,000000	-\$ 55.418,21	-\$ 55.418,21
1	\$ 32.516,68	0,884956	\$ 28.775,82	-\$ 26.642,39
2	\$ 35.484,11	0,783147	\$ 27.789,26	\$ 1.146,87
3	\$ 39.572,89	0,693050	\$ 27.426,00	\$ 28.572,87
4	\$ 43.504,92	0,613319	\$ 26.682,38	\$ 55.255,25
5	\$ 57.238,18	0,542760	\$ 31.066,59	\$ 86.321,84

Aun disminuyendo el 10% en los costos fijos el Valor Actual Neto (VAN) es de \$ 86321,84, al ser este valor positivo se observa que el proyecto sigue siendo viable

- Tasa Interna de Retorno (TIR)

Aun disminuyendo el 10% a los costos fijos la Tasa Interna de Retorno (TIR) del proyecto es de 60,65%, siendo la TIR mayor que la tasa de descuento se observa que el proyecto sigue siendo viable

- Relación Beneficio costo (RBC)

AÑOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
0	1,000000	\$ 0,00	-\$ 55.418,21	\$ 0,00	-\$ 55.418,21
1	0,884956	\$ 32.516,68		\$ 28.775,82	\$ 0,00
2	0,783147	\$ 35.484,11		\$ 27.789,26	\$ 0,00
3	0,693050	\$ 39.572,89		\$ 27.426,00	\$ 0,00
4	0,613319	\$ 43.504,92		\$ 26.682,38	\$ 0,00
5	0,542760	\$ 57.238,18		\$ 31.066,59	\$ 0,00
TOTAL				\$ 141.740,06	

Aun disminuyendo el 10% a los costos fijos la Relación Beneficio Costo es de \$ 2,56, esto quiere decir que por cada dólar invertido se recupera el mismo y se obtiene un excedente de \$ 1,56.

- Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 55.418,21	1,000000	-\$ 55.418,21	-\$ 55.418,21
1	\$ 32.516,68	0,884956	\$ 28.775,82	-\$ 26.642,39
2	\$ 35.484,11	0,783147	\$ 27.789,26	\$ 1.146,87
3	\$ 39.572,89	0,693050	\$ 27.426,00	\$ 28.572,87
4	\$ 43.504,92	0,613319	\$ 26.682,38	\$ 55.255,25
5	\$ 57.238,18	0,542760	\$ 31.066,59	\$ 86.321,84

El período de recuperación de la inversión del proyecto es de 1 año 12 meses.

Disminución del 10% en los costos variables (Véase Anexo N.- 13, d)

- Valor Actual Neto (VAN)

Se considera una tasa de descuento del 13%

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 55.418,21	1,000000	-\$ 55.418,21	-\$ 55.418,21
1	\$ 35.743,36	0,884956	\$ 31.631,29	-\$ 23.786,92
2	\$ 38.889,06	0,783147	\$ 30.455,84	\$ 6.668,92
3	\$ 43.075,72	0,693050	\$ 29.853,63	\$ 36.522,55
4	\$ 47.162,04	0,613319	\$ 28.925,36	\$ 65.447,91
5	\$ 61.003,94	0,542760	\$ 33.110,49	\$ 98.558,41

Aun disminuyendo el 10% en los costos variables el Valor Actual Neto (VAN) es de \$ 98558,41, al ser este valor positivo se observa que el proyecto sigue siendo viable

- Tasa Interna de Retorno (TIR)

Aun disminuyendo el 10% a los costos variables la Tasa Interna de Retorno (TIR) del proyecto es de 66,92%, siendo la TIR mayor que la tasa de descuento se observa que el proyecto sigue siendo viable

- Relación Beneficio costo (RBC)

AÑOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
0	1,000000	\$ 0,00	-\$ 55.418,21	\$ 0,00	-\$ 55.418,21
1	0,884956	\$ 35.743,36		\$ 31.631,29	\$ 0,00
2	0,783147	\$ 38.889,06		\$ 30.455,84	\$ 0,00
3	0,693050	\$ 43.075,72		\$ 29.853,63	\$ 0,00
4	0,613319	\$ 47.162,04		\$ 28.925,36	\$ 0,00
5	0,542760	\$ 61.003,94		\$ 33.110,49	\$ 0,00
TOTAL				\$ 153.976,62	

Aun disminuyendo el 10% a los costos variables la Relación Beneficio Costo es de \$ 2,78, esto quiere decir que por cada dólar invertido se recupera el mismo y se obtiene un excedente de \$ 1,78.

- Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 55.418,21	1,000000	-\$ 55.418,21	-\$ 55.418,21
1	\$ 35.743,36	0,884956	\$ 31.631,29	-\$ 23.786,92
2	\$ 38.889,06	0,783147	\$ 30.455,84	\$ 6.668,92
3	\$ 43.075,72	0,693050	\$ 29.853,63	\$ 36.522,55
4	\$ 47.162,04	0,613319	\$ 28.925,36	\$ 65.447,91
5	\$ 61.003,94	0,542760	\$ 33.110,49	\$ 98.558,41

El período de recuperación de la inversión del proyecto es de 1 año 9 meses.

Aumento del 10% en la demanda del servicio (Véase Anexo N.- 13, e)

- Valor Actual Neto (VAN)

Se considera una tasa de descuento del 13%

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 56.603,06	1,000000	-\$ 56.603,06	-\$ 56.603,06
1	\$ 45.410,50	0,884956	\$ 40.186,28	-\$ 16.416,78
2	\$ 49.238,47	0,783147	\$ 38.560,94	\$ 22.144,16
3	\$ 54.434,23	0,693050	\$ 37.725,65	\$ 59.869,81
4	\$ 59.577,23	0,613319	\$ 36.539,83	\$ 96.409,65
5	\$ 74.571,03	0,542760	\$ 40.474,17	\$ 136.883,81

Aumentando el 10% a la demanda el Valor Actual Neto (VAN) es de \$ 136883,81, al ser este valor positivo se observa que el proyecto sigue siendo viable

- Tasa Interna de Retorno (TIR)

Aumentando el 10% de la demanda la Tasa Interna de Retorno (TIR) del proyecto es de 84,14%, siendo la TIR mayor que la tasa de descuento se observa que el proyecto sigue siendo viable

- Relación Beneficio costo (RBC)

AÑOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
0	1,000000	\$ 0,00	-\$ 56.603,06	\$ 0,00	-\$ 56.603,06
1	0,884956	\$ 45.410,50		\$ 40.186,28	\$ 0,00
2	0,783147	\$ 49.238,47		\$ 38.560,94	\$ 0,00
3	0,693050	\$ 54.434,23		\$ 37.725,65	\$ 0,00
4	0,613319	\$ 59.577,23		\$ 36.539,83	\$ 0,00
5	0,542760	\$ 74.571,03		\$ 40.474,17	\$ 0,00
TOTAL				\$ 193.486,88	

Aumentando el 10% de la demanda la Relación Beneficio Costo es de \$ 3,42, esto quiere decir que por cada dólar invertido se recupera el mismo y se obtiene un excedente de \$ 2,42.

- Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 56.603,06	1,000000	-\$ 56.603,06	-\$ 56.603,06
1	\$ 45.410,50	0,884956	\$ 40.186,28	-\$ 16.416,78
2	\$ 49.238,47	0,783147	\$ 38.560,94	\$ 22.144,16
3	\$ 54.434,23	0,693050	\$ 37.725,65	\$ 59.869,81
4	\$ 59.577,23	0,613319	\$ 36.539,83	\$ 96.409,65
5	\$ 74.571,03	0,542760	\$ 40.474,17	\$ 136.883,81

El período de recuperación de la inversión del proyecto es de 1 año 5 meses.

Aumento del 10% en el precio (Véase Anexo N.- 13, f)

- Valor Actual Neto (VAN)

Se considera una tasa de descuento del 13%

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 55.418,21	1,000000	-\$ 55.418,21	-\$ 55.418,21
1	\$ 40.208,49	0,884956	\$ 35.582,73	-\$ 19.835,48
2	\$ 43.710,09	0,783147	\$ 34.231,42	\$ 14.395,93
3	\$ 48.367,94	0,693050	\$ 33.521,41	\$ 47.917,34
4	\$ 52.935,80	0,613319	\$ 32.466,52	\$ 80.383,86
5	\$ 67.314,87	0,542760	\$ 36.535,81	\$ 116.919,67

Aumentando el 10% al precio el Valor Actual Neto (VAN) es de \$ 116919,67, al ser este valor positivo se observa que el proyecto sigue siendo viable

- Tasa Interna de Retorno (TIR)

Aumentando el 10% de la demanda la Tasa Interna de Retorno (TIR) del proyecto es de 75,87%, siendo la TIR mayor que la tasa de descuento se observa que el proyecto sigue siendo viable

- Relación Beneficio costo (RBC)

AÑOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
0	1,000000	\$ 0,00	-\$ 55.418,21	\$ 0,00	-\$ 55.418,21
1	0,884956	\$ 40.208,49		\$ 35.582,73	\$ 0,00
2	0,783147	\$ 43.710,09		\$ 34.231,42	\$ 0,00
3	0,693050	\$ 48.367,94		\$ 33.521,41	\$ 0,00
4	0,613319	\$ 52.935,80		\$ 32.466,52	\$ 0,00
5	0,542760	\$ 67.314,87		\$ 36.535,81	\$ 0,00
TOTAL				\$ 172.337,88	

Aumentando el 10% al precio la Relación Beneficio Costo es de \$ 3,11, esto quiere decir que por cada dólar invertido se recupera el mismo y se obtiene un excedente de \$ 2,11.

- Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 55.418,21	1,000000	-\$ 55.418,21	-\$ 55.418,21
1	\$ 40.208,49	0,884956	\$ 35.582,73	-\$ 19.835,48
2	\$ 43.710,09	0,783147	\$ 34.231,42	\$ 14.395,93
3	\$ 48.367,94	0,693050	\$ 33.521,41	\$ 47.917,34
4	\$ 52.935,80	0,613319	\$ 32.466,52	\$ 80.383,86
5	\$ 67.314,87	0,542760	\$ 36.535,81	\$ 116.919,67

El período de recuperación de la inversión del proyecto es de 1 año 7 meses.

Aumento del 10% en los costos fijos (Véase Anexo N.- 13, g)

- Valor Actual Neto (VAN)

Se considera una tasa de descuento del 13%

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 55.418,21	1,000000	-\$ 55.418,21	-\$ 55.418,21
1	\$ 29.571,88	0,884956	\$ 26.169,80	-\$ 29.248,41
2	\$ 32.467,12	0,783147	\$ 25.426,52	-\$ 3.821,89
3	\$ 36.482,51	0,693050	\$ 25.284,21	\$ 21.462,32
4	\$ 40.399,30	0,613319	\$ 24.777,65	\$ 46.239,97
5	\$ 54.057,19	0,542760	\$ 29.340,08	\$ 75.580,05

Aumentando el 10% a los costos fijos el Valor Actual Neto (VAN) es de \$ 75580,05, al ser este valor positivo se observa que el proyecto sigue siendo viable

- Tasa Interna de Retorno (TIR)

Aumentando el 10% a los costos fijos la Tasa Interna de Retorno (TIR) del proyecto es de 55,05%, siendo la TIR mayor que la tasa de descuento se observa que el proyecto sigue siendo viable

- Relación Beneficio costo (RBC)

AÑOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
0	1,000000	\$ 0,00	-\$ 55.418,21	\$ 0,00	-\$ 55.418,21
1	0,884956	\$ 29.571,88		\$ 26.169,80	\$ 0,00
2	0,783147	\$ 32.467,12		\$ 25.426,52	\$ 0,00
3	0,693050	\$ 36.482,51		\$ 25.284,21	\$ 0,00
4	0,613319	\$ 40.399,30		\$ 24.777,65	\$ 0,00
5	0,542760	\$ 54.057,19		\$ 29.340,08	\$ 0,00
TOTAL				\$ 130.998,26	

Aumentando el 10% a los costos fijos la Relación Beneficio Costo es de \$ 2,36, esto quiere decir que por cada dólar invertido se recupera el mismo y se obtiene un excedente de \$ 1,36.

- Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 55.418,21	1,000000	-\$ 55.418,21	-\$ 55.418,21
1	\$ 29.571,88	0,884956	\$ 26.169,80	-\$ 29.248,41
2	\$ 32.467,12	0,783147	\$ 25.426,52	-\$ 3.821,89
3	\$ 36.482,51	0,693050	\$ 25.284,21	\$ 21.462,32
4	\$ 40.399,30	0,613319	\$ 24.777,65	\$ 46.239,97
5	\$ 54.057,19	0,542760	\$ 29.340,08	\$ 75.580,05

El período de recuperación de la inversión del proyecto es de 2 años 2 meses.

Aumento del 10% en los costos variables (Véase Anexo N.- 13, h)

- Valor Actual Neto (VAN)

Se considera una tasa de descuento del 13%

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 55.418,21	1,000000	-\$ 55.418,21	-\$ 55.418,21
1	\$ 26.345,19	0,884956	\$ 23.314,33	-\$ 32.103,88
2	\$ 29.062,17	0,783147	\$ 22.759,94	-\$ 9.343,94
3	\$ 32.979,69	0,693050	\$ 22.856,58	\$ 13.512,64
4	\$ 36.742,18	0,613319	\$ 22.534,67	\$ 36.047,31
5	\$ 50.291,43	0,542760	\$ 27.296,17	\$ 63.343,48

Aumentando el 10% a los costos variables el Valor Actual Neto (VAN) es de \$ 63242,48, al ser este valor positivo se observa que el proyecto sigue siendo viable

- Tasa Interna de Retorno (TIR)

Aumentando el 10% a los costos variables la Tasa Interna de Retorno (TIR) del proyecto es de 48,60%, siendo la TIR mayor que la tasa de descuento se observa que el proyecto sigue siendo viable

- Relación Beneficio costo (RBC)

AÑOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
0	1,000000	\$ 0,00	-\$ 55.418,21	\$ 0,00	-\$ 55.418,21
1	0,884956	\$ 26.345,19		\$ 23.314,33	\$ 0,00
2	0,783147	\$ 29.062,17		\$ 22.759,94	\$ 0,00
3	0,693050	\$ 32.979,69		\$ 22.856,58	\$ 0,00
4	0,613319	\$ 36.742,18		\$ 22.534,67	\$ 0,00
5	0,542760	\$ 50.291,43		\$ 27.296,17	\$ 0,00
TOTAL				\$ 118.761,70	

Aumentando el 10% a los costos variables la Relación Beneficio Costo es de \$ 2,14, esto quiere decir que por cada dólar invertido se recupera el mismo y se obtiene un excedente de \$ 1,14.

- Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 55.418,21	1,000000	-\$ 55.418,21	-\$ 55.418,21
1	\$ 26.345,19	0,884956	\$ 23.314,33	-\$ 32.103,88
2	\$ 29.062,17	0,783147	\$ 22.759,94	-\$ 9.343,94
3	\$ 32.979,69	0,693050	\$ 22.856,58	\$ 13.512,64
4	\$ 36.742,18	0,613319	\$ 22.534,67	\$ 36.047,31
5	\$ 50.291,43	0,542760	\$ 27.296,17	\$ 63.343,48

El período de recuperación de la inversión del proyecto es de 2 años 5 meses.

Resumen:

Con los resultados obtenidos se presenta el siguiente cuadro:

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD					
INDICADORES ECONÓMICOS	VAN	TIR	RBC	PRI	RESULTADO
PROYECTO	\$ 80.950,94	57,84%	\$ 2,46	2 años 1 mes	
ESCENARIO OPTIMISTA					
PRECIO (+ 10%)	\$ 116.919,17	75,87%	\$ 3,11	1 año 7 meses	VIABLE
DEMANDA (+10%)	\$ 136.883,81	84,14%	\$ 3,42	1 año 5 meses	VIABLE
COSTOS FIJOS (- 10%)	\$ 86.321,84	60,65%	\$ 2,56	1 año 12 meses	VIABLE
COSTOS VARIABLES (- 10%)	\$ 98.558,41	66,92%	\$ 2,78	1 año 9 meses	VIABLE
ESCENARIO PESIMISTA					
PRECIO (- 10%)	\$ 44.982,22	38,95%	\$ 1,81	2 años 11 meses	VIABLE
DEMANDA (- 10%)	\$ 25.073,64	28,26%	\$ 1,46	3 años 8 meses	VIABLE
COSTOS FIJOS (+ 10%)	\$ 75.580,05	55,01%	\$ 2,36	2 años 2 meses	VIABLE
COSTOS VARIABLES (+ 10%)	\$ 63.343,48	48,60%	\$ 2,14	2 años 5 meses	VIABLE

Con los datos obtenidos se puede definir que el proyecto es más sensible a cambios en variables como demanda y precio, puesto que en ambos escenarios ya sea optimista o pesimista estas dos variables sufren cambios considerables al aumentar y disminuir un 10% en cada una. Sin embargo es importante destacar que a pesar de esos cambios en las variables el proyecto reviste poco riesgo de no ser viable y rentable.

CONCLUSIONES

- El marco teórico planteado estuvo acorde al tema de la investigación, ya que se expuso temas como tipos de proyectos, tipos de estudios, catering, eventos, empresa, estudio de mercado, estudio técnico, organización y estudio financiero
- La metodología idónea para este proyecto fue el inductivo - deductivo y el descriptivo, así también técnicas como: entrevista (guía de entrevista), encuesta (cuestionario) y observación (ficha de observación).
- En cuanto a los resultados son los siguientes:
- Con el Estudio de Mercado que se ejecutó para el proyecto se pudo concluir que el mismo es aceptado en la ciudad de Riobamba, puesto que se halló una demanda insatisfecha de 1'926.587 platos para el año 2016 y 2'085.399 platos para el año 2020.
- Una ventaja competitiva que posee el proyecto es que en el mercado no existen muchas empresas que ofrezcan este tipo de servicio, considerando la gran cantidad de demanda insatisfecha.
- Un local para eventos en la ciudad de Riobamba por lo general debe tener una capacidad instalada para 150 personas. La localización del proyecto será en las calles Rio Paute y Rio Tomebamba, trabajara bajo la figura legal de Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada y se denominará CR Catering & Eventos
- Basándonos en el estudio de mercado y los costos de producción se fija un precio de comercialización de los servicios así: \$18,00 por persona servicio de catering y \$24,00 por persona para el servicio de catering más desarrollo de eventos.
- Con la evaluación económica se determinó que el proyecto es viable, ya que se obtuvo un Valor Actual Neto (VAN) de \$ 80.950,94, una Tasa Interna de Retorno

(TIR) de 57,84%, una Relación Beneficio Costo (RBC) de \$2,46 y un Período de Recuperación de la Inversión (PRI) de 2 años 1 mes.

- Con relación al análisis de sensibilidad, se pudo definir que el proyecto tiene muy poca posibilidad de no ser viable y rentable ya que los indicadores financieros no sufren grandes cambios, aunque muestra ser sensible ante cambios en variables como precio y volumen de demanda, ya sea disminuyendo o aumentado un 10%.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda implementar el proyecto de servicio de catering y desarrollo de eventos sociales en la ciudad de Riobamba, pues los parámetros técnicos y financieros confirman que el proyecto es rentable
- Ejecutar controles periódicos y estrictos de calidad en cada uno de los procesos de producción de la empresa, para de esta forma cumplir con la misión de la misma.
- Poner en marcha las estrategias de publicidad, promoción y descuentos, invirtiendo lo planeado para de esta forma alcanzar los objetivos deseados y posicionarse en el mercado

BIBLIOGRAFÍA

- Baca, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: McGraw - Hill.
- Córdova, M. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos* (Segunda ed.). Bogota: Ecoe Ediciones.
- Lara, B. (2010). *Cómo Elaborar Proyectos de Inversion Paso a Paso*. Quito: Oseas Espin.
- Rodriguez, J. (2001). *Cómo aplicar la Planeacion Estratégica a la pequeña y mediana empresa*. México: Thomson learning.

INTERNET

- Backstage service. (2015). *División de Eventos*. Obtenido de Backstege service: <http://www.backstageservice.com/port/index.php/component/content/article/22-Definición>.
- Definición. (2015). *Eventos*. Obtenido de Definiciones miles de términos explicados: <http://definicion.mx/evento/>
- Definiciones abc. (2015). *Catering*. Obtenido de Definiciones abc: <http://www.definicionabc.com/general/catering.php>
- Eddson. (2015). *Definición de Empresa*. Obtenido de <https://eddson1964.wordpress.com/la-empresa-y-su-clasificacion-2/>
- El Emprendedor. (2015). *Trámites para Abrir una Empresa en Ecuador*. Obtenido de El emprendedor.ec: <http://www.elemprendedor.ec/tramites-abrir-empresa-en>
- Ineventos. (2015). *Catering*. Obtenido de Ineventos: <http://www.ineventos.com/blog/que-es-un-catering.aspx>
- Machado, J. (2015). *Estudio de Factibilidad*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=Yt1hAAAAIAAJ&pg=PA6&lpg=PA6&>
- Sesmero, J. L. (2015). *Servicio de Catering*. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=BvUdxT0rJewC&pg=PA5&source=gbs_



ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario

OBJETIVO	Conocer la demanda, preferencia y estrategias de marketing para la creación de una microempresa catering y desarrollo de eventos.
INSTRUCCIONES	Por favor leer detenidamente cada pregunta y responder o señalar la opción de su agrado, gracias.

CUESTIONARIO

1.- Sexo F M

2.- Edad

- a) 18 a 30 años
- b) 31 a 40 años
- c) 41 años en adelante

3.- ¿Normalmente realiza eventos?

- a) SI b) NO

4.- ¿En dónde realiza usted sus eventos sociales?

- a) Domicilio
- b) Salón de eventos
- c) Restaurantes
- d) Otros

5.- ¿Contrataría usted únicamente el servicio de catering para sus eventos sociales y con qué frecuencia? Si su respuesta es sí, siga con la frecuencia y si es no pase a la siguiente pregunta

- a) SI b) NO

Frecuencia Indique la cantidad:.....

6.- ¿Contrataría usted únicamente el servicio de desarrollo de eventos para que organice sus reuniones sociales y con qué frecuencia? Si su respuesta es sí, siga con la frecuencia y si es no pase a la siguiente pregunta

- a) SI b) NO

Frecuencia Indique la cantidad:.....

7.- ¿Contrataría usted el servicio de desarrollo de eventos más el servicio de catering para organizar sus eventos sociales, con qué frecuencia? Si su respuesta es sí, siga con la frecuencia y si es no pase a la siguiente pregunta



a) SI

b) NO

Frecuencia

Indique la cantidad:.....

8.- ¿Anteriormente ha contratado servicio de catering?

a) SI

b) NO

¿Con quién contrató?.....

9.- ¿Qué factores considera relevantes al momento de contratar un servicio de catering y desarrollo de eventos?

a) Calidad

b) Variedad de menú

c) Precios

d) Promociones

e) Decoración

10.- ¿Cuántas personas generalmente asisten un evento que usted realiza?

.....

11.- ¿Cuál es su día de preferencia para realizar un evento?

a) Entre semana

b) Fin de semana

c) El día específico

12.- ¿Qué tipo de comida prefiere en sus eventos?

a) Nacionales

b) Internacionales

c) Fusiones

13.- ¿Mediante qué medios publicitarios le gustaría conocer sobre la empresa que suministra los servicios de catering?

a) Hojas volantes

b) Vallas publicitarias

c) Radio

d) Televisión



e) Internet

f) Prensa escrita

14.- ¿Qué forma de pago utilizaría para acceder al servicio de catering y desarrollo de eventos?

a) Contado

b) Tarjeta de crédito

15.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de catering? (por persona)

a) \$12,0 - \$ 15,00

b) \$16,00 - \$ 19,00

16.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de desarrollo de eventos? (por persona)

a) \$ 7,00 - \$ 10,00

b) \$11,00 - \$ 14,00

17.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de catering más el servicio de desarrollo de eventos? (por persona)

c) \$ 16,00 - \$ 20,00

d) \$ 21,00 - \$ 25,00

c) \$26,00 - \$ 30,00

18.- ¿Cuál es su ingreso familiar?

a) Menos de \$ 354,00

b) \$355,00 - \$555,00

c) \$556,00 - \$756,00

d) Más de \$ 756,00

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 2. Lista de Oferentes

OFERTANTES				
N.-	EMPRESAS	N.- AL AÑO DE CATERING	N.- AL AÑO DE CATERING MÁS EVENTO	N.- DE ASISTENTES
1	Aparo's Catering Service	3	7	150
2	Anís Catering y Eventos	2	13	120
3	Diamante Eventos	3	6	170
4	Hotel Zeus	4	8	150
5	Eco eventos san isidro gourmet	2	10	175
6	Eventos Passa Boca	3	10	200
7	Alim-Chef Catering y Eventos	4	7	150
8	Green Catering y Organización de Eventos	2	8	100
9	Caribe Club Eventos y Recepciones	3	6	150
10	Global Eventos	3	7	200
11	Eventos y Eventos a Otro Nivel	3	8	175
12	Kanpu Evento	3	9	150
13	Eventos Marco Ecuador	3	11	100
14	Mega Eventos El Manantial	4	8	150
15	Eventos Quinta Pantaño	2	10	150
16	Chasky Eventos	3	8	150
17	Eventos Rows	2	10	120
18	Lidy's Catering y Eventos	3	7	100
19	Centro de espectáculos Escorpión	2	7	150
20	Brisa Marina Catering y Eventos	4	6	175
21	Grand Ville Galerías y Eventos	3	8	150
22	Dejavú Catering y Eventos	3	8	150
23	Salón de Eventos y Recepciones FCF	2	10	150
24	Erick Eventos	3	9	150
25	Nexglobal Eventos	2	10	100
26	Dionne Eventos	3	7	170
27	Deleitt Eventos	2	8	150
28	Las brasas catering	3	8	150
29	Camino real eventos y catering	4	7	120
30	Grupo eventos	3	9	130
31	Fussios eventos	3	8	150
32	Delcat eventos	2	10	120
33	Sal y dulce Catering	3	9	120
34	J & S catering service	4	8	150
35	Hostería Bambú	5	7	120
36	Casa Real eventos	3	8	120
37	mansión santa Isabela	2	10	150
38	Márquez del río hotel	3	9	150
39	Salamandra caterin y eventos	2	8	150
40	Salón Ecuador Eventos	2	9	150
41	Hotel el molino	3	7	150
42	Domeis Eventos	2	9	150
43	VC Eventos	3	10	120
44	Royal Club	4	8	150
45	Mirage Club	3	7	175

Anexo 3. Tabla de Precio

TABLA DE PRECIO						
SERVICIO DE CATERING MÁS EVENTO				SERVICIO DE CATERING		
FACTORES	COSTO	TAMAÑO DEL PROYECTO	SUBTOTAL	COSTO	TAMAÑO DEL PROYECTO	SUTOTAL
MATERIA PRIMA	\$ 14.362,42	3.892	\$ 3,69	\$ 14.402,85	3.903	\$ 3,69
COSTOS INDIRECTOS	\$ 7.142,24		\$ 1,83	\$ 7.142,24		\$ 1,83
MANO O. INDIRECTA	\$ 3.840,00		\$ 0,99	\$ 3.840,00		\$ 0,98
MANO O. DIRECTA	\$ 11.663,60		\$ 3,00	\$ 6.863,60		\$ 1,76
G ADMINISTRATIVOS	\$ 10.488,10		\$ 2,69	\$ 10.488,10		\$ 2,69
G. DISTRIBUCIÓN	\$ 676,00		\$ 0,17	\$ 676,00		\$ 0,17
G. DE VENTAS	\$ 12.720,00		\$ 3,27	\$ 12.720,00		\$ 3,26
SUBTOTAL				\$ 15,64		
LOCAL	\$ 3.600,00		\$ 0,92			
ALQUILER	\$ 3,40		\$ 3,40	\$ 3,40		\$ 3,40
SUBTOTAL			\$ 19,97			\$ 17,78
% GANANCIA	18%		\$ 3,59	7%		\$ 1,01
TOTAL			\$ 23,57			\$ 18,79

Anexo 4. Proforma de Publicidad



RADIO CANELA – CHIMBORAZO

94.5

INFORMACIÓN-CULTURA-ENTRETENIMIENTO-
PUBLICIDAD-ESPECTÁCULOS-PROGRAMAS Y AFINES

PROFORMA

Señores:.....Fecha:...../...../2015

Por medio de la presente nos es grato saludarlo y a la vez nos complace hacerle llegar nuestra Proforma Publicitaria, que ofrece unos paquetes interesantes. Avisos de lunes a domingo en horarios a convenir.

Avisos de hasta 5'' c/u \$ 4,50 (precio normal).

I PAQUETE	03 Avisos + 01 bonificación Diario \$ 12,50 Mensual \$ 350,00	TOTAL 04 AVISOS DIARIOS
II PAQUETE	05 Avisos + 02 bonificación Diario \$ 19,50 Mensual \$ 610,00	TOTAL 07 AVISOS DIARIOS
III PAQUETE	10 Avisos + 03 bonificación Diario \$ 39,50 Mensual \$ 1080,00	TOTAL 13 AVISOS DIARIOS

CONDICIONES:

- Los precios no incluyen IVA
- Duración del spot de hasta 50''
- Tendrá menciones de los locutores en nuestra programación

Nuestra programación musical está dirigida a un público variado, con una cobertura el 80% de la Provincia de Chimborazo a través de nuestra señal en los FM94.5, así también en nuestra página web “ www.canelaradio.com ”.

Anexo 5. Empleados

EMPLEADOS				
CANT.	DETALLE	COSTO	COSTO MES	COSTO AÑO
1	GERENTE	\$ 644,08	\$ 644,08	\$ 7.729,00
1	CONTADORA	\$ 503,93	\$ 503,93	\$ 6.047,20
1	CHEF	\$ 503,93	\$ 503,93	\$ 6.047,20
2	AYUDANTE DE COCINA	\$ 80,00	\$ 640,00	\$ 7.680,00
1	CAPITAN DE MESEROS	\$ 35,00	\$ 140,00	\$ 1.680,00
5	MESEROS	\$ 25,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00
1	DECORADORA	\$ 100,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00
TOTAL		\$ 1.891,95	\$ 3.331,95	\$ 39.983,40



Anexo 6. Ficha de Entrevista

FICHA DE ENTREVISTA PARA PROPIETARIO DE SERVICIO DE CATERING

FICHA DE ENTREVISTA
DATOS PERSONALES
NOMBRE:
EDAD: CARGO:
1.- ¿Cuántos años lleva en el negocio?
2.- ¿Cuáles son los servicios más demandados por los clientes?
3.- ¿En qué meses específicos existe mayor demanda?
4.- ¿Por qué medios de comunicación le resulto mejor la promoción?
5.- ¿Cuál es el menú más solicitado por los clientes?
6.- ¿El precio del servicio qué incluye?
7.- ¿Los clientes regatean el precio del servicio?
8.- ¿Ofrece promociones?
9.- ¿Hace descuentos?
10.- ¿De cuántas personas ha sido el evento más grande que ha realizado?
11.- ¿Con cuánto personal cuenta?
12.- ¿En qué se basa para ubicar las mesas y sillas?
13.- ¿Cómo es su proceso de producción?
14.- ¿Los precios de la materia prima son accesible en la ciudad?

FICHA DE ENTREVISTA PARA EXPERTOS GASTRONÓMICOS (CHEF)

FICHA DE ENTREVISTA
DATOS PERSONALES
NOMBRE:
EDAD: CARGO:
1.- ¿Qué clase de menú es el más solicitado?
2.- ¿Los ingredientes para ese menú son accesibles?
3.- ¿Cuánto tiempo le toma preparar ese menú?
4.- ¿Le han solicitado diferentes clases de menú?
5.- ¿Qué porcentaje de ganancia obtiene por cada menú?
6.- ¿Cuántas personas necesita como ayudantes?
7.- ¿A parte de preparar el menú que otra función desempeña?



FICHA DE ENTREVISTA PARA PROPIETARIO DE SERVICIO DE CATERING

FECHA DE ENTREVISTA: 9 de Julio de 2015

DATOS PERSONALES

NOMBRE: Sra. Patricia Vinueza

EDAD: 45 años

CARGO: Gerente Propietaria de Mirage Club

1.- ¿Cuántos años lleva en el negocio?

En el negocio de catering llevo 10 años y hace 2 años junto a un socio pusimos un local de eventos que es el Mirage Club

2.- ¿Cuáles son los servicios más demandados por los clientes?

En Mirage Club el servicio de catering así como los eventos en sí son demandados en la misma cantidad

3.- ¿En qué meses específicos existe mayor demanda?

La mayor demanda es en los meses de noviembre y diciembre.

4.- ¿Por qué medios de comunicación le resulto mejor la promoción?

La verdad no puse mucho énfasis en eso de la publicidad, y la publicidad que únicamente fue la de boca a boca mediante conocido.

5.- ¿Cuál es el menú más solicitado por los clientes?

La mayoría de los clientes de Mirage Club solicitan menús con fusiones.

6.- ¿El precio del servicio qué incluye?

El precio de los servicios de Mirage Club incluye menú, menaje, local.

7.- ¿Los clientes regatean el precio del servicio?

Quien no regatea por algo en esta vida, más cuando se refiere a precios

8.- ¿Ofrece promociones?

Claro, uno de ellos es que se hace un pequeño descuento por 150 clientes

9.- ¿Hace descuentos?

Si

10.- ¿De cuántas personas ha sido el evento más grande que ha realizado?

El evento más grande fue de 250 personas, era una boda y un bautizo de la misma familia.



11.- ¿Con cuánto personal cuenta?

Con nueve colaboradores, un chef, un ayudante de cocina, 4 meseros, 1 guardia, una decoradora, una contadora y yo.

12.- ¿En qué se basa para ubicar las mesas y sillas?

La verdad es que no es ningún arte, simplemente lo hago basándome en la comodidad de los comensales

13.- ¿Cómo es su proceso de producción?

No es muy complicado, simplemente se hace las compras de acuerdo a las exigencias del cliente con respecto al menú, arreglo y más, luego se prepara la alimentación y se pone en marcha el evento.

14.- ¿Los precios de la materia prima son accesible en la ciudad?

La verdad que sí, en la ciudad existen varios mercados y a muy buen precio los productos



FICHA DE ENTREVISTA PARA EXPERTOS GASTRONÓMICOS (CHEF)

FECHA DE ENTREVISTA: 9 de Julio de 2015

DATOS PERSONALES

NOMBRE: Sandra Mera

EDAD: 30 años

CARGO: Chef de Mirage Club

1.- ¿Qué clase de menú es el más solicitado?

Todo depende de los gustos del cliente, pero lo que más solicitan son menús mixtos, es decir no solo desean comida tradicional sino una mezcla con algo internacional

2.- ¿Los ingredientes para ese menú son accesibles?

Por su puesto, los ingredientes para los menús son de fácil acceso y sobre todo en esta ciudad existe una gran variedad de los mismos

3.- ¿Cuánto tiempo le toma preparar ese menú?

Dependiendo del tipo de menú, hay unos toman un par de horas pero otros que son mucho más elaborados que toman más de cinco horas

4.- ¿Le han solicitado diferentes clases de menú?

Si, hubo una ocasión que el cliente solicito dos tipos de platos totalmente distintos para el mismo menú

5.- ¿Qué porcentaje de ganancia obtiene por cada menú?

Si se refiere al sueldo, yo poseo un contrato con Mirage club

6.- ¿Cuántas personas necesita como ayudantes?

Si la cantidad de comensales es grande se necesita 2 ayudantes y si no solo uno.

7.- ¿A parte de preparar el menú que otra función desempeña?

Mi otra función es hacer las compras para el menú.



Anexo 7. Ficha de Observación

FICHA DE OBSERVACIÓN

FICHA DE OBSERVACIÓN			
LUGAR:	FECHA:	HORA:	
OBSERVADOR:			
N.- DE FICHA:			
	MUY BUENO	BUENO	REGULAR
Infraestructura del local			
Infraestructura de la cocina			
El baño			
Decoración			
Vajilla			
Presentación de alimentos			
Florería			
Profesionalismo de camareros			
Cumplimiento de organización			
Cumplimiento de solicitudes			

FICHA DE OBSERVACIÓN

FICHA DE OBSERVACIÓN			
LUGAR: Mirage Club	FECHA: 9 de julio 2015	HORA: 17h00	
OBSERVADOR: Diana Tanguila			
N.- DE FICHA: 1			
	MUY BUENO	BUENO	REGULAR
Infraestructura del local	x		
Infraestructura de la cocina		x	
El baño	x		
Decoración	x		
Vajilla	x		
Presentación de alimentos	x		
Florería	x		
Profesionalismo de camareros	x		
Cumplimiento de organización		x	
Cumplimiento de solicitudes	x		

Anexo 8. Hoja de Servicio

HOJA DE SERVICIO “RC CATERING & EVENTOS”

CLIENTE:.....**HORA DE EVENTO:**.....**FECHA:**.....

TELÉFONO:.....**FORMA DE PAGO:**.....**DEPÓSITO:**.....

N.- DE INVITADOS:.....**ASISTENCIA MÍNIMA:**.....

TIPO DE SERVICIO:

CATERING:.....

EVENTO:.....



TIPO DE MENÚ:

COFFE BREAK:.....

DESAYUNO:.....

ALMUERZO:.....

CENA:.....

PRECIO TOTAL:.....

PRECIO POR PERSONA:.....

Observaciones Menú:.....

Observaciones Montaje:.....

Observaciones Equipos:.....

.....

.....

CLIENTE

EMPRESA

Anexo 9. Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS

CANT.	DESCRIPCIÓN	MEDIDA	PRECIO U.	V, TOTAL
	EQUIPOS DE COCINA			\$ 6.678,96
1	COCINA INDUSTRIAL DE 4 QUEMADORES	UNIDAD	\$ 500,00	\$ 500,00
1	HORNO 2 LATAS A GAS (LATAS DE 80 CM * 100 CM)	UNIDAD	\$ 280,00	\$ 280,00
1	FRIGORIFICO VERTICAL DE DOBLE PUERTA INDURAMA CI300 DE 20 P	UNIDAD	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00
2	LUCUADORA PROCESADORA DE ALIMENTOS OSTER REVERSIBLE BRLY 07 DE 1, 25 LT	UNIDAD	\$ 162,00	\$ 324,00
1	BATIDORA INDURAMA DE MANO Y PEDESTAL 10 VELOCIDADES	UNIDAD	\$ 75,00	\$ 75,00
1	MICROONDAS LG	UNIDAD	\$ 100,00	\$ 100,00
1	CAFETERA ELECTRICA PARA 30 TAZAS MARCA UNCO	UNIDAD	\$ 70,00	\$ 70,00
4	ANAQUELES DE COCINA 1M * 4M	UNIDAD	\$ 150,00	\$ 600,00
2	MESAS DE TRABAJO DE 1.1 * 0.7	UNIDAD	\$ 480,00	\$ 960,00
4	PERCHAS DE ACERO PARA ALIMENTOS	UNIDAD	\$ 180,00	\$ 720,00
3	BALANZA	UNIDAD	\$ 180,00	\$ 540,00
10	CALENTADORES RECTANGULARES 1M* 1M	UNIDAD	\$ 68,00	\$ 680,00
4	PLANCHA PARA ASAR DE 1M * 0,75 CM	UNIDAD	\$ 19,99	\$ 79,96
4	TANQUES DE GAS INDUSTRIAL	UNIDAD	\$ 50,00	\$ 200,00
1	CAMPANA EXTRACTORA DE OLORES Y HUMO DE 1,90 *0,80, 0,60	UNIDAD	\$ 450,00	\$ 450,00
	UTENSILLOS DE COCINA			\$ 1.074,07
3	OLLAS INDUSTRIALES DE ALUMINIO DE 45 LT	UNIDAD	\$ 70,00	\$ 210,00
1	JUEGO OLLAS DE ALUMINIO 6 PIEZAS (JUEGO DEL NÚMERO 20 AL 38)	JUEGO	\$ 110,00	\$ 110,00
1	JUEGO DE OLLAS 6 PIEZAS OSTER	JUEGO	\$ 77,00	\$ 77,00
2	TIJERAS DE COCINA	UNIDAD	\$ 6,00	\$ 12,00
1	EXPRIMIDOR DE CITRICOS	UNIDAD	\$ 19,00	\$ 19,00
2	SARTEN DE 1,8 MM DE ESPESOR 26CM	UNIDAD	\$ 15,82	\$ 31,64
2	SARTEN PROFUNDO 2,5 MM DE ESPESOR 28CM	UNIDAD	\$ 25,62	\$ 51,24
6	TABLAS DE PICAR 50CM * 30CM	UNIDAD	\$ 16,50	\$ 99,00
8	CUCHARETAS	UNIDAD	\$ 5,20	\$ 41,60
2	JUEGO DE CUCHILLOS DE DISTINTAN PULGADAS (5 PIEZAS)	UNIDAD	\$ 33,00	\$ 66,00
3	CUCHILLO SIERRA 5"	UNIDAD	\$ 2,80	\$ 8,40
3	CUCHILLO DE COCINA 7"	UNIDAD	\$ 2,90	\$ 8,70
2	RALLADORES	UNIDAD	\$ 3,00	\$ 6,00
4	CUCHARAS ESPUMADERAS	UNIDAD	\$ 3,00	\$ 12,00
6	ESPATULAS DE GOMA	UNIDAD	\$ 2,70	\$ 16,20
2	ABRELATAS	UNIDAD	\$ 5,67	\$ 11,34
2	PINZAS	UNIDAD	\$ 2,99	\$ 5,98
6	JARRAS DE PLASTICO (4 LITROS)	UNIDAD	\$ 2,28	\$ 13,68

4	PIREX DE COCINA (JUEGO 2 PIEZAS)	UNIDAD	\$ 35,00	\$ 140,00
1	MANGA PASTELERA	UNIDAD	\$ 5,00	\$ 5,00
2	PELADOR	UNIDAD	\$ 1,52	\$ 3,04
6	RECIPIENTES PLÁSTICOS DE 5LT CON TAPA	UNIDAD	\$ 4,50	\$ 27,00
3	CERNIDOR METALICO DE ACERO INOXIDABLE	UNIDAD	\$ 4,65	\$ 13,95
12	BOWLS PEQUEÑOS DE ACERO INOXIDABLE	UNIDAD	\$ 1,50	\$ 18,00
10	BOWLS MEDIANOS DE ACERO INOXIDABLE	UNIDAD	\$ 2,45	\$ 24,50
2	JUEGOS DE TAZAS MEDIDORAS DE ACERO INOXIDABLE	JUEGO	\$ 12,30	\$ 24,60
2	JUEGO DE CUCHARAS MEDIDORAS DE ACERO INOXIDABLE	JUEGO	\$ 9,10	\$ 18,20
	VAJILLA, CUBERTERIA Y CRISTALERIA			\$ 3.946,80
160	PLATO BASE CORONA	UNIDAD	\$ 4,24	\$ 678,40
160	PLATO TENDIDO CORONA	UNIDAD	\$ 3,13	\$ 500,80
160	PLATO POSTRE CORONA	UNIDAD	\$ 1,51	\$ 241,60
160	PLATO TAZA / CAFÉ CORONA	UNIDAD	\$ 2,23	\$ 356,80
160	PLATO CONSOME SIN ASA CORONA	UNIDAD	\$ 1,46	\$ 233,60
160	CUBIERTOS	JUEGO	\$ 5,35	\$ 856,00
160	SALSERA 180CC CORONA	UNIDAD	\$ 1,10	\$ 176,00
160	VASOS C22	UNIDAD	\$ 0,30	\$ 48,00
160	COPA COCTERL HELADO 42 CL	UNIDAD	\$ 2,27	\$ 363,20
50	CENICEROS P127	UNIDAD	\$ 0,28	\$ 14,00
160	COPAS DE CHAMPANE 15CL	UNIDAD	\$ 1,01	\$ 161,60
160	COPA VINO TINTO CABERNET 25 CL	UNIDAD	\$ 0,99	\$ 158,40
160	COPA GLOBO 40CL	UNIDAD	\$ 0,99	\$ 158,40
	MANTELERIA			\$ 8.320,00
80	MANTELES 3M * 1,5	UNIDAD	\$ 10,00	\$ 800,00
80	SOBREMANTELES 1M*1M	UNIDAD	\$ 20,00	\$ 1.600,00
80	FALDONES 7M* 1M	UNIDAD	\$ 15,00	\$ 1.200,00
6	VELOS DEDORATIVOS	UNIDAD	\$ 40,00	\$ 240,00
320	SERVILLETAS 0,4 CM * 0,40	UNIDAD	\$ 1,00	\$ 320,00
640	LAZOS 2M * 15CM	UNIDAD	\$ 1,50	\$ 960,00
640	CUBRE SILLAS	UNIDAD	\$ 5,00	\$ 3.200,00
	EQUPAMIENTO PARA EL SERVICIO			\$ 10.283,00
2	LUCES ROBOTICAS BEAM 7R	UNIDAD	\$ 1.550,00	\$ 3.100,00
20	MESAS 1M X 2,5 M	UNIDAD	\$ 110,00	\$ 2.200,00
160	SILLAS	UNIDAD	\$ 6,48	\$ 1.036,80
9	CARPAS TOLDO 4M *5M	UNIDAD	\$ 400,00	\$ 3.600,00
20	CHAROL ACERO 48CM * 43CM	UNIDAD	\$ 15,36	\$ 307,20
3	MESAS PARA NIÑOS DE 1 A 3 AÑOS	UNIDAD	\$ 13,00	\$ 39,00
	EQUIPOS DE OFICINA			\$ 1.480,00
1	COMPUTADORA PORTATIL HP	UNIDAD	\$ 850,00	\$ 850,00
1	TELEFONO INALAMBRIICO PANASONIC	UNIDAD	\$ 80,00	\$ 80,00
1	IMPRESORA EPSON A INYECCION	UNIDAD	\$ 550,00	\$ 550,00
	MUEBLES DE OFICINA			\$ 1.145,00

1	ESCRITORIO	UNIDAD	\$ 350,00	\$ 350,00
1	SILLA GIRATORIA	UNIDAD	\$ 115,00	\$ 115,00
1	ARCHIVADOR	UNIDAD	\$ 200,00	\$ 200,00
2	SILLAS DE OFICINA	UNIDAD	\$ 90,00	\$ 180,00
1	SILLON DE ESPERA	UNIDAD	\$ 200,00	\$ 200,00
1	MESA DE CENTRO	UNIDAD	\$ 100,00	\$ 100,00
TOTAL INVERSION FIJA				\$ 32.927,83

Anexo 10. Adecuaciones

ADECUACIONES

CANT.	DESCRIPCIÓN	MEDIDA	PRECIO U.	VALOR TOTAL
	ADECUACIONES			\$ 6.200,00
45	ITALPISO COCINA 9*5 METROS CUADRADOS	METROS CUADRADO	\$ 10,00	\$ 450,00
1	INODORO Y LAVABO	UNIDAD	\$ 250,00	\$ 250,00
55	AMPLIACION DE SALON DE EVENTOS	METROS CUADRADO	\$ 100,00	\$ 5.500,00

Anexo 11. Costos

a. Costo Materia Prima

COSTO MATERIA PRIMA DIRECTA																	
DETALLE	VOLUMEN DE PRODUCCIÓN DE SERVICIO DE CATERING Y EVENTOS					VOLUMEN DE PRODUCCIÓN DE SERVICIO DE CATERING Y EVENTOS			VOLUMEN DE PRODUCCIÓN DE SERVICIO DE CATERING Y EVENTOS			VOLUMEN DE PRODUCCIÓN DE SERVICIO DE CATERING Y EVENTOS			VOLUMEN DE PRODUCCIÓN DE SERVICIO DE CATERING Y EVENTOS		
	AÑO 1					AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
MATERIAL	U. DE MEDIDA	CANT. / MES	C. UNITARIO	C. / MES	C. / AÑO	CANT. / MES	C. / MES	C. / AÑO	CANTI. / MES	C. / MES	C. / AÑO	CANT. / MES	C. / MES	C. / AÑO	CANT. / MES	C. / MES	C. / AÑO
MATEERIA PRIMA EVENTOS MÁS CATERING	PORCIÓN	300	\$ 3,69	\$ 1.105,72	\$ 13.268,65	306	\$ 1.127,84	\$ 13.534,03	312	\$ 1.150,39	\$ 13.804,71	318	\$ 1.173,40	\$ 14.080,80	324	\$ 1.196,87	\$ 14.362,42
MATERIA PRIMA CATERING	PORCIÓN	300	\$ 3,69	\$ 1.108,83	\$ 13.306,00	307	\$ 1.131,01	\$ 13.572,12	313	\$ 1.153,63	\$ 13.843,57	319	\$ 1.176,70	\$ 14.120,44	325	\$ 1.200,24	\$ 14.402,85
TOTAL COSTO				\$ 2.214,55	\$ 26.574,66		\$ 2.258,85	\$ 27.106,15		\$ 2.304,02	\$ 27.648,27		\$ 2.350,10	\$ 28.201,24		\$ 2.397,11	\$ 28.765,26

b. Costo de Mano de Obra

		COSTO					DE MNO DE OBRA								
		VOLUMEN DE PRODUCCIÓN DE SERVICIO DE CATERING Y EVENTOS		VOLUMEN DE PRODUCCIÓN DE SERVICIO DE CATERING Y EVENTOS		VOLUMEN DE PRODUCCIÓN DE SERVICIO DE CATERING Y EVENTOS		VOLUMEN DE PRODUCCIÓN DE SERVICIO DE CATERING Y EVENTOS		VOLUMEN DE PRODUCCIÓN DE SERVICIO DE CATERING Y EVENTOS					
CARGO	N. DE PUESTO	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5					
		C./ MES	C. / AÑO	N. DE PUESTO	C. / MES	C./ AÑO	N. DE PUESTO	C. / MES	C./ AÑO	N. DE PUESTO	C. / MES	C. / AÑO	N. DE PUESTO	COSTO / MES	COSTO / AÑO
MANO DE OBRA DIRECTA CATERING	3	\$ 571,97	\$ 6.863,60	3	\$ 571,97	\$ 6.863,60	3	\$ 571,97	\$ 6.863,60	3	\$ 571,97	\$ 6.863,60	3	\$ 571,97	\$ 6.863,60
MANO DE OBRA DIIRECTA CATERING MAS EVENTO	4	\$ 971,97	\$ 11.663,60	4	\$ 971,97	\$ 11.663,60	4	\$ 971,97	\$ 11.663,60	4	\$ 971,97	\$ 11.663,60	4	\$ 971,97	\$ 11.663,60
TOTAL MOD		\$ 1.543,93	\$ 18.527,20		\$ 1.543,93	\$ 18.527,20		\$ 1.543,93	\$ 18.527,20		\$ 1.543,93	\$ 18.527,20		\$ 1.543,93	\$ 18.527,20
MANO DE OBRA INDIRECTA CATERING	6	\$ 320,00	\$ 3.840,00	6	\$ 320,00	\$ 3.840,00	6	\$ 320,00	\$ 3.840,00	6	\$ 320,00	\$ 3.840,00	6	\$ 320,00	\$ 3.840,00
MANO DE OBRA INDIRECTA CATERING MÁS EVENTO	6	\$ 320,00	\$ 3.840,00	6	\$ 320,00	\$ 3.840,00	6	\$ 320,00	\$ 3.840,00	6	\$ 320,00	\$ 3.840,00	6	\$ 320,00	\$ 3.840,00
TOTAL MOI		\$ 640,00	\$ 7.680,00		\$ 640,00	\$ 7.680,00		\$ 640,00	\$ 7.680,00		\$ 640,00	\$ 7.680,00		\$ 640,00	\$ 7.680,00
TOTAL MANO DE OBRA		\$ 2.183,93	\$ 26.207,20		\$ 2.183,93	\$ 26.207,20		\$ 2.183,93	\$ 26.207,20		\$ 2.183,93	\$ 26.207,20		\$ 2.183,93	\$ 26.207,20

c. Costos Indirectos

COSTOS INDIRECTOS																	
DETALLE	VOLUMEN DE PRODUCCIÓN DE SERVICIO DE CATERING Y EVENTOS				VOLUMEN DE PRODUCCIÓN DE SERVICIO DE CATERING Y EVENTOS			VOLUMEN DE PRODUCCIÓN DE SERVICIO DE CATERING Y EVENTOS			VOLUMEN DE PRODUCCIÓN DE SERVICIO DE CATERING Y EVENTOS			VOLUMEN DE PRODUCCIÓN DE SERVICIO DE CATERING Y EVENTOS			
	AÑO 1				AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5			
Material	U. DE MEDIDA	CANT. / MES	COSTO UNITARIO	COSTO / MES	COSTO / AÑO	CANT. / MES	COSTO / MES	COSTO / AÑO	CANT. / MES	COSTO / MES	COSTO / AÑO	CANT. / MES	COSTO / MES	COSTO / AÑO	CANT. / MES	COSTO / MES	COSTO / AÑO
GAS	UNIDAD	10	\$ 30,00	\$ 300,00	\$ 3.600,00	10	\$ 300,00	\$ 3.600,00	10	\$ 300,00	\$ 3.600,00	11	\$ 330,00	\$ 3.960,00	11	\$ 330,00	\$ 3.960,00
SAL	QUINTAL	1	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 180,00	1	\$ 15,00	\$ 180,00	1	\$ 15,00	\$ 180,00	1	\$ 15,00	\$ 180,00	1	\$ 15,00	\$ 180,00
UNIFORMES	UNIDAD	12	\$ 127,20	\$ 55,67	\$ 668,00	12	\$ 55,67	\$ 668,00	12	\$ 55,67	\$ 668,00	12	\$ 55,67	\$ 668,00	12	\$ 55,67	\$ 668,00
FOSFORO	UNIDAD	1	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 36,00	1	\$ 3,00	\$ 36,00	1	\$ 3,00	\$ 36,00	1	\$ 3,00	\$ 36,00	1	\$ 3,00	\$ 36,00
EXTINTOR PQS 10 LBS	UNIDAD	3	\$ 30,00	\$ 90,00	\$ 90,00	3	\$ 90,00	\$ 90,00	3	\$ 90,00	\$ 90,00	3	\$ 90,00	\$ 90,00	3	\$ 90,00	\$ 90,00
AZUCAR	QUINTAL	1	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 540,00	1	\$ 45,00	\$ 540,00	1	\$ 45,00	\$ 540,00	1	\$ 45,00	\$ 540,00	1	\$ 45,00	\$ 540,00
BOTELLON DE AGUA	UNIDAD	8	\$ 2,50	\$ 20,00	\$ 240,00	8	\$ 20,00	\$ 240,00	8	\$ 20,00	\$ 240,00	8	\$ 20,00	\$ 240,00	9	\$ 22,50	\$ 270,00
SUMINISTROS DE LIMPIEZA PARA PRODUCCIÓN	VARIOS	1	\$ 91,52	\$ 91,52	\$ 1.098,24	1	\$ 91,52	\$ 1.098,24	1	\$ 91,52	\$ 1.098,24	1	\$ 91,52	\$ 1.098,24	1	\$ 91,52	\$ 1.098,24
AGUA Y LUZ DE LOCAL	VARIOS	1	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 300,00	1	\$ 25,00	\$ 300,00	1	\$ 25,00	300	1,00	\$ 25,00	\$ 300,00	1,00	\$ 25,00	\$ 300,00
TOTAL COSTO				\$ 645,19	\$ 6.752,24		\$ 645,19	\$ 6.752,24		\$ 645,19	\$ 6.752,24		\$ 675,19	\$ 7.112,24		\$ 677,69	\$ 7.142,24

d. Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
CANT	DESCRIPCION		COSTO U	COSTO T	COSTO AÑO
1	ADMINISTRADOR		\$ 644,08	\$ 644,08	\$ 7.729,00
1	CONTADOR		\$ 503,93	\$ 503,93	\$ 6.047,20
1	ARRIENDO		\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 5.400,00
1	SERVICIOS BASICOS		\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 960,00
1	SUMINISTROS DE OFICINA Y LLIMPIEZA		\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 840,00
1	PAPEL HIGIENICO (PAQUETE DE 12)	\$ 3,00	\$ 3,00		
1	JABON LIQUIDO PARA MANOS (GALON)	\$ 5,00	\$ 5,00		
3	DESINFECTANTE	\$ 5,00	\$ 15,00		
2	COLORO (GALON)	\$ 5,00	\$ 10,00		
2	FUNDA DE BASURA GRANDE (10 U)	\$ 1,00	\$ 2,00		
1	TIJERA	\$ 1,00	\$ 1,00		
1	GRAPADORA	\$ 5,00	\$ 5,00		
1	PERFORADORA	\$ 5,00	\$ 5,00		
1	RESMA DE HOJAS	\$ 4,50	\$ 4,50		
1	GOMA	\$ 1,00	\$ 1,00		
3	LAPIZ	\$ 0,25	\$ 0,75		
5	ESPERO	\$ 0,35	\$ 1,75		
1	ESCOBA	\$ 2,50	\$ 2,50		
1	TRAPEADOR	\$ 5,00	\$ 5,00		
1	RECOJEDOR DE BASURA	\$ 2,50	\$ 2,50		
2	BUSURERO MEDIANO	\$ 3,00	\$ 6,00		
TOTAL					\$ 20.976,20

e. Gastos de Ventas

GASTOS DE VENTAS				
PUBLICIDAD	MEDIO	CANT.	COSTO	COSTO AÑO
INTERNET	CUENTAS EN REDES SOCIALES	3	\$ 0,00	\$ 0,00
	PAGINA WEB	1	\$ 200,00	\$ 2.400,00
RADIO	CANELA	1	\$ 610,00	\$ 7.320,00
ANUNCIOS	VALLAS	1	\$ 250,00	\$ 3.000,00
	TOTAL		\$ 1.060,00	\$ 12.720,00

f. Gastos de Distribución

GASTOS DE DISTRIBUCIÓN				
DETALLE	CANT.	COSTO U.	COSTO MES	COSTO AÑO
TRANSPORTE CATERING	5	\$ 15,00	\$ 75,00	\$ 900,00
TRANSPORTE CATERING MÁS DESARROLLO DE ENVENTOS	3	\$ 15,00	\$ 45,00	\$ 540,00
TOTAL			\$ 120,00	\$ 1.440,00

Anexo 12. Depreciaciones y Amortizaciones

a. Depreciaciones

DEPRECIACIONES								
ACTIVO	VALOR DEL ACTIVO	VITA ÚTIL (AÑOS)	DEPRECIACIÓN ANUAL					VALOR RESIDUAL
			1	2	3	4	5	
EQUIPOS DE COCINA	\$ 6.678,96	10	\$ 667,90	\$ 667,90	\$ 667,90	\$ 667,90	\$ 667,90	\$ 3.339,48
UTENSILLOS DE COCINA	\$ 1.074,07	5	\$ 214,81	\$ 214,81	\$ 214,81	\$ 214,81	\$ 214,81	\$ 0,00
EQUIPAMIENTO PARA EL SERVICIO	\$ 10.283,00	10	\$ 1.028,30	\$ 1.028,30	\$ 1.028,30	\$ 1.028,30	\$ 1.028,30	\$ 5.141,50
	SUBTOTAL		\$ 1.911,01	\$ 8.480,98				
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 1.480,00	3	\$ 493,33	\$ 493,33	\$ 493,33	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
MUEBLES DE OFICINA	\$ 1.145,00	10	\$ 114,50	\$ 114,50	\$ 114,50	\$ 114,50	\$ 114,50	\$ 572,50
	SUBTOTAL		\$ 607,83	\$ 607,83	\$ 607,83	\$ 114,50	\$ 114,50	\$ 572,50
TOTAL			\$ 2.518,84	\$ 2.518,84	\$ 2.518,84	\$ 2.025,51	\$ 2.025,51	\$ 9.053,48

b. Amortizaciones

AMORTIZACIONES								
ACTIVO	VALOR DEL ACTIVO	VIDA ÚTIL (AÑOS)	AMORTIZACIÓN ANUAL					VALOR RESIDUAL
			1	2	3	4	5	
GASTOS INVERSIONES DIFERIDAS	\$ 6.675,00	5	\$ 1.335,00	\$ 1.335,00	\$ 1.335,00	\$ 1.335,00	\$ 1.335,00	\$ 0,00
TOTAL			\$ 1.335,00	\$ 0,00				

Anexo 13. Estados de Análisis de Sensibilidad

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

a. Disminución de demanda

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
RUBROS / AÑOS DE VIDA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	121575,42	129140,81	137176,99	145713,24	154780,68
- COSTO DE PRODUCCIÓN	-54336,00	-56911,83	-58455,26	-60428,65	-62115,52
= UTILIDAD BRUTA	67239,42	72228,99	78721,73	85284,59	92665,16
- GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	-22919,03	-23787,45	-24691,82	-25140,29	-26121,09
- GASTOS DE VENTAS	-12720,00	-13246,61	-13795,02	-14366,13	-14960,89
- GASTO DE REPOSICIÓN VAJILLA Y CRISTALERÍA	-3480,96	-3480,96	-3480,96	-3480,96	-3480,96
- GASTO DE DISTRIBUCIÓN	-672,00	-699,82	-699,82	-699,82	-699,82
- GASTOS FINANCIEROS	-1586,33	-1325,19	-1038,60	-724,06	-378,86
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	25861,10	29688,96	35015,52	40873,33	47023,54
- 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-3879,16	-4453,34	-5252,33	-6131,00	-7053,53
- IMPUESTO A LA RENTA	-6465,27	-7422,24	-8753,88	-10218,33	-11755,89
= UTILIDAD NETA	15516,66	17813,37	21009,31	24524,00	28214,13

BALANCE GENERAL PROYECTADO						
RUBROS / AÑOS DE VIDA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE	\$ 14.630,53	\$ 31.322,75	\$ 50.050,55	\$ 71.687,69	\$ 96.031,65	\$ 123.720,54
CAJA	\$ 14.630,53	\$ 31.322,75	\$ 50.050,55	\$ 71.687,69	\$ 96.031,65	\$ 123.720,54
ACTIVO FIJO	\$ 32.927,83	\$ 30.408,99	\$ 27.890,14	\$ 25.371,30	\$ 23.345,79	\$ 21.320,28
EQUIPOS DE COCINA	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96
UTENSILLOS DE COCINA	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07
VAJILLA, CUBERTERIA Y CRISTALERIA	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80
MANTELERIA	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00
EQUIPAMIENTO PARA EL SERVICIO	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00
MUEBLES DE OFICINA	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00
- DEPRECIACIONES	\$ 0,00	-\$ 2.518,84	-\$ 5.037,69	-\$ 7.556,53	-\$ 9.582,04	-\$ 11.607,55
ACTIVO DIFERIDO	\$ 6.675,00	\$ 5.340,00	\$ 4.005,00	\$ 2.670,00	\$ 1.335,00	\$ 0,00
GASTOS DIFERIDOS	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00
- AMORTIZACIONES	\$ 0,00	-\$ 1.335,00	-\$ 2.670,00	-\$ 4.005,00	-\$ 5.340,00	-\$ 6.675,00
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 54.233,36	\$ 67.071,74	\$ 81.945,69	\$ 99.728,99	\$ 120.712,44	\$ 145.040,82
PASIVO	\$ 16.270,01	\$ 13.591,72	\$ 10.652,31	\$ 7.426,30	\$ 3.885,75	\$ 0,00
CORRIENTE	\$ 2.678,28	\$ 2.939,42	\$ 3.226,01	\$ 3.540,55	\$ 3.885,75	\$ 0,00
NO CORRIENTE	\$ 13.591,72	\$ 10.652,31	\$ 7.426,30	\$ 3.885,75	\$ 0,00	\$ 0,00
PATRIMONIO	\$ 37.963,35	\$ 53.480,01	\$ 71.293,39	\$ 92.302,70	\$ 116.826,69	\$ 145.040,82
CAPITAL	\$ 37.963,35	\$ 37.963,35	\$ 37.963,35	\$ 37.963,35	\$ 37.963,35	\$ 37.963,35
RESULTADO DEL EJERCICIO	\$ 0,00	\$ 15.516,66	\$ 17.813,37	\$ 21.009,31	\$ 24.524,00	\$ 28.214,13
RESULTADO ACUMULADO	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 15.516,66	\$ 33.330,03	\$ 54.339,34	\$ 78.863,34
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 54.233,36	\$ 67.071,74	\$ 81.945,69	\$ 99.728,99	\$ 120.712,44	\$ 145.040,82

FLUJO NETO DE EFECTIVO						
RUBROS / AÑOS DE VIDA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS		\$ 121.575,42	\$ 129.140,81	\$ 137.176,99	\$ 145.713,24	\$ 154.780,68
- COSTO DE PRODUCCIÓN		-\$ 54.336,00	-\$ 56.911,83	-\$ 58.455,26	-\$ 60.428,65	-\$ 62.115,52
= UTILIDAD BRUTA		\$ 67.239,42	\$ 72.228,99	\$ 78.721,73	\$ 85.284,59	\$ 92.665,16
- GASTO DE ADMINISTRACIÓN		-\$ 22.919,03	-\$ 23.787,45	-\$ 24.691,82	-\$ 25.140,29	-\$ 26.121,09
- GASTO DE VENTA		-\$ 12.720,00	-\$ 13.246,61	-\$ 13.795,02	-\$ 14.366,13	-\$ 14.960,89
- GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		-\$ 672,00	-\$ 699,82	-\$ 699,82	-\$ 699,82	-\$ 699,82
- GASTO DE REPOSICIÓN VAJILLA Y CRISTALERÍA		-\$ 3.480,96	-\$ 3.480,96	-\$ 3.480,96	-\$ 3.480,96	-\$ 3.480,96
- GASTOS FINANCIEROS (INTERESES)		-\$ 1.586,33	-\$ 1.325,19	-\$ 1.038,60	-\$ 724,06	-\$ 378,86
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 25.861,10	\$ 29.688,96	\$ 35.015,52	\$ 40.873,33	\$ 47.023,54
- 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		-\$ 3.879,16	-\$ 4.453,34	-\$ 5.252,33	-\$ 6.131,00	-\$ 7.053,53
- IMPUESTO A LA RENTA		-\$ 6.465,27	-\$ 7.422,24	-\$ 8.753,88	-\$ 10.218,33	-\$ 11.755,89
= UTILIDAD NETA		\$ 15.516,66	\$ 17.813,37	\$ 21.009,31	\$ 24.524,00	\$ 28.214,13
+ DEPRECIACIONES		\$ 2.518,84	\$ 2.518,84	\$ 2.518,84	\$ 2.025,51	\$ 2.025,51
+ AMORTIZACIONES		\$ 1.335,00	\$ 1.335,00	\$ 1.335,00	\$ 1.335,00	\$ 1.335,00
- PAGO PRÉSTAMO (CAPITAL)		-\$ 2.678,28	-\$ 2.939,42	-\$ 3.226,01	-\$ 3.540,55	-\$ 3.885,75
+ VALOR DE SALVAMENTO						\$ 9.053,48
- INVERSIONES						
FIJA	-\$ 32.927,83					
DIFERIDA	-\$ 6.675,00					
CAPITAL DE TRABAJO	-\$ 14.630,53					
= FLUJO NETO DE EFECTIVO	-\$ 54.233,36	\$ 16.692,22	\$ 18.727,80	\$ 21.637,14	\$ 24.343,96	\$ 36.742,37

b. Disminución de Precio

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
RUBROS / AÑOS DE VIDA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	137463,12	146017,18	155103,54	164755,32	175007,71
- COSTO DE PRODUCCIÓN	-61445,11	-64463,32	-66157,78	-68285,22	-70129,22
= UTILIDAD BRUTA	76018,02	81553,86	88945,76	96470,10	104878,49
- GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	-22919,03	-23787,45	-24691,82	-25140,29	-26121,09
- GASTOS DE VENTAS	-12720,00	-13246,61	-13795,02	-14366,13	-14960,89
- GASTO DE REPOSICIÓN VAJILLA Y CRISTALERÍA	-3480,96	-3480,96	-3480,96	-3480,96	-3480,96
- GASTO DE DISTRIBUCIÓN	-672,00	-699,82	-699,82	-699,82	-699,82
- GASTOS FINANCIEROS	-1620,98	-1354,14	-1061,29	-739,88	-387,14
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	34605,04	38984,88	45216,85	52043,02	59228,60
- 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-5190,76	-5847,73	-6782,53	-7806,45	-8884,29
- IMPUESTO A LA RENTA	-8651,26	-9746,22	-11304,21	-13010,75	-14807,15
= UTILIDAD NETA	20763,02	23390,93	27130,11	31225,81	35537,16

BALANCE GENERAL PROYECTADO						
RUBROS / AÑOS DE VIDA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE	\$ 15.815,38	\$ 37.695,45	\$ 61.936,59	\$ 89.624,05	\$ 120.592,48	\$ 155.519,50
CAJA	\$ 15.815,38	\$ 37.695,45	\$ 61.936,59	\$ 89.624,05	\$ 120.592,48	\$ 155.519,50
ACTIVO FIJO	\$ 32.927,83	\$ 30.408,99	\$ 27.890,14	\$ 25.371,30	\$ 23.345,79	\$ 21.320,28
EQUIPOS DE COCINA	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96
UTENSILLOS DE COCINA	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07
VAJILLA, CUBERTERIA Y CRISTALERIA	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80
MANTELERIA	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00
EQUIPAMIENTO PARA EL SERVICIO	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00
MUEBLES DE OFICINA	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00
- DEPRECIACIONES	\$ 0,00	-\$ 2.518,84	-\$ 5.037,69	-\$ 7.556,53	-\$ 9.582,04	-\$ 11.607,55
ACTIVO DIFERIDO	\$ 6.675,00	\$ 5.340,00	\$ 4.005,00	\$ 2.670,00	\$ 1.335,00	\$ 0,00
GASTOS DIFERIDOS	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00
- AMORTIZACIONES	\$ 0,00	-\$ 1.335,00	-\$ 2.670,00	-\$ 4.005,00	-\$ 5.340,00	-\$ 6.675,00
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 55.418,21	\$ 73.444,44	\$ 93.831,73	\$ 117.665,35	\$ 145.273,27	\$ 176.839,78
PASIVO	\$ 16.625,46	\$ 13.888,67	\$ 10.885,03	\$ 7.588,54	\$ 3.970,64	\$ 0,00
CORRIENTE	\$ 2.736,80	\$ 3.003,64	\$ 3.296,49	\$ 3.617,90	\$ 3.970,64	\$ 0,00
NO CORRIENTE	\$ 13.888,67	\$ 10.885,03	\$ 7.588,54	\$ 3.970,64	\$ 0,00	\$ 0,00
PATRIMONIO	\$ 38.792,75	\$ 59.555,77	\$ 82.946,70	\$ 110.076,81	\$ 141.302,63	\$ 176.839,78
CAPITAL	\$ 38.792,75	\$ 38.792,75	\$ 38.792,75	\$ 38.792,75	\$ 38.792,75	\$ 38.792,75
RESULTADO DEL EJERCICIO	\$ 0,00	\$ 20.763,02	\$ 23.390,93	\$ 27.130,11	\$ 31.225,81	\$ 35.537,16
RESULTADO ACUMULADO	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 20.763,02	\$ 44.153,95	\$ 71.284,06	\$ 102.509,88
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 55.418,21	\$ 73.444,44	\$ 93.831,73	\$ 117.665,35	\$ 145.273,27	\$ 176.839,78

FLUJO NETO DE EFECTIVO						
RUBROS / AÑOS DE VIDA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS		\$ 137.463,12	\$ 146.017,18	\$ 155.103,54	\$ 164.755,32	\$ 175.007,71
- COSTO DE PRODUCCIÓN		-\$ 61.445,11	-\$ 64.463,32	-\$ 66.157,78	-\$ 68.285,22	-\$ 70.129,22
= UTILIDAD BRUTA		\$ 76.018,02	\$ 81.553,86	\$ 88.945,76	\$ 96.470,10	\$ 104.878,49
- GASTO DE ADMINISTRACIÓN		-\$ 22.919,03	-\$ 23.787,45	-\$ 24.691,82	-\$ 25.140,29	-\$ 26.121,09
- GASTO DE VENTA		-\$ 12.720,00	-\$ 13.246,61	-\$ 13.795,02	-\$ 14.366,13	-\$ 14.960,89
- GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		-\$ 672,00	-\$ 699,82	-\$ 699,82	-\$ 699,82	-\$ 699,82
- GASTO DE REPOSICIÓN VAJILLA Y CRISTALERÍA		-\$ 3.480,96	-\$ 3.480,96	-\$ 3.480,96	-\$ 3.480,96	-\$ 3.480,96
- GASTOS FINANCIEROS (INTERESES)		-\$ 1.620,98	-\$ 1.354,14	-\$ 1.061,29	-\$ 739,88	-\$ 387,14
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 34.605,04	\$ 38.984,88	\$ 45.216,85	\$ 52.043,02	\$ 59.228,60
- 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		-\$ 5.190,76	-\$ 5.847,73	-\$ 6.782,53	-\$ 7.806,45	-\$ 8.884,29
- IMPUESTO A LA RENTA		-\$ 8.651,26	-\$ 9.746,22	-\$ 11.304,21	-\$ 13.010,75	-\$ 14.807,15
= UTILIDAD NETA		\$ 20.763,02	\$ 23.390,93	\$ 27.130,11	\$ 31.225,81	\$ 35.537,16
+ DEPRECIACIONES		\$ 2.518,84	\$ 2.518,84	\$ 2.518,84	\$ 2.025,51	\$ 2.025,51
+ AMORTIZACIONES		\$ 1.335,00	\$ 1.335,00	\$ 1.335,00	\$ 1.335,00	\$ 1.335,00
- PAGO PRÉSTAMO (CAPITAL)		-\$ 2.736,80	-\$ 3.003,64	-\$ 3.296,49	-\$ 3.617,90	-\$ 3.970,64
+ VALOR DE SALVAMENTO						\$ 9.053,48
- INVERSIONES						
FIJA	-\$ 32.927,83					
DIFERIDA	-\$ 6.675,00					
CAPITAL DE TRABAJO	-\$ 15.815,38					
= FLUJO NETO DE EFECTIVO	-\$ 55.418,21	\$ 21.880,07	\$ 24.241,14	\$ 27.687,47	\$ 30.968,42	\$ 43.980,51

c. Disminuyen Costos Fijos

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
RUBROS / AÑOS DE VIDA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	152736,81	162241,31	172337,26	183061,47	194453,02
- COSTO DE PRODUCCIÓN	-61445,11	-64463,32	-66157,78	-68285,22	-70129,22
= UTILIDAD BRUTA	91291,70	97777,99	106179,48	114776,25	124323,79
- GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	-20627,13	-21408,70	-22222,63	-22626,26	-23508,98
- GASTOS DE VENTAS	-12720,00	-13246,61	-13795,02	-14366,13	-14960,89
- GASTO DE REPOSICIÓN VAJILLA Y CRISTALERÍA	-3480,96	-3480,96	-3480,96	-3480,96	-3480,96
- GASTO DE DISTRIBUCIÓN	-672,00	-699,82	-699,82	-699,82	-699,82
- GASTOS FINANCIEROS	-1458,88	-1218,73	-955,16	-665,89	-348,42
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	52332,72	57723,17	65025,89	72937,18	81324,72
- 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-7849,91	-8658,48	-9753,88	-10940,58	-12198,71
- IMPUESTO A LA RENTA	-13083,18	-14430,79	-16256,47	-18234,30	-20331,18
= UTILIDAD NETA	31399,63	34633,90	39015,53	43762,31	48794,83

BALANCE GENERAL PROYECTADO						
RUBROS / AÑOS DE VIDA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE	\$ 15.815,38	\$ 48.332,06	\$ 83.816,17	\$ 123.389,06	\$ 166.893,98	\$ 215.078,68
CAJA	\$ 15.815,38	\$ 48.332,06	\$ 83.816,17	\$ 123.389,06	\$ 166.893,98	\$ 215.078,68
ACTIVO FIJO	\$ 32.927,83	\$ 30.408,99	\$ 27.890,14	\$ 25.371,30	\$ 23.345,79	\$ 21.320,28
EQUIPOS DE COCINA	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96
UTENSILLOS DE COCINA	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07
VAJILLA, CUBERTERIA Y CRISTALERIA	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80
MANTELERIA	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00
EQUIPAMIENTO PARA EL SERVICIO	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00
MUEBLES DE OFICINA	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00
- DEPRECIACIONES	\$ 0,00	-\$ 2.518,84	-\$ 5.037,69	-\$ 7.556,53	-\$ 9.582,04	-\$ 11.607,55
ACTIVO DIFERIDO	\$ 6.675,00	\$ 5.340,00	\$ 4.005,00	\$ 2.670,00	\$ 1.335,00	\$ 0,00
GASTOS DIFERIDOS	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00
- AMORTIZACIONES	\$ 0,00	-\$ 1.335,00	-\$ 2.670,00	-\$ 4.005,00	-\$ 5.340,00	-\$ 6.675,00
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 55.418,21	\$ 84.081,05	\$ 115.711,32	\$ 151.430,36	\$ 191.574,77	\$ 236.398,96
PASIVO	\$ 16.625,46	\$ 13.888,67	\$ 10.885,03	\$ 7.588,54	\$ 3.970,64	\$ 0,00
CORRIENTE	\$ 2.736,80	\$ 3.003,64	\$ 3.296,49	\$ 3.617,90	\$ 3.970,64	\$ 0,00
NO CORRIENTE	\$ 13.888,67	\$ 10.885,03	\$ 7.588,54	\$ 3.970,64	\$ 0,00	\$ 0,00
PATRIMONIO	\$ 38.792,75	\$ 70.192,38	\$ 104.826,29	\$ 143.841,82	\$ 187.604,13	\$ 236.398,96
CAPITAL	\$ 38.792,75	\$ 38.792,75	\$ 38.792,75	\$ 38.792,75	\$ 38.792,75	\$ 38.792,75
RESULTADO DEL EJERCICIO	\$ 0,00	\$ 31.399,63	\$ 34.633,90	\$ 39.015,53	\$ 43.762,31	\$ 48.794,83
RESULTADO ACUMULADO	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 31.399,63	\$ 66.033,54	\$ 105.049,07	\$ 148.811,38
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 55.418,21	\$ 84.081,05	\$ 115.711,32	\$ 151.430,36	\$ 191.574,77	\$ 236.398,96

FLUJO NETO DE EFECTIVO						
RUBROS / AÑOS DE VIDA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS		\$ 152.736,81	\$ 162.241,31	\$ 172.337,26	\$ 183.061,47	\$ 194.453,02
- COSTO DE PRODUCCIÓN		-\$ 61.445,11	-\$ 64.463,32	-\$ 66.157,78	-\$ 68.285,22	-\$ 70.129,22
= UTILIDAD BRUTA		\$ 91.291,70	\$ 97.777,99	\$ 106.179,48	\$ 114.776,25	\$ 124.323,79
- GASTO DE ADMINISTRACIÓN		-\$ 20.627,13	-\$ 21.408,70	-\$ 22.222,63	-\$ 22.626,26	-\$ 23.508,98
- GASTO DE VENTA		-\$ 12.720,00	-\$ 13.246,61	-\$ 13.795,02	-\$ 14.366,13	-\$ 14.960,89
- GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		-\$ 672,00	-\$ 699,82	-\$ 699,82	-\$ 699,82	-\$ 699,82
- GASTO DE REPOSICIÓN VAJILLA Y CRISTALERÍA		-\$ 3.480,96	-\$ 3.480,96	-\$ 3.480,96	-\$ 3.480,96	-\$ 3.480,96
- GASTOS FINANCIEROS (INTERESES)		-\$ 1.458,88	-\$ 1.218,73	-\$ 955,16	-\$ 665,89	-\$ 348,42
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 52.332,72	\$ 57.723,17	\$ 65.025,89	\$ 72.937,18	\$ 81.324,72
- 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		-\$ 7.849,91	-\$ 8.658,48	-\$ 9.753,88	-\$ 10.940,58	-\$ 12.198,71
- IMPUESTO A LA RENTA		-\$ 13.083,18	-\$ 14.430,79	-\$ 16.256,47	-\$ 18.234,30	-\$ 20.331,18
= UTILIDAD NETA		\$ 31.399,63	\$ 34.633,90	\$ 39.015,53	\$ 43.762,31	\$ 48.794,83
+ DEPRECIACIONES		\$ 2.518,84	\$ 2.518,84	\$ 2.518,84	\$ 2.025,51	\$ 2.025,51
+ AMORTIZACIONES		\$ 1.335,00	\$ 1.335,00	\$ 1.335,00	\$ 1.335,00	\$ 1.335,00
- PAGO PRÉSTAMO (CAPITAL)		-\$ 2.736,80	-\$ 3.003,64	-\$ 3.296,49	-\$ 3.617,90	-\$ 3.970,64
+ VALOR DE SALVAMENTO						\$ 9.053,48
- INVERSIONES						
FIJA	-\$ 32.927,83					
DIFERIDA	-\$ 6.675,00					
CAPITAL DE TRABAJO	-\$ 15.815,38					
= FLUJO NETO DE EFECTIVO	-\$ 55.418,21	\$ 32.516,68	\$ 35.484,11	\$ 39.572,89	\$ 43.504,92	\$ 57.238,18

d. Disminución de Costos Variables

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
RUBROS / AÑOS DE VIDA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	152736,81	162241,31	172337,26	183061,47	194453,02
- COSTO DE PRODUCCIÓN	-55300,60	-58016,99	-59542,00	-61456,69	-63116,30
= UTILIDAD BRUTA	97436,21	104224,33	112795,26	121604,77	131336,72
- GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	-22919,03	-23787,45	-24691,82	-25140,29	-26121,09
- GASTOS DE VENTAS	-11448,00	-11921,95	-12415,52	-12929,52	-13464,80
- GASTO DE REPOSICIÓN VAJILLA Y CRISTALERÍA	-3132,86	-3132,86	-3132,86	-3132,86	-3132,86
- GASTO DE DISTRIBUCIÓN	-604,80	-629,84	-629,84	-629,84	-629,84
- GASTOS FINANCIEROS	-1620,98	-1354,14	-1061,29	-739,88	-387,14
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	57710,53	63398,08	70863,94	79032,38	87600,99
- 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-8656,58	-9509,71	-10629,59	-11854,86	-13140,15
- IMPUESTO A LA RENTA	-14427,63	-15849,52	-17715,98	-19758,09	-21900,25
= UTILIDAD NETA	34626,32	38038,85	42518,36	47419,43	52560,59

BALANCE GENERAL PROYECTADO						
RUBROS / AÑOS DE VIDA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE	\$ 15.815,38	\$ 51.558,75	\$ 90.447,80	\$ 133.523,52	\$ 180.685,56	\$ 232.636,02
CAJA	\$ 15.815,38	\$ 51.558,75	\$ 90.447,80	\$ 133.523,52	\$ 180.685,56	\$ 232.636,02
ACTIVO FIJO	\$ 32.927,83	\$ 30.408,99	\$ 27.890,14	\$ 25.371,30	\$ 23.345,79	\$ 21.320,28
EQUIPOS DE COCINA	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96
UTENSILLOS DE COCINA	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07
VAJILLA, CUBERTERIA Y CRISTALERIA	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80
MANTELERIA	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00
EQUIPAMIENTO PARA EL SERVICIO	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00
MUEBLES DE OFICINA	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00
- DEPRECIACIONES	\$ 0,00	-\$ 2.518,84	-\$ 5.037,69	-\$ 7.556,53	-\$ 9.582,04	-\$ 11.607,55
ACTIVO DIFERIDO	\$ 6.675,00	\$ 5.340,00	\$ 4.005,00	\$ 2.670,00	\$ 1.335,00	\$ 0,00
GASTOS DIFERIDOS	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00
- AMORTIZACIONES	\$ 0,00	-\$ 1.335,00	-\$ 2.670,00	-\$ 4.005,00	-\$ 5.340,00	-\$ 6.675,00
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 55.418,21	\$ 87.307,73	\$ 122.342,95	\$ 161.564,82	\$ 205.366,35	\$ 253.956,30
PASIVO	\$ 16.625,46	\$ 13.888,67	\$ 10.885,03	\$ 7.588,54	\$ 3.970,64	\$ 0,00
CORRIENTE	\$ 2.736,80	\$ 3.003,64	\$ 3.296,49	\$ 3.617,90	\$ 3.970,64	\$ 0,00
NO CORRIENTE	\$ 13.888,67	\$ 10.885,03	\$ 7.588,54	\$ 3.970,64	\$ 0,00	\$ 0,00
PATRIMONIO	\$ 38.792,75	\$ 73.419,07	\$ 111.457,92	\$ 153.976,28	\$ 201.395,71	\$ 253.956,30
CAPITAL	\$ 38.792,75	\$ 38.792,75	\$ 38.792,75	\$ 38.792,75	\$ 38.792,75	\$ 38.792,75
RESULTADO DEL EJERCICIO	\$ 0,00	\$ 34.626,32	\$ 38.038,85	\$ 42.518,36	\$ 47.419,43	\$ 52.560,59
RESULTADO ACUMULADO	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 34.626,32	\$ 72.665,17	\$ 115.183,53	\$ 162.602,96
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 55.418,21	\$ 87.307,73	\$ 122.342,95	\$ 161.564,82	\$ 205.366,35	\$ 253.956,30

FLUJO NETO DE EFECTIVO						
RUBROS / AÑOS DE VIDA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS		\$ 152.736,81	\$ 162.241,31	\$ 172.337,26	\$ 183.061,47	\$ 194.453,02
- COSTO DE PRODUCCIÓN		-\$ 55.300,60	-\$ 58.016,99	-\$ 59.542,00	-\$ 61.456,69	-\$ 63.116,30
= UTILIDAD BRUTA		\$ 97.436,21	\$ 104.224,33	\$ 112.795,26	\$ 121.604,77	\$ 131.336,72
- GASTO DE ADMINISTRACIÓN		-\$ 22.919,03	-\$ 23.787,45	-\$ 24.691,82	-\$ 25.140,29	-\$ 26.121,09
- GASTO DE VENTA		-\$ 11.448,00	-\$ 11.921,95	-\$ 12.415,52	-\$ 12.929,52	-\$ 13.464,80
- GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		-\$ 604,80	-\$ 629,84	-\$ 629,84	-\$ 629,84	-\$ 629,84
- GASTO DE REPOSICIÓN VAJILLA Y CRISTALERÍA		-\$ 3.132,86	-\$ 3.132,86	-\$ 3.132,86	-\$ 3.132,86	-\$ 3.132,86
- GASTOS FINANCIEROS (INTERESES)		-\$ 1.620,98	-\$ 1.354,14	-\$ 1.061,29	-\$ 739,88	-\$ 387,14
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 57.710,53	\$ 63.398,08	\$ 70.863,94	\$ 79.032,38	\$ 87.600,99
- 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		-\$ 8.656,58	-\$ 9.509,71	-\$ 10.629,59	-\$ 11.854,86	-\$ 13.140,15
- IMPUESTO A LA RENTA		-\$ 14.427,63	-\$ 15.849,52	-\$ 17.715,98	-\$ 19.758,09	-\$ 21.900,25
= UTILIDAD NETA		\$ 34.626,32	\$ 38.038,85	\$ 42.518,36	\$ 47.419,43	\$ 52.560,59
+ DEPRECIACIONES		\$ 2.518,84	\$ 2.518,84	\$ 2.518,84	\$ 2.025,51	\$ 2.025,51
+ AMORTIZACIONES		\$ 1.335,00	\$ 1.335,00	\$ 1.335,00	\$ 1.335,00	\$ 1.335,00
- PAGO PRÉSTAMO (CAPITAL)		-\$ 2.736,80	-\$ 3.003,64	-\$ 3.296,49	-\$ 3.617,90	-\$ 3.970,64
+ VALOR DE SALVAMENTO						\$ 9.053,48
- INVERSIONES						
FIJA	-\$ 32.927,83					
DIFERIDA	-\$ 6.675,00					
CAPITAL DE TRABAJO	-\$ 15.815,38					
= FLUJO NETO DE EFECTIVO	-\$ 55.418,21	\$ 35.743,36	\$ 38.889,06	\$ 43.075,72	\$ 47.162,04	\$ 61.003,94

e. Aumenta Demanda

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
RUBROS / AÑOS DE VIDA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	183921,79	195366,87	207524,16	220437,98	234155,39
- COSTO DE PRODUCCIÓN	-68554,21	-72014,81	-73860,30	-76141,79	-78142,92
= UTILIDAD BRUTA	115367,57	123352,06	133663,86	144296,19	156012,47
- GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	-22919,03	-23787,45	-24691,82	-25140,29	-26121,09
- GASTOS DE VENTAS	-12720,00	-13246,61	-13795,02	-14366,13	-14960,89
- GASTO DE REPOSICIÓN VAJILLA Y CRISTALERÍA	-3480,96	-3480,96	-3480,96	-3480,96	-3480,96
- GASTO DE DISTRIBUCIÓN	-672,00	-699,82	-699,82	-699,82	-699,82
- GASTOS FINANCIEROS	-1655,64	-1383,10	-1083,98	-755,70	-395,41
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	73919,94	80754,13	89912,27	99853,29	110354,29
- 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-11087,99	-12113,12	-13486,84	-14977,99	-16553,14
- IMPUESTO A LA RENTA	-18479,99	-20188,53	-22478,07	-24963,32	-27588,57
= UTILIDAD NETA	44351,96	48452,48	53947,36	59911,97	66212,58

BALANCE GENERAL PROYECTADO						
RUBROS / AÑOS DE VIDA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE	\$ 17.000,23	\$ 62.410,73	\$ 111.649,20	\$ 166.083,43	\$ 225.660,67	\$ 291.178,22
CAJA	\$ 17.000,23	\$ 62.410,73	\$ 111.649,20	\$ 166.083,43	\$ 225.660,67	\$ 291.178,22
ACTIVO FIJO	\$ 32.927,83	\$ 30.408,99	\$ 27.890,14	\$ 25.371,30	\$ 23.345,79	\$ 21.320,28
EQUIPOS DE COCINA	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96
UTENSILLOS DE COCINA	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07
VAJILLA, CUBERTERIA Y CRISTALERIA	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80
MANTELERIA	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00
EQUIPAMIENTO PARA EL SERVICIO	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00
MUEBLES DE OFICINA	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00
- DEPRECIACIONES	\$ 0,00	-\$ 2.518,84	-\$ 5.037,69	-\$ 7.556,53	-\$ 9.582,04	-\$ 11.607,55
ACTIVO DIFERIDO	\$ 6.675,00	\$ 5.340,00	\$ 4.005,00	\$ 2.670,00	\$ 1.335,00	\$ 0,00
GASTOS DIFERIDOS	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00
- AMORTIZACIONES	\$ 0,00	-\$ 1.335,00	-\$ 2.670,00	-\$ 4.005,00	-\$ 5.340,00	-\$ 6.675,00
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 56.603,06	\$ 98.159,72	\$ 143.544,34	\$ 194.124,73	\$ 250.341,46	\$ 312.498,50
PASIVO	\$ 16.980,92	\$ 14.185,61	\$ 11.117,75	\$ 7.750,78	\$ 4.055,54	\$ 0,00
CORRIENTE	\$ 2.795,31	\$ 3.067,85	\$ 3.366,97	\$ 3.695,25	\$ 4.055,54	\$ 0,00
NO CORRIENTE	\$ 14.185,61	\$ 11.117,75	\$ 7.750,78	\$ 4.055,54	\$ 0,00	\$ 0,00
PATRIMONIO	\$ 39.622,14	\$ 83.974,11	\$ 132.426,59	\$ 186.373,95	\$ 246.285,92	\$ 312.498,50
CAPITAL	\$ 39.622,14	\$ 39.622,14	\$ 39.622,14	\$ 39.622,14	\$ 39.622,14	\$ 39.622,14
RESULTADO DEL EJERCICIO	\$ 0,00	\$ 44.351,96	\$ 48.452,48	\$ 53.947,36	\$ 59.911,97	\$ 66.212,58
RESULTADO ACUMULADO	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 44.351,96	\$ 92.804,44	\$ 146.751,80	\$ 206.663,78
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 56.603,06	\$ 98.159,72	\$ 143.544,34	\$ 194.124,73	\$ 250.341,46	\$ 312.498,50

FLUJO NETO DE EFECTIVO						
RUBROS / AÑOS DE VIDA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS		\$ 183.921,79	\$ 195.366,87	\$ 207.524,16	\$ 220.437,98	\$ 234.155,39
- COSTO DE PRODUCCIÓN		-\$ 68.554,21	-\$ 72.014,81	-\$ 73.860,30	-\$ 76.141,79	-\$ 78.142,92
= UTILIDAD BRUTA		\$ 115.367,57	\$ 123.352,06	\$ 133.663,86	\$ 144.296,19	\$ 156.012,47
- GASTO DE ADMINISTRACIÓN		-\$ 22.919,03	-\$ 23.787,45	-\$ 24.691,82	-\$ 25.140,29	-\$ 26.121,09
- GASTO DE VENTA		-\$ 12.720,00	-\$ 13.246,61	-\$ 13.795,02	-\$ 14.366,13	-\$ 14.960,89
- GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		-\$ 672,00	-\$ 699,82	-\$ 699,82	-\$ 699,82	-\$ 699,82
- GASTO DE REPOSICIÓN VAJILLA Y CRISTALERÍA		-\$ 3.480,96	-\$ 3.480,96	-\$ 3.480,96	-\$ 3.480,96	-\$ 3.480,96
- GASTOS FINANCIEROS (INTERESES)		-\$ 1.655,64	-\$ 1.383,10	-\$ 1.083,98	-\$ 755,70	-\$ 395,41
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 73.919,94	\$ 80.754,13	\$ 89.912,27	\$ 99.853,29	\$ 110.354,29
- 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		-\$ 11.087,99	-\$ 12.113,12	-\$ 13.486,84	-\$ 14.977,99	-\$ 16.553,14
- IMPUESTO A LA RENTA		-\$ 18.479,99	-\$ 20.188,53	-\$ 22.478,07	-\$ 24.963,32	-\$ 27.588,57
= UTILIDAD NETA		\$ 44.351,96	\$ 48.452,48	\$ 53.947,36	\$ 59.911,97	\$ 66.212,58
+ DEPRECIACIONES		\$ 2.518,84	\$ 2.518,84	\$ 2.518,84	\$ 2.025,51	\$ 2.025,51
+ AMORTIZACIONES		\$ 1.335,00	\$ 1.335,00	\$ 1.335,00	\$ 1.335,00	\$ 1.335,00
- PAGO PRÉSTAMO (CAPITAL)		-\$ 2.795,31	-\$ 3.067,85	-\$ 3.366,97	-\$ 3.695,25	-\$ 4.055,54
+ VALOR DE SALVAMENTO						\$ 9.053,48
- INVERSIONES						
FIJA	-\$ 32.927,83					
DIFERIDA	-\$ 6.675,00					
CAPITAL DE TRABAJO	-\$ 17.000,23					
= FLUJO NETO DE EFECTIVO	-\$ 56.603,06	\$ 45.410,50	\$ 49.238,47	\$ 54.434,23	\$ 59.577,23	\$ 74.571,03

f. Aumenta de Precio

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
RUBROS / AÑOS DE VIDA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	168010,49	178465,44	189570,99	201367,61	213898,32
- COSTO DE PRODUCCIÓN	-61445,11	-64463,32	-66157,78	-68285,22	-70129,22
= UTILIDAD BRUTA	106565,38	114002,13	123413,21	133082,40	143769,10
- GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	-22919,03	-23787,45	-24691,82	-25140,29	-26121,09
- GASTOS DE VENTAS	-12720,00	-13246,61	-13795,02	-14366,13	-14960,89
- GASTO DE REPOSICIÓN VAJILLA Y CRISTALERÍA	-3480,96	-3480,96	-3480,96	-3480,96	-3480,96
- GASTO DE DISTRIBUCIÓN	-672,00	-699,82	-699,82	-699,82	-699,82
- GASTOS FINANCIEROS	-1620,98	-1354,14	-1061,29	-739,88	-387,14
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	65152,40	71433,14	79684,31	88655,31	98119,20
- 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-9772,86	-10714,97	-11952,65	-13298,30	-14717,88
- IMPUESTO A LA RENTA	-16288,10	-17858,29	-19921,08	-22163,83	-24529,80
= UTILIDAD NETA	39091,44	42859,89	47810,58	53193,19	58871,52

BALANCE GENERAL PROYECTADO						
RUBROS / AÑOS DE VIDA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE	\$ 15.815,38	\$ 56.023,87	\$ 99.733,96	\$ 148.101,90	\$ 201.037,70	\$ 259.299,09
CAJA	\$ 15.815,38	\$ 56.023,87	\$ 99.733,96	\$ 148.101,90	\$ 201.037,70	\$ 259.299,09
ACTIVO FIJO	\$ 32.927,83	\$ 30.408,99	\$ 27.890,14	\$ 25.371,30	\$ 23.345,79	\$ 21.320,28
EQUIPOS DE COCINA	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96
UTENSILLOS DE COCINA	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07
VAJILLA, CUBERTERIA Y CRISTALERIA	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80
MANTELERIA	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00
EQUIPAMIENTO PARA EL SERVICIO	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00
MUEBLES DE OFICINA	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00
- DEPRECIACIONES	\$ 0,00	-\$ 2.518,84	-\$ 5.037,69	-\$ 7.556,53	-\$ 9.582,04	-\$ 11.607,55
ACTIVO DIFERIDO	\$ 6.675,00	\$ 5.340,00	\$ 4.005,00	\$ 2.670,00	\$ 1.335,00	\$ 0,00
GASTOS DIFERIDOS	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00
- AMORTIZACIONES	\$ 0,00	-\$ 1.335,00	-\$ 2.670,00	-\$ 4.005,00	-\$ 5.340,00	-\$ 6.675,00
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 55.418,21	\$ 91.772,86	\$ 131.629,11	\$ 176.143,20	\$ 225.718,49	\$ 280.619,37
PASIVO						
PASIVO	\$ 16.625,46	\$ 13.888,67	\$ 10.885,03	\$ 7.588,54	\$ 3.970,64	\$ 0,00
CORRIENTE	\$ 2.736,80	\$ 3.003,64	\$ 3.296,49	\$ 3.617,90	\$ 3.970,64	\$ 0,00
NO CORRIENTE	\$ 13.888,67	\$ 10.885,03	\$ 7.588,54	\$ 3.970,64	\$ 0,00	\$ 0,00
PATRIMONIO	\$ 38.792,75	\$ 77.884,19	\$ 120.744,08	\$ 168.554,66	\$ 221.747,85	\$ 280.619,37
CAPITAL	\$ 38.792,75	\$ 38.792,75	\$ 38.792,75	\$ 38.792,75	\$ 38.792,75	\$ 38.792,75
RESULTADO DEL EJERCICIO	\$ 0,00	\$ 39.091,44	\$ 42.859,89	\$ 47.810,58	\$ 53.193,19	\$ 58.871,52
RESULTADO ACUMULADO	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 39.091,44	\$ 81.951,33	\$ 129.761,91	\$ 182.955,10
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 55.418,21	\$ 91.772,86	\$ 131.629,11	\$ 176.143,20	\$ 225.718,49	\$ 280.619,37

FLUJO NETO DE EFECTIVO						
RUBROS / AÑOS DE VIDA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS		\$ 168.010,49	\$ 178.465,44	\$ 189.570,99	\$ 201.367,61	\$ 213.898,32
- COSTO DE PRODUCCIÓN		-\$ 61.445,11	-\$ 64.463,32	-\$ 66.157,78	-\$ 68.285,22	-\$ 70.129,22
= UTILIDAD BRUTA		\$ 106.565,38	\$ 114.002,13	\$ 123.413,21	\$ 133.082,40	\$ 143.769,10
- GASTO DE ADMINISTRACIÓN		-\$ 22.919,03	-\$ 23.787,45	-\$ 24.691,82	-\$ 25.140,29	-\$ 26.121,09
- GASTO DE VENTA		-\$ 12.720,00	-\$ 13.246,61	-\$ 13.795,02	-\$ 14.366,13	-\$ 14.960,89
- GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		-\$ 672,00	-\$ 699,82	-\$ 699,82	-\$ 699,82	-\$ 699,82
- GASTO DE REPOSICIÓN VAJILLA Y CRISTALERÍA		-\$ 3.480,96	-\$ 3.480,96	-\$ 3.480,96	-\$ 3.480,96	-\$ 3.480,96
- GASTOS FINANCIEROS (INTERESES)		-\$ 1.620,98	-\$ 1.354,14	-\$ 1.061,29	-\$ 739,88	-\$ 387,14
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 65.152,40	\$ 71.433,14	\$ 79.684,31	\$ 88.655,31	\$ 98.119,20
- 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		-\$ 9.772,86	-\$ 10.714,97	-\$ 11.952,65	-\$ 13.298,30	-\$ 14.717,88
- IMPUESTO A LA RENTA		-\$ 16.288,10	-\$ 17.858,29	-\$ 19.921,08	-\$ 22.163,83	-\$ 24.529,80
= UTILIDAD NETA		\$ 39.091,44	\$ 42.859,89	\$ 47.810,58	\$ 53.193,19	\$ 58.871,52
+ DEPRECIACIONES		\$ 2.518,84	\$ 2.518,84	\$ 2.518,84	\$ 2.025,51	\$ 2.025,51
+ AMORTIZACIONES		\$ 1.335,00	\$ 1.335,00	\$ 1.335,00	\$ 1.335,00	\$ 1.335,00
- PAGO PRÉSTAMO (CAPITAL)		-\$ 2.736,80	-\$ 3.003,64	-\$ 3.296,49	-\$ 3.617,90	-\$ 3.970,64
+ VALOR DE SALVAMENTO						\$ 9.053,48
- INVERSIONES						
FIJA	-\$ 32.927,83					
DIFERIDA	-\$ 6.675,00					
CAPITAL DE TRABAJO	-\$ 15.815,38					
= FLUJO NETO DE EFECTIVO	-\$ 55.418,21	\$ 40.208,49	\$ 43.710,09	\$ 48.367,94	\$ 52.935,80	\$ 67.314,87

g. Aumenta Costos Fijos

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
RUBROS / AÑOS DE VIDA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	152736,81	162241,31	172337,26	183061,47	194453,02
- COSTO DE PRODUCCIÓN	-61445,11	-64463,32	-66157,78	-68285,22	-70129,22
= UTILIDAD BRUTA	91291,70	97777,99	106179,48	114776,25	124323,79
- GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	-25210,94	-26166,19	-27161,00	-27654,32	-28733,20
- GASTOS DE VENTAS	-12720,00	-13246,61	-13795,02	-14366,13	-14960,89
- GASTO DE REPOSICIÓN VAJILLA Y CRISTALERÍA	-3480,96	-3480,96	-3480,96	-3480,96	-3480,96
- GASTO DE DISTRIBUCIÓN	-672,00	-699,82	-699,82	-699,82	-699,82
- GASTOS FINANCIEROS	-1783,08	-1489,56	-1167,42	-813,87	-425,85
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	47424,72	52694,85	59875,27	67761,15	76023,08
- 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-7113,71	-7904,23	-8981,29	-10164,17	-11403,46
- IMPUESTO A LA RENTA	-11856,18	-13173,71	-14968,82	-16940,29	-19005,77
= UTILIDAD NETA	28454,83	31616,91	35925,16	40656,69	45613,85

BALANCE GENERAL PROYECTADO						
RUBROS / AÑOS DE VIDA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE	\$ 15.815,38	\$ 45.387,26	\$ 77.854,38	\$ 114.336,89	\$ 154.736,20	\$ 199.739,91
CAJA	\$ 15.815,38	\$ 45.387,26	\$ 77.854,38	\$ 114.336,89	\$ 154.736,20	\$ 199.739,91
ACTIVO FIJO	\$ 32.927,83	\$ 30.408,99	\$ 27.890,14	\$ 25.371,30	\$ 23.345,79	\$ 21.320,28
EQUIPOS DE COCINA	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96
UTENSILLOS DE COCINA	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07
VAJILLA, CUBERTERIA Y CRISTALERIA	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80
MANTELERIA	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00
EQUIPAMIENTO PARA EL SERVICIO	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00
MUEBLES DE OFICINA	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00
- DEPRECIACIONES	\$ 0,00	-\$ 2.518,84	-\$ 5.037,69	-\$ 7.556,53	-\$ 9.582,04	-\$ 11.607,55
ACTIVO DIFERIDO	\$ 6.675,00	\$ 5.340,00	\$ 4.005,00	\$ 2.670,00	\$ 1.335,00	\$ 0,00
GASTOS DIFERIDOS	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00
- AMORTIZACIONES	\$ 0,00	-\$ 1.335,00	-\$ 2.670,00	-\$ 4.005,00	-\$ 5.340,00	-\$ 6.675,00
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 55.418,21	\$ 81.136,25	\$ 109.749,52	\$ 142.378,19	\$ 179.416,99	\$ 221.060,19
PASIVO	\$ 16.625,46	\$ 13.888,67	\$ 10.885,03	\$ 7.588,54	\$ 3.970,64	\$ 0,00
CORRIENTE	\$ 2.736,80	\$ 3.003,64	\$ 3.296,49	\$ 3.617,90	\$ 3.970,64	\$ 0,00
NO CORRIENTE	\$ 13.888,67	\$ 10.885,03	\$ 7.588,54	\$ 3.970,64	\$ 0,00	\$ 0,00
PATRIMONIO	\$ 38.792,75	\$ 67.247,58	\$ 98.864,49	\$ 134.789,65	\$ 175.446,34	\$ 221.060,19
CAPITAL	\$ 38.792,75	\$ 38.792,75	\$ 38.792,75	\$ 38.792,75	\$ 38.792,75	\$ 38.792,75
RESULTADO DEL EJERCICIO	\$ 0,00	\$ 28.454,83	\$ 31.616,91	\$ 35.925,16	\$ 40.656,69	\$ 45.613,85
RESULTADO ACUMULADO	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 28.454,83	\$ 60.071,74	\$ 95.996,90	\$ 136.653,59
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 55.418,21	\$ 81.136,25	\$ 109.749,52	\$ 142.378,19	\$ 179.416,99	\$ 221.060,19

FLUJO NETO DE EFECTIVO						
RUBROS / AÑOS DE VIDA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS		\$ 152.736,81	\$ 162.241,31	\$ 172.337,26	\$ 183.061,47	\$ 194.453,02
- COSTO DE PRODUCCIÓN		-\$ 61.445,11	-\$ 64.463,32	-\$ 66.157,78	-\$ 68.285,22	-\$ 70.129,22
= UTILIDAD BRUTA		\$ 91.291,70	\$ 97.777,99	\$ 106.179,48	\$ 114.776,25	\$ 124.323,79
- GASTO DE ADMINISTRACIÓN		-\$ 25.210,94	-\$ 26.166,19	-\$ 27.161,00	-\$ 27.654,32	-\$ 28.733,20
- GASTO DE VENTA		-\$ 12.720,00	-\$ 13.246,61	-\$ 13.795,02	-\$ 14.366,13	-\$ 14.960,89
- GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		-\$ 672,00	-\$ 699,82	-\$ 699,82	-\$ 699,82	-\$ 699,82
- GASTO DE REPOSICIÓN VAJILLA Y CRISTALERÍA		-\$ 3.480,96	-\$ 3.480,96	-\$ 3.480,96	-\$ 3.480,96	-\$ 3.480,96
- GASTOS FINANCIEROS (INTERESES)		-\$ 1.783,08	-\$ 1.489,56	-\$ 1.167,42	-\$ 813,87	-\$ 425,85
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 47.424,72	\$ 52.694,85	\$ 59.875,27	\$ 67.761,15	\$ 76.023,08
- 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		-\$ 7.113,71	-\$ 7.904,23	-\$ 8.981,29	-\$ 10.164,17	-\$ 11.403,46
- IMPUESTO A LA RENTA		-\$ 11.856,18	-\$ 13.173,71	-\$ 14.968,82	-\$ 16.940,29	-\$ 19.005,77
= UTILIDAD NETA		\$ 28.454,83	\$ 31.616,91	\$ 35.925,16	\$ 40.656,69	\$ 45.613,85
+ DEPRECIACIONES		\$ 2.518,84	\$ 2.518,84	\$ 2.518,84	\$ 2.025,51	\$ 2.025,51
+ AMORTIZACIONES		\$ 1.335,00	\$ 1.335,00	\$ 1.335,00	\$ 1.335,00	\$ 1.335,00
- PAGO PRÉSTAMO (CAPITAL)		-\$ 2.736,80	-\$ 3.003,64	-\$ 3.296,49	-\$ 3.617,90	-\$ 3.970,64
+ VALOR DE SALVAMENTO						\$ 9.053,48
- INVERSIONES						
FIJA	-\$ 32.927,83					
DIFERIDA	-\$ 6.675,00					
CAPITAL DE TRABAJO	-\$ 15.815,38					
= FLUJO NETO DE EFECTIVO	-\$ 55.418,21	\$ 29.571,88	\$ 32.467,12	\$ 36.482,51	\$ 40.399,30	\$ 54.057,19

h. Aumenta Costos Variables

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
RUBROS / AÑOS DE VIDA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	152736,81	162241,31	172337,26	183061,47	194453,02
- COSTO DE PRODUCCIÓN	-67589,62	-70909,65	-72773,56	-75113,74	-77142,14
= UTILIDAD BRUTA	85147,19	91331,66	99563,71	107947,73	117310,87
- GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	-22919,03	-23787,45	-24691,82	-25140,29	-26121,09
- GASTOS DE VENTAS	-13992,00	-14571,27	-15174,52	-15802,74	-16456,98
- GASTO DE REPOSICIÓN VAJILLA Y CRISTALERÍA	-3829,06	-3829,06	-3829,06	-3829,06	-3829,06
- GASTO DE DISTRIBUCIÓN	-739,20	-769,80	-769,80	-769,80	-769,80
- GASTOS FINANCIEROS	-1620,98	-1354,14	-1061,29	-739,88	-387,14
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	42046,91	47019,94	54037,22	61665,95	69746,81
- 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-6307,04	-7052,99	-8105,58	-9249,89	-10462,02
- IMPUESTO A LA RENTA	-10511,73	-11754,99	-13509,31	-15416,49	-17436,70
= UTILIDAD NETA	25228,15	28211,97	32422,33	36999,57	41848,09

BALANCE GENERAL PROYECTADO						
RUBROS / AÑOS DE VIDA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE	\$ 15.815,38	\$ 42.160,58	\$ 71.222,75	\$ 104.202,44	\$ 140.944,62	\$ 182.182,57
CAJA	\$ 15.815,38	\$ 42.160,58	\$ 71.222,75	\$ 104.202,44	\$ 140.944,62	\$ 182.182,57
ACTIVO FIJO	\$ 32.927,83	\$ 30.408,99	\$ 27.890,14	\$ 25.371,30	\$ 23.345,79	\$ 21.320,28
EQUIPOS DE COCINA	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96	\$ 6.678,96
UTENSILLOS DE COCINA	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07	\$ 1.074,07
VAJILLA, CUBERTERIA Y CRISTALERIA	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80	\$ 3.946,80
MANTELERIA	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00	\$ 8.320,00
EQUIPAMIENTO PARA EL SERVICIO	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00	\$ 10.283,00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00	\$ 1.480,00
MUEBLES DE OFICINA	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00
- DEPRECIACIONES	\$ 0,00	-\$ 2.518,84	-\$ 5.037,69	-\$ 7.556,53	-\$ 9.582,04	-\$ 11.607,55
ACTIVO DIFERIDO	\$ 6.675,00	\$ 5.340,00	\$ 4.005,00	\$ 2.670,00	\$ 1.335,00	\$ 0,00
GASTOS DIFERIDOS	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00
- AMORTIZACIONES	\$ 0,00	-\$ 1.335,00	-\$ 2.670,00	-\$ 4.005,00	-\$ 5.340,00	-\$ 6.675,00
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 55.418,21	\$ 77.909,56	\$ 103.117,89	\$ 132.243,74	\$ 165.625,41	\$ 203.502,85
PASIVO	\$ 16.625,46	\$ 13.888,67	\$ 10.885,03	\$ 7.588,54	\$ 3.970,64	\$ 0,00
CORRIENTE	\$ 2.736,80	\$ 3.003,64	\$ 3.296,49	\$ 3.617,90	\$ 3.970,64	\$ 0,00
NO CORRIENTE	\$ 13.888,67	\$ 10.885,03	\$ 7.588,54	\$ 3.970,64	\$ 0,00	\$ 0,00
PATRIMONIO	\$ 38.792,75	\$ 64.020,90	\$ 92.232,86	\$ 124.655,20	\$ 161.654,77	\$ 203.502,85
CAPITAL	\$ 38.792,75	\$ 38.792,75	\$ 38.792,75	\$ 38.792,75	\$ 38.792,75	\$ 38.792,75
RESULTADO DEL EJERCICIO	\$ 0,00	\$ 25.228,15	\$ 28.211,97	\$ 32.422,33	\$ 36.999,57	\$ 41.848,09
RESULTADO ACUMULADO	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 25.228,15	\$ 53.440,11	\$ 85.862,45	\$ 122.862,02
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 55.418,21	\$ 77.909,56	\$ 103.117,89	\$ 132.243,74	\$ 165.625,41	\$ 203.502,85

FLUJO NETO DE EFECTIVO						
RUBROS / AÑOS DE VIDA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS		\$ 152.736,81	\$ 162.241,31	\$ 172.337,26	\$ 183.061,47	\$ 194.453,02
- COSTO DE PRODUCCIÓN		-\$ 67.589,62	-\$ 70.909,65	-\$ 72.773,56	-\$ 75.113,74	-\$ 77.142,14
= UTILIDAD BRUTA		\$ 85.147,19	\$ 91.331,66	\$ 99.563,71	\$ 107.947,73	\$ 117.310,87
- GASTO DE ADMINISTRACIÓN		-\$ 22.919,03	-\$ 23.787,45	-\$ 24.691,82	-\$ 25.140,29	-\$ 26.121,09
- GASTO DE VENTA		-\$ 13.992,00	-\$ 14.571,27	-\$ 15.174,52	-\$ 15.802,74	-\$ 16.456,98
- GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		-\$ 739,20	-\$ 769,80	-\$ 769,80	-\$ 769,80	-\$ 769,80
- GASTO DE REPOSICIÓN VAJILLA Y CRISTALERÍA		-\$ 3.829,06	-\$ 3.829,06	-\$ 3.829,06	-\$ 3.829,06	-\$ 3.829,06
- GASTOS FINANCIEROS (INTERESES)		-\$ 1.620,98	-\$ 1.354,14	-\$ 1.061,29	-\$ 739,88	-\$ 387,14
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 42.046,91	\$ 47.019,94	\$ 54.037,22	\$ 61.665,95	\$ 69.746,81
- 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		-\$ 6.307,04	-\$ 7.052,99	-\$ 8.105,58	-\$ 9.249,89	-\$ 10.462,02
- IMPUESTO A LA RENTA		-\$ 10.511,73	-\$ 11.754,99	-\$ 13.509,31	-\$ 15.416,49	-\$ 17.436,70
= UTILIDAD NETA		\$ 25.228,15	\$ 28.211,97	\$ 32.422,33	\$ 36.999,57	\$ 41.848,09
+ DEPRECIACIONES		\$ 2.518,84	\$ 2.518,84	\$ 2.518,84	\$ 2.025,51	\$ 2.025,51
+ AMORTIZACIONES		\$ 1.335,00	\$ 1.335,00	\$ 1.335,00	\$ 1.335,00	\$ 1.335,00
- PAGO PRÉSTAMO (CAPITAL)		-\$ 2.736,80	-\$ 3.003,64	-\$ 3.296,49	-\$ 3.617,90	-\$ 3.970,64
+ VALOR DE SALVAMENTO						\$ 9.053,48
- INVERSIONES						
FIJA	-\$ 32.927,83					
DIFERIDA	-\$ 6.675,00					
CAPITAL DE TRABAJO	-\$ 15.815,38					
= FLUJO NETO DE EFECTIVO	-\$ 55.418,21	\$ 26.345,19	\$ 29.062,17	\$ 32.979,69	\$ 36.742,18	\$ 50.291,43

